

**Tourismus in Flüeli-Ranft - Analyse der Besucherströme und
Empfehlungen für eine nachhaltige Entwicklung**

Lorenzo Tecchiati

██████████

██████████

██████████

lorenzo.tecchiati@student.unisg.ch

20-612-065

Bachelorarbeit

Referent:

Prof. Dr. Pietro Beritelli

Institut für Systemisches Management

und Public Governance (IMP-HSG)

Universität St. Gallen

St. Gallen, 21. August 2023

Abstract

The following paper analyses visitor flows in Flüeli-Ranft using the St. Gallen Model for Destination Management and the extended flow-based approach. Based on this, policies for the sustainable development of tourism in Flüeli-Ranft are derived, which are oriented towards the objectives of Target 8.9 of the Sustainable Development Goals (SDGs). The target states that by 2030 policies should be developed and implemented to promote sustainable tourism that creates jobs and supports local culture and products. In addition to the literature review in the field of destination management, the results are based on qualitative empirical research. Interviews and workshops with local tourism stakeholders were conducted in order to identify ten visitor flows, all of which converge in the village centre of Flüeli-Ranft. They predominantly belong to the leisure tourism sector, including groups as well as individual guests, whose travel motives are mainly including culture and relaxation. With support from an expert in the field of the SDGs, three policies were developed in the form of recommendations for action to achieve SDG target 8.9. These include the spatial disentanglement of the destination into a space of relaxation and a space of religious practice, measures to smooth seasonal fluctuations and recommendations for the construction of regional economic cycles. These policies can contribute to the promotion of SDG target 8.9 if they are included by local actors in tourism planning and implementation. The recommendations for action derived from the findings aim in their entirety at a long-term sustainable development of tourism in Flüeli-Ranft.

Keywords: Tourism; Destination Management; St. Gallen Model for Destination Management (SGDM); Sustainable Development Goals (SDGs); Sustainability; Visitor Flows

Abstract

Die vorliegende Arbeit analysiert die Besucherströme in Flüeli-Ranft unter Verwendung des St. Galler Modells für Destinationsmanagement sowie des erweiterten strömungsbasierten Ansatzes. Basierend darauf werden Politiken für eine nachhaltige Entwicklung des Tourismus in Flüeli-Ranft abgeleitet, welche sich an den Zielvorstellungen des Targets 8.9 der Sustainable Development Goals (SDGs) orientieren. Das Target besagt, dass bis 2030 Politiken erarbeitet und umgesetzt werden sollen, die einen nachhaltigen Tourismus fördern, welcher Arbeitsplätze schafft sowie lokale Produkte und die örtliche Kultur unterstützt. Neben der Forschungsliteratur im Bereich Destinationsmanagement beruhen die Ergebnisse auf qualitativer empirischer Forschung. Anhand von Workshops und Interviews mit touristischen Akteuren vor Ort wurden zehn Besucherströme identifiziert, welche alle im Dorfkern von Flüeli-Ranft aufeinandertreffen. Diese gehören überwiegend dem Freizeittourismus zu, beinhalten Gruppen wie auch Einzelgäste und verfügen weitgehend über Reisemotive in den Bereichen Kultur und Erholung. Mit Unterstützung einer Expertin im Bereich der SDGs wurden drei Politiken in der Form von Handlungsempfehlungen für die Zielerreichung des SDG-Targets 8.9 erarbeitet. Dazu zählen die räumliche Entflechtung der Destination in einen Raum der Erholung und einen der religiösen Praktik, Massnahmen zur Glättung der saisonalen Schwankungen sowie Empfehlungen zur Konstruktion von regionalen Wirtschaftskreisläufen. Die Politiken können zur Förderung des SDG-Target 8.9 beitragen, werden sie von lokalen Akteuren in der Tourismusplanung und -umsetzung inkludiert. In ihrer Gesamtheit bezwecken die aus den Erkenntnissen gewonnenen Handlungsempfehlungen eine langfristig nachhaltige Entwicklung des Tourismus in Flüeli-Ranft.

Keywords: Tourismus; Destinationsmanagement; St. Galler Modell für Destinationsmanagement (SGDM); Sustainable Development Goals (SDGs); Nachhaltigkeit; Besucherströme

Danksagung

An erster Stelle möchte ich mich ausdrücklich bei all denjenigen bedanken, die mich bei meinen Forschungs- und Schreibaktivitäten im Rahmen vorliegender Bachelorarbeit unterstützt haben. Besonderer Dank gebührt dabei Prof. Dr. Pietro Beritelli für die Betreuung sowie Begutachtung der Arbeit.

Darüber hinaus möchte ich meinen Dank an alle Interview- und Workshopteilnehmer richten, die einen wesentlichen Beitrag zur Entstehung dieser Arbeit geleistet haben. Ein großes Dankeschön widme ich auch meiner Freundin und meinen Eltern, die mich nicht nur bei der Verfassung meiner Arbeit, sondern während des gesamten Studiums unterstützt haben.

Disclaimer: Gendergerechte Sprache

In dieser Arbeit wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit das generische Maskulinum verwendet. Weibliche und anderweitige Geschlechtsidentitäten werden dabei ausdrücklich mitgemeint, soweit es für die Aussage erforderlich ist.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	V
Abkürzungsverzeichnis	VII
Abbildungsverzeichnis	VIII
Tabellenverzeichnis	IX
1 Einleitung	1
1.1 <i>Zielsetzung und Forschungsfragen</i>	1
1.2 <i>Inhaltliche Gliederung</i>	2
2 Theoretischer Bezugsrahmen	3
2.1 <i>Definitorische Abgrenzung</i>	3
2.1.1 <i>Tourismus</i>	3
2.1.2 <i>Tourismustypen</i>	3
2.1.3 <i>Begrifflichkeiten rund um die Destination</i>	5
2.2 <i>Das St. Galler Modell für Destinationsmanagement</i>	5
2.2.1 <i>Einleitung in das SGDM</i>	5
2.2.2 <i>Das Kreislaufmodell des SGDM</i>	6
2.2.3 <i>Herausforderungen</i>	8
2.3 <i>Erweiterung des strömungsbasierten Ansatzes</i>	9
2.3.1 <i>Konzeptioneller Rahmen</i>	9
2.3.2 <i>Theoretischer Hintergrund</i>	11
2.4 <i>Einsatz der Sustainable Development Goals</i>	12
2.4.1 <i>SDGs im Kontext des Tourismus</i>	12
2.4.2 <i>Methodische Verwendung des SDG-Target 8.9</i>	13
3 Anwendungsgebiet Flüeli-Ranft	15
3.1 <i>Lage und Charakteristik</i>	15
3.2 <i>Historischer Hintergrund</i>	16
3.3 <i>Hauptattraktionen</i>	17
3.3.1 <i>Touristische Orte</i>	17
3.3.2 <i>Bruder Klaus Orte</i>	19
3.3.3 <i>Pilgerwege</i>	20
3.3.4 <i>Exkurs: Umliegende Attraktionen</i>	21
4 Methodologie	22
4.1 <i>Eingrenzung des Untersuchungsumfanges</i>	22
4.2 <i>Art der Forschung und Datenerhebung</i>	22

5	Resultate	24
	5.1 <i>Besucherströme</i>	24
	5.1.1 Wallfahrtsgruppen.....	24
	5.1.2 Jakobspilger	26
	5.1.3 Seminarbesucher	28
	5.1.4 Reisegruppen	30
	5.1.5 Individualgäste.....	31
	5.1.6 Tagesausflügler	33
	5.1.7 Anlass-Wallfahrer	34
	5.1.8 Bankettgäste.....	35
	5.1.9 Mountainbiker	36
	5.1.10 Asiatische Gruppen.....	37
	5.2 <i>Variable Geometrie und Synthese der SDG-Beurteilungen</i>	39
	5.2.1 Variable Geometrie.....	39
	5.2.2 Synthese der SDG-Tabellen	42
	5.3 <i>Politiken im Sinne des SDG-Targets 8.9</i>	44
6	Fazit und Ausblick.....	49
	Literaturverzeichnis.....	X
	Internetverzeichnis.....	XI
	Anhang	XIV
	A <i>Leitfaden für Workshops und Interviews</i>	XIV
	B <i>Wallfahrtsgruppen</i>	XVIII
	C <i>Jakobspilger</i>	XIX
	D <i>Seminarbesucher</i>	XX
	E <i>Reisegruppen</i>	XXI
	F <i>Individualgäste</i>	XXII
	G <i>Tagesausflügler</i>	XXIII
	H <i>Anlass-Wallfahrer</i>	XXIV
	I <i>Bankettgäste</i>	XXV
	J <i>Mountainbiker</i>	XXVI
	K <i>Asiatische Gruppen</i>	XXVII
	Eigenständigkeitserklärung.....	XXVIII

Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
AUT	Österreich
bspw.	beispielsweise
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa / ungefähr
CH	Schweiz
CHF	Schweizer Franken
DE	Deutschland
DMO	Destinationsmanagementorganisation
ESP	Spanien
et al.	et alii – und andere
Hrsg.	Herausgeber
IMP-HSG	Institut für Systemisches Management und Public Governance an der HSG
ISOS	Inventar der schützenswerten Ortsbilder der Schweiz
i.d.R.	in der Regel
km	Kilometer
max.	maximal
m ü. M.	Meter über Meer
o. D.	ohne Datum
öV	öffentlicher Verkehr
S.	Seite
SDGs	Sustainable Development Goals
SGDM	St. Galler Modell für Destinationsmanagement
SGF	Strategische Geschäftsfelder
UK	United Kingdom
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
UNWTO	United Nations World Tourism Organization
Ü50	Über 50
vgl.	vergleiche
z.B.	zum Beispiel
z.T.	zum Teil

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Tourismusarten	4
Abbildung 2: Unterscheidung zwischen Pilger- und Wallfahrt	4
Abbildung 3: Das Kreislaufmodell des SGDM.....	6
Abbildung 4: Vorlage für das Grundschema.....	7
Abbildung 5: Reisewahl bei Besucherströmen.....	10
Abbildung 6: Reisewahl bei Trajektorien und Korridoren	10
Abbildung 7: Drei Elemente des Rahmenwerkes	12
Abbildung 8: Sustainable Development Goals	13
Abbildung 9: Analysetabelle SDG-Target 8.9	14
Abbildung 10: Lagebild Flüeli-Ranft.....	15
Abbildung 11: Anfahrt Flüeli-Ranft.....	16
Abbildung 12: Flüeli-Ranft von Osten aus gesehen.....	16
Abbildung 13: Attraktionen in Flüeli-Ranft	17
Abbildung 14: Hotel Paxmontana	19
Abbildung 15: Ferienhaus Lorenz.....	19
Abbildung 16: Spielplatz.....	19
Abbildung 17: Wohnhaus	20
Abbildung 18: Ranft-Schlucht.....	20
Abbildung 19: Einsiedelei	20
Abbildung 20: Umliegende Gebiete und Verbindungsachsen	21
Abbildung 21: Übereinanderlegen der Karten & Legenden.....	39
Abbildung 22: Variable Geometrie	40

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Forschungsfragen	2
Tabelle 2: Reismuster	7
Tabelle 3: Workshopteilnehmende und Interviewpartner	23
Tabelle 4: Synthese aller Reismuster	42
Tabelle 5: Impact-Heatmap	43
Tabelle 6: Impact-Heatmap – Zunehmende Besucherströme	43
Tabelle 7: Forschungsfragen	49

1 Einleitung

«So klein Flüeli-Ranft im Kanton Obwalden erscheinen mag, so gross ist seine Bekanntheit. Der Wallfahrtsort des Schweizer Nationalheiligen, Niklaus von Flüe, lädt zur Kapellenbesichtigung ein – und zu einem Ausflug in die Ranftschlucht» (Schweiz Tourismus, o. D.)

Flüeli-Ranft liegt mitten im Herzen der Schweiz zwischen Luzern und Interlaken. Umgeben von sanften Hügeln sowie reizenden Bergen lädt das Dorf als eine Pracht für das Auge und Erlebnis für Leib und Seele zum Geniessen und Verweilen ein, fernab von Hektik und Stress (Obwalden Tourismus, 2020). Grosse Bekanntheit geniesst die Destination dadurch, dass sie die Geburts- wie auch Wirkstätte des Schweizer Nationalheiligen Niklaus von Flüe bzw. Bruder Klaus darstellt und somit eine der wichtigsten Pilgerstätten des Landes bildet (SWI, 2017). Zu besichtigen gibt es vielzählige Attraktionen, welche in Bezug zum Leben des Eremiten stehen. Zudem führt der Schweizer Jakobsweg durch Flüeli-Ranft, wodurch das Dorf für viele Gläubige und Faszinierte einen Kraftort im spirituellen Sinn darstellt. Zugleich durchqueren mehrere Fahrrad- und Wanderwege Flüeli-Ranft, welche die Dörfer Sarnen, Sachseln und Kerns sowie das Melchtal miteinander verbinden und von unterschiedlichsten Gästen benutzt werden. Ebenso gut lässt sich Flüeli-Ranft auch über den öffentlichen und privaten Verkehr erreichen, was nationale und internationale Besucher für Tages- oder Mehrtagesausflüge anlockt. Andere Besucher wiederum reisen aufgrund der zentralen Lage an, um während einer Durchreise vor Ort zu übernachten. Dementsprechend stellt Flüeli-Ranft eine Destination dar, welche Besucher nicht lediglich mit religiösen, sondern vielseitigsten Motivationsgründen anzieht.

Aufgrund der unterschiedlichen Gründe für einen Besuch erscheint die Destinationsanalyse aus einer nachfrageorientierten Perspektive äusserst komplex. Für eine langfristig nachhaltige Entwicklung des Gebiets dürfte die genaue Kenntnis der unterschiedlichen Besucherströme allerdings von grosser Bedeutung sein.

1.1 Zielsetzung und Forschungsfragen

Das Ziel vorliegender Arbeit besteht darin, mithilfe des St. Galler Modells für Destinationsmanagement (SGDM) die Besucherströme im Dorf Flüeli-Ranft zu beschreiben, um auf dieser Basis Politiken im Sinne von Handlungsempfehlungen für eine nachhaltige Angebotsentwicklung abzuleiten, welche sich an lokale Akteure richten. Als Maxime der Empfehlungen werden die Sustainable Development Goals (SDGs) herbeigezogen. Die Arbeit beschränkt sich auf die Orientierung an dem wohl wichtigsten Target in Bezug auf die zukünftige Entwicklung von Flüeli-Ranft – Target 8.9. Gemäss diesem sollen bis 2030

Politiken zur Förderung eines nachhaltigen Tourismus erarbeitet und umgesetzt werden, welcher Arbeitsplätze schafft sowie die lokale Kultur und lokale Produkte fördert.

Zur Erreichung dieses Ziels wurden die in Tabelle 1 festgehaltenen, aufeinander aufbauenden Fragestellungen ausgearbeitet, welche mittels qualitativer empirischer Forschung in Form von Workshops und Interviews chronologisch beantwortet werden.



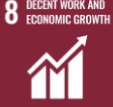
	<p>Frage 1 <i>Welche strategischen Besucherströme existieren gegenwärtig in der Region Flüeli-Ranft und wie können diese in Bezug auf SDG-Target 8.9 beschrieben werden?</i></p>
	<p>Frage 2 <i>Welche Aussagen ergeben sich aus der Analyse der variablen Geometrie und welche Erkenntnisse lassen sich daraus ableiten bezüglich Raumkonzentration?</i></p>
	<p>Frage 3 <i>Welche Politiken für die zukünftige Angebotsgestaltung lassen sich im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung gemäss SDG-Target 8.9 ableiten?</i></p>

Tabelle 1: Forschungsfragen (Eigene Darstellung)

1.2 Inhaltliche Gliederung

Zur Beantwortung der Forschungsfragen und Ermöglichung einer systematischen Analyse ist die vorliegende Arbeit in insgesamt sechs Kapitel unterteilt. Um ein grundlegendes und einheitliches Verständnis der relevanten Thematik zu vermitteln, werden nachfolgend im zweiten Kapitel die theoretischen Grundlagen bezüglich der zentralen Begrifflichkeiten, dem SGDM sowie dem erweiterten strömungsbasierten Ansatz dargelegt. Zudem wird in diesem Kapitel erläutert, wie das SDG-Target 8.9 als Orientierungsrahmen und Leitidee für die Ableitung von Handlungsempfehlungen eingesetzt wird. Anschliessend widmet sich Kapitel drei der Einführung in das Anwendungsgebiet Flüeli-Ranft, in welchem Lage und Charakteristika, ein historischer Rückblick sowie die Hauptattraktionen geschildert werden. Das vierte Kapitel beschreibt die Methodik sowie das Vorgehen der Analyse der Besucherströme im Rahmen des SGDM, woraufhin das fünfte Kapitel die dabei gewonnenen Resultate darlegt. Während in einem ersten Schritt jeder Strom einzeln analysiert wird, werden in einem zweiten Schritt die variable Geometrie gebildet und Handlungsempfehlungen im Sinne von SDG-Target 8.9 abgeleitet. Abschliessend findet in Kapitel sechs eine Zusammentragung der Erkenntnisse statt, auf welcher aufbauend ein Ausblick in die Zukunft vermittelt wird.

2 Theoretischer Bezugsrahmen

Das vorliegende Kapitel thematisiert den theoretischen Bezugsrahmen. Als Erstes werden die zentralen Begrifflichkeiten definitorisch abgegrenzt (2.1), wobei dazu der Tourismus sowie dessen Arten und die Begriffe rund um die Destination zählen. Anschliessend soll für die Verständlichkeit der vorliegenden Arbeit ein theoretischer Bezug zum SGDM (2.2) sowie dem erweiterten strömungsbasierten Ansatz (2.3) hergestellt werden. Das letzte Kapitel (2.4) dient abschliessend der Herstellung eines Bezugs zu den SDGs sowie der Ausführung, inwiefern diese innerhalb des analytischen Teils als Leitidee eingesetzt werden.

2.1 Definitorische Abgrenzung

2.1.1 Tourismus

Heutzutage wird Tourismus gemäss Bieger und Beritelli (2012, S. 1) nicht mehr lediglich als «Reisen und Ferien machen» betrachtet. Die World Tourism Organisation (WTO) definiert Tourismus als soziales, kulturelles und wirtschaftliches Phänomen, welches Menschen dazu verleitet, sich in Länder oder andere Orte ausserhalb der gewohnten Umgebung zu begeben, sei dies aus persönlichen oder beruflichen bzw. geschäftlichen Gründen (UNWTO, 2019). Bieger und Beritelli (2012) leiten dieser Betrachtung entsprechend mehrere zentrale Merkmale des Tourismus ab. Nach ihnen beinhaltet Tourismus Reisen aus geschäftlichen Gründen wie auch Reisen aus Gründen der Freizeit; entscheidend ist alleinig das Kriterium der «Bewegung ausserhalb des normalen Arbeits- und Wohnumfeldes». Des Weiteren schliesst dieser nicht lediglich die Angebotsseite mit ein. Stattdessen müssen seine wirtschaftlichen, gesellschaftlichen, politischen wie auch ökologischen Konsequenzen als direktverbundene Phänomene inkludiert werden. Zudem stellt Tourismus nicht nur einen Wirtschafts-, sondern einen bedeutsamen Lebensbereich dar, welcher den Menschen selbst dessen Verhalten und sein Wirken ausserhalb der gewohnten Umgebung umfasst (S. 2). In Anbetracht dieser Merkmale wird im Rahmen der vorliegenden Arbeit der Begriff Tourismus entsprechend Kaspar (1991, S. 18) als «Gesamtheit der Beziehungen und Erscheinungen» betrachtet, welche sich aus Reisen und Aufenthalten ergeben, von Personen, deren Aufenthaltsort nicht ihren hauptsächlichen bzw. dauernden Wohn- oder Arbeitsort darstellt (zitiert nach Bieger & Beritelli, 2012, S. 1).

2.1.2 Tourismusarten

Da Tourismus ein vielschichtiges Phänomen ist, gibt es nicht den einen Tourismus, sondern eine Vielzahl diverser Erscheinungsformen (Bieger & Beritelli, 2012, S. 4). Aus einer nachfrageorientierten Sichtweise kann Tourismus anhand von vier Kategorien erfasst werden (Abb. 1); Inland- und Auslandtourismus, Gruppen- und Individualtourismus, Reisemotiv und Transportmittel (Kaspar, 1991, S. 18ff.). Das Reisemotiv lässt sich wiederum in zwei Formen gliedern, den Geschäfts- und Freizeittourismus. Beim

Geschäftstourismus handelt es sich um Reisemotive wie bspw. geschäftliche Seminarbesuche oder Firmen-Events. Wird hingegen vom Freizeittourismus gesprochen, so kann dieser Sport-, Kultur-, Erholungs- oder auch Gesundheitstourismus darstellen (Bieger & Beritelli, 2012, S. 4). Allerdings lässt sich der Tourist nicht eindeutig zum einen oder anderen Reisemotiv zuordnen, was von der Tourismusforschung so akzeptiert werden muss (Sommer, 2012, S. 25).

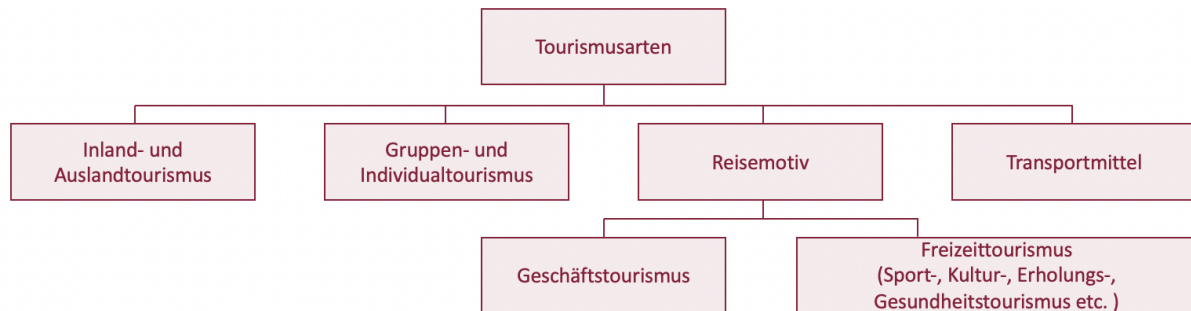


Abbildung 1: Tourismusarten (Eigene Darstellung in Anlehnung an Bieger & Beritelli, 2012, S. 4)

Für das bessere Verständnis der vorliegenden Arbeit soll spezifisch auf den Spirituellen Tourismus eingegangen werden. Unter diesem werden Reisen verstanden, die auf einem religiösen oder spirituellen Motiv beruhen (Sommer, 2012, S. 45). Die Einteilung des spirituellen Tourismus zu einem Grundmotiv ist sehr schwierig. Zentral für die Zuordnung innerhalb der vorliegenden Arbeit ist die Definition von Kultur gemäss UNESCO, nach welcher diese «[...] als die Gesamtheit der einzigartigen geistigen, materiellen, intellektuellen und emotionalen Aspekte angesehen werden, die eine Gesellschaft oder eine soziale Gruppe kennzeichnen» (1982, S. 1). Entsprechend diesem Verständnis stellen Religion und Spiritualität Kulturbestandteile dar. Wird diese Tatsache auf den Tourismus transferiert, gilt es den Spirituellen Tourismus ebenfalls unter dem Oberbegriff des Kulturtourismus einzuordnen (Sommer, 2012, S. 26). Innerhalb des Spirituellen Tourismus lassen sich in Bezug auf touristische Objekte und Reisemotive sechs Reisearten erkennen; Pilgern, Wallfahrten, Religiöse Feste, Kirchenbesuche, Besuch von Wirkungs- oder Lebensorten bedeutender Personen und Besuch religiös-historischer Stätten (Sommer, 2012, S. 29). Für die Ausführungen im weiteren Verlauf der Arbeit sind insbesondere die Unterschiede zwischen Pilger- und Wallfahrt hervorzuheben (Abb. 2).

Pilgerfahrt	Wallfahrt
- Wegorientiert	- Zielorientiert
- Der Einzelne	- Die Gemeinschaft
- Individuelle Reise	- Gruppenreise
- Grosse Entfernung	- Geringere Entfernung
- Keine bestimmte Termine	- Feste Termine
- Unregelmässig	- Regelmässig
- Selbst bestimmte Dauer	- Festgelegte Dauer

Abbildung 2: Unterscheidung zwischen Pilger- und Wallfahrt (Eigene Darstellung in Anlehnung an Sommer, 2012, S. 29)

2.1.3 Begrifflichkeiten rund um die Destination

Zentrale Bestandteile vorliegender Arbeit bilden die Begrifflichkeiten der Destination, des Destinationsmanagements und der Destinationsmanagementorganisation. Diese werden nachfolgend entsprechend dem SGDM definiert, welches die Basis sämtlicher Ausführungen bildet.

Im SGDM (Beritelli et al., 2013) wird unter einer *Destination* als Analyseeinheit ein Konstrukt verstanden, «[...] in welchem mehrere und dynamische Reiseströme ebenso viele dynamische, auf unterschiedlichen Ressourcen aufbauende Angebotsnetzwerke zu unterschiedlichen Zeitpunkten aktivieren, in welchem mehrere Akteure zu finden sind, deren Rollen und Verantwortlichkeiten sich ändern können und in welchem es mehrere und variable Räume gibt, die analysiert und touristisch gestaltet werden können» (S. 8). Dabei unterscheidet sich diese nachfragegetriebene Definition von den angebotsgetriebenen Definitionen, da sie sich abwendet vom Verständnis der Destination als ein starr eingegrenzter Raum und sich zuwendet zum Verständnis einer Destination als ein strategisches Geschäftsfeld (SGF), welches auf Ressourcen und Raum zugreift (S. 8 & 9). Dabei versteht sich ein SGF als ein durch signifikante Besucherströme generiertes Betätigungsfeld, welches Geschäfte erzeugt und eine sehr hohe strategische Bedeutung trägt (S. 6).

Die *Destinationsmanagementorganisation (DMO)* ist im Gegensatz zur Destination eine führende organisatorische Einheit, die verschiedene touristische Stakeholder umfasst und Partnerschaften im Hinblick auf eine gemeinsame Vision des Reiseziels fördert (UNWTO, 2019, S. 16).

Da sich das SGDM nicht nur auf die DMO allein konzentriert, sondern auf das generelle *Destinationsmanagement*, ist das Modell nicht nur für Tourismusunternehmen, sondern auch für die gesamte Gesellschaft sowie den öffentlichen Sektor von Relevanz (Beritelli et al., 2015, S. 17). Dabei geht es im Destinationsmanagement um das Management von Subsystemen, welche durch eigenständige touristische Dynamiken entstehen (Beritelli & Laesser, 2013, S. 22).

2.2 Das St. Galler Modell für Destinationsmanagement

2.2.1 Einleitung in das SGDM

Aufbauend auf den vorhergehenden definitorischen Abgrenzungen soll in diesem Unterkapitel das SGDM eingeführt werden, welches in der vorliegenden Arbeit als wichtiges methodisches Instrumentarium zum Einsatz kommt. Zentraler Bestandteil des Modells bilden Besucherströme, welche von strategischer Bedeutung sind, die es zu identifizieren und in den Planungsprozess miteinzubeziehen gilt (Beritelli et al., 2015, S. 42). Vergleichbar sind diese Besucherströme mit dem Phänomen der Schwarm-Intelligenz, welches basierend auf dem Ameisenalgorithmus aufzeigt, wie signifikante Ströme ein stabiles und wiederkehrendes Muster aufzeigen (Beritelli & Laesser, 2013, S. 25). Besucherströme

stellen somit einen kollektiven Auftritt aller Besucher und Einheimischen in einer Destination dar und bilden die Gesamtnachfrage, welche vom Angebot aktiviert wird (Beritelli et al., 2020, S. 5-6 & 11).

2.2.2 Das Kreislaufmodell des SGDM

Zentraler Gegenstand des SGDM bildet das Kreislaufmodell für wirksames Destinationsmanagement, welches insgesamt sechs Schritte beinhaltet (Abb. 3). Da im empirischen Teil dieser Arbeit nicht sämtliche Schritte durchgeführt werden, wird der Fokus in diesem Unterkapitel lediglich auf die detaillierte Ausführung der in Abbildung 3 dunkelrot eingefärbten Schritte gelegt.

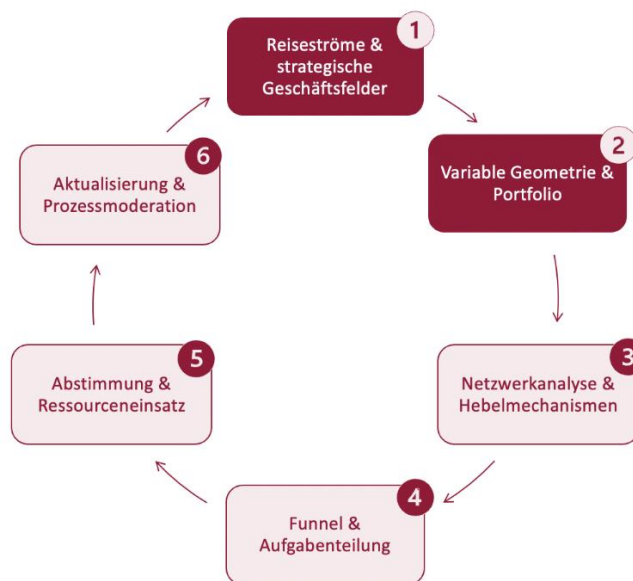


Abbildung 3: Das Kreislaufmodell des SGDM (Eigene Darstellung in Anlehnung an Beritelli et al., 2013, S. 30)

Reiseströme & strategische Geschäftsfelder: Im ersten Schritt geht es erstmals um die Identifikation der Besucherströme und den daraus abgeleiteten SGF. Hierfür werden die erfassten Besucherströme auf einer grossflächigen Illustration der Destination eingezeichnet. Der Grossflächigkeit kommt aufgrund der nachfrageorientierten Sichtweise eine hohe Bedeutung zu, da sich die Kartenausschnitte nicht an politischen Gemeindegrenzen orientieren, sondern an SGF (Beritelli & Laesser, 2013, S. 30).

Nebst der Skizzierung der Besucherströme werden diese beschrieben und charakterisiert (Beritelli & Laesser, 2013, S. 30). Der in Abbildung 4 dargestellte Kartenausschnitt mit der dazugehörigen Legende stellt das Grundschema dar, welches im empirischen Teil der Arbeit angewendet wird. Anhand dieser Legende werden die Charakterisierungsmerkmale des jeweiligen Besucherstroms erfasst. Die Rubrik «Besucherstrom» ist oben links auf der Karte zu finden und ordnet jedem Strom einen Titel zu. Direkt unterhalb von dieser werden die wichtigsten Merkmale des entsprechenden Stroms kurz beschrieben. Auf der rechten Seite unter «Profil – wer/woher», werden die jeweiligen Besucherströme anhand der Tourismusarten beschrieben, um möglichst homogene Gruppen zu definieren (vgl. 2.1.2). Die darunterliegenden Rubriken beschreiben das kennzeichnende Verhalten eines Stroms und

erfassen dessen saisonale Variabilität wie auch Lebenszyklusphase. Zum Schluss ordnet das unterste Feld jedem Besucherstrom ein Reisemuster zu.



