

Was denkt die Bevölkerung von der Biosphäre?

Resultate einer grossen Umfrage
2018/2019. F. Knaus



UNESCO BIOSPHÄRE
ENTLEBUCH
LUZERN SCHWEIZ

WARUM EINE UMFRAGE?

Ziele des Projekts:

- Erste repräsentative Übersicht zu den Ansichten der Entlebucherinnen und Entlebucher über die UBE schaffen
- Grundlagen für Reporting zu Handen UNESCO und Evaluation Pärke des Bundesamts für Umwelt
- Faktoren, die Akzeptanz, Identifikation und das Engagement für die UBE beeinflussen, ermitteln

Vorgehen:

- Gleichzeitige Umfrage in 8 Biosphären(-reservaten) zwecks Verallgemeinerung der Resultate und Vergleichsmöglichkeiten
- In der UBE: Umfrage unter 3'300 zufällig ausgewählten Personen aller Gemeinden, davon haben 640 geantwortet (20%)

BETEILIGTE BIOSPHÄREN



SCHON MAL VON DER UBE GEHÖRT?

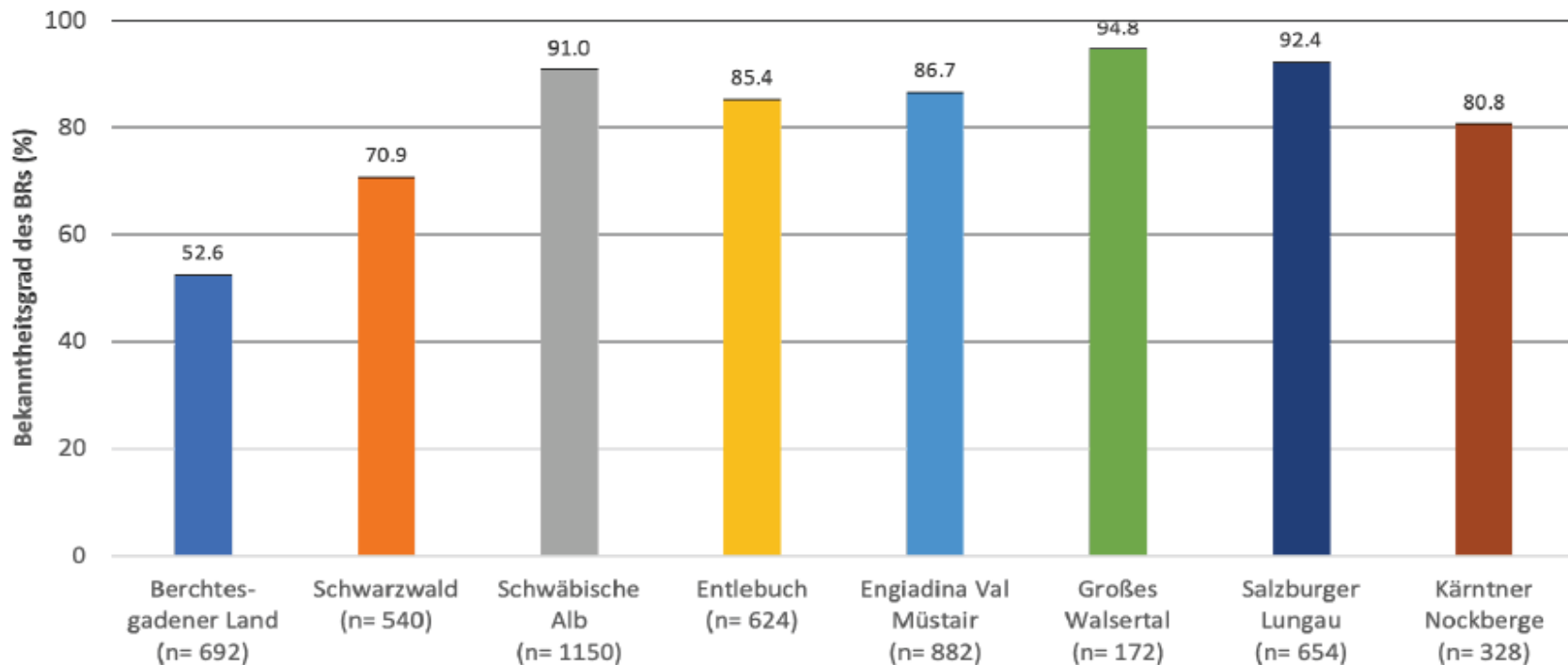


Abbildung 17. Häufigkeitsverteilung pro BR auf die Frage "Haben Sie bereits vor der Befragung schon einmal von der Biosphäre gehört? Die Unterschiede zwischen den BRs sind in Bezug auf ihren Bekanntheitsgrad in der Bevölkerung statistisch signifikant ($X^2(14) = 613.09$; $p = .000$; $n = 5042$).

Im Entlebuch haben 85,4% der Befragten schon einmal etwas von der Biosphäre gehört. Die Umfrage ist repräsentativ, damit kann davon ausgegangen werden, dass 85,4% der Bevölkerung die Biosphäre kennt.

AUFGABEN UBE BEKANNT?

