

## **Besucherströme im Stazerwald –**

### **Analyse und Empfehlungen für einen nachhaltigen Tourismus**

---

Laura Vonwyl



[laura.vonwyl@student.unisg.ch](mailto:laura.vonwyl@student.unisg.ch)

18-620-849

#### **Bachelorarbeit**

Referent:

Prof. Dr. Pietro Beritelli

Institut für Systemisches Management

und Public Governance (IMP-HSG)

Universität St. Gallen

St. Gallen, 17. November 2021

## Abstract

In vorliegender Arbeit werden die Besucherströme im Stazerwald anhand des St. Galler Modells für Destinationsmanagement und eines erweiterten strömungsbasierten Ansatzes analysiert. Zudem werden darauf aufbauend Handlungsempfehlungen für einen nachhaltigen Tourismus abgeleitet, die sich an den drei Nachhaltigkeitsdimensionen Ökologie, Ökonomie und Gesellschaft orientieren. Die Ergebnisse dieser Arbeit beruhen, neben der Forschungsliteratur im Bereich Destinationsmanagement, auf einer qualitativen empirischen Forschung, die in Form von Workshops und Interviews mit touristischen Akteuren des Stazerwaldes durchgeführt wurde. Insgesamt wurden dabei vierzehn heterogene Besucherströme identifiziert von welchen ganze zwölf eine steigende Tendenz in der Entwicklungsphase aufweisen. Fünf verschiedene Handlungsempfehlungen wurden hinsichtlich der steigenden Besucherzahl und des Ziels einer nachhaltigen Entwicklung des Tourismus im Stazerwaldes abgeleitet; die Schaffung eines Themenwegs durch den Stazerwald, Massnahmen zur Reduktion von Pferdemist, ein bewusster Umgang der Bodennutzung, eine effektive Beschilderung sowie der Einsatz von Rangern zu Hochsaisonzeiten. Diese Arbeit liefert aber keinen abschliessenden Nachhaltigkeitsplan für den Stazerwald, kann aber als Basis für weitere Forschungsarbeiten in diesem Bereich fungieren. Die aus den gewonnenen Erkenntnissen abgeleiteten Empfehlungen haben zum Ziel, den Tourismus im Stazerwald mit den Forderungen hinsichtlich der Ökologie, der Wirtschaft und der Gesellschaft zu vereinen.

**Keywords:** Tourismus; Destinationsmanagement; St. Galler Modell für Destinationsmanagement (SGDM); Besucherströme; Nachhaltigkeit

## Abstract

In this paper, visitor flows in the Stazerwald are analyzed based on the St. Gallen Model for Destination Management and an extended flow-based approach. Furthermore, recommendations for action regarding sustainable tourism are derived based on the three sustainability dimensions ecology, economy and society. The results of this work are based, in addition to research literature in the field of destination management, on qualitative empirical research conducted in the form of workshops and interviews with tourism stakeholders in the Stazerwald. A total of fourteen heterogeneous visitor flows were identified, of which twelve show an increasing tendency in the development phase. Five different recommendations for action were derived with regard to the increasing number of visitors and the goal of sustainable development of tourism in the Stazerwald; the creation of a theme trail through the Stazerwald, measures to reduce horse manure, a conscious approach to land use, effective signage and the deployment of rangers during high season. However, this work does not provide a final sustainability plan for the Stazerwald but can act as a basis for further research in this area. The recommendations derived from the findings aim to reconcile tourism in the Stazerwald with the demands regarding ecology, economy and society.

**Keywords:** Tourism; Destination Management; St. Gallen Model for Destinationsmanagement (SGDM); Visitor Flows; Sustainability

## **Danksagung**

An dieser Stelle möchte ich mich bei all denjenigen bedanken, die mich bei der Forschung und Erstellung dieser Bachelorarbeit unterstützt haben. Ein besonderer Dank gilt an Prof. Dr. Pietro Beritelli, der meine Bachelorarbeit betreut und begutachtet hat.

Ausserdem möchte ich mich bei allen Teilnehmenden der Workshops sowie der Interviews für deren wertvollen Beitrag bedanken, ohne welchen diese Bachelorarbeit nicht hätte entstehen können. Ein grosses Dankeschön geht an meine Eltern und insbesondere meinen Götti für die mentale und tatkräftige Unterstützung während meines ganzen Studiums.

## **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

<b>Inhaltsverzeichnis.....</b>	<b>II</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis.....</b>	<b>V</b>
<b>Abbildungsverzeichnis.....</b>	<b>VII</b>
<b>Tabellenverzeichnis.....</b>	<b>VIII</b>
<b>1 Einleitung.....</b>	<b>1</b>
1.1 <i>Forschungsfragen und Ziele der Arbeit</i> .....	1
1.2 <i>Struktur der Arbeit</i> .....	2
<b>2 Theoretischer Bezugsrahmen .....</b>	<b>2</b>
2.1 <i>Definitionen und Begrifflichkeiten</i> .....	3
2.1.1 <i>Tourismus</i> .....	3
2.1.2 <i>Destination, Destinationsmanagement und Destinationsmanagementorganisation</i> .....	3
2.1.3 <i>Nachhaltigkeit</i> .....	4
2.1.4 <i>Nachhaltigkeit im Kontext des Tourismus</i> .....	4
2.2 <i>Destinationsmanagement neu überdenken</i> .....	5
2.3 <i>Das St. Galler Modell für Destinationsmanagement</i> .....	7
2.3.1 <i>Einführung in das SGDM</i> .....	7
2.3.2 <i>Das Kreislaufmodell in sechs Schritten</i> .....	7
2.4 <i>Erweiterung des strömungsbasierten Ansatzes</i> .....	10
<b>3 Einführung in den Tourismus im Engadin.....</b>	<b>12</b>
3.1 <i>Das Oberengadin</i> .....	12
3.2 <i>Entstehung und Entwicklung Tourismus im Engadin</i> .....	13
3.3 <i>Die Engadin St. Moritz Tourismus AG</i> .....	14
3.4 <i>Herstellung eines Bezuges zur Nachhaltigkeit</i> .....	14
3.4.1 <i>Ökologischer Stellenwert</i> .....	14
3.4.2 <i>Ökonomischer Stellenwert</i> .....	15
3.4.3 <i>Sozialer Stellenwert</i> .....	15
<b>4 Anwendungsgebiet Stazerwald .....</b>	<b>16</b>
4.1 <i>Stazerwald</i> .....	16

4.2	<i>Hauptattraktionen</i> .....	17
4.2.1	Stazersee und Hotel Restaurant Lej da Staz .....	17
4.2.2	Mili Weber Museum .....	18
4.2.5	Landgasthof Meierei und Waldhaus am See .....	19
4.2.4	Sommer: Barfusstrail, Vitaparcour und Yogaplattform .....	19
4.2.5	Winter: Langlaufloipe und Schneeschuhtrail .....	19
<b>5</b>	<b>Methodologie</b> .....	<b>20</b>
5.1	<i>Eingrenzung des Untersuchungsumfanges</i> .....	20
5.2	<i>Art der Forschung und Datenerhebung</i> .....	20
<b>6</b>	<b>Resultate</b> .....	<b>21</b>
6.1	<i>Besucherströme</i> .....	22
6.1.1	Fischer am Stazersee .....	22
6.1.2	Museumsbesucher .....	23
6.1.3	Kulinarische Geniesser .....	24
6.1.4	Eventbesucher .....	24
6.1.5	Waldjogger .....	25
6.1.6	Langläufer .....	26
6.1.7	Barfussgänger .....	27
6.1.8	Sportlich Aktive auf Durchreise .....	28
6.1.9	Gemütliche Ausflügler .....	29
6.1.10	Schneeschuhwanderer .....	30
6.1.11	Fotografen am Stazersee .....	31
6.1.12	Yogi .....	32
6.1.13	Reiter .....	32
6.1.14	Sammler .....	33
6.2	<i>Variable Geometrie und Nachhaltigkeitsanalyse</i> .....	33
6.2.1	Variable Geometrie .....	34
6.2.2	Nachhaltigkeitsanalyse .....	36
6.3	<i>Herausforderungen und Handlungsempfehlungen</i> .....	37
<b>7</b>	<b>Fazit und Ausblick</b> .....	<b>40</b>
	<b>Literaturverzeichnis</b> .....	<b>VI</b>
	<b>Internetverzeichnis</b> .....	<b>VI</b>
	<b>Anhang</b> .....	<b>IX</b>

---

<i>A</i>	<i>Merkblatt für Workshop und Interviews.....</i>	<i>IX</i>
<i>B</i>	<i>Fischer am Stazersee .....</i>	<i>XI</i>
<i>C</i>	<i>Museumsbesucher.....</i>	<i>XII</i>
<i>D</i>	<i>Kulinarische Geniesser .....</i>	<i>XIII</i>
<i>E</i>	<i>Eventbesucher.....</i>	<i>XIV</i>
<i>F</i>	<i>Waldjogger.....</i>	<i>XV</i>
<i>G</i>	<i>Langläufer.....</i>	<i>XVI</i>
<i>H</i>	<i>Barfussgänger.....</i>	<i>XVII</i>
<i>I</i>	<i>Sportliche Aktive auf Durchreise.....</i>	<i>XVIII</i>
<i>J</i>	<i>Gemütliche Ausflügler.....</i>	<i>XIX</i>
<i>K</i>	<i>Schneeschuhwanderer .....</i>	<i>XX</i>
<i>L</i>	<i>Fotograf am Stazersee.....</i>	<i>XXI</i>
<i>M</i>	<i>Yogi.....</i>	<i>XXII</i>
<i>O</i>	<i>Reiter .....</i>	<i>XXIII</i>
<i>P</i>	<i>Sammler.....</i>	<i>XXIV</i>
	<b>Eigenständigkeitserklärung .....</b>	<b>XXV</b>

## Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
Abschn.	Abschnitt
allg.	allgemein
CH	Schweiz
DE	Deutschland
bspw.	beispielsweise
bzgl.	bezüglich
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa / ungefähr
CHF	Schweizer Franken
cm	Zentimeter
CO <sub>2</sub>	Kohlenstoffdioxid
d. h.	das heisst
DMO	Destinationsmanagementorganisation
et al.	et alii – und andere
etc.	et cetera – und so weiter
evtl.	eventuell
Hrsg.	Herausgeber
IMP-HSG	Institut für Systemisches Management und Public Governance an der HSG
IT	Italien
Jh.	Jahrhundert
Kg	Kilogramm
Km	Kilometer
max.	maximal
Mio.	Million/en
m. ü. M.	Meter über Meer
o. Ä.	oder Ähnliches
o. D.	ohne Datum
ÖV	öffentliche Verkehrsmittel
RhB	Rhätische Bahn
S.	Seite



SGDM	St. Galler Modell für Destinationsmanagement
SGF	Strategische Geschäftsfelder
SRF	Schweizer Radio und Fernsehen
usw.	und so weiter
u. a.	unter anderem
UNWTO	United Nations World Tourism Organization
Ü50	Über 50
v. a.	vor allem
z. B.	zum Beispiel
z. T.	zum Teil

## Abbildungsverzeichnis

ABBILDUNG 1: DREI DIMENSIONEN DER NACHHALTIGKEIT .....	4
ABBILDUNG 2: WIRKUNGEN DES TOURISMUS AUF DIE UMWELTBEREICHE EINER DESTINATION .....	5
ABBILDUNG 3: DER KREISLAUF DES SGDM .....	8
ABBILDUNG 4: KARTENAUSSCHNITT VOM STAZERWALD .....	8
ABBILDUNG 5: LEGENDE DES KARTENAUSSCHNITTES .....	9
ABBILDUNG 6: PANORAMA OBERENGADIN .....	13
ABBILDUNG 7: TOURISMUSANGEBOT OBERENGADIN .....	13
ABBILDUNG 8: DIE TOURISTISCHE WERTSCHÖPFUNG IM ENGADIN .....	15
ABBILDUNG 9: ÖV-ANSCHLÜSSE RUND UM DEN STAZERWALD .....	16
ABBILDUNG 10: HOCHMOORGEBIETE IM STAZERWALD .....	17
ABBILDUNG 11: WILDRUHEZONE IM STAZERWALD .....	17
ABBILDUNG 12: RESTAURANT LEJ DA STAZ .....	18
ABBILDUNG 13: INSTAGRAM-POST .....	18
ABBILDUNG 15: MILI WEBER HAUS MUSEUM .....	18
ABBILDUNG 16: PILZKINDER VON MILI WEBER .....	18
ABBILDUNG 16: VARIABLE GEOMETRIE UND ZUSAMMENFASSUNG DER NACHHALTIGKEITSANALYSEN .....	34
ABBILDUNG 17: VARIABLE GEOMETRIE STAZERWALD .....	35
ABBILDUNG 18: NEGATIVE UND POSITIVE ASPEKTE DER BESUCHERSTRÖME.....	37

## Tabellenverzeichnis

TABELLE 1: UNTERSCHIEDLICHE REISEMUSTER .....	9
TABELLE 2: BESUCHERSTRÖME, TRAJektorIEN UND KORRIDORE.....	10
TABELLE 3: WORKSHOPTEILNEHMENDE UND EINZELINTERVIEWPARTNER .....	21

# 1 Einleitung

*«Wo gehst du hin, um deine Batterien aufzuladen? Der Stazerwald ist einer der beliebtesten Orte im Engadin. Wer sich Zeit nimmt, ihn zu entdecken, erkennt immer wieder aufs Neue, wieso das so ist.» (Engadin St. Moritz, o. D. a)*

Mit diesen Worten wird auf der offiziellen Homepage des Engadins für das Waldgebiet geworben, welches sich über die drei Engadiner Gemeinden Celerina, St. Moritz und Pontresina erstreckt. Nicht nur dessen leichte Erreichbarkeit von allen drei Gemeinden aus, sondern auch die Landschaft und das breite Angebot an Aktivitäten tragen dazu bei, dass der Stazerwald eine beliebte Ausflugsdestination ist und viele Besucher anzieht.

Dass im Wald die Batterien aufgeladen werden können, haben überdies bereits mehrere Studien gezeigt. Der Wald hat eine positive Auswirkung auf die Gesundheit und tangiert diese auf unterschiedliche Weise (Appenzeller-Winterberger & Kaufmann-Hayoz, 2005, S. 234): So sorgen Aufenthalte im Wald für eine Senkung des Blutdrucks und der Herzfrequenz, für Muskelentspannung und eine reduzierte Ausschüttung des Stresshormons Kortisol. Zudem führen Waldaufenthalte zur Zunahme positiver Gefühle wie Wohlbefinden, guter Laune und Erholung sowie zur Abnahme negativer Gefühle wie Stress, Müdigkeit oder Depression. Auch gibt es Hinweise auf eine positive Auswirkung auf das Immunsystem. Zudem bietet der Wald den Rohstoff Holz, dient dem Schutze vor Naturgefahren wie Lawinen oder Steinschlag, wirkt dank der Baumwurzeln Hangrutschen entgegen und sorgt für sauberes Trinkwasser, indem er das Regenwasser filtert und das saubere Grundwasser in seinen Böden speichert. Zu guter Letzt leistet er einen positiven Beitrag zum Klimaschutz dank der Photosynthese; er wandelt Kohlenstoffdioxid in Sauerstoff um (SRF, 2021).

Doch der Wald erfüllt nicht nur Schutz-, Nutz- und Wohlfahrtsfunktionen für den Menschen, sondern er stellt auch den Lebensraum vieler Pflanzen und Tieren dar (SRF, 2021). Er ist in diesem Sinne deren Zuhause und Menschen sind lediglich die Gäste, weshalb sie sich entsprechend verhalten sollten.

## 1.1 Forschungsfragen und Ziele der Arbeit

Ziel dieser Arbeit ist die Identifizierung der Besucherströme im Stazerwald. Darauf basierend sollen Handlungsempfehlungen für einen nachhaltigen Tourismus abgeleitet werden. Nebst der ökonomischen sollen dabei auch die ökologische und die soziale Nachhaltigkeit betrachtet werden, wobei die Vereinbarkeit von Natur, Wirtschaft und Gesellschaft als zentraler Gedanke dient. Für die Identifikation und Analyse der Besucherströme kommt das St. Galler Modell für Destinationsmanagement (SGDM)

als methodisches Instrumentarium zum Einsatz, unter Miteinbezug des erweiterten strömungsbasierten Ansatzes. Die folgenden Forschungsfragen bilden den Leitfaden dieser Arbeit und werden mithilfe qualitativer empirischer Forschung, die in Form von Workshops und Interviews mit touristischen Akteuren durchgeführt wird, beantwortet werden:

1. *Welche Besucherströme existieren gegenwärtig im Stazerwald und wie können diese beschrieben werden?*
2. *Welche Erkenntnisse betreffend Muster und Konzentrationen der Besucherströme lassen sich aus der Analyse des Synthese-Bildes durch die variable Geometrie ziehen?*
3. *Welche Herausforderungen ergeben sich aus den Besucherströmen und welche Empfehlungen lassen sich daraus in Bezug auf eine nachhaltige Weiterentwicklung des Tourismus im Stazerwald ableiten?*

## 1.2 Struktur der Arbeit

Die vorliegende Arbeit ist in insgesamt sieben Kapitel gegliedert. In Kapitel 2 sorgt die Erläuterung des theoretischen Bezugsrahmens für das notwendige Vorwissen über die im weiteren Verlauf verwendeten Begriffe sowie über das angewendete SGDM und den erweiterten strömungsbasierten Ansatz. In Kapitel 3 wird auf den Tourismus im Engadin eingegangen und dabei ein Bezug zur Nachhaltigkeit hergestellt. In Kapitel 4 werden das Anwendungsgebiet Stazerwald und seine Hauptattraktionen vorgestellt und in Kapitel 5 wird näher auf die Methodologie eingegangen. Anschliessend werden in Kapitel 6 die Resultate beschrieben. Deren Präsentation erfolgt anhand der identifizierten Besucherströme im Stazerwald. Dabei wird jeder Besucherstrom einer Analyse unterzogen und Handlungsempfehlungen für einen nachhaltigen Tourismus werden abgeleitet. Abschliessend wird in Kapitel 7 ein Fazit gezogen und ein Ausblick gegeben.

## 2 Theoretischer Bezugsrahmen

Wie bereits im vorherigen Abschnitt erwähnt, geht es in diesem Kapitel einerseits um die Definition der in dieser Arbeit thematisch zentralen Begriffe (2.1). Dazu zählen Tourismus, Destination, Destinationsmanagement und Destinationsmanagementorganisation (DMO) sowie Nachhaltigkeit eingebettet in den Kontext des Tourismus. Dabei wird bewusst darauf geachtet, dass die Definitionen von den Entwicklern des in dieser Arbeit verwendeten Modells stammen, da diese für die vorliegende Arbeit am adäquatesten erscheinen. Andererseits bietet dieses Kapitel aber auch Platz dafür, die zentralen Herausforderungen im Destinationsmanagement zu beleuchten (2.2), auf das SGDM einzugehen (2.3), eine Erweiterung des bisherigen strömungsbasierten Ansatzes von Destinationen aufzugreifen und damit letztlich den Blick der Forschung noch weiter nach vorne zu richten (2.4).

## 2.1 Definitionen und Begrifflichkeiten

### 2.1.1 Tourismus

Beim Tourismus handelt es sich um ein Massenphänomen des 20. Jh., das mit fast all unseren Lebensbereichen in Kontakt kommt und unsere Umwelt prägt (Bieger & Beritelli, 2012, S. 1). Bieger und Beritelli (2012, S. 1) sprechen daher von einem komplexen Begriff, der mehr als nur «Reisen und Ferien machen» beinhaltet. Dazu zählen sie auch die ökologischen, politischen und gesellschaftlichen Folgen, die einen direkten Zusammenhang mit dem Tourismus haben (Bieger & Beritelli, 2012, S. 2). Auch die WTO (World Tourism Organisation) fasst den Begriff Tourismus weit und spricht von einem sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Phänomen, bei welchem sich Personen aus persönlichen oder geschäftlichen Gründen in Orte bzw. Länder ausserhalb des üblichen Umfeldes begeben (World Tourism Organisation, o. D.). In diesem Sinne werden in der vorliegenden Arbeit unter dem Begriff Tourismus «alle Beziehungen und Erscheinungen, die sich aus dem Reisen und dem Aufenthalt von Personen ausserhalb ihres normalen Arbeits- und Wohnortes ergeben», zusammengefasst (Bieger & Beritelli, 2012, S. 303).

### 2.1.2 Destination, Destinationsmanagement und Destinationsmanagementorganisation

In enger Verbindung mit dem Tourismus stehen Destinationen. Zentral für diese Arbeit sind die im Folgenden dargestellten nachfragegetriebenen Definitionen, welche sich von der angebotsgetriebenen Definition einer Destination als einem starr eingegrenzten geografischen Raum unterscheiden lassen.

Im SGDM (Beritelli, Laesser, Reinhold & Kappler, 2013, S. 8) ist eine *Destination* ein Konstrukt,

- 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.

Im erweiterten strömungsbasierten Ansatz wird eine Destination als ein komplexes und dynamisches Ökosystem des Austauschs zwischen Angebot und Nachfrage betrachtet (Beritelli, Reinhold & Laesser, 2020, S. 10).

Während die *Destination* eine grundlegende Analyseeinheit des Tourismus darstellt, handelt es sich bei der *DMO* um eine führende Organisationseinheit (UNWTO, 2019, S. 14 & 16). Die Funktionen der

DMO können je nach Dezentralisierungsebene und Bedarf nach nationaler, kantonaler, regionaler und lokaler Ebene unterschieden werden (UNWTO, 2019, S. 16). Als Beispiel für die nationale Ebene wäre hier Schweiz Tourismus zu nennen (Beritelli & Reinhold, 2013, S. 97). Um eine Beschränkung auf die starren geografischen Grenzen zu verhindern, orientiert sich das SGDM bewusst nicht nur an den DMO allein. Vielmehr richtet es seine Prinzipien und die damit verbundenen Methoden auch auf das allgemeine *Destinationsmanagement*, weshalb es nebst den Tourismusunternehmen auch für den öffentlichen Sektor und die gesamte Gesellschaft relevant ist (Beritelli, Reinhold, Laesser & Bieger, 2015, S. 17). Beim Destinationsmanagement im Sinne des SGDM geht es also um das Management von Destinationen und somit um das relevanter Subsysteme, die eigenständig durch die Reisenden in Zusammenhang mit ihrer Dynamik entstehen (Beritelli & Laesser, 2013, S. 22). Destinationsmanager kümmern sich also um eine «Summe von unterschiedlichen Strömen von Touristen», von welchen Tourismusanbieter in differierender Weise profitieren können (Beritelli & Laesser, 2013, S. 23).