Abbildung 4: Vorlage für das Grundschema (Bild: Geo Admin, o. D., Legende: Eigene Darstellung in Anlehnung an Beritelli et al., 2015, S. 59)

Das zuletzt aufgeführte Charakterisierungsmerkmal des Reisemusters ergibt sich aus den eingezeichneten Besucherströmen. Diese neue Sichtweise ermöglichte die Rekonstruktion der Erlebnisräume, welche in Vergangenheit aufgrund der Orientierung an starren politischen Gemeindegrenzen verwehrt blieb. Tabelle 2 führt verschiedene Reisemuster auf, welche zur Mitgestaltung und Veränderung eines Raumes beitragen.

				
Holen-Halten	Verbindungskomponente	Nabe-Speiche	Organisierte Reisen	Freilaufende
Gäste reisen in eine Destination, um vor Ort zu bleiben. Dieses Verhalten entspricht dem traditionellen Destinationsverständnis.	Die Destination dient als Erlebnisraum für meist kurze Zeit, um grössere Gebiete zu bereisen.	Die Destination stellt einen zentral gelegenen Ort mit guter Infrastruktur dar, welcher als Ausgangspunkt für Tagestouren in andere Gebiete dient.	Die Destination ist Teil eines standardisierten Leistungsbündels einer organisierten Rundreise.	Die Destination wird aufgrund von spontanen Entscheidungen der Reisenden aufgesucht.

Tabelle 2: Reisemuster (Eigene Darstellung in Anlehnung an Beritelli & Laesser, 2013, S. 32)

Variable Geometrie & Portfolio: Im zweiten Schritt geht es um die Erstellung einer Übersicht aller identifizierten und charakterisierten Besucherströme auf einer Synthese-Karte. Aus diesem Bild können Destinationsmanager vier Räume mit unterschiedlicher strategischer Wichtigkeit extrahieren: Polyvalente Räume, nichttouristische Räume, Räume mit und mit geringem bzw. keinem Potenzial. Die

variable Geometrie lässt damit eine Ersteinschätzung über die Anzahl SGF und deren Vielfältigkeit zu. Letzten Endes sprengt die variable Geometrie auch das politisch-administrative Territorialdenken endgültig. Dies führt zu der Einsicht, dass sich Destinationsmanager mit weiten Räumen befassen müssen, denn Reisende kennen keine Grenzen (Beritelli & Laesser, 2013, S. 33–35).

2.2.3 Herausforderungen

Das SGDM soll beim grundlegenden Überdenken von sechs verschiedenen Schwierigkeiten des Destinationsmanagements Unterstützung bieten. Den Autoren des SGDM zufolge sollten diese bei der Weiterentwicklung des Destinationsmanagements aus prozessorientierter Sicht nicht in Vergessenheit geraten, weshalb sie nachfolgend eingeführt werden (Beritelli et al., 2014, S. 36–37; Beritelli et al., 2015, S. 19–29; Beritelli & Laesser, 2013, S. 15–20).

Herausforderung I: Bei der ersten Herausforderung handelt es sich um das territoriale Amalgam, welches den Fokus auf die Missdeutung des Destinationsverständnisses als eine angebotsseitig definierte Einheit richtet. Abwendend von diesem Verständnis findet Tourismus in Wirklichkeit räumlich und zeitlich konzentriert statt, was die Definition der Destination in Kapitel 2.1.3 bekräftigt.

Herausforderung II: Die zweite Herausforderung spricht das Problem der Begriffsunklarheiten und Missverständnisse an. Dabei will es die oftmals unreflektierte Übertragung von Begriffen, Modellen und Schemata aus anderen Disziplinen auf den inhomogenen Kontext der Destination zum Ausdruck bringen.

Herausforderung III: Die Überbewertung von Kollaboration und Kooperation stellt die dritte Herausforderung dar und möchte auf den Irrglauben aufmerksam machen, dass der Tourismus aus Anbieter-sicht koordiniert werden sollte und im Idealfall alle Akteure miteinander kollaborieren sollten. Entgegen der Erwartung, eine Destination wie eine einheitliche Organisation managen zu können, handelt jeder Akteur auch nach einer Konsensfindung mit allen weiteren Stakeholdern nach seiner eigenen Logik und seinen eigenen Strategien.

Herausforderung IV: Eine weitere Herausforderung stellt die Verkäufermarktfalle dar. Dabei handelt es sich um fruchtlose Planungen von Angeboten und Projekten seitens der Anbieter. Die Effekte von eigenen Vertriebs- und Verkaufsplattformen von Destinationen sowie Werbekampagnen erscheinen fragwürdig.

Herausforderung V: Die zunehmende Daten- und Informationsflut ist eine Herausforderung, welche auf die Entwicklungen des heutigen Zeitalters zurückzuführen ist. Den Destinationen stehen meist nur noch Zahlen in aggregierter Form zur Verfügung, welche des Öfteren mit weiteren Studien verbunden und erweitert werden. Problematisch ist dabei, dass Datenanwender kaum erschliessen können, was

wirklich hinter diesen Daten steckt, da sie diese nicht selbst erhoben haben. Durch mangelndes Hinterfragen der Ursache-Wirkungszusammenhänge können solche Daten wertlos werden.

Herausforderung VI: Zuletzt aber nicht minder wichtig sind die Orientierung an Wettbewerbern und das Imitationsverhalten zu nennen. Die Problematik liegt in der Verleitung der touristischen Akteure, sich an erfolgreichen Wettbewerbern zu orientieren, obwohl sich die Erfolgsbeispiele aufgrund der heterogenen Leistungsbündel und Wertschöpfungsprozesse nicht nachbilden lassen. Zudem nehmen Besucher Destinationen, welche von touristischen Akteuren als Vergleichsdestinationen identifiziert werden, entgegen den Erwartungen der Akteure gar nicht als Substitute wahr.

2.3 Erweiterung des strömungsbasierten Ansatzes

Die Bedeutung des Verständnisses eines Reiseziels als nachfrageorientiertes Konstrukt wurde in den letzten Jahren durch jüngste Forschungsarbeiten zunehmend bekräftigt. Von diesem Verständnis ausgehend thematisiert der erweiterte strömungsbasierte Ansatz mittels eines neuen Rahmens drei Konzepte sowie deren zusammenhängende Theorien; Korridore, Trajektorien und Besucherströme. Gemeinsam beschreiben sie die Manifestation des Tourismus in Raum und Zeit. Im Fokus stehen die sozialen Mechanismen, welche in ihrer Gesamtheit Besucherströme erzeugen und dadurch eine entscheidende Bedeutung in der Gestaltung von Destinationen tragen (Beritelli et al., 2020, S. 1–3). Im empirischen Teil der Arbeit fließen die Kernelemente des erweiterten Ansatzes in die Analyse gemäss SGDM mit ein, indem Besucherströme in Relation zu Trajektorien und Korridoren gesetzt werden. Im Folgenden wird zuerst der konzeptionelle Rahmen und anschliessend die entsprechende theoretische Fundierung des Ansatzes eingeführt.

2.3.1 Konzeptioneller Rahmen

Reise- und Nichtreisezeiten bieten eine Möglichkeit zur Analyse der biografischen Struktur einer Person. Die Abwechslung von Phasen der Arbeit und Freizeit motivieren zum Reisen. Beide Phasen zusammen ergeben die «Reise des Lebens», welche in Abbildung 5 in der obersten Zeile visualisiert ist. Reisezeiten werden durch die weissen Streifen hervorgehoben und sorgen damit für Unterbrechungen der täglichen Routine. Da jede Reise zu verschiedenen Zeitpunkten unterschiedliche Entscheidungen verlangt, stellen sämtliche Reiseentscheide eine Gesamtheit von Entscheidungen dar. Die Mehrheit der fundamentalen Entscheidungen wird vor der Abreise getroffen. Diese sind in Abbildung 5 auf der Ebene der «Gesamtreise» mit einer Detonation vor dem Zeitstrahl gekennzeichnet. Die Ebene der «Gesamtreise» stellt nur eine Reiseperiode der «Reise des Lebens» dar, welche sich wiederum in «Sequenzen innerhalb der Reise» unterteilen lässt. Bei diesen Tages- und Halbtagesprogrammen kann sich das Programm und somit die Entscheidungen aufgrund des jeweiligen Kontextes jederzeit verändern (Beritelli et al., 2020, S. 2-3).

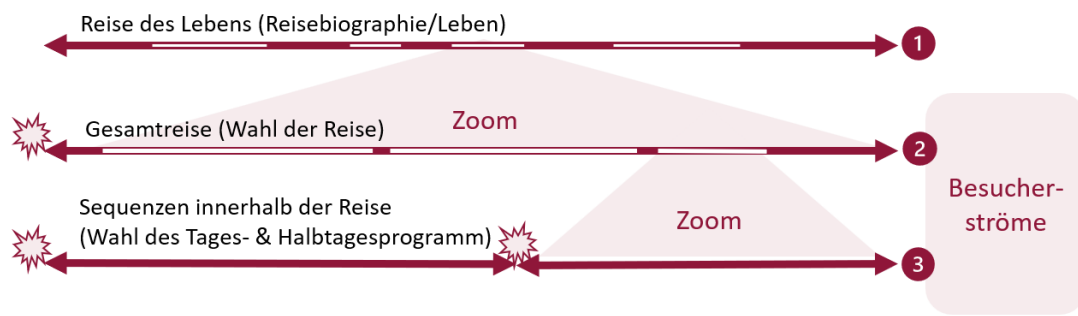


Abbildung 5: Reisewahl bei Besucherströmen (Eigene Darstellung in Anlehnung an Beritelli et al., 2020, S. 3)

In diesem Modell nehmen Besucher täglich an einem Besucherstrom teil, welcher aufgrund der Besuche derselben Attraktionen und des Verfolgens ähnlicher Aktivitäten auch von anderen Personen erlebt wird. In Konklusion ergibt sich aus der Summe der Entscheidungen nicht nur das individuelle, sondern auch das kollektive Verhalten. Die Teilhabe an einem Besucherstrom kann für die Reisenden eine Gesamtreise oder nur eine bestimmte Sequenz innerhalb einer Reise darstellen. Dabei kommt jedem Strom eine grundlegende Struktur zu, welche sich aus den wichtigsten Aktivitäten bzw. ‹Hauptaktivitäten› der Reisenden ergibt (vgl. Abb. 6). Auch wenn innerhalb des Stroms nicht jede enthaltene Aktivität durch sämtliche Besucher ausgelöst wird, ist dieser von einer intendierten Richtung gekennzeichnet, welche als Trajektorie bezeichnet wird (Beritelli et al., 2020, S. 2-3).

Auf noch mikroskopischer Ebene lassen sich die ‹Einzelaktivitäten› erkennen (Abb. 6). Diese liegen auf der Ebene der Korridore und zeichnen sich durch ihre starke Ortsbezogenheit und zeitliche Begrenzung aus. Sie bilden das Ergebnis spontaner, kollektiver Entscheidungen im Kontext der vielfältigen Umstände, welche in jeder Situation zu unterschiedlichen Ereignissen führen kann. In anderen Worten sorgen diese Aktivitäten dafür, dass dieselbe Besuchergruppe eine exakt gleiche Aktivität an einem anderen Tag durchführen könnte, jedoch eine andere Erfahrung erleben würde. Die Entscheidungen auf der Ebene des Korridors finden nicht im Sinne einer vorhergehenden Planung statt, sondern ergeben sich vielmehr auf Basis gängiger Heuristiken im Zusammenhang mit dem gegebenen Kontext (Beritelli et al., 2020, S. 3).

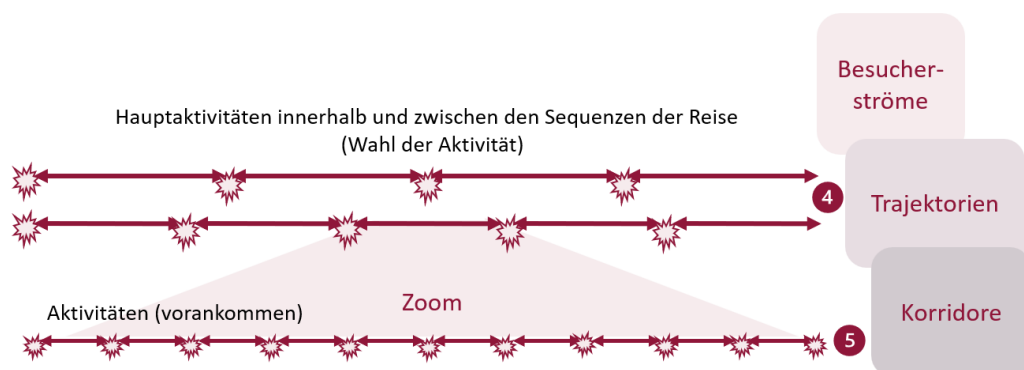


Abbildung 6: Reisewahl bei Trajektorien und Korridoren (Eigene Darstellung in Anlehnung an Beritelli et al., 2020, S. 3)

2.3.2 Theoretischer Hintergrund

Obwohl Besucherströme, Trajektorien und Korridore Bestandteil desselben Reiseverhaltens bilden, werden diese in Abbildung 7 separiert ausgewiesen, um ihre einzigartigen Merkmale hervorzuheben.

«Korridore» stellen Passagen dar, in welchen bestimmte Objekte, Gebäude, Räume, Flächen oder Dienstleistungen zu bestimmten Verhaltensweisen führen. Diese Attraktionen und Aktivitäten (vgl. Abb. 7) stellen die Angebotselemente der Besucherleistungen dar. Sie begründen gemeinsam das Erlebnispotenzial einer Destination. Der erweiterte strömungsbasierte Ansatz legt nahe, dass Attraktionen und Aktivitäten miteinander interagieren und mehrere alternative Korridore bilden, in welchen Besucher eine hohe Anzahl und Vielfalt von Erfahrungen erleben. Somit bewegen sich Reisende bewusst oder unbewusst entlang verschiedener Korridore, wodurch kontinuierliche Momente der Interaktion erzeugt werden. Aktivitäten und Attraktionen kommt eine Orientierungsfunktion zu, da sie den Besuchern Ankerpunkte für die Gestaltung des eigenen Programms liefern. Zusammenfassend geben Korridore den Reisenden somit räumliche wie auch mentale Richtungen vor, welche im Rahmen der Trajektorien konzeptualisiert werden (Beritelli et al., 2020, S. 4).

«Trajektorien» stellen die Bewegungsbahnen von Besuchern dar. Letztere visieren aus der Ferne einen geistigen oder visuellen Punkt an und bewegen sich über Zwischenstationen auf diesen zu. Dabei bewegen sich Besucher keineswegs geradlinig auf ein Ziel zu, sondern verschieben sich über zeitliche und räumliche Umwege. Die Abweichung zur Geradlinigkeit liegt in der Entscheidungsfindung der Besucher begründet, da diese in den Korridoren auf verschiedene Reize bzw. Attraktionen und Aktivitäten reagieren sowie mit anderen Menschen interagieren. In den Trajektorien werden demnach die kognitiven wie auch räumlichen Verknüpfungen erfasst, welche wiederholt zwischen Attraktionen und Aktivitäten durch Besucher gebildet werden. Die Gesamtheit dieses sozialen Verhaltens wird durch das Konzept der Besucherströme erfasst (Beritelli et al., 2020, S. 5).

«Besucherströme» stellen in Analogie zum vorhergehenden Ameisenvergleich (vgl. 2.2.1) kollektive Erlebnisse ähnlicher Art dar, welche gleichzeitig oder nacheinander von mehreren Besuchern durchgeführt werden. Innerhalb eines Stroms aktivieren und erleben die Besucher diesen jedoch keineswegs auf identische, sondern immer auf subjektiv-individuelle Weise. Trotzdem lassen sich Ströme anhand stabiler Merkmale identifizieren. In der Summe stellen Besucherströme die gesamte Nachfrage dar, welche durch ihr Verhalten das touristische Angebot aktiviert (Beritelli et al., 2020, S. 5–6).

In Konklusion erklärt der geschilderte Rahmen somit, wie Nachfrage und Angebot zusammenwirken, indem durch Besucherströme, Trajektorien und Korridore verschiedene Arten von Besucherleistungen geschaffen werden. Entsprechend wird im empirischen Teil die variable Geometrie bzw. das Portfolio der Besucherströme um Korridore und Trajektorien erweitert, welche das dynamische Ökosystem des Austauschs zwischen Angebot und Nachfrage bestimmen (Beritelli et al., 2020, S. 10).

Des Weiteren fließt das Konzept in die Ausgestaltung der Politiken für eine langfristige Ausrichtung des Angebots mit ein. Gemäss Beritelli et al. (2020) gilt es ein fragmentiertes Angebot anzustreben, da sich bei einer hohen Vielfalt an Aktivitäten und Attraktionen die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass Besucher ihren Aufenthalt verlängern (S. 6). Dementsprechend besteht das Ziel der Ausrichtung darin, die Diversität der angebotenen Aktivitäten zu fördern, die Verbindungen zu anderen Gebieten im Sinne geringer Mobilitäts- und Informationsbarrieren zu optimieren sowie die mentale und visuelle Wegleitung der Besucher zu unterstützen (Beritelli et al., 2020, S. 11).

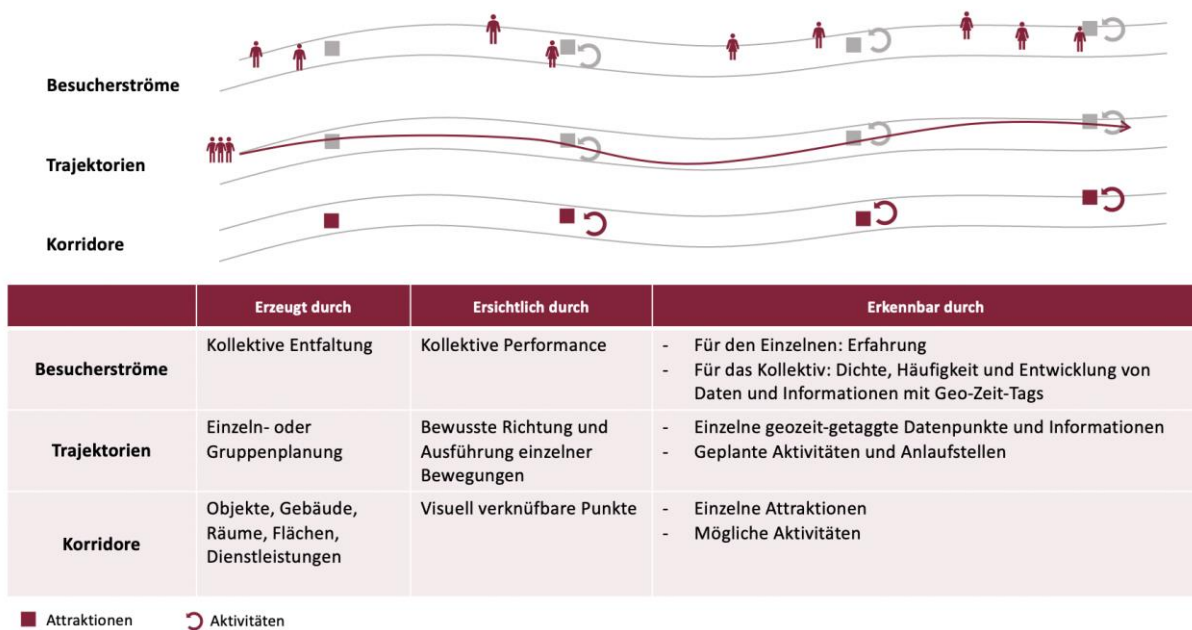


Abbildung 7: Drei Elemente des Rahmenwerkes (Eigene Darstellung in Anlehnung an Beritelli et al., 2020, S. 5)

2.4 Einsatz der Sustainable Development Goals

2.4.1 SDGs im Kontext des Tourismus

Die Sustainable Development Goals entwickelten sich aus der Agenda 2030 heraus, welche von allen Mitgliedstaaten der Vereinten Nationen im Jahre 2015 angenommen wurde. Die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung (vgl. Abb. 8) streben eine gemeinsame Intention an; Friede und Wohlstand für Mensch und Planet sowohl jetzt als auch in Zukunft (SDGs, o. D.). Dabei werden alle Länder und alle Interessensträger die Agenda 2030 in kooperativer Partnerschaft realisieren (Vereinte Nationen, 2015, S. 1). Auch von der Schweiz wird die nationale Umsetzung der Ziele erwartet (EDA, o. D. a). Im Rahmen dieser Arbeit steht das Ziel 8 «Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum» im Zentrum, welches die Förderung eines langfristigen, breitenwirksamen und nachhaltigen Wachstums der Wirtschaft, menschenwürdiger Arbeit und produktiver Vollbeschäftigung bestrebt (Vereinte Nationen, S. 20). Im Kern bezweckt dieses eine Entkoppelung des Wirtschaftswachstums und der Umweltzerstörung (EDA b, o. D. b).



Abbildung 8: Sustainable Development Goals (UNRIC, o. D.)

Branchenbezogen stellt der Tourismus einen wesentlichen Bestandteil für die Zielerreichung der Agenda 2030 dar. Als drittgrösste Exportkategorie macht Tourismus rund 10% des weltweiten BIP aus und schafft global rund 10% der Arbeitsplätze. Damit ist er eng mit den drei Nachhaltigkeitskriterien Wirtschaft, Gesellschaft und Ökologie vieler Destinationen verbunden (T4SDG, o. D.). Die Welttourismusorganisation versteht dabei unter *nachhaltigem Tourismus* einen Tourismus, welcher seine jetzigen und zukünftigen wirtschaftlichen, ökologischen und sozialen Effekte vollumfänglich berücksichtigt und gleichzeitig die Anliegen aller Besucher, der Branche, des Ökosystems sowie der Gastgeber berücksichtigt (UNWTO, 1993, S. 11). Das Ziel 8 der SDGs gliedert sich erneut in zehn Unterziele, wobei sich Unterziel 8.9 konkret auf den nachhaltigen Tourismus bezieht. Die Vereinten Nationen (2015, S. 21) definieren das Unterziel 8.9 wie folgt:

SDG-Target 8.9

«Bis 2030 Politiken zur Förderung eines nachhaltigen Tourismus erarbeiten und umsetzen, der Arbeitsplätze schafft und die lokale Kultur und lokale Produkte fördert».

2.4.2 Methodische Verwendung des SDG-Target 8.9

Die vorliegende Arbeit macht sich das oben aufgeführte Ziel zunutze, um nach der Analyse der Besucherströme, Politiken für einen nachhaltigen Tourismus im Sinne von SDG-Target 8.9 abzuleiten. Den Politiken kommt in dahingehender Betrachtung eine besondere Bedeutung zu, dass politischer Gestaltungswille sowie gemeinsame Anstrengungen die Grundvoraussetzungen für die Umsetzung der Beschlüsse von 2015 zur Agenda 2030 darstellen werden (Brot für die Welt, 2016, S. 13). Das Ziel der Arbeit besteht darin, durch integrative, langfristig ausgelegte Politiken der Tourismusgestaltung

mögliche Ansätze zu vermitteln, um den Tourismus in Flüeli-Ranft in nachhaltige Bahnen zu lenken oder auf diesen zu bewahren. Gemäss SDG-Target 8.9 stehen dabei drei Kriterien im Vordergrund; die Schaffung von Arbeitsplätzen, die Förderung lokaler Kultur und die Förderung lokaler Produkte. Um politische Handlungsempfehlungen abzuleiten, müssen die Besucherströme anhand der drei Kriterien analysiert werden. Abbildung 9 stellt das Grundschemata dar, welches für diese Analyse im empirischen Teil verwendet wird. In einem ersten Schritt geht es um das Sammeln von Aussagen verschiedener Destinationsexperten zu den jeweiligen Besucherströmen, welche in der ersten Spalte Kriteriumsübergreifend gesammelt werden. Nach dem Zusammenstellen münden diese Experten-übergreifend in Erkenntnissen bezüglich der jeweiligen Förderung. Anhand dieser Erkenntnisse können wiederum Konsequenzen für die jeweiligen Besucherströme eruiert werden, inwiefern diese die Förderung eines der drei Zielbestandteile unterstützen und damit verbunden in Handlungsempfehlungen integriert werden müssen. Zentral gewichtet bzw. separat ausgewiesen wird bei den Konsequenzen jeweils die Intensität der Förderung sämtlicher Unterziele. Bei einer schwachen Förderung durch einen Besucherstrom müssen Überlegungen hinsichtlich des Abbaus oder der Modifikation des Stroms angebracht werden. Bei positiven Auswirkungen hingegen stehen vor allem Politiken zur Förderung des Besucherstroms im Fokus. Des Weiteren dient diese Quantifizierung dazu, abschliessend mittels Heatmap eine gesamthafte Übersicht der Förderung sämtlicher Unterziele durch jegliche Ströme darzustellen. Die Aussagekraft dieser Darstellung muss allerdings dahingehend relativiert werden, dass es sich bei der Quantifizierung nicht um absolut gegebene Werte handelt, sondern lediglich um Schätzwerte der Relationen zwischen den identifizierten Besucherströmen.

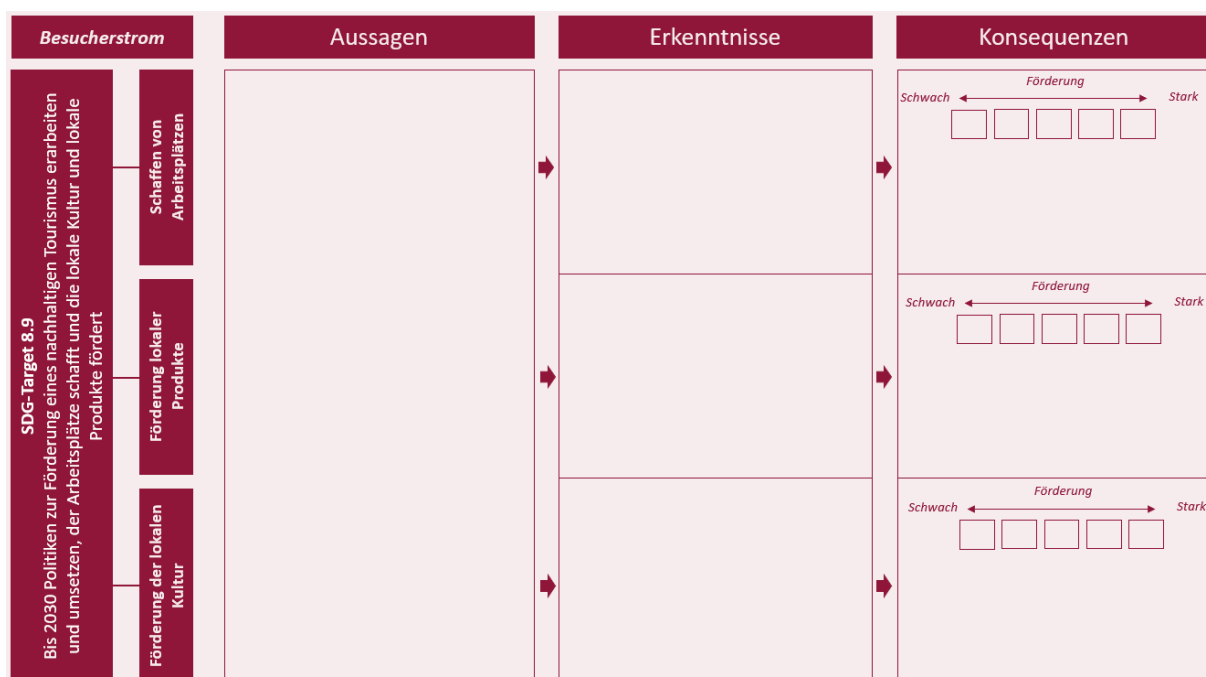


Abbildung 9: Analysetabelle SDG-Target 8.9 (Eigene Darstellung)

3 Anwendungsgebiet Flüeli-Ranft

Das vorliegende Kapitel bezweckt die Vermittlung eines möglichst realitätsnahen Bildes der Destination Flüeli-Ranft. Im ersten Unterkapitel werden die Lage und Charakteristik des Wallfahrtsortes beschrieben (3.1), woraufhin das nachfolgende den historischen Hintergrund zusammenfassend einführt (3.2). Im letzten Unterkapitel werden die Hauptattraktionen in Flüeli-Ranft wie auch ausgewählte, relevante Attraktionen umliegender Gebiete charakterisiert (3.3).

3.1 Lage und Charakteristik

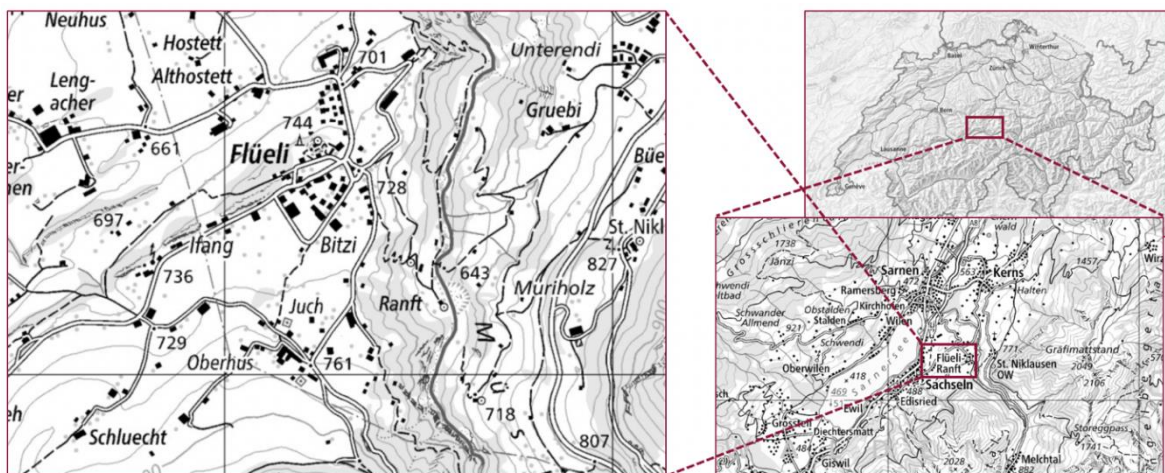


Abbildung 10: Lagebild Flüeli-Ranft (Geo Admin, o. D.)

Flüeli-Ranft liegt inmitten der Schweiz auf der Obwaldner Achsenverbindung zwischen Luzern und Interlaken. Es gehört der Gemeinde Sachseln und damit dem Kanton Obwalden zu, wobei das Dorf Sachseln mit einer Distanz von 3.5 km Autostrasse die nächstgelegene Ortschaft darstellt. Letzteres lässt sich im Fall der Anreise mittels öV aus nördlicher Richtung innerhalb von 20 - 30 min ab Luzern oder innerhalb von 80 - 100 min ab Zürich erreichen. Aus dem südlich gelegenen Interlaken nimmt die Anreise durch den öV 1 Stunde und 30 min in Anspruch. In Sachseln angekommen, lässt sich Flüeli-Ranft binnen ca. 5 min durch Automobil- wie auch Busverkehr erreichen.

