

HOCHSCHULE RHEIN-WAAL
FAKULTÄT GESELLSCHAFT UND ÖKONOMIE
PROF. DR. DIRK REISER

Crowding in Schutzgebieten

-

Untersuchung der Auswirkungen auf die Besuchsqualität der
Besucher*Innen am Beispiel des Nationalparks Gesäuse

Bachelorarbeit

vorgelegt von

Maximiliane Manon Obermeyer

HOCHSCHULE RHEIN-WAAL
FAKULTÄT GESELLSCHAFT UND ÖKONOMIE
PROF. DR. DIRK REISER

Crowding in Schutzgebieten

-

Untersuchung der Auswirkungen auf die Besuchsqualität der
Besucher*Innen am Beispiel des Nationalparks Gesäuse

Bachelorarbeit im Studiengang
Nachhaltiger Tourismus
Zur Erlangung des akademischen Grades

Bachelor of Arts

vorgelegt von
Maximiliane Manon Obermeyer
Graf-Törringstr. 21
83373 Taching am See

Matrikelnummer:
27247

Abgabedatum:
05.09.2023

Abstract

Schutzgebiete wie Nationalparks gelten als immer beliebteres Reiseziel unter Erholungssuchenden. Die Gebiete spielen eine wichtige Rolle in Bezug auf den Naturschutz, sie bringen wirtschaftliche Vorteile für die Region und bieten den Besucher*Innen Möglichkeiten zur Erholung und Bildung. Mit steigenden Besucher*Innenzahlen entstehen jedoch auch Probleme, die Nationalparks und das Management vor neue Herausforderungen stellen. Der Schwerpunkt dieser Arbeit liegt auf den sozialen Auswirkungen und insbesondere dem Phänomen *Crowding*. Demnach wird die individuelle und negative Wahrnehmung der Besucher*Innenmenge in einem bestimmten Gebiet untersucht. Als Fallbeispiel wurde der Nationalpark Gesäuse ausgewählt. An acht Befragungstagen und an zwei verschiedenen Standorten wurden mit Hilfe von persönlichen Interviews und Online-Befragungen Daten von Besucher*Innen erhoben. Der Fokus lag dabei auf der Messung des aktuellen und generell wahrgenommenen Empfindens von *Crowding* sowie dessen Auswirkungen auf die Zufriedenheit des Besuchs und dem *Coping* Verhalten. Außerdem wurde untersucht, wie sich Erfahrungen und das Besuchsmotiv von Einsamkeit und Ruhe auf *Crowding* auswirken und ob es einen Unterschied zwischen Einheimischen und Nicht-Einheimischen gibt. Nach der Auswertung der Ergebnisse wurde festgestellt, dass ein Zusammenhang zwischen *Crowding*, *Coping* und Erfahrungen besteht. Ebenso konnte ein Unterschied in der *Crowding* Wahrnehmung zwischen den Besuchergruppen der Einheimischen und nicht Einheimischen festgestellt werden. Die Einheimischen tendierten demnach eher dazu sich *crowded* zu fühlen. Kein Zusammenhang konnte in Bezug auf die Zufriedenheit und das Motiv festgestellt werden. Die Bachelorarbeit dient als Unterstützung für das Besucher*Innenmanagement des Nationalparks und trägt dazu bei, dass eine hohe Besuchsqualität im Nationalpark Gesäuse weiter aufrechterhalten werden kann.

Schlüsselwörter: Nationalpark, *Crowding*, *Coping*, Erholung, Soziale Carrying Capacity

Inhaltsverzeichnis

Tabellenverzeichnis	vii
Abkürzungsverzeichnis	viii
1. Einleitung	1
1.1 Problemstellung und Themenrelevanz	2
1.2 Zielsetzung und methodisches Vorgehen.....	4
2. Nationalparks	6
2.1 Nationalparks in Österreich	8
2.2 Nationalparktourismus in Österreich.....	9
2.3 Bedeutung des Tourismus in österreichischen Nationalparks	10
2.4 Auswirkungen des Nationalparktourismus.....	11
3. Zentrale Konzepte und theoretische Hintergründe.....	13
3.1 Erholungserlebnis	13
3.2 Konflikttheorie im Erholungskontext.....	15
3.2.1 Crowding	17
3.2.2 Coping.....	22
3.4 Das Konzept der sozialen Carrying Capacity.....	24
4. Untersuchungsgebiet und Fallbeispiel Nationalpark Gesäuse	28
5. Forschungsmethodik	31
5.1 Fragestellung	31
5.2 Wahl der Methodik	32
5.3 Konstruktion des Fragebogens	34
5.4 Datenerhebung.....	37
5.5 Auswertung der Daten	40
6. Ergebnisse	42
6.1 Soziodemografische Ergebnisse	42
6.2 Besucher*Innenstruktur, Besuchsmotivation und Besucher*Innenzufriedenheit ..	43
6.3 Wahrnehmung von Crowding.....	46
6.4 Überprüfung der Hypothesen und Beantwortung der Forschungsfrage.....	52
7. Diskussion und Schlussfolgerungen	57
7.1 Stärken und Limitationen der Arbeit	64
7.2 Fazit und Ausblick.....	66
Literaturverzeichnis.....	68
Anhang	80
Anhang A: Fragebogen zum Besucher*Innenaufkommen.....	80

Anhang B: Online Fragebogen.....	84
Anhang C: QR-Code für die Online Befragung.....	91
Anhang D: Tagesprotokolle.....	92
Selbstständigkeitserklärung.....	93

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Geografische Lage der österreichischen Nationalparks.....	9
Abbildung 2: Erholungserlebnis aus den Komponenten Landschaft, Management und soziale Attribute	14
Abbildung 3: Crowding Modell nach Shelby	18
Abbildung 4: Crowding Modell nach Manning	19
Abbildung 5: Hierarchische Darstellung der Coping Strategien.....	23
Abbildung 6: Geografische Lage des Nationalparks Gesäuse	28
Abbildung 7: Befragungsstandorte Parkplatz Haindlkar und Weidendom	39
Abbildung 8: Altersgruppen der Befragten	42
Abbildung 9: Aktivitäten nach Besuchsgruppe.....	44
Abbildung 10: Besucher*Innengruppen der Erstbesucher*Innen und der Wiederholungsbesucher*Innen	46
Abbildung 11: Crowding Empfinden nach Besuchsgruppen.....	49
Abbildung 124: Veränderung der Besucher*Innenmenge nach Besuchsgruppe	49
Abbildung 13: Anwendung von Coping Strategien nach Besuchsgruppen	50
Abbildung 14: Darstellung der linearen Regression mit einem Punktediagramm.....	54

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Managementziele der Schutzgebietskategorien nach Wichtigkeit	7
Tabelle 2: Österreichische Nationalparks und deren Fläche in km ²	8
Tabelle 3: Ökologische Auswirkungen auf Schutzgebiete durch Tourismus	12
Tabelle 4: Übersicht über die Befragungstage und die Anzahl der Teilnehmenden	38
Tabelle 5: Rücklaufquote und Verweigerungsanzahl der Befragung	40
Tabelle 6: Geschlecht, Alter, Bildungsabschluss und Wohnort der befragten Personen .	43
Tabelle 7: Besuchsgruppen und Aktivitäten der befragten Personen	44
Tabelle 8: Besuchsmotive der Befragten.....	45
Tabelle 9: Anzahl der Besuchstage der Befragten.....	45
Tabelle 10: Crowding, Erwartungshaltung und Coping an den Befragungstagen	47
Tabelle 11: Crowding, Coping und Veränderung der Besucher*Innenmenge der Wiederholungsbesuchenden.....	48
Tabelle 12: Bereiche/Zeiten mit besonders hohem Besucher*Innenaufkommen	50
Tabelle 13: Chi-Quadratstest zur Prüfung von H1	53

Abkürzungsverzeichnis

Convention of Biological Diversity.....	CBD
International Union for Conservation of Nature	IUCN
Verein Deutscher Naturparks	VDN
Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie	BMK
World Tourism Organization	UNWTO
Standardabweichung	SD
Mittelwert.....	M

1. Einleitung

"It is ironic that one of the greatest threats to national parks is commonly seen as their increasing popularity" (Manning, 2002, S. 306). Dieses Zitat stammt aus dem Jahr 2002 und hat dennoch nicht an aktueller Bedeutung verloren. Eine zunehmende Beliebtheit von Nationalparks, einhergehend mit einem höheren Besucher*Innenaufkommen, gehört zu einer der größten Gefahren von selbigen. In den meisten Kontexten wird eine steigende Beliebtheit als etwas Positives bewertet, im Zusammenhang von Tourismus in Nationalparks ist diese jedoch auch kritisch zu betrachten. Die vorliegende Bachelorarbeit beschäftigt sich im Folgenden mit einem problematischen Gesichtspunkt, welcher durch eine steigende Beliebtheit und einem höheren Besucher*Innenaufkommen in Nationalparks verursacht und verstärkt wird.

Nationalparks haben wichtige Funktionen, eine wesentliche davon ist der Schutz der Natur, der Ökosysteme und der natürlichen Ressourcen in einem festgelegten Raum. Die Natur wird, so weit wie möglich, sich selbst überlassen ohne dass der Mensch in die natürlichen Vorgänge eingreift. Durch diesen hohen Naturschutzstatus können Nationalparks eine besondere Qualität des Natur- und Landschaftserlebens für Besuchende anbieten und einen Einblick in eine nicht gesteuerte und gelenkte Natur gewähren. Damit erfüllen sie wiederum weitere wichtige Funktionen in Form von Erholungs- und Bildungsmöglichkeiten (Leung *et al.*, 2019; EUROPARC Deutschland, 2010; Nationale Naturlandschaften e. V., 2023). Im Kontext dieser genannten Funktionen wird in Nationalparks auch von einem Doppelmandat gesprochen: Schutz und Nutzung (Mayer *et al.*, 2010).

Da Nationalparks weltweit als Prädikat für intakte, diverse und einzigartige Naturlandschaften wahrgenommen werden und endemische und besondere Tier- und Pflanzenarten beherbergen, gelten sie als ein beliebtes Reiseziel und haben ein hohes Potential von Besuchenden für verschiedene Freizeitaktivitäten und zu Erholungszwecken aufgesucht zu werden (Rein & Schuler, 2019; Butzmann, 2017). Dabei stehen Nationalparks vor der Herausforderung die vielfältigen und oftmals negativen Auswirkungen des Tourismus zu bewerkstelligen und ein Gleichgewicht zwischen den Funktionen Schutz und Nutzung zu finden (Kalisch, 2012). Dieses Spannungsverhältnis führt zur Problemstellung dieser Arbeit.

1.1 Problemstellung und Themenrelevanz

Nationalparks besitzen eine hohe gesellschaftliche Relevanz, die von verschiedenen Perspektiven betrachtet werden kann, wie der naturwissenschaftlichen, der gesellschaftlichen und der wirtschaftlichen. Sie bieten langfristigen Schutz von wertvollem Lebensraum für Flora und Fauna, was die Überlebenschancen von Arten, Lebensgemeinschaften und Ökosystemen erhöht. Zudem stellen sie, durch die weitgehend natürliche Entwicklung der Natur, begehrte Forschungsräume dar und können damit zur „Entwicklung von Lösungen für aktuelle Herausforderungen wie Klimawandel, Artenschwund, invasive Arten, Fragmentierung, Schutz der großen Beutegreifer Luchs, Bär und Wolf bei[tragen]“ (Zacherl-Draxler, Hasler & Paar, 2018, S. 7). Auch aus wirtschaftlicher Sicht bringen Nationalparks Vorteile für die Regionen, da sie zur ländlichen Entwicklung und zur lokalen Wirtschaft, etwa durch die Schaffung von Arbeitsplätzen, die Vermarktung regionaler Produkte und durch langfristige Einkommensmöglichkeiten, beitragen können (Butzmann, 2017; Leung *et al.*, 2019; Kalisch, 2012; Verein Nationalparks Austria & BMK, 2019). Neben diesen Aspekten können sie einen Betrag zur physischen und psychischen Gesundheit der Menschen leisten, indem sie einen aktiven Lebensstil durch die Möglichkeit der Ausübung von verschiedensten Aktivitäten fördern und damit stressreduzierend wirken (EUROPARC Federation, 2019).

Im Tourismus steigt die Bedeutung von Natur und Naturerleben stetig und dementsprechend nimmt auch die touristische Nutzung in naturgeprägten Destinationen wie Nationalparks zu (Siegrist *et al.*, 2019; Rein & Schuler, 2019; Leung *et al.*, 2019). Insbesondere Schutzgebiete im Alpenraum, eine der größten Tourismusregionen der Welt, ziehen jedes Jahr zahlreiche Besucher*Innen an (Luger, 2022; Kalisch, 2012). Neben der quantitativen Steigerung des Tourismus in Schutzgebieten steigt auch die qualitative Anzahl der Freizeitaktivitäten, das bedeutet es entwickeln sich zunehmend neue Formen von Aktivitäten in Schutzgebieten (Štekerová, Zelenka & Kořínek, 2022; Volz & Mann, 2006; EUROPARC Federation, 2019). Mit einer zunehmenden touristischen Nutzung steigen auch die Bedenken, dass Schutzgebiete die negativen Auswirkungen des Tourismus nicht bewerkstelligen können, ohne die ökologische Integrität der fragilen Gebiete zu beschädigen und die Besuchsqualität der Touristen zu reduzieren (Kalisch, 2012). Während die negativen ökologischen Auswirkungen des Tourismus in Schutzgebieten bereits häufig erforscht worden sind und als Schwerpunkt in der Freizeitforschung gelten, spielen die Besucher*Innenerfahrungen und die Qualität der Erholungserlebnisse hingegen meist eine eher untergeordnete Rolle (Arnberger & Brandenburg, 2007). Bereits in den 70er und

80er Jahren haben die ökologischen Auswirkungen, aufgrund von Verschlechterungen der Umweltqualität in einigen Schutzgebieten, eine hohe Aufmerksamkeit erfahren (Volz & Mann, 2006). Die Schwere der Auswirkungen auf die Natur ist dabei von vielen Faktoren abhängig, wie beispielsweise dem Ort und ob dieser fragile Lebensräume beherbergt und schützt, dem Nutzungsdruck und dem Verhalten der Besucher*Innen (Rein & Schuler, 2019). Die negativen ökologischen Auswirkungen durch touristische Nutzung in Schutzgebieten werden in Kapitel 2.4 genauer erläutert.

Eine hohe touristische Auslastung kann jedoch nicht nur zu ökologischen Konflikten, durch negative Auswirkungen auf die Natur, sondern auch zu sozialen Konflikten innerhalb von Schutzgebieten führen und die Besucher*Innenerlebnisqualität negativ beeinflussen. Durch hohe Besucher*Innendichten sowie eine hohe Diversität an Aktivitätsmöglichkeiten, welche mit unterschiedlichen Erwartungen und Ansprüchen verknüpft sind und unterschiedliche Motive des Besuchs bedeuten, können Diskrepanzen zwischen und innerhalb von Nutzer*Innengruppen entstehen. Die Erwartungen und Ansprüche der Besucher*Innen können sich dabei teilweise so stark voneinander unterscheiden, dass sie sich durch diese neuen Verhaltensmuster und durch die Besucher*Innendichte in ihrem Erholungserlebnis gestört fühlen und die Landschaftsräume als überfüllt und „crowded“ bewerten (Volz & Mann, 2006). *Crowding* wird als psychologisches Konstrukt bezeichnet, welches in jedem Kopf individuell existiert. Es wird definiert als negative Wahrnehmung einer Besucher*Innendichte und beinhaltet ein Werturteil, dass die Anzahl der Begegnungen und die Besucher*Innendichte zu hoch ist. Das Wahrnehmen von Crowding wird als Stressfaktor bewertet und kann zu einer abnehmenden Besucher*Innenzufriedenheit führen, ein Negativimage der Destination bedeuten und damit dem Nationalpark und der Tourismusregion schaden (Vaske & Shelby, 2008; Shelby *et al.*, 1983; Volz & Mann, 2006).

Crowding kann zudem zu verschiedenen Stressreaktionen bei den Besuchenden führen, diese werden von Forscher*Innen als *Coping* bezeichnet (Kyle, Landon & Schuett, 2023). Coping Strategien umfassen räumliche und zeitliche Verschiebungen sowie kognitive Anpassungen. Zum Beispiel gehört zu diesen Reaktionen das Verlagern der Aktivität in einen weniger besuchten Bereich des Schutzgebietes, das Verschieben der Freizeitaktivität auf Wochentage anstatt an Wochenenden oder das Auswählen einer weniger beliebten Uhrzeit für die Aktivität wie etwa früh morgens (Schneider & Hammitt, 1995). Die Folgen dieser Stressreaktionen können dazu führen, dass der Mensch immer tiefer und intensiver in wenig oder gar nicht erschlossene Gebiete eindringt und Naturlandschaften damit noch

mehr unter Druck gesetzt werden (Siegrist *et al.*, 2019), der Anteil ungestörter Naturlandschaften abnimmt und eine unkontrollierte Nutzung von Naturräumen folgt (Volz & Mann, 2006).

Um die Probleme, einhergehend mit Crowding und Coping, zu vermeiden und damit Nationalparks ihr volles Potential für die Gesellschaft ausschöpfen und die öffentliche Wertschätzung und die Unterstützung aus der Gesellschaft für Nationalparks aufrechterhalten können, ist es wichtig, dass Besucher*Innen möglichst qualitativ hochwertige Besuchserfahrungen machen. Dabei sollten sie nicht durch andere Besucher*Innen in ihrem Besucher*Innenerlebnis eingeschränkt werden (Manning, 2002). Aus diesem Grund setzen sich Nationalparks mit dieser Grundfrage auseinander „welche Art und Intensität der Erholungsnutzung ist möglich, ohne dass es zu nachhaltigen Schäden von Natur und Landschaft oder zu Belastungen der Erholungssuchenden kommt“ (Volz & Mann, 2006, S. 26). Um diese Frage zu untersuchen wird in der Freizeitforschung oftmals auf das Konzept der *Carrying Capacity* zurückgegriffen. Diese wird, im Zusammenhang mit Nationalparks und vom National Park Service der USA (2006), als Menge und Art der Besucher*Innennutzung definiert, welche unter Beibehaltung der gewünschten Ressourcen und der Besucher*Innenerlebnisqualität vertretbar ist. In dieser Bachelorarbeit werden diese Themen, *Carrying Capacity*, Crowding und Coping, aufgegriffen und an einem Fallbeispiel, dem Nationalpark Gesäuse, untersucht. Folgende Ziele werden dabei für die Bachelorarbeit verfolgt.

1.2 Zielsetzung und methodisches Vorgehen

Wie im vorherigen Kapitel beschrieben, können aus einem hohen oder zu hohen Besucher*Innenaufkommen und dem daraus resultierenden Crowding Probleme entstehen. Diese können sowohl den Nationalpark selbst, die Qualität der Besucher*Innenerlebnisse und die Nationalparkregionen betreffen und schädigen. Zudem stellt es die Nationalparkverwaltungen vor neue Herausforderungen bezüglich des Besucher*Innenmanagements, denn es sollen sowohl qualitativ hochwertige Erholungserlebnisse angeboten als auch der Schutz der Natur gewährleistet werden (EUROPARC Deutschland, 2010). Untersuchungen wie diese tragen dazu bei, Probleme in diesem Themenfeld zu erkennen und frühzeitig reagieren und gegebenenfalls Maßnahmen ergreifen zu können.

In dieser Bachelorarbeit werden die oben kurz erläuterten Themen der *Carrying Capacity* insbesondere der sozialen *Carrying Capacity*, Crowding und Coping am Beispiel des Nationalparks Gesäuse aufgegriffen. Mit Hilfe einer quantitativen Befragung der

Besuchenden und der Auswertung dieser, sowie einer vorangegangenen Literaturrecherche, ist das Ziel dieser Arbeit den Status Quo bezüglich des dortigen Crowding Empfindens und den angewandten Coping Strategien zu eruieren um im Anschluss eine Bewertung über die soziale Carrying Capacity abgeben zu können. Die quantitative Befragung fand im Vorfeld vor Ort sowohl als persönlich-mündliche Interviews als auch als Online-Befragung statt.

Die zentrale Fragestellung die in dieser Bachelorarbeit untersucht und beantwortet wird lautet: *Ist bei den Besucher*Innen des Nationalparks Gesäuse ein Crowding Empfinden während ihres Besuchs im Nationalpark festzustellen?*

Für die Beantwortung dieser Frage werden in den folgenden Kapiteln die Begrifflichkeiten sowie die theoretischen Grundlagen, auf die sich diese Bachelorarbeit bezieht, vorgestellt. Zuerst wird der Begriff Nationalpark sowie die Bedeutung dessen im österreichischen Tourismuskontext erläutert. Im Anschluss folgt eine kurze Zusammenfassung der ökologischen Auswirkungen des Nationalparktourismus, bevor die zentralen Konzepte dieser Bachelorarbeit vorgestellt werden. Letzteres bezieht sich auf das Modell eines Erholungserlebnisses, auf das Konzept von Crowding, Coping und der sozialen Carrying Capacity. Danach wird das Untersuchungsgebiet Nationalpark Gesäuse vorgestellt. Die Forschungsmethodik, der Fragebogen, die Vorgehensweise bei der Datenerhebung sowie die Datenauswertung folgen im Anschluss. Im letzten Teil werden die Ergebnisse diskutiert, die zuvor aufgestellten Hypothesen überprüft und beantwortet und ein Fazit formuliert.