### 2.1.3 Nachhaltigkeit

Eine nachhaltige Entwicklung wurde von der Brundtland-Kommission der Vereinten Nationen (Brundtland, 1987) definiert als «eine Entwicklung, die die Bedürfnisse der heutigen Generation befriedigt, ohne die Fähigkeit künftiger Generationen zu gefährden, ihre eigenen Bedürfnisse zu befriedigen». Des Weiteren zeigte ihr Bericht auf, dass für eine nachhaltige Entwicklung ein mehrdimensionales Denken notwendig ist. John Elkington teilte dieses in seinem Buch «Enter the Triple Bottom Line» in die drei Dimensionen Ökologie, Ökonomie und Gesellschaft ein (Sitnikov, 2013, S. 2559). Diese stehen nicht isoliert nebeneinander, sondern beeinflussen sich gegenseitig und befinden sich somit in einem Wechselverhältnis zueinander (Abb. 1). Eine nachhaltige Entwicklung kann demnach nur erreicht werden, wenn die drei Dimensionen Ökologie, Ökonomie und Gesellschaft in Einklang miteinander gebracht werden.

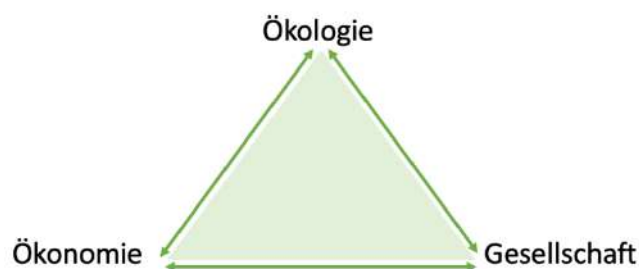


Abbildung 1: Drei Dimensionen der Nachhaltigkeit (eigene Darstellung)

### 2.1.4 Nachhaltigkeit im Kontext des Tourismus

Aufgrund der grossen Einflussnahme des Tourismus auf all unsere Lebensbereiche ist das Beachten von Aspekten der Nachhaltigkeit zentral. Die Welttourismusorganisation definiert nachhaltigen

Tourismus als «*ein[en] Tourismus, der seine derzeitigen und künftigen wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Auswirkungen in vollem Umfang berücksichtigt und den Bedürfnissen der Besucher, der Branche, der Umwelt und der Gastgemeinden Rechnung trägt*» (UNWTO, 1993, S. 11), und nimmt damit Bezug auf alle drei Nachhaltigkeitsdimensionen der Triple Bottom Line. Auch Bieger und Beritelli (2012, S. 43) berücksichtigen diese und sprechen dann von einem nachhaltigen Tourismus, wenn es möglich ist, vom Zinse und nicht von der Substanz der wirtschaftlichen, natürlichen und gesellschaftlichen Umwelt zu leben. Die Vereinbarung touristischen Wachstums mit der Natur, der Wirtschaft und dem Menschen ist jedoch eine schwierige Aufgabe (Bieger & Beritelli, 2012, S. 45), denn es gibt gegensätzliche Faktoren, welche es zu berücksichtigen gilt. Im Allgemeinen kann der Tourismus folgende Wirkung auf die drei betrachteten Umwelten der bereisten Destination haben:

	Nutzen	Schaden
Ökologie	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nutzung von Brachland</li> <li>• Schutz vor Verödung</li> <li>• Finanzierung von Umweltschutzmassnahmen</li> <li>• Sensibilisierung für die Schönheit der Natur</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beeinträchtigung der Umwelt (Schadstoffe durch Verkehr, Abwasser, Abfälle)</li> <li>• Beeinträchtigung des Landschaftsbildes durch Bauten</li> <li>• Bodenverbrauch durch Sportnutzung etc.</li> </ul>
Ökonomie	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Arbeitsplätze</li> <li>• Umsätze</li> <li>• Einkommen</li> <li>• Devisen</li> <li>• Verbesserung der Infrastruktur</li> <li>• Erschliessung neuer Märkte für einheimische Produkte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anstieg der Bodenpreise und Lebenshaltungskosten</li> </ul>
Gesellschaft	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stopp der Abwanderung</li> <li>• Durch Tourismus finanzierte Kulturpflege (Denkmalschutz, kulturelle Anlässe)</li> <li>• Neues Wissen und Technologietransfer</li> <li>• Begegnung mit neuen Kulturen und damit Neudefinition der eigenen Identität</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entfremdung/Entwurzelung</li> <li>• Verlust der kulturellen Identität</li> </ul>

Abbildung 2: Wirkungen des Tourismus auf die verschiedenen Umweltbereiche einer Destination (eigene Darstellung in Anlehnung an Bieger & Beritelli, 2012, S. 29)

## 2.2 Destinationsmanagement neu überdenken

Nachdem lange zum Thema Destinationsmanagement geforscht wurde, schlugen die Autoren des SGDM vor, einige Grundlagen neu zu überdenken, v. a. hinsichtlich der Thematik der Überführbarkeit der Theorie in die Praxis (Beritelli et al., 2015, S. 19). Sie identifizierten die unten aufgeführten sechs zentralen Herausforderungen im Destinationsmanagement, welche es ihnen zufolge für dessen Weiterentwicklung aus prozessorientierter Sicht zu berücksichtigen gilt (Beritelli, Laesser & Reinhold, 2014, S. 36–37; Beritelli et al., 2015, S. 19–29; Beritelli & Laesser, 2013, S. 15–20).

*Territoriales Amalgam:* Da Tourismus zeitlich und räumlich fokussiert stattfindet, kommt es oft zu einer Fehldeutung: Die jeweilige Destination wird als territorialer Raum wahrgenommen, welcher dem Besucher als Gesamtes zur Disposition steht und von ihm als angebotsseitig definierte Einheit angeschaut



wird. Entgegen der Definition einer Destination in Kapitel 2.1.2 wird sie als starre Einheit und klar abgrenzbares Gebiet wahrgenommen.

*Begriffsunklarheiten und Missverständnisse:* Der Transfer von Modellen, Schemata und Begriffen von anderen Fachbereichen auf den heterogenen Kontext der Destination findet oftmals zu wenig hinterfragt statt. Dies eröffnet einen erheblichen Interpretationsspielraum, was die gemeinsame Erarbeitung einer klaren Strategie erschweren kann. Der vage Begriff des qualitativen Wachstums kann z. B. von den verschiedenen Akteuren unterschiedlich interpretiert werden.

*Überbewertung von Kollaboration und Kooperation:* Dass alles Organisatorische koordiniert werden muss und alle Akteure miteinander kooperieren müssen, ist ein Irrglaube, der die Fragmentierung der Lieferkette und das kombinierte Reiseerlebnis suggeriert. Eine Destination ist keine Firma mit einem einzigen Produkt, bei dem alle involvierten Akteure gemeinsam an demselben Ziel arbeiten. Eine partizipative Destinationsplanung, bei der alle Akteure zur gleichen Zeit die gleichen Themen angehen müssen, ist ineffektiv, da sie von der Annahme ausgeht, dass sich alle simultan über die jeweiligen Projekte grundsätzlich einig sind.

*Verkäufermarktfalle:* Die Verkäufermarktfalle beschreibt den Umstand, dass die touristische Nachfrage so behandelt wird, als ob die potenziellen Besucher umfassend mehr über die diversen Angebote einer Destination erfahren wollen und sie in Folge des Informationszugewinns auch besuchen. Die touristischen Leistungen werden daher aus der Angebotssicht geplant und auf dem Markt lanciert. Das bescheidene Volumen an Buchungen auf destinationseigenen Vertriebsplattformen sowie die kaum erwiesene positive Wirkung von destinationseigenen Werbemaßnahmen machen diesen angebotsgetriebenen Ansatz jedoch umstritten. Destination-Branding, also die Art, in der eine DMO eine Destination bewirbt und vermarktet, ist demnach für einen Touristen bei der Entscheidungsfindung bzgl. eines Besuches einer Destination nicht von zentraler Bedeutung (Beritelli et al., 2020, S. 10).

*Zunehmende Daten- und Informationsflut:* Da den Destinationen Marktdaten meist nur in Form aggregierter Kennzahlen zur Verfügung stehen, werden diese oft mit Studien kombiniert und ergänzt. Doch im Grunde fehlt den Entscheidungsträgern die Kompetenz, die Daten und Informationen gewinnbringend und korrekt zu verknüpfen. Zudem können Datenanwender, welche die Daten nicht selbst erhoben haben, kaum erschliessen, was wirklich hinter diesen steckt. Aufgrund von operativer Hektik oder der starken Aussenorientierung an vermeintlichen Wettbewerbern werden Ursache-Wirkungszusammenhänge oft nicht hinterfragt, womit sich bereitgestellte Daten zur eigenen Destination letztlich als wertlos erweisen.

*Orientierung an «Wettbewerbern» und Imitationsverhalten:* Destinationen stehen untereinander im Wettbewerb um Touristen. Erfolg dabei erhöht den Druck auf die Mitbewerber, entsprechende

Versuche der Imitation der vermeintlich erfolgreichen Strategien zu unternehmen. Aufgrund der heterogenen Leistungsbündel und Wertschöpfungsprozesse kann jedoch von einem spezifischen Kontext eines erfolgreichen Beispiels keine Kopie erstellt werden. Überdies identifizieren touristische Akteure Vergleichsdestinationen, die aufgrund ihrer Grösse und der geografischen Nähe ähnlich erscheinen, zwar als Konkurrenten und Wettbewerber, Besucher nehmen sie jedoch gar nicht als Substitute wahr.

## 2.3 Das St. Galler Modell für Destinationsmanagement

### 2.3.1 Einführung in das SGDM

In diesem Unterkapitel wird auf das Herausgeberwerk «The St. Gallen Model for Destination Management» Bezug genommen, welches in der vorliegenden Arbeit als zentrales methodisches Feldhandbuch verwendet wird. Es soll helfen, die sechs oben beschriebenen Hauptherausforderungen des Destinationsmanagements neu zu überdenken. Im Buch wird ein praktikabler Ansatz für das Destinationsmanagement präsentiert, welcher die jeweiligen Besucherströme ins Zentrum stellt und den Tourismus als soziales Phänomen beschreibt (Beritelli et al., 2015, S. 15). An dieser Stelle sei auf die Definition einer Destination in Unterkapitel 2.1.2 als ein nachfragegesteuertes Konstrukt erinnert, welches sich aus der Summe der Besucherströme im Raum ergibt. Letztere lassen sich aufgrund des normalen sozialen Verhaltens von Menschen beobachten, welches vergleichbar ist mit dem von Ameisen (Laesser, 2017). Ameisen gehen dorthin, wo andere Ameisen schon waren. Dieses Phänomen erklärt u. a., weshalb gewisse signifikante Ströme ein wiederkehrendes, stabiles Muster aufzeigen, abgesehen von vereinzelten, weniger relevanten Ausreissern (Beritelli & Laesser, 2013, S. 25). Diese signifikanten und wiederkehrenden Besucherströme sind für touristische Akteure geschäftsrelevant und stellen somit zentrale strategische Geschäftsfelder (SGF) dar, welche wirtschaftliche, ökologische und soziale Auswirkungen auf eine Destination haben (Beritelli et al., 2015, S. 44). Hier setzt das SGDM an, indem es postuliert, dass diese Besucherströme erstens von strategischer Bedeutung und zweitens zu identifizieren und in den Planungsprozess zu integrieren sind (Beritelli et al., 2015, S. 42).

### 2.3.2 Das Kreislaufmodell in sechs Schritten

Zur Operationalisierung des SGDM kommt ein sechsstufiger Ansatz zur Anwendung, der die in Abb. 3 aufgeführten Kernaktivitäten umfasst. Da der Fokus in der vorliegenden Arbeit auf die ersten zwei, in dunkelgrün gekennzeichneten Schritten gelegt wird, werden die detaillierteren Ausführungen sich auf diese beschränken (Abb. 3). Eine umfängliche Abhandlung aller sechs Schritte würde über den Rahmen dieser Arbeit hinausgehen. Im Kern dieser beiden Schritte geht es zum einen um die Identifikation strategisch relevanter Besucherströme, zum anderen um das Verständnis des Gesamtportfolios aller geschäftsrelevanten Ströme, dank dem die zentralen Stärken und Herausforderungen aus einer Portfolio-Perspektive aufgezeigt werden können (Beritelli et al., 2015, S. 87). Diese Analyse erfolgt unter

dem Motto «tourism develops along flows» (Beritelli et al., 2020, S. 6). Die Anwendung des Modells geschieht nach der folgenden Anleitung.

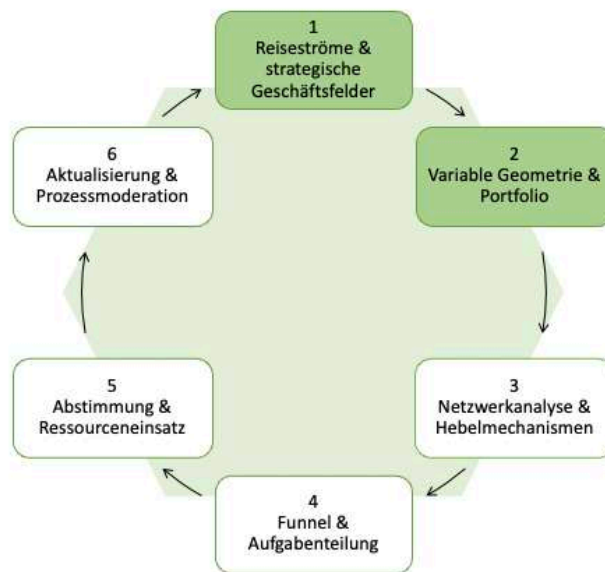


Abbildung 3: Der Kreislauf des SGDM (eigene Darstellung in Anlehnung an Beritelli et al., 2013, S. 30)

**Schritt 1:** Die erhobenen Besucherströme werden auf ausgedruckten Karten, auf welchen eine weiträumige topografische Visualisierung der Destination abgebildet ist, eingezeichnet (Abb. 4). Dabei soll die Weiträumigkeit besonders betont werden. Da Destinationen nicht mehr wie bis anhin durch politische Gemeindegrenzen definiert werden, halten sich die Kartenausschnitte nicht mehr an diese, sondern überschreiten sie. Somit richtet sich der Fokus auf die Besucherseite. Als Folge können Destinationen nicht mehr eindeutig und klar voneinander abgegrenzt werden, da neu die Bewegungsmuster der Reisenden ins Zentrum der Betrachtung rücken (Beritelli & Laesser, 2013, S. 30–34).



Abbildung 4: Kartenausschnitt vom Stazerwald (Bild: Geo Admin, o. D.)

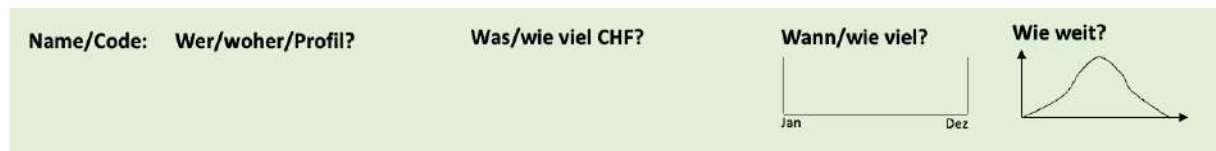


Abbildung 5: Legende des Kartenausschnittes (eigene Darstellung in Anlehnung an Beritelli et al., 2015, S. 59)

Die Besucherströme werden aber nicht nur eingezeichnet, sondern auch charakterisiert. Dafür steht unter dem Kartenausschnitt jeweils eine Legende zur Verfügung (Abb. 5). In dieser wird den jeweiligen Besucherströmen unter dem Punkt *«Name/Code»* eine Bezeichnung zugeordnet. Unter der Rubrik *«Wer/woher/Profil?»* werden die Besucher gemäss ihrer geografischen Herkunft und ihrer kennzeichnenden Merkmale beschrieben, um so möglichst homogene Gruppen zu erhalten. Diese wiederum werden bei *«Was/wie viel CHF?»* einer genaueren Analyse bzgl. ihrer Aktivitäten und parallel hierzu ihres damit verbundenen monetären Ausgabeverhaltens unterzogen. In einem letzten Schritt werden unter *«Wann/wie viel?»* die saisonalen Schwankungen des jeweiligen Besucherstroms beobachtet; diese wiederum werden unter *«Wie weit?»* jeweils als Entwicklungsstufe im Lebenszyklusmodell des jeweiligen Besucherstroms dargestellt (Beritelli & Laesser, 2013, S. 30–36).

Durch das Einzeichnen der Besucherströme aus Sicht der Reisenden können Erlebnisräume neu konstruiert werden, welche bisher aufgrund der starren territorialen Grenzen nur schlecht zu erkennen waren (Beritelli & Laesser, 2013, S. 32). In Tabelle 1 werden fünf verschiedene Muster aufgezeigt, die den Destinationsraum neu prägen sowie mit- und umgestalten.

	<p><b>Holen-Halten</b> Gäste kommen in die Destination, um dort zu bleiben. Dies entspricht dem traditionellen Verständnis einer Destination.</p>
	<p><b>Verbindungskomponente</b> Der Destinationsraum dient als vorübergehender Erlebnisraum, um weitere grössere Räume zu entdecken. Meist hält sich der Besucher in diesem Destinationsraum nur für kurze Zeit auf.</p>
	<p><b>Nabe-Speiche</b> Gäste reisen an einen meist logistisch gut gelegenen zentralen Ort mit guter Grundinfrastruktur, um den Destinationsraum für Tagestouren in andere Räume zu nutzen.</p>
	<p><b>Organisierte Reisen</b> Organisierte Rundreisen sind oft standardisierte Leistungsbündel, meist buchbar bei Reisebüros.</p>
	<p><b>Freilaufende</b> Reisende entscheiden sich in spontanen Entscheidungssituationen im Verlaufe der Reise. Dieses Phänomen weitet den Bewegungsraum der Gäste signifikant aus und impliziert, dass Anbieter Entscheide vor Ort zu ihren Gunsten beeinflussen können.</p>

Tabelle 1: Unterschiedliche Reismuster (eigene Tabelle in Anlehnung an Beritelli & Laesser, 2013, S. 32)

*Schritt 2:* Nach dem Einzeichnen der Besucherströme und deren Charakterisierung wird ein Synthese-Bild erstellt. Beim Übereinanderlegen der Ströme auf einer Karte werden Räume mit unterschiedlicher strategischer Bedeutung ersichtlich: polyvalente Räume, nichttouristische Räume sowie Räume mit oder ohne bzw. geringem Potenzial. Ebenso aufschlussreiche Informationen liefern bei genauerer Betrachtung die unterschiedlichen Saisonalitäten und Lebenszyklusphasen der Besucherströme (Beritelli & Laesser, 2013, S. 33–35).

## 2.4 Erweiterung des strömungsbasierten Ansatzes

Die Forschung im Bereich Destinationsmanagement hat sich in den letzten Jahren v. a. hinsichtlich der Erweiterung der theoretischen Grundlagen der strömungsbasierten Sichtweise von Destinationen noch einmal weiterentwickelt. So werden neu Besucherströme in Beziehung zu Trajektorien und Korridoren gesetzt, womit die touristischen Akteure dabei unterstützt werden, die jeweilige touristische Destination nicht als einen eigenständigen funktionalen Raum zu betrachten, sondern als verschiedene Funktionen im Raum (Beritelli et al., 2020, S. 2). In Tabelle 2 wird ein grober Überblick über den neu eingeführten Rahmen gegeben, welcher erklärt, wie Nachfrage und Angebot interagieren. Mit den drei nachfolgend genauer beschriebenen Elementen Besucherströme, Trajektorien und Korridore lassen sich dabei im Modell verschiedene Arten von Besucherleistungen konstruieren (Beritelli et al., 2020, S. 4).

Rahmen	Besucherströme	Trajektorien	Korridore
Darstellung			
Erzeugt durch	Besucher und Einheimische (kollektive Entfaltung)	Besucher, Einheimische (Einzel- oder Gruppenplanung)	Objekte, Gebäude, Räume, Flächen, Dienstleistungen
Ersichtlich durch	Kollektive Performance	Bewusste Richtung und Ausführung einzelner Bewegungen	Visuell verknüpfbare Punkte
Erkennbar durch	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Für den Einzelnen: Erfahrung</li> <li>- Für das Kollektiv: Dichte, Häufigkeit und Entwicklung von Daten und Informationen mit Geo-Zeit-Tags</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Einzelne gezeit-getaggte Datenpunkte und Informationen</li> <li>- Geplante Aktivitäten und Anlaufstellen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Einzelne Attraktionen</li> <li>- Mögliche Aktivitäten</li> </ul>

Tabelle 2: Besucherströme, Trajektorien und Korridore (eigene Darstellung in Anlehnung an Beritelli et al., 2020, S. 5)

*Korridore* sind Durchgänge, die von bestimmten Attraktionen (■) ausgehen und zu bestimmten Aktivitäten (☺) führen. Letztere sind Dienstleistungen, die den Besuchern an Attraktionen oder auch auf dem gesamten Korridor angeboten werden. Aktivitäten und Attraktionen bilden somit die Bausteine für das Erlebnispotenzial von Destinationen. Reisende bewegen sich entlang verschiedener Korridore. Die jeweilig spezifischen Aktivitäten und die Attraktionen entlang eines Korridors stellen Ankerpunkte

dar, welche potenzielle Halb- oder Tagesprogramme bilden. Diese Ankerpunkte interagieren miteinander und bilden mehrere alternative Korridore. Diese bieten Touristen eine grosse Anzahl an Erlebnismöglichkeiten. Die Angebotselemente, welche den Rahmen für Attraktionen und Aktivitäten bilden, sind demnach in den Korridoren enthalten (Beritelli et al., 2020, S. 4 & 11).

