

Zeitschrift: Cratschla : Informationen aus dem Schweizerischen Nationalpark

Herausgeber: Eidgenössische Nationalparkkommission

Band: - (2007)

Heft: 1

Artikel: Erste Resultate der Besucherbefragung 2006

Autor: Lafranchi, Veronica / Lozza, Hans / Filli, Flurin

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-418766>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 12.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



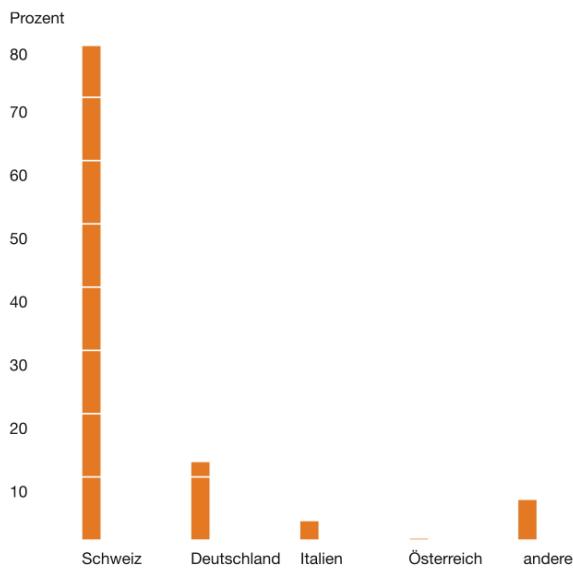
Erste Resultate der Besucherbefragung 2006

Veronica Lafranchi, Hans Lozza, Flurin Filli

Fotos: Hans Lozza

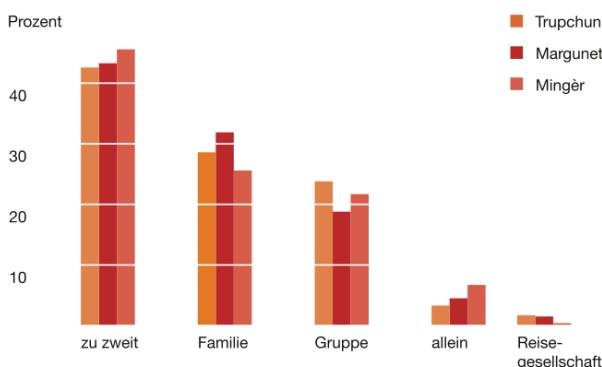
Der Schweizerische Nationalpark (SNP) wird jährlich von rund 150 000 Gästen besucht und zählt damit zu einer der Hauptattraktionen der Region. Doch wer sind die Wandergäste, die den Weg ins Engadin und Münstertal finden? Welche Angebote nutzen sie und sind sie mit diesen zufrieden? Solche und viele weitere Fragen waren ausschlaggebend für die Durchführung einer Besucherbefragung. Doch nicht blos die Parkverantwortlichen interessieren sich für die entsprechenden Resultate, sondern auch die Touristiker möchten die Nationalparkgäste besser kennen lernen. Aus diesem Grund erfolgte die Besucherbefragung 2006 mit zwei unterschiedlichen Fragebogen: Einem für Gäste innerhalb des SNP und einem für Gäste in der Nationalparkregion (ausserhalb des SNP).

Der vorliegende Beitrag beschäftigt sich ausschliesslich mit jenen Daten, die innerhalb des SNP erhoben wurden. Die Tourismusbefragung wurde vom SNP zusammen mit der Forschungskommission geplant und durchgeführt. Insgesamt haben vom 13. Juni bis 13. Oktober an 67 Tagen 3157 Gäste den Fragebogen ausgefüllt. Befragungen fanden statt in der Val Mingèr, auf Margunet, in der Val Trupchun und beim Infomobil. Für diese Auswertung nicht berücksichtigt wurden die 464 Fragebogen, die in der Val Trupchun am 23. und 24. September während der Hirschbrunft gesammelt wurden.