2. Nationalparks

Die USA gilt als Vorreiter und Ideengeber für die Einführung und Erschließung großflächiger Schutzgebiete. Im Jahr 1872 wurde dort der weltweit erste Nationalpark Yellowstone gegründet (Rein & Schuler, 2019). Im Jahr 1909 wurde der erste Nationalpark Europas in Schweden erschlossen und im Jahr 1914 ist der erste Nationalpark in der Schweiz und damit im Alpenraum entstanden (Kreft, Hoffmann & Schubert, 2011). Aufgrund der verschiedenen Auffassungen des Begriffs Nationalparks oder anderen Schutzgebietsbegriffen hat die *International Union for Conservation of Nature* (IUCN) 1994 eine weltweit etablierte und von dem wichtigsten Abkommen zum Schutz der Biodiversität, *Convention of Biological Diversity* (CBD), anerkannte Kategorisierung von Schutzgebieten entwickelt (EUROPARC Deutschland, 2010). Der Oberbegriff Schutzgebiet wird von der IUCN definiert als „ein klar definierter geografischer Raum, der aufgrund rechtlicher oder anderer wirksamer Mittel anerkannt und gemanagt wird und dem Erreichen eines langfristigen Schutzes und Erhalts der Natur sowie der darauf beruhenden Ökosystemleistungen und kulturellen Werte dient“ (EUROPARC Deutschland, 2010, S. 11). Schutzgebiete werden von der IUCN abhängig von ihren Schutzziele, dem Gebietsmanagement und den Schutzmaßnahmen klassifiziert. Ziel der Kategorisierung ist es eine weltweit einheitliche und allgemeinverständliche Auffassung für die Begrifflichkeiten von Schutzgebieten zu entwickeln (IUCN, 1994; EUROPARC Deutschland, 2010). Die Kategorisierungen werden von der IUCN als wichtiger Standard "für die Planung, Einrichtung und das Management von Schutzgebieten" verstanden und dienen dem Zweck der Vereinfachung in der Kommunikation und dem Informationsaustausch über Schutzgebiete (EUROPARC Deutschland, 2010, S. 9). Die IUCN unterscheidet insgesamt sechs unterschiedliche Kategorien, eine davon unterteilt, von Schutzgebieten:

- Ia Strenges Naturreservat,
- Ib Wildnisgebiet,
- II Nationalpark,
- III Naturdenkmal oder -erscheinung,
- IV Biotop/Artenschutzgebiet mit Management,
- V Geschützte Landschaft/geschütztes Meeresgebiet,
- VI Schutzgebiete mit nachhaltiger Nutzung der natürlichen Ressourcen (IUCN, 1994).

Damit die jeweilige Kategorie in Gebieten von der IUCN anerkannt werden, müssen die Schutzgebiete die primären Managementziele auf mindestens 75% der Fläche anwenden

(EUROPARC Deutschland, 2010). In folgender Tabelle werden die Managementziele für die jeweiligen Kategorien dargestellt. Die Zahlen geben die Wichtigkeit des jeweiligen Managementziels an. Die markierte Spalte zeigt die Managementziele von Nationalparks.

Tabelle 1: Managementziele der Schutzgebietskategorien nach Wichtigkeit

Managementziele	Ia	Ib	II	III	IV	V	VI
Wissenschaftliche Forschung	1	3	2	2	2	2	3
Schutz der Wildnis	2	1	2	3	3	-	2
Artenschutz und Erhalt der genetischen Vielfalt	1	2	1	1	1	2	1
Erhalt der Wohlfahrtswirkung der Umwelt	2	1	1	-	1	2	1
Schutz bestimmter natürlicher/kultureller Erscheinungen	-	-	2	1	3	1	3
Tourismus und Erholung	-	2	1	1	3	1	3
Bildung	-	-	2	2	2	2	3
Nachhaltige Nutzung von Ressourcen aus natürlichen Ökosystemen	-	3	3	-	2	2	1
Erhalt kultureller und traditioneller Besonderheiten	-	-	-	-	-	1	2
Legende: 1 vorrangiges Ziel 2 nachrangiges Ziel 3 unter besonderen Umständen einschlägiges Ziel - nicht einschlägig							

Quelle: (IUCN, 1994, S. 8).

Von der IUCN werden Nationalparks als Schutzgebiete der Kategorie II bezeichnet, sie "sind zur Sicherung großräumiger ökologischer Prozesse ausgewiesene, großflächige natürliche oder naturnahe Gebiete oder Landschaften samt ihrer typischen Arten- und Ökosystemausstattung, die auch eine Basis für umwelt- und kulturverträgliche geistig-seelische Erfahrungen und Forschungsmöglichkeiten bieten sowie Bildungs-, Erholungs- und Besucherangebote machen" (EUROPARC Deutschland, 2010, S. 21). Die Definition schließt die vorrangigen Ziele von Nationalparks der Kategorie II dabei bereits mit ein: Der langfristige Schutz der natürlichen Vielfalt, der ökologischen Strukturen und Prozesse sowie die Förderung von Bildung und Erholung. Letzteres soll durch Besucher*Innenlenkung so gestaltet werden, dass die ökologische Integrität der fragilen Gebiete nicht beschädigt wird. Weitere Ziele auf ökologischer Ebene umfassen den Erhalt von endemischen Arten in funktionsfähigen Populationen um den Erhalt von Ökosystemen zu gewährleisten, die Sicherung von „charakteristischen Beispiele physiografischer Regionen, biotischer Gemeinschaften, genetischer Ressourcen“ und die Unterstützung von „Arten

mit weitem Aktionsraum“ (ebd., S. 21). Die Bereitstellung von Informationen und die Sensibilisierung der Öffentlichkeit für die Notwendigkeit von Nationalparks und weitere Schutz- und Erhaltungsprogramme, die Unterstützung und Förderung wissenschaftlicher Forschungsarbeiten, die Berücksichtigung von Bedürfnissen und die Miteinbeziehung der lokalen Gemeinschaft in Entscheidungsprozesse sowie die Förderung der Regionalökonomie durch angepassten Tourismus gehören ebenso zu den Aufgaben und Zielen von Nationalparks (Butzmann, 2017; Nationale Naturlandschaften e. V., 2023).

2.1 Nationalparks in Österreich

In Österreich gilt 28,8% der Bundesfläche als naturschutzrechtlich geschützt. Davon gehören etwa 3% zu den IUCN Kategorien I und II. Etwa 14% der Schutzgebiete zählen zu den IUCN Kategorien III und IV und rund 12% der Schutzgebiete fallen unter die Gebiete der IUCN Kategorien V und VI (ÖROK Atlas, 2021; Umweltbundesamt, 2023a). In Österreich gelten die unter der Dachmarke "Nationalparks Austria" zusammengeschlossenen sechs Nationalparks als die „ökologisch wertvollsten Regionen des Landes“ (Nationalparks Austria, 2023a) und werden in nachfolgender Tabelle mit jeweiliger Fläche und dem verwaltenden Bundesland vorgestellt. Die markierte Zeile zeigt den Nationalpark Gesäuse, welcher in dieser Bachelorarbeit als Untersuchungsgebiet herangezogen wird und in Kapitel 4 genauer vorgestellt wird.

Tabelle 2: Österreichische Nationalparks und deren Fläche in km²

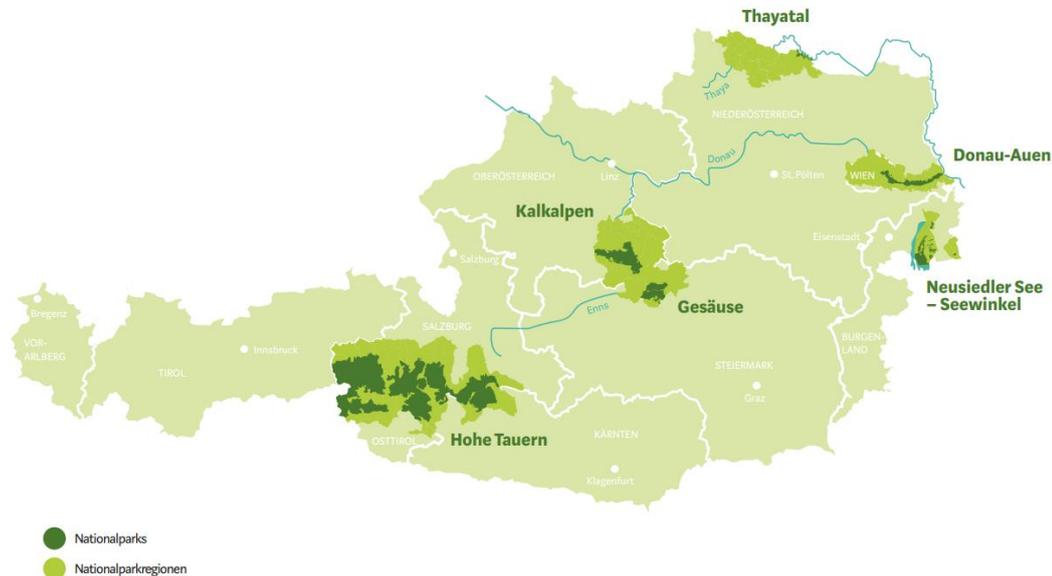
Nationalpark	IUCN-Kategorie	Bundesländer	Fläche in km ² (gerundet)
Donau-Auen	II	Niederösterreich, Wien	96
Hohe Tauern	II	Kärnten, Salzburg, Tirol	1.857
Neusiedler See – Seewinkel	II	Burgenland	96
Thayatal	II	Niederösterreich	14
Kalkalpen	II	Oberösterreich	209
Gesäuse	II	Steiermark	124

Quelle: (Eigene Darstellung basierend auf Umweltbundesamt, 2022)

Die Gesamtfläche der österreichischen Nationalparks umfasst 2.395 km². Alle österreichischen Nationalparks sind der IUCN-Kategorie II zugeordnet und werden damit auch international und von der Biodiversitätskonvention der Vereinten Nationen als Nationalpark anerkannt (Nationalparks Austria, 2023a; Umweltbundesamt, 2022).

Die folgende Abbildung zeigt die genauen Standorte der Nationalparks sowie der jeweiligen Nationalparkregionen. Der Nationalpark Gesäuse befindet sich im Bundesland Steiermark und grenzt an die Nationalparkregion Kalkalpen.

Abbildung 1: Geografische Lage der österreichischen Nationalparks



Quelle: (Verein Nationalparks Austria & BMK, 2019, S. 11)

In Österreich sind für den Natur-, Landschafts- und Artenschutz die jeweiligen Ämter der Landesregierungen verantwortlich, die eigene Naturschutzgesetze haben und Bestimmungen für den Schutz der Natur (Ausweisung von Schutzgebieten) und für bestimmte Arten (Tier- und Pflanzenschutzverordnungen) festlegen. Das bedeutet es gibt kein allgemeingültiges Naturschutzgesetz auf Bundesebene, sondern neun verschiedene Naturschutzgesetze für die jeweiligen Bundesländer. Für Nationalparks gelten ebenso von den jeweiligen Bundesländern festgelegte Nationalparkgesetze, die sich mit den Nationalparkzielen beschäftigen. Die Zonierungen und die Erstellung von Managementplänen der Nationalparks sind wiederum in Verordnungen der jeweiligen Nationalparks geregelt (ÖROK Atlas, 2021; Umweltbundesamt, 2023a, 2023b).

2.2 Nationalparktourismus in Österreich

Wie in Kapitel 2 ersichtlich sind Tourismus und Erholung ein vorrangiges Managementziel von Nationalparks, daher bieten sie in der Regel auch zahlreiche Möglichkeiten von Freizeitaktivitäten an. Der im Jahr 2015 erschienene Leitfaden von EUROPARC und dem Verein Deutscher Naturparke (VDN) bietet einen Überblick über die fünf verschiedenen Angebotsbereiche von Großschutzgebieten:

- *Natur sehen und verstehen*: Unter diesen Angebotsbereich fallen jegliche Aktivitäten im Rahmen der Natur-/Umweltbildung und -beobachtung, diese finden beispielsweise durch Lehrpfade, Beobachtungsstationen, Informationszentren und Führungen statt.
- *Natur aktiv erleben*: Dieser Angebotsbereich umfasst die körperlichen Aktivitäten, die in der Natur ausgeübt werden können, wie beispielsweise Wandern, Nordic Walking, Radfahren, Kanufahren, Klettern etc.
- *Natur spüren*: Dazu zählen Aktivitäten, welche zur Gesunderhaltung in der Natur beitragen können, wie beispielsweise Fastenwandern, Meditationskurse und Naturwellness.
- *Über Natur der Region begegnen*: Damit sind Aktivitäten gemeint die zur Bewusstseinsbildung regionaler Identität beitragen, durch z. B. Sammeln und Verarbeiten von Naturprodukten und dem Konsum regionaler Produkte.
- *Natur unterstützen*: Unter diesen Angebotsbereich fällt die Freiwilligenarbeit in der Natur, z. B. die Pflege von Landschaftsflächen und Anpflanzungen, Instandhaltung von Infrastrukturen und Vogelzählungen (VDN und EUROPARC Deutschland e. V, 2020).

Auch die österreichischen Nationalparks bieten diese Angebotsvielfalt an (Nationalparks Austria, 2023b) und sehen sich gleichzeitig in der Verantwortung einen nachhaltigen und naturverträglichen Tourismus in diesen Gebieten zu entwickeln und zu fördern. Dies soll sowohl „das Naturerbe dauerhaft [...] schonen, [...] die lokale kulturelle Identität [stärken] und langfristige Einkommensmöglichkeiten für die lokale Bevölkerung [schaffen] (Verein Nationalparks Austria & BMK, 2019, S. 3). Der Begriff nachhaltiger Tourismus gilt inzwischen als „umfassendster und gebräuchlichster Begriff, um den Beitrag des Tourismus zu einer ökologisch, sozial und wirtschaftlich nachhaltigen Entwicklung auf globaler Ebene zu beschreiben“ (Strasdas, 2011, S. 518). Er wird von der World Tourism Organization (UNWTO) definiert als „*Tourism that takes full account of its current and future economic, social and environmental impacts, addressing the needs of visitors, the industry, the environment and host communities*“ (UNWTO & UNEP, 2005, S. 12).

2.3 Bedeutung des Tourismus in österreichischen Nationalparks

Der Großteil des Tourismus in Österreich ist nach Pröbstl-Haider *et al.* (2020) mit Aktivitäten in der Natur verbunden. Dieses Bild bestätigt sich auch durch Umfrageergebnisse einer Studie aus dem Jahr 2015, dieser zu folge ist „Natur und Landschaft“ einer der am

häufigsten genannte Grund für einen Aufenthalt in Österreich (Österreich Werbung, 2015 zitiert in Verein Nationalparks Austria & BMK, 2019). Auch für die Österreicher*Innen selbst ist „Natur und Ruhe“ ein besonders wichtiges Motiv für einen Urlaub im eigenen Land, demnach gaben zwei Drittel der Befragten Österreicher*Innen dieses Motiv an (Nationalparks Austria, 2016 zitiert in Pröbstl-Haider *et al.*, 2020). Dabei spielen auch Schutzgebiete wie Nationalparks eine große Rolle. In diesen wird eine steigende Nachfrage nach Natur- und Landschaftserlebnissen erwartet (Pröbstl-Haider *et al.*, 2020; Pröbstl-Haider & Haider, 2014). Bereits jetzt kommt für insgesamt 85% der befragten Österreicher*Innen ein Urlaub in einem österreichischen Nationalpark in Frage (Österreich Werbung, 2015 zitiert in Verein Nationalparks Austria & BMK, 2019). Zudem gaben etwa 97% der Gäste in Nationalparkregionen an, dass sie einen Aufenthalt zur Erholung und für Einblicke in die Natur weiterempfehlen, dies geht aus einer von Nationalparks Austria in Auftrag gegebener Studie hervor (Marketagent, 2016 zitiert in Verein Nationalparks Austria & BMK, 2019). Die österreichischen Nationalparks Gesäuse, Thayatal und Donau-Auen berichten in ihren jeweiligen Managementplänen von steigenden jährlichen Besucher*Innenzahlen und bestätigen damit die oben genannte Erwartung einer steigenden Nachfrage (Nationalpark Gesäuse GmbH, 2021; Nationalpark Donau-Auen GmbH, 2019; Nationalpark Thayatal GmbH, 2022).

Neben diesen genannten Aspekten, die verdeutlichen, dass Nationalparks eine hohe Bedeutung für ihre Besucher*Innen haben, spielen auch die wirtschaftlichen Vorteile durch den Nationalparktourismus in Österreich eine große Rolle. Im Jahr 2017 konnten in allen sechs Nationalparkregionen Österreichs 9,5 Millionen Nächtigungen gezählt werden, das entspricht etwa 7% der gesamten österreichischen Nächtigungen im genannten Jahr. Die Bedeutung des Tourismus in den Nationalparkregionen in Österreich zeichnet sich auch in den Beschäftigungszahlen ab, im Jahr 2018 arbeiteten 11% der in Nationalparkregionen ansässigen Bevölkerung im Kernbereich des Tourismus, wie Gastronomie und Beherbergungsbetrieben (Verein Nationalparks Austria & BMK, 2019). Der Tourismus in österreichischen Nationalparks hat neben diesen wirtschaftlichen Vorteilen auch negative ökologische Folgen, die im folgenden Kapitel erläutert werden.

2.4 Auswirkungen des Nationalparktourismus

Leung *et al.* (2019) heben hervor, dass alle touristischen Aktivitäten in Schutzgebieten potentiell negative ökologische Auswirkungen mit sich bringen können, sie unterscheiden dabei zwischen (a) biophysikalischen Auswirkungen und (b) Auswirkungen auf Flora,

Fauna und Habitat. Die negativen ökologischen Auswirkungen von Tourismus in Schutzgebieten können die gesamte Landschaftsebene des Schutzgebietes oder einzelne Standorte betreffen (ebd.) und sind wie in Kapitel 1.1 bereits erläutert von verschiedenen Faktoren abhängig, wie der Art und Intensität der Nutzung, der Sensibilität des Naturraums bzw. der Empfindlichkeit der Arten, dem zeitlichen und räumlichen Besucher*Innenaufkommen und den Verhaltensweisen von Besucher*Innen (Rein & Schuler, 2019). Die folgende Tabelle dient zur Übersicht über die möglichen negativen ökologischen Auswirkungen des Tourismus auf Schutzgebiete und orientiert sich an der Veröffentlichung von Leung *et al.* (2019).

Tabelle 3: Ökologische Auswirkungen auf Schutzgebiete durch Tourismus

Biophysikalische Auswirkungen	Auswirkungen auf Flora, Fauna & Habitat
<ul style="list-style-type: none"> - Reduzierung der Luft- und Wasserqualität - Steigender Wasserverbrauch - Langfristige Veränderung der Landschaftsstruktur durch Bau von Infrastruktur - Erhöhter Ressourcenverbrauch, wie Energie und Bodenschätze - Eingriffe und Störungen in den Lebensraum von Wildtieren - Habituation bei Tieren - Ästhetische Auswirkungen - Lichtverschmutzung - Beeinträchtigung natürlicher Geräuschkulissen 	<ul style="list-style-type: none"> - Einbringung invasiver und gebietsfremder Arten und/oder Pathogene - Trittschäden - Entnahme wertvoller Arten - Mortalität von Wildtieren durch Mobilität - Keulung von an Menschen gewöhnte Tiere

Quelle: (Eigene Darstellung basierend auf Leung *et al.*, 2019, S. 22f)

In diesem Kontext sei angemerkt, dass der Verein Nationalparks Austria bereits von ökologischen Belastungsgrenzen, die in österreichischen Nationalparks und Nationalparkregionen zu bestimmten Zeiten und an bestimmten Orten erreicht wurden, berichtet. Diese werden mit Freizeit- und Tagestourismus, einzelnen touristischen Attraktionen und Aktivitäten und der Sensibilität von Ökosystemen in Verbindung gebracht (Verein Nationalparks Austria & BMK, 2019).

3. Zentrale Konzepte und theoretische Hintergründe

Die Forschungen in Europa zu folgenden Konzepten und Modellen beruhen größtenteils auf nordamerikanischen Erkenntnissen (Arnberger & Brandenburg, 2007). Dort bestehen die langjährigsten und umfassendsten Erfahrungen mit großflächigen Schutzgebieten und touristischer Nutzung. Bereits im Jahr 1872, nach der Gründung des ersten Nationalparks Yellowstone in den USA, wurde dieser mit Tourismus in großen Besuchsmassen konfrontiert (Rein & Schuler, 2019). In den 1960er Jahren fanden dann die ersten Studien und Forschungsarbeiten zu den Themen Crowding, Besuchsaufkommen und Nutzungskonflikten in Nordamerika statt (Kalisch, 2012). In den folgenden Abschnitten werden zunächst die Dimensionen eines Erholungserlebnisses erläutert und im Anschluss mit Hilfe des *goal interference* Modell nach Jacob und Schreyer (1980) vier Konfliktfaktoren, welche das Erholungserlebnis beeinflussen können, sowie die Konfliktursache Crowding vorgestellt. Im Anschluss werden Coping Strategien und das Konzept der sozialen Carrying Capacity erläutert.

3.2 Erholungserlebnis

Miller und McCool (2003) definieren ein Erholungserlebnis als Wechselbeziehung zwischen Besucher*Innen und der Umwelt, welche alle natürlichen und menschlichen Eigenschaften eines Gebietes, einschließlich das Verhalten von anderen Besucher*Innen, umfasst (Miller & McCool, 2003). Nach der Veröffentlichung der Task Force on Visitor Capacity on Public Lands (2002), besteht ein Erholungserlebnis in Schutzgebieten aus drei Komponenten und erweitert damit das Verständnis von Miller und McCool um eine Dimension: (a) dem Gebiet als physische Grundlage mit seiner topografischen Lage, seiner Vegetation und seinen Wildtieren, (b) sozialen Attributen und (c) Management Attributen. Volz & Mann (2006) beschreiben das Zusammenspiel dieser drei Komponenten als Spannungsfeld mit unterschiedlich ausgeprägten Wechselwirkungen und die Schnittmenge der Komponenten als Erholungserlebnis. Dieses wird in folgender Abbildung dargestellt.