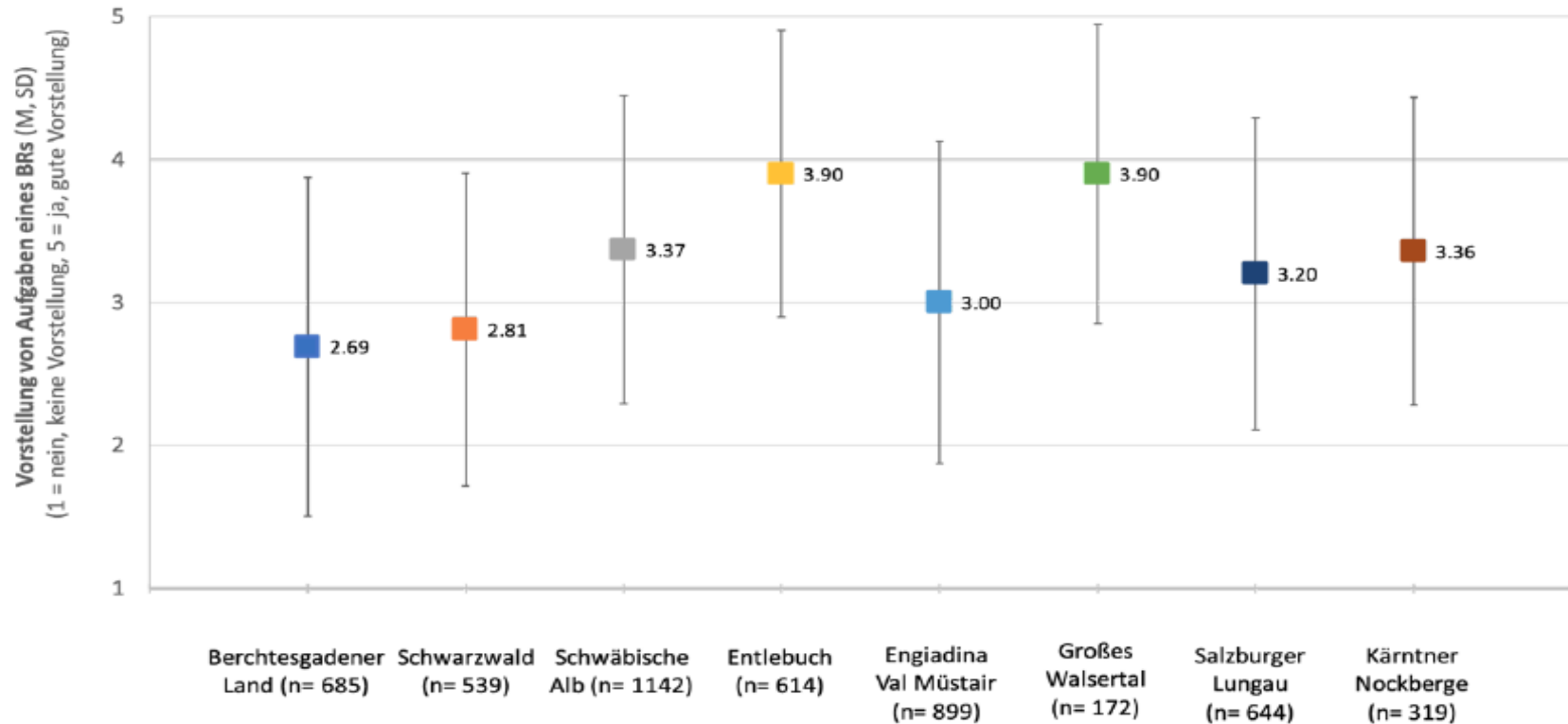


Abbildung 18. Mittelwert $\pm 1SD$ pro BR für die Frage "Haben Sie eine Vorstellung davon, was zu den Aufgaben einer UNESCO Biosphäre gehört?". Die Unterschiede zwischen den BRs sind signifikant ($F(7, 5006) = 85.35, p < .000$).

Die Entlebucher Bevölkerung hat im Schnitt eine gute Vorstellungen davon, was die Aufgaben der Biosphäre sind.

GENUTZTE INFOKANÄLE

Rang und Anteil Antworten (in%)

Infokanäle	BR							
	Berchtesgadener Land (n = 678)	Schwäbische Alb (n = 1154)	Entlebuch (n = 631)	Engiadina Val Müstair (n = 900)	Großes Walsertal (n = 174)	Salzburger Lungau (n = 653)	Kärntner Nockberge (n = 327)	Schwarzwald (n = 543)
Zeitung	1 (69.9)	1 (79.2)	1 (86.1)	1 (69.4)	1 (69.6)	1 (80.1)	1 (72.6)	1 (80.8)
Infotafeln, Flyer oder Prospekte	3 (39.7)	2 (65.4)	2 (72.7)	2 (63.7)	2 (64.3)	2 (42.4)	2 (61.4)	2 (65.4)
Fernsehen oder Radio	2 (49.7)	4 (35.8)	5 (30.6)	3 (48.9)	6 (21.4)	3 (38.3)	5 (38.9)	3 (52.7)
Internet (Homepage des BRs)	4 (37.4)	3 (45.3)	3 (50.2)	5 (22.5)	4 (52.4)	4 (36.9)	4 (40.2)	4 (34.1)
Veranstaltungen des BRs	6 (12.8)	5 (35.4)	4 (38.8)	6 (19.0)	3 (57.7)	5 (33.9)	3 (46.1)	6 (17.1)
Freunde oder Kollegen	5 (22.7)	6 (24.0)	6 (30.0)	4 (23.2)	5 (22.0)	6 (29.8)	6 (35.2)	5 (22.9)
Soziale Medien	7 (11.7)	8 (11.6)	9 (15.0)	7 (8.8)	8 (14.3)	7 (25.2)	9 (14.6)	7 (11.6)
Vereine	9 (7.6)	7 (12.9)	8 (15.6)	9 (4.2)	7 (19.6)	8 (12.0)	8 (15.9)	9 (7.4)
Newsletter	10 (3.9)	10 (3.6)	7 (20.6)	8 (5.0)	8 (14.3)	9 (5.7)	7 (28.7)	10 (2.7)
Andere Internetseiten	8 (8.9)	9 (8.3)	10 (3.8)	10 (3.3)	9 (4.2)	10 (4.4)	10 (1.6)	8 (10.5)

Die Bevölkerung informiert sich vor allem durch den Entlebucher Anzeiger, Infomaterial und UBE-Prospekte über die Biosphäre. Das Internet wird von der Hälfte der Bevölkerung verwendet.