Des Weiteren lässt sich Flüeli-Ranft auf direktem Weg mittels derselben Verkehrsmittel über Sarnen wie auch Kerns erschliessen, mit Entfernungen von 4.4 und 4.3 km Autostrasse. Im Osten von Flüeli-Ranft liegt St. Niklausen (4.4 km Autostrasse, 1.9 km Wanderweg) sowie im Südosten das Dorf Melchtal (knappe 10 km Autostrasse, 6 km Wanderweg). Letzteres befindet sich auf der Verbindung zu der Talstation Stöckalp, aus welcher sich mittels Bergbahnen das winterliche Ski- und sommerliche Wandergebiet Melchsee-Frutt erreichen lässt. Neben den bereits erwähnten Verbindungen des Automobil- und Busverkehrs durchqueren unzählige Wander-, Spazier- und Radwege Flüeli-Ranft, welche in ihrer Gesamtheit ein verbindendes Netzwerk zwischen den geschilderten Ortschaften darstellen.

Aus der Perspektive der Charakteristik ist Flüeli-Ranft für das typische Dorfbild bekannt, welches auch dem Inventar der schützenswerten Ortsbilder der Schweiz (ISOS) angehört. Dieses ist gekennzeichnet durch die Kapelle St. Borromäus (Kapelle Flüeli), welche sich in erhöhter Position auf einem Felskegel befindet und hinter welcher sich die massiven Melchtaler Berge erkennen lassen. Als weiteres und wohl bekanntestes Element zeichnet sich die Ortschaft durch die tief gelegene Ranft-Schlucht aus. Diese Kombination verlieh dem Dorf auch ursprünglich seinen Namen, welcher sich aus dem alemannischen *Flüe* für Felsen und dem Bezug zur Ranft-Schlucht zusammensetzt.

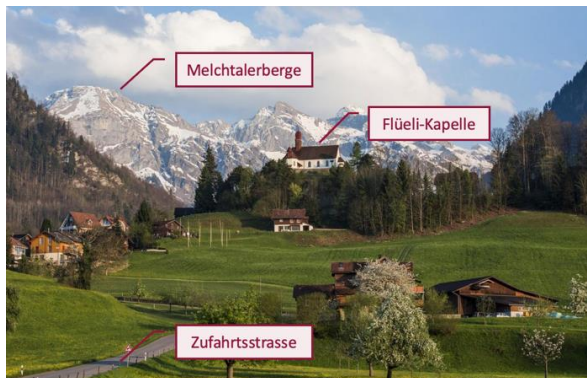


Abbildung 11: Anfahrt Flüeli-Ranft (Bild: Obwalden Tourismus, o. D.)



Abbildung 12: Flüeli-Ranft von Osten aus gesehen (Bild: Beneaththeroses, o. D.)

3.2 Historischer Hintergrund

Auf der historischen Zeitreise durch Flüeli-Ranft gibt es eine bestimmende Begebenheit, welche das Dorf bis heute prägt; das Leben und Wirken des Schweizer Nationalheiligen Niklaus von Flüe bzw. Bruder Klaus. Im vorliegenden Kapitel wird Niklaus von Flüe aus der historischen Perspektive vorgestellt. Zudem wird darauf eingegangen, inwiefern dieser Flüeli-Ranft bis zum heutigen Tag prägt.

Niklaus von Flüe wurde am 21. März 1417 in einer Bauernfamilie in Flüeli-Ranft geboren. 1447 heiratete er Dorothee Wyss, mit welcher er später zehn Kinder hatte. Zusammen lebten sie ein eher unauffälliges Leben als Bauern, obwohl Niklaus von Flüe urkundlich bewiesen, bereits dort ein gewisses Ansehen genoss (Ruch, 2017). Ihm gehörte einer der wohlhabendsten Höfe in Flüeli-Ranft und er bewirtschaftete drei Alpen. Zudem diente er als Ratsherr, Hauptmann und Richter. Lebensweisend war ein von ihm als ungerecht erachtetes Urteil als Richter, welches er nicht mehr rückgängig machen konnte und ihn dazu bewog, alle öffentlichen Ämter niederzulegen, um sich vollständig Gott hinzugeben. Mit dem Einverständnis seiner Frau Dorothee verliess Niklaus von Flüe im Jahr 1467 seine Familie und wurde zum Eremiten. Seine Pilgerreise führte ihn nach Liestal, wo ihn jedoch eine eindringliche Vision zur Umkehr bewog (Schaller, o. D.). Fortan lebte er für 20 Jahre ohne Nahrung in der Ranft-Schlucht, etwa zehn Gehminuten entfernt von seinem ehemaligen Wohnsitz. Als Gottsucher und Beter «Bruder Klaus» wurde er zum gefragten, international und national bekannten Seelsorger und politischen

Ratgeber. 1481 verhinderte sein Rat beim Stanser Verkommnis eine schwere innereidgenössische Krise, welche gar das Ende der Eidgenossenschaft hätte bedeuten können (Frei, 2017). Exakt siebenzig Jahre nach seinem Geburtstag, am 21. März 1487, verstarb Bruder Klaus. Im Jahr 1648 wurde er seliggesprochen, 1947 erfolgte die Heiligsprechung (Ruch, 2017).

Die Selig- und Heiligsprechung von Bruder Klaus führten dazu, dass sich Flüeli-Ranft zu einem boomenden Wallfahrt- und Pilgerort entwickelte (Schaller, o. D.). Noch heute zieht der Ort nicht nur aufgrund der schönen Natur, sondern vor allem durch den historischen Hintergrund, Besucher aus aller Welt an. Diesen wird sodann eine Entdeckungsreise zu Bruder Klaus, seiner Frau Dorothee und sich selbst geboten (Obwalten Tourismus, o. D.).

3.3 Hauptattraktionen

Nachfolgend werden die Hauptattraktionen in Flüeli-Ranft beschrieben, welche im Rahmen dieser Arbeit betrachtet werden. Wie der Legende in Abbildung 13 zu entnehmen ist, wurden die Attraktionen vor Ort in *Touristische Orte*, *Bruder Klaus Orte*, *Mobilität* und *Sonstige Orte* eingeteilt. Zudem werden die offiziellen Schweizer Wander- und Pilgerwege dargestellt. Abschliessend wird mittels eines Exkurses ein Überblick über die wichtigsten Attraktionen in den umliegenden Gebieten geschildert, da diese für das Verhalten der Besucherströme in Flüeli-Ranft von hoher Relevanz sind.

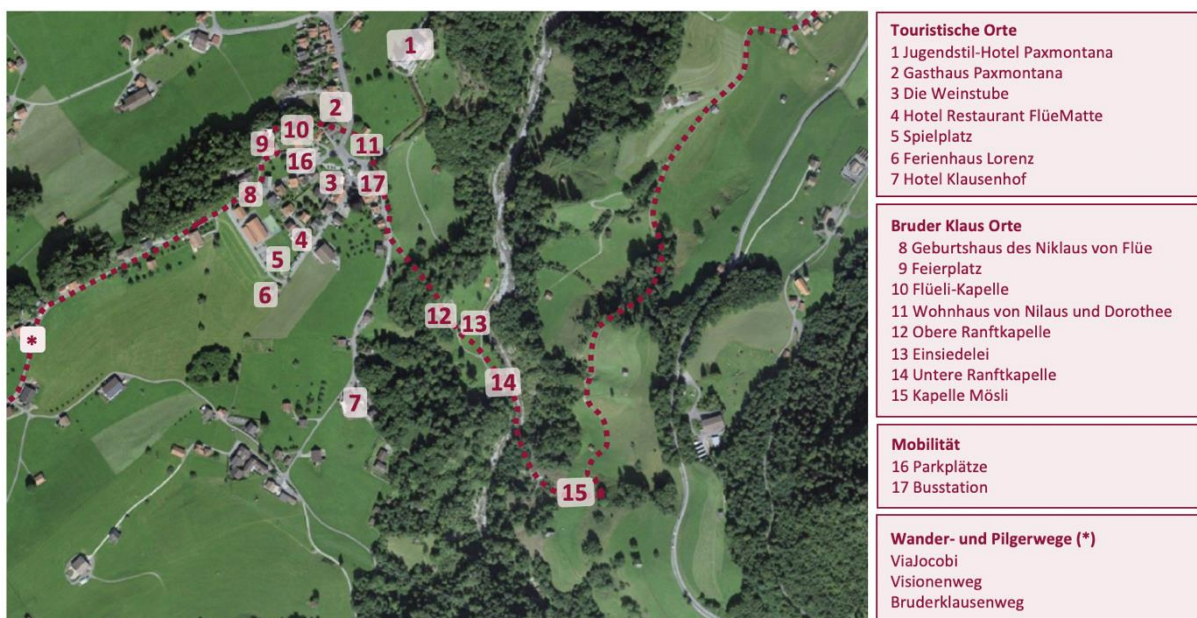


Abbildung 13: Attraktionen in Flüeli-Ranft (Bild: Geo Admin, o. D., Legende: Eigene Darstellung)

3.3.1 Touristische Orte

Jugendstil-Hotel Paxmontana: Das Jugendstil-Hotel Paxmontana wurde 1896 von Herrn Franz Hess-Michel als Kurhaus unter dem Namen Nünalphorn erbaut und steht heute als Schutzobjekt von nationaler Bedeutung unter Denkmalschutz. Das Angebot baut auf vier Grundpfeilern auf; Hotel,

Restaurants, Banketts und Seminare. Das Hotel verfügt über 83 Zimmer mit insgesamt 160 Betten (Paxmontana, o. D. a). Die Preise reichen dabei von CHF 130 für ein Einzelzimmer bis zu CHF 450 der Turmsuite. Insgesamt stehen den Hotelgästen sowie externen Besucher drei Verpflegungsstätten zur Verfügung. Zum einen das Restaurant Veranda, welches ihre Gäste mit Menus im mittleren Preissegment aus frischen und regionalen Produkten verwöhnt, zum anderen eine Gartenterrasse sowie eine Hotelbar (Paxmontana, o. D. b). Bezüglich Banketts und Seminaren bietet das Jugendstil-Hotel Paxmontana zwölf Räumlichkeiten an, welche das Durchführen von grossen Anlässen ermöglichen (Paxmontana, o. D. c).

Gasthaus Paxmontana: Das seit 2009 zum Jugendstil-Hotel gehörende Gasthaus Paxmontana wurde im Jahre 1617 als Herrenhaus erbaut. Bewohnt wurde es vom jeweiligen Flüeli-Kaplan, einem Pfarrer untergeordneter Hilfsgeistlicher der katholischen Kirche. Im Gasthaus laden insgesamt 16 Gästezimmer mit 32 Betten zum Übernachten ein. Die Preise reichen vom Einzelzimmer von CHF 75 bis zum Familienzimmer mit dreier Belegung von CHF 220. Nebst den Übernachtungsgelegenheiten bietet das Gasthaus auch ein kulinarisches Angebot. Das Restaurant Gasthaus ist bekannt für seine Spezialitäten aus der Schweiz, zubereitet aus regionalen Produkten. Während das Restaurant des Jugendstil-Hotels das ganze Jahr über geöffnet bleibt, wird jenes des Gasthauses lediglich punktuell in der Sommersaison für Veranstaltungen geöffnet (Paxmontana, o. D. d).

Die Weinstube: Im Zentrum des Dorfes Flüeli-Ranft befindet sich die Weinstube, bei welcher ganztags über das gesamte Jahr eine kleine Speisekarte aufliegt sowie am Abend Gerichte zu erlesenen Weinen serviert werden. Des Weiteren ist es möglich, das Restaurant für Feste zu buchen oder ein Wine-Tasting zu geniessen. Der Inhaber Marco Amrein organisiert zudem Events, Weindegustation und Grillabende selbst (Die Weinstube, o. D.).

Hotel Restaurant FlüeMatte: FlüeMatte ist ein Restaurant und Kleinhotel mit einem Wellnessbereich, einem Seminarraum für 25 Personen und einem Kristallstudio mit der grössten Mineraliensammlung Obwaldens. Die Preise je Übernachtung bewegen sich in einem Spektrum von CHF 87 und CHF 100 (FlüeMatte, o. D.).

Spielplatz Flüeli: Beim Spielplatz Flüeli handelt es sich um einen abwechslungsreich gestalteten Spielplatz für Kinder im Alter zwischen 0 – 13 Jahre inklusive Picknickplatz (Kanton Obwalden, o. D.).

Ferienhaus Lorenz: Das Ferienhaus Lorenz steht über das gesamte Jahr zur Vermietung frei. Insgesamt hat das Haus sechs Zimmer mit neun Betten. Die Mietkosten betragen CHF 180 pro Nacht, die Endreinigung CHF 150 pro Aufenthalt, die Bett- und Badwäsche CHF 15 pro Person sowie die Tourismusabgabe CHF 6 pro Nacht (Ferienhaus Lorenz, o. D.).

Hotel Klausenhof: Der Familienbetrieb Hotel Klausenhof bietet neben den neu renovierten Zimmern auch Ferienwohnungen an. Eine Übernachtung im Hotel auf der Nordseite kostet CHF 71 und ein Zimmer auf der Südseite CHF 79. Kulinarisch bietet das Hotel ein Restaurant an, bei welchem mittags ein Mittagsmenu, nachmittags ein Kaffee und Kuchen sowie abends ein Abendmenu serviert wird. Beim Einkauf achtet der Betriebsinhaber auf lokale und regionale Zutaten. Speziell zu erwähnen ist auch die eigene Hauskapelle, welche für Seminare und Gruppenreisen gemietet werden kann. (Klausenhof Flüeli, o. D.).



Abbildung 14: Hotel Paxmontana (Bild: pstarch, 2023)



Abbildung 15: Ferienhaus Lorenz (Bild: Eigene Aufnahme)



Abbildung 16: Spielplatz (Bild: Eigene Aufnahme)

3.3.2 Bruder Klaus Orte

Geburtshaus von Niklaus von Flüe: Wie der Name verrät, kam der Schweizer Landespatron im Geburtshaus des Niklaus von Flüe zur Welt und lebte dort bis zu seiner Heirat mit Dorothee Wyss. Heute ist das Haus im Besitz von der Kappellenstiftung Flüeli-Ranft. Eine Besichtigung des Hauses ist von April bis Oktober sowie auf Anfrage zwischen November und März möglich (Bruder Klaus, o. D. a).

Feierplatz & Segnender Bruder Klaus: Auf dem Feierplatz finden Fest- und Pilgergottesdienste im Freien statt. Dieser wurde im Jahre 1927 zur Heiligsprechung von Bruder Klaus entworfen. Direkt neben dem Feierplatz befindet sich die bronzene Statue des segnenden Bruder Klaus, welche wie auch der Feierplatz von Albert Wider 1947 geschaffen wurde (Bruder Klaus, o. D. b).

Flüeli-Kapelle: Die 1618 Karl Borromäus geweihte Flüeli-Kapelle thront als Wahrzeichen des Dorfes auf dem Flüeli-Felsen. Sie ist ein Kunstdenkmal von nationaler Bedeutung und äusserst beliebt als Hochzeitskapelle (Bruder Klaus, o. D. c).

Wohnhaus von Niklaus und Dorothee: Das Wohnhaus von Niklaus und Dorothee wurde zwischen 1445 bis 1446 gebaut und 1946 auf die Heiligsprechung hin rekonstruiert, sodass es heute der Form nach dem Ursprungszustand entspricht. Niklaus und Dorothee lebten mit ihren zehn Kindern 20 Jahre in diesem Haus, wobei Dorothee nach seinem Weggang noch weitere 30 Jahre im Haus verblieb. Die Besichtigungszeiten sind identisch mit jenen des Geburtshauses (Bruder Klaus, o. D. d).

Obere Ranftkapelle & Einsiedelei: Unweit vom Dorfzentrum liegt die obere Ranftkapelle, in welcher sich Bruder Klaus 1467 als Einsiedler niederliess. Direkt angelehnt an die Kapelle bauten Freunde von ihm wenig später die Einsiedlerzelle. Bis zu seinem Tod lebte er in dieser und wurde in den zwanzig Jahren von vielen Friedensstiftern, Mittler und Ratsuchenden besucht (Bruder Klaus, o. D. e).

Untere Ranftkapelle: Erst nach dem Tod von Bruder Klaus im Jahre 1501 wurde die Untere Ranftkapelle aufgrund des wachsenden Pilgerstroms gebaut. An den Seitenwänden zeigen Bilder von Bruder Klaus Ausschnitte aus seinem Leben auf (Bruder Klaus, o. D. f).

Kapelle Mösli: Mit der Erlaubnis von Bruder Klaus liess sich Bruder Ulrich, ein Priester aus Memmingen, 1469 im Ranft nieder. Die Kapelle wurde 1484 gebaut und zeigt im Inneren Bilder aus dem Leben von Bruder Ulrich sowie das wohl älteste Bild von Dorothee Wyss (Bruder Klaus, o. D. g).



Abbildung 17: Wohnhaus
(Bild: Eigene Aufnahme)



Abbildung 18: Ranft-Schlucht
(Bild: Eigene Aufnahme)



Abbildung 19: Einsiedelei
(Bild: Eigene Aufnahme)

3.3.3 Pilgerwege

ViaJacobi: Flüeli-Ranft gehört zu den wichtigsten Pilgerstätten entlang des Jakobsweges, welcher über eine Vielzahl von Wegstrecken durch Europa an das Grab von Apostel Jakobus in Santiago de Compostela führt. Im 15. Jahrhundert kamen viele Jakobspilger bei Bruder Klaus vorbei, um den Mann mit Ruf der Heiligkeit um Rat zu fragen. Aber auch heute pilgern viele Menschen mit unterschiedlichen Reisemotiven und Motivationsgründen zu Fuss entlang des Jakobsweges durch Flüeli-Ranft (Bruder Klaus, o. D. h; Schweiz Mobil, o. D. a).

Visionenweg: Der Visionenweg wurde 1991 zum 700-jährigen Jubiläum der Eidgenossenschaft erstellt. Auf dem Weg entlang des Jakobsweges von Flüeli-Ranft nach Sachseln informieren sechs Stationen inklusive Tafeln über die Visionen von Niklaus von Flüe. (Bruder Klaus, o. D. i).

Bruderklausenweg: Wiederum entlang des Jakobsweges führt der Bruderklausenweg von Stans nach Flüeli-Ranft. Der Weg wurde zum Gedenken an das Stanser Verkommnis im Jahre 1481 angelegt, bei welchem Bruder Klaus den um Rat fragenden Pfarrer Amrund beriet und damit zum Frieden zwischen den zerstrittenen Eidgenossen verhalf. Entlang des Weges klären sechs Informationstafeln die Wegbesucher über das Leben von Niklaus von Flüe auf (Bruder Klaus, o. D. j).

3.3.4 Exkurs: Umliegende Attraktionen

Attraktionen in Sachseln: Sachseln stellt ein weiterer wichtiger Ort in der Sakrallandschaft von Bruder Klaus dar. So wurde Bruder Klaus 1487 in der *Grabkapelle* in Sachseln beerdigt. 1679 wurden die Gebeine und somit das Grab des Heiligen in die *Pfarrkirche Sachseln* verlagert. Die Pfarrkirche bietet einstündige, geführte Besichtigungen rund um den Sakral- und Pilgerraum an. Diese kosten CHF 125 und weisen eine Limite von 35 Personen pro Gruppe auf. Gleich neben der Pfarrkirche befindet sich auf dem Friedhof Sachseln die *Dorothee-Statue*, nahe an ihrem vermuteten Grab gelegen. Im Dorfzentrum von Sachseln befindet sich in einem herrschaftlichen Bürgerhaus das *Museum Bruder Klaus*, welches zwischen Palmsonntag und Allerheiligen geöffnet wird. Unweit des Museums befindet sich das *Wallfahrtsbüro*, welches den Besuchern für Auskünfte zur Verfügung steht. Über das Büro können Reservationen von Gottesdiensten oder Führungen organisiert werden. Vor Ort werden zudem Andenken, Literaturwerke und Medien verkauft (Bruder Klaus, o. D. k).

Der Weg von Sachseln nach Kerns führt über die *Hohe Brücke*, welche die Melchaa-Schlucht überquert (vgl. Abb. 20). Die Brücke wurde 1943 erbaut und gilt noch heute als die höchste Holzbrücke Europas (Schweiz Mobil, o. D. c).

Attraktionen in Kerns: Die Sakrallandschaft von Bruder Klaus erstreckt sich von Sachseln über Flüeli-Ranft und Kerns. So wurde die altgotische *Kapelle St. Niklausen* 1350 erbaut, welche von Niklaus von Flüe zu seiner Lebenszeit sehr oft besucht wurde, um die Fresken mit dem Leiden Christi zu studieren (Bruder Klaus, o. D. l). Einige Meter unter der Kapelle befindet sich das Gästehaus Kloster Bethanien, welches sehr stark auf Pilgergäste ausgerichtet ist und diesen eine preiswerte Übernachtungs- und Verpflegungsmöglichkeit bietet. So kostet eine Nacht im Mehrbett-Pilgerzimmer nur CHF 25, wobei ein Pilgerausweis erforderlich ist (Bethanien, o. D.).

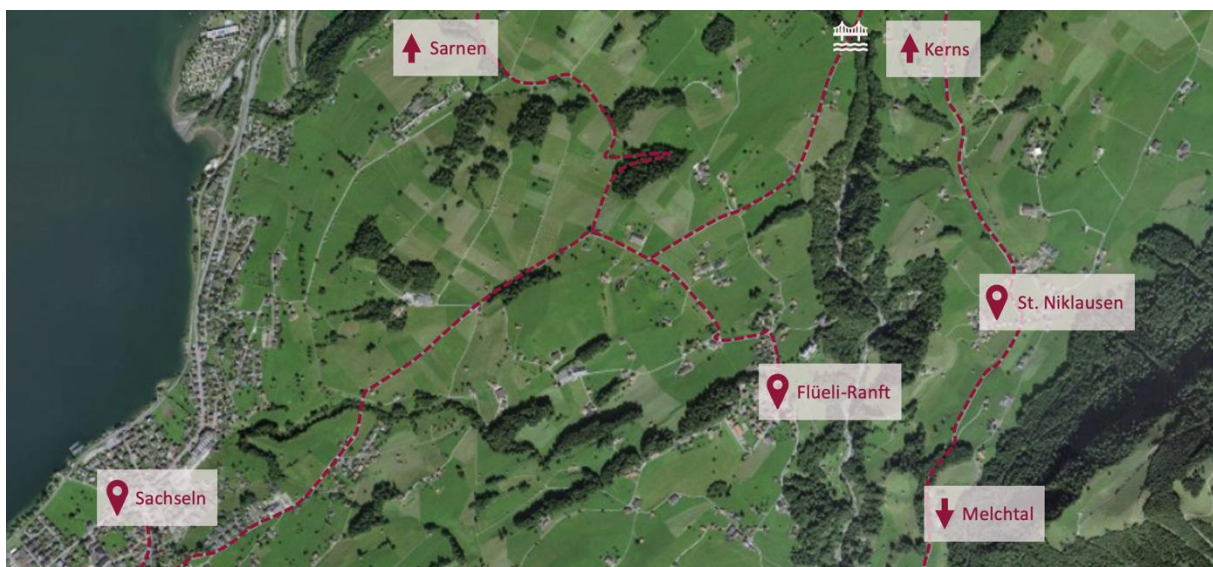


Abbildung 20: Umliegende Gebiete und Verbindungsachsen (Eigene Darstellung; Bild: Geo Admin, o. D.)

4 Methodologie

Im Kapitel zur Methodologie erfolgt eine Erläuterung des methodischen Vorgehens zur praktischen Anwendung des SGDM. Hierfür wird in einem ersten Schritt der Untersuchungsumfang eingegrenzt (5.1) und in einem zweiten Schritt auf die Art der Forschung und Datenerhebung eingegangen (5.2).

4.1 Eingrenzung des Untersuchungsumfanges

Die praktische Anwendung des SGDM fokussierte sich auf die Anwendung der ersten zwei Schritte des Kreislaufmodells auf das Gebiet Flüeli-Ranft (vgl. Kapitel 2.2). Die Komponenten des erweiterten strömungsbasierten Ansatzes flossen dabei ergänzend mit ein (vgl. Kapitel 2.3). Um ein möglichst umfangreiches Bild des Tourismus vor Ort zu erhalten, wurden keine zeitlichen oder saisonalen Eingrenzungen vorgenommen. Das Ziel war es, sämtliche strategisch relevanten Besucherströme in Flüeli-Ranft zu identifizieren und tiefgründig zu analysieren. Mithilfe der variablen Geometrie entstand dabei ein holistisches Gesamtbild. Diese Ist-Aufnahme wurde mit dem SDG-Target 8.9 abgeglichen. Die Zielvorstellungen des Targets wurden herbeigezogen, um schlussendlich Politiken für eine nachhaltige Tourismusentwicklung abzuleiten.

4.2 Art der Forschung und Datenerhebung

Für den empirischen Teil der Arbeit wurde mittels Workshops und Interviews eine qualitative Datenerhebung durchgeführt. Befragt wurden Personen aus der lokalen Hotellerie, Gastronomie und des öffentlichen Verkehrs, welche die Besucherströme tagtäglich vor Ort antreffen, wie auch Personen, welche fundierte Kenntnisse über die Beweggründe bzw. Reisemotive der Besucher besitzen. Ebenfalls integriert wurde das Wissen von Persönlichkeiten, welche in der Verwaltung und Organisation des örtlichen Tourismus tätig sind. Des Weiteren wurde die Perspektive einer Expertin im Bereich der SDGs im Schweizer Tourismus in Betracht gezogen, um deren Expertise in der Ableitung von Handlungsempfehlungen zu berücksichtigen.

Als Vorbereitung zu den Workshops und Interviews erhielten sämtliche Personen bei der ersten Kontaktaufnahme einen Leitfaden (Anhang A). In diesem waren generelle Informationen zu der Arbeit, dem SGDM sowie den SDGs zu entnehmen. Auch der verwendete Kartenausschnitt sowie die SDG-Tabelle waren bereits abgebildet, um bestmögliche Voraussetzungen der Vorbereitung zu gewährleisten. Die Durchführung der Befragung basierte bei den Workshops wie auch Interviews auf denselben Grundsätzen im Vorgehen. Den Teilnehmenden wurde als erstes der bevorstehende Ablauf geschildert, bevor die zentralen Elemente der Datenerhebung gemäss Leitfaden repetiert wurden. In einer ersten Phase der individuellen Arbeit wurden sodann die jeweils bekannten Besucherströme auf den Kartenausschnitten inklusive Legende wie auch der SDG-Tabelle festgehalten. Beide Dokumente wurden dazu ausgedruckt und den Teilnehmenden ausgehändigt. In einer zweiten Phase der kollektiven

Besprechung wurde sodann die Beschreibung von einem festgehaltenen Strom nach dem anderen gemeinsam diskutiert, ergänzt und vervollständigt. Je nachdem, wie weit die Datenerhebung bereits fortgeschritten war, konnte im gesamten Prozess auf bereits erworbenes Wissen zurückgegriffen werden. Zu einer späteren Phase bzw. nach der Zusammentragung des Besucherverhaltens wurde ein Interview bezüglich Eruiierung von Handlungsempfehlungen zur Lenkung der Ströme durchgeführt. Dabei wurden die zentralen Entwicklungen und Herausforderungen in Bezug auf SDG-Target 8.9 diskutiert und mögliche Lösungsansätze abgeleitet.

Die qualitative Forschung zu Zwecken der Besucherstromanalyse erfolgte im Zeitraum zwischen dem 06. März 2023 und dem 20. März 2023 mit einer entsprechenden Dauer von etwa zwei Wochen. Das Interview mit dem Ziel der Definition von Handlungsempfehlungen wurde am 16. August 2023 durchgeführt. Die Workshops beinhalteten bis zu vier Teilnehmenden und dauerten zwischen zwei und drei Stunden. Die Einzelinterviews hingegen beliefen sich auf eine Dauer von einer bis zwei Stunden. Die Gespräche fanden aufgrund der Präferenzen der Beteiligten an verschiedensten Orten statt. Sämtliche Teilnehmer sind in Tabelle 3 chronologisch nach der Befragung sortiert aufgelistet.

Name	Funktion, Organisation	Datum
Stefan Lang	Betriebsinhaber, Hotel Klausenhof	06.03.2023
Franco Screti	Chauffeur, PostAuto AG	06.03.2023
Marco Amrein	Gastgeber, Die Weinstube	08.03.2023
Priska Lorenz	Vermieterin, Ferienhaus Lorenz	08.03.2023
Robin Buholzer	Gastgeber und Vizedirektor, Jugendstil-Hotel Paxmontana	11.03.2023
Claude Perruchaud	Präsident, Rad- und Mountainbike-Club Obwalden	14.03.2023
Doris Hellmüller	Geschäftsführerin, Förderverein Niklas von Flüe und Dorothee Wyss	17.03.2023
Franz Enderli	Präsident, Förderverein Niklaus von Flüe und Dorothee Wyss (Zudem: Ehemaliger Kantonsratspräsident in OW, Leiter Kulturdepartament und Präsident des Trägervereins «600 Jahre Niklaus von Flüe»)	17.03.2023
Dr. iur. Thomas Kappeler	Vizepräsident, Förderverein Niklas von Flüe und Dorothee Wyss (Zudem: Sektionschef Recht des Bundesamtes für Raumentwicklung)	17.03.2023
Ernst Fuchs	Bruder-Klausen-Kaplan, Pfarrei Sachseln	17.03.2023
Daniel Scardino	Geschäftsführer, Obwalden Tourismus AG	20.03.2023
Martina Stadler	Leiterin Nachhaltigkeit, Graubünden Ferien (Zudem: Projektträgerin «Nachhaltigkeit in Schweizer Tourismusdestinationen»)	16.08.2023

Tabelle 3: Workshopteilnehmende und Interviewpartner (Eigene Darstellung)

5 Resultate

Vorliegendes Kapitel stellt die Resultate der empirischen Analyse vor und bildet somit den Hauptteil dieser Arbeit. Als Erstes werden in Kapitel 5.1 alle Erkenntnisse aus den Workshops und Interviews zusammengetragen. Dabei werden die Besucherströme in der Reihenfolge ihrer Identifizierung während der Datenerhebung beschrieben. Die Teilnehmer eines Stroms zeichnen sich jeweils dadurch aus, dass sie sich entlang denselben Trajektorien bewegen, indem sie dieselben Attraktionen aufsuchen und ähnlichen Aktivitäten nachgehen. In einem ersten Schritt werden die Ströme jeweils hinsichtlich des Besucherprofils und -verhaltens beschrieben, in einem zweiten Schritt anschliessend gemäss den Unterzielen von SDG-Target 8.9 analysiert. Die zum Text dazugehörigen Kartenausschnitte und SDG-Tabellen befinden sich in den Anhängen B bis K. Sämtliche Ausführungen beschränken sich darauf, dass es sich bei den geschilderten Besucherströmen lediglich um jene handelt, welche als die Relevantesten identifiziert wurden. Zudem wären tiefgreifende Segmentierungen der Ströme nach unterschiedlichen Kriterien möglich. Beide Aspekte würden jedoch den Rahmen der Arbeit sprengen und könnten die Überschaubarkeit der Erkenntnisse reduzieren. Nach der Darlegung der einzelnen Besucherströme werden diese in Kapitel 5.2 aggregiert bzw. visuell übereinandergelegt, sodass ein Synthese-Bild vom Anwendungsgebiet entsteht. Des Weiteren werden in diesem Kapitel die stromspezifischen Auswirkungen auf die Zielerreichung von SDG-Target 8.9 zusammengetragen, indem diese mittels einer Impact-Heatmap dargestellt werden. Darauf aufbauend widmet sich das letzte Kapitel 5.3 der Eruierung von möglichen Politiken zur Erreichung des SDG-Targets unter Berücksichtigung der gegebenen Situation und den möglichen zukünftigen Entwicklungen.