Abbildung 2: Erholungserlebnis aus den Komponenten Landschaft, Management und soziale Attribute



Quelle: (Eigene Darstellung basierend auf Volz & Mann, 2006, S. 42)

Soziale Attribute, welche das Erholungserlebnis beeinflussen können, umfassen, wie in der Definition von Miller und McCool (2003) bereits formuliert, andere Besucher*Innen und deren Verhaltensweisen sowie die Spuren von früheren Besuchen. Letzteres kann beispielsweise Müll, Beschädigungen an Erholungseinrichtungen oder Trittschäden umfassen (Task Force on Visitor Capacity on Public Lands, 2002). Das Management von Besucher*Innen kann das Erholungserlebnis durch bestimmte infrastrukturelle Maßnahmen und Besucher*Innenlenkungsmaßnahmen beeinflussen. Dazu zählen zum Beispiel die Installation von Wanderwegen, die Bereitstellung von Informationen, die Aufstellung von Regeln oder die Einrichtung von Besucher*Inneneinrichtungen. Diese Maßnahmen haben Auswirkungen auf die Erschließung, Erreichbarkeit und die Art der Nutzung des Gebietes (ebd.). Der wichtigste Faktor, welcher das Erholungserlebnis beeinflusst, ist nach Volz & Mann (2006) die landschaftliche Ausstattung. Von ihr ist abhängig welche Erholungsmöglichkeiten grundsätzlich ausgeübt werden können, denn für bestimmte Aktivitäten sind bestimmte Gegebenheiten unabdingbar, so sind beispielsweise Kletternde auf Felslandschaften angewiesen und Kajakfahrer*Innen auf Gewässer. Nach Volz & Mann (2006) kann die Evaluation der Qualität eines Erholungserlebnis auf unterschiedliche Ebenen untersucht werden, auf der individuellen Ebene, der ökologischen Ebene in Bezug auf die Belastungen der Umwelt und der ökonomischen Ebene in Hinblick auf den Nutzen für die Region oder das Gebiet. In dieser Bachelorarbeit und im folgenden Abschnitt wird die individuelle Ebene der Qualität des Erholungserlebnisses behandelt.

3.2 Konflikttheorie im Erholungskontext

Wie in der Einleitung bereits erläutert, können soziale Konflikte zwischen und innerhalb von verschiedenen Nutzer*Innengruppen in Schutzgebieten auftreten. Eine der ersten Theorien, die diese Konflikte erklärte war das *goal interference model* von Jacob & Schreyer (1980). Das Modell wird in den USA als häufigster Erklärungsansatz für Konflikte im Erholungskontext herangezogen (Volz & Mann, 2006). Konflikte entstehen danach vorrangig durch Begegnungen mit Anderen und deren Verhaltensweisen. Sie werden in diesem Zusammenhang als Störungen, welche auf das Verhalten anderer zurückzuführen sind und dazu führen, dass die eigenen Erholungsziele gestört und Erwartungen und Bedürfnisse nicht erfüllt werden können, definiert (Jacob & Schreyer, 1980). Konflikte können dabei asymmetrischer und symmetrischer Natur sein. Asymmetrisch bedeutet eine Konfliktpartei fühlt sich gestört, die andere nicht. Bei symmetrischen Konflikten bewerten beide Parteien eine Situation als Konflikt und können innerhalb von Besucher*Innengruppen zum Beispiel aufgrund von Wertedifferenzen verursacht werden (Volz & Mann, 2006). Beispiele für asymmetrische Konflikte sind Kanufahrende, welche sich von Motorbooten gestört fühlten aber relativ tolerant gegenüber anderen Kanufahrenden waren (Lucas, 1964 zitiert in Manning, 2011) oder Skilangläufer, welche sich von Schneemobilen gestört fühlten, die Schneemobilfahrenden sich jedoch keine Störung empfanden (Jackson & Wong, 1982 zitiert in Volz & Mann, 2006). Stankey (1973) stellte in einer Studie fest, dass Besucher*Innen von mehreren Schutzgebieten in den USA toleranter gegenüber Backpacker*Innen waren als gegenüber Wandernden mit Stöcken. Manning (2011) formulierte nach der Interpretation mehrerer Studien die Annahme, dass die höchsten Kompatibilitätswerte zwischen Besucher*Innengruppen, die dieselbe Aktivität ausüben, herrschen.

Jacob und Schreyer (1980) verfassten in ihrem Modell vier Hauptfaktoren, die mit Konflikten im Erholungskontext in Verbindung stehen und diese verstärken können:

- *Activity style*
- *Resource specificity*
- *Mode of experience*
- *Lifestyle tolerance.*

Activity style oder Aktivitätsbindung beschreibt die verschiedenen persönlichen Bedeutungen die Individuen einer bestimmten Aktivität zuschreiben. Die Bedeutung der Aktivität ist wiederum abhängig von verschiedenen Faktoren, wie etwa der Häufigkeit der Ausübung, dem persönlichen Status innerhalb eines sozialen Netzwerks durch die

Aktivität, den Erfahrungen mit der Aktivität und ob die Aktivität zum zentralen Lebensinhalt gehört und inwieweit sie den Lebensstil mitbestimmt (Manning, 2011). Die Annahme ist, dass Personen, welche einer Aktivität eine hohe Bedeutung zukommen lassen, auch spezifischere Erwartungen haben und diese Erwartungen mit den Verhaltensweisen anderer Menschen kollidieren können, die der Aktivität einer weniger hohen Bedeutung beimessen (Jacob & Schreyer, 1980). Der zweite Faktor *resource specificity* kann als Ressourcenbindung übersetzt werden und beschreibt die persönliche und emotionale Bedeutung, die der Nutzung einer bestimmten Erholungsressource für ein bestimmtes Erholungserlebnis beigemessen wird (Manning, 2011). Menschen, welche eine hohe Verbundenheit mit dem Ort haben in welchem sie die Aktivität ausüben, sind konfliktempfindlicher als Menschen, welche das Gebiet nicht gut oder gar nicht kennen. Durch fehlende Wertschätzung oder fehlendes Bewusstsein von Menschen mit geringer Ressourcenbindung können Veränderungen, Verschmutzungen oder Beschädigungen stattfinden, dies kann von Menschen mit einer hohen Ressourcenbindung als Störung empfunden werden (Volz & Mann, 2006). Der dritte Punkt sind Erfahrungen oder *mode of experience*, welche einen Konflikt verursachen können. Sie sind ausschlaggebend für die Wahrnehmung der Umwelt. Je größer die Erfahrungen an den Ort und die Ressourcen, desto fokussierter ist die Wahrnehmung und unerwünschte Veränderungen wie beispielsweise Lärm oder Beschädigungen werden schneller von diesen Personen festgestellt. Damit reagieren erfahrener Besucher*Innen sensibler auf Umweltveränderungen, was dazu führen kann, dass stark fokussierte Akteur*Innen von wenig fokussierten Akteur*Innen aufgrund der Unvereinbarkeit gestört werden (Volz & Mann, 2006). *Lifestyle tolerance*, als letzter Faktor, beschreibt das Maß an Toleranz und Akzeptanz von Individuen Anderer und anderen Verhaltensweisen gegenüber. Je höher das Toleranzmaß eines Individuums, desto höher ist die Bereitschaft sich eine Ressource mit verschiedenen Nutzer*Innengruppen zu teilen. Personen, welche eine geringe Toleranz haben, reagieren empfindlicher auf andere und deren Verhaltensweisen, was zu einem erhöhten Konfliktpotential führen kann (Jacob & Schreyer, 1980). Zu den Komponenten der Toleranz gehören das Niveau der Technologie, Ressourcenverbrauch sowie Vorurteile (Manning, 2011). Die genannten vier Faktoren können das Konfliktempfinden verstärken und beeinflussen und legen nahe, dass Konflikte nicht nur objektiv interpretiert werden können, sondern auch auf verschiedenen Haltungen und Erfahrungen beruhen. Zudem müssen Konflikte nicht nur durch den direkten Kontakt zwischen Besucher*Innen entstehen, sondern können auch wie im Modell der Abbildung 2 durch frühere oder andere Nutzungen verursacht werden. Beispielsweise

können Mountainbikende Schäden an Wegen verursachen, die auch Wandernde nutzen (ebd.). Von Volz & Mann (2006) wird dies als Wertekonflikt definiert. Ein Konflikt, welcher durch Begegnungen mit Anderen entsteht wird interpersoneller Konflikt genannt und wird im Folgenden Kapitel Crowding vorgestellt.

3.2.1 Crowding

Die Anzahl der Studien zum Crowding Empfinden in europäischen und in österreichischen Nationalparks im Vergleich zu nordamerikanischen Nationalparks ist gering (Arnberger & Brandenburg, 2007; Burns, Arnberger & Ruschkowski, 2010). Als Grund hierfür wird zum einen der fehlende Wilderness Act, welcher in den USA 1964 geltend gemacht wurde und das Recht auf Einsamkeit in Wildnisgebieten, welche oft auch Nationalparks umfassen, verantwortlich gemacht. Zum anderen wird das generell größere Interesse an den ökologischen Aspekten als an den sozialen Aspekten hervorgehoben (Arnberger & Brandenburg, 2007). Burns, Arnberger und Ruschkowski (2010) stellen zudem die Annahme auf, dass das geringe Interesse an Crowding und der sozialen Carrying Capacity Forschung auch daran liegt, dass das tatsächliche Auftreten von Crowding auch zu Konsequenzen führen müsste, und diese bei Besucher*Innen und Nutzer*Innen von Schutzgebieten nicht beliebt sind.

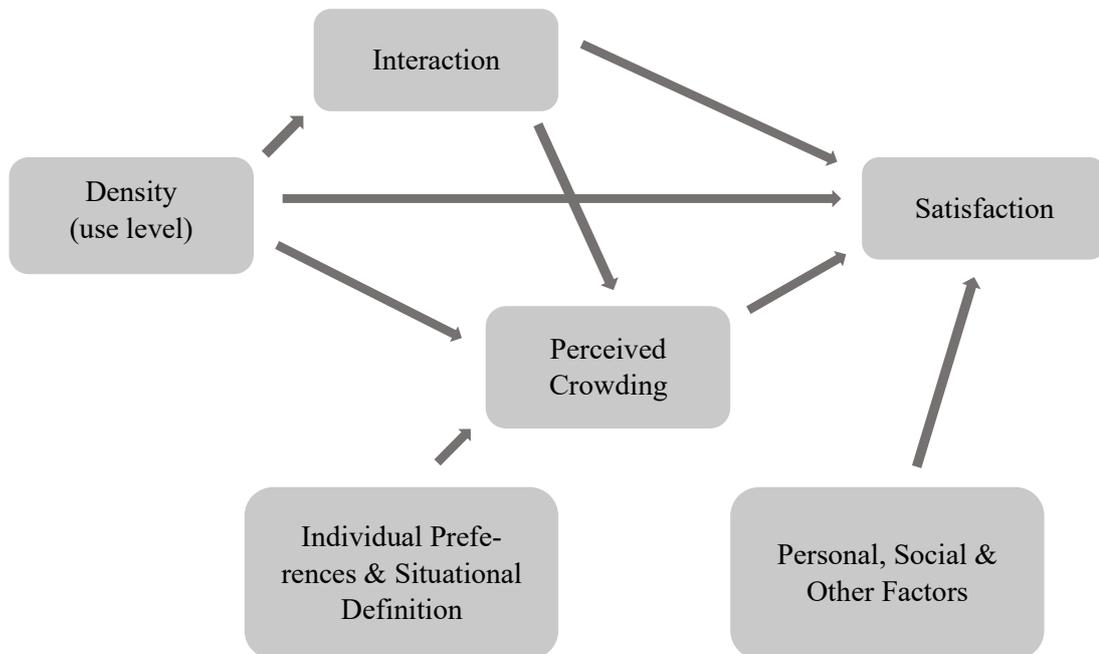
Crowding kann ins Deutsche als "Gedränge" übersetzt werden, wird in der vorliegenden Bachelorarbeit jedoch nicht übersetzt, da es sich um einen englischen Fachbegriff handelt. Um Crowding genauer zu erläutern, betonen Forschende zunächst oft den Unterschied zwischen dem Begriff *density*, welcher als Besucher*Innendichte übersetzt werden kann, und Crowding (Stokols, 1972; Manning, 2011). Density bezieht sich auf eine objektiv bestimmbare Zahl von Personen innerhalb eines bestimmten Gebietes. Der Begriff hat eine strenge physikalische Qualität und wird in Person pro Raumeinheit gemessen (Manning, 2011). Crowding beschreibt hingegen die negative Wahrnehmung von density, wodurch der individuelle Zufriedenheitsgrad oder die Besuchsqualität reduziert wird. Als psychologisches Konzept beinhaltet Crowding damit eine individuelle und subjektive Bewertung (ebd.). Von Graefe, Vaske und Kuss (1984) wird Crowding als "*negative evaluation of a certain density - a value judgment which specifies that there are too many people*" und density als "*the number of individuals in a particular setting*" definiert (S. 399). Kurz gefasst beschreibt density tatsächliche Erlebnisse und Crowding beschreibt die negativ konnotierte Anzahl an Begegnungen, an welche sich eine Person noch erinnern kann (Arnberger & Mann, 2008). Oft wird in diesem Zusammenhang deshalb auch

von "*perceived crowding*" gesprochen, um den subjektiven und bewertenden Charakter des Konzepts noch einmal hervorzuheben (Vaske & Donnelly, 2002; Shelby *et al.*, 2008; Stokols, 1972).

Das Wahrnehmen von Crowding wird von vielen Faktoren beeinflusst. Folgende Einflussfaktoren beziehen sich auf das von Shelby (1980) und das von Manning (1999) entworfene Crowding Modell:

- Persönliche Merkmale von Besucher*Innen, diese beinhalten (a) die Motivation für die Erholungsnutzung, (b) die Erwartungen an die Besucher*Innendichte, (c) der Erfahrungsgrad und (d) Einstellungen der Besucher*Innen
- Merkmale der Begegnungen, z. B. Art und/oder Größe einer Gruppe und deren Verhaltensweisen
- Situationsvariablen, wie der Ort der Begegnungen (Kalisch, 2012).

Abbildung 3: Crowding Modell nach Shelby



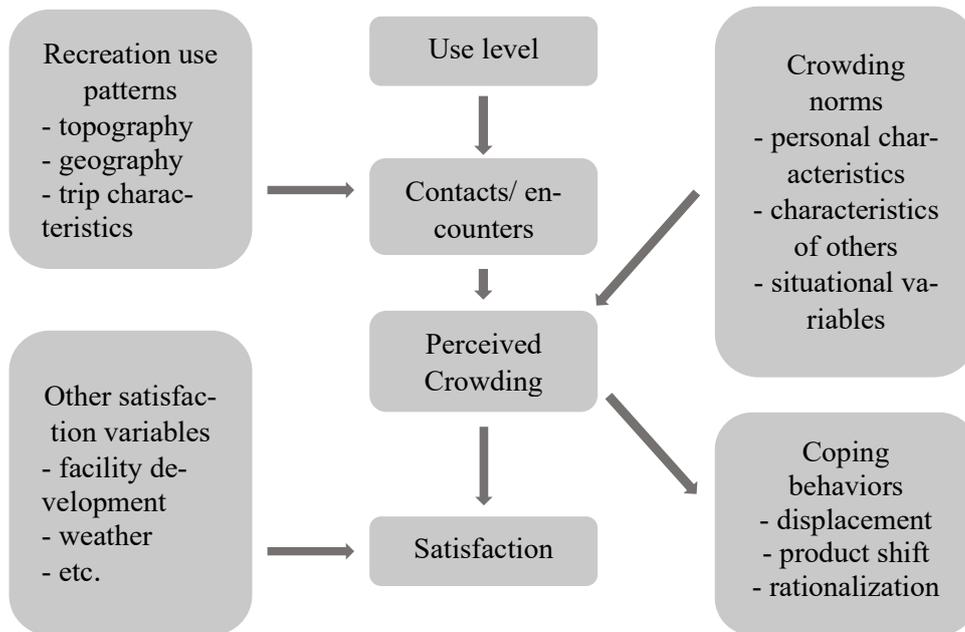
Quelle: (Eigene Darstellung basierend auf Shelby, 1980, S. 45)

Das Modell von Shelby (1980) stellt den Zusammenhang zwischen density, Interaktionen und perceived crowding her. Shelby (1980) stellt dabei die Annahme auf, dass Crowding stärker von individuellen Präferenzen und Erwartungen abhängig ist als von den tatsächlichen Begegnungen bzw. der density. Die Interaktionen, die Besucher*Innendichte, das perceived crowding und weitere Faktoren beeinflussen dann wiederum die Besucher*Innenzufriedenheit.

Ein erweitertes Crowding Modell von Manning (1999) geht davon aus, dass das „use level“ zu Interaktionen und Begegnungen zwischen Besucher*Innen führt. Use level

beschreibt, genau wie density, ein physikalisches Konzept, dass die Anzahl von Menschen pro Raumeinheit neutral und ohne Bewertung zählt (Manning, 2011). Die Interaktionen und Begegnungen sind nach ihm von den topografischen und geografischen Gegebenheiten sowie von Ausflugsmerkmalen abhängig und können durch beeinflussende Faktoren, wie auch in dem Modell von Shelby (1980), zu perceived crowding führen.

Abbildung 4: Crowding Modell nach Manning



Quelle: (Eigene Darstellung basierend auf Manning, 2011, 110)

Zu den objektiven Faktoren, welche Crowding begünstigen können, zählen zusammenfassend die Besucher*Innendichte, die Nutzungsintensität, situationsbedingte Merkmale, wie der Ort der Begegnungen, sowie unterschiedliche Nutzungen und Verhaltensweisen (Manning, 1999; Shelby, 1980). Letzteres ist nach Manning (2007) von besonderer Bedeutung, denn in der Literatur gibt es zahlreiche Studien darüber, dass andersartige Nutzungen und Verhaltensweisen Crowding verstärken. So fand Stankey (1973) beispielsweise heraus, dass Reitende auf Wandernde einen größeren Crowding Effekt haben als andersherum und Lime (1972) fand heraus, dass größere Besucher*Innengruppen einen größeren Crowding Effekt auf Personen haben, als kleinere Gruppen (zitiert in Manning, 2007). In ähnlicher Weise kann unangemessenes Verhalten (z. B. Nichteinhaltung von Regeln und Vorschriften) zu Crowding beitragen. Mehrere Studien zeigen, dass ein solches Verhalten einen größeren Einfluss auf Crowding haben kann als die Anzahl der Begegnungen (Driver & Bassett, 1975; Titre & Mills, 1982; West, 1982 zitiert in Manning, 2007).

Zu den subjektiven Faktoren, welche das Crowding Empfinden beeinflussen können, gehören Erfahrungen, Erwartungen, Präferenzen und die Motive des Besuchs (Shelby, 1980; Arnberger & Mann, 2008; Manning, 1999). Wenn eine Person ein Gebiet als crowded bewertet, hat sie die Besucher*Innendichte unbewusst und implizit verglichen mit eigenen Präferenzen und Erwartungen einer angemessenen Besucher*Innendichte und bewertet diese als zu hoch für den Kontext (Kyle, Landon & Schuett, 2023). Präferenzen sind Ideale und schaffen ein Bild des gewünschten Erholungserlebnisses oder einer gewünschten Besucher*Innendichte und wenn dieses Ideal nicht eintritt, begünstigt dies das Gefühl von Crowding (Volz & Mann, 2006; Shelby *et al.*, 1983).

Eine Erwartung ist in diesem Zusammenhang eine eigene Prognose oder Einschätzung darüber, wie der Besuch sein wird. Wenn dieses vorgestellte Szenario jedoch nicht eintritt, steigt das Konfliktpotential (Volz & Mann, 2006). Die Erwartungshaltung spielt bei Crowding eine wichtige Rolle, beispielsweise haben Besucher*Innen andere Erwartungen hinsichtlich der Besucher*Innendichte an einen Stadtwald als an einen Nationalpark, so ist auch die Toleranz in einem Stadtwald gegenüber anderen Besucher*Innen höher als in einem Nationalpark (Shelby, Vaske & Heberlein, 1989; Arnberger & Brandenburg, 2007). Ebenso konnten mehrere Studien einen Zusammenhang zwischen einer niedrigen Erwartungshaltung in Bezug auf das Besucher*Innenaufkommen und einem höherem Crowding Empfinden feststellen (Shelby *et al.*, 1983; Kyle, Landon & Schuett, 2023; Tseng *et al.*, 2009).

Auch Motive eines Besuchs haben Einfluss auf Crowding. In einer Studie von Stewart und Cole (2001) hatten Personen, welche mit den Motiven *solitude* and *privacy* ein Gebiet besuchten, ein höheres Crowding Empfinden als Personen, die diese Motive nicht für ihren Besuch hatten. Motive gelten als "Äußerungsform und Quelle menschlichen Handelns und als der Übergang eines Bedürfnisses in eine Handlung", wobei menschlichen Aktivitäten Sinn und Zweck zugeschrieben und das Ziel ein Bedürfnis zu befriedigen verfolgt wird (Volz & Mann, 2006, S. 37). Motive können aus individuellen biologischen Bedürfnissen oder außerhalb des Individuums entstehen. Dort werden Motive von Normen, Erwartungen und "Zielen von sozialen Gruppen oder Gesellschaften" beeinflusst (ebd., S. 37).

Wie bereits erläutert können frühere und häufigere Erfahrungen in einem Schutzgebiet eine wichtige Rolle bei der Bewertung des Besucher*Innenaufkommens spielen. Arnberger und Brandenburg (2007) fanden heraus, dass die meisten Untersuchungen zum Thema Crowding in abgelegenen und wenig genutzten Nationalparks und Wildnisgebieten in den

USA durchgeführt wurden, wobei die Besucher*Innenstruktur überwiegend aus Erstbesucher*Innen bestand. Empirische Studien in diesen Gebieten haben gezeigt, dass erfahrenere Besucher*Innen, welche wiederholt vor Ort waren und/oder dort ansässig waren, ein höheres Crowding Empfinden aufwiesen, als welche, die zum ersten Mal das Gebiet besuchten (Ditton, Fedler & Graefe, 1983; Vaske, Donnelly & Heberlein, 1980). Auch eine Studie von Arnberger und Brandenburg (2007) bestätigte diese Annahme in dem stark genutztem Nationalpark Donau-Auen. Dort wurde ebenso ein Zusammenhang zwischen einem erhöhtem Crowding Empfinden und einem höheren Erfahrungswert von Besuchenden festgestellt. Je größer vergangene Erfahrungswerte sind, desto wahrscheinlicher war es, dass die Besucher*Innen Crowding wahrnehmen.