*Trajektorien* zeigen auf, dass die Besucher geistig und visuell einen Punkt in der Ferne anvisieren und sich über verschiedenen Zwischenstationen auf diesen hinzubewegen. Damit weisen sie darauf hin, dass sich die Besucher nicht geradlinig auf ein Ziel zubewegen, sondern auf ihrem Weg durch Zeit und Raum Umwege nehmen. Die Umwege entstehen aufgrund von Impulsen entlang der Trajektorien, wenn etwa die Reisenden ihre Aktivitäten und Attraktionen in den Korridoren gestalten sowie mit anderen Individuen oder Gruppenmitgliedern interagieren. Somit erfassen Trajektorien die mentalen und räumlichen Verbindungen, welche Besucher wiederholt zwischen Attraktionen und Aktivitäten herstellen. In der Gesamtheit bilden sie die Grundlage der Besucherströme (Beritelli et al., 2020, S. 5 & 11).

*Besucherströme* stellen, wie anhand des Ameisenvergleiches bereits an einem früheren Punkt dieser Arbeit dargelegt wurde, die Gesamtheit des sozialen Reiseverhaltens dar. An dieser Stelle wird aber folgender Gedanke noch hinzugefügt: Auch wenn die beobachtbaren Ströme stabile Merkmale wie die Aufenthaltsdauer, die Benutzung von Verkehrsmitteln, die Unterscheidung zwischen Einheimischen oder Auswärtigen, zwischen Tagesgast oder Übernachtungsgast, das Ausgabenverhalten und die Haupttätigkeiten aufweisen, erleben die einzelnen Besucher ihre Reise subjektiv dennoch auf eine individuell differente Art. Zusammengefasst bilden die Besucherströme die Gesamtnachfrage, welche das touristische Angebot durch ihr Verhalten und ihre Präsenz aktiviert (Beritelli et al., 2020, S. 5–6 & 11).

Das Managen eines touristischen Raumes im Sinne eines Ökosystems, bestehend aus Besucherströmen, Trajektorien und Korridoren, ist mit den drei im Folgenden aufgelisteten zentralen Herausforderungen verbunden: Erstens bleibt die Möglichkeit einer vollständigen Erklärung und Vorhersage der treibenden Kräfte des Besucherverhaltens noch aus. Dies trotz des Einsatzes moderner Techniken, etwa der elektronischen Datenverarbeitung bei der Erhebung von Besucherdaten und algorithmischer Methoden zu deren Analyse. Zweitens besteht für touristische Orte aufgrund bereits existierender Attraktionen und Aktivitäten kein vollständiger Planungs- und Entwicklungsfreiraum. Die konstitutiven Elemente der Korridore sind häufig gegeben. Tourismusplaner sind somit an einen kulturellen Kontext mit seinen bestehenden natürlichen und kulturellen Ressourcen gebunden. Drittens sind die Auswirkungen gezielter gestalterischer Eingriffe aufgrund des zu komplexen und vielschichtigen Zusammenspiels der Besucherströme nicht lückenlos prognostizierbar (Beritelli et al., 2020, S. 8 & 9).

Die Dekonstruktion des Besucherverhaltens einer Destination gewährt Einblicke darüber, wie Tourismusplaner das Wissen über Besucherströme, Trajektorien und Korridore zu nutzen versuchen. Einen Hinweis liefert u. a. die Pflege der Destination im Sinne eines «komplexen und dynamischen Ökosystems des Austauschs zwischen Angebot und Nachfrage» (Beritelli et al., 2020, S. 10). Die Gesundheit und Widerstandsfähigkeit der Destination hängt dabei von der Vielseitigkeit dieses Austausches zwischen Angebot und Nachfrage im Ökosystem ab. Für die touristische Nachfrage ist ein fragmentiertes Angebot von Vorteil. Bietet eine Destination eine grosse Vielfalt an verschiedenen Aktivitäten und Attraktionen an, erhöht sich in der Folge die Wahrscheinlichkeit, dass Touristen ihren Aufenthalt verlängern (Beritelli et al., 2020, S. 6). Das Credo für Tourismusplaner lautet demnach, «möglichst viele diverse Aktivitäten in einem Gebiet zu fördern und die Verbindung zwischen den Gebieten in Bezug auf Mobilität und Information zu erleichtern, um die mentale Konstruktion und visuelle Erkennung attraktiver Wege zu unterstützen» (Beritelli et al., 2020, S. 11).

### **3 Einführung in den Tourismus im Engadin**

Nachdem im zweiten Kapitel die zentralen Begriffe definiert und das SGDM sowie die Erweiterung des strömungsbasierten Ansatzes vorgestellt wurde, folgt an dieser Stelle eine Einführung in den Tourismus im Engadin. Im ersten Unterkapitel wird das Engadin kurz vorgestellt (3.1). Danach richtet sich der Blick auf die historische Entstehung des Sommer- und Wintertourismus vor Ort sowie dessen aktuelle Entwicklung (3.2). Da der Stazerwald im Oberengadin liegt, wird in der vorliegenden Arbeit ausschliesslich auf diesen Teil des Engadins eingegangen. Ein weiteres Kapitel widmet sich in einem Kurzportrait der Tourismusorganisation im Engadin (3.3). Zuletzt wird der Stellenwert des dortigen Tourismus in Bezug auf Nachhaltigkeit eingeordnet (3.4).

#### **3.1 Das Oberengadin**

Geografisch gesehen liegt das Oberengadin auf der Alpensüdseite der Schweiz und im Süden des Kantons Graubünden. Es erstreckt sich entlang des Inns von Maloja über elf Kreisgemeinden bis hin zu Brail (Engadin St. Moritz, 2019, S. 4). Das 57 km lange Hochtal liegt auf durchschnittlich 1'800 m. ü. M. und zeichnet sich durch seine überdurchschnittlich vielen Sonnentage und sein trockenes Klima aus (Schweiz Tourismus, o. D.). Das Engadin zählt zudem zu einem der bedeutsamsten Wasserlieferanten Europas, denn es entspringt aus einer dreiteiligen Wasserscheide auf dem Pass Lunghin der Inn (Engadin St. Moritz, 2019, S. 4). Das Oberengadin besitzt mit Deutsch und Rätoromanisch zwei Amtssprachen (Engadin St. Moritz, 2019, S. 4).





### 3.3 Die Engadin St. Moritz Tourismus AG

Für die regionale, nationale, aber auch internationale Vermarktung und touristische Weiterentwicklung des Engadins ist die St. Moritz Tourismus AG verantwortlich. Gegründet wurde sie 2007, doch die noch heute verfolgte zentrale Strategie wurde erst zehn Jahre später veröffentlicht. Speziell an dieser Strategie ist, dass die beiden Marken Engadin und St. Moritz aufgrund der unterschiedlichen Reismotive separat positioniert werden. Für das Engadin handelt es sich dabei v. a. um die Reismotive Vitalität, Selbstverwirklichung und Entschleunigung unter dem übergeordneten Begriff «Sehnsuchtsort». Für St. Moritz wiederum wird mit «Extravaganz» geworben. Auch wenn die Unternehmensmarke Engadin St. Moritz noch besteht, verfügen die beiden Marken Engadin und St. Moritz über je getrennte, eigenständige Internetauftritte (Engadin St. Moritz Tourismus AG, o. D. a; Engadin St. Moritz Tourismus AG, o. D. b).

In Zukunft will sich die Engadin St. Moritz Tourismus AG von den starren Strukturen lösen. Dabei weisen sie in ihrer Strategie 2021–2023 explizit darauf hin, dass ein Gast sich in der Destination bewegt und wenig Verständnis für geografische Grenzen hat. Sie betonen auch, dass die Zwei-Marken-Strategie nichts mit Gemeinden und geografischen Grenzen zu tun hat, sondern rein zur Ermöglichung der Ansprache verschiedener Gästesegmente dient (Engadin St. Moritz Tourismus AG, 2021, S. 11).

### 3.4 Herstellung eines Bezuges zur Nachhaltigkeit

#### 3.4.1 Ökologischer Stellenwert

Die natürliche Umwelt stellt eine wesentliche Ressource für den Tourismus dar (Bieger et al., 2012, S. 29). Zerstört Tourismus die Natur, zerstört er letztlich seine eigene Grundlage, daher gilt es sie zu bewahren. Im Engadin steht das zu vermarktende Produkt Natur, als «Festsaal der Alpen» bekannt, im Zentrum (Schweiz Tourismus, o. D.). Anhand vieler Projekte und Initiativen wird ersichtlich, dass im Engadin auf ökologische Nachhaltigkeit im Tourismus geachtet wird. Um einige zu nennen; eine kontinuierliche Reduktion fossiler Energien sowie eine Förderung von erneuerbaren Energien wird durch das Energieprojekt «Clean Energy» gefördert, auf dem Muottas Muragl steht das erste Plusenergiehotel der Alpen, mittels «Schmelzwasser-Recycling» soll dem Gletscherschwund entgegengewirkt werden, am Inn wird durch die Revitalisierung des Inns Landschaftsschutz betrieben, bei Veranstaltungen wird auf nachhaltige Konzepte gesetzt und zwei Dutzend Energiebänke, betrieben mit nachhaltiger Energie, bieten Sitzgelegenheit mit der Zusatzfunktion einer Steckdose für das Aufladen von E-Bikes und mobilen Geräten (Engadin St. Moritz, o. D. c).

Trotzdem ist es heute wissenschaftlich unbestritten, dass der Tourismus signifikant zum Klimawandel beiträgt. Rund 5 % des weltweiten CO<sub>2</sub>-Austosses sind auf ihn zurückzuführen. Dabei entfallen nur

rund 4 % der Emissionen auf die Aktivitäten vor Ort. Die signifikant grösseren Anteile verursachen der Luft- (40 %) bzw. Strassenverkehr (32 %) (Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden, 2013, S. 24).

### 3.4.2 Ökonomischer Stellenwert

Das Engadin ist abhängig von einem gut laufenden Tourismus, denn die Gemeinden, Hotellerie, Parahotellerie, Bergbahnen und das Gewerbe sind ohne gesunden Tourismus nicht überlebensfähig (Engadin St. Moritz Tourismus AG, 2021, S. 6). Die Wertschöpfung im Engadin beträgt insgesamt CHF 1'211 Mio., wovon CHF 826 Mio. auf den Sektor Tourismus zurückzuführen sind. Mit einem Anteil von 68 % an der Gesamtwertschöpfung ist die Bedeutung des Tourismus für das Oberengadin deshalb mehr als erheblich (Abb. 8). Neben dem Schanfigg gehört das Oberengadin zu denjenigen Bündner Regionen, welche am stärksten auf den Tourismus ausgerichtet sind. Das Oberengadin sorgt auch für die grösste touristischen Wertschöpfung im Kanton. Im Oberengadin kommt dem Tourismus also eine zentrale Beschäftigungs- und Einkommensfunktion zu (HTW Chur, 2008, S. 45 & 46).



Abbildung 8: Die touristische Wertschöpfung im Engadin (eigene Darstellung in Anlehnung an HTW Chur, 2008, S. 45)

### 3.4.3 Sozialer Stellenwert

Aufgrund des hohen ökonomischen Stellenwertes des Tourismus hat er auch einen gesellschaftlich hohen Stellenwert, da er u. a. die Abwanderung stoppt (Bieger & Beritelli., 2012, S. 29). Ohne Beschäftigungs- bzw. Verdienstmöglichkeiten durch den Tourismus schwindet die Bevölkerung, was wiederum negative Rückwirkungen auf die Kultur hätte. So wären Volksfeste wie Chalandamarz und Schlittedas, der eigene Baustil, die Engadiner Nusstorte und die rätoromanische Sprache, potenziell vom Verschwinden bzw. Aussterben bedroht.

Zudem förderte der Tourismus das Entstehen einer Talkultur. So sind mittlerweile im Tal mehr als nur die zwei Amtssprachen zu vernehmen, z. B. Italienisch, Französisch, Englisch und andere (Schweiz Tourismus, o. D.). Das Engadin war mit seiner Landschaft jedoch auch Inspirationsquelle für bildende Künstler, wie etwa Giovanni Segantini, Giovanni und Augusto Giacometti sowie Literaten und Philosophen wie Marcel Proust und Friedrich Nietzsche, die heute die Aura des Tals prägen (Schweiz Tourismus, o. D.). Die Begegnungen mit neuen Kulturen können einerseits zu einer Neudefinition der eigenen kulturellen Identität führen, aber andererseits auch zu deren Verlust (Bieger & Beritelli, 2012, S. 29).

Nicht selten reagiert die jeweilige einheimische Bevölkerung mit Gefühlen einer Entwurzelung und Entfremdung (Bieger & Beritelli, 2012, S. 29). Da das Engadin stark vom Tourismus geprägt ist, ist es auch von solchen ambivalenten kulturellen Prozessen betroffen.

## 4 Anwendungsgebiet Stazerwald

Nachdem im letzten Kapitel das Engadin im Allgemeinen im Zentrum stand, soll es nun konkret um den Stazerwald gehen und somit das für das Anwendungsfeld dieser Arbeit gewählte Gebiet vorgestellt werden. Das erste Unterkapitel dient dabei als Einführung (4.1), während im zweiten die Hauptattraktionen (4.2) in den Fokus genommen werden. Denn wie aus Kapitel 2.4 bekannt ist, gehören die Attraktionen zusammen mit den Aktivitäten zu den elementaren Bausteinen für das Erlebnispotenzial einer Destination.

### 4.1 Stazerwald

Der Stazerwald liegt zwischen den Gemeinden Celerina, Pontresina und St. Moritz. Er ist von allen drei Gemeinden aus gut erreichbar. Zum einen ist der Anschluss an die öffentlichen Verkehrsmittel (öV) gut, da es viele Bushaltestellen und vier Bahnhöfe direkt am Waldrand gibt (Abb. 9). Zum anderen besteht aber auch die Möglichkeit der Anreise via Individualverkehr. Am Waldrand stehen dafür Parkplätze zur Verfügung.



Abbildung 9: öV-Anschlüsse rund um den Stazerwald (Geo Admin, o. D.)

Da das Waldgebiet aber im Naturschutzgebiet liegt, herrscht für den Zugang in den Wald ein allgemeines Motorfahrzeugverbot mit Ausnahme des Zubringerdienstes (Lej da Staz, o. D.). Zudem ist ein grosser Teil der Waldfläche eine Wald- und Wildschutzzone (Abb. 11). Jeder Zutritt in eine nicht als erlaubt markierte Zone ist zwischen dem 20. Dezember und dem 30. April verboten. Ausserdem gibt es im Wald geschützte Hochmoore, welche von nationaler Bedeutung sind. Es handelt sich dabei um das

grösste Hochmoorgebiet Graubündens, das eine Vielzahl an nordischen Pflanzenarten beheimatet (RhB, S. 190, o. D.). Dabei sind die primären Hochmoore in der Karte rot, die sekundären gelb und das Hochmoorumfeld grün eingezeichnet (Abb. 10). Im Allgemeinen sind Hochmoore in der Schweiz von einem starken Rückgang betroffen und gelten deshalb als besonders schützenswert (Geo Admin, o. D.).

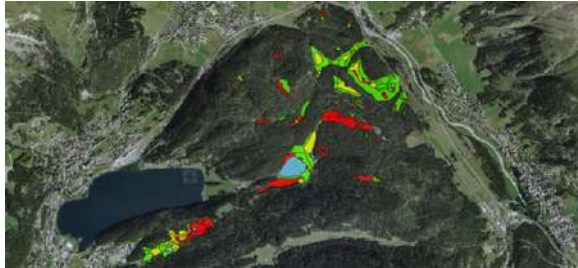


Abbildung 10: Hochmoorgebiete im Stazerwald (Geo Admin, o. D.)



Abbildung 11: Wildruhezone im Stazerwald (Geo Admin, o. D.)

## 4.2 Hauptattraktionen

### 4.2.1 Stazersee und Hotel Restaurant Lej da Staz

Der Stazersee ist während allen Jahreszeiten «instagrammable» und infolgedessen auf vielen Social-Media-Posts zu sehen (Abb. 13). Doch vom See werden nicht nur Schnapshots gemacht. Vor allem im Sommer bietet er Gelegenheit zum Baden. Ausserdem kann geangelt werden. Zudem laden im Sommer eine Wiese und ein kleiner Strand zum Sonnenbaden, Abschalten, Picknicken oder auch Grillieren ein, während für Kinder ein Spielplatz bereitsteht. Im Winter, wenn der See zugefroren ist, können Touristen auf dem Eis Schlittschuh fahren (Engadin St. Moritz, o. D. d).

Für die Verpflegung der Seebesucher steht das *Hotel Restaurant Lej da Staz* zur Verfügung, welches sich durch ein breites Angebot auszeichnet. Der Take-away-Stand *Quickquito* ist bei schönem Wetter täglich von 11.00 bis 18.00 Uhr geöffnet und bietet Getränke, Eis, Grillwaren und Snacks an. Das *Restaurant mit Sonnenterasse* ist im Sommer täglich von 11.00 bis 17.00 Uhr offen, die Karte führt kalte und warme Speisen. Die *Clubstuba im 1. Stock* wirbt mit einer regionalen Speisekarte und heisst die Besucher im Sommer von Donnerstag bis Montag, zu den gleichen Öffnungszeiten wie das Restaurant mit Sonnenterasse, willkommen. Mit diesen drei Verpflegungsangeboten will das Hotel je eine Klientel ansprechen: das *Quickquito* ist für die Picknicker, das *Restaurant mit Sonnenterasse* für das mittlere und der *Clubstuba im 1. Stock* das gehobene Segment gedacht (Hotel Restaurant Lej da Staz, o. D. a).



Abbildung 12: Restaurant Lej da Staz (Bild: Hotel Restaurant Lej da Staz)



Abbildung 13: Instagram-Post (Bild: Laura Vonwyl, o. D.)

Nicht umsonst heisst das Haus *Hotel Restaurant Lej da Staz*. Neben dem kulinarischen Angebot gibt es auch eines zur Beherbergung. So kann das oberste Stockwerk mit seinen sechs Zimmern gemietet werden. Eine Übernachtung für elf Personen kostet inklusive Frühstück und Abendessen CHF 3'500, ohne Abendessen CHF 1'815 (Hotel Restaurant Lej da Staz, o. D. b). Des Weiteren bietet der Betrieb die Durchführung eigener Events an, wobei unter dem Slogan «Feiern-Werken-Heiraten» auch die Organisation und Durchführung von Events für persönliche oder geschäftliche Anlässen angeboten wird (Hotel Restaurant Lej da Staz, o. D. c).

#### 4.2.2 Mili Weber Museum

Das *Mili Weber Museum* befindet sich am Rande des Stazerwaldes auf St. Moritzer Boden. Das Haus ist nach seiner einstigen Bewohnerin benannt, der Künstlerin Mili Weber (Abb. 15). Diese wohnte und arbeitete von 1917 bis 1978 darin und formte es in dieser Zeit zu einem Gesamtkunstwerk. Das Haus steht unter integralem Denkmalschutz. Berühmt wurde die Künstlerin v. a. mit ihren Aquarellen, welche oft Blumen- und Pilzkinder zum Sujet hatten (Abb. 16). Heute ist das Haus das ganze Jahr über als Museum begehbar. Es kann jedoch nur mit Führung à max. acht Personen und Voranmeldung besucht werden. Für Erwachsene kostet der Eintritt CHF 18, während Kinder und Jugendliche im Alter von sechs bis 16 Jahren einen ermässigten Preis von CHF 5 bezahlen. Des Weiteren sind im Museum Spezialführungen, Apéros und Essen buchbar. Zusätzlich gibt es vom Museum ausgehend einen Mili-Weber-Rundweg mit Informationstafeln (Mili Weber Haus Museum, o. D.).



Abbildung 14: Mili Weber Haus Museum (Bild: Mili Weber Haus Museum, o. D.)



Abbildung 15: Pilzkinder von Mili Weber (Bild: Mili Weber Haus Museum, o. D.)

#### 4.2.5 Landgasthof Meierei und Waldhaus am See

*Landgasthof Meierei:* Der Landgasthof Meierei liegt am Ostende des St. Moritzersees. Er bietet Besuchern bis anhin 365 Tage im Jahr Übernachtungs- und Verpflegungsmöglichkeiten an. Doch im Frühling 2022 wird er für über ein Jahr schliessen. Grund dafür ist der Umbau zu einem Boutique-Hotel mit zwölf Suiten inklusive Wellnessanlagen (Landgasthof Meierei, o. D.; Hofmann, 2021).

*Waldhaus am See:* Das Waldhaus am See liegt fünf Gehminuten vom Bahnhof St. Moritz entfernt und ist bekannt für die grösste Whisky-Bar der Welt. Wie der Landgasthof Meierei bietet auch das Waldhaus am See Übernachtungs- und Verpflegungsmöglichkeiten an (Waldhaus am See, o. D.).

#### 4.2.4 Sommer: Barfusstrail, Vitaparcour und Yogaplattform

*Barfusstrail:* Insgesamt starten von Celerina aus zwei Barfusstrails, wobei einer von ihnen durch den Stazerwald führt. Dieser ist 5 km lang und nimmt etwa 1.5 bis 2 Stunden in Anspruch. Zusätzlich gibt es auf der Strecke die Möglichkeit einer Abkürzung. Der jeweilige Untergrund der Wege wechselt zwischen Wald, Wiesen und Wasser. Laut Werbung kurbelt das Barfusslaufen den Herzkreislauf an, durchblutet die Füsse, stärkt die Abwehrkräfte und steigert somit das allgemeine Wohlbefinden (Celerina Tourismus, o. D.).

*Vitaparcour:* Von der Kirche San Gian in Celerina aus führt ein Vitaparcour durch den Stazerwald. Die reine Streckenlänge beträgt 2.4 Kilometer mit insgesamt 60 Höhenmetern. Er bietet Fitnessgeräte zur Ausdauersteigerung, Geschicklichkeit und Beweglichkeit sowie zum Muskelaufbau an (ZURICH vitaparcours, o. D.).