ZUFRIEDENHEIT MIT DEN INFOS

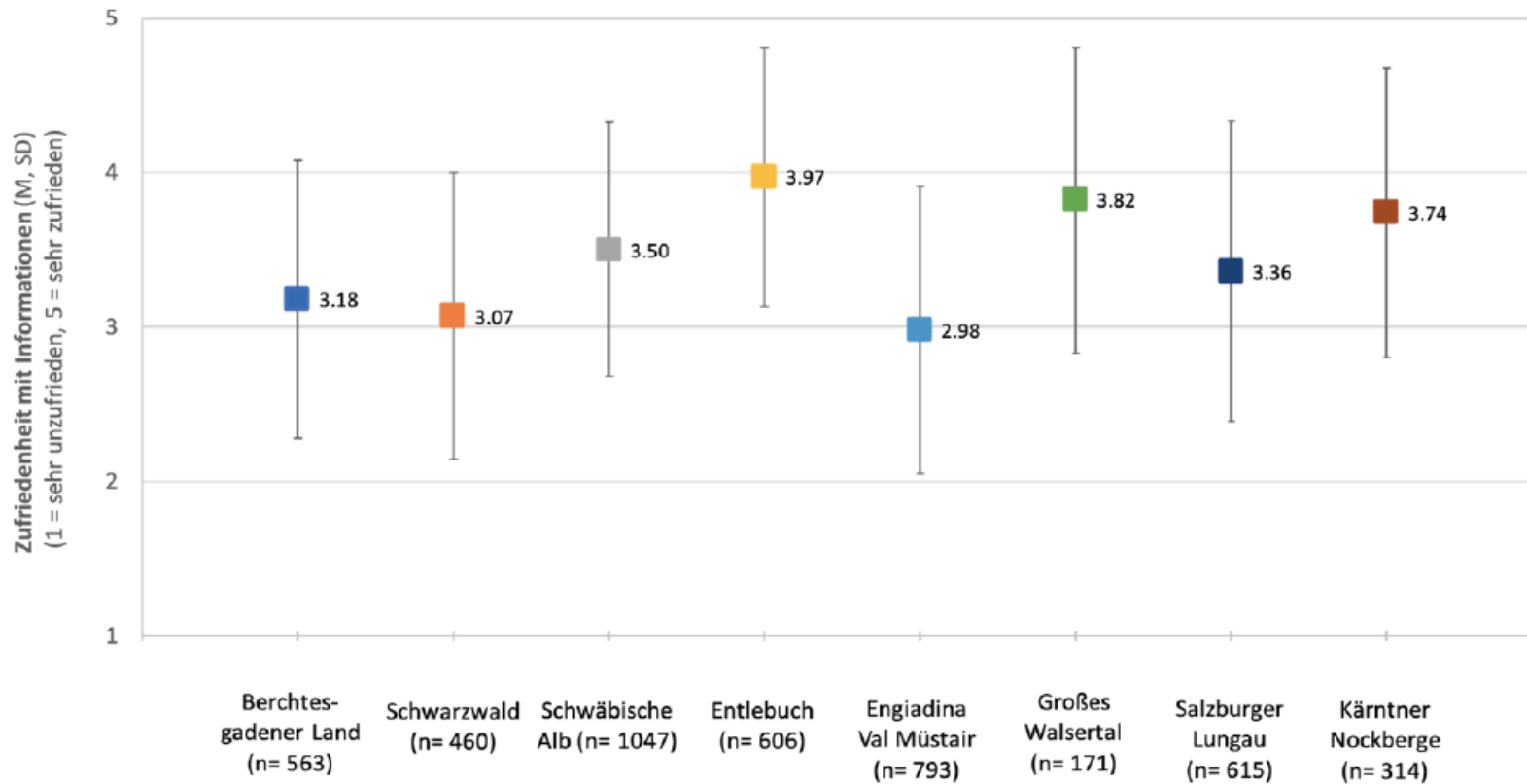


Abbildung 22. Mittelwerte \pm ISD pro BR zum Skalenscore „Zufriedenheit mit den erhaltenen Informationen“. Die Unterschiede zwischen den BRs insgesamt sind signifikant ($F(7, 4561) = 86.71, p < .000$);

Die Bevölkerung zeigt sich mit den bereitgestellten Informationen seitens der UBE im Schnitt zufrieden.

AKZEPTANZ

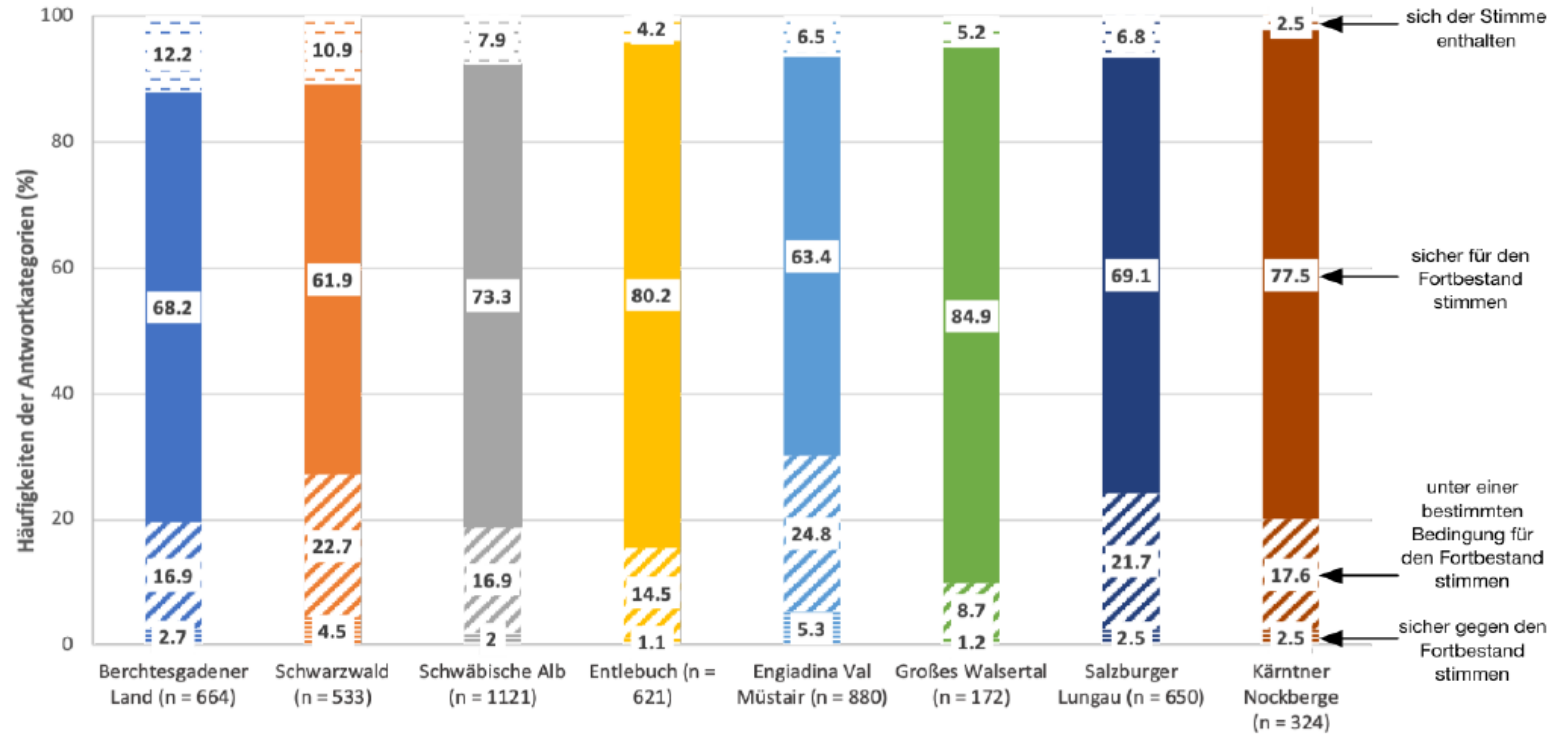


Abbildung 35. Häufigkeitsverteilung der einzelnen Antwortkategorien pro BR auf die Frage „Wenn am nächsten Sonntag über den Fortbestand des BR abgestimmt werden würde, wie wäre Ihre Haltung? Würden Sie...“. Die Antwortkategorien sind in Form einer Mehrfachsäule dargestellt, wobei sich die einzelnen Antworten jeweils auf 100% aufaddieren.