Anhand der Modelle wird deutlich wie komplex die Thematik ist und dass Crowding von diversen Faktoren beeinflusst wird. Jedoch kann nicht davon ausgegangen werden, dass Besucher*Innen automatisch Crowding wahrnehmen, sobald ein Erholungsgebiet stark frequentiert ist. In manchen Zusammenhängen oder Gebieten ist ein hohes Besucher*Innenaufkommen sogar erwünscht, jedoch geht Altman (1975) davon aus, dass dies nicht in Großschutzgebieten der Fall ist (zitiert nach Kalisch, 2012).

Die Bewertungsmechanismen die hinter der negativen Wahrnehmung der Besucher*Innenmenge wirken, wurden durch folgende Modelle abgeleitet.

- (a) Das Modell *stimulus overload* sieht Größe, Dichte und Heterogenität von Erholungssuchenden als psychischen Stressauslöser. Das heißt wenn das Individuum aus individueller Sicht einem unerwünschten Maß an sozialen Kontakten ausgesetzt ist und dieser Reiz weder reduziert noch substituiert werden kann, ist die Person als Folge psychisch überlastet (Stokols, 1976).
- (b) Das *social interference* Modell unterstellt, dass menschliches Verhalten darauf abzielt, dass unterschiedliche soziale Stadien wie beispielsweise "Einsamkeit und Ruhe", "Stressabbau" erreicht werden können. Wenn das Verhalten anderer jedoch dazu führt, dass eigene Ziele oder gewünschte Zustände nicht eintreffen, kann das Gefühl von Crowding entstehen (Gramann, 1982).

Zudem wird als Erklärungsansatz von Crowding auch auf soziale Normen zurückgegriffen. Normen werden dabei als die Standards definiert, welche Individuen oder Gruppen festlegen, um die sozialen und ökologischen Bedingungen zu bewerten, die in einem Gebiet anzutreffen sind. Die Bewertungen hängen wiederum von sozial konstruierten Erwartungshaltungen an die Umgebung ab, welche sich sowohl auf das menschliche Verhalten als auch auf den Zustand des physischen Umfelds beziehen (Shelby & Vaske, 1991

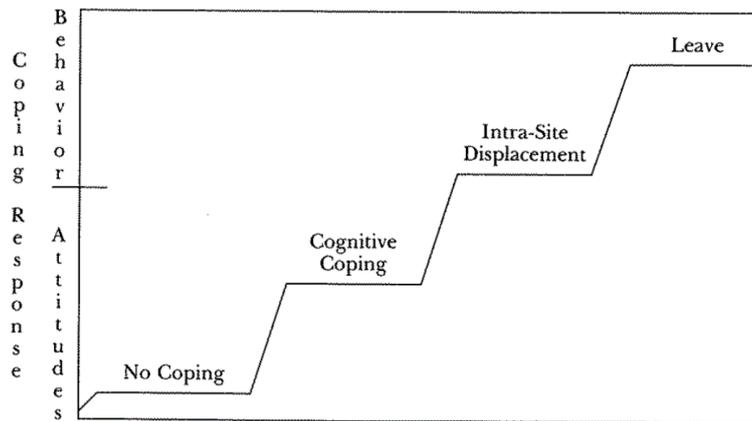
zitiert nach Kyle, Landon & Schuett, 2021). Es hat sich gezeigt, dass Besucher*Innen auch Normen haben, die festlegen wie viele Begegnungen akzeptabel sind und toleriert werden, bevor die Qualität des Erholungserlebnisses reduziert wird (Vaske, Donnelly & Shelby, 1993).

Zur Erhebung von Crowding Daten werden in der Forschung vorrangig folgende zwei Methoden verwendet: (a) actual crowding measurement und (b) global crowding measurement (Arnberger & Haider, 2007). Die erste Methode erforscht den Zusammenhang zwischen Interaktionen von Besucher*Innen und Crowding. Das aktuelle Empfinden des Besucher*Innenaufkommens steht dabei im Fokus und wird durch die Durchführung von Befragungen erhoben. Der zweite Ansatz untersucht Crowding über einen größeren räumlichen/zeitlichen Rahmen und es werden beispielsweise auch Fragen zum früheren Besucher*Innenaufkommen gestellt (Kalisch, 2012).

3.2.2 Coping

Crowding, als Stressfaktor, ruft verschiedene Reaktionen und Schutzmechanismen bei Besucher*Innen hervor. Von Forschenden wird in diesem Zusammenhang von Coping gesprochen (Stokols, 1972; Schneider & Hammitt, 1995; Miller & McCool, 2003; Kuentzel & Heberlein, 1992). In der Erholungsforschung wird angenommen, dass Erholungssuchende, wenn sie mit unerwünschten Bedingungen konfrontiert werden, entweder ihr Verhalten, die Umgebung oder die Art und Weise wie die Situation bewertet wird, verändern (Miller & McCool, 2003). Schneider & Hammitt (1995) benennen diese drei Coping Strategien, welche von Besuchenden in Schutzgebieten angewendet werden, um Stress zu reduzieren, wie folgt: Neben (a) *displacement* gibt es zwei kognitive Reaktionen, (b) *product shift* und (c) *rationalization*. Volz und Mann (2006) gehen davon aus, dass hohes Stressempfinden zu Verhaltensänderungen (*displacement*) und niedrigeres Stressempfinden zu kognitiven Reaktionen führt. Von dieser Annahme gingen auch Kuentzel und Heberlein (1992) aus, wie folgende Abbildung zeigt.

Abbildung 5: Hierachische Darstellung der Coping Strategien



Quelle: (Kuentzel & Heberlein, 1992, S. 382)

Die Anwendung von Coping Strategien in dieser Reihenfolge ist darauf zurückzuführen, dass kognitive Anpassungsmaßnahmen einfacher anzuwenden sind als tatsächlich physische Veränderungen. Zudem gehen aus Forschungen der Emotionsliteratur hervor, dass Menschen dazu neigen, ihre Emotionen in angespannten Situationen zunächst kognitiv zu steuern (Kuentzel & Heberlein, 1992).

Die kognitive Coping Strategie product shift bedeutet, dass Besucher*Innen, nachdem sie eine höhere Nutzungsintensität als erwartet oder bevorzugt erlebt haben, ihre Definition über die gesamte Erfahrung anpassen, verändern und neu bewerten. Product shift umfasst sowohl einen Veränderungsprozess der individuellen Definitionen der Erfahrung, als auch einen Veränderungsprozess in der Definition zu dem Gebiet (Manning & Valliere, 2001). Rationalization als weitere kognitive Coping Strategie wird angewandt, um Stress abzubauen und die Investitionen, die aufgebracht wurden, wie ein hoher Zeit- und Kostenaufwand, um in das Schutzgebiet zu kommen zu rationalisieren. Bei diesem Vorgang wird unabhängig von den Bedingungen von einer hohen Zufriedenheit berichtet. Diese Coping Strategie dient dazu innere Konflikte und Unstimmigkeiten abzubauen oder zu vermeiden (Manning & Valliere, 2001). In diesem Zusammenhang konstatiert Manning (2011), dass Rationalisierung auch eine Erklärung für den oftmals fehlenden Zusammenhang zwischen dem Nutzungsgrad und der Zufriedenheit sein könnte.

Displacement kann in verschiedenen Arten auftreten: (a) räumliche Verlagerung, (b) zeitliche Verlagerung, (c) Aktivitätsverlagerung und (d) absolute Verlagerung. Eine räumliche Verlagerung (spatial displacement) der Aktivität liegt vor, wenn die Nutzung auf einen anderen Ort entweder innerhalb desselben Gebietes (intraspatial) oder außerhalb des Gebietes (interspatial) verlagert wird (Schneider & Hammitt, 1995; Kuentzel & Heberlein, 1992). Die räumliche Verlagerung wird als häufigste Stressreaktion genannt und wird von Volz und Mann (2006) als Scheitern im Management der

Besucher*Innenlenkung interpretiert, denn ein Ortswechsel bringt sowohl Nachteile für Besucher*Innen als auch für andere Gebiete. Für Besucher*Innen bedeutet es einen Mehraufwand in Bezug auf Geld und Zeit und für andere Gebiete oder Bereiche besteht die Gefahr mehr touristischer Nutzung ausgesetzt zu werden (Miller, 1997 zitiert in Volz & Mann, 2006).

Eine zeitliche Verlagerung (temporal displacement) liegt vor, wenn die Besuchenden die Zeit ihres Besuchs ändern (Manning, 2011). Beispiele hierfür sind Besuchende, die das Gebiet in der Nebensaison statt in der Hauptsaison aufsuchen, die Aktivität früh morgens ausüben statt nachmittags oder vermehrt unter der Woche kommen anstatt an Wochenenden. Bei der Aktivitätsverlagerung (activity displacement) als Coping Strategie wird die Art der Aktivität geändert. Eine weitere Copingreaktion *absolute displacement*, wird angewendet wenn sowohl der Ort als auch die Art der Aktivität geändert wird. Unter *direct actions* als Coping Strategie fallen beispielsweise Beschwerden bei Verwaltungsbehörden um direkten Einfluss auf die Besucher*Innendichte auszuüben (Schneider & Hammitt, 1995; Kuentzel & Heberlein, 1992; Miller & McCool, 2003).

3.4 Das Konzept der sozialen Carrying Capacity

Carrying Capacity, zu Deutsch "Tragfähigkeit", wird im weiteren Verlauf nicht übersetzt, da es sich um einen englischen Fachbegriff handelt. Die UNWTO (1981) definiert die touristische Carrying Capacity im Kontext des nachhaltigen Tourismus als "*the maximum number of tourists that a space can absorb without a lowering of the quality of the visitor's experience and without serious consequences for its ecology and its socio-economic structures*" (WTO, 1981, S. 5). Mit der touristischen Carrying Capacity wird kurz gefasst das ideale Verhältnis zwischen der Anzahl der Personen in einem bestimmten Gebiet und der für sie verfügbaren Ressourcen ausgedrückt, mit dem Ziel die Grenze einer nachhaltigen und tragfähigen Nutzung in einem bestimmten Gebiet zu bestimmen (Rein & Schuler, 2019). Die touristische Tragfähigkeit setzt sich nach Bauer, Gardini und Skock (2020) je nach Autor aus verschiedenen Dimensionen der Carrying Capacities zusammen, wie der "ökonomischen, ökologischen, physikalischen, sozialen, kulturellen, psychologischen und perzeptuellen" (S. 94). Diese Dimensionen sind abhängig voneinander und beschreiben gemeinschaftlich betrachtet die allgemeine touristische Carrying Capacity (Bauer, Gardini & Skock, 2020; López-Bonilla & López-Bonilla, 2008). Diese findet inzwischen Anwendung in verschiedensten touristischen Zusammenhängen wie im Städte-tourismus, Freizeittourismus, Kulturtourismus und Küsten-/Insel-tourismus (Bauer,

Gardini & Skock, 2020). In der vorliegenden Bachelorarbeit wird sich vorrangig auf die soziale Carrying Capacity fokussiert, sodass im nachfolgenden Verlauf nicht auf die oben genannten weiteren Dimensionen der Carrying Capacity eingegangen wird.

Der Begriff Carrying Capacity hat seinen Ursprung in der Wildtier- und Verbreitungsbe-
wirtschaftung, dort wurde er im Zusammenhang mit der Anzahl der Tiere einer Art, die
in einem bestimmten Gebiet untergebracht werden können, verwendet (Dasman, 1964
zitiert in Manning, 2002). Die Annahme war, dass ein Organismus nur innerhalb eines
von physischen Merkmalen begrenzten Bereichs überleben kann. Daher wurde die Car-
rying Capacity in diesem Zusammenhang als die größte Population von Flora und Fauna
definiert, welche von einer natürlichen Lebensraumeinheit getragen werden kann (Carey,
1993). In den 1930er Jahren wurde das Konzept der Carrying Capacity erstmals als Park-
managementkonzept im Kontext von Nationalparks vorgeschlagen (Sumner, 1936 zitiert
in Manning, 2002), jedoch fand die tatsächliche Anwendung in Nationalparks in den USA
erst in den 1960er Jahren statt (ebd.; WTO, 1981), nachdem die steigende Tourismus-
nachfrage vor allem in den 60er und 70er Jahren, vorangetrieben durch den Ausbau des
Individualverkehrs, Anlass zu Bedenken bezüglich der vertretbaren Nutzungsintensität in
Schutzgebieten gab (Rein & Schuler, 2019; Kalisch, 2012; Manning, 2002). Der Fokus
der Carrying Capacity lag daher zunächst auf der Beziehung zwischen der Besucher*In-
nennutzung und der Umweltkonditionen. Die Hypothese war, dass steigende Besu-
cher*Innenzahlen eine größere Belastung für die Umwelt darstellten. Bald darauf wurde
festgestellt, dass es eine weitere Dimension der Carrying Capacity im Parkmanagement
zu berücksichtigen gilt, welche sich mit den sozialen Aspekten der Besucher*Innenerfah-
rung beschäftigt. Die Annahme war, dass steigende Besucher*Innenzahlen nicht nur ne-
gative Auswirkungen auf die Umweltressourcen hat, sondern auch die Qualität der Besu-
cher*Innenerfahrung negativ beeinflussen kann (Manning, 2002). Daraufhin wurden die
Forschungen zum Thema Carrying Capacity mit den beiden Hauptintentionen, das Wohl-
befinden der Ökosysteme innerhalb von Schutzgebieten und die Qualität der Besu-
cher*Innenerfahrungen zu bewahren, vorangetrieben (Kyle, Landon & Schuett, 2023).
Im Zusammenhang mit Nationalparks definiert der National Park Service der USA (2006)
die Tragfähigkeit als Menge und Art der Besucher*Innennutzung, welche unter Beibehal-
tung der gewünschten Ressourcen und der Besucher*Innenerlebnisqualität, vertretbar ist
(NPS & U.S. Department of the Interior, 2006). Dabei ist zu beachten, dass die Carrying
Capacity keinen absoluten Wert darstellt, sondern ein Bereich von Werten, unter welchen
die Managementziele eines Schutzgebietes weiter eingehalten werden können (Graefe,

Vaske & Kuss, 1984). Die Werte werden von verschiedenen Faktoren wie Ort, Saison, Zeit, Besucher*Innenverhalten, Erwartungen, Besucher*Inneneinrichtungen, politischer Rahmen (Kruk, Hummel & Banskota, 2007) und Managementmaßnahmen beeinflusst (Saveriades, 2000).

Die soziale Carrying Capacity wird von Vaske und Shelby (2008) als *“level or type of use beyond which impacts to the visitor experience exceed acceptable levels”* definiert (S. 115). Saveriades (2000) formulierte eine detaillierte Definition und betrachtet die soziale Carrying Capacity als *„the maximum level of use (in terms of numbers and activities) that can be absorbed by an area without an unacceptable decline in the quality of experience of visitors and without an unacceptable adverse impact on the society of the area”* (S. 149). Die soziale Carrying Capacity kann demnach aus zwei Sichtweisen betrachtet werden: (a) aus Sicht der ansässigen Bevölkerung und dem Toleranzgrad gegenüber der Besucher*Innenzahl und (b) aus Sicht der Besucher*Innen, die ab einem gewissen Besucher*Innenandrang in ihrem Erlebnis eingeschränkt werden (ebd.). Die soziale Tragfähigkeit eines Tourismusgebiets kann damit als Indikator für die von Einwohner*Innen und Besucher*Innen wahrgenommene Überfüllung und die maximale Anzahl von Besuchenden dienen, die von beiden Gruppen toleriert wird (Pechlaner, Innerhofer & Erschbamer, 2020). Die Grenze der sozialen Carrying Capacity ist individuell und dann erreicht, wenn die Qualität des Erlebnisses aus Sicht des Besuchenden zurückgeht (Kalisch, 2012). Dabei ist zu berücksichtigen, dass Qualitätsempfinden personenabhängig und geprägt von verschiedenen Einflüssen, wie Erwartungen, Erfahrungen und Wünschen ist (Elands and van Marwijk, 2005 zitiert in Kalisch, 2012).

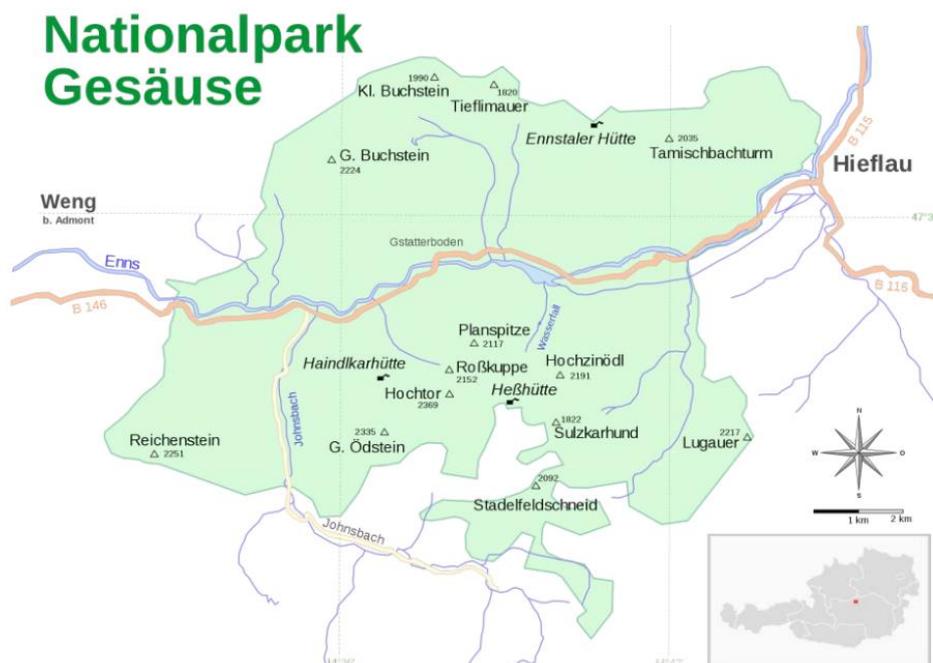
Nach Manning (2004) werden für die Ermittlung der sozialen Carrying Capacity überwiegend zwei Indikatoren herangezogen: Crowding und die Zufriedenheit der Besucher*Innen. Crowding kann dabei als Kennzeichen der Nutzungsintensität eines Gebietes und "direkteste soziale Belastung" betrachtet werden und die Zufriedenheit der Besucher*Innen als "gesamtevaluierende Komponente des Aufenthalts" (zitiert nach Volz & Mann, 2006, S. 57). Shelby und Heberlein schlugen 1986 eine einfache Messung der sozialen Carrying Capacity vor: Wenn mehr als zwei Drittel der Befragten angeben, dass sie sich crowded fühlen, ist die Kapazität wahrscheinlich überschritten, wenn sich weniger als ein Drittel der Besuchenden crowded fühlt liegt die Nutzung unter der sozialen Carrying Capacity. Shelby, Vaske und Heberlein (1989) schlagen eine Bewertung der sozialen Carrying Capacity mit einer feineren Unterscheidung vor: Wenn sich 0 bis 35% der Befragten crowded fühlen, zeichnen sich die Orte durch eine geringe

Besucher*Innendichte aus und es gibt wahrscheinlich einen natürlichen Faktor oder eine Managementmaßnahme, welche die Nutzung einschränkt. Wenn sich 35 – bis 50% der Besuchenden von Crowding berichten, fällt dies in die Kategorie low-normal, die Besucher*Innen haben wahrscheinlich keine Probleme mit Coping und Crowding. Ab 50 – 65% sprechen Shelby, Vaske und Heberlein von high-normal aber auch noch nicht von der Erreichung der sozialen Carrying Capacity aber von einer Tendenz dazu. Bei 65 – 80% ist die soziale Carrying Capacity bereits erreicht und es sollten in diesem Schritt Studien und Besucher*Innenlenkungsmaßnahmen erfolgen. Ab einer Prozentzahl von 80 – 100%, von Besuchenden welche sich crowded fühlen, ist die soziale Carrying Capacity bei weitem überschritten und Managementmaßnahmen sollten auch hier zum Einsatz kommen und die Erholung trotz der hohen Besucher*Innendichte fördern oder das Gebiet dem Massentourismus „opfern“ (Shelby, Vaske & Heberlein, 1989).

4. Untersuchungsgebiet und Fallbeispiel Nationalpark Gesäuse

Der österreichische Nationalpark Gesäuse wurde im Jahr 2002 gegründet und 2003 als solcher von der IUCN anerkannt. Damit ist er der jüngste in Österreich gegründete Nationalpark. Das im Norden der Steiermark und in den Ennstaler Alpen liegende Schutzgebiet hat eine Fläche von 12.474 Hektar und umfasst dabei die beiden Gebirgsmassive Buchsteinstock und Hochtorggruppe. Der Naturraum im Nationalpark besteht aus diversen und vielfältigen Landschaften wie Wald, Fels, Alm, Latschen/Gebüsch und Gewässer und beherbergt zahlreiche endemische Tier- und Pflanzenarten. Der höchste Punkt des Nationalparks ist der Hochtorgipfel mit 2.369 Meter, der niedrigste Punkt ist das Ennsufer bei Hieflau mit 481 Metern. Der Name Gesäuse rührt von der Enns, dem Alpenfluss, welcher durch den Nationalpark Gesäuse und durch die Region Gesäuse führt. Das Donnern und Sausen des Flusses führte zur Namensgebung der gesamten Region Gesäuse. (BMK, 2023; Nationalpark Gesäuse GmbH 2020; Nationalparks Austria 2023c).