*Yogaplattform:* Die Yogaplattform ist über den Barfusstrail und den Vitaparcour erreichbar. Einheimische und Gäste können hier unter freiem Himmel auf vier Holzplattformen durch das Praktizieren von Yoga den Energiefluss wieder ins Gleichgewicht bringen (Engadin St. Moritz, o. D. d).

#### 4.2.5 Winter: Langlaufloipe und Schneeschuhtrail

Durch den ganzen Stazerwald verläuft ein dichtes Langlaufloipennetz. Insgesamt existieren fünf Loipenabschnitte mit Start in Celerina, Pontresina und St. Moritz, welche in und durch den Stazerwald führen. Bekannt ist die Abfahrt vom Hotel Restaurant Lej da Staz Richtung Pontresina, da beim Engadiner Skimarathon durchschnittlich rund 4 % der über 10'000 Teilnehmenden stürzen, was für mediale Aufmerksamkeit sorgt (Engadin St. Moritz, o. D. e; Schweiz Mobil, o. D.).

*Schneeschuhtrail:* Zwischen Pontresina und Celerina führt ein 4 km langer Schneeschuhtrail durch den Stazerwald. Die Wanderzeit über die Moorlichtungen dauert etwa 1.5 Stunden (Schweiz Mobil, o. D. b).

## 5 Methodologie

In diesem Kapitel soll das methodische Vorgehen bei der im Rahmen vorliegender Arbeit durchgeführten Forschung erklärt werden. Dies beinhaltet zum einen die Eingrenzung des Untersuchungsgegenstandes (5.1) und zum anderen die Auskunft über die Datenerhebung (5.2).

### 5.1 Eingrenzung des Untersuchungsumfanges

Wie bereits erwähnt, beschränkte sich die praktische Anwendung auf die ersten beiden Schritte des SGDM. Das Ziel war, strategisch relevante Besucherströme zu identifizieren, auf der Karte einzuzichnen und zu charakterisieren. Des Weiteren wurde der erweiterte strömungsbasierte Ansatz aufgenommen, indem für jeden Besucherstrom Attraktionen lokalisiert und Aktivitäten identifiziert wurden. Einzelnen wurde für jeden Besucherstrom auch eine Nachhaltigkeitsbewertung bzw. Implikationsanalyse aus Sicht der bereisten Destination durchgeführt. Nach der Betrachtung der einzelnen Besucherströme sollen auf der Basis der variablen Geometrie und einer zusammenfassenden Nachhaltigkeitsanalyse übergeordnete Handlungsempfehlungen für einen nachhaltigen Tourismus im Stazerwald aufgezeigt werden. Im klassischen SGDM-Modell wäre die Nennung von Empfehlungen bereits nach der Ausführung der ersten beiden Schritte verfrüht, sie sollen aber in dieser Arbeit dennoch abgegeben werden, da die Durchführung aller Zwischenschritte über ihren Rahmen hinausgehen würde.

### 5.2 Art der Forschung und Datenerhebung

Für die Beantwortung der Forschungsfragen der vorliegenden Abschlussarbeit erfolgte qualitative Feldforschung. Neben einem Workshop, bei welchem Marina Schneider, Leiterin Tourist Information Celerina und Jon Signorell, Revierförster des Stazerwaldes, teilnahmen, wurden fünf Einzelinterviews mit touristischen Akteuren vor Ort geführt (Tabelle 3). Dabei wurden mit den beteiligten Personen jeweils die Besucherströme auf den Karten eingezeichnet und charakterisiert sowie die Nachhaltigkeitstabelle ausgefüllt. Alle Teilnehmenden erhielten eine Woche vor dem Treffen ein allgemeines Merkblatt zur Vorbereitung (Anhang A). Dieses Merkblatt beinhaltete Informationen zum Ziel der Bachelorarbeit bzw. der Gespräche mit den touristischen Akteuren sowie eine Erklärung des SGDM bzgl. der strategischen Besucherströme. Des Weiteren war auch der Kartenausschnitt mit der Legende und die Nachhaltigkeitstabelle Bestandteil des Merkblattes. Die qualitative Forschung erfolgte im Zeitrahmen von zwei Wochen, konkret zwischen dem 13. Oktober 2021 und dem 22. Oktober 2021. Die Länge der Gespräche variierten von einer Dauer von einer Stunde bis zu einer Dauer von vier Stunden. Alle Gespräche fanden jeweils vor Ort an den Arbeitsplätzen der befragten Personen statt. Folgende Personen wurden in den Prozess integriert und sind hier in chronologischer Reihenfolge bzgl. der Gesprächsdaten geordnet:

Name	Funktion
Ursin Maissen	Geschäftsführer Pontresina Tourismus
Marina Schneider	Leiterin Tourist Information Celerina
Jon Signorell	Revierförster, Reviersforstamt Celerina - Bever
Linard Jäger	Chef Fischereiaufseher Inn
Sybilla Degiacomi	Museumsleiterin Mili Weber Muesum
Melanie Jaletzky	Betriebsassistentin & Human Resources, Lej da Staz
Luca Franziscus	Einheimischer Fotograf aus Samedan

Tabelle 3: Workshopteilnehmende und Einzelinterviewpartner

## 6 Resultate

In diesem Kapitel werden die Resultate der empirischen Analyse vorgestellt. In einem ersten Schritt werden die Erkenntnisse über die einzelnen Besucherströme und die jeweiligen Nachhaltigkeitstabellen präsentiert (6.1). Dabei wurde die Reihenfolge der Besucherströme zufällig gewählt. Dieser Teil soll eine möglichst originalgetreue Wiedergabe der Gespräche mit den touristischen Akteuren sein. Des Weiteren gilt es zu beachten, dass das Prioritätsprinzip zur Anwendung kommt und je Besucherstrom nur zentrale ökologische, ökonomische und gesellschaftliche Nutzen und Schäden für den Stazerwald und das Engadin erwähnt werden, da die einzelne Aufführung von Insignifikantem über den Rahmen dieser Arbeit hinausgehen würde. Im Allgemeinen geht es vielmehr darum, ein nachfrageseitiges Gesamtbild bzgl. der jeweiligen Besucherströme und der damit einhergehenden Effekte auf einen nachhaltigen Tourismus im Stazerwald zu erhalten und nicht um eine im Detail verlorene Analyse. Eine weitere Einschränkung betrifft die Kartographierung der Anreisewege der Besucherströme. Da diese sehr variabel sind und oftmals über den vordefinierten Kartenausschnitt hinausgehen, wird auf solche verzichtet. Alle Karten mit den eingezeichneten Besucherströmen sowie die dazugehörigen Nachhaltigkeitstabellen befinden sich aus Platzgründen in den Anhängen B bis P. In einem zweiten Schritt wird die Variable Geometrie aufgezeigt sowie eine Zusammenfassung der Nachhaltigkeitsanalyse gemacht (6.2). Sodann werden in einem dritten Schritt aus den gewonnenen Erkenntnissen Handlungsempfehlungen für einen nachhaltigen Tourismus im Stazerwald abgeleitet (6.3)



## 6.1 Besucherströme

### 6.1.1 Fischer am Stazersee

Unter «Fischer am Stazersee» werden all diejenigen Besucher zusammengefasst, welche dort die unter Fischern beliebten Bachforellen sowie unbeliebten Rotaugen und Elritzen fischen. Dafür wählen die meisten Besucher die Anreise mit dem Auto und parkieren am Waldrand in St. Moritz. Danach laufen sie mit ihren mitgebrachten Fischerutensilien an die Stege des Stazersees. Viele gehen allein oder in Gruppen von bis zu ca. vier Personen fischen. Es handelt sich dabei mehrheitlich um einheimische oder zweitheimische Besucher, d. h. Personen mit einem Zweitwohnsitz im Engadin. Schätzungen des Fischereiaufsehers zufolge betreiben dieses Hobby demnach etwa 80 % Schweizer und 20 % italienische Staatsbürger. Während die Variable Alter sehr heterogen ist, da das Fischen auch bei den jungen Leuten wieder im Trend ist, gestaltet sich die Variable Geschlecht aufgrund der überwiegenden männlichen Präsenz etwas homogener. Viele, v. a. erfahrende Fischer, sind im Besitz eines Saisonpatentes, welches CHF 235 kostet und Zugang zu allen Gewässern in Graubünden ermöglicht. Einige lösen aber auch Tageskarten, welche CHF 36 kosten und entgegen dem Saisonpass keine Fischerprüfung voraussetzen. Darüber hinaus gibt es auch Monats-, Halbmonats- und Wochenpatente sowie Spezialpreise für Jugendliche. Da die Fischer ihr Hobby meist ab den frühen Morgenstunden bis zum Mittag hin betreiben, kehren einige auch gerne ins Restaurant Lej da Staz ein. Sie konsumieren dabei Kaffee, Snacks o. Ä. und geben dafür im Durchschnitt CHF 10 bis CHF 20 pro Person aus. Die einzuhaltende Schonzeit dauert von November bis Ende April. Somit sind im Monat Mai am meisten Fischer am Stazersee zu beobachten, da in den Monaten Juni, Juli und August die Badegäste das Fischen erschweren. Aktuell befindet sich der zahlenmässig durchschnittliche Besucherstrom mit nur etwa 75 Fischergängen und nicht ganz 100 gefangenen Fischen in einem Tief. Die Prognosen verheissen jedoch einen Anstieg, welcher durchaus die Zahlen vom Jahre 2004 mit 200 Fischergängen und über 350 gefangenen Fischen erreichen kann. Die Hauptattraktion der Fischer ist der Stazersee. Der Aktivität, dem Fischfang, wird von den Stegen aus nachgegangen.

*Ökologie:* Ökologisch gesehen, macht dieser Besucherstrom für den Stazersee durchaus Sinn, da der See eine Überpopulation an Rotaugen aufweist. Daher existiert auch eine Sonderregelung, womit es entgegen dem Bachforellenfang von maximal zehn Fischen pro Tag, bei den Rotaugen keine Fangzahlbegrenzung gibt. Das jährliche Aussetzen von jeweils 600 Bachforellen soll daher fortgesetzt werden, da er das Fischen am Stazersee attraktiv macht. Desweiteren halten sich die Fischer gut an die Wegführung über die Stege. Nur vereinzelt betreten sie die Moorlandschaften. Bussen für das Betreten der Moorlandschaft können jedoch keine auferlegt werden, da es sich um ein Gebot und kein Verbot handelt: Fischer haben immer das Recht, Ufer zu betreten.

*Gesellschaft:* Eine Herausforderung stellt das Konfliktpotenzial zwischen den Badegästen und den Fischern dar. Reklamationen seitens der Fischer bezüglich der Badegäste gab es bis anhin aber noch keine, da die Fischer im Engadin auf auch viele andere Gewässer ausweichen können.

### 6.1.2 Museumsbesucher

Zu den «Museumsbesuchern» gehören all jene Besucher, welche während ihrem Aufenthalt im Stazerwald das Mili Weber Museum besuchen. Daher führt dieser Besucherstrom auch an diesem vorbei bzw. hin. Viele absolvieren nach ihrem Museumsbesuch noch auf dem Mili-Weber-Weg. Die meisten Besucher, nämlich rund 70 %, stammen aus der Schweiz, gefolgt von italienischen und deutschen Staatsbürgern. Dabei handelt es sich zumeist weniger um Einheimische, sondern um Zweitheimische oder sogar Tagesgäste, welche ausschliesslich für den Museumsbesuch anreisen. Eine Ausnahme bildet die Museumsnacht Ende Juni, welche aufgrund des freien Eintrittes viele Einheimische anzieht. Bei der Anreise wählen viele den öV oder kommen zu Fuss. Eine Minderheit reist mit dem Auto an, welches sie aber in St. Moritz beim Waldhaus am See oder fünf Minuten davon entfernt im Parkhaus Serletta parkieren müssen. Die höchste Besucherfrequenz ist dabei in den Sommermonaten zu verzeichnen, aber auch während den Ferienzeiten im Winter steigt die Besucherzahl des Besucherstroms wieder an. War der Besucherstrom früher sehr weiblich und Ü50 geprägt, wird er heute immer heterogener. Dabei liegen die durchschnittlichen Pro-Kopf-Einnahmen durch einen Besucher bei CHF 28, wobei neben dem Eintritt auch Artikel im zugehörigen Shop verkauft werden. Nach den Führungen verpflegen sich viel Museumsbesucher noch in einem umliegenden Restaurant, wobei dort die Ausgaben sehr variabel sein können. Da das Mili Weber Museum seit 2017 Marketing betreibt, wird für diesen Strom in Zukunft ein Zuwachs erwartet. Die Hauptattraktion für diesen Besucherstrom stellen das Museum und der Rundweg dar, während als weitere Attraktionen der See sowie die umliegenden Restaurants gelten können. Zu den Hauptaktivitäten gehören die Führung im Museum, das Lesen der Informationstafeln des Rundweges sowie bei manchen die Verpflegung in den Restaurants.

*Ökologie:* Da Mili Weber selbst pazifistisch und ökologisch lebte, werden auch die Besucher für die Schönheiten der Natur sensibilisiert, was im Idealfall deren Bewusstsein gegenüber der schützenswerten Natur der Destination steigern sollte.

*Ökonomie:* Zwar schafft das Museum Arbeitsplätze für Einheimische, doch die Einnahmen decken nur dank Geldern des Kantons Graubünden und der Gemeinde St. Moritz die Ausgaben. Um den Besucherstrom dieser Destination zu fördern und indirekt gesellschaftlichen und ökologischen Nutzen für die Destination zu stiften, erscheint ein Wachstum des Besucherstroms sinnvoll.

*Gesellschaft:* Das Museum erfüllt im Bereich Kultur einen Bildungsauftrag für die einheimische Gesellschaft, daher wäre es erstrebenswert noch mehr Einheimische anzuziehen. Im Idealfall würden das ideelle Gedankengut bezüglich Ökologie von Mili Weber auf die Einheimischen abfärben.

### 6.1.3 Kulinarische Geniesser

Bei den «Kulinarischen Geniessern» handelt es sich um Besucher, welche zu Fuss kommen, oder auf dem schnellstmöglichen Weg mit der Kutsche ins Hotel Restaurant Lej da Staz gefahren werden, um dort ihr Mittagessen einzunehmen. So teilt sich der Besucherstrom in zwei Gruppen auf: die Fussgänger, welche u. a. auch in den Landgasthof Meierei und in das Waldhaus einkehren, und die Kutschenfahrer. Bei Letzteren handelt es sich um einen internationalen Besucherstrom, welcher bezogen auf die Zwei-Marken-Strategie der St. Moritz Tourismus AG zur «Extravaganz» von St. Moritz gezählt werden kann. Die Kutschenfahrer steigen beim Landgasthof Meierei oder bei den Kutschenbetrieben in Pontresina auf die Kutsche auf, welche sie zum Stazersee bringt. Die Fussgänger hingegen starten von den drei umliegenden Gemeinden ihren Weg zum Restaurant, die meisten in St. Moritz. Die individuell getätigten Ausgaben dieses Besucherstromes sind hoch; die Kutschenfahrt kostet hin und zurück inkl. zweistündigen Aufenthalts am Stazersee CHF 260 für vier Personen. Das Mittagessen in der Clubstuba im 1. Stock des Hotel Restaurant Lej da Staz, in der Meierei oder im Waldhaus am See beträgt wiederum schnell einmal ca. CHF 70 bis CHF 100 pro Person zu Buche. Da der Fussweg auch im Winter begehbar ist und die Kutschen auch im Winter fahren, gibt es den Besucherstrom während des ganzen Jahres, wobei die höchste Frequenz in den Ferienzeiten und zu den Feiertagen im Sommer und Winter auszumachen ist. Obwohl dieser Besucherstrom bereits seit langer Zeit existiert, soll er in den nächsten Jahren noch mehr gefördert werden. Das Hotel Restaurant Lej da Staz kann sich in Zukunft vorstellen mehr kooperative Arbeit mit den Kutschenbetrieben zu betreiben. Als Attraktionen dienen dabei der Stazersee sowie das besuchte Restaurant, während die Aktivitäten die Kutschenfahrt oder eben der Spaziergang sowie das Essen darstellen.

*Ökologie:* Die Pferdeäpfel, welche die angespannten Pferde der Kutschen hinterlassen, sind schlecht für die Moorlandschaft, da es sich hier um einen schädlichen Nährstoffeintrag, also eine Düngung der Moorlandschaft handelt.

*Ökonomie:* Ökonomisch gesehen ist dieser Besucherstrom für den Stazerwald und das gesamte Engadin ein sehr rentabler. Er bringt eine hohe Wertschöpfung ins Tal.

*Gesellschaft:* Das Angebot der Kutschenfahrt setzt eine Nachfrage voraus. Dank der Nachfrage von internationalen Gästen kann der Kutschenbetrieb in den Stazerwald aufrechterhalten werden und so auch Einheimischen mit Beeinträchtigungen bzgl. Mobilität den Zugang zum Stazersee ermöglichen.

### 6.1.4 Eventbesucher

All jene Besucher, welche aufgrund eines Events bzw. Anlasses ins Hotel Restaurant Lej da Staz anreisen, werden zu den «Eventbesuchern» gezählt. Dabei lassen sich zwei diverse Besucherströme unterscheiden. Einerseits die Besucher von öffentlichen Events, andererseits die Besucher von Privatveranstaltungen, wie Hochzeiten und runden Geburtstagen. Beim ersteren Besucherstrom sticht v. a. ein Event heraus: das

Jazzfestival. Dieses findet im Stazerwald jedes Jahr Mitte Juli statt und zieht Besucher aus der ganzen Welt an. Dabei findet jeweils ein Konzert am Morgen und eines am Abend statt. Der Eintrittspreis beträgt inkl. Essen ± CHF 100. Daneben werden aber auch noch kleinere Events, wie z. B. die 1. August- und Silvesterfeier organisiert. Die Besucher der Privatanlässe sind hingegen mehrheitlich Schweizer. Diese Gruppe besteht vorwiegend aus Naturliebhabern, wobei ganz oft abgewanderte Engadiner, ihren «grossen Tag» im Sinne von «back to the roots» im Stazerwald verbringen wollen. Für jene Anlässe muss mit Ausgaben von weitaus über CHF 15'000 gerechnet werden. Denn neben den Kosten für das Essen mieten viele Kunden auch das obere Stockwerk für Übernachtungen hinzu, welches Platz für bis zu elf Personen bietet. Ins Hotel Restaurant Lej da Staz müssen wiederum alle zu Fuss kommen. Die meisten wählen dabei den kürzesten Weg von St. Moritz her. Spät am Abend fahren teilweise aber auch Shuttlebusse zurück nach St. Moritz. Während selbst in den Wintermonaten einige Anlässe im Wald stattfinden, sind die meisten im Sommer angesetzt. Bezogen auf die Entwicklungsphase des Besucherstroms ist von einem Anstieg auszugehen. Dies wird begründet durch die steigende Nachfrage an privaten Anlässen im Stazerwald. Für die Eventbesucher ist die gesamte Location mit Landschaft, See und Restaurant eine Attraktion, während die Aktivität das Besuchen des jeweiligen Events darstellt.

*Ökologie:* Eine Beeinträchtigung der Umwelt durch Littering besteht kaum, da der Müll zumeist konzentriert anfällt und nach dem Anlass aufgelesen wird. Problematischer ist das unkonzentrierte Littering, an dem auch alle anderen Besucherströme beteiligt sind. Etwas weitergedacht, ist davon auszugehen, dass die internationale Kundschaft grossmehrheitlich mit dem Flugzeug in die Schweiz gereist ist, was sich in einer unerfreulichen Ökobilanz niederschlägt.

*Ökonomie:* Ökonomisch gesehen handelt es sich bei diesem Besucherstrom für den Stazerwald und für das gesamte Engadin um einen sehr attraktiven Besucherstrom. Er bringt eine hohe Wertschöpfung ins Tal.

*Gesellschaft:* Auch Einheimische können vom kulturellen Angebot solcher Art profitieren und ihr kulturelles Kapital erweitern. Im Weiteren spielt auch der reproduktive Gedanke eine nicht zu verachtende Rolle, das heisst Abwechslung und Entspannung zum Arbeitsalltag.

#### 6.1.5 Waldjogger

Die «Waldjogger» werden all jene Besucher definiert, die sich rennend durch den Stazerwald bewegen. Dabei joggen viele allein, zu zweit oder in Kleingruppen auf den breiteren Hauptwegen, wobei einige ausserdem den Vitaparcour aufsuchen. Bei den Rennenden handelt es sich zumeist um sportlich aktive Einheimische und Zweitheimische, wobei aber auch prominente Leistungssportler internationaler Herkunft bei ihrem Höhentraining in St. Moritz und Umgebung anzutreffen sind. Viele können direkt von ihrem zu Hause oder ihrer Unterkunft von Celerina, Pontresina oder St. Moritz aus los starten und sind

selten auf Verkehrsmittel zur Anreise angewiesen. Da der Besucherstrom stark von den Einheimischen geprägt ist, sind die Jogger zwar häufiger zu Feierabendzeiten oder an Wochenenden unterwegs, aber durch die Beimischung mit Leistungssportlern auch tagsüber unter der Woche anzutreffen. Bezogen auf die Saisonalität dominiert bei den Joggern der Sommer gefolgt von Herbst und Frühling. Des Weiteren ist davon auszugehen, dass es noch einmal ein leichtes Wachstum bei diesem Besucherstrom geben wird, da immer mehr Leistungssportler das Engadin mit der gebotenen Infrastruktur als eine optimale Destination zur Trainingsvorbereitung sehen. Ausgaben tätigen die Waldjogger während ihres durchschnittlich einstündigen Aufenthaltes im Wald keine. Für den Jogger ist der See oder bei manchen der Vitaparcour Hauptattraktion. Die sportliche Aktivität wird auf der gesamten Strecke durch das Rennen bestimmt sowie an den verschiedenen Vitaparcourposten durch das Ausführen der Übungen.