In einer fiktiven Abstimmung über den Fortbestand der Biosphäre würden 80% «Ja» und 14.5% «unter bestimmten Bedingungen Ja» stimmen. 1.1% der Bevölkerung würde Nein stimmen.

IDENTIFIKATION

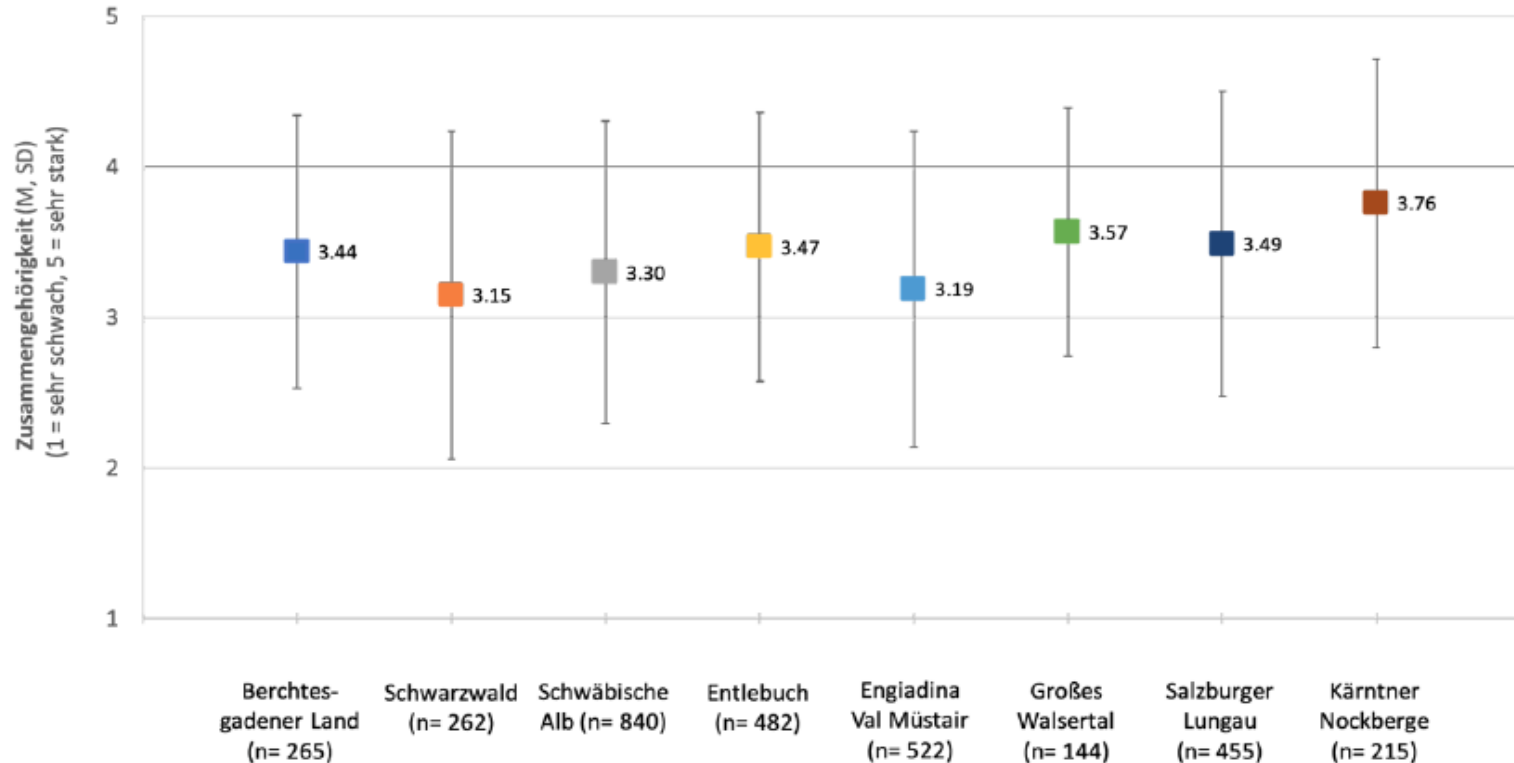


Abbildung 36. Mittelwerte \pm 1SD pro BR zum Skalenscore „Zusammengehörigkeit“ (zwischen Region und BR sowie zwischen Personen innerhalb des BRs). N = Subsample. Die Unterschiede zwischen den BRs sind signifikant ($F(7, 3186) = 12.5, p < .000$).

Die Identifikation mit der Biosphäre zeigt sich bei der lokalen Bevölkerung als mittel bis stark.