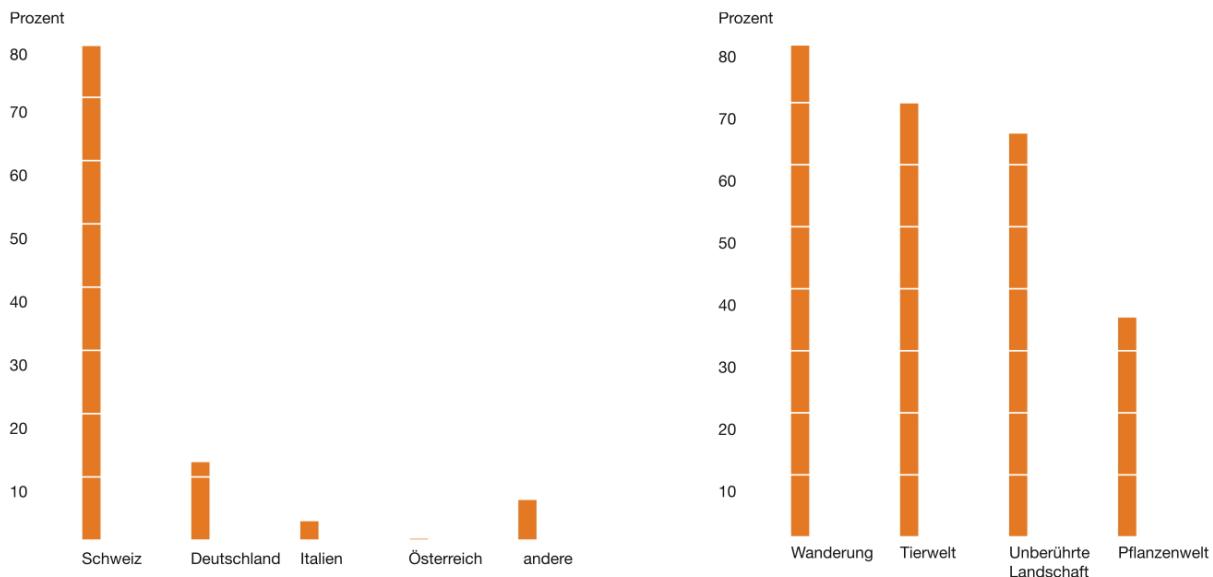
Woher die Besucher kommen

Der SNP ist primär eine Attraktion für Schweizer. 78 Prozent der Nationalparkbesucher wohnen in der Schweiz, wobei jeder Zehnte ein Romand und jeder Hundertste ein Tessiner ist. Der Anteil der Schweizer hat seit 1993 (61 Prozent) stark zugenommen. Die Deutschen bilden immer noch die zweitstärkste Gruppe, sind aber im Vergleich zur Befragung 1993 von 20 auf 12 Prozent zurückgegangen. Trotz einer generellen Zunahme der italienischen Gäste im Oberengadin ist deren Anteil gegenüber der letzten Befragung 1993 von 7 auf 3 Prozent gesunken. Zurückgegangen ist auch der Anteil der holländischen Gäste.



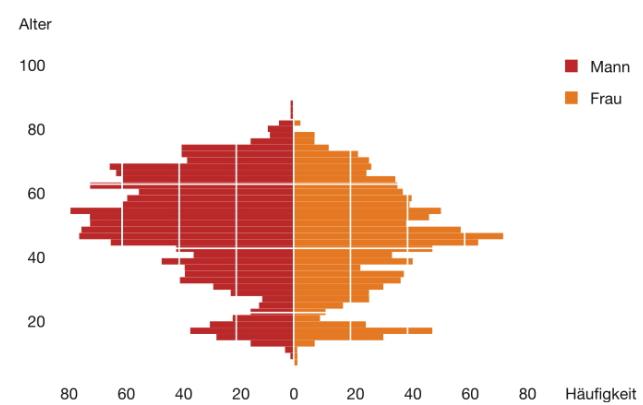
Gruppenstruktur der Gäste

Fast die Hälfte der Gäste besucht den SNP zu zweit, ein Drittel als Familie. Der Anteil an Gruppen (ab 3 Personen) beträgt einen Viertel, wobei darin viele Schulklassen enthalten sind. Klassische Reisegruppen besuchen den Nationalpark hingegen kaum.



Was die Besucher für einen Nationalparkbesuch motiviert

Bei dieser Frage waren Mehrfachnennungen möglich. Drei Viertel der Befragten geben an, dass sie die Wanderungen und die Fauna im SNP besonders schätzen. Zwei Drittel fühlen sich durch die unberührte Landschaft angesprochen. Das Interesse für die Pflanzenwelt hingegen ist im Vergleich zu 1993 rückläufig. Dabei ist zu berücksichtigen, dass bei der Besucherbefragung 2006 tendenziell mehr Herbstgäste befragt wurden als 1993.