5.1 Besucherströme

5.1.1 Wallfahrtsgruppen

Wallfahrtsgruppen stellen Reisegruppen mit 25 bis 50 Personen dar, welche Flüeli-Ranft i.d.R. jährlich oder alle zwei Jahre als Wallfahrtsstätte für zwei bis fünf Tage besuchen. Der Strom setzt sich überwiegend in etwa gleich gewichtet aus schweizerischen und deutschen Besuchern zusammen, wobei Letztere mehrheitlich aus dem süddeutschen Raum stammen. Das Alter der Reisenden ist divers, liegt aber grösstenteils zwischen 60 und 70 Jahren. Die Anreise nach Flüeli-Ranft erfolgt mittels Reisebusses über die Achse Luzern-Interlaken und anschliessend Sachseln.

Das Reisemotiv der Wallfahrtsgruppen liegt in den Bruder Klaus Orten der Sakrallandschaft begründet. Diese werden besucht, um an den Attraktionen Hauptaktivitäten wie Gottesdienste, Andachten und Exerzitien durchzuführen. In Flüeli-Ranft stellt der Ranft mit der oberen und unteren Ranft-Kapelle sowie der Einsiedlerzelle die Hauptattraktion vor Ort dar. Des Weiteren werden Einzelaktivitäten im Dorf unternommen. Dazu zählen der Besuch der Flüeli-Kapelle, des Wohn- und Geburtshauses von

Bruder Klaus, aber auch Aufenthalte bzw. Zwischenverpflegungen in der Weinstube oder im Gasthaus Paxmontana. In Sachseln stellt die Wallfahrtskirche eine weitere Hauptattraktion dar, welche ergänzt wird durch die Grabkapelle, Dorothee-Statue und das Bruder Klaus Museum, welches sehr häufig bei schlechterem Wetter in das Tagesprogramm inkludiert wird. Zuletzt liegt eine wichtige Attraktion in St. Niklausen, wo das Kloster Bethanien besucht wird. Dominante Bewegungsbahnen bzw. Trajektorien lassen sich gebietsübergreifend in den Verbindungen zwischen Sachseln, Flüeli-Ranft und St. Niklausen erkennen. Für die Verschiebungen bieten Reiseorganisatoren den Teilnehmenden den Transport per Reisebus an, überlassen ihnen aber, diesen zu benutzen oder zu Fuss zu verschieben. Dementsprechend werden Wanderwege wie insbesondere der Visionen- oder Bruderklausenweg benutzt, aber auch die Autostrassen zwischen Sachseln und Flüeli-Ranft sowie zwischen Kerns und St. Niklausen. Abseits der geschilderten Hauptaktivitäten unternehmen insbesondere Gruppen mit mehreren Tagen Aufenthaltsdauer auch Tages-/Halbtagesausflüge in Regionen des Vierwaldstättersees oder Brünigs als Ergänzung zum Programm in der Sakrallandschaft, wodurch sich weitere Trajektorien ergeben.

Es handelt sich um einen Besucherstrom, welcher während des gesamten Jahres nach Flüeli-Ranft reist, wobei die Besucherzahlen zwischen Juni und Oktober leicht zunehmen und besonders in den Monaten Juni und September eine erhöhte Intensität aufweisen. Die Covid-19-Pandemie und die damit verbundenen Restriktionen führten in der entsprechenden Zeitspanne zu einer erheblichen Reduktion der Besucher. Mittlerweile hat sich die Anzahl der Besucher jedoch bereits wieder von diesem Rückgang erholt. Langfristig betrachtet handelt es sich um einen Strom, welcher seit ca. 1990 eine abnehmende Intensität aufweist, da zum einen die Anzahl an Gruppen, gleichzeitig aber auch die Gruppengrößen abgenommen haben. Die Aufenthaltsdauer variiert zwischen zwei und fünf Tagen, wobei hauptsächlich in den Hotels Klausenhof und Flüe-Matte sowie während den Sommermonaten teilweise im Gasthaus Paxmontana logiert wird. Dabei belaufen sich die täglichen Ausgaben von ca. CHF 75 bis 130 pro Person. Da überwiegend in der Sakrallandschaft verblieben wird, kann das Reisemuster als «Holen-Halten» kategorisiert werden, weist aber auch teilweise Elemente des Musters «Nabe-Speiche» auf, wenn gewisse Gruppen Tagestouren in andere Räume unternehmen.

Schaffen von Arbeitsplätzen: Dem Besucherstrom der Wallfahrtsgruppen kommt aus der Perspektive der lokalen Hotellerie eine sehr hohe Priorität zu. Häufig buchen diese Besucher Vollpension und ermöglichen den Hotels die Nutzung von Skaleneffekten. Durch diese Effekte können bei Gruppen die Kosten der Inputfaktoren und damit die Pro-Kopf-Kosten eines Gastes reduziert werden. Die strategische Bedeutung kommt diesen Besuchern insbesondere dadurch zu, dass sie Flüeli-Ranft wiederkehrend bzw. regelmässig besuchen. In diesem Sinne fördert der Strom die Aufrechterhaltung von Arbeitsplätzen in einem kontinuierlichen und effizienten Mass. Für die Hotellerie und Gastronomie bewirkten Wallfahrtsgruppen durch ihre Besuche über das gesamte Jahr eine leichte Glättung der Saisonalität der Auslastung.

Dies wirkt sich positiv auf die Beschäftigung bzw. Arbeitspenssa von Mitarbeitenden aus. Abseits dieser Branchen werden zudem Arbeitsplätze dadurch geschaffen, dass Führungen durch die Sakrallandschaft gebucht werden.

Förderung lokaler Produkte: Lokale Produkte werden dadurch gefördert, dass die Besucher in den Restaurants von Hotels verpflegen, welche regionale und lokale Zutaten verwenden. Die Hotels Klausenhof und Flüe-Matte, welche schwergewichtig diese Besucher unterbringen, setzen bei Fleischprodukten auf lokale Anbieter, bei sämtlichen anderen Zutaten auf regionale Verkäufer. Es handelt sich um eine vergleichsweise starke Förderung, da sich der Strom der Wallfahrtsgruppen durch eine mittelmässige Zahlungsbereitschaft bei sehr langer Aufenthaltsdauer auszeichnet.

Förderung der lokalen Kultur: Aus kultureller Sicht zeichnet sich der Strom durch seine Aktivitäten um die Attraktionen der Sakrallandschaft aus. Viele weitere Besucherströme bewegen sich ebenfalls entlang diesen Attraktionen, führen jedoch unterschiedliche Aktivitäten durch. Die Aktivitäten der Wallfahrtsgruppen zeichnen sich dadurch aus, dass sie christlich-religiöse Praktiken wie Gebete, Beichten, Besuche von Messen und Andachten darstellen. Dadurch fördern diese Besucher die lokale Kultur in der Aufrechterhaltung der religiösen Traditionen.

5.1.2 Jakobspilger

Jakobspilger stellen religiös-motivierte Besucher dar, welche Flüeli-Ranft individuell als ein Etappenziel des Jakobswegs besuchen. Der Strom inkludiert In- und Auslandtourismus, da diese Pilger hauptsächlich aus der Schweiz, teilweise aus Deutschland und selten aus Österreich stammen. Die meisten Vertreter des Besucherstroms sind schätzungsweise zwischen 40 und 60 Jahren alt. Ihre Anreise erfolgt zu Fuss von Kerns her über den Ranft, die Abreise am darauffolgenden Tag erstreckt sich entlang dem Visionenweg nach Sachseln.

Das Reisemotiv dieses Stroms stellt die Reise entlang einem Abschnitt des Jakobswegs dar. Entsprechend liegt die Hauptaktivität dieser Besucher im Pilgern selbst, wird jedoch ergänzt durch viele Einzelaktivitäten. Am Tag der Anreise starten Jakobspilger meistens im knapp 16 km entfernten Stans beim Winkelried-Denkmal und pilgern von dort aus entlang dem Bruderklausenweg in die Sakrallandschaft, welche sie in ca. fünf Stunden erreichen. In dieser führt der Weg zum Gästehaus Kloster Bethanien in St. Niklausen, in welchem einige Pilger übernachten, die Kapelle besuchen oder an einem Gemeinschaftsgebet teilnehmen. Andere ziehen weiter in Richtung Flüeli-Ranft, indem sie sich in den Ranft begeben, wo sie die Einsiedlerzelle und Kapellen besuchen. Anschliessend folgen die Pilger dem Jakobsweg weiter, indem sie sich von der Schlucht aus in Richtung Dorf begeben und dort ihr jeweiliges Hotel beziehen. Am Abend der Ankunft oder am darauffolgenden Morgen werden sodann Aktivitäten um die Attraktionen des Dorfs unternommen. Dazu zählt besonders die Besichtigung des Wohn- und Geburtshauses des Niklaus von Flüe sowie der Besuch der Flüeli-Kapelle. Die Abreise erfolgt entlang

dem weiteren Verlauf des Jakobswegs, welcher den Visionenweg nach Sachseln darstellt. Auch die Angehörigen dieses Stroms besuchen dort sehr häufig die Wallfahrtskirche, Grabkapelle und Dorothee-Statue. In Flüeli-Ranft lässt sich dementsprechend die durch den Jakobsweg geformte Trajektorie zwischen den genannten Attraktionen von St. Niklausen bis nach Sachseln erkennen.

Die Hauptsaison der Jakobspilger ergibt sich in Flüeli-Ranft schätzungsweise von Mai bis Oktober, woraufhin von November bis April die Nebensaison andauert. Die Teilnehmenden nehmen an diesem Besucherstrom i.d.R. einmalig teil. Im Vergleich mit anderen Strömen besitzt jener der Jakobspilger eine sehr niedrige Intensität, welche jedoch kaum während der Covid-19-Pandemie abnahm bzw. eher zunahm und aktuell eine steigende Tendenz aufweist. Langfristig betrachtet zeichnet sich der Strom jedoch durch eine abnehmende Tendenz seit etwa 1990 aus. Der Aufenthalt in Flüeli-Ranft selbst beschränkt sich zeitlich auf einen späteren Nachmittag, eine Übernachtung sowie einige Morgenstunden. Übernachtet wird meistens in den Hotels Klausenhof und Flüe-Matte, aber auch im Gasthaus Paxmontana. Die Buchungen beinhalten ein Abendessen, die Übernachtung sowie ein Frühstück. Entsprechend belaufen sich die geschätzten Ausgaben pro Gast und Aufenthalt auf CHF 65 – 120. Das Reismuster lässt sich als «Verbindungskomponente» klassifizieren, da Flüeli-Ranft als vorübergehender Erlebnisraum von kurzer Dauer genutzt wird, um anschliessend wie auch zuvor weitere Räume während der Pilgerreise zu entdecken.

Schaffen von Arbeitsplätzen: Von diesem Besucherstrom profitiert in erster Linie die lokale Hotellerie. Für die Anbieter stellen Jakobspilger «Lückenfüller» in der Belegung der Zimmer dar, da die oberste Priorität aus Anbietersicht nicht ihnen, sondern den Reisegruppen gilt. Verglichen mit dem Mitglied einer Gruppe verursacht der Einzelgast einen wesentlich höheren Pro-Kopf-Aufwand. Des Weiteren besuchen die Angehörigen des Stroms Flüeli-Ranft häufig einmalig und nicht regelmässig, weshalb ihnen eine strategisch weniger wichtige Bedeutung zugeschrieben wird. Im Sinne dieser Priorisierung können in manchen Hotels bspw. Gruppenreisen bereits für die nächste Saison gebucht werden, während dies im Falle einer individuellen Reise lediglich für die bevorstehende Saison möglich ist. Des Weiteren profitieren auch die Weinstube und der Laden im Ranft von kleineren Ausgaben. Dementsprechend leistet auch dieser Strom einen Beitrag zur Schaffung von Arbeitsplätzen, durch die tiefe Intensität, starke Saisonalität und kurze Aufenthaltsdauer jedoch wesentlich weniger stark als bspw. der Strom der Wallfahrtsgruppen.

Förderung lokaler Produkte: Jakobspilger fördern lokale Produkte ebenfalls durch den Konsum in der örtlichen Hotellerie bzw. Gastronomie. Dem Strom kann eine mittelmässige Zahlungsbereitschaft bei kurzer Aufenthaltsdauer zugeschrieben werden. Dieselben Faktoren wie bei der Schaffung von Arbeitsplätzen lassen definitiv auf eine Förderung schliessen, jedoch in geringerer Masse als viele intensivere Ströme.

Förderung der lokalen Kultur: Die Besucher fördern auf ihrer Route die religiös-kulturellen Attraktionen vor Ort und unterstützen damit die kulturelle Identität von Flüeli-Ranft als Kraftort und Wirkstätte des Niklaus von Flüe. Die lokale Kultur wird aber nicht nur im Sinne von Praktiken gefördert, sondern insbesondere auch durch die Verbreitung der Bekanntheit von Flüeli-Ranft bzw. durch die Weiterempfehlung eines Besuchs an Bekannte. Gerade in den letzten Jahren lässt sich der Trend erkennen, dass Jakobspilger ihre Erfahrungen auch über die sozialen Netzwerke teilen, was weitere Pilger anziehen kann, welche wiederum die lokale Kultur und das örtliche Angebot fördern.

5.1.3 Seminarbesucher

Seminarbesucher sind Zugehörige unterschiedlichster Organisationen und Gesellschaften der Schweiz, wie bspw. Führungspersonen oder Mitarbeitende von Banken, Versicherungen, Schulen oder Universitäten, welche aufgrund eines Seminars das Jugendstil-Hotel Paxmontana besuchen. Der Strom setzt sich aus Gruppen in der Grösse von 5 bis 100 Personen zusammen, deren Teilnehmer meistens zwischen 35 und 65 Jahren alt sind. Die An- und Abreise erfolgt mittels Individualverkehrs über sämtliche Zufahrtsstrassen, sehr selten bei grossen Gruppen mittels Reisebusses via Sachseln.

Der Besuch eines Seminars stellt für die Teilnehmer dieses Stroms das zentrale Reisemotiv dar. Entsprechend liegt auch die wichtigste Attraktion und damit verbunden die Hauptaktivität in der Teilnahme am Seminarprogramm begründet. Sehr häufig streben die Organisatoren eines Seminars eine zentrale Lage mit entspannender Atmosphäre innerhalb der Zentralschweiz an. Flüeli-Ranft überzeugt in beiden Hinsichten, insbesondere durch den Ruf der Kraftstätte und die Wahrnehmung als Ort der Stille. Je nach Seminar variiert die Anzahl der Teilnehmenden sehr stark. Handelt es sich bspw. um ein Geschäftsleitungsseminar, nehmen meistens zwischen fünf und acht Personen teil. Mitarbeiterprogramme hingegen können bis zu 100 Teilnehmer beinhalten. Je nach Seminar unterscheiden sich die entsprechenden Programme, die meisten folgen jedoch einem ähnlichen Ablauf. So dauert ein Seminar i.d.R. zwei Tage und beinhaltet dementsprechend eine Übernachtung, wobei am Morgen des ersten Tages die Anreise stattfindet und am späteren Nachmittag des zweiten Tages die Abreise. Dazwischen werden entsprechende Mahlzeiten im Restaurant des Hotels eingenommen. Der gesamte Aufenthalt wird durch das Programm des Seminars strukturiert, weshalb normalerweise sehr wenig Zeit für Aktivitäten um weitere Attraktionen von Flüeli-Ranft übrigbleibt. Durch seinen geschichtlichen Hintergrund stellt das Jugendstil-Hotel an sich eine wichtige Attraktion sämtlicher Seminarbesucher dar. Dasselbe gilt für das Dorf Flüeli-Ranft, in welchem, während den Pausen häufig Rundgänge unternommen werden. Des Weiteren lässt sich ein Trend der Individualisierung der Ausgestaltung von Seminarprogrammen erkennen. Organisatoren streben zunehmend kein Standardprogramm mehr an, sondern versuchen individuelle Inhalte in den beiden Tagen einzuplanen. Solche Inhalte können bspw. Bruder-Klaus-Führungen oder Bauernhof-Olympiaden (Entdeckungsparcours) darstellen. Die wichtigsten

Attraktionen stellen somit das Jugendstil-Hotel sowie das Dorf dar, welche zusammen die entsprechende Trajektorie ergeben.

Seminare werden im Hotel Paxmontana überwiegend von April bis Juni sowie von September bis Oktober durchgeführt. Die Saisonalität wird durch die Ferienwochen sowie Feiertage des Geschäftsjahres verursacht. Die meisten Besucher des Stroms reisen einmalig zu Zwecken des Seminars nach Flüeli-Ranft, gewisse von diesen entscheiden sich jedoch, den Ort zu einem späteren Zeitpunkt nochmals individuell zu besuchen. Zudem stellt schätzungsweise jedes zehnte Seminar ein Stammseminar dar, welches über mehrere Aufenthalte über das Jahr verteilt durchgeführt wird. Die Covid-19-Pandemie führte zu einem Einbruch der Besucherzahlen, welcher aber bereits wieder vollständig überwunden scheint. Aus der langfristigen Betrachtung lässt sich eine steigende Tendenz der Aufenthalte erkennen. Pro Tag belaufen sich die täglichen Ausgaben pro Person auf schätzungsweise CHF 250 – 300. Das Reismuster entspricht jenem des «Holen-Halten», da Flüeli-Ranft besucht wird, um vor Ort zu verbleiben.

Schaffen von Arbeitsplätzen: Seminarbesucher fördern Arbeitsplätze überwiegend in der Hotellerie bzw. im Hotel Paxmontana. Verglichen mit anderen Gästen halten sich diese sehr lange im Hotel selbst auf und bedürfen einer entsprechend hohen Betreuung durch das Personal. Der Einsatz vieler Mitarbeiter für die Semindurchführung schwankt jedoch der Saisonalität entsprechend sehr stark und dauert jeweils lediglich zwei Tage. Des Weiteren profitiert auch die Weinstube vom Strom, da die Teilnehmer häufig während Pausen in dieser konsumieren. Somit werden Arbeitsplätze stark gefördert, wobei diese durch die Saisonalität und kurze Aufenthaltsdauer leicht reduziert wird.

Förderung lokaler Produkte: Lokale Produkte werden sehr stark gefördert, da die Besucher eine sehr hohe Zahlungsbereitschaft besitzen und im Hotel Paxmontana verpflegen, welches auf regionale Speisen mit entsprechenden Zutaten spezialisiert ist.

Förderung der lokalen Kultur: Durch Seminarprogramme, welche Aktivitäten um Attraktionen von Flüeli-Ranft beinhalten, kann ein Bewusstsein für die lokale Kultur, das Wirken von Bruder Klaus sowie die Schönheit der örtlichen Natur geschaffen werden. Das Hotel Paxmontana fördert mit seinen Räumlichkeiten und Führungen zudem die Auseinandersetzung mit dem geschichtlichen Hintergrund der Destination. Lokale Traditionen wie bspw. das Jodeln oder Alphorn spielen werden z.T. ebenfalls in Seminarprogramme aufgenommen, wodurch sich unter gegebenen Umständen die entsprechende Vermittlung ergibt. Die Förderung hält sich dahingehend in Grenzen, dass die genannten Vermittlungen lediglich Nebenbestandteile von Seminarprogrammen darstellen.

5.1.4 Reisegruppen

Reisegruppen stellen Gruppen in der Grösse von 40 bis 50 Personen dar, welche in den Hotels von Flüeli-Ranft während der Durchreise logieren oder mehrtägig verbleiben, um Tagesausflüge in umliegende Regionen zu unternehmen. Schätzungsweise 80% der Besucher dieses Stroms stammen aus Deutschland, die restlichen in etwa gleichverteilt aus den USA, dem Vereinigten Königreich und Spanien. Das Alter der Teilnehmer erstreckt sich von ca. 20 bis 70 Jahren. Die Anreise erfolgt über Luzern oder Interlaken und anschliessend Sachseln.

Das Reisemotiv des Stroms stellen Reisen durch die Schweiz oder Europa dar. Diese werden durch Reiseveranstalter organisiert, welche sich für die Logis in Flüeli-Ranft aufgrund der zentralen Lage, den geeigneten Hotels mit genügend hoher Anzahl Betten und örtlichen Begebenheiten interessieren. In den Hotels wird für die Gruppen Halbpension gebucht. Einige Gruppen erreichen Flüeli-Ranft am Abend des ersten Tages, übernachten und ziehen nach dem Frühstück am darauffolgenden Morgen bereits weiter. Die meisten Gruppen hingegen verbleiben für mehrere Übernachtungen in Flüeli-Ranft, wobei sie vor Ort lediglich das Abend- und Morgenessen konsumieren, um während dem Tag Ausflüge in andere Regionen zu unternehmen. Zu diesen Ausflugszielen zählen das Berner-Oberland, Luzern und der Vierwaldstättersee, der Pilatus oder das Stanserhorn. In Flüeli-Ranft stellt das Dorf für die meisten Besucher eine Attraktion dar, wo vor allem während den Abendstunden Spaziergänge unternommen werden. Die örtliche Trajektorie ergibt sich dementsprechend rund um das Dorf.

Für die Reise nach Flüeli-Ranft ist für diesen Strom die Öffnung der Schweizer Pässe entscheidend, weswegen dieser hauptsächlich zwischen Mai und September besteht. Die Besucherzahlen des Stroms sind von tiefer Intensität und einer Abnahme während den letzten Jahren gekennzeichnet. Seit 2008 wirkt sich der Abwärtstrend des Euro-Wechselkurses in Schweizerfranken sowie insbesondere die Aufhebung der Euro-Stützgrenze bei CHF 1.20 im Jahr 2015 negativ auf die preisliche Attraktivität der Schweiz und damit für Flüeli-Ranft aus. Des Weiteren hat sich der Wettbewerb auf preislicher Ebene zunehmend mit anderen Nationen wie Österreich verstärkt. Da den Reiseveranstalter aus Perspektive der Anbieter von Flüeli-Ranft eine hohe Verhandlungsmacht zukommt, wird der Preiskampf intensiv geführt, was sich negativ auf die Rentabilität auswirkt. Für die Reisegruppen selbst handelt es sich i.d.R. um eine einmalige Reise, die Veranstalter stellen für die lokalen Anbieter jedoch wiederkehrende Kunden dar, was deren Verhandlungsmacht wiederum bestärkt. Die Aufenthaltsdauer der Gruppen reicht von einer Übernachtung bis zu fünf Tagen. Tendenziell logieren Gruppen mit kürzerer Aufenthaltsdauer im Hotel Paxmontana, solche mit längerem Aufenthalt in den Hotels Flüe-Matte und Klausenhof. Die täglichen Ausgaben pro Besucher variieren somit schätzungsweise zwischen CHF 65 und 150. Das Reisemuster entspricht jenem der organisierten Reise, inkludiert im Sinne der Tagesausflüge aber auch Komponenten des Musters «Nabe Speiche».

Schaffen von Arbeitsplätzen: Der Besucherstrom der Reisegruppen schafft Arbeitsplätze in der lokalen Hotellerie, vor allem in den beiden Hotels Klausenhof und Flüe-Matte, da sich Reisegruppen bei diesen tendenziell länger aufhalten. Auch dieser Besucherstrom ermöglicht den Anbietern die effiziente Nutzung von Skaleneffekten. Allerdings reduziert sich die Förderung der Beschäftigung durch die eher geringe Stromintensität und Dauer der Reisesaison. Abgesehen von der Hotellerie werden Arbeitsplätze auch in wesentlich geringerem Mass in der Weinstube gefördert, wenn sich die Besucher am abendlichen Rundgang für einen Besuch entscheiden.

Förderung lokaler Produkte: Lokale Produkte werden durch den Konsum in den Restaurants der genannten Hotels gefördert. Aufgrund der Gruppengrösse sowie längeren Aufenthaltsdauer kann von einer starken Förderung ausgegangen werden. Reduziert wird das Ausmass der Förderung dadurch, dass pro Tag maximal zwei Mahlzeiten vor Ort konsumiert werden und die täglichen Ausgaben teilweise gering gehalten werden.

Förderung der lokalen Kultur: Die meisten Vertreter des Stroms lassen keine spezifische Förderung von religiösen Attraktionen der Sakrallandschaft erkennen. Bei Gruppen, welche im Hotel Paxmontana logieren, findet eine Auseinandersetzung mit dem geschichtlichen Hintergrund des Hotels wie auch mit lokalen Traditionen statt. Zudem treffen die Besucher bei Dorfspaziergängen auf das Wohn- und Geburtshaus von Niklaus von Flüe, was eine Auseinandersetzung mit dessen Leben und Wirken auslösen kann. Andererseits kann argumentiert werden, dass der Besuch von Flüeli-Ranft lediglich aufgrund der zentralen Lage zu einem Verlust der religiösen Identität der Destination beiträgt.

5.1.5 Individualgäste

Individualgäste stellen in- wie auch ausländische Besucher dar, welche mehrere Tage in Flüeli-Ranft logieren, um Ausflüge innerhalb der umliegenden Regionen zu unternehmen. Ungefähr zwei Drittel der Besucher stammen aus der Schweiz, die restlichen stammen schwergewichtig aus Deutschland und dem nahen Ausland. Die Teilnehmer stellen normalerweise Familien oder Paare dar und reisen nach Flüeli-Ranft mittels Individualverkehrs.

Individualgäste reisen mit einem Motiv des Erholungstourismus nach Flüeli-Ranft. Die Hauptaktivitäten beziehen sich auf Attraktionen in den umliegenden Regionen. Dazu zählen Wanderungen und Ausflüge in und um die Gebiete Melchsee-Frutt, Älggialp, Pilatus, Stanserhorn, Hasliberg und Brienz. Einzelaktivitäten vor Ort stellen Rundgänge durch das Dorf, die Benutzung des Spielplatzes, Spaziergänge nach Sachseln oder Wanderungen in Richtung Melchsee-Frutt dar. Die Trajektorien ergeben sich entsprechend den Hauptattraktionen entlang den Zufahrtsstrassen von Flüeli-Ranft sowie um das Dorf und entlang den Wanderwegen nach Sachseln als auch Melchsee-Frutt.

Die Angehörigen des Stroms zeichnen sich durch ihre hohe demografische Heterogenität aus. Im Ferienhaus Lorenz logieren überwiegend Familien, häufig gleich zwei Familien zusammen oder eine Familie inklusive Grosseltern und Kinder. Deren Aufenthaltsdauer beläuft sich zwischen Juli und August auf fünf bis sieben Tagen, in den Monaten von Mai bis Juni sowie September bis Oktober eher auf ein Wochenende. Schätzungsweise die Hälfte dieser Besucher stellen wiederkehrende Gäste dar. In den Hotels übernachten während der Hauptsaison zwischen Juni und Oktober hauptsächlich Paare im Alter von über 50 Jahren. Tendenziell handelt es sich bei diesen eher um einmalige Gäste. Ihre Aufenthaltsdauer variiert sehr stark und reicht von einer Übernachtung bis hin zu sieben Tagen. In Anbetracht des gesamten Besucherstroms reichen die täglichen Ausgaben von CHF 80 bis 200 und hängen primär vom Ort der Übernachtung sowie von der Verpflegungsart ab. Der Strom hat sich bereits vollständig vom Covid-19-Pandemie-bedingten Einbruch erholt und wird vermutlich wie vor der Krise weiterhin wachsen. Das Reismuster der Individualgäste entspricht hauptsächlich jenem der «Nabe-Speiche».

Schaffen von Arbeitsplätzen: Der Besucherstrom der Individualgäste fördert Arbeitsplätze besonders stark in der Hotellerie. Für sie verursachen Individualgäste verglichen mit Gruppen einen höheren Aufwand pro Gast, bspw. durch den Konsum von A-la-carte-Menüs anstatt von vordefinierten Mahlzeiten. Gleichzeitig verlaufen die Buchungen kurzfristiger und sind schwieriger zu planen bzw. fordern spontanere Entscheidungen. Trotzdem rentiert sich der Aufwand definitiv und es besteht während dem Aufenthalt eine wesentlich höhere persönliche Interaktion mit dem Gast. Besucher, welche im Ferienhaus Lorenz übernachten, haben die Möglichkeit im Haus zu kochen, konsumieren aber auch häufig in den Restaurants der Hotels oder in der Weinstube, wodurch entsprechende Arbeitsplätze gefördert werden. Im Ferienhaus werden gegenüber den Hotels längere Aufenthalte durchgeführt, trotzdem kann bei Letzteren aufgrund des höheren Personalaufwands eine stärkere Schaffung von Arbeitsplätzen vermutet werden.

Förderung lokaler Produkte: Auch dieser Besucherstrom fördert lokale Produkte durch den Konsum vor Ort. Die Förderung wird dadurch relativiert, dass während dem Tag meistens ausserorts verpflegt wird und die Zahlungsbereitschaft mit zunehmender Aufenthaltsdauer sinkt.

Förderung der lokalen Kultur: Individualgäste fördern die lokale Kultur durch keine spezifische, sondern durch unterschiedlichste Weise. Viele Gäste setzen sich durch die Bruder-Klaus-Attraktionen des Dorfes sowie durch das Hotel Paxmontana mit der örtlichen Geschichte auseinander oder sind mit dieser aufgrund wiederkehrender Besuche bereits vertraut. Viele Teilnehmer besuchen Flüeli-Ranft, da sie die Destination als Kraftort wahrnehmen und dadurch zur Aufrechterhaltung dieser Bedeutung beitragen. Teilweise verbinden Individualgäste den Besuch auch mit christlich-religiösen Motivationsgründen und unternehmen Aktivitäten entlang den entsprechenden Attraktionen, wodurch die Aufrechterhaltung religiöser Praktiken unterstützt wird.

5.1.6 Tagesausflügler

Bei den Tagesausflüglern handelt es sich um Inlandtouristen aus Obwalden sowie den angrenzenden Kantonen, welche allein oder im kleineren Familien- oder Freundeskreis unterwegs sind. Die Teilnehmer sind jeglichen Alters und besuchen Flüeli-Ranft sporadisch wiederkehrend für mehrere Stunden. Je nach Distanz der Anreise erfolgt diese mit dem Auto oder zu Fuss über Sarnen und Sachseln. Besonders nebeliges Wetter im Tal und Sonnenschein in Flüeli-Ranft können diesen Strom mobilisieren, wobei die meisten Ausflüge an Wochenenden stattfinden.

Bezogen auf die Motivation der Reise lassen sich die Tagesausflügler in zwei verschiedene Gruppen kategorisieren. Dazu zählen jene, welche Flüeli-Ranft aufgrund von christlich-religiösen Motiven besuchen sowie jene, welche sich aufgrund anderweitiger Erholungszwecke in die Destination begeben. Sämtliche Besucher reisen jedoch über dieselben Wanderwege oder Strassen an und halten sich meistens an den Wochenenden für einige Nachmittagsstunden vor Ort auf. Viele von ihnen steigen die Ranftschlucht herab und wandern entlang den umliegenden Strecken. Dorfspaziergänge, Spielplatzbesuche und das Verpflegen von Haupt- oder Zwischenmahlzeiten in den örtlichen Restaurants stellen weitere Einzelaktivitäten dar, welche gemeinsam die Trajektorien des Stroms ergeben.