ENGAGEMENT: BEREITSCHAFT

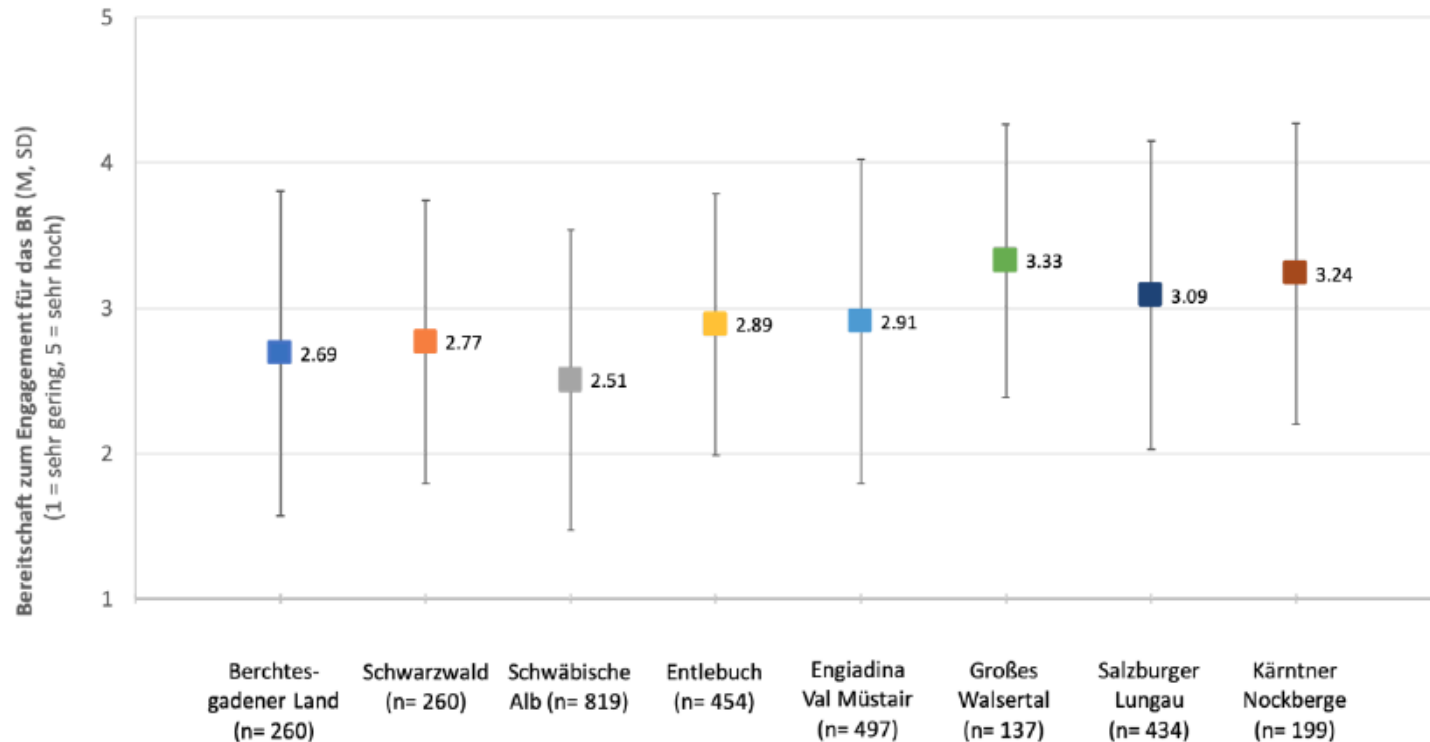


Abbildung 45. Mittelwerte $\pm 1SD$ pro BR zum Skalenscore „Bereitschaft zum Freizeiteinsatz für das BR“. $N =$ Subsample. Die Unterschiede zwischen den BRs sind signifikant ($F(7, 3052) = 25.65, p < .000$).

Die Bereitschaft zur Mitwirkung in der Biosphäre fällt mittel aus. 60% der Bevölkerung gibt an, keine Zeit zu haben, 22% andere Gründe und 15% zeigen kein Interesse für ein Engagement.

TATSÄCHLICHES ENGAGEMENT

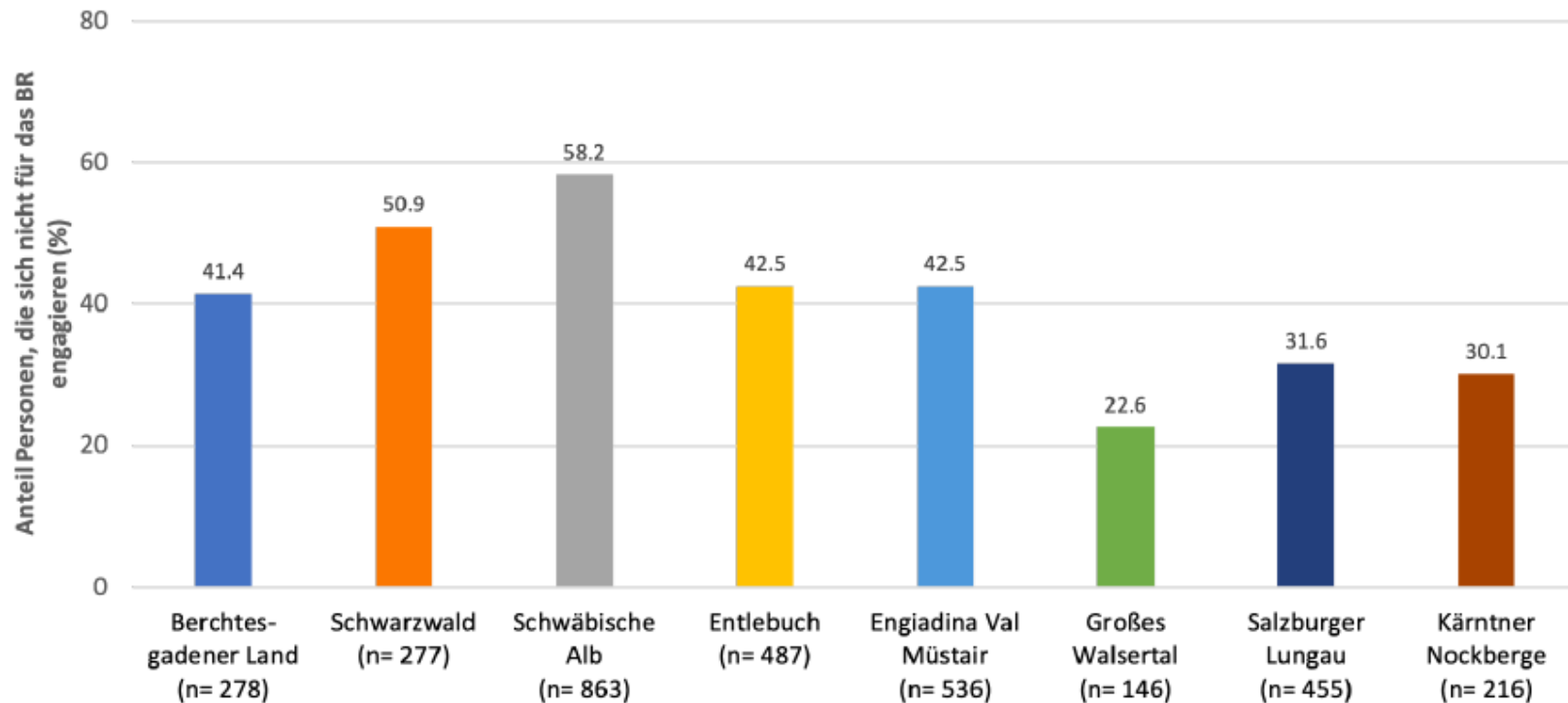


Abbildung 48. Häufigkeitsverteilung pro BR für die Aussage „Ich engagiere mich nicht für das BR“. Die Unterschiede zwischen den BRs sind signifikant ($X^2(7) = 150.31$; $p = .000$; $n = 3254$).

57.5% der Bevölkerung engagiert sich in irgendeiner Weise für die Biosphäre.
42.5% geben an, dass sie aktuell nicht mitwirken.