Das Alter der Besucher

Die Geschlechterverteilung ist deutlich asymmetrisch: Der Anteil der Männer liegt bei 58 Prozent und diese sind im Schnitt älter als die Frauen. Insbesondere der Anteil der 40- bis 70-Jährigen ist bei den Männern deutlich höher. Junge Erwachsene sind klar untervertreten.

Wie informieren sich die Besucher und sind sie mit den Angeboten zufrieden?

Um ihre Informationstätigkeit beurteilen und optimieren zu können, möchten die Verantwortlichen des SNP wissen, welche Informationsmittel in welchem Ausmass benutzt werden und wie deren Beurteilung ausfällt. Dabei wurde unterschieden, welche Informationsquellen vor und während des Besuchs verwendet wurden.

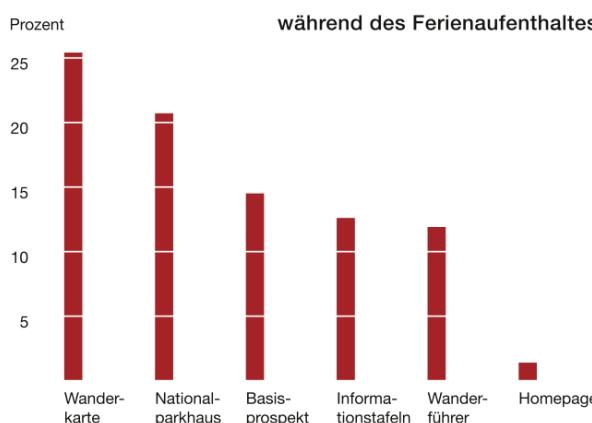
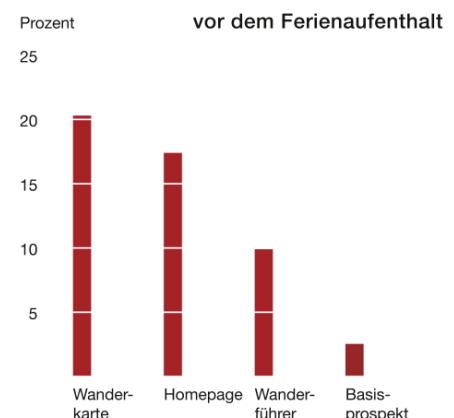