*Ökologie:* Für den Teil des Besucherstromes, der den Vitaparcour benutzt, wird Boden für Sportnutzung verbraucht. Die nicht wenigen Leistungssportler aus fernen Ländern reisen meist mit dem Flugzeug in die Schweiz, was einem erheblichen CO<sub>2</sub> Verbrauch gleichkommt.

*Ökonomie:* Auch wenn Leistungssportler dem Stazerwald an sich keinen erwähnenswerten direkten ökonomischen Nutzen stiften, können die Spitzenathleten durch das Posten von Bildern auf Social Media einen Beitrag zum Standortmarketing leisten.

*Gesellschaft:* Der Besucherstrom stiftet der Destination insofern einen Nutzen, da er durch die Bewegung der Besucher, eingebettet in der Natur, die Volksgesundheit fördert. Dieser Nutzen stiften selbstverständlich alle Besucherströme, welche körperliche Aktivität in ihrem Aufenthalt inkludiert haben.

#### 6.1.6 Langläufer

Wie der Name bereits verrät, handelt es sich bei den Langläufern um all jene, welche auf dem Loipennetz durch den Stazerwald laufen. Dabei stellt die Loipe durch den Stazerwald einen relevanten Loipenabschnitt im Engadin dar, da sie die einzige Verbindungskomponente für die weiteren Loipen in Celerina, Pontresina und St. Moritz ist. Viele Langläufer im Engadin werden somit unausweichlich Teil dieses Besucherstroms. Dabei handelt es sich vielfach um Einheimische und Zweitheimische, aber auch um Feriengäste. Ihre Nationen spiegeln die allg. Vorkommnisse der einzelnen Nationalitäten im Tal wider. Mehr als die Hälfte sind Schweizer, gefolgt von Italienern und Deutschen sowie einem kleinen Rest aus weiteren Nationen. Da viele Langläufer den Stazerwald nur als Verbindungskomponente nutzen, reisen viele direkt mit den Langlaufskiern in den Wald an, haben ihr Auto aber an einem anderen Standort im Tal parkiert oder aber sind mit den ÖV oder zu Fuss angereist. Das Langlaufen ist im Vergleich zu Alpinski, wofür eine Engadiner Saisonkarte CHF 1'160 kostet, günstig. Der Preis für den Engadiner Saisonpass beträgt nur CHF 70, der für eine Wochenkarte CHF 30 und der für eine Tageskarte CHF 10. Neben den Ausgaben für den Saisonpass mieten viele in den umliegenden Gemeinden des

Stazerwaldes ihre Ausrüstung. Im Wald selbst fallen die Ausgaben hingegen gering aus. Hier gibt es aber eine Unterteilung der Langläufer in zwei Gruppen: in jene, die eine Pause einlegt, um im Restaurant Lej da Staz eine Mahlzeit im Wert von ca. CHF 10 bis CHF 50 pro Person in Form eines Getränkes oder eines kleinen Menüs zu sich nehmen, und in diejenige Gruppe, meist geprägt von der jüngeren Generation, die bspw. nur selbstmitgebrachte Riegel verzehrt oder auch ohne Stopp weiterläuft. Bei der Jahresfrequenz zeichnen sich klare Trends ab: Während der Ferienzeiten im Dezember, Januar und Februar ist eine Zunahme des Besucherstroms ersichtlich. Doch die meisten kommen in den ersten zwei Märzwochen, in denen der Engadiner Skimarathon ausgetragen wird. Danach klingt die Langlaufsaaison aus. Hinsichtlich der Entwicklungsphase des Besucherstromes besteht die Erwartung, dass die Besucherzahl leicht ansteigen wird. Die Attraktion ist die Loipe, auf welcher auch die Aktivität des Langlaufens ausgeführt wird. Eine weitere Attraktion stellt das Hotel Restaurant Lej da Staz; als Aktivität für die Einkehrer wird das Konsumieren einer oder mehrerer Angebote interpretiert.

*Ökologie:* Von Seiten der Langläufer entsteht zunehmend ein Druck für ein möglichst frühes Präparieren des lokalen Abschnittes. Dieser stellt, wie bereits erwähnt, eine wesentliche Verbindung für das Loipennetz im Engadin dar. Zum Schutze des Moorgebietes darf aber erst mit der Loipenpräparation begonnen werden, wenn der Boden gefroren ist und die Schneedecke mind. 30 cm misst.

*Ökonomie:* Ausschliesslich bezogen auf das Verhältnis zwischen den Loipenpräparationskosten und den Einnahmen durch die Loipenkarte rentiert sich der Besucherstrom für die Destination nicht. Er kann nur durch die Finanzierung der Gemeinden aufrechterhalten werden. Doch im Wald sorgt der Besucherstrom aufgrund der Konsumation im Hotel Restaurant Lej da Staz für Umsätze. Die direkt angrenzenden Orte hingegen profitieren u. a. durch Ausrüstungsmiete sowie anderer anfallender Aufenthaltskosten. Zudem leistet der Besucherstrom am Engadiner Skimarathon einen Beitrag zum Standortmarketing. Denn die Stürze auf der Abfahrt durch den Stazerwald erlangen, wie bereits erwähnt, nationale mediale Aufmerksamkeit.

*Gesellschaft:* Gesellschaftlich betrachtet kann ein Konflikt zwischen diesem Besucherstrom und dem der gemütlichen Ausflügler entstehen. So führen Hundebesitzer, welche ihre Tiere nicht an der Leine führen und in den Pisten rumtollen lassen, immer wieder zu Klagen.

#### 6.1.7 Barfussgänger

Auf dem Barfusstrail durch das Waldstück am Rande von Celerina befindet sich der Besucherstrom für geübte «Barfussgänger». Der entsprechende Weg ist als schwarze Route mit hohem Schwierigkeitsgrad definiert. Insgesamt liegt hier die durchschnittliche Besucherfrequenz jedoch bei nicht einmal einem Besucher pro Tag. Als Alternative benutzen viele Barfussgänger den einfacheren Barfusswanderweg ausserhalb des Waldes. Bei diesem Besucherstrom handelt sich vor allem um Ehepaare und Familien, welche ihre Ferien im nahegelegenen Celerina oder Pontresina verbringen. Die Anreise ist somit direkt

zu Fuss ohne Verkehrsmittel möglich. So tätigen sie die meisten Urlaubsausgaben in den umliegenden Orten; im Wald selbst fallen aber nur wenige an. Bei diesem Besucherstrom steuern nur wenige zusätzlich das Hotel Restaurant Lej da Staz an. Der Zutritt zum Weg ist gratis. In den Sommermonaten Juni, Juli und August erreicht der Besucherstrom seinen Höhepunkt, wobei die Zahlen auch hier gering bleiben. Hinsichtlich der Entwicklungsphase befindet sich der Besucherstrom auf einem Abwärtstrend. Der jeweilig zu wählende Barfussweg ist hier die eigentliche Attraktion. Als Aktivität wird das Barfussgehen verstanden, eher am Rande das Verpflegen im Restaurant am See.

*Ökologie:* Obwohl der Besucherstrom klein ist, beansprucht er eine eigene Wegführung durch den Wald, somit durch den Lebensraum von Fauna und Flora.

*Gesellschaft:* Der Besucherstrom eröffnet für die Destination einen gesellschaftlichen Konflikt mit anderen Waldbesuchern. So begeben sich vereinzelt Hundespaziergänger oder auch Pferdereiter auf diesen Weg und hinterlassen dort den Kot ihrer Tiere, was wiederum zu Reklamationen seitens der Barfussgänger beim Tourismusbüro Celerina führt.

#### 6.1.8 Sportlich Aktive auf Durchreise

Bei dem Besucherstrom der «Sportlich Aktiven auf Durchreise» handelt es sich um Waldbesucher, die auf dem Hin- oder Rückweg einer Wanderung oder Fahrradtour den Stazerwald durchqueren. Der Stazerwald dient nicht als primäres Ausflugsziel, sondern erfüllt die Funktion als Drehscheibe, um an einen anderen Ort zu gelangen. Wie im Anhang I ersichtlich wird, verläuft der Besucherstrom daher durch alle drei Gemeinden: Celerina, Pontresina und St. Moritz. Die sportlich Aktiven sind ein Pendant zu den Langläufern im Winter. Auch sie reisen direkt zu Fuss oder mit dem Bike an, da ihr Ausflugsstartpunkt woanders im Tal liegt. Auch bezüglich ihrer Herkunft zeichnet sich ein ähnliches Bild ab: Viele sind einheimische Engadiner, aber auch Zweitheimische und Feriengäste sind unter ihnen anzutreffen, wobei der grösste Anteil von den zwei letztgenannten Gruppen aus der Schweiz stammt, gefolgt von Italien und Deutschland. Die Gruppengrösse kann dabei variabel sein. Während einige allein unterwegs sind, gibt es auch Ehepaare sowie Familienausflügler und Freundesgruppen. Es ist von morgens bis abends ein konstanter Besucherstrom zu vermerken, von welchem auch die Unternehmen Hotel Restaurant Lej da Staz und im Landgasthof Meierei profitieren. Denn dort kehren stetig sportlich Aktive ein und tätigen kleinere Ausgaben im Rahmen von ca. CHF 10 bis CHF 50 pro Person, selbst wenn sie eigene Verpflegung mitführen. Auch dieser Besucherstrom generiert, wie alle anderen Ströme, weitere Ausgaben ausserhalb des Waldes im Tal. Der Besucherstrom nimmt ab Ende Mai stetig zu und erreicht in den Monaten Juli und August seinen Höhepunkt, wobei jeweils zur Herbstferienzeit erneut mit einer etwas erhöhten Besucherzahl zu rechnen ist. Es ist davon auszugehen, dass in Zukunft noch mehr Wanderer und Biker in das Engadin kommen werden, weiter mit dem Stazerwald als Drehscheibe. Eine Attraktion kann für den Besucherstrom der See darstellen sowie für einige das Hotel Restaurant Lej da

Staz. Dennoch ist die der Hauptgrund des Waldbesuches nicht der Besuch dieser Attraktionen, sondern die Aktivität des Durchquerens.

*Ökologie:* Wie alle anderen Besucherströme stellt auch dieser kein grosses ökologisches Problem für den Wald dar, sofern die Menschen sich angemessen verhalten, d. h. keinen Abfall hinterlassen und sich an die Wegführungen halten.

*Gesellschaft:* Der Besucherstrom eröffnet einen potenziellen Konflikt zwischen Bikern und Wanderern im Stazerwald. V. a. das hohe Fahrtempo der E-Bikes führt bei wandernden Waldbesuchern zunehmend für Gefahren und Ärger.

#### 6.1.9 Gemütliche Ausflügler

Die «Gemütlichen Ausflügler» unterscheiden sich von den sportlich Aktiven auf Durchreise insofern, als dass sie den Stazerwald als Ziel- und Hauptaufenthaltsort für einen gemütlichen Ausflug betrachten und nicht lediglich als Durchgangsort. Dieser Besucherstrom folgt somit auch nicht nur dem Hauptweg, sondern begibt sich ausserdem auf die Nebenwege, wobei jeder einmal am Stazersee vorbeiführt. Dabei können bzgl. Aktivität diverse Subgruppen unterschieden werden: Picknicker, Badegäste, Schlittschuhläufer im Winter, gemütliche Spaziergänger mit und ohne Hund sowie Radfahrer, wobei ein Individuum auch mehreren dieser Gruppen angehören kann; z. B. kann ein Badegast auch ein Picknicker sein. Der Besucherstrom zeichnet sich daher durch ein breites Spektrum an Besuchern aus, was ihn entsprechend heterogen charakterisiert: Es sind u.a. Alleinstehende, Familien, Paare, Freizeitcliquen, Schulklassen etc. beobachtbar. Die meisten gemütlichen Ausflügler sind jeweils zwischen 11.00 Uhr und 15.00 Uhr im Wald unterwegs. Bezogen auf die Ausgaben gibt es drei Gruppen: erstens diejenigen, die konsumieren, sei es im Restaurant am Lej da Staz, im Landgasthof Meierei oder im Waldhaus am See. Sie geben dabei jeweils etwa zwischen CHF 20 und CHF 50 pro Person aus. Diese Gruppe gilt es nicht mit den kulinarischen Geniessern zu verwechseln, die als Hauptmotiv des Waldbesuches das kulinarische Highlight im Restaurant betrachten. Zweitens gibt es diejenigen, die gar keine Ausgaben im Wald tätigen, da sie entweder nichts essen oder ihr Essen selbst mitbringen, um z. B. an den Grillstellen im Wald bzw. am See zu grillieren. Zu guter Letzt gibt es diejenigen, die am Take-away-Stand des Quickquito einen Imbiss einnehmen, sei es z. B. eine Wurst, eine Glace oder auch ein Kaffee. Die Ausgaben belaufen sich hier auf eine Summe zwischen von etwa CHF 5 bis CHF 30 pro Person. Da zu diesem Besucherstrom neben vielen Einheimischen auch Zweitheimische, Tages- und Feriengäste zählen, ist er zwar während des gesamten Jahres aktiv, erreicht aber an den Wochenenden und Ferienzeiten einen höheren Zulauf. Die stärkste Frequenz ist dabei über die Sommermonate Juli und August auszumachen. Aufgrund der allgemein steigenden Besucherzahlen im Engadin ist anzunehmen, dass auch dieser Besucherstrom noch nicht sein Maximum erreicht hat; somit weist er in der Entwicklung noch Potenzial auf. Die Hauptattraktion sind für diesen Besucherstrom der Stazersee mit seiner natürlichen



Umgebung sowie für einige die Verpflegungsstätten. Als weitere Attraktionen dienen Infrastrukturelemente wie Grillstellen, für Kinder der Spielplatz sowie für Erwachsene die Strandkörbe. Zu den Hauptaktivitäten zählen Spazieren, Grillieren, Essen und Trinken, Baden, Spielen, das Füttern von Vögeln, Sonnenbaden, Radfahren, Schlittschuhlaufen etc.

*Ökologie:* Die gemütlichen Ausflügler benutzen neben dem Hauptweg auch Nebenwege, was zum Bodenverbrauch beiträgt. In einem gewissen Masse schränkt dies den Lebensraum bzw. stressfreie Rückzugsmöglichkeiten für Flora und Fauna ein. Bei angepasstem Verhalten, u.a. Hunde an der Leine führen, Abfall korrekt entsorgen, Wegführungen befolgen usw., verursacht diese Gruppe jedoch keine grösseren Schäden.

*Ökonomie:* Ökonomisch gesehen sind die gemütlichen Ausflügler für den Stazerwald ein wertvoller Besucherstrom. Vor allem die dritte genannte Ausgabegruppe ist für das Hotel Restaurant Lej da Staz eine rentable Kundschaft, da sie quantitativ am stärksten vertreten ist. Aber auch die erstgenannte Ausgabegruppe bringt den Restaurants im Stazerwald Umsatz.

*Gesellschaft:* Es gibt viele gemütliche Ausflügler im Stazerwald. Vor allem in Ferienzeiten im Sommer, aber auch an manchen Wintertagen, kann dabei ein sehr hoher Besucherandrang beobachtet werden. Für einheimische Engadiner, für welche der Stazerwald ein bedeutsames Naherholungsgebiet darstellt, kann es z. T. zu voll werden. Dies führt dazu, dass sie gezwungen sind, auf andere Gebiete auszuweichen. Nichtsdestotrotz stellt der Stazerwald für die Einheimischen ein beliebtes Ausflugsziel dar.

#### 6.1.10 Schneeschuhwanderer

Die «Schneeschuhwanderer» laufen auf den Schneeschutrails am Rande des Stazerwaldes entlang. Unter ihnen befinden sich neben den Einheimischen und Zweitheimischen auch Engadiner Hotelgäste. Da der Weg nicht zu den attraktivsten Schneeschuhwanderwegen in Graubünden gehört, reisen nur selten Tagesgäste extra für eine Schneeschuhwanderung ins Engadin. Viele starten direkt zu Fuss im nahen Celerina oder Pontresina, einige kommen mit den ÖV, wieder andere reisen mit dem Auto an und parkieren dann in Pontresina oder Celerina. Den Schneeschuhwanderweg absolvieren sie meist zu zweit oder in Gruppen von bis zu etwa fünf Personen. Die Schneeschuhwanderer, welche nicht im Besitz von Schneeschuhen sind, mieten solche für ca. CHF 15 bis CHF 20 pro Tag in einem lokalen Sportgeschäft. Da das Ausüben dieser Tätigkeit schneeabhängig ist, werden die höchsten Frequenzahlen in den Ferienzeiten über Weihnachten und Neujahr sowie den Sportferien im Februar beobachtet. Das Schneeschuhwandern gewinnt momentan erheblich an Beliebtheit. Es ist davon auszugehen, dass es den Höhepunkt in der Entwicklungsphase noch nicht erreicht hat. Die Attraktion ist der gesamte Schneeschuhwanderweg, während bzgl. der Aktivität dem Schneeschuhwandern nachgegangen wird.

*Ökologie:* Bei Benutzung des markierten Weges verursacht der Besucherstrom keine grossen ökologischen Probleme für den Wald. Einige Besucher jedoch wollen durch Neuschnee laufen. Hierzu begeben sich viele in die Wildruhezonen abseits der Wege, was erhebliche negative Auswirkungen auf die Wildtiere in ihrem Wintersparmodus hat.

*Ökonomie:* In der Wintersaison 2020/2021 waren die Schneeschuhe dasjenige Wintersportgerät, welches in den Sportgeschäften als erstes nicht ausreichend an Lager war. Da es selten Tagesgäste sind, entstehen noch Umsätze durch Kost und Logis. Damit leistet der Besucherstrom sekundär einen Beitrag zur Wertschöpfung im Tal.

#### 6.1.11 Fotografen am Stazersee

Wie der Name bereits verrät, handelt es sich beim Besucherstrom der «Fotografen» um Besucher, die explizit aufgrund der Tätigkeit des Fotografierens den Wald besuchen. Ihr Hauptmotiv ist der Stazersee früh am Morgen. Im Sommer befinden sich die ersten Fotografen bereits um 4.30 Uhr am See, im Herbst erst etwa um 8.30 Uhr. Sie verweilen dort durchschnittlich eins bis zwei Stunden mit Fotografieren. Aufgrund der frühen Tageszeit und der zu transportierenden Fotoausrüstung reisen viele mit dem Auto an und parkieren aufgrund der kürzesten Gehdistanz in St. Moritz beim Waldhaus am See. Dabei haben sie von St. Moritz aus rund dreissig Gehminuten, während von Celerina aus mit etwa vierzig Gehminuten zu rechnen ist. Bei dem Besucherstrom handelt es sich zumeist um Männer in einem Alter zwischen vierzig und fünfzig Jahren. Vermehrt sind auch immer mehr junge Blogger anzutreffen. Die meisten Fotografen stammen aus der Schweiz, wobei der Besucherstrom von Jahr zu Jahr internationaler wird. Einheimische bzw. Engadiner sind selten vertreten in dieser Gruppe. Ausgaben tätigen sie im Stazerwald kaum. Nur selten kehren sie für ein Getränk ins Hotel Restaurant Hotel Lej da Staz ein, wo sie meist nicht mehr als CHF 15 ausgeben. Der Besucherstrom existiert v. a. während den Sommermonaten Juni bis August und flacht dann im September wieder ab. Mitte Oktober bis Mitte November, wenn das Laub der Bäume gefärbt ist und Dunst über dem See liegt, erreicht er seinen Höhepunkt. An manchen Tagen sind dann bis zu sechzig Fotografen anzutreffen, und es werden immer mehr. Die Hauptattraktion ist das Hauptsubjekt, der Stazersee mit der sich oft darin spiegelnden natürlichen Umgebung, wobei die Aktivität das Fotografieren auf den Stegen ist.

*Ökologie:* Aus der ökologischen Perspektive betrachtet stiften die Fotografen für den Stazerwald Schaden sowie Nutzen zugleich. Meist handelt es sich bei ihnen um naturbewusste Personen, da sie durch ihre Landschaftsfotografien die Schönheit zu schätzen wissen. So wird Littering bei dieser Gruppe sehr selten beobachtet. Leider besteht eine Unwissenheit bzgl. der Empfindlichkeit des geschützten Moorgebietes, womit auf der Jagd nach einzigartigen Sujets das Ufer häufig nicht nur über die vorhandenen Wege betreten wird.

*Ökonomie:* Die Fotografen leisten durch das Teilen der Bilder auf Social Media einen Beitrag zum Standortmarketing.

*Gesellschaft:* Durch ihre, z. T. medial veröffentlichten Bilder können Fotografen die Besucher indirekt für die Schönheiten der Natur sensibilisieren.

#### 6.1.12 Yogi

Die «Yogi» sind all jene Besucher, die in den Wald kommen, um Yoga zu praktizieren. Dabei gehen sie von Celerina aus auf direktem Weg zur Yogaplattform, praktizieren dort Yoga und verlassen den Wald wieder. Es handelt sich mehrheitlich um Yogaklassen, die dort v. a. an Sommerwochenenden ihre Lektionen durchführen. Neben diesen Gruppen mit ca. fünf bis zehn Personen gibt es auch Besucher, die allein Yoga praktizieren. Bei Letzteren handelt es sich beinahe ausschliesslich um einheimische Engadiner, wobei auffällig mehr Frauen Yoga praktizieren. Für das Betreten der Yogaplattform selbst muss nichts bezahlt werden, jedoch muss für die jeweilige geleitete Lektion ein Kursgeld entrichtet werden. Weitere Kosten fallen für die Yogi nicht an. Der Besucherstrom existiert nur im Sommer und erreicht seinen Höhepunkt im August. Da die Yogaplattform erst vor wenigen Jahren an ihrem aktuellen Standort platziert worden ist, ist der Besucherstrom noch jung und befindet sich auch aufgrund des Yogatrends im Wachstum. Für den Besucherstrom stellt die im Wald eingebettete Yogaplattform die Hauptattraktion dar, während die Aktivität das Praktizieren von Yoga ist.