BEWERTUNG UBE-MANAGEMENT

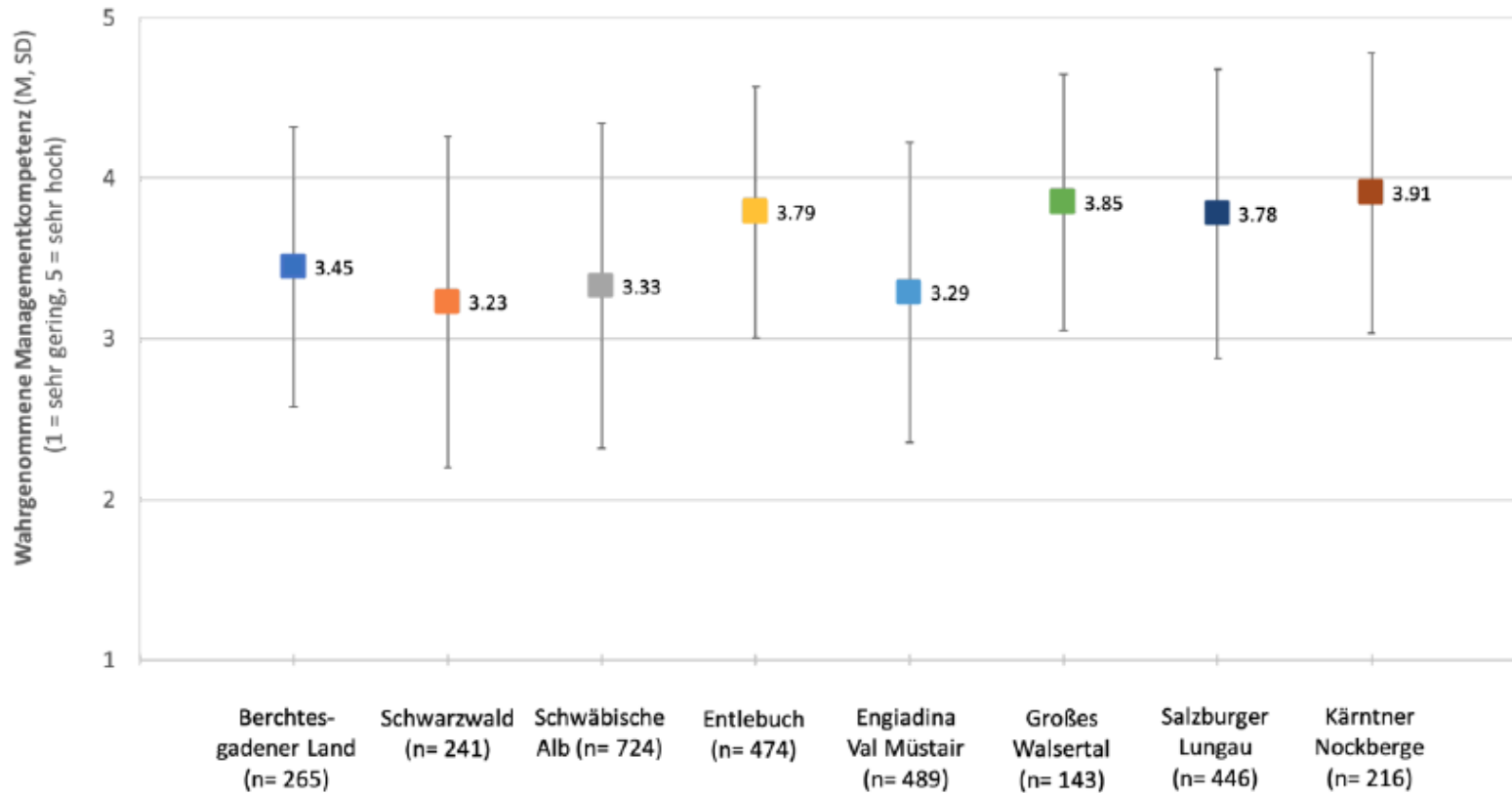


Abbildung 23. Mittelwerte $\pm 1SD$ pro BR zum Skalenscore „wahrgenommene Managementkompetenz“. $N =$ Subsample. Die Unterschiede zwischen den BRs sind signifikant ($F(7, 2990) = 31.41, p < .000$).

Die Bevölkerung gibt dem UBE Management gute Noten, die vorhandene Kompetenz wird im Schnitt als hoch eingeschätzt.

ERWARTUNGEN

Rang und Anteil Antworten (in%)

Erwartete Auswirkungen	BR							
	Berchtesgadener Land	Schwäbische Alb	Entlebuch	Engiadina Val Müstair	Großes Walsertal	Salzburger Lungau	Kärntner Nockberge	Schwarzwald
Das BR...								
<u>fördert die Vermarktung regionaler Produkte.</u>	4 (70.4)	1 (78.2)	<u>1 (82.8)</u>	2 (70.3)	2 (80.1)	1 (83.3)	3 (76.1)	3 (74.3)
schützt die Natur und Landschaft in der Region.	1 (79.7)	3 (77.0)	4 (69.4)	1 (71.0)	3 (78.9)	2 (78.1)	2 (77.4)	1 (81.8)
<u>verbessert das Image der Region.</u>	6 (64.6)	2 (77.1)	<u>2 (79.2)</u>	3 (69.7)	4 (77.7)	3 (77.9)	1 (77.8)	6 (63.1)
fördert eine nachhaltige Land- und Forstwirtschaft.	2 (75.8)	7 (64.3)	6 (66.4)	6 (63.9)	1 (81.3)	4 (77.3)	5 (70.4)	2 (79.8)
macht die Region auch für viele interessant, die hier sonst gar nicht herkommen würden.	16 (35.9)	14 (47.9)	14 (53.8)	9 (56.3)	13 (61.4)	11 (59.9)	8 (67.3)	16 (37.3)
<u>hat grosses Potenzial für die Entwicklung der Region.</u>	7 (56.4)	8 (63.1)	<u>3 (70.9)</u>	4 (66.4)	6 (71.7)	5 (76.2)	4 (74.1)	8 (57.3)
erweitert das Wissen in der Bevölkerung über Natur- und Umweltthemen.	5 (67.1)	5 (64.9)	11 (57.8)	8 (58.6)	8 (71.1)	6 (66.1)	6 (68.4)	4 (70.6)
gibt dem Hotel- und Gaststättengewerbe einen positiven Schub.	12 (43.6)	4 (69.2)	5 (68.9)	5 (65.3)	5 (74.1)	7 (65.2)	11 (64.0)	7 (60.4)
verbessert die Lebensqualität in meiner Region.	3 (71.3)	6 (63.5)	13 (55.2)	13 (51.9)	9 (70.5)	8 (64.7)	7 (68.0)	5 (64.1)
fördert die regionale Kultur.	10 (47.3)	10 (59.2)	7 (64.5)	12 (52.8)	8 (71.1)	10 (61.0)	12 (63.6)	9 (53.3)
lässt Arbeitsplätze in der Region entstehen.	14 (40.1)	12 (54.1)	8 (62.8)	7 (61.5)	13 (61.4)	8 (64.7)	9 (66.7)	13 (47.8)
ist ein Vorbild für viele andere Regionen im In- und Ausland.	8 (54.4)	13 (47.9)	9 (60.7)	11 (53.6)	10 (68.1)	9 (62.0)	10 (65.0)	10 (51.2)
erhöht die Identifikation mit der Region.	9 (48.1)	11 (54.9)	10 (59.4)	10 (53.9)	12 (63.3)	14 (58.2)	12 (63.6)	11 (50.2)
<u>verändert die Region.</u>	13 (42.7)	9 (62.7)	<u>16 (45.7)</u>	17 (41.2)	14 (60.8)	12 (59.5)	14 (51.5)	10 (51.6)
macht die Region bundes-/landesweit und international bekannter.	16 (35.9)	13 (47.9)	14 (53.8)	9 (56.3)	13 (61.4)	11 (59.9)	8 (67.3)	12 (47.9)
fördert die Nutzung erneuerbarer Energie.	11 (44.4)	16 (44.0)	12 (55.5)	15 (44.2)	7 (71.7)	13 (59.3)	16 (44.1)	11 (50.2)
<u>stärkt Kooperationen.</u>	17 (31.2)	15 (44.4)	<u>17 (38.8)</u>	16 (41.7)	15 (48.7)	15 (55.2)	15 (50.5)	14 (38.8)
<u>stärkt das Zusammengehörigkeitsgefühl der Menschen untereinander.</u>	15 (36.6)	17 (35.0)	<u>15 (47.0)</u>	14 (42.8)	11 (65.1)	16 (51.7)	13 (57.9)	15 (38.2)