Abbildung 6: Geografische Lage des Nationalparks Gesäuse



Quelle: (Verein Nationalparks Austria 2015, S. 10)

Im Moment gehören 80% der Fläche des Nationalparks zur Naturzone und 20% sind als Bewahrungszone ausgewiesen. Nach der Nationalpark Verordnung aus dem Jahr 2003 ist angestrebt 86% der Fläche zur Naturzone auszuweiten. Die Naturzone ist eine Fläche mit umfassenden Nutzungsbeschränkungen, in der eine natürliche Entwicklung ohne Eingriff des Menschen stattfindet. Im Moment findet in der Naturzone des Nationalparks Gesäuse auf 40% der Fläche noch Wildmanagement statt (Nationalpark Gesäuse GmbH, 2020).

Die Bewahrungszone umfasst Flächen mit Management, in der sowohl die Kulturlandschaft, beispielsweise durch traditionelle Bewirtschaftung von Almen, unterstützt wird als auch der Schutz der Natur (Verein Nationalparks Austria, 2015). Knapp mehr als die Hälfte des Nationalparks gehört zur Waldfläche, etwa 23% zu Fels/Schutt, 13% zu Latschen/Gebüsch und etwa 10% zu alpine Rasen/Almen. Der Rest der Fläche teilt sich auf in Gewässer und Infrastruktur/Siedlungen. Die Finanzierung des Nationalparks findet zu gleichen Anteilen über das Bundesland Steiermark, der Republik Österreich und durch eigene Mittel bzw. EU-Projekte statt. Die Fläche des Nationalparks gehört zu 99,3% den steiermärkischen Landesforsten, 0,5% der Fläche ist öffentliches Gewässer und 0,2% der Fläche ist in Privatbesitz (Nationalpark Gesäuse GmbH, 2020).

Im Nationalpark Gesäuse besteht für Besucher*Innen die Möglichkeit diversen Freizeitaktivitäten nachzugehen, dazu zählt unter anderem das Wandern, Klettern, Kajaken, Baden, Radfahren, Schneeschuhwandern, Skitouren gehen und Gleitschirm fliegen (Hollinger, 2022). In der Sommersaison zählt das Bergwandern zu den bedeutendsten Aktivitäten im Nationalpark. Von Zechner (2009) wird der Nationalpark daher als traditionelles Bergsteiger- und Klettergebiet bezeichnet. Neben diesen Aktivitätsmöglichkeiten bietet der Nationalpark auch Besucher*Innenprogramme und Erlebnisangebote an, wie beispielsweise einen begehbaren ökologischen Fußabdruck, Führungen, Kindergeburtstage, Themen- und Erlebniswege wie Lettmair Au und Wilder John, Nationalpark-Pavillon mit Gastronomie und Ausstellung, Private Touren, Ausstellungen und Kinoabende (Nationalpark Gesäuse GmbH, 2023b). Im Nationalpark Gesäuse wird von einer stetigen Zunahme der Besucher*Innenzahlen berichtet, allerdings gibt es keine genauen Zahlen zu den Besucher*Innen welche den Nationalpark für oben genannte Freizeitaktivitäten besuchen (Nationalpark Gesäuse GmbH 2021, 2020). Bei Besucher*Innenangeboten werden jährlich etwa 85.000 Besucher*Innen gezählt (Nationalpark Gesäuse GmbH, 2021).

Der Nationalpark Gesäuse liegt in der Tourismusregion Gesäuse, diese umfasst die Gemeinden Admont, Altenmarkt, Ardning, Landl, St. Gallen und Wildalpen. Ein Großteil der Fläche des Nationalparks befindet sich in der Nationalparkgemeinde Admont mit 88%. Der andere Teil der Nationalparkfläche liegt in der Region Landl (10%) und in St. Gallen (2%) (Nationalpark Gesäuse GmbH, 2020). In der Tourismusregion Gesäuse wurde ab dem Jahr 2010 bis zum Jahr 2018 eine konstante Steigerung der Tourismuskünfte und der Übernachtungen verzeichnet (Amt der Steiermärkischen Landesregierung, 2022). Im Jahr 2010 waren es insgesamt 73.015 Tourismuskünfte und 178.406 Übernachtungen, im Jahr 2018 waren es bereits 106.243 Tourismuskünfte und 233.477

Übernachtungen. Im Jahr 2019 nahm die Zahl der Tourismusankünfte im Vergleich zum Vorjahr um ein Prozent ab, die Übernachtungszahl nahm etwa um ein Prozent zu. Ab dem Jahr 2020 wurde pandemiebedingt ein Rückgang bei den Tourismusankünften um 19% im Vergleich zum Vorjahr verzeichnet und ein Rückgang bei den Übernachtungen um etwa 17% (ebd.). Unklar ist bei diesen Zahlen jedoch, wie viele der Gäste den Nationalpark Gesäuse besuchten bzw. wegen des Nationalparks angereist sind.

5. Forschungsmethodik

In den folgenden Kapiteln wird die Forschungsmethodik und die Wahl dieser begründet. Anschließend wird der Fragebogen und die Vorgehensweise der Datenerhebung vorgestellt. Die im Anschluss folgende Auswertung der Daten soll zur Beantwortung der vorangegangenen Forschungsfrage und der Hypothesen beitragen.

5.1 Fragestellung

Nach der Vorstellung der zentralen Konzepte und der theoretischen Hintergründe werden im Folgenden die Forschungshypothesen formuliert. Diese wurden aus den erläuterten Theorien abgeleitet und stützen sich auf die Erkenntnisse früherer Studien (Döring & Bortz, 2016). Die zuvor aufgestellte zentrale Fragestellung wird in folgende Zusammenhangshypothesen und Unterschiedshypothesen aufgegliedert.

*H1: Wenn sich Besucher*Innen crowded fühlen, wenden sie Coping Strategien an.*

H2: Besuchende mit mehr Erfahrung berichten über eine stärkere Wahrnehmung von Crowding als weniger Erfahrene.

*H3: Einheimische weisen ein höheres Empfinden von Crowding auf als Tagesausflügler*Innen und Urlauber*Innen.*

*H4: Besucher*Innen die mit dem Motiv „Einsamkeit und Ruhe“ den Nationalpark Geisäuse besuchen, reagieren sensibler auf das Besuchsaufkommen.*

H5: Je höher das Crowding Empfinden desto niedriger ist der Zufriedenheitsgrad des Besuchs.

5.2 Wahl der Methodik

In der empirischen Sozialforschung werden grundsätzlich die zwei Forschungsansätze (a) quantitativ und (b) qualitativ unterschieden. Die quantitative Sozialforschung greift auf strukturierte Methoden der Datenerhebung zurück, wie beispielsweise auf standardisierte Fragebögen, psychologische Testverfahren und physiologische Messungen. Aus diesen Methoden resultieren numerische Messwerte die durch statistische Methoden der Datenanalyse ausgewertet werden können. Die qualitative Sozialforschung greift hingegen auf unstrukturierte Methoden der Datenerhebung zurück, dazu zählen beispielsweise Feldbeobachtungen oder Leitfadeninterviews. Aus den gewonnenen Daten gehen nicht-numerische Daten hervor, die durch interpretative Methoden analysiert werden (Döring & Bortz 2016). Die Datenerhebung für die vorliegende Bachelorarbeit erfolgte durch einen standardisierten Fragebogen, welcher sowohl als persönliches-mündliches Interview als auch als Online-Befragung im Vorfeld im Nationalpark Gesäuse durchgeführt wurde. Die folgenden Gründe wurden als Entscheidungsgrundlage für die quantitative Forschungsmethode verwendet.

Nach Kalisch (2012) gehören ex-post Bewertungen eines Erlebnisses zur wichtigsten Forschungsmethode für die Messung von Crowding. Dabei werden quantitative Fragebögen verwendet, welche nach dem Erholungserlebnis zur Anwendung kommen. Diese beinhalten Fragen zu den wahrgenommenen Begegnungen mit anderen Besucher*Innen, zum Crowding Empfinden und zur Gesamtzufriedenheit der Besucher*Innen. Auch Saveriades (2000) bewertet Fragebögen, öffentliche Umfragen und Interviews als die wichtigsten Instrumente, um einen Einblick in die Wahrnehmung der Besucher*Innen zu den Themen Crowding und Coping zu bekommen und um zu erfahren, was ein qualitativ hochwertiges Erlebnis für Besuchende ausmacht. Für die Auswahl der Forschungsmethode wurden auch mehrere Studien zu diesem Themengebiet, welche eine ähnliche Vorgehensweise, in Form von quantitativen Befragungen aufweisen, als Orientierungshilfe für die eigene Datenerhebung verwendet (vgl. Kalisch, 2012; Burns *et al.*, 2020; Eder & Arnberger, 2012; Moyle & Croy, 2007; Schamel & Job, 2009).

Die genannte Kombination der persönlichen-mündlichen Befragung sowie der Online-Befragung stellt eine gegenseitige Ergänzung dar und soll letztlich dazu führen ein umfangreiches Meinungsbild durch eine höhere Teilnehmer*Innenquote zu erhalten. Die Kombination verschiedener Methoden, sogenannte „Mixed Mode-Designs“, kommen in der Sozialforschung immer öfter zum Einsatz aufgrund der zunehmenden Verweigerungsrate (Baur & Blasius, 2022). Eine zu hohe Verweigerungszahl bei der mündlichen

Befragung und eine zu geringe Rücklaufquote bei der Online-Befragung kann dazu führen, dass die Ergebnisse der Befragung nicht dem tatsächlichen Meinungsbild der gesamten Zielgruppe entsprechen (Resinger *et al.*, 2021). Um diese Schwierigkeit zu minimieren und die Teilnehmer*Innenzahl zu erhöhen, wurden den Befragten vor Ort beide Optionen vorgestellt, damit wurde der Grund im Moment keine Zeit zu haben durch die Option der Online-Befragung vorweggenommen (Pötschke, 2010). Neben dem oben genannten Vorteil, der erhöhten Teilnehmer*Innenquote durch die Kombination der beiden Erhebungsmethoden, gibt es auch Vorteile der jeweiligen Erhebungsmethoden, welche im Folgenden vorgestellt werden.

Zu den Vorteilen einer persönlichen-mündlichen Befragung gehört, dass der Interviewer motivierend auf die Teilnehmenden wirken und sie zum Mitmachen ermutigen kann. Menschen, welche persönlich angesprochen werden und um Unterstützung und Hilfe gebeten werden, sind auch eher gewillt dies zu tun. Als einer der Hauptgründe dafür wird die konsensuale Norm zur Unterstützung und Hilfe genannt, das heißt Menschen, welche ohne besonderen und großen Aufwand anderen Menschen einen Gefallen tun können, machen dies meist auch. Die Anwesenheit eines Interviewers kann weiter dazu beitragen, dass Verständnisprobleme verringert werden und Unklarheiten im Fragebogen gleich vor Ort geklärt werden können (Pötschke, 2010).

Bei einer Online Befragung ist der primäre Vorteil der geringere zeitliche und der geringere Material- und damit Kostenaufwand. Letzteres geht auf das Einsparen von Ressourcen zurück, wie etwa das Einsparen der Druckkosten von Fragebögen. Bei der Gestaltung der Online-Befragung besteht zudem die Möglichkeit den Fragebogen optisch ansprechend zu gestalten und die Anschaulichkeit einzelner Fragen zu verbessern. Ein großer Vorteil für die Teilnehmer*Innen an einer Online-Befragung ist die zeitliche- und ortsunabhängige Teilnahmemöglichkeit sowie die Möglichkeit der Teilnehmenden das Tempo der Befragung selbst zu bestimmen, lediglich ein Zugang zum Internet ist Voraussetzung (Pötschke, 2010; Wagner-Schelewsky & Hering, 2022).

Neben den genannten Vorteilen sind auch die jeweiligen Nachteile, welche mit dieser Forschungsmethode einhergehen, zu erwähnen. So bringt eine face-to-face Befragung mit einem Interviewer auch Risiken mit sich. Diese können Fehler bei der Datenerhebung, durch beispielsweise das unzulässige Formulieren von Fragen, unangemessenes und wertendes Feedback oder das fehlerhafte Notieren der Antworten, umfassen (Schnell, 2019). Außerdem kann die Anwesenheit eines Interviewers auch den Effekt der sozialen Erwünschtheit hervorrufen, das bedeutet die Befragten nehmen den Interviewer als

Repräsentant der Öffentlichkeit oder in diesem Fall als Repräsentant des Nationalparks wahr, welcher die vermeintlich gültige Ansicht vertritt und passen ihre Antwort entsprechend an. Ein weiterer Nachteil der mündlichen Befragung ist der hohe zeitliche Aufwand durch die Notwendigkeit der Anwesenheit eines Interviewers und finanzielle Belastungen durch etwa notwendige Reisen zu den Befragungsstandorten (Pötschke, 2010).

Auch bei der Online-Befragung gibt es Schwierigkeiten, wie beispielsweise Menschen zur Teilnahme an einer Online Befragung zu bewegen. Pötschke (2010) spricht in diesem Zusammenhang von einer Selbstselektion der Teilnehmenden, das heißt nur jene, welche sich besonders für das Thema interessieren, werden eher bereit sein mitzumachen, andere hingegen nicht. Ist dies der Fall, ist von einer Verzerrung der Daten auszugehen (ebd.). Die Anonymität der Online Befragung führt zudem häufiger dazu, dass Befragungen abgebrochen werden, weil sie nicht mit dem Interviewer konfrontiert sind und damit keine sozialen Kosten in Kauf nehmen müssen. Jedoch bringt die Anonymität auch den Vorteil mit sich, dass der Effekt der sozialen Erwünschtheit weniger stark ausgeprägt ist (Wagner-Schelewsky & Hering, 2022).

Durch das Bewusstsein der möglichen Schwierigkeiten bereits im Vorhinein der Befragung wurde darauf geachtet, mögliche Fehlerquellen seitens des Interviewers so weit wie möglich zu vermeiden. Außerdem wurde versucht durch die Kombination der beiden Erhebungsmethoden die Nachteile der einen Methode mit den Vorteilen der anderen Methode zu kompensieren. So werden beispielsweise die hohen Kosten und der hohe Zeitaufwand der mündlichen Befragung mit dem geringen Zeit- und Kostenaufwand der Online-Befragung ausgeglichen (Leeuw, 2018). In kürzerer Zeit können damit eine größere Menge an Personen befragt und die Erfassung eines breiteren Meinungsspektrum ermöglicht werden (Resinger *et al.*, 2021).

5.3 Konstruktion des Fragebogens

Der Fragebogen orientiert sich an dem 2009 erschienen Besuchermonitoring Bericht des Nationalparks Gesäuse von Arnberger, Alex und Eder und wurde in Absprache mit Frau Di Dr. Petra Sterl, Mitarbeiterin des Nationalparks Gesäuse im Bereich Umweltbildung und Besucher*Innenlenkung, erstellt. Damit besteht die Möglichkeit die Ergebnisse miteinander zu vergleichen und Veränderungen festzustellen und zu bewerten. Der Fragebogen besteht aus insgesamt 18 überwiegend geschlossenen Fragen mit vorgegebenen Antwortmöglichkeiten. Ein Ziel bei der Anfertigung des Fragebogens war es einen möglichst schnell zu beantwortenden Fragebogen anzufertigen, damit die Geduld der Befragten

nicht überstrapaziert wird und die Motivation mitzumachen hoch bleibt (Häder, 2019). Die Dauer der Befragung belief sich letztlich auf fünf bis zehn Minuten. Sowohl die persönlich-mündliche als auch die Online-Befragung wurden mit dem gleichen standardisierten Fragebogen durchgeführt, damit wurde sichergestellt, dass die unterschiedlichen Antworten der Befragten nicht auf unterschiedliche Bedingungen während der Befragungssituation, sondern tatsächlich auf verschiedenen Angaben basieren (Reinecke, 2022). Die Standardisierung gewährleistet ebenso eine hohe Durchführungsobjektivität und wird bei Mixed-Mode Designs empfohlen, um die Vergleichbarkeit der gewonnenen Informationen bei der Auswertung aufrechtzuerhalten und unerwünschte Abweichungen zwischen den beiden Erhebungsmethoden zu vermeiden (Leeuw, 2018).

Der Fragebogen besteht aus drei Themenblöcken, die Themenblöcke eins und zwei sowie die Fragen innerhalb der Themenblöcke bauen aufeinander auf. Der erste Themenblock dient dazu mit einfach zu beantwortenden Warming-Up Fragen eine angenehme Interviewatmosphäre zu schaffen. Die Fragen führen dabei auf das Thema, welches bei der Befragung im Vordergrund steht, hin und wecken ein gewisses Interesse daran. Diese Fragen sollten für alle Befragten schnell und einfach beantwortbar sein (Häder, 2019). Bei dem erstellten Fragebogen wurde zunächst nach der Anreisedauer gefragt bzw. ob die Besucher*Innen des Nationalparks Einheimische aus einer Nationalparkgemeinde sind. Unterschieden wurden die Besuchsgruppen: (a) Einheimische*r aus einer Nationalparkgemeinde, (b) Tagesausflüger*in aus der näheren Umgebung (Anreise bis ca. 50 km), (c) Tagesausflüger*in aus der weiteren Umgebung (Anreise mehr als 50 km) und (d) Urlauber*in. Danach folgten Fragen nach der Aktivität im Nationalpark, nach der Besuchsmotivation sowie nach der insgesamten Zufriedenheit am Tag des Besuchs (vgl. Fragen 1-4). Die Frage nach der Aktivität wurde halboffen gestellt. Dies ist auf die große Anzahl der Aktivitäten, die in einem Nationalpark ausgeführt werden können, zurückzuführen. Bei halboffenen Fragen wird neben den relevantesten Antwortmöglichkeiten beispielsweise auch die Kategorie „Sonstiges“ angegeben und individuelle Antworten können dort vermerkt werden (Mayer, 2013). Die Frage nach den Besuchsmotivationen konnte durch eine fünfstufige Intensitätsskala beantwortet werden (Häder, 2019), diese reichte von „sehr unwichtig“, „eher unwichtig“, „weder wichtig noch unwichtig“, „eher wichtig“ bis „sehr wichtig“ (vgl. Frage 3).

Im zweiten Drittel des Fragebogens folgten die für die Auswertung relevantesten Fragen. Diese wurden dort platziert, damit die Fragen noch die volle Aufmerksamkeit der teilnehmenden Personen erhalten und die Befragten noch nicht von Ermüdung belastet sind

(Häder, 2019). Daher wurden dort die Fragen zum Besucher*Innenaufkommen, zu den Erwartungen an das Besucher*Innenaufkommen und zum Ausweichverhalten am Befragungstag gestellt (vgl. Fragen 5-7). Der Begriff Crowding wurden in diesem Themenblock bewusst durch den Begriff Besucher*Innenaufkommen ersetzt, da davon auszugehen ist, dass dieser Begriff schneller und einfacher verstanden werden kann. Der Themenblock enthält ebenso eine Filterfrage, diese dient dazu, die Besucher*Innen herauszufiltern, welche zuvor schon einmal im Nationalpark Gesäuse waren (vgl. Frage 8). Der Vorteil einer Filterfrage ist, dass sie Teilnehmende über Fragen hinwegleiten kann, welche nicht auf sie zutreffen und beantwortet werden können. Damit wird vermieden, dass überflüssige Fragen gestellt werden und die Motivation zur Beantwortung der Fragen verloren geht (Häder, 2019). Nach der Filterfrage wurden den herausgefilterten Personen Fragen zum generellen Besucher*Innenaufkommen, ob sie zuvor schon einmal auf die ange-troffene Besucher*Innenmenge reagiert haben, ob sie eine Veränderung in der Besucher*Innenmenge festgestellt haben und ob es Bereiche oder Zeiten gibt, an welchen sie das Besucher*Innenaufkommen als besonders hoch empfinden, gestellt (vgl. Fragen 10-13). Letztere ist die einzig offen gestellte Frage im Fragebogen und wurde so formuliert, damit die Antwortmöglichkeiten nicht eingeschränkt werden und die Vielfalt der Antworten erfasst werden kann (Mayer, 2013). Die Fragen nach dem Besucher*Innenaufkommen (vgl. Fragen 5 & 10) konnte mit einer 7-Punkte-Skala beantwortet werden, welche von „viel zu einsam“, „zu einsam“, „etwas zu einsam“, „angenehm“, „etwas zu überfüllt“, „zu überfüllt“ bis „viel zu überfüllt“ reichte. Die Antwortskala orientiert sich an den oben erwähnten Besuchermonitoring Bericht des Nationalparks Gesäuse (2009) und unterscheidet sich damit von dem etablierten Messinstrument einer 9-Punkte Likert Skala, welche von Heberlein und Vaske (1977) vorgeschlagen wurde und in zahlreichen Crowding Messungen im nordamerikanischen Raum bereits zum Einsatz kam (Vaske & Shelby, 2008). Jedoch wird angenommen, dass auch die im Fragebogen verwendete Skala empfindlich genug ist „to pick up even slight degrees of perceived crowding“ (Shelby, Vaske & Heberlein, 1989, S. 272). Die Fragen zum Ausweichverhalten (vgl. Fragen 7 & 11) wurden halboffen gestellt und boten so auch die Möglichkeit individuelle Antworten, neben den vorgegebenen Antwortmöglichkeiten, anzugeben. Die vorgegebenen Antwortmöglichkeiten fragten folgende Coping Strategien ab:

- Temporal displacement mit den Antwortmöglichkeiten "Ja, ich kommen nun verstärkt zu anderen Tageszeiten in den Nationalpark", "Ja, ich komme nun verstärkt unter der Woche statt an Sonntagen" und "Ja, ich verweile nun kürzer im Nationalpark".

- Spatial displacement mit den Antwortmöglichkeiten "Ja, ich gehe nun öfter in ein anderes Gebiet", "Ja, ich suche nun öfter gezielt Wege abseits der markierten Wanderwege im Nationalpark auf" und "Ja, ich weiche nun in weniger Besuchte Bereiche des Nationalparks aus".