*Ökologie:* Der Besucherstrom beansprucht aufgrund der installierten Yogaplattform eine Fläche im Wald für sich, nimmt jedoch der Tier- und Pflanzenwelt nur minim Wohnraum weg. Darüber hinaus ist davon auszugehen, dass es sich bei den Yogis überwiegend um achtsame Menschen handelt, welche sorgsam mit dem Gut Natur umgehen.

*Ökonomie:* Die Mehrheit der Besucher buchen Yogalektionen bei einem Veranstalter und besuchen die Plattform in einer geführten Klasse; die Kursanbieter finden so via Gebühren zu einem Einkommen. Die in Anspruch genommenen Dienstleistungen sorgen für Arbeitsplätze.

*Gesellschaft:* Die Volksgesundheit der Destination wird durch das Praktizieren von Yoga in der freien Natur gefördert.

#### 6.1.13 Reiter

Zu den «Reitern» zählen all diejenigen Besucher, welche sich auf dem Rücken eines Pferdes durch den Stazerwald bewegen. Sie unterscheiden sich vom Besucherstrom der sportlich Aktiven auf Durchreise insofern, als dass sie eine eigene Wegführung haben, d. h. manche Wege sind für sie verboten und einige nur für sie reserviert. Bezogen auf die sonstigen Merkmale die Reiter mit jenem Besucherstrom vergleichbar, weshalb auf eine ausführlichere Beschreibung verzichtet wird.

*Ökologie:* Wie bei den Kutschen stellen auch hier die Pferdeäpfel ein ökologisches Problem für das Moorgebiet dar.

*Ökonomie:* Die Besitzer der Reitställe generieren direkt Umsatz mit ihrem Angebot. Die Destination profitiert von der Angebotspalette ihrer Dienstleistungen. Das Reiten stellt hier eine Bereicherung an Aktivitätsmöglichkeit dar.

#### 6.1.14 Sammler

Unter «Sammler» werden all diejenigen Besucher zusammengefasst, welche im Stazerwald in der jeweiligen Saison Heidelbeeren und Pilze sammeln. Dabei handelt es sich selten um Hotelgäste, sondern um Einheimische und Zweitheimische, welche ihre gesammelten Nahrungsmittel direkt zu Hause verarbeiten können. Das Einzeichnen des Besucherstroms ist schwierig, da er nicht die Wegführung beachtet, sondern sich durch den gesamten Wald bewegt. V. a. aber verlässt er die Wegführung am Waldrand von Celerina, welcher aufgrund dessen auf der Karte weiss markiert ist (Anhang P). Die Sammler reisen oftmals zu Fuss an, da sie in einer der drei umliegenden Gemeinden wohnen. Dabei sind sie allein oder in Kleingruppen unterwegs, wobei beim Pilzsammeln ein Sammeln in Gruppen von mehr als drei Personen, ausgenommen Familien, verboten ist. Der Besucherstrom orientiert sich an den Saisonzeiten der Heidelbeeren und Pilze. Dabei werden die Heidelbeersammler, welche im Juli und August unterwegs sind, im September von den Pilzsammlern abgelöst, die bis ca. Mitte November aktiv sind. Für letztere ist das Sammeln jeweils während des ersten bis zum zehnten Tag im Monat aufgrund der Schutzzeit untersagt. Da davon auszugehen ist, dass das Know-how über das Pilze- und Heidelbeersammeln bzw. die Motivation immer mehr verloren geht, ist zu vermuten, dass dieser Besucherstrom in der Rückgangsphase ist und seinen Höhepunkt bereits erreicht hat. Es kann aber auch sein, dass es in der Zukunft wieder zu einem Gegentrend kommen wird. Für die Sammler sind die Heidelbeeren und Pilze im Wald die Attraktion, während das Sammeln die Aktivität darstellt.

*Ökologie:* Da die Sammler sich oftmals durch den gesamten Wald bewegen, begeben sie sich in die Bereiche, in denen Tieren und Pflanzen leben. Dies ist aber erst dann bedenklich, wenn es sich um eine grosse Masse handelt oder wenn die Verhaltensregeln nicht befolgt werden. Während Ersteres nicht auf die Sammler im Stazerwald zutrifft, ist das beim zweiten Punkt anders. Es gibt immer wieder Sammler, die sich nicht an die Schonzeiten, die erlaubte Menge von 2 kg Pilze pro Person oder die Verbote halten, wie das mutwillige Zerstören von Pilzen.

## 6.2 Variable Geometrie und Nachhaltigkeitsanalyse

Durch das Übereinanderlegen aller vierzehn identifizierten Besucherströme, entsteht ein Synthese-Bild über das gesamte Anwendungsgebiet. Dieses hilft dabei, ein *Gesamtbild über das Anwendungsgebiet* zu erlangen. Im Folgenden wird zuerst die *Variable Geometrie* zur Veranschaulichung aller Ströme

auf dem Kartenausschnitt sowie von deren Frequenzen und Entwicklungsphasen erörtert. Danach folgt eine *Zusammenfassung aller Erkenntnisse aus den einzelnen Nachhaltigkeitsanalysen* (Abb. 16). Die Erkenntnisse aus diesen zwei Schritten bilden die Basis für die Handlungsempfehlungen, die abschliessend gegeben werden.



Abbildung 16: Vorgehensweise: Variable Geometrie und Zusammenfassung der Nachhaltigkeitsanalysen (eigene Darstellung)

### 6.2.1 Variable Geometrie

In Abb. 17 wird ersichtlich, dass die Besucher den Stazerwald verschiedenartig nutzen. Dennoch lassen sich Konzentrationen feststellen. Die höchste Konzentration an Besuchern entsteht rund um den Stazersee. Er stellt das Zentrum dar zu dem die meisten Ströme hin- und wegführen. Des Weiteren stellen der Stazersee und/oder das Restaurant Lej da Staz bei vielen Besucherströmen die wichtigste Attraktion dar. Die orange markierte Zone rund um den Stazersee kann demnach als polyvalenter Raum bezeichnet werden. Vom See aus verlaufen sodann drei in der Abb. 17 orange gepunktete Hauptwege bzw. Hauptkorridore in die drei umliegenden Gemeinden St. Moritz, Celerina und Pontresina, welche alleamt stark und von verschiedenen Besucherströmen frequentiert werden. Am stärksten wird die geteerte Strasse nach St. Moritz genutzt, gefolgt vom Naturweg nach Celerina und zuletzt der Strasse nach Pontresina. Doch neben diesen drei Hauptwegen werden viele weitere, u. a. besucherstromspezifischere Wege betreten. Insbesondere im gelb markierten Waldgebiet zwischen Celerina und Pontresina existiert ein dichtes Netz an solchen Wegen.

Des Weiteren verdeutlicht das Synthese-Bild die *saisonalen Frequenzen* der Besucherströme im Wald. Auch wenn der Stazerwald das ganze Jahr über besucht wird, zeigen sich die stärksten Frequenzen in den Ferienzeiten im Sommer, gefolgt von denen im Winter, wobei die höchste Besucherzahl jeweils am Engadiner Skimarathon erreicht wird.

Durch die Betrachtung der *Entwicklungsphasen* aller Besucherströme wird ersichtlich, wie sich die Entwicklung der Stazerwaldbesucher insgesamt präsentiert. Dabei ist festzustellen, dass bei den meisten

Besucherströmen der Höhepunkt der Entwicklung voraussichtlich noch nicht erreicht ist. Ein weiterer Anstieg an Besucherzahlen ist so in den nächsten Jahren potenziell möglich.

Die *allgemeine Charakterisierung* der Besucher im Stazerwald über alle Besucherströme hinweg lässt sich mit Heterogenität beschreiben. Erklärbar ist dies, da der Stazerwald mit einer Zwei-Marken-Strategie-Werbung beide Reismotive, die «Extravaganz» sowie den «Sehnsuchtsort», anspricht. Einzig bei den Nationalitäten zeichnet sich ein Muster ab: Weit über die Hälfte sind Schweizer, gefolgt von Italienern, Deutschen und den übrigen Nationen. Die lokale Anreise erfolgt vielfach mit dem öV oder zu Fuss bzw. mit dem jeweiligen Sportgerät oder Tier. Bei der Höhe der getätigten Ausgaben gibt es wieder starke Differenzen, die von einem Kaffee in einem Restaurant bis hin zu einem teuren Hochzeitsfest reichen.

Bei den *Attraktionen und Aktivitäten* schliesslich wird ersichtlich, dass der Stazersee über die meisten Besucherströme hinweg die Hauptattraktion darstellt. Aktivitäten hingegen werden verschiedene ausgeführt, was auch zu den unterschiedlichen Besucherströmen führt. Je nach Aktivität wählen die Besucher andere Wege.

Zusammengefasst kann demnach auf Folgendes geschlossen werden: Erstens existieren verschiedene Besucherströme im Stazerwald, welche zuweilen überschneidend auf den gleichen Wegen unterwegs sind, bei der spezifische Ausübung ihrer Aktivitäten jedoch auch auf separaten. Zweitens kann davon ausgegangen werden, dass die Besucherzahl insgesamt ansteigen wird, was drittens dazu führt, dass der Wald in den Hauptsaisonzeiten im Sommer und Winter noch intensiver besucht werden wird.

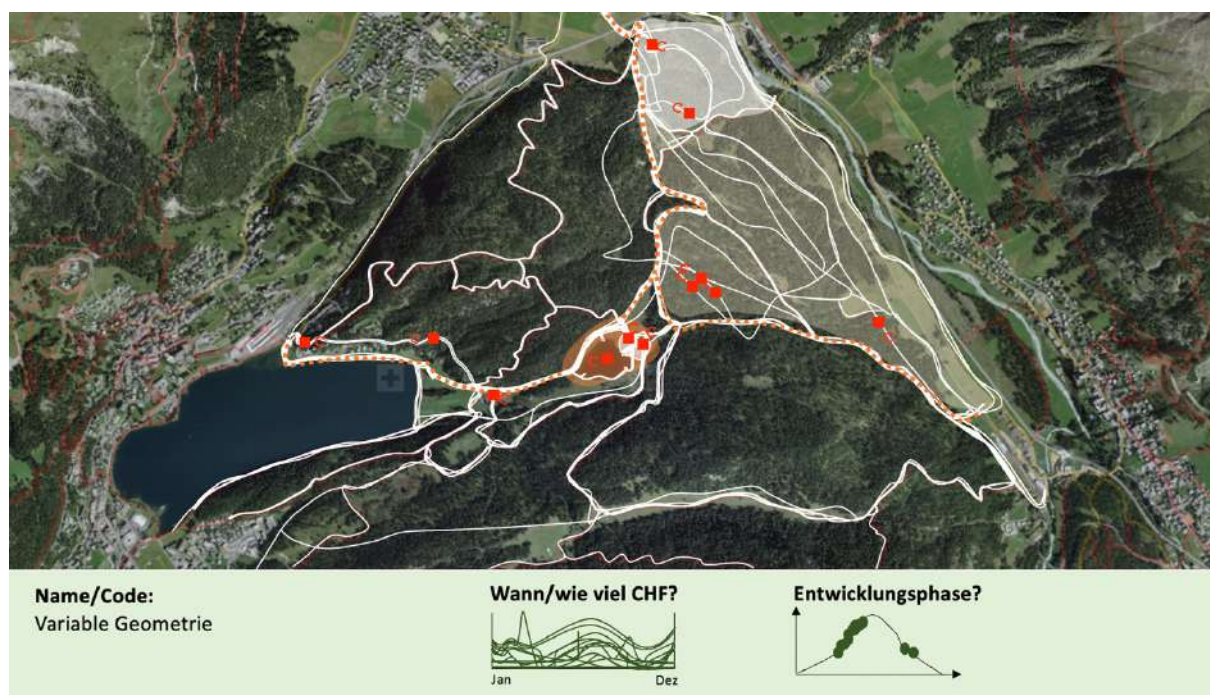


Abbildung 17: Variable Geometrie Stazerwald (eigene Darstellung in Anlehnung an Beritelli & Laesser, 2013, S. 34)

### 6.2.2 Nachhaltigkeitsanalyse

Wie in Unterkapitel 6.2.1 ersichtlich wurde, verursachen die Besucherströme für die Destination im Zusammenhang mit dem Thema Nachhaltigkeit Nutzen und Schaden zugleich. Im Folgenden werden diese ambivalenten Auswirkungen in einer Gesamtübersicht dargelegt (Abb. 18). Es geht dabei nicht um eine erneute Auflistung aller, sondern um eine Zusammenfassung der grundlegenden Aspekte.

*Aus der ökologischen Perspektive* ist bei den positiven Aspekten vordergründig die Sensibilisierung der Besucherströme für die Schönheit der Natur durch den Aufenthalt im Wald zu nennen, welche die Einstellung gegenüber deren Schutzbedarf in der Destination bzw. das nachhaltige Bewusstsein zu solchen Themen positiv beeinflussen kann. Ein weiterer positiver Aspekt bezieht sich auf die Benutzung von Transportmitteln zur Anreise. Nur wenige Besucher im Wald reisen mit dem motorisierten Individualverkehr an. Überschattet werden die positiven Effekte hierbei von negativen. Als erstes ist der Bodenverbrauch zu nennen, welcher den Lebensraum von Pflanzen und Tieren einschränkt. Denn für die Besucherströme wird eine entsprechende Infrastruktur zur Ausführung ihrer Aktivitäten geschaffen, z. B. geteerte Strassen, der Schneeschuhtrail, die Langlaufloipe, die Yogaplattform und die Restaurants. Der zweite Punkt betrifft die Besucher selbst: Sie beeinträchtigen mit diversen Fehlverhalten die Natur, z.B. durch das Verlassen von markierten Wegen und die nicht angeleiteten Hunde etc. Vor allem im Winter kann dies für die dort lebenden Tiere im Wintersparmodus existenziell negative Folgen haben. Nicht minder wesentlich sind die Beeinträchtigungen der Umwelt durch das Liegenlassen von Müll, aber auch Ausscheidungshinterlassenschaften, welche schädlich für das Moorgebiet sind. An Tagen mit Spitzfrequenzwerten kann so der Druck auf die Natur beträchtlich sein.

*Aus der ökonomischen Perspektive* haben die Besucherströme aufgrund ihrer Ausgaben positive Effekte auf den Stazerwald. Die jeweiligen Besucher geben im Wald Geld durch die Konsumation in den Restaurants sowie durch die Nutzung weiterer Angebote wie Übernachtungen, Kutschenfahrten, Museumsführungen und Events aus. Dabei generieren sie Umsätze, schaffen Arbeitsplätze und somit Einkommen. Der Stazerwald ist eine begehrte und bekannte Ausflugsdestination und leistet deshalb einen gewichtigen Beitrag zum Tourismus im gesamten Engadin. Die Besucher mieten nicht selten Sportgeräte, besuchen Kurse, wie Yoga, Reiten und Langlauf, und buchen Übernachtungen bzw. längere Aufenthalte inkl. Verpflegung im Tal. Neben diesen Aspekten leisten die Besucherströme auch einen Beitrag zum Tourismusmarketing. In erster Linie ist hier der Besucherstrom der Fotografen zu nennen, der mit seinen Social-Media-Posts weitere Besucher anzieht, wobei auch viele andere ihren Besuch auf den Social-Media-Kanälen teilen.

*Aus der gesellschaftlichen Perspektive* sind die Konflikte zwischen den verschiedenen Besucherströmen der offenkundigste negative Aspekt. Öfters bewegen sich verschiedenen Besucherströme mit diversen Bedürfnissen gleichzeitig auf Wegabschnitten; fehlte es an der notwendigen Toleranz und

gegenseitigen Rücksichtnahme, kommt es zu Auseinandersetzungen oder Verärgerungen. Die häufigsten Konflikte treten dabei zwischen Bikern und Wanderern auf, wobei die mitunter hohen Tempi ersterer eine reale Gefahrenlage erzeugen. Weiter ergeben sich Probleme, wenn sich vereinzelt Besucher in Begleitung von Tieren auf einem nicht für sie definierten besucherstromspezifischen Weg bewegen, was dazu führen kann, dass z. B. Hunde- oder Pferdekot auf dem Barfusswanderweg liegen bleibt oder freilaufende Hunde die Langläufer auf der Loipe stören. Letztlich überwiegen jedoch auch hier die positiven Aspekte. Die Ausflugsdestination ist ein bedeutsames Naherholungsgebiet für Einheimische, Zweitheimische und Feriengäste. Aktivitäten im Wald, eingebettet in einer aussergewöhnlich schönen natürlichen Umgebung, können in einem umfassenden Sinne die Volksgesundheit der Destination fördern.

Name/Code: Zusammenfassung	Ökologisch	Ökonomisch	Gesellschaftlich
Nutzen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aufenthalt im Stazerwald führt zu einer Sensibilisierung der Besucher für die schöne Natur</li> <li>Proportional zu der Besucherzahl seltene Anreise mit einem motorisierten Kraftfahrzeug</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Direkte Einnahmen im Wald durch Ausgaben im Stazerwald (Restaurant, Kutschenfahrt, Museumsbesuche, Übernachtung etc.)</li> <li>Einnahmen im Tal durch Vermietung von Sportgeräten, Übernachtungen, Buchung von Angeboten (Bsp. Yoga, Langlauf, Reiten etc.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Naherholungsgebiet für Besucher (Einheimische, Zweitheimische und Feriengäste)</li> <li>Förderung der Volksgesundheit der Destination durch Aktivitäten im Wald</li> </ul>
Schaden	<ul style="list-style-type: none"> <li>Beeinträchtigung der Umwelt durch das Verlassen der markierten Wege</li> <li>Beeinträchtigung der Umwelt durch das Liegenlassen von Müll und Kot von Tieren</li> <li>Bodenverbrauch durch die Nutzung für diverse Aktivitäten und somit auch Eindringen in Pflanzen- und Tierwelt</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Konflikte zwischen den Besucherströmen</li> </ul>

Abbildung 18: Negative und positive Aspekte der Besucherströme (eigene Darstellung in Anlehnung an Bieger & Beritelli, 2012, S. 29)

### 6.3 Herausforderungen und Handlungsempfehlungen

Basierend auf das vorangegangene Unterkapitel können nun die *Herausforderung* und die daraus abgeleiteten *Handlungsempfehlungen* formuliert werden.

Die *Herausforderung* entsteht durch die Kombination aus der Variablen Geometrie und der Nachhaltigkeitsanalyse. Der in Aussicht gestellte Anstieg der Besucherzahlen würde eine Verstärkung positiver und negativer Aspekte mit sich bringen. Zwar ist eine Zunahme der Besucher im Naherholungsgebiet Stazerwald mit deren parallelen Sensibilisierung für die Schönheiten und Kostbarkeit der Natur, mit kurzfristig zusätzlichen Einnahmen, sowie mit noch mehr auf Social Media geteilten Bildern verbunden, doch können diese positiven Aspekte langfristig von den negativen überschattet werden, wenn nicht gehandelt wird. Mehr Besucher in demselben Raum erhöhen den Druck auf diesen. Die oben



geschilderten Konfliktlagen dürften sich also ebenso verschärfen, was letztlich der Qualität des Standortes schadet.

Mit Betrachtung dieser Herausforderung und unter Miteinbezug des erweiterten strömungsbasierten Ansatzes und dessen Credo, «möglichst viele diverse Aktivitäten in einem Gebiet zu fördern und die Verbindung zwischen den Gebieten in Bezug auf Mobilität und Information zu erleichtern, um die mentale Konstruktion und visuelle Erkennung attraktiver Wege zu unterstützen», wurden *Handlungsempfehlungen* ausgearbeitet. Sie zielen darauf ab, die positiven Aspekte aus der Nachhaltigkeitsanalyse für eine nachhaltige Entwicklung des Tourismus im Stazerwald zu stärken und die negativen zu reduzieren.

*(1) Themenweg:* Eine Handlungsempfehlung ist die Planung und Umsetzung eines Themenweges durch den Stazerwald. Es gibt zwar bereits einige Informationstafeln, welche gezielt über das Gebiet unterrichten, aber Besucher beachten diese kaum. Durch den Themenweg sollen sie u. a. mehr über die lokalen Besonderheiten und Bedürfnisse von Flora und Fauna erfahren und auf diese Weise zusätzlich für die Schönheit der Natur sensibilisiert werden. Des Weiteren kann der Themenweg auch das Mili Weber Museum inkludieren und so die Aktivität des Museumsbesuches durch Informationen fördern.

*(2) Reduktion von Pferdemist:* Als Handlungsempfehlung für den moorschädigenden Pferdemist könnten die Kutschenbetriebe an den Pferden Auffangvorrichtungen anbringen, welche den Mist direkt auffangen. Bei Pferden ohne Kutsche gestaltet sich das Anbringen von Säcken etwas schwieriger. Ein Lösungsvorschlag ist hier deshalb, die Reitställe auf dieses Problem aufmerksam zu machen und, wenn immer möglich, andere Reitrouen zu wählen oder den Mist einzusammeln.

*(3) Bewusster Umgang der Bodennutzung:* Diese Handlungsempfehlung leitet sich vom ökologischen Schaden des Bodenverbrauchs durch die Nutzung für diverse Aktivitäten und das Eindringen in die Tier- und Pflanzenwelt ab. Dabei geht es um einen ökologisch bewussten Umgang bei der Gestaltung von Aktivitäten und Attraktionen im Wald. Schliesslich soll der Wald weiterhin ein zu Hause für Flora und Fauna bieten und nicht zu einem Freizeitpark für Menschen degradiert werden. Die erste Massnahme betrifft die Ausweitung und Eingrenzung des Nutzungsgebietes durch den Tourismus. Dabei sollen nicht noch mehr Wege angelegt werden bzw. diejenigen Wege, die nicht rege genutzt werden, wieder vollständig der Tier- und Pflanzenwelt überlassen werden. Letzteres ist beim Barfusswanderweg der Fall. Die zweite Massnahme betrifft den nachhaltigen Umgang mit dem Nutzungsgebiet, wo die frühzeitige Präparation der Langlaufloipe zu nennen ist. Als Handlungsempfehlung für die gilt hier, dem genannten Druck der Langläufer standzuhalten. Ebenso gilt es, die Besucher weiter über das Angebot von Bussen als Verbindungskomponente zu informieren.