WAHrgENOMMENE WIRKUNGEN

Rang und Mittelwert (Skala von 1=nein, keine Wirkung bis 5=ja, Wirkung)

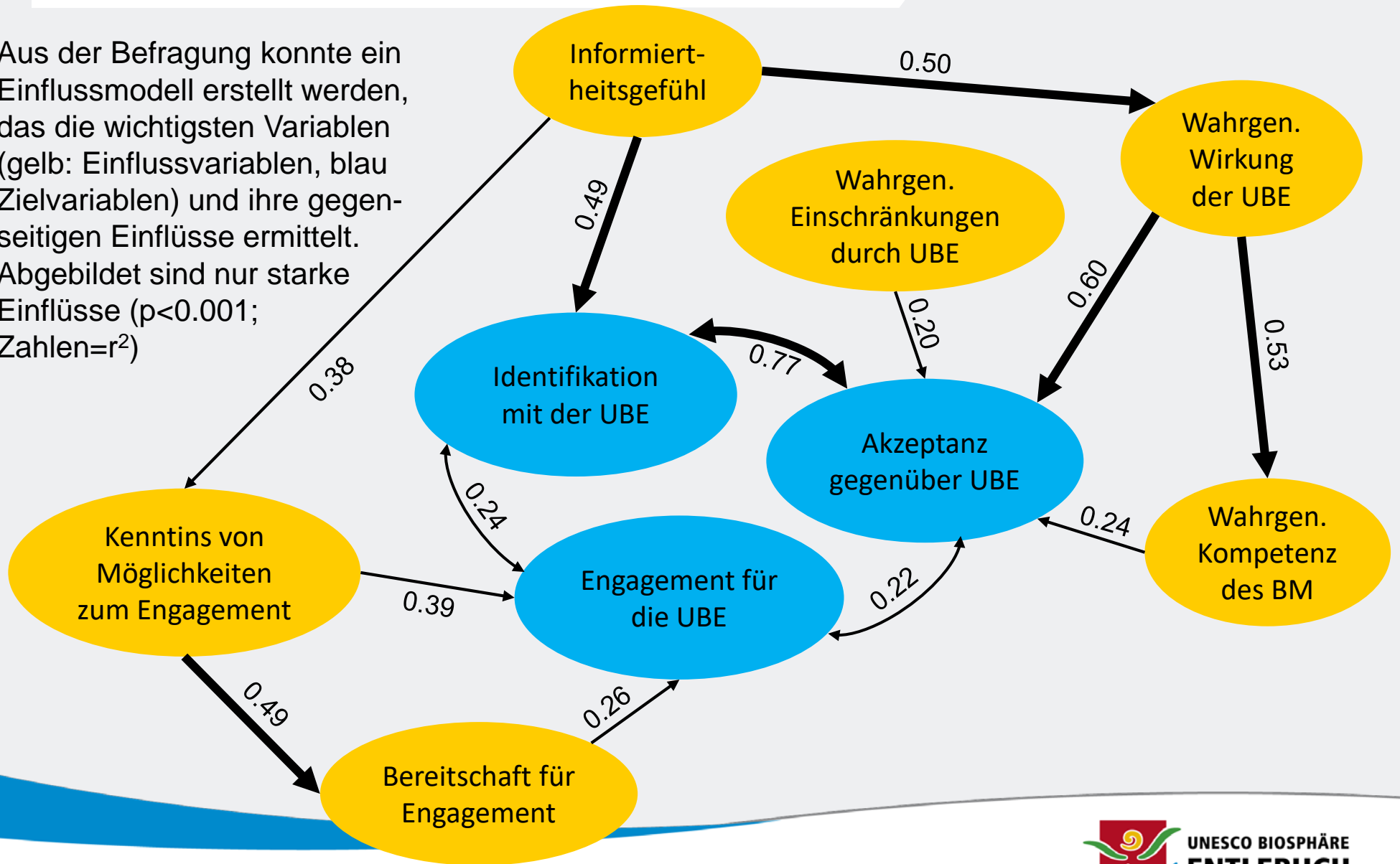
Wahrgenommene Wirkungen	BR							
	Berchtesgadener Land	Schwäbische Alb	Entlebuch	Engiadina Val Müstair	Großes Walsertal	Salzburger Lungau	Kärntner Nockberge	Schwarzwald
Das BR...								
fördert die Vermarktung regionaler Produkte.	1 (3.97)	1 (4.25)	1 (4.49)	2 (3.68)	4 (3.83)	1 (4.35)	3 (4.21)	2 (3.76)
schützt die Natur und Landschaft in der Region.	3 (3.82)	5 (3.88)	6 (3.87)	1 (3.75)	4 (3.83)	6 (3.71)	1 (4.41)	1 (3.79)
verbessert das Image der Region.	2 (3.92)	3 (4.09)	2 (4.27)	4 (3.50)	2 (4.07)	2 (4.02)	2 (4.28)	3 (3.75)
fördert eine nachhaltige Land- und Forstwirtschaft.	6 (3.54)	13 (3.48)	10 (3.55)	5 (3.34)	13 (3.18)	5 (3.77)	11 (3.82)	6 (3.45)
macht die Region auch für viele interessant, die hier sonst gar nicht herkommen würden.	5 (3.57)	2 (4.18)	2 (4.27)	3 (3.55)	1 (4.12)	3 (3.89)	4 (4.19)	4 (3.54)
hat grosses Potenzial für die Entwicklung der Region.	7 (3.52)	7 (3.69)	4 (3.93)	6 (3.29)	6 (3.77)	4 (3.84)	6 (4.01)	8 (3.40)
erweitert das Wissen in der Bevölkerung über Natur- und Umweltthemen.	6 (3.54)	11 (3.56)	11 (3.54)	9 (3.21)	10 (3.46)	13 (3.44)	7 (3.98)	5 (3.46)
gibt dem Hotel- und Gaststättengewerbe einen positiven Schub.	11 (3.42)	4 (3.97)	7 (3.84)	8 (3.23)	9 (3.53)	11 (3.58)	10 (3.93)	7 (3.43)
verbessert die Lebensqualität in meiner Region.	8 (3.49)	14 (3.36)	14 (3.37)	16 (2.83)	11 (3.44)	15 (3.31)	13 (3.73)	13 (3.22)
fördert die regionale Kultur.	19 (3.44)	10 (3.59)	8 (3.79)	10 (3.18)	6 (3.77)	9 (3.60)	8 (3.96)	10 (3.28)
lässt Arbeitsplätze in der Region entstehen.	14 (2.90)	15 (3.12)	15 (3.30)	15 (2.87)	12 (3.26)	17 (3.05)	12 (3.81)	16 (2.98)
ist ein Vorbild für viele andere Regionen im In- und Ausland.	4 (3.70)	12 (3.55)	3 (3.99)	12 (2.99)	5 (3.81)	7 (3.69)	5 (4.12)	9 (3.39)
erhöht die Identifikation mit der Region.	9 (3.46)	8 (3.67)	5 (3.89)	11 (3.15)	8 (3.55)	10 (3.59)	8 (3.96)	12 (3.23)
verändert die Region.	12 (3.32)	6 (3.71)	9 (3.65)	13 (2.90)	7 (3.57)	14 (3.32)	14 (3.55)	14 (3.14)
macht die Region bundes-/landesweit und international bekannter.	9 (3.46)	9 (3.65)	4 (3.93)	7 (3.28)	2 (4.06)	8 (3.65)	9 (3.94)	11 (3.25)
fördert die Nutzung erneuerbarer Energie.	13 (2.93)	16 (2.82)	13 (3.46)	17 (2.78)	3 (4.06)	16 (3.15)	16 (3.06)	17 (2.92)
stärkt Kooperationen.	12 (3.32)	13 (3.48)	12 (3.47)	14 (2.89)	12 (3.26)	12 (3.48)	11 (3.82)	15 (3.10)
stärkt das Zusammengehörigkeitsgefühl der Menschen untereinander.	15 (2.86)	16 (2.82)	16 (3.24)	18 (2.55)	14 (3.09)	18 (3.01)	15 (3.47)	18 (2.74)