Im Verlaufe der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von einer bis vier Stunden geniessen einige Tagesausflügler eine kleine Verpflegung im Restaurant Die Weinstube oder im Hotel Paxmontana. Dabei geben sie im ungefähr zwischen CHF 0 und CHF 80 pro Aufenthalt und Person aus. Wie die übernachtenden Individualgäste bevorzugen es auch die Tagesausflügler, die Destination in den Sommermonaten zu besuchen. So ist die Besucherfrequenz ab dem Monat Juni zunehmend und erreicht im August ihren Höhepunkt, bevor diese bis im November kontinuierlich abnimmt. Hinsichtlich der Entwicklungsphase des Besucherstromes besteht die Erwartung, dass die Besucherzahlen in den kommenden Jahren konstant bleiben werden. Das Reismuster entspricht jenem des «Holen-Halten», da die Tagesausflügler gezielt anreisen, um vor Ort Aktivitäten nachzugehen.

Schaffen von Arbeitsplätzen: Da die Tagesausflügler selten mit dem Bus anreisen, tendenziell kleinere Mahlzeiten konsumieren und vor Ort nicht übernachtet wird, werden zwar Arbeitsplätze in den entsprechenden Branchen geschaffen, jedoch in einem eher geringen Mass.

Förderung lokaler Produkte: Durch den geschilderten Konsum in den Restaurants fördert der Strom lokale Produkte, wobei sich die Förderung durch die mehrheitlich geringen Ausgaben in Grenzen hält.

Förderung der lokalen Kultur: Die lokale Glaubenskultur wird von den religiös-motivierten Besuchern gefördert, da sich diese in die spirituelle Kultur der Destination integrieren und Flüeli-Ranft häufig mehrmals über das Jahr verteilt besuchen. Leicht reduziert wird die Förderung durch Tagesausflügler, welche nicht religiös-motiviert sind und die gewünschten klerikalen Verhaltensnormen nicht kennen,

was teilweise Empörung unter den gläubigen Besuchern bewirken kann bzw. als Risiko des Verlusts der kulturellen Identität betrachtet wird. Es gilt aber auch zu erwähnen, dass die überwiegende Mehrheit der Tagesausflügler Flüeli-Ranft als ruhige Pilgerstätte schätzt. Des Weiteren können sowohl die religiös- als auch nicht-religiös-motivierten Besucher die kulinarische Kultur durch das Verspeisen von typischen Obwaldner Gerichten fördern.

5.1.7 Anlass-Wallfahrer

Bei den Anlass-Wallfahrer handelt es sich um einen Besucherstrom, welcher Flüeli-Ranft punktuell an organisierten Wallfahrtstagen besucht. An einem solchen Tag pilgern bis zu schätzungsweise 200 Personen gemeinsam nach Flüeli-Ranft, weshalb dieser Strom dem Gruppentourismus zuzuordnen ist. Die Stromteilnehmer stammen überwiegend aus der deutschsprachigen Schweiz, welche mittels öV oder dem eigenen Auto nach Sachseln anreisen, um von dort aus mit dem Bus oder zu Fuss nach Flüeli-Ranft zu verschieben. Demografisch gekennzeichnet ist der Strom insbesondere durch den hohen Altersdurchschnitt.

Die Angehörigen des Besucherstroms besuchen Flüeli-Ranft aus christlich-religiös-motivierten Gründen. Die Programme der unterschiedlichen Wallfahrten unterscheiden sich je nach Organisator, folgen in den Grundzügen jedoch einem ähnlichen Ablauf, welcher als Grundlage für den Verhaltensbeschrieb des Stroms dient. So beginnt der Tag meistens am Morgen in der Pfarrkirche Sachseln, indem ein Pilgergottesdienst gehalten wird. Im Anschluss an diesen erfolgt die Verschiebung nach Flüeli-Ranft – entweder mit dem Bus oder entlang dem Bruder-Klausen-Weg zu Fuss. Vor Ort eingetroffen, wird gemeinsam in die Rant-Kapelle gepilgert, wo eine Andacht mit Reliquiensegen stattfindet. Meistens wird sodann ein Mittagessen bzw. «Pilgermittag» offeriert, welches in einem der drei Restaurants Pax Montana, Flüematte und Die Weinstube stattfindet. Die Ausgaben pro Person belaufen sich auf etwa CHF 20 bis CHF 50, wobei diese Kosten häufig vom Organisator wie bspw. einer kantonalen Kirche und Regierung übernommen werden. Zusammenfassend erreichen die Besucher Flüeli-Ranft somit etwa um 10:00 Uhr und verlassen den Ort gegen 14:00 Uhr wieder, was einer Aufenthaltsdauer von vier Stunden entspricht. Gegen Ende des Aufenthalts wird i. d. R. die Rückfahrt nach Sachseln mit dem Bus angeboten. Dementsprechend erstreckt sich die Trajektorie des Stroms über die Verbindungen zwischen der Pfarrkirche Sachseln über das Dorf hin in die Ranft-Schlucht.

In Bezug auf die relativen Ankünfte kann festgehalten werden, dass die Besuche aufgrund der grösseren Wallfahrten überwiegend im September erfolgen. Diese finden allerdings sehr selten bzw. jährlich an einem Wochenendtag statt. Einen Einbruch erlitt der Strom aufgrund der Covid-Pandemie in der Saison 2020, welcher aber bereits wieder vollständig überwunden scheint. Aus der Perspektive des Lebenszyklusmodells unterscheiden sich die Einschätzungen und reichen von der Reife bis zur Abnahme bzw. Stagnation. Das Reismuster entspricht ebenfalls jenem des «Holen-Halten».

Schaffen von Arbeitsplätzen: Der Besucherstrom fördert die Beschäftigung vor Ort durch die Verschiebungen mit dem Bus und den Konsum in den genannten Restaurants. Verglichen mit den anderen Strömen handelt es sich jedoch um eine begrenzte Förderung, da die Destination lediglich für einen kürzeren Aufenthalt pro Jahr besucht wird.

Förderung lokaler Produkte: Je nach Besuch der Restaurants und der Menüwahl können lokale Produkte durch den Strom gefördert werden. Auch wenn die Anlass-Wallfahrer nur selten und punktuell auftreten, erscheinen bei einem einzelnen Besuch sehr viele Personen, was die Förderung entsprechend steigert.

Förderung der lokalen Kultur: Aus kultureller und damit auch historischer Sicht ist der Strom für Flüeli-Ranft von grosser Bedeutung, da sich die Aktivitäten der Anlass-Wallfahrer durch traditionelle, christliche Praktiken auszeichnen. In diesem Sinne fördert der Strom die lokale Kultur in der Aufrechterhaltung der örtlichen religiösen Traditionen.

5.1.8 Bankettgäste

Bankettgäste besuchen Flüeli-Ranft einmalig in Gruppen von ca. 30 bis 70 Personen, um im Jugendstil-Hotel Paxmontana eine Feier über einen oder zwei Tage zu halten. Die Gäste stammen aus dem Inland, sind schätzungsweise zwischen 25 und 60 Jahren alt und reisen über sämtliche Zufahrtsstrassen mittels Individualverkehrs an.

Die Reisemotive von Bankettgästen stellen Feiern wie Hochzeiten, Goldene Hochzeiten, Geburtstage oder die Erstkommunionen dar. Flüeli-Ranft bietet den Gästen eine idyllische natürliche Umgebung, die Möglichkeit der Feier im Freien sowie das zur Verfügung stehen von Kapellen bzw. Hauskapellen. Die Hauptaktivitäten stellen das Feiern im Hotel Paxmontana, in den umliegenden Wiesen sowie in der Flüeli-Kapelle dar, entlang welcher sich die Trajektorien des Besucherstroms bilden. Je nach Feier werden zudem weitere individuelle Einzelaktivitäten im und um das Dorf unternommen.

Bankettgäste besuchen Flüeli-Ranft zwischen Mai und September bei einer Aufenthaltsdauer von rund einem Tag. Schätzungsweise 75% der Gäste übernachten eine Nacht im Hotel, wodurch sich die durchschnittlichen Ausgaben pro Gast auf etwa CHF 270 pro Person belaufen. Verglichen mit den anderen Hotelgästen handelt es sich um einen Strom von mässiger Intensität. Während der Covid-19-Pandemie verzeichnete dieser einen starken Einbruch, boomte anschliessend für eine Saison und wird zukünftig schätzungsweise leicht zunehmen. Das Reismuster entspricht dem «Holen-Halten», da die Besucher des Stroms nach Flüeli-Ranft reisen, um vor Ort zu verbleiben.

Schaffen von Arbeitsplätzen: Seminargäste schaffen Arbeitsplätze prioritär im Hotel Paxmontana. Viele Feiern verursachen hohe organisatorische Aufwände und die Gäste stellen hohe individuelle Erwartungen, was sich positiv auf die Beschäftigung auswirkt. Es handelt sich um eine mittelmässig starke

Förderung, da Bankettgäste in hoher Zahl anreisen, die Aufenthaltsdauer jedoch kurz ist und saisonal stark schwank.

Förderung lokaler Produkte: Lokale Produkte werden ebenfalls durch den Konsum von regionalen Menüs im Hotel Paxmontana gefördert. Die Förderung ist von moderater bis hoher Intensität, da die Besucher zum einen in hoher Anzahl erscheinen und eine hohe Zahlungsbereitschaft besitzen, zum anderen die Aufenthaltsdauer lediglich einen Tag beträgt die Besuche der genannten Saisonalität unterliegen.

Förderung der lokalen Kultur: Die lokale Kultur wird dahingehend gefördert, dass die Feiern traditionelle Feste darstellen, welche aufrechterhalten werden. Bei vielen Feiern findet eine Auseinandersetzung mit religiös begründeten Inhalten, dem historischen Hintergrund von Flüeli-Ranft und der Symbolik des Kraftorts der Sakrallandschaft statt. Leicht reduziert wird die Förderung dadurch, dass sich Gäste, welche sich nach Ruhe sehnen, bei manchen Festen gestört fühlen können.

5.1.9 Mountainbiker

Mountainbiker durchqueren die Destination individuell oder in Gruppen auf Touren von Sarnen nach Flüeli-Ranft, in die Stöckalp oder Melchsee-Frutt, woraus sich die entsprechenden Routen der An- und Abreise ergeben. Sie sind jeglichen Alters ab etwa zwölf Jahren und stammen schwergewichtig aus Obwalden, teilweise aus Nidwalden oder Luzern sowie selten aus weiteren Kantonen.

Mountainbiker besuchen Flüeli-Ranft aufgrund der Route ihrer beabsichtigten Tour. Die Hauptattraktionen stellen die Mountainbike-Trails der Region dar. Es handelt sich bei diesen um Wege, welche auch von Wanderer benutzt werden und für Fahrer sämtlicher Niveaus geeignet sind. In Kombination mit den Autostrassen ermöglichen diese den Mountainbikern das Fahren von Rundfahrten, da grösstenteils unterschiedliche Strecken für Hin- und Rückfahrten benutzt werden können. Die gefahrenen Touren lassen sich in zwei Kategorien unterteilen, welche zu unterschiedlichen Verhaltensweisen vor Ort führen und die Trajektorien des Besucherstroms formen. Zum einen gehen Mountainbiker unter der Woche auf Feierabendtours, welche ungefähr zwischen einer halben Stunde und zwei Stunden dauern. Solche Touren führen häufig von Sarnen nach Flüeli-Ranft und anschliessend wieder zurück. Zum anderen werden am Wochenende Tages- und Halbtagestouren unternommen. Die Strecken solcher Touren sind von grösserer Distanz und erstrecken sich von Sarnen bis Flüeli-Ranft, von dort aus in die Stöckalp oder Melchsee-Frutt und anschliessend entlang derselben Richtung oder via Kerns retour. Mountainbiker auf Feierabendtours sind eher dazu geneigt, sich nach der Ankunft in Flüeli-Ranft direkt auf die Rückfahrt zu begeben. Bei Tages- und Halbtagestouren hingegen werden bei der Ankunft bzw. vor der Weiterfahrt häufig kleiner Mahlzeiten vor Ort verpflegt, insbesondere in der Weinstube und auf der Gartenterrasse des Hotels Paxmontana.

Die Saison der Mountainbiker startet im April und hält bis Oktober an. Langfristig betrachtet handelt es sich um einen relativ konstanten Strom, welcher, während der Covid-19-Pandemie zugenommen hat. Zudem lässt sich seit den letzten Jahren auch das vermehrte Aufkommen von E-Mountainbikes erkennen, was sich förderlich auf die Stromintensität auswirkt. Die Aufenthaltsdauer in Flüeli-Ranft ist sehr kurz und reicht von der direkten Weiterfahrt bis hin zu etwa einer Stunde. Pro Aufenthalt liegen die Ausgaben dadurch zwischen keinen und etwa CHF 25 pro Person. Das Muster der Reise lässt sich als «Verbindungskomponente» kategorisieren.

Schaffen von Arbeitsplätzen: Mountainbiker fördern Arbeitsplätze in den gastronomischen Betrieben von Flüeli-Ranft. Im Vergleich mit anderen Besucherströmen handelt es sich um eine schwache Förderung aufgrund der Saisonalität, der mässigen Intensität und kurzen Aufenthaltsdauer. Des Weiteren muss berücksichtigt werden, dass ein Grossteil des Stroms gar nicht in Flüeli-Ranft verpflegt.

Förderung lokaler Produkte: Lokale Produkte werden durch den Konsum gefördert. Auch hierbei ist von einer schwachen Förderung auszugehen. Den Grund dafür stellen die oben genannten Bedingungen wie auch die geringen Ausgaben dar.

Förderung der lokalen Kultur: Aus der kulturellen Perspektive werden Mountainbiker während der Durchfahrt gewissermassen auf die Bedeutung von Flüeli-Ranft als Ort der Stille sensibilisiert, allerdings weitaus geringer als andere Besucher, welche die Destination gezielt aufgrund dieser Bedeutung besuchen. Werden Strecken benutzt, welche nicht zur Befahrung vorgesehen sind, können Konflikte mit anderen Besuchern entstehen. Tragen diese Besucher zu einer höheren kulturellen Förderung bei, kann gegebenenfalls von einem negativen Einfluss ausgegangen werden. Dies ist besonders der Fall auf dem Wanderweg zwischen dem Hotel Paxmontana und der Hohen Brücke. Allerdings befindet sich an beiden Enden dieser Strecke jeweils ein Fahrverbot, wodurch Konflikte nur äusserst selten vorkommen.

5.1.10 Asiatische Gruppen

Asiatische Gruppen übernachten in Flüeli-Ranft in Gruppen mit bis zu 50 Personen aufgrund einer Europareise. Im Unterschied zum Besucherstrom der Reisegruppen befinden sich die asiatischen Gruppen ausschliesslich auf der Durchreise bzw. verbringt nicht mehrere Tage vor Ort, um Ausflüge zu unternehmen. Die Anreise erfolgt mit Reisebussen über Interlaken via Sachseln, die Abreise über Sachseln nach Luzern. Die Vertreter des Stromes stammen schätzungsweise zu 70% aus China und zu 30% aus Südkorea. Das Alter der Teilnehmer erstreckt sich von ca. 35 bis 60 Jahren.

Bei den Besuchen der asiatischen Gruppen handelt es sich um eine Form von Kulturtourismus. Unterzogen werden keine religiös-gerichteten Aktivitäten um die Attraktionen von Flüeli-Ranft, jedoch dient das Dorf an sich als Attraktivität im Zusammenhang mit der umliegenden Landschaft, um eine

Vielzahl von Dorf- und Landschaftsfotos aufzunehmen. Ausschlaggebend für den Besuch sind allerdings die zentrale Lage und örtliche Infrastruktur. Die Gruppen reisen im Verlauf des Abends an und ziehen bereits am darauffolgenden Morgen weiter, wobei überwiegend in den Hotels Klausenhof und Paxmontana übernachtet wird. Die Hotelbuchungen beinhalten nebst den Zimmern schätzungsweise zu 30% auch das Nachtessen. Das Frühstück wird normalerweise ebenfalls gebucht, obwohl die Besucher i.d.R. eigene Zutaten mitbringen. Da sich die Besucher direkt in die Hotels begeben und sich normalerweise in der Nähe von diesen aufhalten, ergeben sich die dominanten Trajektorien entlang den entsprechenden Zufahrtstrassen des Dorfes.

Der Besucherstrom existiert nur in den Sommermonaten von Mai bis September. Hinsichtlich der Entwicklungsphase ist der Besucherstrom an einem äusserst kritischen Punkt angelangt. Während der Covid-19-Pandemie ist dieser komplett erschlaft und hat sich bis heute keineswegs wieder aufgebaut. Dementsprechend existiert der Strom nicht mehr seit dem Ende der Saison 2019. Aktuell stellt sich den örtlichen Anbietern die Frage, inwiefern sie die Wiederherstellung des Stroms unterstützen sollen, da die Tour-Operators der Gruppen bereits die Saison 2024 koordinieren möchten und entsprechende Offerten verlangen. Es handelt sich um eine komplexe Entscheidungsfindung, welche verschiedene Abwägungen beinhaltet. Aus Anbietersicht dienen die Gruppen zum einen der Kapazitätsauslastung, erscheinen andererseits aus der Perspektive der Rentabilität jedoch wenig lukrativ. Der Preiskampf wird seitens der Hotels nicht mit den Endkunden selbst geführt, sondern mit den jeweiligen Tour-Operators. Diese besitzen eine so hohe Verhandlungsmacht, dass teilweise separate, kostengünstigere Zutaten für Mahlzeiten verwendet werden. Die geschätzten Einnahmen belaufen sich auf etwa CHF 65 bis CHF 100 pro Aufenthalt und Person. Des Weiteren können sich andere Besucher vom Strom gestört fühlen, da der Strom vor Ort nicht ihrer Vorstellung von Flüeli-Ranft als ruhige Kraftstätte entspricht. Zum Teil verpflegen deshalb die asiatischen Gruppen separiert von den restlichen Gästen. Das Reismuster entspricht jenem einer organisierten Rundreise, da der Aufenthalt in Flüeli-Ranft ein Element eines standardisierten Leistungsbündels darstellt.

Schaffen von Arbeitsplätzen: Der Besucherstrom schöpft Kapazitäten in den Hotels aus und fördert dadurch die örtliche Beschäftigung. Allerdings besteht diese Förderung aktuell nicht und sollte der Strom wieder entstehen, würde es sich um eine vergleichsweise schwache Förderung handeln.

Förderung lokaler Produkte: Da die Mahlzeiten für diesen Strom mittels günstigen, nicht-lokalen Zutaten zubereitet werden, werden lokale Produkte nicht gefördert.

Förderung der lokalen Kultur: Der Besucherstrom fördert die Kultur vor Ort kaum. Durch die starken kulturellen Unterschiede des Stroms im Vergleich zur Destinationskultur könnte bei einer zu hohen Frequenz eine Entfremdung stattfinden. Zudem kann sich das Verhalten asiatischer Gruppen negativ auf die Intensität anderer Ströme auswirken, wenn sich Teilnehmer von diesen gestört fühlen.

5.2 Variable Geometrie und Synthese der SDG-Beurteilungen

Die Überlagerung sämtlicher strategisch relevanten Besucherströme in diesem Unterkapitel ermöglicht es, ein holistisches Gesamtbild über das Anwendungsgebiet zu erlangen. In einem ersten Schritt werden dazu alle Karten sowie die entsprechenden Legenden übereinandergelegt, um als visualisiertes Ergebnis die variable Geometrie darzustellen. Anschliessend werden in einem zweiten Schritt die Erkenntnisse der SDG-Beurteilung dargelegt. Dabei werden die stromspezifischen Konsequenzen des Förderungsausmasses mittels Impact-Heatmap aggregiert und beschrieben, wobei der Fokus insbesondere der zukünftigen Entwicklung gewidmet wird. Gemeinsam bilden die Einschätzungen aus den beiden Schritten das Fundament für die nachfolgende Eruiierung von Politiken (Kap. 5.3).

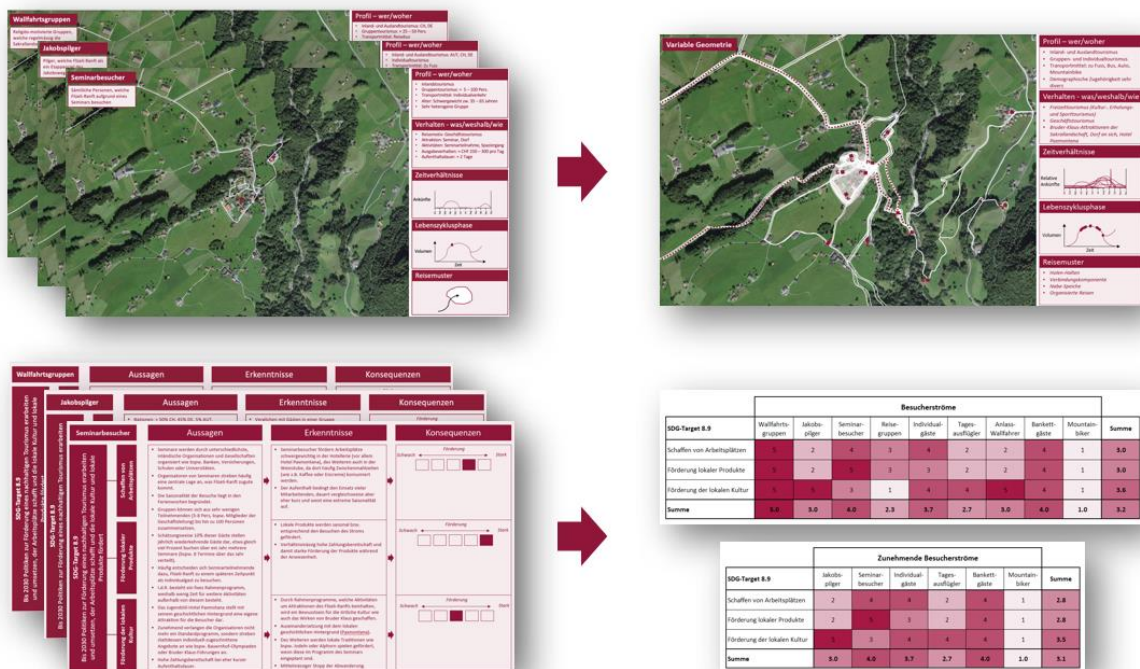


Abbildung 21: Übereinanderlegen der Karten & Legenden (Eigene Darstellung)

5.2.1 Variable Geometrie

Die variable Geometrie in Abbildung 22 zeigt deutliche Konzentrationsräume der Besucher in Flüeli-Ranft auf. Die höchste Ansammlung der durchfliessenden Ströme lässt sich im Kern des Dorfes erkennen, da in diesem Raum nahezu alle Besucher trotz unterschiedlichster Tätigkeiten aufeinandertreffen. Dementsprechend kann das Dorfzentrum als polyvalenter Raum betrachtet werden. Die Autostrasse, welche nach Sachseln, Sarnen und Kerns führt, stellt den dominantesten Hauptkorridor in den polyvalenten Raum dar, da dieser Korridor den An- und Abreiseweg für motorisierte Fahrzeuge darstellt. Innerhalb des Korridors zeichnet sich insbesondere die Verbindung nach Sachseln durch eine sehr hohe Intensität der Benutzung aus. Des Weiteren lassen sich markante Korridore erkennen, welche ebenfalls Verbindungsachsen des polyvalenten Raums darstellen, jedoch nicht motorisiert befahrbar sind. Dazu

zählen zum Ersten die Verbindungen vom Dorfkern zu den Ranft-Kapellen, welche sich aus den beiden Pilgerwegen in die Ranft-Schlucht ergeben. Zum Zweiten stellt der Visionenweg einen wichtigen Korridor dar, welcher das Dorf mit Sachseln verbindet.



Abbildung 22: Variable Geometrie (Eigene Darstellung)

Die *Profile der Besucherströme* in Flüeli-Ranft sind von einer hohen Heterogenität gekennzeichnet und sind dem In- wie auch Auslandtourismus zuzuordnen. Beim Inlandtourismus handelt es mehrheitlich um Besucher aus dem Kanton Obwalden und den angrenzenden Kantonen. Die ausländischen Besucher stammen schwergewichtig aus Deutschland, teils aber auch aus unterschiedlichsten weiteren Nationen. In Anbetracht der Anzahl Personen, welche gemeinsam anreisen, lassen sich Individual- wie auch Gruppentouristen erkennen. Die Variabilität ist dementsprechend sehr hoch und reicht vom einzelnen Besucher bis hin zu einer Gruppe bestehend aus knapp 200 Personen. Die Art der Anreise unterscheidet sich je nach Besucherstrom. Tendenziell reisen Gäste aus der umliegenden Region häufig mittels Individualverkehrs an und benutzen bei kurzen Anreisestrecken ihr Fahrrad oder verschieben sogar zu Fuss. Die ausserregionalen Besucher hingegen reisen häufig mit organisierten Reisebussen oder ebenfalls mit dem Individualverkehr nach Flüeli-Ranft. Somit wird der öffentliche Verkehr verhältnismässig selten benutzt. Zuletzt lässt sich auch im Bereich des Alters der Besucher eine hohe Diversität feststellen. Tendenziell weisen die religiös-motivierten Besucher den höchsten Altersdurchschnitt aus, Tagesausflügler aus der Region hingegen den niedrigsten.

Das *Verhalten der Besucherströme* ist äusserst heterogen. Die Destination wird hauptsächlich aufgrund von Freizeitreisen im Sinne von Kultur-, Erholungs- und Sporttourismus besucht. Beim Kulturtourismus stehen religiöse Motivationsgründe im Vordergrund, welche mit christlichen Praktiken und dem Leben

von Bruder Klaus in Verbindung stehen. Erholungstouristen entscheiden sich für den Besuch von Flüeli-Ranft aufgrund der örtlichen Stille und natürlichen Umgebung sowie der zentral gelegenen Lage, welche Ausflüge in umliegende Regionen ermöglicht. Das Reisemotiv von Sporttouristen wie den Mountainbikern stellt ihre jeweilige Tour dar, welche sie durch Flüeli-Ranft führt. Je nach dem Motiv des Besuchs variieren Aufenthaltsdauer und Ausgabeverhalten sehr stark. Erstere reicht von wenigen Minuten bis hin zu sieben Tagen. Die täglichen Ausgaben pro Person schwanken zwischen keinen und maximal etwa CHF 270. Bei Durchfahrten und Tagesausflügen erweisen sich die Ausgaben als die geringsten. Diese nehmen durch den Konsum und das Übernachten vor Ort zu, wobei es festzuhalten gilt, dass die Ausgaben pro Tag mit zunehmender Aufenthaltsdauer sinken. Abseits des bislang geschilderten Freizeittourismus wurde auch ein Besucherstrom identifiziert, welcher dem Geschäftstourismus zugehört. In dessen Form besteht das Reisemotiv von Besuchern in einem Seminar, welches im Jugendstil Hotel Paxmontana durchgeführt wird. In den meisten Fällen besuchen Seminargäste Flüeli-Ranft für ein Wochenende inklusive einer Übernachtung bei täglichen Ausgaben zwischen CHF 250 und CHF 300 pro Person. Bezüglich der Attraktionen kann festgestellt werden, dass kein stromübergreifend dominierendes Besuchermagnet auffällt, was in den unterschiedlichsten Motivationsgründen begründet liegt. Entsprechend diesen werden Aktivitäten rund um die Attraktionen der Sakrallandschaft, um das Dorf oder Hotel Paxmontana unternommen.

Die *Zeitverhältnisse* zeigen intensive saisonale Frequenzschwankungen auf. Die saisonale Variabilität deutet darauf hin, dass die meisten Besucher Flüeli-Ranft während den wärmeren Monaten zwischen Mai und Oktober aufsuchen. Die höchsten Besucherzahlen werden von Juli bis September erreicht. Während der Nebensaison von November bis April verhindern vereinzelt Besucherströme teilweise ein Winterloch. In Relation zu den kumulierten Ankünften der Hochsaison handelt es sich dabei jedoch um äusserst niedrige Besucherzahlen.

Durch die Analyse der *Lebenszyklusphasen* kann davon ausgegangen werden, dass sich fünf der analysierten Besucherströme innerhalb der Reifephase vor dem Erreichen des Höchstpunktes befinden. Der Strom der Tagesausflügler befindet sich aktuell auf dem eigenen Höchststand. Drei Ströme sind vom Rückgang gekennzeichnet und befinden sich in der Phase der Sättigung, während jener der asiatischen Gruppen seit Ende der Saison 2019 nicht mehr existiert und die Zukunft zeigen wird, ob dieser Strom wieder durch die Destination fließen wird.

Aus der Perspektive der *Reisemuster* wird ersichtlich, dass die meisten Besucherströme nach Flüeli-Ranft reisen, um vor Ort zu verbleiben (vgl. Tabelle 4). Je zwei Ströme besuchen Flüeli-Ranft als Verbindungskomponente sowie als Teil eines standardisierten Leistungsbündels einer organisierten Rundreise. Für Individualgäste stellt Flüeli-Ranft überwiegend einen Ausgangspunkt weiterer Reisen in andere Destinationen dar.

				
Holen-Halten	Verbindungskomponente	Nabe-Speiche	Organisierte Reisen	Freilaufende
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wallfahrtsgruppen ▪ Seminarbesucher ▪ Tagesausflügler ▪ Anlass-Wallfahrer ▪ Bankettgäste 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Jakobspilger ▪ Mountainbiker 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Individualgäste 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reisegruppen ▪ Asiatische Gruppen 	

Tabella 4: Synthese aller Reismuster (Eigene Darstellung)

5.2.2 Synthese der SDG-Tabellen

Wie in Unterkapitel 2.4.2 beschrieben, wird in vorliegendem Unterkapitel die Synthese der SDG-Tabellen mittels Impact-Heatmap dargestellt. Es gilt festzuhalten, dass es sich bei letzterer lediglich um eine Abschätzung der Relationen handelt, da weder quantitative Daten noch einheitliche Messfaktoren gegeben sind. Nachfolgend werden deshalb als erstes die Parameter geschildert, welche basierend auf der Datenerhebung für die Abwägung der Relationen Anwendung finden, bevor die aktuelle Impact-Heatmap sowie deren potenzielle zukünftige Entwicklung vorgestellt werden. Innerhalb der Analyse dieses Unterkapitels wird der Besucherstrom der asiatischen Gruppen eliminiert, da dieser gegenwärtig nicht existiert und die Darlegung der aktuellen Lage verzerren würde.