*(4) Effektive Beschilderung:* Im Stazerwald gibt es viele Verbotsschilder, welche im gesamten Wald verteilt sind. Auch Eingangs des Waldes gibt es viele Tafeln, die auf die Wildruhezone und auf ein korrektes

Verhalten der Waldbesucher hinweisen. In Celerina befinden sich die entsprechenden Hinweise bzw. Informationen in einem kleinen, hausartigen Unterstand eingangs des Waldes. Wie die Informationstafeln sind auch die Verbotstafeln kaum sichtbar. Eine Beschilderung sollte jeweils einheitlich und optisch attraktiv gestaltet bei den drei meistfrequentierten Waldzugänge in St. Moritz, Celerina und Pontresina so installiert werden, dass sie nicht zu übersehen sind. Zentrales Ziel wäre es, die Waldbesucher auf ein korrektes Verhalten im Wald hinzuweisen. Abb. 19 liefert ein mögliches Beispiel für eine solche Hinweistafel.



Abbildung 19: Beispiel eines Knigge-Schildes (eigene Darstellung)

(5) Einsatz von Rangern zu Hochsaisonzeiten: Zu Hochsaisonzeiten, d. h. während der Ferienzeiten im Winter und Sommer, bietet es sich an, einen Ranger, also eine Art Gebietsbetreuer, im Wald arbeiten zu lassen. Zu seinem Aufgabenbereich würde Aufklärungsarbeit bezüglich der Flora und Fauna sowie eines wünschenswerten Miteinanders und damit einhergehend auch die Öffentlichkeitsarbeit hinsichtlich des korrekten Verhaltens im Wald zählen. Die Überwachung des Besucherverhaltens und das Hinweisen auf Fehlverhalten sind Tätigkeiten, die ein Ranger ebenfalls übernehmen könnte. Bei dieser Handlungsempfehlung geht es v. a. auch um das willentliche und wissentliche inkorrekte Besucherverhalten. Dazu zählt z. B. das Liegenlassen von Abfall oder das Spazieren mit Hunden ohne Leine. Die meisten Personen wissen über das korrekte Verhalten Bescheid, befolgen es aber nicht. Da das korrekte Verhalten in diesem Falle nicht am mangelnden Wissen scheitert, bringen Tafeln und Themenwege nur wenig und persönliche Aufforderungen können hier Abhilfe schaffen.

## 7 Fazit und Ausblick

In vorliegender Arbeit wurden die Besucherströme im Stazerwald unter dem Gesichtspunkt eines nachhaltigen Tourismus untersucht. Dabei kam das SGDM als methodisches Instrumentarium zum Einsatz, ausserdem wurde der erweiterte strömungsbasierte Ansatz angewandt. Als Forschungsmethode kamen ein Workshop sowie Einzelinterviews mit touristischen Akteuren vor Ort zum Einsatz. Es können nun Schlussfolgerungen gezogen werden, welche die folgenden anfangs gestellten Forschungsfragen beantworten.

1. *Welche Besucherströme existieren gegenwärtig im Stazerwald und wie können diese beschrieben werden?*
2. *Welche Erkenntnisse betreffend Muster und Konzentrationen der Besucherströme lassen sich aus der Analyse des Synthese-Bildes durch die variable Geometrie ziehen?*
3. *Welche Herausforderungen ergeben sich aus den Besucherströmen und welche Empfehlungen lassen sich daraus in Bezug auf eine nachhaltige Weiterentwicklung des Tourismus im Stazerwald ableiten?*

Insgesamt wurden vierzehn verschiedene Besucherströme identifiziert und beschrieben. Dabei konnte erkannt werden, dass rund um den Stazersee ein polyvalenter Raum besteht. Von diesem aus führen drei stark frequentierte Hauptwege in die drei umliegenden Gemeinden St. Moritz, Celerina und Pontresina. Daneben gibt es weitere besucherstromspezifische Wege. Die verschiedenen Besucherströme unterscheiden sich sehr bezüglich ihrer Charakterisierung. Festzustellen ist, dass die Mehrheit der Besucher im Stazerwald Schweizer sind, gefolgt von Italienern und Deutschen. Unter ihnen befinden sich Einheimische, Zweitheimische sowie Feriengäste. Bezüglich der Gruppengrösse, Anreisewege und Ausgaben herrschen grosse Differenzen. Hinsichtlich der Entwicklungsphase ist wiederum eine Kongruenz auszumachen. Es befinden sich zwölf der vierzehn analysierten Besucherströme tendenziell in der Wachstumsphase. Dies hat zu bedeuten, dass künftig mit einer Zunahme von Besuchern im Stazerwald zu rechnen ist, was eine Verstärkung von Nutzen und Schaden der Besucherströme bezüglich Nachhaltigkeit des Tourismus im Stazerwald zur Folge haben dürfte hat.

Aus Sicht der *Ökologie* besteht der Nutzen im Wesentlichen in der Sensibilisierung der Besucher für die einzigartige Schönheit der Natur, während Schäden Flora und Fauna v. a. durch das Verlassen der markierten Wege und das Liegenlassen von Müll und Kot entstehen. Auch der Bodenverbrauch zur Erstellung der Infrastruktur, welche das Ausüben diverser Aktivitäten erst garantiert, schlägt hier negativ zu Buche. Aus der Perspektive der *Ökonomie* besteht der Nutzen in den direkten Einnahmen im Wald sowie den indirekten im Tal im Vordergrund, welche Arbeitsplätze schaffen und so Einkommen

sichern. Für die *Gesellschaft* stellt der Wald ein wichtiges Naherholungsgebiet dar, welches zur Förderung der Volksgesundheit der Destination beitragen kann. Demgegenüber stehen die Konflikte, die zwischen den Besucher entstehen können. Diese verschiedenen positiven und negativen Auswirkungen stellen die nachhaltige Entwicklung des Tourismus im Stazerwald vor Herausforderungen. Darauf beziehen sich die fünf abgegebenen Handlungsempfehlungen: die Schaffung eines Themenwegs durch den Stazerwald, Massnahmen zur Reduktion von Pferdemit, ein bewusster Umgang der Bodennutzung, eine effektive Beschilderung sowie der Einsatz von Rangern zu Hochsaisonzeiten.

Die Resultate dieser Arbeit zeigen, dass hinsichtlich einer ökonomisch, ökologisch und sozial nachhaltigen Entwicklung des Tourismus im Stazerwald Herausforderungen bestehen. Die abgegebenen Handlungsempfehlungen können einen Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung des Tourismus im Stazerwald leisten, stellen aber keinen abschliessenden Nachhaltigkeitsplan dar. Vielmehr kann die Arbeit als Grundbaustein für weitere Forschungsarbeiten im Bereich nachhaltiger Tourismus im Stazerwald fungieren. Um eine langfristig nachhaltige Entwicklung des Tourismus im Stazerwald, d. h. eine Vereinbarkeit von Natur, Wirtschaft und Gesellschaft zu erreichen, wird die Umsetzung von Massnahmen Voraussetzung sein. Damit der folgende Werbespruch noch lange bestehen bleiben kann:

*«Wo gehst du hin, um deine Batterien aufzuladen? Der Stazerwald ist einer der beliebtesten Orte im Engadin. Wer sich Zeit nimmt, ihn zu entdecken, erkennt immer wieder aufs Neue, wieso das so ist.»  
(Engadin St. Moritz, o. D. a)*

## Literaturverzeichnis

- Appenzeller-Winterberger, C. & Kaufmann-Hayoz, R. (2005). Wald und Gesundheit. Forests and health. *Schweizerische Zeitschrift Für Forstwesen*, 156(7), 234–238.
- Beritelli, P. (2020). From flow analysis to shared insight to planning for impact: The development campaign of Altdorf (CH). In *Athmospheric turn in culture and tourism: Place, design and process impacts on customer behaviour, marketing, and branding*. Emerald Publishing, S. 195–207.
- 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. & Kappler, A. (Hrsg.). (2013). *Das St. Galler Modell für Destinationsmanagement – Geschäftsfeldinnovationen in Netzwerken* (1. Aufl.). 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. & Reinhold, S. (2013). Überführung der DMO in die dritte Generation - Problembereiche und Veränderungslogik. In Beritelli, P., Laesser, C., Reinhold, S. & Kappeler, A. (Hrsg.). *Das St. Galler Modell für Destinationsmanagement* (1. Auflage., S. 97–112). 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.
- Sitnikov, C.S. (2013). Triple Bottom Line. In: Idowu S.O., Capaldi N., Zu L., Gupta A.D. (Eds.). *Encyclopedia of Corporate Social Responsibility*. Berlin, Heidelberg: Springer.
- World Tourism Organization (UNWTO). (2019). UNWTO Tourism Definitions. Madrid: UNWTO.
- World Tourism Organization (UNWTO). (1993). Sustainable Tourism Development, Guide for locapartners. Madrid.

## Internetverzeichnis

- Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden. (2013). Herausforderung Klimawandel. *Chancen und Risiken für den Tourismus in Graubünden*. Abgerufen am 30.09.2021 von [https://www.qualitaetgr.ch/downloads/awt\\_bbgr\\_klimabericht-2013\\_low.pdf](https://www.qualitaetgr.ch/downloads/awt_bbgr_klimabericht-2013_low.pdf).
- Brundtland, G.H. (1987). Report of the World Commission on Environment and Development. *Our Common future*. United Nations General Assembly Document A/42/427. Abgerufen am 21.09.2021 von <http://www.un-documents.net/ocf-ov.htm>.
- Celerina Tourismus. (o. D.). *Barfusstrails*. Abgerufen am 01.10.2021 von [https://www.engadin.stmoritz.ch/\\_objects/pdf/?id=6426309&\\_ga=2.91965471.44250514.1632905418-447620965.1632905418&\\_gac=1.246681136.1633004290.EAlalQobChMlnPzGgtem8wIVbPx3Ch33IAJjEAYASAAEgK19PD\\_BwE](https://www.engadin.stmoritz.ch/_objects/pdf/?id=6426309&_ga=2.91965471.44250514.1632905418-447620965.1632905418&_gac=1.246681136.1633004290.EAlalQobChMlnPzGgtem8wIVbPx3Ch33IAJjEAYASAAEgK19PD_BwE).
- Clavuot, O. (2014). Engadin. *Historisches Lexikon Schweiz (HSL)*. Abgerufen am 28.09.2021 von <https://hls-dhs-dss.ch/de/articles/008067/2014-09-04/>.
- Engadin St. Moritz. (2019). *Facts & Figures der Engadin St. Moritz Tourismus AG*. Abgerufen am 06.10.2021 von [https://www.engadin.ch/\\_objects/file/?id=6509567](https://www.engadin.ch/_objects/file/?id=6509567).
- Engadin St. Moritz. (o. D. a). *Stazerwald*. Abgerufen am 14.09.2021 von <https://www.engadin.ch/de/sehenswuerdigkeiten/stazerwald/>.
- Engadin St. Moritz. (o. D. b). *Die Geschichte von St. Moritz*. Abgerufen am 28.09.2021 von <https://www.engadin.ch/de/aktivitaeten/die-geschichte-von-stmoritz/>.
- Engadin St. Moritz. (o. D. c). *Natürlich Nachhaltig*. Abgerufen am 30.09.2021 von <https://www.engadin.ch/de/natuerlich-nachhaltig/>.
- Engadin St. Moritz. (o. D. d). *Stazersee*. Abgerufen am 14.09.2021 von <https://www.engadin.ch/de/aktivitaeten/badesee-lej-da-staz/>.
- Engadin St. Moritz. (o. D. e). *Yoga im Stazerwald*. Abgerufen am 01.10.2021 von <https://www.engadin.ch/de/aktivitaeten/yoga-im-stazerwald/>.
- Engadin St. Moritz. (o. D. f). *Anlagen und Pisten im Überblick*. Abgerufen am 01.10.2021 von <https://www.engadin.ch/de/pisten-loipen-wege/loipen/>.
- Engadin St. Moritz Tourismus AG. (2020). Wasser. [Magazin].
- Engadin St. Moritz Tourismus AG. (2021). *Information zum Geschäftsmodell und Unternehmensstrategie* der ESTM AG. Abgerufen am 29.09.2021 von [https://www.estm.ch/fileadmin/user\\_upload/Webinar\\_Infos\\_20210303.pdf](https://www.estm.ch/fileadmin/user_upload/Webinar_Infos_20210303.pdf).
- Engadin St. Moritz Tourismus AG. (o. D. a). Unternehmen. *Organisation*. Abgerufen am 29.09.2021 von <https://www.estm.ch/unternehmen/organisation>.
- Engadin St. Moritz Tourismus AG. (o. D. b). Unternehmen. *Leitbild/Mission*. Abgerufen am 29.09.2021 von <https://www.estm.ch/unternehmen/leitbild/-mission>.

- Geo Admin. (o. D.). Abgerufen am 06.07.2021 von <https://www.swisstopo.admin.ch/de/home.html>.
- Hotel Restaurant Lej da Staz. (o. D. a). *Kontakt*. Abgerufen am 06.10.2021 von <https://www.lejdastaz.ch/kontakt> Abgerufen am 14.09.2021 von <https://www.lejdastaz.ch>.
- Hotel Restaurant Lej da Staz. (o. D. b). *Überblick Hotel*. Abgerufen am 06.10.2021 von <https://www.lejdastaz.ch/ueberblick-hotel>.
- Hotel Restaurant Lej da Staz. (o. D. c). *Eventkalender*. Abgerufen am 06.10.2021 von <https://www.lejdastaz.ch/eventkalender>.
- HTW Chur. (2008). *Wertschöpfung des Tourismus in den Regionen Graubündens – Stand der Entwicklung*. HTW Chur – Forschungsstelle für Wirtschaftspolitik im Auftrag des Amtes für Wirtschaft und Tourismus Graubündens. Abgerufen am 29.09.2021 von [https://www.gr.ch/DE/institutionen/verwaltung/dvs/awt/Dokumente/Graubunden\\_HTW08.pdf](https://www.gr.ch/DE/institutionen/verwaltung/dvs/awt/Dokumente/Graubunden_HTW08.pdf).
- Laesser, C. (Juni, 2017). Touristen sind wie Ameisen. *Blick online*. Abgerufen am 23.09.2021 von <https://www.blick.ch/people-tv/international/tourismus-professor-erklaert-den-schweizer-instagram-hype-touristen-sind-wie-ameisen-id6873339.html>.
- Landgasthof Meierei. (o. D.). *Landgasthof Meierei*. Abgerufen am 20.10.2021 von <https://meierei-stmoritz.ch>.
- RhB. (o. D.). *Kandidatur UNESCO-Welterbe - Flora und Fauna*. Abgerufen am 14.09.2021 von [https://www.rhb.ch/fileadmin/user\\_upload/redaktion/Ueber\\_die\\_RhB/UNESCO%20Welterbe/Dokumente/Kandidaturdossier/Deutsch/2a8\\_de.pdf](https://www.rhb.ch/fileadmin/user_upload/redaktion/Ueber_die_RhB/UNESCO%20Welterbe/Dokumente/Kandidaturdossier/Deutsch/2a8_de.pdf).
- Hofmann. (August, 2021). Die «Meierei» wird zum Landgasthof der Luxusklasse. *Südostschweiz*. Abgerufen am 20.20.2021 von <https://www.suedostschweiz.ch/aus-dem-leben/2021-07-01/die-meierei-wird-zum-landgasthof-der-luxusklasse>.
- SRF. (Schweizer Radio und Fernsehen). (2021, 25. November). Welche Aufgaben hat der Wald (Folge 1). *SRF*. Abgerufen am 2.11.2021 von <https://www.srf.ch/play/tv/waldwelt-schweiz/video/welche-aufgaben-hat-der-wald-folge-1?urn=urn:srf:video:e437b3eb-335f-4e5a-abf8-f9ec4af77ff9>.
- Schweiz Mobil. (o. D. a). Langlaufen. Engadin-Skimarathon-Loipe, Maloja-Schanf. Abgerufen am 01.10.2021 von <https://www.schweizmobil.ch/de/langlaufen/loipen/route-00265.html>.
- Schweiz Mobil. (o. D. b). *Celerina-Pontresina-Schneeschuhtrail*. Abgerufen am 07.10.2021 von [https://map.schweizmobil.ch/?season=winter&lang=de&land=snowshoe&route=0564&layers=Snowshoe&photos=yes&bgLayer=pk&logo=yes&de\\_tours=yes&resolution=5&E=2787027&N=1153052](https://map.schweizmobil.ch/?season=winter&lang=de&land=snowshoe&route=0564&layers=Snowshoe&photos=yes&bgLayer=pk&logo=yes&de_tours=yes&resolution=5&E=2787027&N=1153052).
- Schweiz Tourismus. (o. D.). *Engadin. Reiseziel Graubünden*. Abgerufen am 29.09.2021 von <https://www.myswitzerland.com/de-ch/reiseziele/engadin-st-moritz/>.
- Waldhaus am See. (o. D.). *Waldhaus am See*. Abgerufen am 20.10.2021 von <https://www.waldhaus-am-see.ch>.

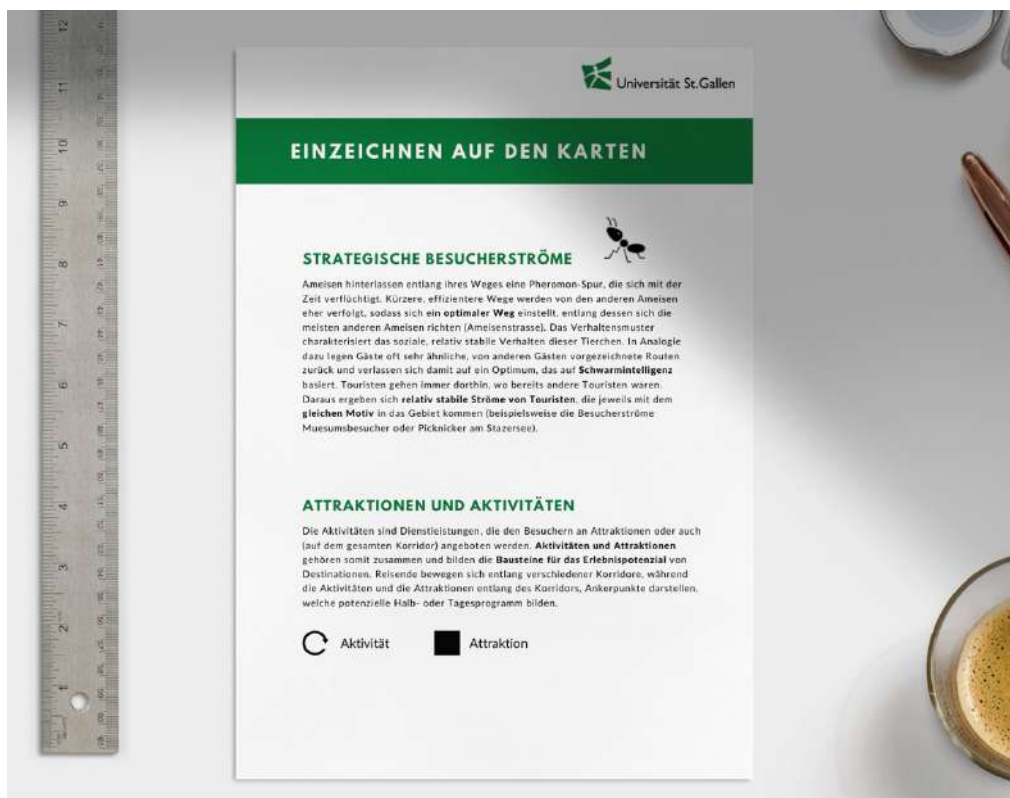
World Tourism Organisation. (o. D.). *Glossary of Tourism*. Abgerufen am 14.09.2021 von <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms>.

ZURICH vitaparcours. (o. D.). Finder. *Celerina*. Abgerufen am 01.10.2021 von <https://www.zurichvitaparcours.ch/Finder/Details/03456e1a-a284-495b-be94-f157f9d9c187>.