- Absolut displacement mit der Antwortmöglichkeit "Ja, ich komme nun seltener in den Nationalpark" (Miller & McCool, 2003).

Die letzte Frage in diesem Frageblock wurde als Zustimmungfrage formuliert. Dabei wurde nach der individuellen Einschätzung gefragt, inwiefern eine Reduzierung der Erlebnisqualität bei zu vielen Besucher*Innen stattfindet. Die Frage konnte mit einer fünfstufigen Likert-Skala beantwortet werden, diese reichte von „stimme überhaupt nicht zu“ bis „stimme voll und ganz zu“ (vgl. Frage 14).

Im letzten Themenblock wurden soziodemografische Informationen über die teilnehmenden Personen abgefragt. Diese sollten am Schluss eines Fragebogens gestellt werden, da diese nicht mehr interessant sind für die Zielpersonen und ohne hohe kognitive Anstrengung beantwortet werden können (Häder, 2019; Mayer, 2013). Zudem können demografische Fragen am Anfang eines Fragebogens abschreckend wirken, da dabei teils sensible Daten abgefragt werden, die nicht jede*r gerne beantworten möchte, was zum Abbruch der Befragung führen kann. Ein Abbruch am Ende eines Interviews ist jedoch nicht so folgenschwer wie am Anfang, da die zuvor beantwortenden Fragen dennoch für die Auswertung verwendet werden können (Döring & Bortz, 2016). Im angewandten Fragebogen wurde nach dem Wohnort, Bildungsabschluss, Alter und Geschlecht gefragt (vgl. Fragen 15-18).

5.4 Datenerhebung

Nach Moyle und Croy (2007) ist die Befragung zum Thema Crowding und Coping oft problematisch, da durch räumliches und/oder zeitliches Ausweichverhalten häufig die crowding-sensiblen Menschen nicht berücksichtigt werden. Durch den gewählten Zeitraum der Befragung, 29.04.2023 bis 21.05.2023, bestand jedoch die Möglichkeit, dass zeitlich ausweichende Besucher*Innen befragt werden, die das Gebiet in den Sommermonaten, aufgrund des höheren Besucher*Innenandrangs, vermeiden würden. Die Befragungen fanden an insgesamt acht Befragungstagen in dem oben genannten Zeitraum statt. Die Befragungstage wurden so gewählt, dass sowohl stark frequentierte Tage wie Sonntage und Feiertage als auch weniger frequentierte Werkstage in der Untersuchung berücksichtigt wurden. Die Befragungszeit lag jeweils zwischen 11:00 Uhr und 17:30 Uhr. Ein

weiterer geplanter Befragungstag am 14.05.2023 musste wetterbedingt abgebrochen werden.

Die meisten quantitativen und qualitativen Studien arbeiten mit Stichproben, das bedeutet es wird eine Auswahl an Fällen getroffen, die für die Datenerhebung herangezogen werden. In der quantitativen Sozialforschung nennt sich das die Stichprobenziehung. Durch die Stichprobe können Aussagen über die Population oder Grundgesamtheit getätigt werden. In der quantitativen Forschung gibt es verschiedene Stichprobenziehungen. In der Bachelorarbeit wurde auf die Gelegenheitsstichprobe zurückgegriffen, das bedeutet diejenigen Personen, bei welchen sich gerade eine günstige Gelegenheit ergibt sie ohne größeren Aufwand zu untersuchen, wurden befragt (Döring & Bortz, 2016). In der praktischen Umsetzung wurden alle Personen welche aus dem Nationalpark hinausgingen angesprochen und gefragt, ob sie Interesse oder Zeit für die Befragung hätten. Insgesamt fanden sich an diesen Befragungstagen 109 Personen ($n = 109$), die entweder persönlich-mündlich oder per Online-Befragung an der Befragung teilnahmen. Etwa 15% ($n = 17$) der teilnehmenden Personen nahmen online teil, 85% ($n = 92$) vor Ort. Die Mehrheit der Befragten präferierte die Teilnahme an der persönlich-mündlichen Befragung. Oft wurde dies nach eigenen Angaben damit begründet, die Teilnahme an der Online-Befragung unabsichtlich zu vergessen. Die folgende Tabelle zeigt eine Übersicht über die Befragungstage und die teilnehmenden Personen.

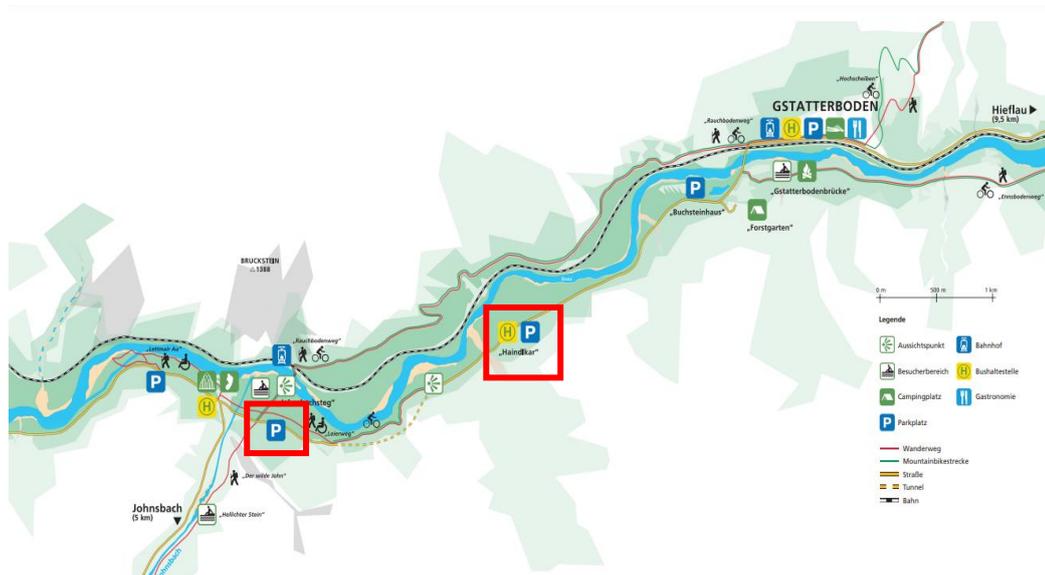
Tabelle 4: Übersicht über die Befragungstage und die Anzahl der Teilnehmenden

Datum	29.04.	30.04.	01.05.	13.05.	18.05.	19.05.	20.05.	21.05.
Wochentag/ Feiertag	Sa	So	Mo/ Feiertag	Sa	Do/ Feiertag	Fr	Sa	So
Standort	Wd	Wd/Hk	Wd	Hk/Wd	Hk	Hk/Wd	Hk/Wd	Hk
Anzahl vor Ort Befra- gungen	7	16	9	12	11	12	13	12
Anzahl On- line-Befra- gungen	2	1	1	1	3	3	5	1
Summe	9	17	10	13	14	15	18	13

Quelle: (Eigene Erhebung, 2023)

Die Befragungsstandorte begrenzten sich auf die zwei stark frequentierten Parkplätze: (a) Parkplatz Weidendom und (b) Parkplatz Haindlkar (in der Tabelle 4 als Wd und Hk abgekürzt). Die beiden Standorte wurden in Absprache mit Frau Di Dr. Petra Sterl festgelegt. Sie beschränkten sich auf diese beiden Standorte, da die Beurteilung des Crowding Empfindens für den gesamten Nationalpark den Rahmen dieser Bachelorarbeit überschreiten würden. Die beiden rot umrandeten Parkplätze in Abbildung 7 zeigen die beiden für die Bachelorarbeit relevanten Parkplätze Weidendom und Haindlkar.

Abbildung 7: Befragungsstandorte Parkplatz Haindlkar und Weidendom



Quelle: (Sterl, 2023)

Der Befragungsstandort, Parkplatz Weidendom, ist Ausgangspunkt zu einem der größten Besucher*Innenattraktionen des Nationalpark Gesäuse, dem Erlebniszentrum Weidendom. Dort werden Führungen, ein Labyrinth durch den ökologischen Fußabdruck, verschiedene Programme, Vorträge und Veranstaltungen angeboten ebenso können der Weidendom sowie ein Wildgarten und eine Obstbaumallee besucht werden. Der Befragungsstandort Parkplatz Haindlkar ist Ausgangspunkt von mehreren Bergwanderungen, unter anderem auf das Haindlkar und die Haindlkarhütte (Nationalpark Gesäuse GmbH, 2023a).

Die Teilnahme an der Befragung fand anonym statt. Die Anonymisierung ist durch die standardisierte Befragung von vorneherein bereits gegeben, da auch keine seltenen Merkmale oder Merkmalskombinationen abgefragt wurden, welche sich auf einzelne Personen zurückführen lassen. Auch bei der Online Befragung wurde sichergestellt, dass die IP-Adressen der Computer oder der Handys, von welchen auf die Befragung zugegriffen wurde, nicht gespeichert werden (Döring & Bortz, 2016).

Den Teilnehmenden wurde vor der Befragung die Möglichkeit angeboten, den Fragebogen entweder direkt vor Ort auszufüllen oder den Fragebogen selbständig online auszufüllen. Für letzteres wurde den Besuchenden ein Link in Form eines QR-Codes mitgegeben, den sie an einem beliebigen Ort und zu einer beliebigen Zeit eingeben oder scannen konnten, um damit online an der Befragung teilzunehmen. Um die Teilnehmer*Innenquote weiter zu steigern wurden materielle Incentives in Form von kleinen Anstecknadeln mit dem Logo des Nationalparks Gesäuse angeboten. Diese kleinen Dankeschöns wurden vom Nationalpark Gesäuse bereitgestellt und werden in Interviewsituationen eingesetzt um eine höhere Verbindlichkeit herzustellen und die Teilnehmenden eher davon überzeugen, dass sie an der Befragung teilnehmen (Pötschke, 2010). Auch nach der Einwilligung an der Online-Befragung mitzumachen, wurden materielle Incentives verwendet, um eine gewisse Verbindlichkeit aufzubauen. Hier ist jedoch das Risiko zu nennen, dass Teilnehmende lediglich daran interessiert sein könnten, sich das Dankeschön zu sichern und den Fragebogen nicht oder mit einer geringen Aufmerksamkeit und Sorgfalt auszufüllen (ebd.). Die folgende Tabelle zeigt die Anzahl der verteilten QR-Codes und der Rücklaufquote sowie die Anzahl der Verweigerungen. Weder bei den Online-Fragebögen als auch bei den persönlich-mündlichen Befragungen wurden Befragungen während der Durchführung abgebrochen.

Tabelle 5: Rücklaufquote und Verweigerungsanzahl der Befragung

Datum	29.04.	30.04.	01.05.	13.05.	18.05.	19.05.	20.05.	21.05.
Anzahl der verteilten QR-Codes	3	4	2	4	5	8	8	1
Rücklaufquote der Online-Befragung	66,6	25	50	25	60	37,5	62,5	100
Anzahl der Verweigerer*Innen	1	0	1	1	0	1	2	0

Quelle: (Eigene Erhebung, 2023)

5.5 Auswertung der Daten

Die Auswertung der Daten erfolgte mit Hilfe des Programms Excel. Dafür wurde nach der Befragung ein Codeplan für die Antwortoptionen erstellt und die erhobenen Daten der persönlich-mündlichen Befragung manuell in Excel übertragen. Die Daten der Online-Befragung konnten von dem genutzten Anbieter *empirio* direkt als Excel-Datei heruntergeladen werden. Ein Codeplan enthält alle Variablen mit allen Ausprägungen und den jeweiligen Messwerten. Im Codeplan sind auch Variablen enthalten die nicht zu den Fragebogen-Items gehören, wie beispielsweise die Fragebogennummer und das Datum

(Döring & Bortz, 2016). Das Problem der "missing values" konnte aufgrund der persönlichen mündlichen Befragung vermieden werden, denn Missverständnisse konnten direkt vor Ort geklärt werden und die Dateneintragung erfolgte durch den Interviewer. Bei der Online-Befragung wurden die Ergebnisse im Nachgang auf Vollständigkeit und Plausibilität geprüft, jedoch konnten auch hier fehlende Werte verhindert werden, durch die Pflichteingabe von Antworten um zur nächsten Frage weiter zu kommen (ebd.).

Um mögliche unterlaufene Fehler bei der manuellen Datenübertragung zu korrigieren, wurden die Datensätze im Nachgang bei der Datenbereinigung geprüft. Es wurde überprüft, ob die Daten in den zugelassenen Wertebereichen der Variable liegen. Wenn beispielsweise der Wertebereich einer Variable zwischen eins und sieben liegt, aber ein eingetragener Wert darüber liegt, wurde der Wert noch einmal durch das Überprüfen des schriftlichen Fragebogens korrigiert. Anschließend wurden die Wertelabels noch auf Tippfehler oder ungünstige Formulierungen überprüft (Döring & Bortz, 2016).

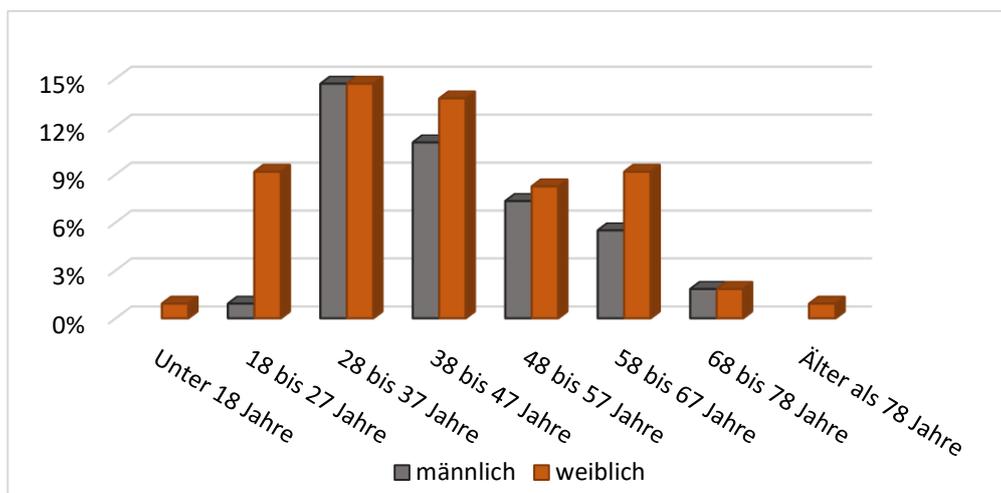
6. Ergebnisse

In diesem Abschnitt werden die Ergebnisse der Befragung mit deskriptivstatistischen Methoden vorgestellt. Die Ergebnisse werden untergliedert in die Themenblöcke des Fragebogens: (a) soziodemografische Ergebnisse, (b) Besucher*Innenstruktur, Besuchsmotivation und Besucher*Innenzufriedenheit sowie (c) Wahrnehmung von Crowding und Coping Strategien. Nach der Vorstellung der Ergebnisse folgt die Überprüfung der zuvor aufgestellten Hypothesen um Aussagen über die Grundgesamtheit zu treffen zu können.

6.1 Soziodemografische Ergebnisse

Wie bereits in Kapitel 5.4 beschrieben, konnten insgesamt 109 Personen ($n = 109$) befragt werden. Die weiblichen Teilnehmerinnen machten in dieser Befragung den Großteil aus. Keine*r der Befragten gab das Geschlecht divers an. Die jüngste Befragte war 17 Jahre alt, die älteste Befragte war 79 Jahre alt. Die Altersgruppe mit den meisten Teilnehmenden war sowohl bei Frauen als auch bei Männern die 28 bis 47-jährigen (vgl. Abbildung 8). Das Durchschnittsalter der Befragten liegt bei 43 Jahren.

Abbildung 8: Altersgruppen der Befragten



Quelle: (Eigene Darstellung, 2023)

Der Großteil der Befragten gab an, in einem österreichischen Bundesland außerhalb der Steiermark zu wohnen. Im Anschluss folgte der Anteil der in der Steiermark außerhalb der Nationalparkgemeinden, der in den Nationalparkgemeinden und zuletzt der im Ausland wohnenden. Bei den Angaben zu den Bildungsabschlüssen hebt sich vor allem der Anteil der Teilnehmenden mit einem akademischen Abschluss hervor. Am wenigsten waren die Personen mit einem Hauptschulabschluss bzw. einem Abschluss einer Polytechnischen Schule vertreten. Die folgende Tabelle dient zur Übersicht über die soziodemografisch erhobenen Daten der Befragten mit den Mittelwerten (M), den

Standardabweichungen (SD), der Anzahl der Personen (N) und den prozentualen Anteilen an der Grundgesamtheit.

Tabelle 6: Geschlecht, Alter, Bildungsabschluss und Wohnort der befragten Personen

Geschlecht N (%)	Weiblich	64	(58,7)
	Männlich	45	(41,3)
	Divers	0	
Alter M (SD)		43,48	(13,7)
Bildungsabschluss N (%)	Kein Abschluss	0	
	Hauptschule/Polytechnische Schule	2	(1,8)
	Lehre	22	(20,1)
	Matura	30	(27,5)
	Akademischer Abschluss	48	(44,0)
	Meister	3	(2,7)
	Fachschule	4	(3,6)
Wohnort N (%)	Nationalparkgemeinde	28	(25,7)
	Steiermark, außerhalb der Nationalparkgemeinden	29	(26,6)
	Anderes österreichisches Bundesland	42	(38,5)
	Ausland	10	(9,2)
Summe N (%)		109	(100)

Quelle: (Eigene Erhebung, 2023)

6.2 Besucher*Innenstruktur, Besuchsmotivation und Besucher*Innenzufriedenheit

Bei der Frage nach der Zugehörigkeit der Besuchsgruppe (vgl. Frage 1) fielen die Antworten sehr ausgeglichen aus und machten jeweils etwa ein Viertel aus. Bei der halboffenen Frage nach der Aktivität am Befragungstag (vgl. Frage 2) konnten Mehrfachantworten genannt werden, weshalb insgesamt 124 Angaben bei 109 Teilnehmer*Innen eingingen. Zwei Aktivitäten wurden unter Sonstiges genannt: Klettern und Vogelbeobachtung. Die folgende Tabelle 7 dient zur Übersicht über die Besuchsgruppen und der ausgeübten Aktivitäten.

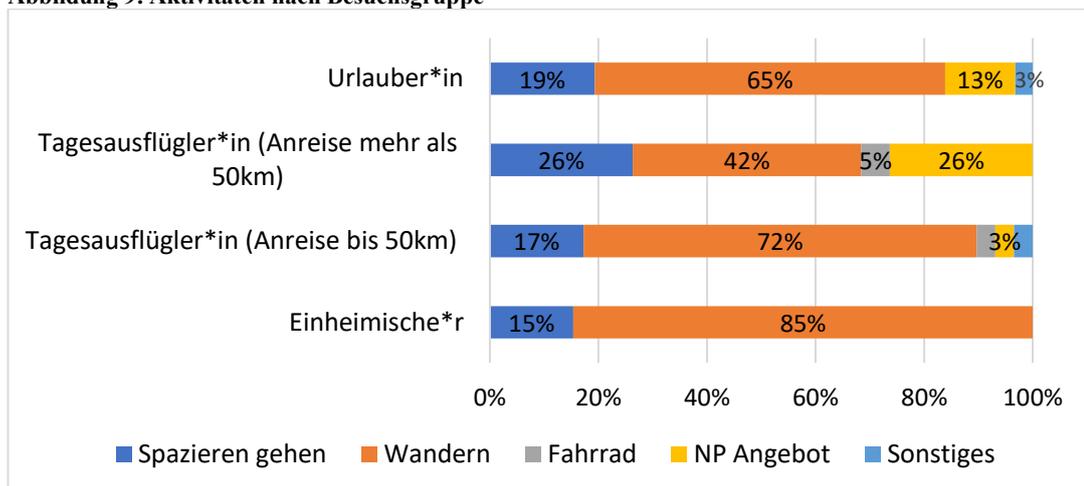
Tabelle 7: Besuchsgruppen und Aktivitäten der befragten Personen

Besuchsgruppe N (%)	Einheimische*r aus Nationalparkgemeinde	26 (23,9)
	Tagesausflügler*in aus näherer Umgebung	26 (23,9)
	Tagesausflügler*in aus weiterer Umgebung	29 (26,6)
	Urlauber*in	28 (25,7)
Aktivität N (%)	Spazieren gehen	25 (20,2)
	Wandern	79 (63,7)
	Fahrrad fahren	3 (2,4)
	Besuch von Nationalparkangebot	15 (12,1)
	Sonstiges	2 (1,6)

Quelle: (Eigene Erhebung, 2023)

Bei der Besuchsgruppe der Urlauber*Innen gab die Mehrheit der Befragten (64%) ein anderes österreichisches Bundesland außerhalb der Steiermark als Wohnort an. Etwa 32% der Urlauber*Innen gab das Ausland als Wohnort an und knapp 4% gaben die Steiermark als Wohnort an.

Die folgende Abbildung 11 zeigt welche Besuchsgruppe welche Aktivität am häufigsten ausführte. Die Einheimischen nutzen als einzige Besuchsgruppe kein Nationalparkangebot. Diese wurden vor allem von den Tagesausflügler*Innen aus der weiteren Umgebung und von Urlauber*Innen genutzt. In allen vier Besuchsgruppen machte das Wandern den Großteil der Aktivitäten aus.

Abbildung 9: Aktivitäten nach Besuchsgruppe

Quelle: (Eigene Darstellung, 2023)

Die Frage 3 des Fragebogens erfasste die Besuchsmotive am Befragungstag. Die Antwortskala reichte, wie in Kapitel 5.3 erläutert, von 1 (sehr unwichtig) bis 5 (sehr wichtig). In folgender Tabelle ist ersichtlich, dass sich die Mittelwerte aller Motive zwischen 3,5 bis 4,78 befinden. Das wichtigste Besuchsmotiv bei den Befragten stellte das

Naturerlebnis dar und das am wenigsten wichtigste Besuchsmotiv war die sportliche Herausforderung. Die Standardabweichung ist bei der Besuchsmotivation Zusammensein mit Freunden/Familie am größten.