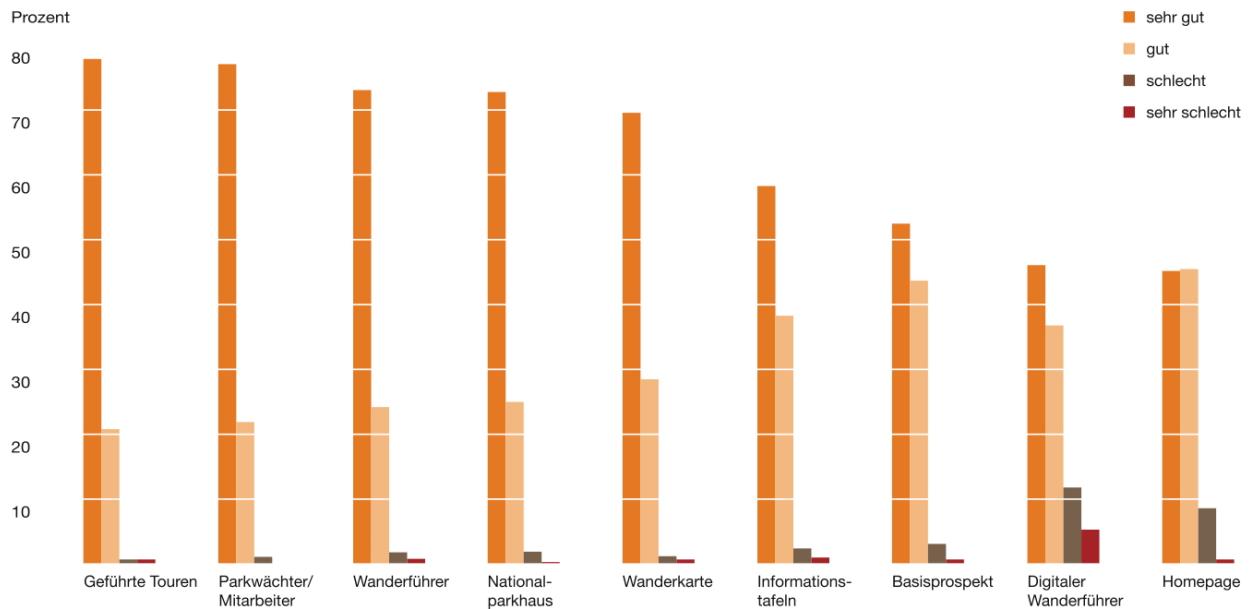
Wie sich die Besucher informieren

Im Vorfeld eines Nationalparkbesuchs spielen das Internet und die Wanderkarte die wichtigste Rolle. Auch diese Informationsquellen schaffen es jedoch nicht über die 20-Prozent-Schwelle. Dies hat wohl auch damit zu tun, dass eine Mehrheit der Gäste den Park bereits kennen und keine Hilfsmittel benötigen.

Wenn die Gäste in der Nationalparkregion sind, informieren sie sich mit der Wanderkarte (25 Prozent), im Nationalparkhaus (21 Prozent), mit dem Basisprospekt (15 Prozent) und den Informationstafeln (13 Prozent).

Beim Besuch im Park spielen die Informationstafeln mit 22 Prozent und die Wanderkarte die grösste Rolle. Gut 3 Prozent der Besucher beteiligen sich an einer geführten Tour. Dies sind pro Saison rund 4000 Personen.

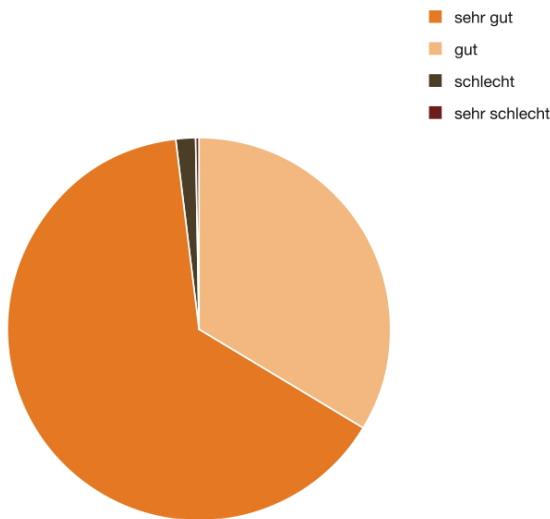




Zufriedenheit der Gäste

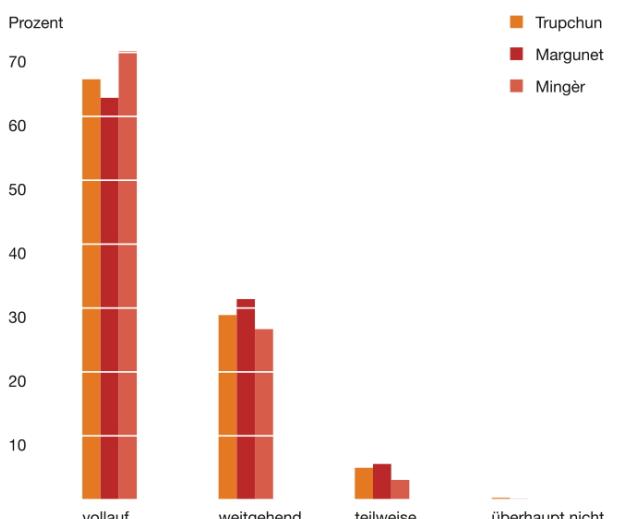
Die Zufriedenheit der Gäste mit den Angeboten ist generell hoch. Einzig bei den digitalen Wanderführern erreicht die Zufriedenheit nicht ganz

90 Prozent. Dies ist in erster Linie auf gelegentlich unzureichende Akkuleistung oder andere technische Probleme zurückzuführen.



Zufriedenheit mit den vorhandenen Informationsquellen

98 Prozent der Besucher fühlen sich gut oder sehr gut informiert. Dieses hervorragende Resultat zeigt, dass die Angebote genutzt und auch geschätzt werden.