Für die Abschätzung der Förderung der Unterziele sind unterschiedliche Parameter massgebend. Das Schaffen von Arbeitsplätzen ergibt sich durch die geschätzten Arbeitspensas, welche von einem Strom verursacht werden. Entscheidend sind Einflussfaktoren auf der Ebene des Aufenthalts wie bspw. die organisatorischen Aufwände oder jene des Umfangs der Betreuung, aber auch Faktoren auf Stromebene wie die Intensität und Dauer der Aufenthalte. Bei der Förderung von lokalen Produkten erweist sich der Konsum von Mahlzeiten, welche sich aus regionalen und lokalen Zutaten zusammensetzen, als dominanter Parameter, da das Volumen des Vertriebs jenes von anderen Produkten wie bspw. Souvenirs oder Kerzen weitaus übersteigt. Entscheidend für die Abwägung der Intensität sind verhaltensspezifische Faktoren wie die Häufigkeit und Zahlungsbereitschaft, welche mit dem jeweiligen Konsum einhergehen sowie die generelle Ausprägung des Stroms in Bezug auf die Anzahl der Besuche und durchschnittliche Aufenthaltsdauer. Die Abwägung der Förderung der lokalen Kultur basiert auf der Kulturdefinition gemäss UNESCO (vgl. Kap. 2.1.2), wodurch Besucherströme auf unterschiedlichste Weise Aspekte fördern können, welche die Destination kennzeichnen, was eine gegenseitige Abwägung sehr komplex macht. In die Bewertung fliesst die Beurteilung, ob und in welchem Bereich eine Kulturförderung stattfindet, die Intensität einer Förderung während dem Aufenthalt sowie die Intensität der Besuche des Stroms. Im Sinne dieser Ausführungen wird in der untenstehenden Impact-Heatmap (Tabelle 5) das geschätzte Förderungsausmass sämtlicher Unterziele durch die verschiedenen Besucherströme zusammengefasst.

	Besucherströme									
SDG-Target 8.9	Wallfahrtsgruppen	Jakobspilger	Seminarbesucher	Reisegruppen	Individualgäste	Tagesausflügler	Anlass-Wallfahrer	Bankettgäste	Mountainbiker	Summe
Schaffen von Arbeitsplätzen	5	2	4	3	4	2	2	4	1	3.0
Förderung lokaler Produkte	5	2	5	3	3	2	2	4	1	3.0
Förderung der lokalen Kultur	5	5	3	1	4	4	5	4	1	3.6
Summe	5.0	3.0	4.0	2.3	3.7	2.7	3.0	4.0	1.0	3.2

Tabelle 5: Impact-Heatmap (Eigene Darstellung)

Die Impact-Heatmap bietet die Möglichkeit, Förderungsaspekte zwischen Besucherströmen zu vergleichen. Für den Vergleich sollten Werte innerhalb einer Zeile miteinander verglichen werden, da bspw. davon ausgegangen werden kann, dass Wallfahrtsgruppen mehr Arbeitsplätze schaffen als Jakobspilger. In dieser horizontalen Betrachtung zeigt die Heatmap in der untersten Zeile eine Einschätzung auf, in welchem Ausmass die verschiedenen Besucherströme zur Förderung des SDG-Target 8.9 insgesamt beitragen. Dadurch wird eine Vergleichbarkeit zwischen den Besucherströmen in Bezug auf die Erreichung der Zielsetzung ermöglicht. Zudem kann innerhalb der Spalte eines Stroms abgeschätzt werden, ob dieser tendenziell denselben Einfluss auf die unterschiedlichen Unterziele ausübt oder sich dessen Einfluss je nach Unterziel stark unterscheidet.

Um eine mögliche zukünftige Entwicklung mittels Heatmap darzustellen, werden in Tabelle 6 diejenigen Besucherströme separat dargestellt, welche nach Einschätzung der Datenerhebung zukünftig zunehmen werden. Dazu zählen fünf Ströme, welche sich innerhalb der Reifephase vor dem Erreichen des Höchstpunktes befinden. Zudem wurde der Strom der Tagesausflügler hinzugenommen. Nach den Experteneinschätzungen befindet sich dieser aktuell auf einem Höchststand, wird in Zukunft jedoch kaum von einer Abnahme gekennzeichnet sein. Im Vergleich zu der aktuellen Heatmap verändern sich in jener der zunehmenden Ströme die Summen des Förderungsausmasses der Unterziele. Die Zahlen an sich sind mit Vorsicht zu geniessen, dienen jedoch als potenzielle Entwicklungstendenz. Selbstverständlich gilt es dabei zu beachten, dass neue Ströme zukünftig entstehen könnten, welche sich von den bestehenden unterscheiden.

	Zunehmende Besucherströme						
SDG-Target 8.9	Jakobspilger	Seminarbesucher	Individualgäste	Tagesausflügler	Bankettgäste	Mountainbiker	Summe
Schaffen von Arbeitsplätzen	2	4	4	2	4	1	2.8
Förderung lokaler Produkte	2	5	3	2	4	1	2.8
Förderung der lokalen Kultur	5	3	4	4	4	1	3.5
Summe	3.0	4.0	3.7	2.7	4.0	1.0	3.1

Tabelle 6: Impact-Heatmap – Zunehmende Besucherströme (Eigene Darstellung)

Vergleicht man die aktuelle Heatmap mit der potenziell zukünftigen, kann man den Abfluss von drei Strömen feststellen. Sämtliche der abfliessenden Ströme sind dem Gruppentourismus zugehörig. Einhergehend mit diesem Abfluss kann zukünftig eine wesentlich höhere Bedeutung des Individualtourismus vor Ort vermutet werden. Dieser Annahme zufolge würde sich der entsprechende Paradigmenwechsel auch in Auswirkungen auf die Zielerreichung gemäss SDG-Target 8.9 widerspiegeln. Über sämtliche Unterziele hinweg kann eine tendenziell leicht reduzierte Förderung vermutet werden. Welche Auswirkungen im speziellen diese Entwicklung mit sich bringen würde und inwiefern sich die lokalen Anbieter im Rahmen der aktuellen Situation anpassen könnten, stellt nachfolgend die Kernthematik in Kapitel 5.3 dar.

5.3 Politiken im Sinne des SDG-Targets 8.9

Aus den Erkenntnissen der vorhergehenden Unterkapitel werden nachfolgend Politiken im Sinne des SDG-Targets 8.9 abgeleitet. Die Politiken basieren auf unterschiedlichen aktuellen Entwicklungen, von welchen ausgehend praktische Handlungsempfehlungen abgeleitet und erklärt werden. Die Empfehlungen stellen Ideen und Anregungen dar, welche den lokalen Akteuren als Inspiration zur praktischen Implementierung dienen sollen.

Politik 1: Kulturförderung;

Einführung einer räumlichen Entflechtung zur Förderung der Bruder-Klausen-Kultur

Entwicklung: Die Besucherströme, bei welchen die christlich-religiöse Motivation das ausschlagende Reisemotiv darstellt, leisten einen entscheidenden Beitrag zum Erhalt der religiösen Traditionen und Praktiken vor Ort. Zu diesen Strömen zählt jener der Wallfahrtsgruppen, der Anlasswallfahrer wie auch jener der Jakobspilger. Wallfahrtsgruppen sind jedoch seit ca. 1990 von einer abnehmenden Tendenz im Lebenszyklusmodell gekennzeichnet, da seither die Anzahl der anreisenden Gruppen wie auch die Gruppengrössen abgenommen haben. Des Weiteren sind aus der langfristigen Perspektive auch die Ankunftsahlen der Anlasspilger leicht abnehmend. Einzig der Besucherstrom der Jakobspilger weist im Lebenszyklusmodell eine zunehmende Tendenz auf (vgl. Kapitel 5.2.2), besitzt jedoch im Vergleich zu den vorhergenannten Strömen eine sehr niedrige Intensität. Für die drei geschilderten Ströme steht Bruder Klaus als Heiliger und damit Flüeli-Ranft als Ort der Stille und des Gebets im Zentrum. Dies trifft auch auf einige Gäste unter den Tagesausflüglern zu, für die meisten Angehörigen der zunehmenden Besucherströme steht jedoch Niklaus von Flüe als eine historische Persönlichkeit und Flüeli-Ranft als Erlebnisraum oder Ausgangspunkt für Reisen im Vordergrund. Die verschiedenen Denkweisen bergen die Risiken von Konflikten unter den Besuchern und unterschiedlichen Bestrebungen der lokalen Akteure. Um diese Risiken zu minimieren und den Erfolg von Kultur und Tourismus zu sichern, sind Massnahmen zum Erhalt und zur Förderung der Kultur rund um Bruder Klaus notwendig.

Empfehlung: Um mögliche Konfliktpotenziale zu minimieren und die erfolgreiche Verbindung von Kulturerbe und betrieblichem Erfolg in Flüeli-Ranft zu gewährleisten, sollte eine Massnahme darin bestehen, den Ort räumlich zu entflechten. Der polyvalente Raum im Dorfkern eignet sich als Erlebnisraum für nicht-religiös motivierte Besucher, während die Ranft-Schlucht als Ort der Stille und des Gebets genutzt werden kann. Die Umsetzung bedarf einer klaren Kommunikation über die entsprechenden Kanäle wie auch einer praktischen Implementation vor Ort.

Erklärung: Die Bestrebungen der Kommunikation würden die digitalen Kanäle im Sinne der Webseiten der Obwalden Tourismus AG sowie des Fördervereins von Niklaus von Flüe und Dorothee Wyss betreffen. Es würde sich anbieten, die Attraktionen in Zusammenhang mit Bruder Klaus einheitlich in zwei Kategorien aufzuteilen und vorzustellen. Dabei würde die erste Kategorie die Attraktionen in der Ranft-Schlucht umfassen, mit dem Ziel der klaren Kommunikation, dass es sich bei diesen Orten um jene des Gebets und der Stille handelt. Hierbei könnte bspw. eine einheitliche farbliche Darstellung der Wege und Attraktionen inklusive der entsprechenden Hinweise verhelfen, Klarheit unter den Webseite-Besuchern zu schaffen. Die zweite Kategorie würde die Bruder-Klaus-Attraktionen im polyvalenten Raum bzw. im Dorfkern betreffen. Dadurch, dass sämtliche Besucherströme durch diesen Raum fließen, sollte bei diesen Attraktionen die Wissensvermittlung bezüglich der historischen Persönlichkeit des Niklaus von Flüe im Vordergrund stehen. Dies sollte dementsprechend auf den Webseiten kommuniziert werden. Abseits der digitalen Kommunikationskanäle würde es sich anbieten, die Beschilderungen vor Ort ebenfalls der räumlichen Entflechtung anzupassen, indem die beiden Kategorien farblich, wie auch mittels Ausführungen klar abgegrenzt werden.

Nebst der Kommunikation sollten die Bruder-Klaus-Attraktionen im Dorfkern entsprechend der Kategorisierung angepasst werden. Aktuell wird eine Vielzahl an Aktivitäten angeboten, wie bspw. der Themen- oder Stationenweg, Führungen oder Exkursionen. Diese Angebote richten sich überwiegend an Besucher, welche sich für Bruder Klaus als Heiliger oder als historische Persönlichkeit interessieren und meistens ein gewisses Vorwissen mitbringen. Für Besucher ohne entsprechende Vorkenntnisse hingegen erscheinen diese Angebote weniger attraktiv. Um solchen Gästen die Geschichte von Bruder Klaus zugänglicher zu machen, könnten die Beschilderungen rund um die Attraktionen im Dorf ausgeweitet werden. Mittels Nummerierungen und Tafeln könnte ein etwa halbstündiger Dorfspaziergang zusammengestellt werden, welcher aufeinander aufbauende, kurze Zusammenfassungen von Lebensabschnitten des Heiligen beinhaltet. Das Ziel würde darin bestehen, die Besucher in kurzer Zeit zu informieren und bestenfalls das Interesse an weiteren ähnlichen Angeboten zu wecken. Die Zielgruppe eines solchen Angebots würden Gäste der tendenziell zunehmenden Besucherströme darstellen wie die Seminarbesucher, Bankett- und Individualgäste sowie Tagesausflügler. Für diese Besucher stellt das Dorf an sich eine Attraktion dar und es werden häufig Nachmittags- oder Abendspaziergänge nebst einem bestehenden Programm unternommen. Langfristig könnte das auf diese Besucherströme

abgestimmte Angebot erweitert werden, indem bspw. kurze, speziell geeignete Führungen angeboten werden, welche Niklaus von Flüe als Person vorstellen. Eine Möglichkeit würde darin bestehen, Personen aus der Umgebung anzufragen, um Führungen auf Basis eines «Zahle, was du willst»-Preismodells durchzuführen. Gleichzeitig gilt es auch die Interessen der religiös-motivierten Besucher zu wahren. Für die räumliche Entflechtung könnten dazu die Beschilderungen an den Anfangspunkten des Ranft-Abstiegs ausgebaut werden, indem Tafeln erstellt werden, welche klar darauf hinweisen, dass ein Ort der Stille betreten wird. Zusammenfassend könnten die geschilderten Massnahmen somit zur Förderung der lokalen Kultur im Sinne der Wissensvermittlung sowie der Interessenswahrung beitragen und damit einen Beitrag an das SDG-Target 8.9 leisten.

Politik 2: Förderung regionaler Produkte und Arbeitsplätze;

Ausbau von Angeboten während der Nebensaison zur Glättung der Saisonalität der Ankünfte

Entwicklung: Anhand der variablen Geometrie wurde festgestellt, dass Flüeli-Ranft wie viele andere Tourismusdestinationen von stark schwankenden Besucherzahlen betroffen ist (vgl. Kapitel 5.2.1). Die hohe Saisonalität erweist sich für die örtliche Tourismusbranche als unvorteilhaft, da Ressourcen für einen Zeitraum bereitgehalten werden müssen, welche in der tourismusarmen Zeit ungenutzt bleiben. Dies führt dazu, dass während den saisonalen Spitzenzeiten Saisonarbeitskräfte benötigt werden, welche ausserhalb der Saisonarbeitszeit meist keine Arbeit in der Region finden können (Schulder & Pirchl-Zaugg, 2021, S. 54).

Empfehlung: Es sollten Angebote gefördert werden, welche von Besuchern während der Nebensaison zwischen November und April genutzt werden, mit dem Ziel der Erhöhung der relativen Ankünfte in dieser Periode. Viele der identifizierten Ströme fliessen lediglich während der Hauptsaison durch Flüeli-Ranft, da sich ihr Reisemotiv in der Nebensaison nicht oder nur ungünstig umsetzen lässt. Dies trifft jedoch nicht auf den Besucherstrom der Seminarbesucher zu, welcher sich durch Ankünfte zwischen Februar und Mai auszeichnet und somit bereits gegen die tiefe Winterauslastung wirkt. Ausschlaggebend für die Ankunftsdaten sind die Ferienwochen und Feiertage des Geschäftsjahres, wodurch sich der Strom durch seine Gleichgültigkeit gegenüber der Jahreszeit auszeichnet. Bestrebungen zur Intensivierung des Stroms erscheinen auch in der Hinsicht sinnvoll, dass sich dieser im Wachstum befindet sowie die Zielsetzungen des SDG-Targets 8.9 stark unterstützt. Des Weiteren sollten Angebote für potenziell entstehende Besucher des Geschäftstourismus etabliert werden, sofern diese ebenfalls in der Nebensaison anreisen und einen positiven Beitrag an die SDG-Zielerreichung leisten.

Erklärung: Dem Jugendstil-Hotel Paxmontana würde sich die Chance bieten, die Angebotsgestaltung für Seminarbesucher während der Nebensaison auszubauen. Unterstützend dabei wirkt der aktuelle Trend der Individualisierung von Seminarprogrammen, durch welchen Organisatoren vermehrt

ergänzende Inhalte nebst dem Rahmenprogramm implementieren. Solche Inhalte könnten genutzt werden, um die lokale Kultur zu vermitteln und Wirtschaftskreisläufe (vgl. Politik 3) mit regionalen Partnern wie selbständig tätigen Personen zu aktivieren. Die Angebote müssten im Rahmen von wenigen Stunden durchgeführt werden können, wären jedoch thematisch kaum gebunden. Zeigen Seminarorganisatoren Interesse an praktischen Tätigkeiten als Ausgleich zu theoretischen Inhalten, könnten bspw. Schnitz- oder Steinbearbeitungskurse organisiert werden, bei welchen sich die Teilnehmer innerhalb von kurzer Zeit ein Souvenir erschaffen können. Besteht hingegen das Interesse des kulturellen Kennenlernens der Destination, könnten winterlich-ausgerichtete Dorfführungen angeboten werden, in welchen ausgewählte Themen vorgestellt werden. Aufgrund der kälteren Temperaturen sollten sich solche Führungen auf wenige Etappen-Aufenthalte beschränken, welche in verschiedenen Räumlichkeiten wie z.B. der Kaplanei oder Mehrzweckhalle durchgeführt werden.

Abseits der Seminarbesucher sollten potenziell entstehende Besucherströme in Betracht gezogen werden. Im Bereich des Geschäftstourismus könnte das Jugendstilhotel bspw. gezielte Angebote für Geschäftsessen von Firmen der umliegenden Region schaffen. Insbesondere für Mitarbeitende von Unternehmen in Sachseln, Sarnen oder Kerns würde sich das Hotel durch einen kurzen Anreiseweg und das ansprechende Ambiente der Region auszeichnen. Auch diese Besucher würden sich aufgrund der geschäftlichen Tätigkeit durch ihre Gleichgültigkeit gegenüber dem Wetter auszeichnen.

Politik 3: Förderung regionaler Produkte und Arbeitsplätze;

Qualitatives Wachstum durch die Definition einer Zielgruppe und regionale Wirtschaftskreisläufe

Entwicklung: Anhand der variablen Geometrie sowie der Auswertung der SDG-Tabelle konnte festgestellt werden, dass Flüeli-Ranft vor der Herausforderung der abnehmenden Besucherströme des Gruppentourismus steht. Nach Einschätzung der Mehrheit der befragten lokalen Akteure wird in Zukunft eine Verschiebung hin zu Gästen des Individualtourismus stattfinden. Diese Entwicklung würde langfristig einen Paradigmenwechsel darstellen, welcher sich auf sämtliche Zielbestandteile des SDG-Targets auswirkt. Es stellt sich die Frage, wie sich die lokalen Akteure dieser Veränderung anpassen sollten, wenn sich die Einschätzung zukünftig bewahrheitet.

Empfehlung: Ausgerichtet auf die zukünftigen Besucherströme sollten die örtlichen Akteure ein qualitatives Wachstum anstreben. Um ein solches Wachstum zu erreichen, sollte der Fokus auf der qualitativen Steigerung vor dem quantitativen Wachstum der Angebote liegen (Schulder & Pirchl-Zaugg, 2021, S. 54). Die Ausrichtung bedarf einer klaren Zielgruppendefinition jedes Akteurs, welche bearbeitet werden soll. Für die Bearbeitung können sodann regionale Wirtschaftskreisläufe wie die Erstellung von Unternehmensnetzwerken in Betracht gezogen werden, da diese gemäss Schuler und Pirchl-Zaugg (2021) dazu beitragen können, die Wertschöpfung einer Destination zu steigern (S. 64).

Erklärung: Je nach Akteur sollte sich die Zielgruppendefinition unterscheiden, da diese davon abhängig ist, mit welchen Besucherströmen interagiert wird. Die Konsequenzen der Definition bestehen darin, dass Besucherströme, die sich nachteilig auf eine nachhaltige Entwicklung des Tourismus in Flüeli-Ranft auswirken und bei denen keine Verbesserung möglich ist, ausgeschlossen werden sollten. Bei den übrigen Besucherströmen sollte darauf geachtet werden, einen hohen Qualitätsstandard der Angebote sicherzustellen und keinesfalls in eine Preissenkungsspirale zu geraten. Akteur-übergreifend kann festgehalten werden, dass die Zielgruppe auf Destinationsstufe Ströme beinhalten sollte, welche sich nicht im Rückgang befinden und einen positiven Beitrag an das SDG-Target 8.9 leisten. Der Strom der Asiatischen Gruppen zeichnet sich durch mehrere Eigenschaften aus, welche entgegen den SDG-Zielvorstellungen wirken und birgt zudem ein hohes Risiko des Verfalls in eine Preissenkungsspirale, weshalb dieser ausgeschlossen werden sollte. Übrig bleiben vordergründig die tendenziell zunehmenden Besucherströme, welche sich durch unterschiedliche Beiträge an eine nachhaltige Entwicklung auszeichnen. Keiner dieser Ströme zeichnet sich jedoch durch einen diesbezüglich negativen Einfluss aus und es besteht das Potenziale zur Verbesserung bei geringem oder keinem fördernden Verhalten.

Im Rahmen dieser Zielgruppe werden nach Einschätzung mehrere Akteure insbesondere die Tagesausflügler und Individualgäste eine entscheidende Rolle tragen. Diese zeichnen sich im Bereich der Einzelgäste durch ihre hohen Ankunftsahlen aus und stellen eine wichtige Stütze der SDG-Zielerreichung dar. Insbesondere in der Gastronomie und Hotellerie würde diese Entwicklung Anpassungen im Angebotsspektrum fordern. Dazu zählen bspw. die Zimmergestaltung, die Abstimmung der Anzahl Betten und Esstische oder das Angebot an Speisen. Trotzdem muss bei dieser Ausrichtung berücksichtigt werden, dass auch Gruppentouristen wie Seminar- und Bankettgäste ebenfalls zu der Zielgruppe zählen. Zu Letzterer zählen abschliessend auch Mountainbiker. Aufgrund ihres geringen Förderungsausmasses kommt diesen eine Stellung von geringerer Priorität zu. Trotzdem sollte in den Bereichen der Förderung von Arbeitsplätzen und lokalen Produkten bestrebt werden, die Anreize für einen Aufenthalt vor Ort zu erhöhen. So könnten Restaurants bspw. gezielte Mahlzeiten und Getränke anbieten.

Um die Koordination auf Destinationsebene zu gewährleisten, könnte die Erstellung eines Netzwerkes der Akteure in Betracht gezogen werden. Es besteht durch den Förderverein von Niklaus von Flüe und Dorothee Wyss bereits ein breit gestütztes Netzwerk, welches Akteure in den Bereichen rund um die Aktivitäten der Bruder-Klaus-Attraktionen verbindet. Dieses liesse sich weiter ausbauen oder es könnte ein neues eingeführt werden. Möglichkeiten dafür würden bspw. die Gründung eines weiteren Vereins oder einer Genossenschaft darstellen, um Kooperationsmöglichkeiten insbesondere im Bereich der lokalen Produkte oder jenem von Dienstleistungen aus selbständiger Tätigkeit zu unterstützen. Anderweitig könnten dazu auch Plattformlösungen erarbeitet werden. So könnte eine Online-Plattform eingeführt werden, mittels welcher lokale Produkte und Dienstleistungen präsentiert und Kontaktdaten ausgetauscht werden können.

6 Fazit und Ausblick

Die vorliegende Arbeit beschäftigte sich mit einer nachhaltigen Entwicklung der Besucherströme in Flüeli-Ranft im Sinne des SDG-Targets 8.9. Hierfür wurde das SGDM als methodisches Feldhandbuch verwendet, wobei auch der erweiterte strömungsbasierte Ansatz miteinbezogen wurde. Zur Beantwortung der folgenden drei Forschungsfragen wurden Workshops sowie Einzelinterviews mit Personen durchgeführt, welche über das benötigte touristische Wissen verfügen.




	<p>Frage 1 <i>Welche strategischen Besucherströme existieren gegenwärtig in der Region Flüeli-Ranft und wie können diese in Bezug auf SDG-Target 8.9 beschrieben werden?</i></p>
	<p>Frage 2 <i>Welche Aussagen ergeben sich aus der Analyse der variablen Geometrie und welche Erkenntnisse lassen sich daraus ableiten bezüglich Raumkonzentration?</i></p>
	<p>Frage 3 <i>Welche Politiken für die zukünftige Angebotsgestaltung lassen sich im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung gemäss SDG-Target 8.9 ableiten?</i></p>

Tabelle 7: Forschungsfragen (Eigene Darstellung)

Mithilfe des SGDM konnten neun existierende Besucherströme in Flüeli-Ranft identifiziert werden. Zudem wurde der Strom der Asiatischen Gruppen ermittelt, welcher seit Ende der Saison 2019 nicht mehr anzutreffen ist. Die Zukunft wird zeigen, ob und inwiefern sich dieser wieder etablieren wird. Die anderen Ströme zeichnen sich dadurch aus, dass sämtliche von diesen dem Freizeittourismus zuzuordnen sind, ausser jener der Seminarbesucher. Im Rahmen des Freizeittourismus wird die Destination aufgrund unterschiedlichster Reisemotive besucht. Dazu zählen Aktivitäten um die Bruder-Klaus-Attraktionen, das Halten einer Feier, das Logieren vor Ort aufgrund der zentralen Lage oder der Möglichkeit, andere Räume bereisen zu können sowie die beabsichtigte Tour, welche durch Flüeli-Ranft führt. In Bezug auf die Förderung der Bestrebungen des SDG-Targets wurde festgestellt, dass über sämtliche Ströme hinweg insbesondere die Gruppentouristen einen entscheidenden Beitrag an die Schaffung von Arbeitsplätzen und den Vertrieb lokaler Produkte leisten. Wird hingegen die Kulturförderung betrachtet, so erweist sich das Motiv eines Besuchs als entscheidendes Merkmal. Eine intensive Förderung kann von Strömen vermutet werden, welche sich durch ein christlich-religiöses Reisemotiv auszeichnen. Es bestehen zudem mehrere Ströme, welche sich durch ihr Interesse am historischen Hintergrund der Destination auszeichnen und ein entsprechender Wissenstransfer während des Besuchs stattfindet. Auch hierbei kann je nach Strom von einer mässigen bis starken Kulturförderung ausgegangen werden. Die Förderung kann jedoch nicht bei Strömen vermutet werden, welche Flüeli-Ranft ausschliesslich aufgrund der Durchreise besuchen.

Anhand der variablen Geometrie wurde der Dorfkern als polyvalenter Raum identifiziert, in welchem sämtliche Besucherströme aufeinandertreffen. Den markantesten Korridor stellt die Autostrasse nach Sachseln dar, wobei auch die daraus abzweigenden Strassen nach Sarnen und Kerns intensiv befahren werden. Des Weiteren stellen die Wanderwege, welche den Dorfkern mit Sachseln sowie der Ranft-Schlucht verbinden, wichtige Verbindungen dar. Die Korridore, welche in die Schlucht führen, werden überwiegend von religiös-motivierten Besuchern aufgesucht. Über die Autostrassen hingegen wie auch über den Wanderweg nach Sachseln verschieben unterschiedlichste Besucher. Dabei besuchen die meisten Gäste die Destination, um vor Ort zu verbleiben. Gleichzeitig nutzen aber auch sehr viele Besucher die zentrale und verbindende Lage. Des Weiteren liessen sich anhand der variablen Geometrie intensive saisonale Frequenzschwankungen der Besucherankünfte feststellen. Die meisten Ankünfte werden in den wärmeren Monaten zwischen Mai und Oktober verzeichnet, während die Nebensaison von November bis April andauert, in welcher lediglich vereinzelte Ströme anzutreffen sind. In Anbetracht der Lebenszyklusphasen der Besucherströme wird die Saisonalität der Destination höchstwahrscheinlich erhalten bleiben. Es befinden sich sechs der identifizierten Ströme vor oder auf dem Höchststand der eigenen Entwicklung, während drei Ströme vom Rückgang gezeichnet sind und sich jener der Asiatischen Gruppen in der Entscheidungsphase des zukünftigen Bestehens befindet.

Für die langfristige Angebotsgestaltung wurden drei Politiken im Sinne von Handlungsempfehlungen definiert. Die erste umfasst den Schutz der örtlichen Kultur und thematisiert Bestrebungen zur räumlichen Entflechtung des polyvalenten Raums von jenem der religiösen Praktik. Die weiteren beiden Politiken betreffen den Vertrieb lokaler Produkte und das Schaffen von Arbeitsplätzen vor Ort. Die entsprechenden Handlungsempfehlungen bezwecken den Ausbau von Angeboten während der Nebensaison sowie das Erreichen eines qualitativen Wachstums durch regionale Wirtschaftskreisläufe. Keine der in dieser Arbeit definierten Handlungsempfehlungen vermag es, der Komplexität des holistischen Zusammenwirkens der Besucherströme gerecht zu werden. Die geschilderten Ausführungen bezwecken lediglich einen Orientierungsrahmen im Sinne von möglichen Leitideen. Diese erlangen Bedeutung, werden sie von lokalen Akteuren in der Planung und Umsetzung des touristischen Angebots inkludiert. Von Bedeutung dürften zukünftig viele weitere Massnahmen sein, sollte es im Besucherverhalten tatsächlich zu einem Rückgang des Gruppentourismus und der religiösen Reisemotive kommen. An Relevanz gewinnen dürften dadurch Einzelgäste wie auch Tagesausflügler, welche aus vielseitigsten Motivationsgründen anreisen und sich eher durch ein historisches Interesse an Niklaus von Flüe auszeichnen.

Doch unabhängig des zukünftigen Verlaufs lässt sich festhalten, dass die Ergebnisse der Arbeit aufzeigen, dass Flüeli-Ranft trotz der vermeintlich kleinen Destinationsgrösse eine weltweite Bekanntschaft zugesprochen werden kann. Die Wirkstätte des Nationalheiligen vermag es, unterschiedlichste Gäste aus Nah und Fern von der eigenen Einzigartigkeit zu überzeugen und für einen Besuch zu begeistern.

«So klein Flüeli-Ranft im Kanton Obwalden erscheinen mag, so gross ist seine Bekanntheit. Der Wallfahrtsort des Schweizer Nationalheiligen, Niklaus von Flüe, lädt zur Kapellenbesichtigung ein – und zu einem Ausflug in die Ranftschlucht» (Schweiz Tourismus, o. D.)

Literaturverzeichnis

- Beritelli, P. & Laesser, C. (2013). Destinationsmanagement der 3. Generation – Das St. Galler Modell für Destinationsmanagement (SGDM). In Beritelli, P., Laesser, C., Reinhold, S. & Kappeler, A. (Hrsg.). *Das St. Galler Modell für Destinationsmanagement* (1. Auflage., S. 15–52). St. Gallen: IMP-HSG.
- Beritelli, P., Laesser, C., & Reinhold, S. (2014). Prozessorientierung im Destinationsmanagement. In *Marketing Review St. Gallen*, 6, S.34–46. St. Gallen: Springer Professional.
- Beritelli, P., Laesser, C., Reinhold, S. & Kappler, A. (Hrsg.). (2013). *Das St. Galler Modell für Destinationsmanagement – Geschäftsfeldinnovationen in Netzwerken* (1. Aufl.). St. Gallen: IMP-HSG.
- Beritelli, P., Reinhold, S., Laesser, C. & Bieger, T. (2015). *The St. Gallen model for destination management*. St. Gallen: IMP-HSG.
- Beritelli, P., Reinhold, S. & Laesser, C. (2020). Visitors flows, trajectories and corridors: Planning and designing places from the traveler's point of view. *Annals of Tourism Research*, Volume 82. P. 102936.
- Bieger, T. & Beritelli, P. (2012). *Management von Destinationen* (8. Aufl.). München: Ouldenburg.
- Kaspar, C. (1991). Die Hierarchie im touristischen Marketing. In Kaspar, C. (Hrsg.). *Jahrbuch der Schweizerischen Tourismuswirtschaft 1990/91*. St. Gallen.
- Schuler, Y. & Pirchl-Zaugg, Y. (2021). *Nachhaltigkeit in Schweizer Tourismusdestinationen*. Scuol: Tourismus Engadin Scuol Samnaun Val Müstair AG & ZHAW Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.
- Sommer, A. (2012). Spiritueller Tourismus als eigenständige Tourismusart? Versuch einer Definition und Eingrenzung. In Hopfinger, H., Pechlaner, H., Schön, S., Antz, C. (Hrsg.). *Kulturfaktor Spiritualität und Tourismus – Sinnorientierung als Strategie für Destinationen*. Berlin: Erich Schmidt Verlag.
- World Tourism Organization (UNWTO). (2019). *UNWTO Tourism Definitions*. Madrid: UNWTO.
- World Tourism Organization (UNWTO). (1993). *Sustainable Tourism Development, Guide for locapartners*. Madrid.