Tabelle 8: Besuchsmotive der Befragten

Entspannung und Erholung M (SD)	4,65 (0,66)
Naturerlebnis M (SD)	4,78 (0,57)
Einsamkeit und Ruhe M (SD)	4,12 (0,94)
Zusammensein mit Freunden/Familie M (SD)	3,98 (1,29)
Sportliche Herausforderung M (SD)	3,50 (1,19)
Gesundheit M (SD)	4,26 (0,91)

Quelle: (Eigene Erhebung, 2023)

Die Frage zur Zufriedenheit mit dem Besuch am Befragungstag, konnte mit einer Skala, welche dem österreichischen Schulnotensystem entspricht, beantwortet werden (vgl. Frage 4). Die Note 1 steht demnach für sehr zufrieden und die Note 5 für ungenügend. Die große Mehrheit 78% (n = 85) war mit ihrem Besuch sehr zufrieden. 13% der Befragten vergaben eine zwei, 6% eine drei, 1% eine vier und 2% eine fünf. Der Notendurchschnitt liegt damit bei 1,35.

Die Anzahl der Erstbesucher*Innen an den Befragungstagen betrug 33% (n = 36) und 67% der Befragten waren zuvor schon einmal im Nationalpark (n = 73) (vgl. Frage 8 & 9). Im Durchschnitt gaben die Personen, welche zuvor schon einmal im Nationalpark waren, an etwa 34-mal den Nationalpark in den letzten 24 Monaten besucht zu haben. Das Maximum der Besuchstage lag bei 400 und das Minimum bei 0. Der Großteil der wiederholten Besucher*Innen gab an zwei bis fünf Mal den Nationalpark in den letzten 24 Monaten besucht zu haben, gefolgt von den Befragten, welche den Nationalpark zwischen 16- und 30-mal besucht hatten (vgl. Tabelle 9).

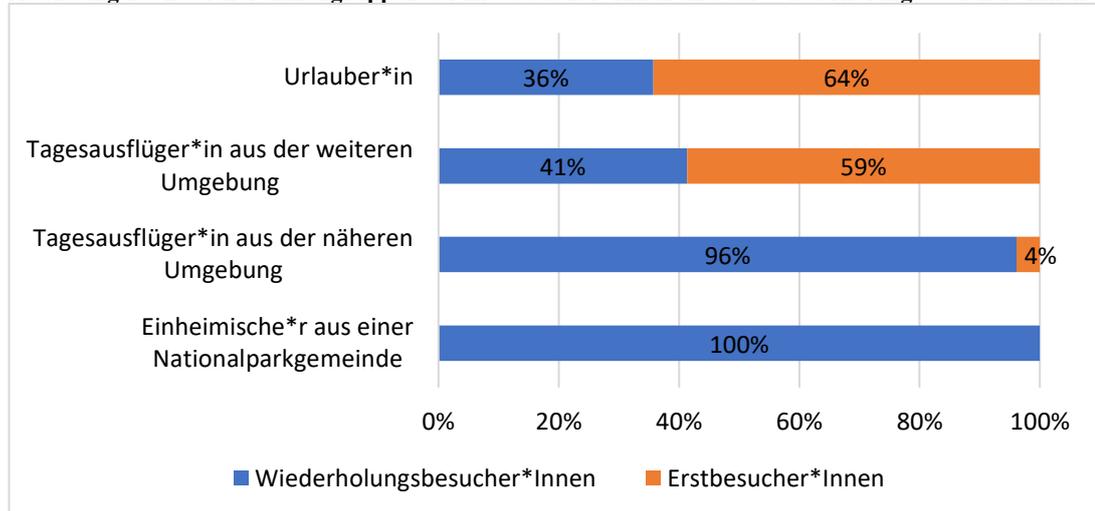
Tabelle 9: Anzahl der Besuchstage der Befragten

Besuchstage der letzten 24 Monate N (%)	
0 – 1	11 (15,1)
2 – 5	19 (26,0)
6 – 15	13 (17,8)
16 – 30	14 (19,2)
31 – 50	5 (6,8)
51 – 100	5 (6,8)
101 - 400	6 (8,2)
Summe	73 (100)

Quelle: (Eigene Erhebung, 2023)

Aus den erhobenen Daten geht hervor, dass die Erstbesucher*Innen überwiegend Urlauber*Innen (n = 18) oder Tagesausflügler*Innen aus der weiteren Umgebung (n = 17) waren. Die Personen, die den Nationalpark zum wiederholten Mal besucht haben, waren überwiegend Einheimische aus einer Nationalparkgemeinde (n = 26) oder Tagesausflüger*Innen aus der näheren Umgebung (n = 25) (vgl. Abbildung 12).

Abbildung 10: Besucher*Innengruppen der Erstbesucher*Innen und der Wiederholungsbesucher*Innen



Quelle: (Eigene Darstellung, 2023)

6.3 Wahrnehmung von Crowding

Bei der Frage nach dem empfundenen Besucher*Innenaufkommen am Befragungstag (vgl. Frage 5) antwortete die überwiegende Mehrheit mit Angenehm. Der Durchschnittswert der Angaben betrug 3,99 auf einer Skala von 1 (= viel zu einsam) bis 7 (= viel zu überfüllt), damit liegt der Wert leicht unter dem Mittelwert von 4 (= Angenehm). Diesen Ergebnissen entsprechend fielen auch die Antworten zu den Coping Strategien am Befragungstag aus (vgl. Frage 7). Fast alle Befragten gaben an, ihr Verhalten nicht geändert zu haben. Lediglich drei Personen gaben an Coping Strategien angewendet zu haben. Die Frage nach der Erwartungshaltung gegenüber des Besucher*Innenaufkommens am Befragungstag (vgl. Frage 6) wurde von dem meisten entweder mit „weniger Besucher*Innen als erwartet“, „genauso viele Besucher*Innen wie erwartet“ oder „hatte keine Erwartungen“ beantwortet. Die folgende Tabelle dient zur Übersicht über das Crowding Empfinden, die Erwartungshaltungen und den Coping Strategien an den Befragungstagen.

Tabelle 10: Crowding, Erwartungshaltung und Coping an den Befragungstagen

Crowding an den Befragungstagen N (%)	Viel zu einsam	0	
	Zu einsam	3	(2,8)
	Etwas zu einsam	1	(0,9)
	Angenehm	99	(90,8)
	Etwas zu überfüllt	6	(5,5)
	Zu überfüllt	0	
	Viel zu überfüllt	0	
Erwartungshaltung an den Befragungstagen N (%)	Viel weniger als erwartet	2	(1,8)
	Weniger als erwartet	32	(29,4)
	Genauso viele wie erwartet	32	(29,4)
	Mehr als erwartet	13	(11,9)
	Viel mehr als erwartet	1	(0,9)
	Hatte keine Erwartungen	29	(26,6)
Coping an den Befragungstagen N (%)	Verhalten nicht geändert	106	(97,2)
	Wege abseits der markierten Wanderwege genutzt	0	
	Zu einer anderen Tageszeit gekommen	1	(0,9)
	Weniger besuchten Bereich ausgesucht	1	(0,9)
	Aufenthaltsdauer verkürzt	1	(0,9)
	Ärgerte mich	0	
	Sonstiges	0	
Summe N (%)		109	(100)

Quelle: (Eigene Erhebung, 2023)

Etwas andere Ergebnisse wurden bei den Befragten, welche zuvor schon einmal im Nationalpark waren, erhoben ($n = 73$). Bei der Frage nach dem generell empfundenen Besucher*Innenaufkommen im Nationalpark (vgl. Frage 10) gab der Großteil an, dass das Besucher*Innenaufkommen angenehm sei. Jedoch gaben bei dieser Frage wesentlich mehr Personen an, dass es entweder etwas zu überfüllt, zu überfüllt bis viel zu überfüllt sei. Der Durchschnittswert der Antworten beträgt 4,44 auf einer Skala von 1 (= viel zu einsam) bis 7 (= viel zu überfüllt). Damit liegt der Wert leicht über dem Mittelwert von vier (= Angenehm).

Bei der anschließenden Frage nach den Coping Strategien bei vorherigen Besuchen (vgl. Frage 11), bei der Mehrfachnennungen möglich waren, gab es insgesamt 99 Antworten. Mehr als die Hälfte der Befragten gab an bisher keine Coping Strategien angewendet zu haben ($n = 41$). Von 32 Personen wurden schon einmal Coping Strategien bei vorherigen Besuchen angewendet. Die häufigsten Angaben waren, dass sie vermehrt unter der Woche

statt an Sonntagen in den Nationalpark kommen würden und dass sie in weniger besuchte Bereiche des Nationalparks ausweichen würden. Die beiden Antworten, welche unter Sonstiges angegeben wurden, lauteten, dass sie den Nationalpark nun vermehrt bei schlechterem Wetter besuchen würden.

Die Frage, ob die Besucher*Innen seitdem sie dieses Gebiet besuchen, eine Veränderung der Besucher*Innenmenge festgestellt haben (vgl. Frage 12), wurde von über der Hälfte der Befragten mit „mehr Besucher*Innen als früher“ beantwortet. Etwa ein Viertel gab an, dass es genauso viele Besucher*Innen wie früher seien. Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die Angaben zum Crowding und Coping sowie über die Wahrnehmung der Veränderung der Besucher*Innenmenge.

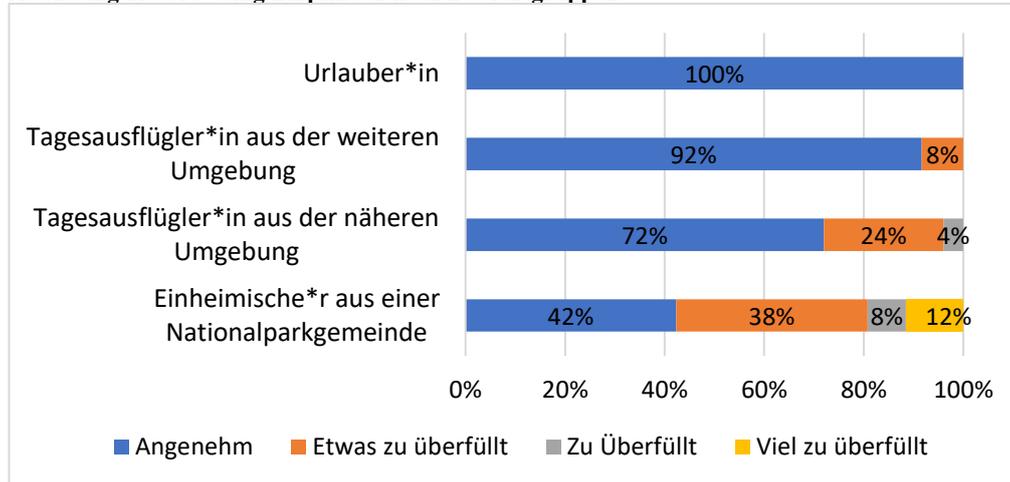
Tabelle 11: Crowding, Coping und Veränderung der Besucher*Innenmenge der Wiederholungsbesuchenden

Generelles Crowding N (%)	Viel zu einsam	0	
	Zu einsam	0	
	Etwas zu einsam	0	
	Angenehm	50	(68,5)
	Etwas zu überfüllt	17	(23,3)
	Zu überfüllt	3	(4,1)
	Viel zu überfüllt	3	(4,1)
Veränderung der Besucher*Innenmenge N (%)	Viel weniger als früher	0	
	Weniger als früher	5	(6,8)
	Genauso viele wie früher	17	(23,3)
	Mehr als früher	43	(58,9)
	Viel mehr als früher	8	(11,0)
Summe N (%)		73	(100)
Coping bei vorherigen Besuchen N (%)	Verhalten nicht geändert	41	(41,4)
	Andere Gebiete aufgesucht	4	(4,0)
	Wege abseits der markierten Wanderwege genutzt	5	(5,1)
	Seltener zu Besuch	5	(5,1)
	Zu einer anderen Tageszeit gekommen	6	(6,1)
	Unter der Woche zu Besuch	25	(25,3)
	Weniger besuchte Bereiche ausgesucht	10	(10,1)
	Aufenthaltsdauer verkürzt	1	(1,0)
	Ärgerte mich	0	
	Sonstiges	2	(2,0)
	Sonstiges	0	
Summe N (%)		99	(100)

Quelle: (Eigene Erhebung, 2023)

Die Abbildung 13 veranschaulicht, welche Besuchergruppe welches Crowding Empfinden angab. Dabei ist zu erkennen, dass alle Urlauber*Innen ein angenehmes Besucher*Innenaufkommen angaben. Je kürzer die Anreise zum Nationalpark, desto mehr Besucher*Innen gaben Crowding an. So gaben im Vergleich mehr Einheimische Crowding an, als Tagesausflügler*Innen sowohl die aus der näheren als auch aus der weiteren Umgebung.

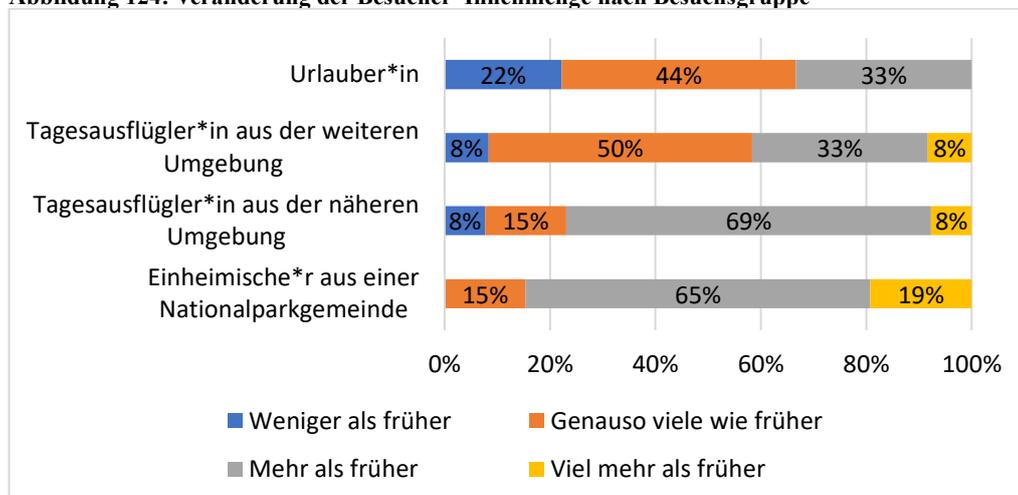
Abbildung 11: Crowding Empfinden nach Besuchergruppen



Quelle: (Eigene Darstellung, 2023)

Die folgende Abbildung 14 zeigt, welche Besucher*Innengruppe welche Veränderung am häufigsten feststellte. Zu erkennen ist, dass kein*e Einheimische*r weniger Besucher*Innen als früher feststellte. Die Besuchergruppe der Einheimischen sowie der Tagesausflügler*Innen aus der näheren Umgebung gaben deutlich häufiger an mehr Besucher*Innen als früher zu beobachten. Urlauber*Innen und die Tagesausflügler*Innen aus der weiteren Umgebung gaben hingegen deutlich häufiger an genauso viele Besucher*Innen wie früher festzustellen.

Abbildung 124: Veränderung der Besucher*Innenmenge nach Besuchergruppe



Quelle: (Eigene Darstellung, 2023)

Bei der Frage nach den Coping Strategien, welche von 32 Personen angewendet wurden, waren vor allem die Einheimischen vertreten. Die folgende Abbildung zeigt die die Anwendung von Coping Strategien nach Besuchsgruppen.

Abbildung 13: Anwendung von Coping Strategien nach Besuchsgruppen



Quelle: (Eigene Darstellung, 2023)

Die offen gestellte Frage nach den Bereichen/Zeiten, wo oder an welchen das Besucher*Innenaufkommen als sehr hoch empfunden werde, wurde von insgesamt 53 Personen beantwortet. Die Antworten wurden in die folgende Antwortkategorien untergliedert:

Tabelle 12: Bereiche/Zeiten mit besonders hohem Besucher*Innenaufkommen

Antwortkategorie	N	(%)
Wochenenden	17	(22,4)
Sommersaison	21	(27,6)
Wintersaison	6	(7,9)
Schönwettertage	5	(6,6)
Feiertage	4	(5,3)
Ferien	8	(10,5)
Johnsbachtal im Winter	4	(5,3)
Almhütten	9	(11,8)
Coronazeit	1	(1,3)
Schöne Herbsttage	1	(1,3)
Summe	76	(100)

Quelle: (Eigene Erhebung, 2023)

Bei der letzten Frage in diesem Themenblock, welche als Zustimmungfrage formuliert wurde, stimmten 42% der Befragten ($n = 46$) der Aussage „zu viele Besucher*Innen trüben die Qualität meines Besuchs“ zu, 25 % ($n = 27$) stimmten voll und ganz zu, 20% gaben „weder noch“ an, 9% ($n = 10$) stimmten der Aussage nicht zu und 4% ($n = 4$) stimmten der Aussage überhaupt nicht zu.

6.4 Überprüfung der Hypothesen und Beantwortung der Forschungsfrage

Im Folgenden werden die im Kapitel 5.1 aufgestellten Hypothesen mit klassischen Signifikanztests geprüft und schließlich angenommen oder verworfen. Ein klassischer Signifikanztest besteht aus einer Nullhypothese und der Alternativhypothese. Die Alternativhypothesen leiten sich von der zuvor erläuterten Theorie her, die Nullhypothesen hingegen widersprechen diesen und „behaupten, dass die in den Alternativhypothesen postulierten Unterschiede bzw. Zusammenhänge nicht vorhanden sind“ (Bortz & Schuster, 2010, S. 98). Die Auswahl des Hypothesentests ist von verschiedenen Faktoren abhängig: (a) von der Art der Hypothese (z. B. werden Zusammenhangs-, Unterschieds- und Veränderungshypothesen unterschieden), (b) der Anzahl der Variablen (z. B. uni-, bi- oder multivariate Variablen), (c) vom Stichprobenumfang und (d) von den Verteilungseigenschaften der Daten (Döring & Bortz, 2016). Anhand dieser Faktoren wurden die folgenden Hypothesentest ausgewählt und mit Excel und *DATAtab* ausgewertet. Folgende Hypothesentests wurden für die Prüfung verwendet: Chi-Quadrat Unabhängigkeitstest nach Pearson (χ^2 -Test), Korrelationsanalyse nach Pearson, lineare Regression und Mann-Whitney U-Test.

*H1: Wenn sich Besucher*Innen crowded fühlen, wenden sie Coping Strategien an.*

Die bivariate Korrelationshypothese (Döring & Bortz, 2016) wird durch die Fragen „Wie empfinden Sie das generelle/heutige Besucher*Innenaufkommen im Nationalpark Gesäuse?“ und „Haben Sie heute/bei vorherigen Besuchen aufgrund der angetroffenen Besucher*Innenmenge Ihr Besuchsverhalten geändert?“ geprüft (vgl. Frage 5, 7, 10 & 11). Dabei soll herausgefunden werden, ob ein Zusammenhang zwischen der Anwendung von Ausweichverhalten und Crowding besteht. Zunächst wird der Zusammenhang zwischen dem generellen Crowding und den Coping Strategien untersucht, bevor der Zusammenhang zwischen den gleichen Variablen aber an den Befragungstagen geprüft wird.

Für die Prüfung der Hypothese wurde der Chi-Quadrat Unabhängigkeitstest (χ^2 -Test) nach Pearson verwendet. Der Test wird dafür verwendet, um zu prüfen, ob zwischen zwei kategorialen Variablen ein Zusammenhang besteht. Für die Durchführung des Tests wurde zunächst die folgende Kontingenztabelle erstellt mit der absoluten Anzahl an Personen, welche sich crowded bzw. nicht crowded fühlten und mit der absoluten Anzahl an Personen, welche daraufhin ihr Besuchsverhalten geändert haben und welche nicht (Hellbrück, 2016).

Tabelle 13: Chi-Quadratstest zur Prüfung von H1

Besuchsempfinden/ Besuchsverhalten	Verhalten geändert	Verhalten nicht geändert	Summe
Crowded	15	8	23
Angenehm	17	33	50
Summe	32	41	73
$\chi^2 = 6,2356$			
p = .012521			

Quelle: (Eigene Erhebung, 2023)

Der Vergleich mit der χ^2 - Tabelle ergibt bei einem Signifikanzniveau von $\alpha = .05$ und dem Freiheitsgrad 1 den kritischen Wert von 3,841. Da der χ^2 von 6,2356 diesen Wert überschreitet und der p-Wert kleiner ist als $\alpha = .05$ kann die Nullhypothese verworfen werden, nach der kein Zusammenhang zwischen den Merkmalen besteht und die Hypothese H1 angenommen werden. Zwischen den Merkmalen Crowding und Coping besteht ein signifikanter Zusammenhang. Da der χ^2 keine Aussage über die Stärke des Zusammenhangs treffen kann, wurde im Anschluss Cramers V berechnet. Dieser Wert gibt Aufschluss über die Stärke des Zusammenhangs, auch Effekt oder Effektgröße genannt. Da Cramers V im Regelfall für Kreuztabellen die größer als 2x2 sind angewendet wird, entspricht der Wert auch dem Korrelationskoeffizienten (Frey, 2018). Dieser liegt genau wie Cramers V bei $r = .2922$ und zeigt damit einen mäßigen positiven linearen Zusammenhang zwischen den Variablen Crowding und Coping.