Erfüllung der Erwartungen

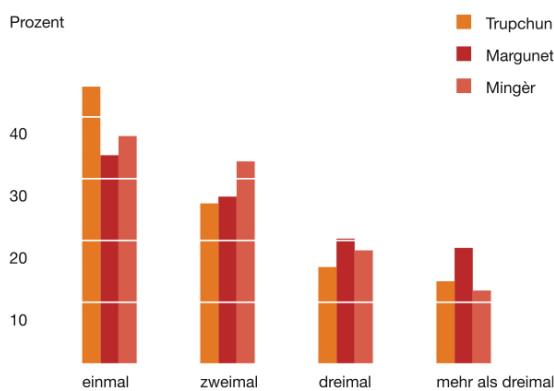
66 Prozent sind vollauf zufrieden, 29 weitgehend. Diese ausgesprochen hohe Gästezufriedenheit von 95 Prozent zeigt, dass die unberührte Natur des SNP und die strikten Regeln nach wie vor eine sehr hohe Wertschätzung und Akzeptanz geniessen. Die höchste Gästezufriedenheit wurde in der Val Mingèr ermittelt.

Wie verhalten sich die Nationalparktouristen?

Fast zwei Drittel der Gäste geben an, dass sie den SNP während ihres Ferienaufenthaltes mehr als einmal besuchen. Diese erstaunliche Gebietstreue passt zu einem weiteren Resultat: 73 Prozent der Besucher bezeichnen den SNP als wichtigen Grund für die Wahl ihrer Feriendestination. Dabei muss man bedenken, dass beinahe vier Fünftel der Nationalparkbesucher Feriengäste sind. Die Anzahl der Tagesbesucher liegt unter 10 Prozent.

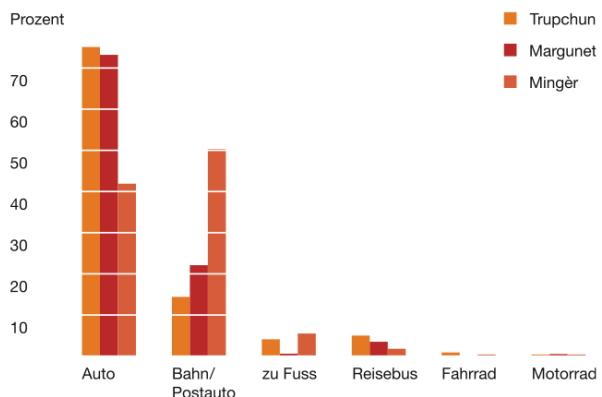
Häufigkeit der Besuche während des Aufenthaltes in der Region

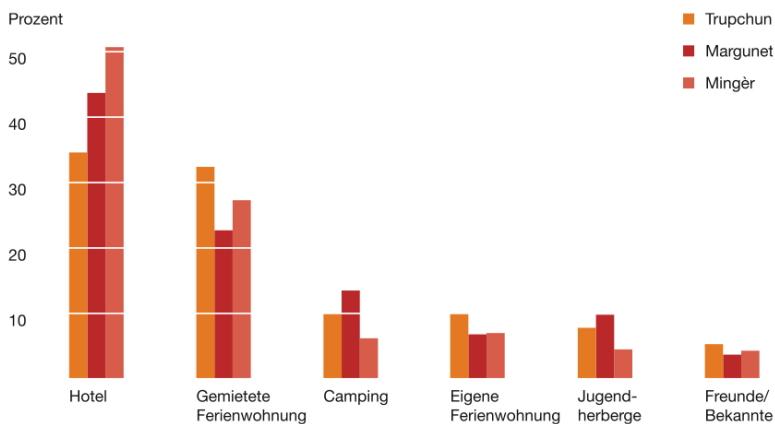
Fast zwei Drittel der Gäste besuchen den SNP während ihres Ferienaufenthaltes mehrmals.



Wahl des Verkehrsmittels für die Anreise

Auch 7 Jahre nach der Eröffnung des Vereina-Tunnels wählen für Trupchun und Margunet drei Viertel der Gäste das Auto für die Anreise. Positive Ausnahme sind die Gäste der Val Mingèr, die mit 50 Prozent öv-Anteil hervorstechen. Dies hat wohl unter anderem mit den Wandermöglichkeiten über Fuorcla Val dal Botsch nach Il Fuorn oder über die Val Plavna nach Tarasp zu tun. Bei solchen Touren mit unterschiedlichem Anfangs- und Endpunkt sind öv-Benutzer klar im Vorteil. Immerhin: Die Zahl der öv-Benutzer hat gegenüber 1993 von 13 auf 23,5 Prozent zugenommen.