Internetverzeichnis

Beneaththeroses. (o. D.). *Flüeli-Ranft von Osten aus gesehen*. Abgerufen am 09.04.2023 von https://de.wikipedia.org/wiki/Fl%C3%BCeli-Ranft#/media/Datei:Dorf_Fl%C3%BCeli-Ranft_OW.jpg.

Bethanien. (o. D.). *Startseite*. Abgerufen am 28.03.2023 von <https://www.haus-bethanien.ch/de/startseite>.

Brot für die Welt. (2016). *Tourismuswende. Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung: Die Transformation im Tourismus gestalten*. Abgerufen am 05.03.2022 von <https://www.tourism-watch.de/system/files/document/Profil20-de-v07-Web.pdf>.

Bruder Klaus. (o. D. a). Orte & Informationen. Flüeli. *Geburtshaus*. Abgerufen am 01.03.2023 von <https://bruderklaus.com/orte-informationen/flueeli-ranft/geburtshaus/>.

Bruder Klaus. (o. D. b). Orte & Informationen. Flüeli. *Feierplatz*. Abgerufen am 01.03.2023 von <https://bruderklaus.com/orte-informationen/flueeli-ranft/feierplatz-2/>.

Bruder Klaus. (o. D. c). Orte & Informationen. Flüeli. *Flüeli-Kapelle*. Abgerufen am 01.03.2023 von <https://bruderklaus.com/orte-informationen/flueeli-ranft/flueeli-kapelle/>.

Bruder Klaus. (o. D. d). Orte & Informationen. Flüeli. *Wohnhaus*. Abgerufen am 01.03.2023 von <https://bruderklaus.com/orte-informationen/flueeli-ranft/wohnhaus/>.

Bruder Klaus. (o. D. e). Orte & Informationen. Ranft. *Obere Ranftkapelle Einsiedelei*. Abgerufen am 01.03.2023 von <https://bruderklaus.com/orte-informationen/ranft/ob-ranftkapelle-einsiedelei/>.

Bruder Klaus. (o. D. f). Orte & Informationen. Weiter Orte. *Untere Ranftkapelle*. Abgerufen am 01.03.2023 von <https://bruderklaus.com/orte-informationen/ranft/untere-ranftkapelle/>.

Bruder Klaus. (o. D. g). Orte & Informationen. Weitere Orte. *Kapelle Mösli*. Abgerufen am 01.03.2023 von <https://bruderklaus.com/orte-informationen/weitere-orte/moesli/>.

Bruder Klaus. (o. D. h). Orte & Informationen. Pilgerwege. *Jakobsweg*. Abgerufen am 02.03.2023 von <https://bruderklaus.com/orte-informationen/pilgerwege/jakobsweg/>.

Bruder Klaus. (o. D. i). Orte & Informationen. Pilgerwege. *Visionenweg*. Abgerufen am 02.03.2023 von <https://bruderklaus.com/orte-informationen/pilgerwege/visionenweg/>.

Bruder Klaus. (o. D. j). Orte & Informationen. Pilgerwege. *Bruderklausenweg*. Abgerufen am 02.03.2023 von <https://bruderklaus.com/orte-informationen/pilgerwege/bruderklausenweg/>.

Bruder Klaus. (o. D. k). Orte & Informationen. *Karte*. Abgerufen am 08.04.2023 von <https://bruderklaus.com/orte-informationen/karte/>.

Die Weinstube. (o. D.). Die Weinstube. *Herzlich willkommen in der guten Weinstube*. Abgerufen am 01.03.2023 von <https://www.dieweinstube.ch/home>.

EDA. (o. D.). Agenda 2030 und SDGs. *17 Ziele für nachhaltige Entwicklung*. Abgerufen am 25.02.2023 von <https://www.eda.admin.ch/agenda2030/de/home/agenda-2030/die-17-ziele-fuer-eine-nachhaltige-entwicklung.html>.

FlüeMatte. (o. D.). *Willkommen im Hotel Restaurant FlüeMatte*. Abgerufen am 10.04.2023 von <https://www.fluematte.ch>.

Ferienhaus Lorenz. (o. D.). Ferienhaus Lorenz***. *Vermietung*. Abgerufen am 01.03.2023 von <https://www.ferienhaus-lorenz.ch/de-1/vermietung/>.

Frei, O. (2017). *Bruder Klaus – wie er wirklich war*. Abgerufen am 25.03.2023 von <https://www.bistum-basel.ch/Glaube-Spiritualitat/Bruder-Klaus-wie-er-wirklich-war.html#>.

Geo Admin. (o. D.). *Geo Admin*. Abgerufen am 10.04.2023 von <https://map.geo.admin.ch>.

Kanton Obwalden. (o. D.). Spielplätze. *Flüeli-Ranft*. Abgerufen am 01.03.2023 von <https://spielplaetze.ow.ch/portfolio-items/flueeli-ranft/>.

Klausenhof Flüeli. (o. D.). Klausenhof Flüeli. *Herzlich Willkommen im Hotel Klausenhof Flüeli*. Abgerufen am 01.03.2023 von <https://www.klausenhof.ch> <https://www.klausenhof.ch>.

Paxmontana. (o. D. a). Paxmontana Jugendstil-Hotel. *Gastfreundschaft seit 1896*. Abgerufen am 01.03.2023 von <https://www.paxmontana.ch>.

Paxmontana. (o. D. b). Paxmontana Jugendstil-Hotel. *Marktfrisch, regional, köstlich*. Abgerufen am 01.03.2023 von <https://www.paxmontana.ch/restaurant>.

Paxmontana. (o. D. c). Paxmontana Jugendstil-Hotel. *Räumlichkeiten*. Abgerufen am 01.03.2023 von <https://www.paxmontana.ch/Räumlichkeiten>.

Paxmontana. (o. D. d). Paxmontana Jugendstil-Hotel. *Gasthaus «am Dorfplatz»*. Abgerufen am 01.03.2023 von <https://www.paxmontana.ch/gasthaus>.

Pstarch. (2023). *Jugendstilhotel Paxmontana Flüeli-Ranft*. Abgerufen am 09.04.2023 von <https://pstarch.ch/detail/jugendstilhotel-paxmontana-fluueli-ranft>.

Ruch, C. (2017). *Niklaus von Flüe – der heilige Aussteiger*. Abgerufen am 25.03.2023 von https://www.swissinfo.ch/ger/gesellschaft/jubilaeumsjahr_niklaus-von-fluee---der-heilige-aussteiger/43526650.

Schaller, L. (o. D.). *Bruder Klaus – Ein heiliger für unsere Zeit*. Abgerufen am 08.04.2023 von <https://www.youtube.com/watch?v=iOEdE5DuZm4&t=383s>.

Schweiz Mobil. (o. D. a). Wanderland. Via Jacobi. Etappe 7, *Stans-Flüeli-Ranft*. Abgerufen am 02.03.2023 von <https://www.schweizmobil.ch/de/wanderland/route/etappe-01178.html>.

- Schweiz Mobil. (o. D. b). Wanderland. Services. Sehenswürdigkeiten. *Sachseln*.
<https://www.schweizmobil.ch/de/wanderland/services/sehenswuerdigkeiten/sehenswuerdigkeit-0225.html>.
- Schweiz Tourismus. (o. D.). Reiseziele. *Flüeli-Ranft*. Abgerufen am 28.03.2023 von
<https://www.myswitzerland.com/de-ch/reiseziele/flueeli-ranft/>.
- SDGs. (o. D.). The 17 Goals. *History*. Abgerufen am 25.02.2023 von <https://sdgs.un.org/goals#history>.
- SWI. (2017). Gesellschaft. Die Schweiz, Land der Heiligen. *Niklaus von Flüe – der heilige Aussteiger*.
Abgerufen am 05.03.2023 von https://www.swissinfo.ch/ger/gesellschaft/jubilaeumsjahr_niklaus-von-fluee---der-heilige-aussteiger/43526650.
- T4SDG. (o. D.). Tourism for SDG. *Tourism & Sustainable Development Goals*. Abgerufen am
25.02.2023 von <https://tourism4sdgs.org/tourism-for-sdgs/tourism-and-sdgs/>.
- Obwalden Tourismus. (2020). *Flüeli-Ranft und Sachseln*. Abgerufen am 05.03.2023 von
<http://www.flueliranft.ch>.
- Obwalden Tourismus. (o. D.). *Mission Klaus – Rätselpfad Flüeli-Ranft*. Abgerufen am 09.04.2023 von
<https://www.obwalden-tourismus.ch/de/highlights/geheimtipps/raetselpfad-mission-klaus/>.
- UNESCO. (1982). Erklärung von Mexiko-City über Kulturpolitik. *Weltkonferenz über Kulturpolitik*.
Abgerufen am 27.02.2023 von https://www.unesco.de/sites/default/files/2018-03/1982_Erklärung_von_Mexiko.pdf.
- UNRIC. (o. D.). UNRIC- Regionales Informationszentrum der Vereinten Nationen. *SDG Grafiken und Poster*.
Abgerufen am 25.02.2023 von <https://unric.org/de/17ziele/>.
- Vereinte Nationen. (2015). Generalversammlung. Resolution der Generalversammlung, verabschiedet am 25. September 2015. Abgerufen am 25.02.2023 von <https://www.un.org/Depts/german/gv-70/band1/ar70001.pdf>.

Anhang

A Leitfaden für Workshops und Interviews



**TOURISMUS IN
FLÜELI-RANFT**

**Analyse der Besucherströme
und Empfehlungen für eine
nachhaltige Entwicklung**

Bachelorarbeit

Lorenzo Tecchiati
+41 77 406 99 43
lorenzo.tecchiati@student.unisg.ch

Referent:
Prof Dr. Pietro Beritelli
Institut für Systemisches Manage-
ment und Public Governance
(IMP-HSG)
Universität St. Gallen

EINFÜHRUNGSLEITFADEN



Universität St.Gallen



ZIELE  **FÜR NACHHALTIGE
ENTWICKLUNG**

Allgemeine Informationen

Ziel der Arbeit

Das Ziel der Arbeit besteht darin, anhand des *St. Galler Modells für Destinationsmanagement (SGDM)* die Besucherströme im Dorf Flüeli-Ranft während dem gesamten Jahr zu identifizieren und anhand derer Analyse Handlungsempfehlungen für die Entwicklung des zukünftigen Angebots im Sinne der Bestrebungen von *SDG-Target 8.9* abzuleiten.

Ziel der Gespräche

Um die geschilderte Zielerreichung zu gewährleisten, wird eine qualitative Datenerhebung in der Form von Workshops und Interviews durchgeführt. Befragt werden Personen mit wertvollem touristischem Wissen rund um das Gebiet Flüeli-Ranft. Die nachfolgend geschilderten Elemente bilden die zentralen Bestandteile eines Interviews oder Workshops:

- Einzeichnen und Beschreiben von Besucherströmen (Karte und Legende, S.2)
- Beschreibung möglicher Auswirkungen in Bezug zu den SDGs (SDG-Tabelle, S.4)
- Ergänzende offene Fragen zu Besucherströmen



Theoretischer Hintergrund

Um Sie ein wenig auf die Gespräche vorzubereiten, habe ich Ihnen die wichtigsten theoretischen Elemente meiner Arbeit kurz zusammengefasst. Gerne können Sie sich diese freiwillig vor den Gesprächen anschauen.

Das St. Galler Modell für Destinationsmanagement (SGDM)

Das SGDM stellt einen Ansatz der marktorientierten Destinationsplanung und -entwicklung dar, welcher touristische Akteure dabei unterstützt, die Vielfältigkeit der Nachfrage in einem Gebiet zu erfassen. Dazu wird im Modell das räumliche Verhalten von Besuchern erfasst, um dazugehörige Profile und Aktivitäten zu erkennen.

Besucherströme

Ein Ziel des SGDM besteht in der Identifikation und Charakterisierung verschiedener Besucherströme. Strategisch relevante Besucherströme sind sodann in den Planungsprozess zu integrieren. Besucherströme lassen sich aufgrund des normalen sozialen Verhaltens von Menschen beobachten, welches vergleichbar ist mit jenem von Ameisen. Ameisen gehen dorthin, wo andere Ameisen bereits waren. Dieses Phänomen erklärt unter anderem, weshalb gewisse signifikante Ströme ein wiederkehrendes, stabiles Muster aufzeigen. In den Gesprächen sollen diese Besucherströme für Flüeli-Ranft identifiziert und analysiert werden.

Attraktionen und Aktivitäten

Neben den Besucherströmen sollen in den Gesprächen auch die Aktivitäten der Besucher sowie die Attraktionen in Flüeli-Ranft erforscht werden. Aktivitäten repräsentieren die verschiedenen Dienstleistungen, die den Gästen an den Attraktionen zur Verfügung gestellt werden. Die Attraktionen mit den dazugehörigen Aktivitäten bilden zusammen die zentralen Elemente für das Erlebnispotenzial einer Destination. Die Wegstrecken zwischen den verschiedenen Attraktionen und Aktivitäten werden mit sogenannten Korridoren verbunden. In den Gesprächen sollen diese Aktivitäten, Attraktionen sowie die verbindenden Korridore in den Karten erfasst werden.

Sustainable Development Goals (SDGs)

Die Sustainable Development Goals entwickelten sich aus der Agenda 2030 heraus, welche von allen Mitgliedstaaten der Vereinten Nationen im Jahre 2015 angenommen wurden. Die 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung streben ein gemeinsames Ziel an; Frieden und Wohlstand für Menschen und Planeten sowohl jetzt als auch in der Zukunft. Im Rahmen dieser Arbeit steht das Ziel 8 «Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum» im Zentrum, wo es um die Förderung eines langfristigen, breitenwirksamen und nachhaltigen Wachstum der Wirtschaft, menschenwürdige Arbeit und produktive Vollbeschäftigung für alle geht. Im Kern strebt es eine Entkoppelung des Wirtschaftswachstums und der Umweltzerstörung an. Branchenbezogen ist der Tourismus ein wesentlicher Bestandteil zur Umsetzung der Agenda 2030. Er ist eng mit den drei Nachhaltigkeitskriterien Wirtschaft, Gesellschaft und Ökologie vieler Destinationen verbunden. Das Ziel 8 der SDGs gliedert sich erneut in zehn Unterziele, wobei sich Unterziel 8.9 konkret auf den nachhaltigen Tourismus bezieht. Die Vereinten Nationen definieren das Unterziel 8.9, an welchem sich diese Arbeit orientiert, wie folgt: «Bis 2030 Politiken zur Förderung eines nachhaltigen Tourismus erarbeiten und umsetzen, der Arbeitsplätze schafft und die lokale Kultur und lokale Produkte fördert». In den Gesprächen soll die untenstehende SDG-Tabelle gemeinsam vervollständigt werden, um Handlungsempfehlungen für die zukünftige Angebotsgestaltung abzuleiten. In einer Phase nach der Durchführung der Gespräche werden zudem Experten im Bereich SDG interviewt, um die Handlungsempfehlungen um deren Wissen zu ergänzen.

Besucherstrom	Aussagen	Erkenntnisse	Konsequenzen
<p>SDG-Ziel 8.9 Bis 2030 Politiken zur Förderung eines nachhaltigen Tourismus erarbeiten und umsetzen, der Arbeitsplätze schafft und die lokale Kultur und lokale Produkte fördert</p>			<p style="text-align: center;">Förderung</p> <p>Schwach ← → Stark</p> <p>□ □ □ □ □</p>
			<p style="text-align: center;">Förderung</p> <p>Schwach ← → Stark</p> <p>□ □ □ □ □</p>
			<p style="text-align: center;">Förderung</p> <p>Schwach ← → Stark</p> <p>□ □ □ □ □</p>

B Wallfahrtsgruppen



Wallfahrtsgruppen
Religiös-motivierte Gruppen, welche regelmässig die Sakrallandschaft für mehrere Tage besuchen

Profil – wer/woher

- Inland- und Auslandtourismus: CH, DE
- Gruppentourismus: ≈ 25 – 50 Pers.
- Transportmittel: Reisebus
- Alter: ≈ 60 – 70 Jahre
- Deutsche Gäste stammen überwiegend aus Süddeutschland

Verhalten - was/weshalb/wie

- Reismotiv: Kulturtourismus (christlich-religiös motivierte Reise)
- Attraktionen: Bruder-Klaus-Orte
- Aktivitäten: Christliche Praktiken
- Ausgabeverhalten: ≈ CHF 75 – 130 pro Tag
- Aufenthaltsdauer: ≈ 2 – 5 Tagen

Zeitverhältnisse






Lebenszyklusphase



Reisemuster



Wallfahrtsgruppen	Aussagen	Erkenntnisse	Konsequenzen
<p>SDG-Target 8.9 Bis 2030 Politiken zur Förderung eines nachhaltigen Tourismus erarbeiten und umsetzen, der Arbeitsplätze schafft und die lokale Kultur und lokale Produkte fördert</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 10px;"> <div style="background-color: #800000; color: white; padding: 5px; writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Schaffen von Arbeitsplätzen</div> <div style="background-color: #800000; color: white; padding: 5px; writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Förderung lokaler Produkte</div> <div style="background-color: #800000; color: white; padding: 5px; writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Förderung der lokalen Kultur</div> </div>	<ul style="list-style-type: none"> • ≈ 50% der Gruppen stammen aus Deutschland, ≈ 50% aus der Schweiz, Grösse der Gruppen; DE ≈ 30 – 40 Personen, CH ≈ 40-50 Personen. • Verschieben von Verbindung Luzern - Interlaken via Sachseln nach Flüeli-Ranft, da dies die einzige mögliche Zufahrt für einen Reisebus darstellt. • I.d.R. Vollpension-Buchungen in den Hotels (schwerwichtig Hotel Klausenhof und Hotel Flüe-Matte), während Sommermonaten auch Halbpension-Buchungen im Gasthaus Paxmontana. • Wiederkehrendes Reiseverhalten, jährlich oder alle zwei Jahre, jedoch abnehmende Tendenz der Besucherzahlen seit ca. 1990. • Gruppen verbringen von ihrer Aufenthaltsdauer in einem lokalen Hotel unterschiedlich viele Tage in Flüeli-Ranft selbst, von einzelner Tag bis hin zu gesamter Aufenthaltsdauer. • Ausflüge werden schwerwichtig nach Sachseln und St. Niklausen unternommen, des Weiteren werden teilweise Tages-/Halbtagesausflüge in umliegende Gebiete unternommen, dazu zählen bspw. Luzern, Pilatus, Stanserhorn, Einsiedeln. • Zentrale Attraktionen stellen die Bruder-Klaus-Orte der Sakrallandschaft dar, um welche entsprechende Aktivitäten (Massen, Andachten, Exerzitien) durchgeführt werden. • Insbesondere besucht werden die Flüeli-Kapelle, die Kapellen im Ranft und Mösi und die Wallfahrtskirche in Sachseln • Vergleichsweise mittelmässige Zahlungsbereitschaft, lange Aufenthaltsdauer. 	<ul style="list-style-type: none"> • Wallfahrtsgruppen stellen ein wesentliches Standbein der Hotellerie-Betriebe dar, welche im tieferen Preissegment Vollpension anbieten. Halbpension-Gäste hingegen sind eine wichtige Einnahmequelle für das Restaurant «Die Weinstube», wodurch über das gesamte Jahr Arbeitsplätze sehr stark gefördert werden. • Im öffentlichen Verkehr werden durch die Verschiebungen mittels Reisebus keine Arbeitsplätze geschaffen. • Die vielen Mahlzeiten, welche in den Hotels und im Restaurant gepflegt werden, fördern den Verkauf lokaler Produkte. • Die Kontinuität der Anreisen gewährleistet zu einem sehr hohen Grad den ganzjährigen touristischen Betrieb und damit den ganzjährigen Verkauf lokaler Produkte. • Förderung kultureller Anlässe und Attraktionen, insbesondere jener der Bruder-Klaus-Orte. • Starker Stopp der örtlichen Abwanderung durch Förderung des lokalen Angebots. • Das wiederkehrende Reiseverhalten ermöglicht ein sehr gutes Kennen der Gäste, was das Potenzial zur Erreichung einer hohen Kundenzufriedenheit erhöht, was durch Mundpropaganda weitere Gäste anziehen kann und den Ruf des Flüeli-Ranfts als Kraftort fördert. 	<div style="margin-bottom: 10px;"> <p style="text-align: center;">Förderung</p> <p style="text-align: center;">Schwach ← → Stark</p>  </div> <div style="margin-bottom: 10px;"> <p style="text-align: center;">Förderung</p> <p style="text-align: center;">Schwach ← → Stark</p>  </div> <div> <p style="text-align: center;">Förderung</p> <p style="text-align: center;">Schwach ← → Stark</p>  </div>

C Jakobspilger



Jakobspilger

Pilger, welche Flüeli-Ranft als ein Etappenziel des Jakobswegs besuchen

Profil – wer/woher

- Inland- und Auslandtourismus: AUT, CH, DE
- Individualtourismus
- Transportmittel: Zu Fuss
- Alter: divers, schwergewichtig zwischen 40 und 60 Jahren
- Niedrige Stromintensität

Verhalten - was/weshalb/wie

- Reismotiv: Kulturtourismus (christlich-religiös motivierte Reise)
- Attraktionen: Visionenweg
- Aktivitäten: Gebet, Besichtigungen
- Ausgabeverhalten: = CHF 65 – 120
- Aufenthaltsdauer: = 1 Übernachtung

Zeitverhältnisse






Lebenszyklusphase



Reisemuster



Jakobspilger	Aussagen	Erkenntnisse	Konsequenzen
<div style="background-color: #800000; color: white; padding: 5px; font-size: x-small; writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);"> SDG-Target 8.9 Bis 2030 politiken zur Förderung eines nachhaltigen Tourismus erarbeiten und umsetzen, der Arbeitsplätze schafft und die lokale Kultur und lokale Produkte fördert </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-top: 10px;"> <div style="background-color: #800000; color: white; padding: 5px; font-size: x-small; writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Schaffen von Arbeitsplätzen</div> <div style="background-color: #800000; color: white; padding: 5px; font-size: x-small; writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Förderung lokaler Produkte</div> <div style="background-color: #800000; color: white; padding: 5px; font-size: x-small; writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Förderung der lokalen Kultur</div> </div>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nationen: ≈ 50% CH, 45% DE, 5% AUT. ▪ Inländische Pilger stammen schwergewichtig aus deutschsprachigen Regionen. ▪ Verschiebung erfolgt zu Fuss; Anreise von Kerns her über den Ranft, Abreise entlang dem Visionenweg in Richtung Sachseln. ▪ Grundsätzlich einmalige Reise bzw. einmaliger Besuch, welcher in machen Fällen zu erneuten Besuchen im Strom der Individualgäste führt. ▪ Abnehmender Strom seit ca. 1990. ▪ Aufenthalt beschränkt sich in der Regel auf Ankunft am Nachmittag, Übernachtung, Weiterreise am darauffolgenden Morgen. ▪ Entsprechend beziehen sich die Ausgaben meistens auf ein Abendessen, eine Übernachtung und ein Frühstück. ▪ Nutzen mehrheitlich Hotels, welche in niedrigerem Preissegment anbieten, übernachten im Jugendstil-Hotel Paxmontana meistens im Gasthaus oder in der Jugendherberge, wo ebenfalls tiefere Preise angesetzt werden. ▪ Attraktionen werden schwergewichtig entlang dem Jakobsweg besucht; Kapelle im Ranft, Einsiedlerzelle sowie Geburts- und Wohnhaus von Bruder Klaus, Flüeli-Kapelle. ▪ Teilweise wird die Reise entlang dem Jakobsweg über die sozialen Netzwerke wie bspw. Facebook oder Instagram geteilt. ▪ Höhere Tendenz zum Kauf von Souvenirs. ▪ Mittelmässige Zahlungsbereitschaft bei kurzer Aufenthaltsdauer. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verglichen mit Gästen in einer Gruppe verursachen Pilger in der Hotellerie einen höheren Pro-Kopf-Aufwand, da keine Skalen-/Synergieeffekte genutzt werden können, was pro Gast einen höheren Bedarf an Arbeitskräften bewirkt. Gleichzeitig verringert sich jedoch die organisationale Effizienz. Dennoch dienen die Jakobspilger als wichtige «Lückenfüller» zur Kapazitätsauslastung. ▪ Die Förderung wird jedoch stark reduziert durch die niedrige Intensität des Stroms. ▪ Lokale Produkte werden durch das Abendessen wie auch Frühstück in der örtlichen Hotellerie gefördert, verglichen mit anderen Strömen werden wenige Mahlzeiten konsumiert. ▪ Des Weiteren werden lokale Produkte gefördert, indem eigens hergestellte Souvenirs im Ranft-Laden gekauft werden. ▪ Förderung kultureller Anlässe und Attraktionen, insbesondere jener der Bruder-Klaus-Orte. ▪ Das Weitererzählen von positiven Erfahrungen in Flüeli-Ranft wie auch die Verbreitung der eigenen Erfahrungen über die sozialen Netzwerke fördern den örtlichen Ruf der Kraftstätte und können weitere Besucher anlocken, welche die lokale Kultur fördern. ▪ Schwacher Stopp der örtlichen Abwanderung. 	<div style="margin-bottom: 10px;"> <p style="text-align: center; font-size: x-small;">Förderung</p> <p style="text-align: center; font-size: x-small;">Schwach ← → Stark</p>  </div> <div style="margin-bottom: 10px;"> <p style="text-align: center; font-size: x-small;">Förderung</p> <p style="text-align: center; font-size: x-small;">Schwach ← → Stark</p>  </div> <div> <p style="text-align: center; font-size: x-small;">Förderung</p> <p style="text-align: center; font-size: x-small;">Schwach ← → Stark</p>  </div>

D Seminarbesucher



Seminarbesucher
Gruppen, welche Flüeli-Ranft aufgrund eines Seminars besuchen

Profil – wer/woher

- Inlandtourismus
- Gruppentourismus: = 5 – 100 Pers.
- Transportmittel: Individualverkehr
- Alter: Schwergewicht zw. 35 – 65 Jahren
- Sehr heterogene Gruppe

Verhalten - was/weshalb/wie

- Reismotiv: Geschäftstourismus
- Attraktion: Seminar, Dorf
- Aktivitäten: Seminarteilnahme, Spaziergang
- Ausgabeverhalten: = CHF 250 – 300 pro Tag
- Aufenthaltsdauer: = 2 Tage

Zeitverhältnisse






Lebenszyklusphase



Reisemuster



Seminarbesucher	Aussagen	Erkenntnisse	Konsequenzen
<p>SDG-Target 8.9 Bis 2030 Politiken zur Förderung eines nachhaltigen Tourismus erarbeiten und umsetzen, der Arbeitsplätze schafft und die lokale Kultur und lokale Produkte fördert</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Seminare werden durch unterschiedlichste, inländische Organisationen und Gesellschaften organisiert wie bspw. Banken, Versicherungen, Schulen oder Universitäten. • Organisatoren von Seminaren streben häufig eine zentrale Lage an, was Flüeli-Ranft zugute kommt. • Die Saisonalität der Besuche liegt in den Ferienwochen begründet. • Gruppen können sich aus sehr wenigen Teilnehmenden (5-8 Pers, bspw. Mitglieder der Geschäftsleitung) bis hin zu 100 Personen zusammensetzen. • Schätzungsweise 10% dieser Gäste stellen jährlich wiederkehrende Gäste dar, etwa gleich viel Prozent buchen über ein Jahr mehrere Seminare (bspw. 8 Termine über das Jahr verteilt). • Häufig entscheiden sich Seminarteilnehmende dazu, Flüeli-Ranft zu einem späteren Zeitpunkt als Individualgast zu besuchen. • I.d.R. besteht ein fixes Rahmenprogramm, weshalb wenig Zeit für weitere Aktivitäten außerhalb von diesem besteht. • Das Jugendstil-Hotel Paxmotana stellt mit seinem geschichtlichen Hintergrund eine eigene Attraktion für die Besucher dar. • Zunehmend verlangen die Organisatoren nicht mehr ein Standardprogramm, sondern streben stattdessen individuell-zugeschnittene Angebote an wie bspw. Bauernhof-Olympiaden oder Bruder-Klaus-Führungen an. • Hohe Zahlungsbereitschaft bei eher kurzer Aufenthaltsdauer. 	<ul style="list-style-type: none"> • Seminarbesucher fördern Arbeitsplätze schwergewichtig in der Hotellerie (vor allem Hotel Paxmontana), des Weiteren auch in der Weinstube, da dort häufig Zwischenmahlzeiten (wie z.B. Kaffee oder Eiscreme) konsumiert werden. • Der Aufenthalt bedingt den Einsatz vieler Mitarbeitenden, dauert vergleichsweise aber eher kurz und weist eine extreme Saisonalität auf. • Lokale Produkte werden saisonal bzw. entsprechend den Besuchen des Stroms gefördert. • Verhältnismässig hohe Zahlungsbereitschaft und damit starke Förderung der Produkte während der Anwesenheit. • Durch Rahmenprogramme, welche Aktivitäten um Attraktionen des Flüeli-Ranfts beinhalten, wird ein Bewusstsein für die örtliche Kultur wie auch das Wirken von Bruder Klaus geschaffen. • Auseinandersetzung mit dem lokalen geschichtlichen Hintergrund (Paxmontana). • Des Weiteren werden lokale Traditionen wie bspw. Jodeln oder Alphorn spielen gefördert, wenn diese im Programm des Seminars eingeplant sind. • Mittelmässiger Stopp der Abwanderung. 	<p style="text-align: center;">Förderung</p> <p style="text-align: center;">Schwach ← → Stark</p>  <p style="text-align: center;">Förderung</p> <p style="text-align: center;">Schwach ← → Stark</p>  <p style="text-align: center;">Förderung</p> <p style="text-align: center;">Schwach ← → Stark</p> 

E Reisegruppen



Reisegruppen

Gruppen, welche im Rahmen einer organisierten Reise in Flüeli-Ranft aufgrund der zentralen Lage logieren und Ausflüge in andere Regionen unternehmen

Profil – wer/woher

- Auslandstourismus: DE, ESP, UK, USA
- Gruppentourismus: ≈ 40 – 50 Pers.
- Transportmittel: Reisebus
- Alter: sehr divers, zw. 20 und 70 Jahren

Verhalten - was/weshalb/wie

- Reisesmotiv: Kulturtourismus (kulturell-motivierte Reise)
- Attraktionen: Dorf
- Aktivitäten: Abendspaziergänge
- Ausgabeverhalten: ≈ CHF 65 – 150 pro Tag
- Aufenthaltsdauer: ≈ 1 Übern. – 5 Tage