ERWARTUNGEN UND WIRKUNGEN

- Die Entlebucher Bevölkerung erwartet von der UBE insbesondere, dass sie die Vermarktung von regionalen Produkten fördert, das Image der Region verbessert und die Region weiterentwickelt. Diese Erwartungen werden von der Bevölkerung als erfüllt wahrgenommen, d.h. die Bevölkerung nimmt in diesen Bereichen eine klare Wirkung der UBE wahr. Ebenso wird eine klare Wirkung im Bereich der Bekanntmachung der Region wahrgenommen.
- Die Bevölkerung erwartet hingegen am wenigsten (d.h. weniger als 50% tun dies), dass die UBE die Region verändert sowie Kooperationen und das Zusammengehörigkeitsgefühl in der Region stärkt. In der Wahrnehmung der Wirkung fallen diese Bereiche trotzdem leicht positiv aus, es wird also eine gewisse Wirkung in diesen Bereichen attestiert, obwohl keine erwartet wird.
- Generell zeigt sich, dass die Bevölkerung sehr viele Erwartungen an das Wirken der UBE hat und auch in sehr vielen Bereichen eine gewisse bis klare Wirkung wahrnimmt.

EINFLUSSMODELL

Aus der Befragung konnte ein Einflussmodell erstellt werden, das die wichtigsten Variablen (gelb: Einflussvariablen, blau Zielvariablen) und ihre gegenseitigen Einflüsse ermittelt. Abgebildet sind nur starke Einflüsse ($p < 0.001$; Zahlen= r^2)



FOLGERUNGEN

- Sehr hohe Akzeptanz, mittlere bis starke Identifikation und mittlere Mitwirkung: der partizipative Ansatz und die interaktive Aufbauphase der Biosphäre zeigt nach wie vor ihre Wirkung
- Im Vergleich zu den anderen 7 Biosphärenreservaten weist die UBE in allen Zielvariablen, ausser dem Engagement, Spitzenwerte auf
- Damit die guten Resultate gehalten und gleichzeitig Identifikation und Mitwirkung ausgebaut werden können, bieten sich basierend auf den Resultaten die folgenden Massnahmen an:
 - Stärkeren Austausch mit der Bevölkerung sowie mit Vereinen und Verbänden
 - Zielgruppen-orientierte Kommunikation
 - Die UBE und ihre Wirkung noch besser “erlebbar” Machen
 - UBE-Bildung stärken und langfristig ausrichten, z.B. mit neuem Erwachsenenbildungsprogramm
 - Die verschiedenen Mitwirkungsmöglichkeiten (z.B. Foren) besser bekannt machen

WEITERE INFORMATIONEN

Der Gesamtbericht zum Projekt mit allen Auswertungen kann hier heruntergeladen werden:

<https://naturwissenschaften.ch/service/publications/113684-akzeptanz-identifikation-und-engagement-ansichten-und-mitwirkung-der-bevoelkerung-in-unesco-biosphaerenreservaten-akiden->



Akzeptanz, Identifikation
und Engagement:
Ansichten und Mitwirkung der
Bevölkerung in UNESCO
Biosphärenreservaten
(AkIdEn)

Dialog N – Forschung und Kommunikation für Mensch, Umwelt
und Natur

Eike von Lindern
Rebecca Knoth
Xenia Junge