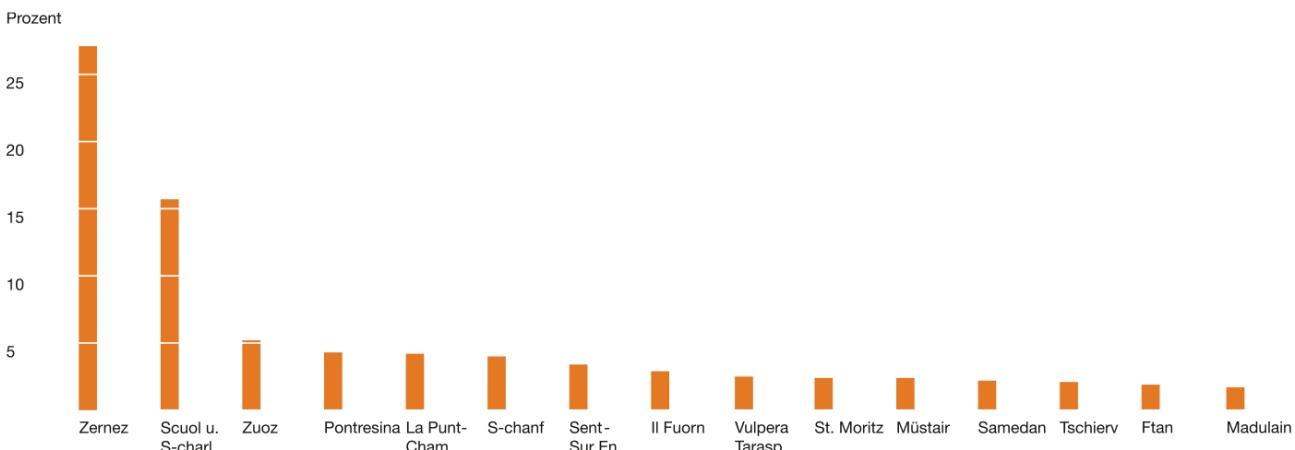




Beherbergung

Besucher des Nationalparks sind Gäste mit hoher Wertschöpfung. Beinahe die Hälfte verbringt die Ferien im Hotel, was gemäss der Studie von Irene Küpfer aus dem Jahr 2000 eine durchschnittliche

Wertschöpfung von CHF 129.– pro Person erbringt. Dieser Anteil an Hotelgästen ist mit 42 Prozent praktisch gleich wie 1993 (41 Prozent). Von 21 auf 11 Prozent zurück ging der Anteil an Campinggästen.



Bevorzugte Ferienorte

Zernez wird in dieser Studie seinem Image als Tor zum Nationalpark vollauf gerecht. Gut ein Viertel der Gäste übernachtet in Zernez. An zweiter Stelle folgt Scuol, das insbesondere in der Val

Mingèr mit über 50 Prozent der Gäste führt. Zuoz, S-chanf, La Punt-Chamues-ch und Pontresina bringen es auf 4 bis 5 Prozent.

Eine erste Bilanz

Diese ersten Resultate dokumentieren erst einen kleinen Teil der erhobenen Daten. Weitere Auswertungen werden folgen und noch genauere Aussagen über die Nationalparkgäste, ihr Verhalten und ihre Wünsche offenbaren. Kurz zusammengefasst lässt sich Folgendes festhalten:

Der Vergleich mit der Besucherbefragung 1993 zeigt einige Veränderungen. Auffallend ist die Zunahme der Schweizer Gäste von 61 auf 78 Prozent. Nach wie vor verbringen rund 80 Prozent der Parkgäste ihre Ferien in der Nationalparkregion. Fast zwei Drittel besuchen den Park mehrmals. Von 13 auf 23,5 Prozent zugenommen hat der Anteil der Gäste, die den SNP mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichen. Dabei spielt der 1999 eröffnete Vereina-Tunnel ebenfalls eine wichtige Rolle. Ein Drittel der Gäste gab an, das Engadin via Vereina erreicht zu haben, die Hälfte davon mittels Autoverlad, die andere Hälfte als reine Bahngäste. Besonders interessant sind die Gäste in der Val Mingèr: Sie fahren zu 50 Prozent mit öffentlichen Verkehrsmitteln an, übernachten zu 50 Prozent im Hotel und weisen die höchste Gästefriedenheit auf. Damit erbringen sie für die Region den nachhaltigsten Beitrag: Grösstmögliche Wertschöpfung bei kleinstmöglichen Emissionen und alle sind zufrieden. Was wollen wir mehr?