Zeitverhältnisse

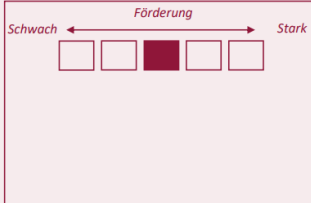


Lebenszyklusphase



Reisemuster



Reisegruppen	Aussagen	Erkenntnisse	Konsequenzen
<div style="background-color: #800000; color: white; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold;">SDG-Target 8.9</div> <p style="font-size: small; text-align: center;">Bis 2030 Politiken zur Förderung eines nachhaltigen Tourismus erarbeiten und umsetzen, der Arbeitsplätze schafft und die lokale Kultur und lokale Produkte fördert</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ≈ 80% der Gruppen stammen aus Deutschland, restliche Besucher ca. gleichverteilt aus den USA, UK und Spanien, das Alter der Teilnehmenden reicht von ≈ 20 - 70 Jahren. ▪ Anreise durch Reisebus erfolgt über die Achse Luzern-Interlaken, anschliessend via Sachseln nach Flüeli-Ranft. ▪ Die Besucher befinden sich auf einer organisierten Reise durch die Schweiz oder Europa - Öffnung der Schweizer Pässe ist entscheidend für die Möglichkeit der Durchführung solcher Reisen. ▪ Flüeli-Ranft liegt zentral gelegen und gilt gleichzeitig als Kraftort, weshalb das Dorf einen sehr geeigneten Ausgangspunkt für Tagesausflüge dieses Besucherstroms darstellt. ▪ Verhalten in Flüeli-Ranft: Nachtessen, Übernachten, Frühstück, anschliessend Tagesausflug in andere Region. ▪ Tour-Operatoren suchen Hotels mit hoher Anzahl an Betten für ihre Gruppen. ▪ Hotelbuchungen in sämtlichen Hotels des Dorfs, normalerweise Halbpension, wobei den Tour-Operatoren eine hohe Verhandlungsmacht zukommt. ▪ Es handelt sich um eine einmalige und nicht wiederkehrende Reise. ▪ Von primärem Interesse sind für diese Besucher nicht die Attraktionen von Flüeli-Ranft, sondern solche, außerhalb der Region; Berner Oberland, Luzern, Pilatus, Stanserhorn, Vierwaldstättersee. ▪ Kurze bis lange Aufenthaltsdauer bei mittlerer Zahlungsbereitschaft. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ I.d.R. kürzere Aufenthaltsdauer bei Übernachtungen in höheren Preisklassen (1-2 Übernachtungen), längere Dauer in niedrigerer Klasse (1-5 Übernachtungen), entsprechend die Schaffung von Arbeitsstellen. ▪ Kein Schaffen von Arbeitsplätzen ausserhalb von der Hotellerie-Branche. ▪ Förderung lokaler Produkte durch Morgen – und Abendessen in den örtlichen Hotels bzw. ihren Restaurants. ▪ Keine Förderung der Attraktionen der Sakrallandschaft selbst. ▪ Potenzieller Verlust der religiösen Identität der Destination. ▪ Schwacher Stopp der Abwanderung. 	<div style="text-align: center; font-size: small;"> <p>Förderung</p> <p>Schwach ← → Stark</p>  </div>

F Individualgäste



Individualgäste

Familien und Paare, welche mehrere Tage in Flüeli-Ranft verbringen, um Ausflüge innerhalb der umliegenden Region zu unternehmen

Profil – wer/woher

- Ausland- und Inlandtourismus: CH, DE
- Individualtourismus: ≈ 1 – 4 Pers.
- Transportmittel: Individualverkehr
- Alter: sehr divers
- Hauptsächlich Familien und Paare

Verhalten - was/weshalb/wie

- Reisetiv: Erholungstourismus und Kulturtourismus
- Attraktionen: Dorf, z.T. Bruder Klaus Orte
- Aktivitäten: Spazieren, Besichtigungen
- Ausgabeverhalten: ≈ CHF 80 – 200 pro Tag
- Aufenthaltsdauer: ≈ 1 – 7 Tage

Zeitverhältnisse






Lebenszyklusphase



Reisemuster



Individualgäste	Aussagen	Erkenntnisse	Konsequenzen
<p>SDG-Target 8.9</p> <p>Bis 2030 Politiken zur Förderung eines nachhaltigen Tourismus erarbeiten und umsetzen, der Arbeitsplätze schafft und die lokale Kultur und lokale Produkte fördert</p>	<ul style="list-style-type: none"> • ≈ 70% der Gäste stammen aus der Schweiz, 30% aus Deutschland, selten auch aus Österreich oder den Niederlanden. • Im Ferienhaus Lorenz logieren hauptsächlich Familien. In der Regel mit einer Aufenthaltsdauer von 5 – 7 Tagen während Hauptsaison, über den Rest vom Jahr häufig zwei-tägige Besuche und keine Besuche während November – Januar. • Gäste im Ferienhaus Lorenz kochen häufig selbst, verpflegen aber auch gerne auswärts. • In den Hotels sind Individualgäste in den meisten Fällen Paare im Alter von über 50 Jahren mit einer Aufenthaltsdauer von 1 – 3 Übernachtungen Halbpension. • Schätzungsweise 30-50% des Stroms stellen sporadisch wiederkehrende Gäste bzw. Stammgäste dar. Tendenziell hat der Strom seit Ende der Corona-Pandemie zugenommen. • Flüeli-Ranft bietet den Gästen eine zentrale Lage als Ausgangspunkt in nahe und weiter weg gelegene Destinationen (Melchsee-Frutt, Älggialp, Pilatus, Stanserhorn, Hasliberg, Brienz). Gleichzeitig motiviert die schöne Natur oder das Hotel Paxmontana selbst zu einem Besuch. • Aktivitäten um Attraktionen des Flüeli-Ranfts werden im Dorf selbst (Spazieren) und speziell beim Spielplatz Flüeli verfolgt, jedoch in den meisten Fällen keine primär religiösen Aktivitäten. • Mittelmässig bis lange Aufenthaltsdauer bei mittlerer bis höherer Zahlungsbereitschaft. 	<ul style="list-style-type: none"> • Schaffen von Arbeitsplätzen im Ferienhaus Lorenz und in den Hotels. Im Ferienhaus trotz langer Aufenthaltsdauer aber kein Schaffen von vielen Plätzen. In den Hotels hingegen grösseres Schaffen Arbeitsplätzen pro Gast, Aufenthaltsdauer ist jedoch kürzer. • Schaffen von Arbeitsplätzen in den Restaurants der Hotels durch Halbpension-Buchungen. • In der Weinstube werden Arbeitsplätze geschaffen, wird vor Ort verpflegt, was jedoch wesentlich seltener als ausserorts geschieht. • Lokale Produkte werden durch die Restaurants täglich über das Frühstück gefördert. Über den Mittag wird hingegen meistens ausserorts verpflegt, am Abend teilweise vor Ort. • Leichter Stopp der örtlichen Abwanderung. • Neutraler bis stärkender Einfluss auf kulturelle Identität der Destination. • Teilweise Auseinandersetzung mit dem geschichtlichen oder religiösen Hintergrund von Flüeli-Ranft. • Förderung der Sensibilisierung der Schönheit der Natur. 	<p style="text-align: center;">Förderung</p> <p style="text-align: center;">Schwach ← → Stark</p>  <p style="text-align: center;">Förderung</p> <p style="text-align: center;">Schwach ← → Stark</p>  <p style="text-align: center;">Förderung</p> <p style="text-align: center;">Schwach ← → Stark</p> 

G Tagesausflügler



Tagesausflügler

Inländische Ausflügler, welche aufgrund unterschiedlichster Motive einen Tagesausflug in die Region unternehmen

Profil – wer/woher

- Inlandtourismus
- Individualtourismus: ≈ 1 – 4 Pers.
- Transportmittel: Individualverkehr, ÖV oder zu Fuss
- Hauptsächlich Familien und Paare

Verhalten - was/weshalb/wie

- Erholungstourismus und Kulturtourismus
- Attraktionen: Restaurants, Br. Klaus Orte
- Aktivitäten: Spaziergänge, Verpflegen, Spielplatzbesuche, Gebet
- Ausgabeverhalten: ≈ CHF 0 – 80 pro Tag
- Aufenthaltsdauer: ≈ 1 – 4 Stunden

Zeitverhältnisse

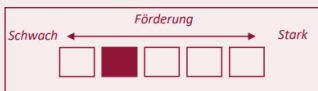




Lebenszyklusphase



Reisemuster



Tagesausflügler	Aussagen	Erkenntnisse	Konsequenzen
<p>SDG-Target 8.9</p> <p>Bis 2030 Politiken zur Förderung eines nachhaltigen Tourismus erarbeiten und umsetzen, der Arbeitsplätze schafft und die lokale Kultur und lokale Produkte fördert</p>	<p>Schaffen von Arbeitsplätzen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inner- und ausserkantonaler Inlandtourismus; die Gäste stammen überwiegend aus Obwalden und den angrenzenden Kantonen. • Die motorisierte An- und Abreise der Tagesausflügler erfolgt zumeist mit dem eigenen Auto. Nur wenige reisen mit dem Bus an. Gleichzeitig reisen aber auch viele Personen von Sarnen oder Sachseln aus zu Fuss an. • Zum Besucherstrom gehören individuelle Besucher, aber auch Familien, Ehepaare und kleine Freundesgruppen. <p>Förderung lokaler Produkte</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Tagesausflügler bleiben meist nur für wenige Stunden in Flüeli-Ranft (ohne Übernachtung) und konsumieren im Paxmontana oder im Restaurant Die Weinstube kleinere Mahlzeiten. Die Ausgaben reichen daher von CHF 0 bis CHF 80 pro Aufenthalt und Person. • Im Rahmen des Erholungstourismus wird Flüeli-Ranft besucht, um vor Ort zu spazieren, verpflegen, den Spielplatz besuchen etc. Auch für Hundespaziergänge wird Flüeli-Ranft gerne besucht. <p>Förderung der lokalen Kultur</p> <ul style="list-style-type: none"> • Im Rahmen des Kulturtourismus stehen religiöse Aktivitäten im Vordergrund, besucht werden die Bruder Klaus Attraktionen, insb. die Ranft-Kapellen. • Besonders nebeliges Wetter im Tal und Sonnenschein in Flüeli-Ranft können den Strom mobilisieren. • Die meisten Ausflüge finden am Sonntag, dicht gefolgt von Samstags, statt. • Kurze Aufenthaltsdauer bei sehr tiefer bis mittlerer Zahlungsbereitschaft. 	<ul style="list-style-type: none"> • Schaffung von Arbeitsplätzen bei der Benutzung des ÖV bei der Anreise. • Schaffung von Arbeitsplätzen durch Konsumation von kleinen Mahlzeiten oder Getränken vor Ort. <ul style="list-style-type: none"> • Förderung lokaler Produkte durch den Konsum von Gerichten aus regionalen Zutaten im Paxmontana. • Förderung lokaler Produkte durch den Konsum von Glace aus regionalen Zutaten im Restaurant Die Weinstube. <ul style="list-style-type: none"> • Minimaler Verlust der kulturellen Glaubensidentität durch die nicht-religiös motivierten Besucher, welche die Verhaltensweisen vor Ort nicht kennen. • Förderung der lokalen Esskultur durch den Besucherstrom durch das Verspeisen von typischen Obwaldner Gerichten. • Förderung der lokalen Glaubenskultur durch die religiös-motivierten Besucher. • Die überwiegende Mehrheit der Besucher schätzt Flüeli-Ranft als ruhige Pilgerstätte. 	<p>Förderung</p> <p>Schwach ← → Stark</p>  <p>Schwach ← → Stark</p>  <p>Schwach ← → Stark</p> 

H Anlass-Wallfahrer



Anlass-Wallfahrer

Inländische Wallfahrer, welche aufgrund eines religiösen Anlasses nach Flüeli reisen

Profil – wer/woher

- Inlandtourismus: Überwiegend umliegende Kantone und Deutschschweiz
- Gruppentourismus: bis zu 200 Personen
- Transportmittel: zu Fuss, organisierter Bus
- Hauptsächlich Personen im höheren Alter (Altersdurchschnitt zumeist Ü50)

Verhalten - was/weshalb/wie

- Reisemotiv: Kulturtourismus (christlich-religiös motivierte Reise)
- Attraktionen: Restaurant; Bruder Klaus Orte
- Aktivitäten: Pilgern, Andacht, Essen
- Ausgabeverhalten: ~ CHF 20 - 50 pro Person
- Aufenthaltsdauer: ~ 4 Stunden

Zeitverhältnisse






Lebenszyklusphase



Reisemuster



Anlass-Wallfahrer	Aussagen	Erkenntnisse	Konsequenzen
<p>SDG-Ziel 8.9</p> <p>Bis 2030 Politiken zur Förderung eines nachhaltigen Tourismus erarbeiten und umsetzen, der Arbeitsplätze schafft und die lokale Kultur und lokale Produkte fördert</p>	<p>Schaffen von Arbeitsplätzen</p> <ul style="list-style-type: none"> Inlandtourismus: Überwiegend Obwalden und umliegende Kantone sowie weitere der Deutschschweiz, selten aus dem französisch-sprechenden Teil der Schweiz. Gruppentourismus: Unterschiedliche Grössen der Gruppen, besonders gross bei Luzerner Landeswallfahrt mit bis zu 200 Personen. Zum Besucherstrom gehören religiöse Personen im höheren Alter (Durchschnitt Ü50). Das Verhalten vor Ort wird durch das Wallfahrtsprogramm bestimmt. Meistens treffen sich sämtliche Besucher in der Pfarreikirche in Sachseln zum Gebet, wo der Tag gestartet wird. Die An- und Abreise nach Flüeli-Ranft erfolgt mit dem organisierten Bus oder zu Fuss. Die Anlass-Wallfahrer bleiben meist nur für vier Stunden in Flüeli-Ranft (ohne Übernachtung) und konsumieren in einem der drei Restaurants ein Mittagessen. Die Ausgaben betragen daher etwa CHF 20 – CHF 50 pro Aufenthalt und Person. Die meisten Wallfahrtstage finden nur selten statt, das heisst ca. einmal jährlich an einem Wochenende. 	<ul style="list-style-type: none"> Schaffung von Arbeitsplätzen bei der Anreise mit dem Bus. Schaffung von Arbeitsplätzen durch Konsumation des Mittagessens. Es finden nur selten Pilgerwallfahrtstage statt, was die Förderung in Grenzen hält. 	<p>Förderung</p> <p style="text-align: center;">Schwach ← → Stark</p> 
	<ul style="list-style-type: none"> Förderung lokaler Produkte 	<ul style="list-style-type: none"> Förderung lokaler Produkte durch den Konsum von Gerichten aus regionalen und lokalen Zutaten in den Restaurants. Förderung wird ebenfalls durch die niedrige Intensität beschränkt. 	<p>Förderung</p> <p style="text-align: center;">Schwach ← → Stark</p> 
	<ul style="list-style-type: none"> Förderung der lokalen Kultur 	<ul style="list-style-type: none"> Förderung der lokalen Glaubenskultur sowie der kulturellen Glaubensidentität vor Ort. Förderung der lokalen Esskultur durch den Besucherstrom durch das Verspeisen von typischen Obwaldner Gerichten. 	<p>Förderung</p> <p style="text-align: center;">Schwach ← → Stark</p> 

I Bankettgäste



Bankettgäste

Personen, welche Flüeli-Ranft aufgrund einer Feier besuchen

Profil – wer/woher

- Inlandtourismus
- Gruppentourismus: = 30 – 70 Pers.
- Transportmittel: Individualverkehr
- Alter: = 25 – 60 Jahre

Verhalten - was/weshalb/wie

- Reismotiv: Kultur- und Erholungstourismus
- Attraktionen: Hotel Paxmontana, Flüeli-Kapelle, Feierplatz
- Aktivitäten: Programm der Feier
- Ausgabeverhalten: = CHF. 270 pro Tag
- Aufenthaltsdauer: = 1 Tag

Zeitverhältnisse






Lebenszyklusphase



Reisemuster



Bankettgäste	Aussagen	Erkenntnisse	Konsequenzen
<div style="background-color: #800000; color: white; padding: 5px; font-size: x-small; writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);"> SDG-Ziel 8.9 Bis 2030 Politiken zur Förderung eines nachhaltigen Tourismus erarbeiten und umsetzen, der Arbeitsplätze schafft und die lokale Kultur und lokale Produkte fördert </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-top: 10px;"> <div style="background-color: #800000; color: white; padding: 5px; font-size: x-small; writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Schaffen von Arbeitsplätzen</div> <div style="background-color: #800000; color: white; padding: 5px; font-size: x-small; writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Förderung lokaler Produkte</div> <div style="background-color: #800000; color: white; padding: 5px; font-size: x-small; writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);">Förderung der lokalen Kultur</div> </div>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bankettgäste stammen aus der gesamten Schweiz und reisen i.d.R. über sämtliche Verbindungen nach Flüeli-Ranft. ▪ Das Reismotiv liegt in einer Feier begründet; Hochzeit, goldene Hochzeit, Geburtstagsfeier, Erstkommunion. ▪ Für eine Feier in Flüeli-Ranft sprechen unterschiedliche Gründe, bspw. bei Hochzeiten die Flüeli-Kapelle. Des Weiteren steigt der Trend, im Freien zu heiraten oder eine andere Feier zu gestalten, in welcher Hinsicht Flüeli-Ranft mit Wiesen und einer schönen Aussicht überzeugt. ▪ Bankettgäste organisieren Feiern über das Hotel Paxmontana, wobei = 70% der Feiern eine Übernachtung beinhalten (je nach Distanz der Anreise). ▪ Besonders Hochzeitsfeiern sind mit hohem emotionalem Druck der Gäste und entsprechend hohen Ansprüchen verbunden, welche es zu erfüllen gilt und hohe organisatorische Aufwände verursachen. ▪ Seit Ende der Corona-Pandemie steigt die Intensität des Besucherstroms tendenziell. ▪ Kurze Aufenthaltsdauer bei sehr hoher Zahlungsbereitschaft. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Arbeitsplätze werden primär im Hotel Paxmontana geschaffen. ▪ Mittelmässig starke Förderung, da einerseits hohe eine hohe Zahlungsbereitschaft besteht, andererseits die Aufenthaltsdauer gering und die Saisonalität stark ist. ▪ Förderung durch Konsum im Paxmontana. ▪ Es handelt sich ebenfalls um moderat starke Förderung; einerseits hohe Gruppengröße und Zahlungsbereitschaft, andererseits ebenfalls hohe Saisonalität und kurze Aufenthaltsdauer. ▪ Die lokale Kultur wird dadurch gefördert, dass die Feiern traditionelle Feste darstellen, welche aufrechterhalten werden. ▪ Bei vielen Feiern findet eine Auseinandersetzung mit religiös begründeten Inhalten, dem historischen Hintergrund von Flüeli-Ranft und der Symbolik des Kraftorts der Sakrallandschaft statt. ▪ Leicht reduziert wird die Förderung dadurch, dass Gäste, welche sich nach Ruhe sehnen, gestört werden können. 	<div style="margin-bottom: 10px;"> <p style="text-align: center; font-size: x-small;">Förderung</p> <p style="text-align: center; font-size: x-small;">Schwach ← → Stark</p>  </div> <div style="margin-bottom: 10px;"> <p style="text-align: center; font-size: x-small;">Förderung</p> <p style="text-align: center; font-size: x-small;">Schwach ← → Stark</p>  </div> <div> <p style="text-align: center; font-size: x-small;">Förderung</p> <p style="text-align: center; font-size: x-small;">Schwach ← → Stark</p>  </div>

J Mountainbiker



Mountainbiker

Mountainbiker auf einer Tour von Sarnen oder Sachseln nach Flüeli-Ranft oder in die Stöckalp

Profil – wer/woher

- Inlandtourismus (v.a. innerkantonal)
- Gruppen- und Individualtourismus: ≈ 1 – 8 Pers.
- Transportmittel: Fahrrad
- Alter: Jegliches Alter ab etwa 12 Jahren

Verhalten - was/weshalb/wie

- Sporttourismus
- Attraktion: Die Weinstube, Gartenterrasse Paxmontana
- Aktivitäten: Durchfahrt, Verpflegen
- Ausgabeverhalten: ≈ CHF 0 – 25 pro Tag
- Aufenthaltsdauer: ≈ 0 – 1 Stunde

Zeitverhältnisse






Lebenszyklusphase



Reisemuster



Mountainbiker	Aussagen	Erkenntnisse	Konsequenzen
<div style="background-color: #800000; color: white; padding: 5px; writing-mode: vertical-rl; transform: rotate(180deg);"> SDG-Target 8.9 Bis 2030 Politiken zur Förderung eines nachhaltigen Tourismus erarbeiten und umsetzen, der Arbeitsplätze schafft und die lokale Kultur und lokale Produkte fördert </div> <div style="background-color: #800000; color: white; padding: 5px; margin-top: 5px;"> Schaffen von Arbeitsplätzen </div> <div style="background-color: #800000; color: white; padding: 5px; margin-top: 5px;"> Förderung lokaler Produkte </div> <div style="background-color: #800000; color: white; padding: 5px; margin-top: 5px;"> Förderung der lokalen Kultur </div>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die durchfahrenden Mountainbiker stammen meistens aus dem Kanton Obwalden, teilweise Nidwalden oder Luzern, selten aus anderen. ▪ Mountainbiker gehen unter der Arbeitswoche auf Feierabendtouren (= 0.5 – 2 Stunden), am Wochenende auf Tages-/Halbtagestouren. Bei Feierabendtouren wird i.d.R. die Tour Sarnen – Flüeli – Sarnen gefahren. An den Wochenenden besteht das Ziel dagegen i.d.R. darin, die Stöckalp oder sogar Melchsee-Frutt zu erreichen. ▪ Die Strecke Sarnen-Flüeli bietet selbst mehrere attraktive Trails, genauso wie die Strecke Flüeli-Melchtal-Stöckalp und anschliessend Melchsee-Frutt. Die Attraktivität dieser Strecken ergibt sich insbesondere dadurch, das bei allen auf den meisten Abschnitten unterschiedliche Routen für die Hin- und Retourfahrt benutzt werden können (Rundfahrtmöglichkeit). Des Weiteren handelt es sich um Trail-Strecken (Cross-Country-Level), welche für Fahrer auf sämtlichen Niveaus geeignet sind. ▪ Konflikte können entstehen, wenn Mountainbiker Wege benutzen, welche ihnen verboten sind. ▪ Während der Mountainbike-Saison nutzen die Fahrer insbesondere die Weinstube die Gartenterrasse und das Gasthaus (Paxmontana) zum Verzehr kleinerer Mahlzeiten (Morgens; Kaffee und Gipfeli, Nachmittags; Glace oder Kuchen). Hauptmahlzeiten werden hingegen selten verpflegt. ▪ Sehr kurze Aufenthaltsdauer bei gleichzeitig tiefen Ausgaben. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Arbeitsplätze werden in vergleichsweise geringem Mass in der Gastronomie geschaffen. ▪ Geringe Förderung lokaler Produkte durch Konsum von Zwischenmahlzeiten in den örtlichen Restaurants. ▪ Konflikte können entstehen, wenn Mountainbiker Wege benutzen, welche nicht für sie vorgesehen sind. Diese werden befahren, da es Abschnitte gibt, welche nur auf der Autostrasse befahren werden dürfen (Paxmontana via Jugendunterkunft zur hohen Brücke). Durch dieses Verhalten kann andere Besucher (Spaziergänger, Wanderer) stören. ▪ Schwacher Stopp der Abwanderung. ▪ Vergleichsweise geringe Förderung der Bedeutung der Destination als Kraftraum. 	<div style="text-align: center; margin-bottom: 10px;"> Förderung Schwach ← → Stark </div> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center; margin-bottom: 10px;"> Förderung Schwach ← → Stark </div> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center; margin-bottom: 10px;"> Förderung Schwach ← → Stark </div> <div style="text-align: center;">  </div>

K Asiatische Gruppen



Asiatische Gruppen

Asiatische Touristen, welche in Flüeli-Ranft während einer Tour übernachten (bestehend bis 2019)

Profil – wer/woher

- Auslantourismus: Asiatische Gäste
- Gruppentourismus: ≈ 40 – 50 Pers.
- Transportmittel: Reisebus
- Alter: 35 – 60 Jahre

Verhalten - was/weshalb/wie

- Kulturtourismus
- Attraktionen: Dorf
- Aktivitäten: Ortsbild fotografieren
- Ausgabeverhalten: ≈ CHF 70 – 100
- Aufenthaltsdauer: ≈ 1 Übernachtung

Zeitverhältnisse



Lebenszyklusphase



Reisemuster



Asiat. Gruppen	Aussagen	Erkenntnisse	Konsequenzen
<p>SDG-Target 8.9</p> <p>Bis 2030 politiken zur Förderung eines nachhaltigen Tourismus erarbeiten und umsetzen, der Arbeitsplätze schafft und die lokale Kultur und lokale Produkte fördert</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ≈ 70% der Gruppen stammen aus China, ≈ 30% aus Südkorea. ▪ Die Gruppe befindet sich auf einer Europareise und nutzt die zentrale Lage von Flüeli-Ranft. Die Anreise erfolgt durch Reisebus über Interlaken via Sachseln, die Abreise über Sachseln Richtung Luzern. ▪ Übernachtet wird in den Hotels Paxmontana und Klausenhof, wobei ca. 30% der Besucher ein Nachtessen verpflegen. Das Frühstück wird gebucht, die Besucher bringen jedoch i.d.R. eigene Zutaten mit. ▪ Unternehmen werden keine Aktivitäten um die religiös-begründeten Attraktionen von Flüeli-Ranft, hingegen dient das Dorf an sich als Attraktivität, indem Landschafts-/Hotelfotos aufgenommen werden. ▪ Andere Besucherströme (vor allem religiös-motivierte) können sich ab dem Strom gestört fühlen, da sie dieser nicht in ihren Vorstellung von Flüeli-Ranft als ruhige Kraftstätte entspricht. Teilweise verpflegen deshalb diese Gruppen separiert von anderen Besuchern in den Hotels. ▪ Der Preiskampf wird seitens der Hotels nicht mit den Kunden selbst geführt, sondern mit dem jeweiligen Tour-Operator. Dieser besitzt eine so hohe Verhandlungsmacht, dass separate, kostengünstigere Zutaten für Mahlzeiten verwendet werden. ▪ Hohe Abnutzung der Räumlichkeiten. ▪ Kurzer Aufenthalt bei mittlerer Zahlungsbereitschaft. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ In der Hotellerie dienen die Besucher dazu, Kapazitäten auszuschöpfen und fördern somit die Schaffung von Arbeitsplätzen. ▪ Kein Schaffen von Arbeitsplätzen ausserhalb der Hotellerie. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Da die Mahlzeiten für diesen Strom mittels günstigen, nicht-lokalen Zutaten zubereitet werden, werden lokale Produkte nicht gefördert. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Gruppe dieses Stroms fördert das Bewusstsein der Schönheit der örtlichen Natur wie auch des Dorfbildes. ▪ Gleichzeitig kann sich das Verhalten des Stroms negativ auf die Intensität anderer Ströme auswirken, welche die lokale Kultur stärker fördern, da sich die entsprechenden Besucher von asiatischen Gruppen gestört fühlen. 	<p style="text-align: center;"><i>Förderung</i></p> <p style="text-align: center;">Schwach ← → Stark</p> <div style="display: flex; justify-content: center; gap: 10px;"> <div style="width: 20px; height: 20px; border: 1px solid black; background-color: #800000;"></div> <div style="width: 20px; height: 20px; border: 1px solid black; background-color: #800000;"></div> <div style="width: 20px; height: 20px; border: 1px solid black; background-color: #800000;"></div> <div style="width: 20px; height: 20px; border: 1px solid black; background-color: #800000;"></div> <div style="width: 20px; height: 20px; border: 1px solid black; background-color: #800000;"></div> </div> <p style="text-align: center;"><i>Förderung</i></p> <p style="text-align: center;">Schwach ← → Stark</p> <div style="display: flex; justify-content: center; gap: 10px;"> <div style="width: 20px; height: 20px; border: 1px solid black; background-color: #800000;"></div> <div style="width: 20px; height: 20px; border: 1px solid black; background-color: #800000;"></div> <div style="width: 20px; height: 20px; border: 1px solid black; background-color: #800000;"></div> <div style="width: 20px; height: 20px; border: 1px solid black; background-color: #800000;"></div> <div style="width: 20px; height: 20px; border: 1px solid black; background-color: #800000;"></div> </div> <p style="text-align: center;"><i>Förderung</i></p> <p style="text-align: center;">Schwach ← → Stark</p> <div style="display: flex; justify-content: center; gap: 10px;"> <div style="width: 20px; height: 20px; border: 1px solid black; background-color: #800000;"></div> <div style="width: 20px; height: 20px; border: 1px solid black; background-color: #800000;"></div> <div style="width: 20px; height: 20px; border: 1px solid black; background-color: #800000;"></div> <div style="width: 20px; height: 20px; border: 1px solid black; background-color: #800000;"></div> <div style="width: 20px; height: 20px; border: 1px solid black; background-color: #800000;"></div> </div>

Eigenständigkeitserklärung

"Ich erkläre hiermit,

- dass ich die vorliegende Arbeit eigenständig verfasst habe;
- dass ich die Arbeit nur unter Verwendung der im Verzeichnis angegebenen Hilfsmittel verfasst habe;
- dass alle mit Hilfsmitteln erbrachten Teile der Arbeit präzise deklariert wurden;
- dass ich sämtliche verwendeten Quellen erwähnt und gemäss gängigen wissenschaftlichen Zitierregeln korrekt zitiert habe;
- dass ich sämtliche immateriellen Rechte an von mir allfällig verwendeten Materialien wie Bilder oder Grafiken erworben habe oder dass diese Materialien von mir selbst erstellt wurden;
- dass das Thema, die Arbeit oder Teile davon nicht bereits Gegenstand eines Leistungsnachweises einer anderen Veranstaltung oder Kurse waren, sofern dies nicht ausdrücklich mit der Referentin oder dem Referenten im Voraus vereinbart wurde und in der Arbeit ausgewiesen wird;
- dass ich mir über die rechtlichen Bestimmungen zur Publikation und Weitergabe von Teilen oder der ganzen Arbeit bewusst bin und ich diese entsprechend einhalte;
- dass ich mir bewusst bin, dass meine Arbeit elektronisch auf Plagiate und auf Drittautorschaft menschlichen oder technischen Ursprungs überprüft werden kann und ich hiermit der Universität St. Gallen laut Prüfungsordnung das Urheberrecht soweit einräume, wie es für die Verwaltungshandlungen notwendig ist;
- dass ich mir bewusst bin, dass die Universität einen Verstoss gegen diese Eigenständigkeitserklärung verfolgt und dass daraus disziplinarische wie auch strafrechtliche Folgen resultieren können, welche zum Ausschluss von der Universität resp. zur Titelaberkennung führen können.“

Mit Einreichung der schriftlichen Arbeit stimme ich mit konkludentem Handeln zu, die Eigenständigkeitserklärung abzugeben, diese gelesen sowie verstanden zu haben und, dass sie der Wahrheit entspricht.

St. Gallen, 18. August 2023

Effektive Zeichenzahl (inklusive Leerzeichen): 149'374

Lorenzo Tecchiati