# Anhang

## A Merkblatt für Workshop und Interviews



Universität St.Gallen

### KARTENAUSSCHNITT STAZERWALD INKL. LEGENDE

Name/Code	Waldfläche/Fläche	Waldart	Waldnutzung
Festgut am Stazern			
Nutzen			
Schaden			
Lösungsmöglichkeit			

### NACHHALTIGKEITSTABELLE

Name/Code	Ökologisch	Ökonomisch	Sozial/ethisch
Festgut am Stazern			
Nutzen			
Schaden			
Lösungsmöglichkeit			

## B Fischer am Stazersee



<b>Name/Code:</b> Fischer am Stazersee	<b>Wer/woher/Profil?</b> - Nationen: ≈ 80% Schweizer, ≈ 20% Italiener - Anreise: mehrheitlich Auto - Gruppengröße: ø 1 - 4 Pers. - Alter sehr heterogen, Geschlecht mehrheitlich männlich	<b>Was/wie viel CHF?</b> - Saisonpatent: CHF 235 - Tageskarte: CHF 10 - Konsumation: ca. CHF 20 – CHF 30 im Hotel Restaurant Lej da Staz - Zeiten: ≈ 6.00 Uhr bis 12.00 Uhr - Aufenthaltsdauer: ≈ 3 - 6 Stunden	<b>Wann/wie viel?</b> 	<b>Entwicklungsphase?</b> 
---	---	--	---------------------------	-------------------------------

Name/Code: Fischer am Stazersee	Ökologisch	Ökonomisch	Gesellschaftlich
Nutzen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nutzen für die Umwelt, durch das Fischen der Überpopulation an Rotaugen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Besucherstrom bringt kleine Umsätze im Hotel Restaurant Lej da Staz</li> </ul>	
Schaden	<ul style="list-style-type: none"> <li>Beeinträchtigung der Natur durch Betreten der Moorlandschaften (kommt selten vor)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Konfliktpotenzial zwischen Fischer und Badegast</li> </ul>
Verbesserungsvorschläge	<ul style="list-style-type: none"> <li>Weiterhin aussetzen von Bachforellen, damit das Fischen am Stazersee attraktiv bleibt und auch Rotaugen gefischt werden.</li> <li>Sensibilisierung der Fischer für die schützenswerte Natur durch Informationstafeln vor Ort oder Aufklärer vor Ort</li> </ul>		

### C Museumsbesucher



<p><b>Name/Code:</b> Museums- besucher</p>	<p><b>Wer/woher/Profil?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nationen: ≈ 70% CH, ≈ 30% IT &amp; DE</li> <li>- Viele Zweitheimische und Engadiner Hotelgäste, aber auch Tagesgäste</li> <li>- Anreise: mehrheitlich zu Fuss und ÖV, manche mit dem Auto</li> <li>- Gruppengrösse: Familien, Paare</li> <li>- Besuchermerkmale werden immer heterogener (früher mehr Ü50 sowie Frauen)</li> </ul>	<p><b>Was/wie viel CHF?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 2400 Besucher pro Jahr (2018)</li> <li>- Einnahmen mit Ticket und Shopartikel CHF 68'000 (2018)</li> <li>- Ergibt ø CHF28/Kopf</li> <li>- Sonstige Ausgaben: Manche brauchen Parkplatz und machen einen Restaurantbesuch</li> </ul>	<p><b>Wann/wie viel?</b></p>	<p><b>Entwicklungsphase?</b></p>
--	---	--	------------------------------	----------------------------------

Name/Code: Museumsbesucher	Ökologisch	Ökonomisch	Gesellschaftlich
Nutzen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mili Weber lebte pazifistisch und ökologisch. So wird auch der Besucherstrom für die schöne Natur sensibilisiert.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Besucherstrom bringt Umsätze im Museum sowie kleine Umsätze in den umliegenden Restaurants.</li> <li>• Besucherstrom schafft Arbeitsplätze im Museum für Einheimische (ca. 150 Stellenprozent)</li> </ul>	
Schaden		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Die Einnahmen decken nur dank Geldern vom Kanton Graubünden und Gemeinde St. Moritz die Ausgaben.</li> </ul>	
Verbesserungsvorschläge		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Information &amp; Werbung für ein Wachstum des Besucherstroms, wodurch existierende Besucherströme ins Museum gelenkt werden könnten</li> </ul>	

## D Kulinarische Geniesser



<b>Name/Code:</b> Kulinarische Geniesser	<b>Wer/woher/Profil?</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nationen: Internationaler Besucherstrom, Engadiner Feriengäste</li> <li>- V.a. Kutschen: Nur selten Einheimische</li> <li>- Anreise: Oftmals zu Fuss zum Kutschenbetrieb, danach mit der Kutsche zum Restaurant</li> <li>- Gruppengröße: 8 Pers./Kutsche (oftmals Ehepaare oder Familien)</li> </ul>	<b>Was/wieviel CHF?</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Stazersee-Landgasthof Meierei hin und zurück CHF 260 für 4 Pers. inkl. 2 Stunden Aufenthalt</li> <li>- Konsumieren im Hotel Restaurant Lej da Staz in der Clubstuba, im Landgasthof Meierei oder in Waldhaus am See durchaus etwa CHF 70-100/Pers.</li> </ul>	<b>Wann/wie viel?</b>	<b>Entwicklungsphase?</b>
---	--	--	-----------------------	---------------------------

Name/Code: Kulinarische Geniesser	Ökologisch	Ökonomisch	Gesellschaftlich
Nutzen		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Finanziell attraktiver Besucherstrom für die gesamte Destination Engadin und die touristischen Anbieter im Stazerwald</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gesellschaftlicher Nutzen des Besucherstroms für die Destination ist die Erschliessung des Stazersee für Menschen mit Beeinträchtigung</li> </ul>
Schaden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Der Pferdemist ist schlecht für das Hochmoor, da dies einen schädlichen Nährstoffzufuhr bzw. Düngung der Moorlandschaft darstellt</li> <li>• Anreise des Besucherstroms in die CH mit dem Flugzeug, da es sich um eine internationale Kundschaft handelt (schlechte CO2-Bilanz)</li> </ul>		
Verbesserungsvorschläge	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kutschenbetriebe können gebeten werden an den Kutschen Säcke für die Pferdeäpfel festzumachen, die den Kot direkt auffangen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Information &amp; Werbung für ein Wachstum des Besucherstroms</li> </ul>	

## E Eventbesucher



<b>Name/Code:</b> Kulinarische Geniesser	<b>Wer/woher/Profil?</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nationen: Internationaler Besucherstrom, Engadiner Feriengäste</li> <li>- V.a. Kutschen: Nur selten Einheimische</li> <li>- Anreise: Oftmals zu Fuss zum Kutschenbetrieb, danach mit der Kutsche zum Restaurant</li> <li>- Gruppengrösse: 8 Pers./Kutsche (oftmals Ehepaare oder Familien)</li> <li>- Eher vermögendere Leute</li> </ul>	<b>Was/wieviel CHF?</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Stazersee-Landgasthof Meierei hin und zurück CHF 260 für 4 Pers. inkl. 2 Stunden Aufenthalt</li> <li>- Konsumieren im Hotel Restaurant Lej da Staz in der Clubstuba im ersten Stock, im Landgasthof Meierei oder in Waldhaus am See durchaus etwa CHF 70-100/Pers.</li> </ul>	<b>Wann/wie viel?</b>	<b>Entwicklungsphase?</b>
--	--	--	-----------------------	---------------------------

Name/Code: Eventbesucher	Ökologisch	Ökonomisch	Gesellschaftlich
Nutzen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Viel Müll wird in die vielen verfügbaren Abfalleimer geworfen. Wenn Müll nach einem Event am Boden liegt, ist er meist konzentriert und kann im Nachhinein aufgelesen werden.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Finanziell attraktiver Besucherstrom für die gesamte Destination Engadin und die touristischen Anbieter im Stazerwald.</li> </ul>	
Schaden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beeinträchtigung der Umwelt durch unkonzentriertes Littering (daran sind alle anderen Besucherströme genauso wenn nicht sogar mehr beteiligt)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Besucherstrom versperrt der Gesellschaft in der Destination den Zugang zum Areal, das benutzt wird für den Event.</li> </ul>
Verbesserungsvorschläge	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Müllsammeltage durch Schulklassen, um direkt die junge Generation der Destination für das Problem zu sensibilisieren.</li> </ul>		

## F Waldjogger



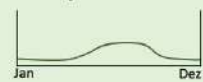
**Name/Code: Wer/woher/Profil?**

**Waldjogger**  
 - v.a. Einheimische und  
 Zweitheimische, aber auch  
 internationale Gäste, die hier ihr  
 Höhenttraining absolvieren

**Was/wie viel CHF?**

- Keine Ausgaben im Wald

**Wann/wie viel?**



Name/Code: Waldjogger	Ökologisch	Ökonomisch	Gesellschaftlich
Nutzen		<ul style="list-style-type: none"> <li>Leistungssportler können durch posten von Bildern auf Social Media Accounts einen Beitrag zum Standortmarketing leisten.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Förderung der Volksgesundheit der Destination</li> </ul>
Schaden	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bodenverbrauch (separate Wegführung und Vitaparcourposten nur für diesen Besucherstrom)</li> </ul>		
Verbesserungsvorschläge			

## G Langläufer



**Name/Code:** Langläufer  
**Wer/woher/Profil?**

- Einheimische, Zweitheimische, Feriengäste (CH > IT > DE)
- Skating und Klassisch
- Profi- und Hobbyläufer

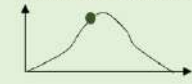
**Was/wie viel CHF?**

- Tageskarte: CHF 10
- Wochenkarte: CHF 30
- Engadiner Saisonpass: CHF 70
- Schweizer Saisonpass: CHF 140
- Z.T. Miete der Ausrüstung im Tal
- Kleinere Ausgaben im Hotel Restaurant Lej da Staz

**Wann/wie viel?**



**Entwicklungsphase?**



Name/Code: Langläufer	Ökologisch	Ökonomisch	Gesellschaftlich
Nutzen		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bezogen auf die Einnahmen der Loipenkarten nicht sehr rentabler Besucherstrom, aber er bringt noch weitere Umsätze im Wald und im Tal</li> <li>• Beitrag zum Standortmarketing beim Engadiner Skimarathon.</li> </ul>	
Schaden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eine (von der Gesellschaft oftmals geforderte) zu frühe Loipenpräparation würde zu Schäden im Mooregebiet führen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Einnahmen des Loipenpins decken nicht die Ausgaben für die Loipenpräparation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konflikt zwischen Hundehalter und Langläufer</li> </ul>
Verbesserungsvorschläge	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dem Druck standhalten und mit der Loipenpräparation warten bis es ökologisch sinnvoll ist.</li> <li>• Den Besucherstrom auf die Engadiner Busse als Verbindungskomponente der Loipe aufmerksam machen.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ranger für die Lösung des Konflikts</li> </ul>



## H Barfussgänger



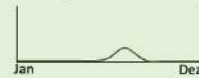
**Name/Code: Wer/woher/Profil?**

- Barfussgänger**
- Oftmals Feriengäste
  - Familien und Ehepaare
  - Geübte Barfussgänger

**Was/wie viel CHF?**

- Z.T. Ausgaben im Hotel Restaurant Lej da Staz

**Wann/wie viel?**



**Entwicklungsphase?**



Name/Code: Barfussgänger	Ökologisch	Ökonomisch	Gesellschaftlich
Nutzen			
Schaden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bodenverbrauch (separate Wegführung nur für diesen Besucherstrom)</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konflikt zwischen Barfussgänger und Waldbesucher mit Tieren, welche ihre Darmentleerung auf dem Barfusswanderweg vornehmen.</li> </ul>
Verbesserungsvorschläge	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Den Barfusstrail durch den Wald wieder vollständig der Tier- und Pflanzenwelt überlassen.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Den Barfusstrail durch den Wald wieder vollständig der Tier- und Pflanzenwelt überlassen</li> </ul>

# I Sportliche Aktive auf Durchreise



<p><b>Name/Code:</b> Sportlich Aktive auf Durchreise</p>	<p><b>Wer/woher/Profil?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nationen: CH &gt; IT &gt; DE</li> <li>- Anreise: Zu Fuss oder mit dem Mountainbike/E-Bike</li> <li>- Sportlich Aktive Personen</li> <li>- Naturliebhaber</li> </ul>	<p><b>Was/wie viel CHF?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kleinere Ausgaben in im Hotel Restaurant Lej da Staz oder im Landgasthof Meierei</li> </ul>	<p><b>Wann/wie viel?</b></p>	<p><b>Entwicklungsphase?</b></p>
--	--	--	------------------------------	----------------------------------

Name/Code: Sportlich Aktive auf Durchreise	Ökologisch	Ökonomisch	Gesellschaftlich
Nutzen		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Besucherstrom bringt kleine Umsätze im Hotel sowie kleine Umsätze in den umliegenden Restaurants.</li> </ul>	
Schaden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Verrichten einen Schaden in der Pflanzen- und Tierwelt bei Verlassen der Wegführungen</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Eröffnung des gesellschaftlichen Biker-Wanderer Konfliktes in der Destination.</li> </ul>
Verbesserungsvorschläge	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufklärung der Besucher über die empfindlichen Moorlandschaft, durch Informationstafeln vor Ort oder Aufklärer vor Ort.</li> <li>• Ranger, der die Leute zurechtweist und auf ein korrektes Verhalten hinweist.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pushen der Fair Trail Initiative</li> <li>• Ranger für Lösung des Konflikts</li> </ul>

## J Gemütliche Ausflügler



**Name/Code:**  
Gemütliche Ausflügler

**Wer/woher/Profil?**

- Nationen: CH > IT > DE > übrige Nationen
- Alleine, Familien, Ehepaare, Freundesgruppen, Schulklassen, usw.
- Anreise: sehr variabel
- Sonstige Merkmale: sehr heterogener Besucherstrom

**Was/wie viel CHF?**

- Ausgaben in im Hotel Restaurant Lej da Staz oder im Landgasthof Meierei, aber sehr variabel

**Wann/wie viel?**



Name/Code: Gemütliche Ausflügler	Ökologisch	Ökonomisch	Gesellschaftlich
Nutzen		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Direkte Einnahmen im Wald durch Konsum im Stazerwald</li> <li>• Weitere Einnahmen im Tal</li> </ul>	
Schaden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Negative Folgen für die Natur bei inkorrektem Verhalten: Abfall, Verlassen der Wegführung, Hunde nicht an der Leine etc..</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sehr hohe Besucherzahlen zu den Ferienzeiten kann bei für die Einheimischen störend sein und dazu führen, dass sie auf andere Gebiete ausweichen.</li> </ul>
Verbesserungsvorschläge	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ranger, der die Leute zurechtweist und auf ein korrektes Verhalten hinweist</li> </ul>		

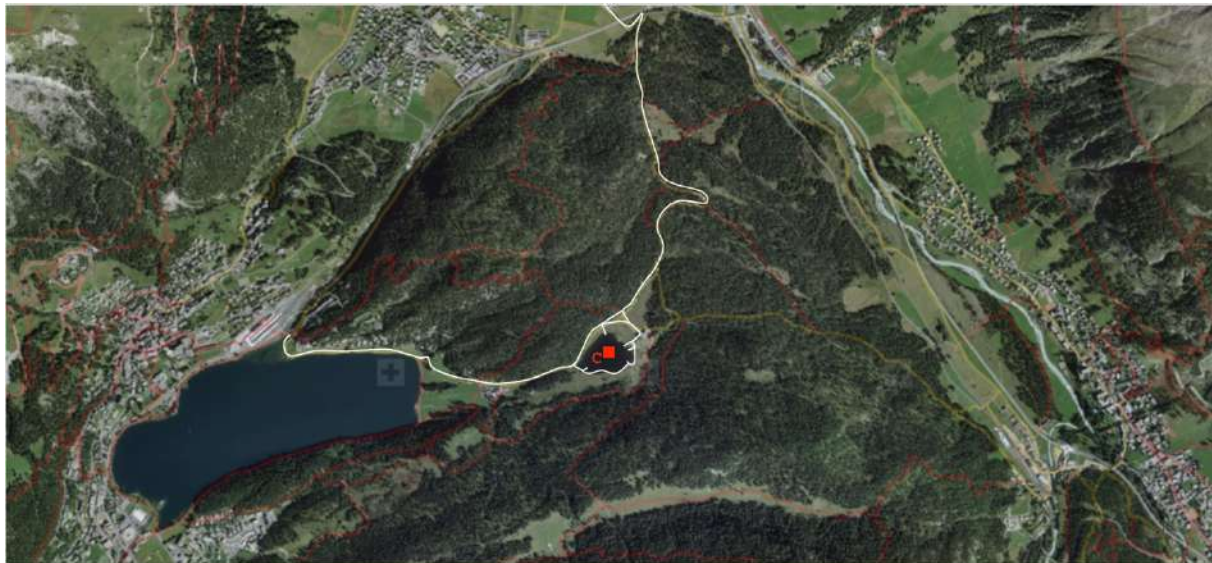
## K Schneeschuhwanderer



<b>Name/Code:</b> Schneeschuhwanderer	<b>Wer/woher/Profil?</b> - Nationen: CH, I, DE - Anreise: mehrheitlich zu Fuss, mache mit ÖV oder Auto - Gruppengrösse: ø 2 - 5 Personen - Einsteigniveau	<b>Was/wie viel CHF?</b> - Schneeschuhmiete: ≈ CHF 15 – CHF 20 pro Tag - Aufenthaltsdauer: ≈ 1 - 2 Stunden	<b>Wann/wie viel?</b> 	<b>Entwicklungsphase?</b> 
--	---	--	---------------------------	-------------------------------

Name/Code: Schneeschuhwanderer	Ökologisch	Ökonomisch	Gesellschaftlich
Nutzen		<ul style="list-style-type: none"> <li>Vermietung und Verkauf von Schneeschuhen in Sportgeschäften im Engadin läuft sehr gut.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Anbieten eines zusätzlichen Erlebnisangebotes</li> </ul>
Schaden	<ul style="list-style-type: none"> <li>Verlassen des Schneeschuhwanderweges</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Schneeschuhe waren im Jahre 2020 am schnellsten ausverkauft bzw. keine mehr an Lager für die Vermietung</li> </ul>	
Verbesserungsvorschläge	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aufklärung der Leute über Wildruhezonen durch Tafeln und Aufklärararbeit vor Ort</li> <li>Verteilung von Bussen bei Widerhandlungen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aufstockung der Lager an Schneeschuhen in den Sportgeschäften</li> </ul>	

## L Fotograf am Stazersee



**Name/Code:**  
Fotografen  
am Stazersee

**Wer/woher/Profil?**

- Nationen: Viele Schweizer, aber von Jahr zu Jahr internationaler
- Viele Männer zw. 40 und 50, wobei auch immer jüngere Blogger dabei sind
- Anreise: Mit dem Auto zum Stazerwald, danach zu Fuss zum Stazersee

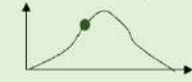
**Was/wie viel CHF?**

- Ausgaben: Keine grossen Ausgaben im Wald, aber z.T. Übernachtungsgäste im Engadin
- Aufenthaltsdauer: ≈ 1 - 2 Stunden

**Wann/wie viel?**



**Entwicklungsphase?**



Name/Code: Fotograf am Stazersee	Ökologisch	Ökonomisch	Gesellschaftlich
Nutzen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sensibilisierung von (potenziellen) Waldbesuchern für die natürlichen Schönheiten</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Beitrag zum Standortmarketing, durch das posten von Bildern auf Social Media</li> </ul>	
Schaden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Betreten der Moorlandschaft am Ufer</li> </ul>		
Verbesserungsvorschläge	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufklärung der Besucher über die empfindliche Moorlandschaft, durch Informationstafeln vor Ort oder Aufklärer vor Ort.</li> </ul>		

M Yogi



<p><b>Name/Code:</b> Yogi</p>	<p><b>Wer/woher/Profil?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Einheimische</li> <li>- Anreise oftmals zu Fuss (selten ÖV und Auto)</li> <li>- Gruppengrösse: Alleine, zu zweit oder als Yoga-Klasse</li> </ul>	<p><b>Was/wie viel CHF?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Keine Ausgaben im Wald</li> <li>- Bei Yoga-Klassen: Kosten für die Lektion (ca. CHF 15-25)</li> </ul>	<p><b>Wann/wie viel?</b></p>	<p><b>Entwicklungsphase?</b></p>
-----------------------------------	---	--	------------------------------	----------------------------------

Name/Code: Yogi	Ökologisch	Ökonomisch	Gesellschaftlich
Nutzen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Der Besucherstrom wird sensibilisiert für natürliche Schönheiten.</li> </ul>		
Schaden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Für den Besucherstrom mussten erst Yogabänke platziert werden, welche erneut der Tier- und Pflanzenwelt Platz wegnehmen.</li> </ul>		
Verbesserungsvorschläge			

# O Reiter



<p><b>Name/Code:</b> Reiter</p>	<p><b>Wer/woher/Profil?</b> - Sehr heterogen</p>	<p><b>Was/wie viel CHF?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ausgaben: Keine grossen Ausgaben im Wald selber</li> <li>- Falls ein Reitausflug gebucht wurde: Kosten für Reitausflug</li> </ul>	<p><b>Wann/wie viel?</b></p>	<p><b>Entwicklungsphase?</b></p>
---------------------------------	--	--	------------------------------	----------------------------------

Name/Code:	Ökologisch	Ökonomisch	Gesellschaftlich
Reiter			
Nutzen			
Schaden	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Der Pferdemist ist schlecht für das Hochmoor, da dies einen schädlichen Nährstoffzufuhr bzw. Düngung der Moorlandschaft darstellt</li> </ul>		
Verbesserungsvorschläge	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aufklärung der Reitställe in der Umgebung über die empfindliche Moorlandschaft und Aufforderung den Reitbetrieb durch den Stazerwald ein wenig zu reduzieren bzw. nicht zu fördern und wenn möglich andere Reitrouten zu wählen.</li> </ul>		

P Sammler



<b>Name/Code:</b> Sammler	<b>Wer/woher/Profil?</b> - Nationen: Einheimische und viele italienische Zweitheimische - Anreise: Viele zu Fuss	<b>Was/wie viel CHF?</b> - Ausgaben: Keine grossen Ausgaben - Aufenthaltsdauer: ≈ 1 - 2 Stunden	<b>Wann/wie viel?</b> 	<b>Entwicklungsphase?</b> 
------------------------------	--	---	---------------------------	-------------------------------

Name/Code: Sammler	Ökologisch	Ökonomisch	Gesellschaftlich
Nutzen			
Schaden	<ul style="list-style-type: none"> <li>Negative Folgen des Besucherstromes aufgrund eines Fehlverhaltens (Einhaltung der Schonzeiten, max. erlaubten Menge oder Gruppengrösse)</li> </ul>		
Verbesserungsvorschläge	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aufklärung der Besucher über die empfindliche Moorlandschaft, durch Informationstafeln vor Ort oder Aufklärer vor Ort.</li> <li>Verteilung von Bussen bei Widerhandlungen</li> </ul>		



## Eigenständigkeitserklärung

«Ich erkläre hiermit,

- dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig, ohne fremde Hilfe und ohne Verwendung anderer als der angegebenen Hilfsmittel verfasst habe;
- 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 dem Referenten /der Referentin im Voraus vereinbart wurde und in der Arbeit ausgewiesen wird;
- dass ich ohne schriftliche Zustimmung der Universität keine Kopien dieser Arbeit an Dritte auszuhändigen oder veröffentlichen werde, wenn ein direkter Bezug zur Universität St.Gallen oder ihrer Dozierenden hergestellt werden kann;
- dass ich mir bewusst bin, dass meine Arbeit elektronisch auf Plagiate 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 sowie insbesondere die Inanspruchnahme eines Ghostwriter-Service verfolgt und dass daraus disziplinarische wie auch strafrechtliche Folgen resultieren können, welche zum Ausschluss von der Universität resp. zur Titelaberkennung führen können.»

«Mit Hochladen 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, 17. November 2021

Effektive Zeichenzahl (inklusive Leerzeichen): 101`784

Laura Vonwyl