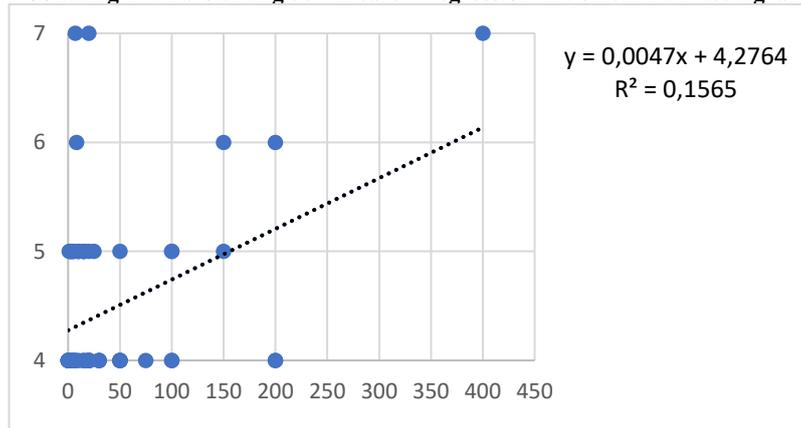
Da für einen χ^2 -Test die Daten der Kontingenztabelle größer als fünf sein sollten (ebd.), dies aber bei der Prüfung des Zusammenhangs zwischen dem Crowding Empfinden und dem Ausweichverhalten an den Befragungstagen nicht gegeben ist, wird eine Korrelationsanalyse nach Pearson durchgeführt. Der Korrelationskoeffizient von $r = 0,18$ ergab eine geringe positive Korrelation zwischen den Variablen, jedoch kann das Ergebnis bei einem p-Wert von .067 als nicht signifikant bewertet werden und die Nullhypothese kann in diesem Fall nicht verworfen werden.

H2: Besuchende mit mehr Erfahrung berichten über eine stärkere Wahrnehmung von Crowding als weniger Erfahrene.

Diese gerichtete Zusammenhangshypothese (Döring & Bortz, 2016) wird mit der Frage „Wie empfinden Sie das generelle Besucher*Innenaufkommen im Nationalpark Gesäuse?“ sowie der Frage „Wie oft haben Sie den Nationalpark in den letzten 24 Monaten ca. besucht?“ untersucht (vgl. Frage 9 & 10). Es soll geprüft werden, ob sich Personen,

welche einen höheren Erfahrungswert in diesem Nationalpark aufweisen, ein höheres Crowding Empfinden haben, als Personen, die den Nationalpark weniger oft besuchen. Der Zusammenhang wird mit einer linearen Regression geprüft. Die Anzahl der Besuche stellt die unabhängige Variable dar, das Crowding Empfinden stellt hingegen die abhängige Variable dar (Bortz & Schuster, 2010). Der Regressionskoeffizient r entspricht einem Wert von $.3956$. Der Bestimmtheitsgrad r^2 $.1565$ beschreibt, wie gut die unabhängigen Variablen geeignet sind die abhängigen Variablen vorherzusagen bzw. zu beschreiben und kann ein Wert zwischen -1 und $+1$ annehmen. In diesem Fall geben aufgerundet etwa 16% der Besucher*Innen die den Nationalpark öfter besuchen ein höheres Crowding Empfinden an, als Personen mit weniger Besuchstagen. Die einfache lineare Regressionsanalyse bestätigt die Hypothese 2 mit einer Signifikanz von $p = .0005 < \alpha = .05$. Jedoch ist zu beachten, dass offensichtlich weitere Faktoren das Crowding Empfinden beeinflussen, da trotz des signifikanten Ergebnisses ein hoher Teil der Variation nicht durch das Merkmal Besuchstage erklärt wird.

Abbildung 14: Darstellung der linearen Regression mit einem Punktediagramm



Quelle: (Eigene Darstellung, 2023)

*H3: Einheimische weisen ein höheres Empfinden von Crowding auf als Tagesausflügler*Innen und Urlauber*Innen.*

Für die Untersuchung dieser Hypothese wird sowohl die Frage 1 des Fragebogens „Welcher Besuchsgruppe gehören Sie an?“ sowie die Fragen 5 und 10 „Wie empfinden Sie das heutige (bzw. generelle) Besucher*Innenaufkommen?“ herangezogen. Bei dieser Hypothese handelt es sich um eine Unterschiedshypothese (Döring & Bortz, 2016). Es soll herausgefunden werden, ob es einen Unterschied zwischen den Gruppen Einheimische und Tagesausflügler*Innen bzw. Urlauber*Innen in Bezug auf das Crowding Empfinden gibt. Die Hypothese wird sowohl für die Befragungstage geprüft (vgl. Frage 5) als auch für das generelle Empfinden (vgl. Frage 10). Die abhängige Variable entspricht dem

Merkmal, das den inhaltlichen Gruppenunterschied zeigen soll, in diesem Fall das Crowding Empfinden. Die unabhängige Variable ist die Gruppierungsvariable, also Einheimische bzw. Tagesausflügler*Innen und Urlauber*Innen (Döring & Bortz, 2016). Die Daten zu den Besucher*Innengruppen wurden nominalskaliert und die Daten zum Crowding Empfinden intervallskaliert erhoben, ausgehend von dieser Datenerhebung wird der Mann-Whitney-U-Test durchgeführt. Für die Berechnung des Hypothesentests wurde der Online Statistikrechner *Datatab* verwendet, da die online verfügbaren Tabellen, um den kritischen Wert abzulesen, für die Anzahl der Einheimischen und Nicht-Einheimischen nicht verfügbar ist. Dabei stellte sich heraus, dass ein signifikanter Unterschied zwischen den Besucher*Innengruppen, von denen beide zuvor schon einmal im Nationalpark waren, besteht: Einheimische ($M_{\text{Rang}} = 33,46$) und Nicht-Einheimische ($M_{\text{Rang}} = 9,87$), $U = 348,5$, $p = .003$. Für das generelle Empfinden des Besucher*Innenaufkommen kann also ein signifikanter Unterschied zwischen den Gruppen Einheimische und Nicht-Einheimische festgestellt werden, wobei die Einheimischen ein höheres Crowding Empfinden angeben. Demnach kann die Nullhypothese verworfen werden, nachdem kein Unterschied zwischen den Gruppen besteht. Die Effektstärke des Unterschieds beträgt $r = .43$, das weist darauf hin, dass ein mittelstarker Unterschied zwischen den beiden Gruppen besteht. Die Bewertung fällt jedoch anders aus, wenn die Daten von den Besuchstagen verwendet werden (vgl. Frage 5). Der Mann-Whitney-U Test zeigt, dass kein Unterschied zwischen den Gruppen Einheimische und Nicht-Einheimische vorliegt ($U = 1052$; $p = .851$) und die Nullhypothese wird in diesem Fall beibehalten. Die H4 kann also nur teils bestätigt werden und zwar ausgehend von dem generellen Besucher*Innenaufkommen, jedoch nicht ausgehend von dem Besucher*Innenaufkommen an den Befragungstagen.

*H4: Besucher*Innen die mit dem Motiv „Einsamkeit und Ruhe“ den Nationalpark Gessäuse besuchen, reagieren sensibler auf das Besuchsaufkommen.*

Die genannte Hypothese wird ebenso mit dem Mann-Whitney Test geprüft, da die abhängige Variable (das Besuchsaufkommen) intervallskaliert erhoben wurde. Die Datensätze der Fragen „Wie wichtig waren für Sie folgende Motive für Ihren heutigen Besuch?“ sowie „Wie empfinden Sie das heutige Besucher*Innenaufkommen?“ (vgl. Fragen 3 & 5) werden für die Untersuchung herangezogen. Für den Test werden die Daten zum Motiv „Einsamkeit und Ruhe“ in die beiden Gruppen „hohes Motiv“ und „unwichtiges Motiv“ eingeteilt. Personen, welche bei genanntem Motiv „sehr unwichtig bis weder wichtig noch unwichtig“ angaben, wurden der Gruppe „unwichtiges Motiv“ zugeteilt. Personen

welche die Frage mit „eher wichtig bis sehr wichtig“ beantwortenden, sind in der Gruppe „hohes Motiv“ vertreten. Der Test ergab, dass kein Unterschied in Bezug zu Crowding zwischen den Gruppen, welche mit einem hohen Motiv von Einsamkeit und Ruhe den Nationalpark besuchten und welche nicht mit der Intention von Ruhe und Einsamkeit den Nationalpark besuchten, herrscht. Der Mann-Whitney U-Test ergab keinen statistisch signifikanten Zusammenhang und die Nullhypothese wird beibehalten ($U=1053,5$; $p = .859$, $r = .03$).

H5: Je höher das Crowding Empfinden desto niedriger ist der Zufriedenheitsgrad des Besuchs.

Die Zusammenhangshypothese wird mit den Fragen „Wie empfinden Sie das heutige Besucher*Innenaufkommen im Nationalpark Gesäuse?“ und „Wie zufrieden waren Sie mit Ihrem heutigen Besuch im Nationalpark?“ untersucht (vgl. Fragen 4 & 5). Für die Untersuchung der Hypothese wird Korrelationsanalyse nach Spearman durchgeführt. Das Ergebnis der Korrelationsberechnung zeigt einen Korrelationswert von $r = .05$ und $p = .622$ und zeigt damit keinen nennenswerten Zusammenhang zwischen den beiden Variablen Crowding und Zufriedenheit am Befragungstag. Die Nullhypothese kann daher nicht verworfen werden und die Alternativhypothese nicht angenommen werden.

7. Diskussion und Schlussfolgerungen

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse der Befragung und die Hypothesenprüfung diskutiert und interpretiert. Zunächst werden die deskriptiven Ergebnisse betrachtet und in Vergleich mit anderen Studien gesetzt, bevor die Auseinandersetzung der Hypothesen und die Beantwortung der Forschungsfrage folgt. Im Anschluss werden die Stärken und die Limitation der vorliegenden Bachelorarbeit beschrieben und der letzte Punkt beinhaltet ein allgemeines Fazit und einen Ausblick.

Soziodemografische Ergebnisse

Die soziodemografischen Ergebnisse der befragten Besucher*Innen ergab, dass der Großteil der Befragten weiblich war mit 59% und die männlichen Befragten einen Anteil von 41% ausmachten. Im Vergleich mit dem 2009 veröffentlichten Besuchermonitoring Bericht, bei dem 61% der Befragten männlich waren und 39% weiblich, zeigt sich ein deutlicher Unterschied (Arnberger, Alex & Eder, 2009). Auch in den beiden weiteren Studien, die im Nationalpark Gesäuse anhand von Befragungen durchgeführt wurden, ist der jeweilige Anteil der Männer mit 56% und 68% höher (Leeb, 2020; Saukel, 2015). Der Unterschied zu vorliegender Arbeit kann verschiedene Gründe haben, einer davon kann auf die Auswahl der Befragten zurückzuführen sein. Im Besuchermonitoring Bericht wurden beispielsweise mehr Kletternde und Mountainbikende befragt, wobei diese Sportarten überwiegend von Männern ausgeübt wurden (Arnberger, Alex & Eder, 2009).

Das Durchschnittsalter der Befragten liegt bei 43,48 Jahren und entspricht damit in etwa dem Durchschnittsalter der Befragten des Besuchermonitoring Berichts mit 46,5 Jahren sowie dem Durchschnittsalter bei der Befragung von Leeb und Saukel mit 43 und 47 Jahren (Saukel, 2015; Leeb, 2020; Arnberger, Alex & Eder, 2009). Mit Blick auf das Durchschnittsalter der Wohnbevölkerung in Österreich, welches im Jahr 2022 43,2 Jahre betrug, ist der Wert damit fast identisch mit dem Durchschnittsalter der Teilnehmenden dieser Befragung (Statistik Austria, 2023). Genau wie beim Besuchermonitoring Bericht sind über zwei Drittel der Befragten zwischen 31 und 60 Jahre alt (Arnberger, Alex & Eder, 2009). Dieses Ergebnis deckt sich mit der Studie „Target Audience: Outdoor & lifestyle sport athletes in Austria“ (2023) nach der über zwei Drittel der Outdoorsportler in Österreich zur Generation Millennials und Generation X gehören (Jahrgänge zwischen 1965 und 1996) (Gewiese & Rau, 2023).

Mehr als die Hälfte der Befragten kam entweder aus einer der Nationalparkgemeinden (26%) oder aus der Steiermark außerhalb der Nationalparkgemeinden (27%). Damit zeigt sich eine erwartungsgemäß starke Vertretung lokal ansässiger Personen. Etwa 38%

der Befragten kamen aus einem anderen österreichischen Bundesland, hierbei ist jedoch nochmal auf die geografische Lage des Nationalparks hinzuweisen, da er sich in der Nähe der Grenze zu Oberösterreich befindet. Der genannte hohe Anteil der lokal ansässigen Personen und der geringe Anteil der im Ausland ansässigen (9%) lässt sich durch den Befragungszeitraum begründen. Dieser fand sowohl außerhalb der Ferienzeiten, von den Ländern die Österreich am häufigsten besuchen (Deutschland, Niederlande, Schweiz und Tschechien), sowie vor der Sommersaison statt (Österreich Werbung, 2023).

Auffällig bei den Angaben zum Bildungsabschluss ist der verhältnismäßig hohe Anteil der Teilnehmenden mit einem akademischen Abschluss mit 44% und der verhältnismäßig niedrige Anteil der Personen mit Lehrabschluss mit 20% (vgl. Tabelle 6). Die Forschungsarbeit von Leeb (2020) ergab einen gleich großen Anteil der Befragten mit akademischem Abschluss mit 44% und die Studie von Saukel (2015) ergab einen Anteil von 34%. Damit entspricht der Anteil der teilnehmenden Personen mit akademischem Abschluss prozentual deutlich mehr als dem österreichischen Durchschnitt. Dieser lag im Jahr 2019 bei der österreichischen Wohnbevölkerung im Alter von 25 bis 64 Jahren bei 18,6%. In der Steiermark lag der Anteil der Bevölkerung mit Hochschul- oder Akademieabschluss bei 17%. Der Anteil der Personen mit Lehrabschluss in Österreich in der gleichen Altersgruppe lag im Jahr 2019 bei 38,3%, das entspricht deutlich mehr als bei den Befragten im Nationalpark (Astleithner *et al.*, 2022). Ebenso im Vergleich mit dem Besuchermonitoring Bericht, bei dem der Anteil der Befragten mit akademischen Abschluss bei 31% und der Anteil der Befragten mit Lehre bei 14% lag, zeigt sich ein deutlicher Unterschied sowohl zu vorliegender Arbeit als auch zum österreichischen Durchschnitt (Arnberger, Alex & Eder, 2009). Zusammenfassend wurde bei allen genannten Forschungsarbeiten ein höherer Durchschnitt in Bezug auf die Bildungsabschlüsse im akademischen Bereich festgestellt. Zwei mögliche Erklärungen hierfür könnten sein, dass der Nationalpark Gesäuse entweder von durchschnittlich mehr Personen mit höherem Bildungsabschluss besucht wird oder dass diese eher bereit sind an Befragungen teilzunehmen.

Besucher*Innenstruktur und Besuchsmotivation

Bei der Frage zur Zugehörigkeit der Besuchsgruppe gaben etwa die Hälfte an entweder Einheimische aus einer der Nationalparkgemeinden oder Tagesausflügler*in aus der näheren Umgebung zu sein, diese Angaben sind fast deckungsgleich mit den Angaben zum Wohnort. Der verhältnismäßig hohe Anteil der Urlauber*Innen (26%), womit Personen mit einem Übernachtungsaufenthalt gemeint sind, könnte auf die ausgewählten Befragungstage zurückzuführen sein, welche sowohl Feiertage, Wochenenden und

Brückentage einschlossen (vgl. Tabelle 4). Der Anteil der Urlauber*Innen die aus dem Ausland kamen betrug etwa 32%, das bedeutet, dass ein großer Teil der Urlauber*Innen Österreicher*Innen sind und im eigenen Land Urlaub machten (64%). Eine mögliche Erklärung für den verhältnismäßig geringen Anteil der Besucher*Innen aus dem Ausland, könnte in einer niedrigen Bekanntheit des Nationalparks im Ausland liegen.

Der hohe Anteil der Personen, die Wandern als Aktivität an den Befragungstagen angaben, ist im Nationalpark Gesäuse, welcher vor allem unter Bergsteiger*Innen und Wander*Innen bekannt ist, gemäß den Erwartungen (BMK, 2023). Im Anschluss folgte das Spazieren gehen und Besuch eines Nationalparkangebots als angegebene Aktivität. Etwa 12% der Befragten gaben den Besuch eines Nationalparkangebots an. Dies entspricht den Erwartungen, da der Befragungsstandort Parkplatz Weidendom einer der Hauptausgangspunkte für das Erlebniszentrum Weidendom ist.

Wie auch im Besuchermonitoring Bericht aus dem Jahr 2009 stellt das Naturerlebnis die wichtigste Besuchsmotivation und Entspannung und Erholung das zweitwichtigste Besuchsmotiv dar. Während Einsamkeit und Ruhe in dieser Befragung ein fast genauso großes Besuchsmotiv darstellte, war dies im Besuchermonitoring Bericht nicht der Fall und war eines der unwichtigsten Besuchsmotive (Arnberger, Alex & Eder, 2009). Die verhältnismäßig große Standardabweichung von 1,29 bei der Besuchsmotivation Zusammensein mit Freunden/Familie (vgl. Tabelle 8) könnte auf die Befragung von Personen, welche sowohl allein als auch mit Familienmitgliedern oder Freunden unterwegs waren, zurückzuführen sein.

Die hohe Zufriedenheit der Nationalparkbesucher*Innen mit dem Mittelwert von 1,34 ähnelt dem Durchschnitt der Sommerbefragung die im Rahmen des Besuchermonitoring Berichts durchgeführt wurde mit 1,28 (Arnberger, Alex & Eder, 2009). Mit diesen Werten kann davon ausgegangen werden, dass die Besuchserfahrung die Erwartungen der Besucher*Innen in fast allen Fällen erfüllt.

Die Anzahl der Erstbesucher*Innen betrug an den Befragungstagen 33%, damit ist der Wert identisch mit dem Ergebnis der Forschungsarbeit von Leeb (2020). Im Besuchermonitoring Bericht gaben 20% der Befragten an Erstbesucher*Innen zu sein (Arnberger, Alex & Eder, 2009). Ein großer Unterschied zu Saukels Forschungsarbeit, bei der lediglich 8% angaben Erstbesucher*Innen zu sein (2015). Die Erstbesucher*Innen von vorliegender Arbeit kamen überwiegend aus dem Ausland oder aus der weiteren Umgebung, das entspricht auch den Ergebnissen des Besuchermonitoring Berichts (Arnberger, Alex

& Eder, 2009). Keiner der Erstbesuchenden gab die Nationalparkgemeinden als Wohnort an (vgl. Abbildung 12).

Wahrnehmung von Crowding

Das Besucher*Innenaufkommen wurde an den Befragungstagen als sehr moderat wahrgenommen, so bewerteten 91% der Befragten das Besuchsaufkommen als angenehm. Lediglich 6% gaben an, dass es etwas zu überfüllt sei und 4% gaben an, dass es ihnen zu einsam oder etwas zu einsam sei (vgl. Tabelle 10). Ein ähnliches Ergebnis wurde auch im Besuchermonitoring Bericht festgestellt, ihm zu folge gaben 91% der Befragten an, auf dem letzten Wegstück am Tag der Befragung im Sommer herrsche ein angenehmes Besuchsaufkommen (Arnberger, Alex & Eder, 2009). In der Studie von Leeb, gaben 55% der Besucher*Innen an, dass eine angenehme Besucher*Innenanzahl am Tag der Befragung vor Ort sei, 20% gaben an, es seien viele oder zu viele Besucher*Innen und 25% gaben an, dass wenige oder zu wenige Besucher*Innen am Befragungstag unterwegs waren. Die Befragungstage der Forschungsarbeit von Leeb fanden zu einer anderen Befragungszeit, nämlich in den Sommermonaten Juli und August, statt (2020). Dies als auch andere Befragungsstandorte könnten eine Erklärung für das höhere Crowding Empfinden in der Studie von Leeb (2020) sein.

Bei der Frage zum generellen Besucher*Innenaufkommen (vgl. Frage 10) gaben bei der durchgeführten Befragung deutlich mehr Personen an, es sei ihnen zwischen etwas und viel zu überfüllt (31%). Etwa 68% der Befragten gaben an, dass das Besuchsaufkommen angenehm sei (vgl. Tabelle 11). Zu einem ähnlichen Ergebnis kam die Studie von Leeb aus dem Jahr 2020, dabei gaben 30% der befragten Personen im Sommer an, es wären allgemein viele oder zu viele Besucher*Innen im Nationalpark unterwegs. Beim Besuchermonitoring Bericht gaben 23% der Besucher*Innen an, dass es an Sonn- und Feiertagen zwischen etwas bis viel zu überfüllt sei, an Werktagen empfanden 93% der Besucher*Innen das Besucher*Innenaufkommen als angenehm (Arnberger, Alex & Eder, 2009). Ein Trend, welcher vermuten lässt, dass Crowding zunimmt, lässt sich anhand dieser drei Studien nicht erkennen.

Bei der Frage nach der Erwartung zum Besucher*Innenaufkommen gaben jeweils knapp 30% der Befragten an, entweder genauso vielen Besucher*Innen wie erwartet, weniger Besucher*Innen als erwartet begegnet zu sein oder gar keine Erwartungen an das Besuchsaufkommen gehabt zu haben. Rund 12 % gaben an mehr Besucher*Innen als erwartet angetroffen zu haben (vgl. Tabelle 10). Im Besuchermonitoring Bericht (2009) gab es die Antwortmöglichkeit „Hatte keine Erwartung“ nicht, daher ist kein direkter Vergleich

möglich, jedoch ist der Anteil der Befragten die weniger Besucher*Innen als erwartet angetroffen haben mit 25% und der Anteil der Befragten die mehr Besucher*Innen als erwartet begegneten mit etwa 13% ähnlich dem oben genannten Ergebnis. Etwa 46% der Befragten gaben an genau so vielen Besucher*Innen wie erwartet begegnet zu sein (Arnberger, Alex & Eder, 2009).

An den Tagen der Befragung wurden kaum Coping Strategien angewendet, lediglich knapp 3% der Befragten gab an ihr Verhalten aufgrund der Anzahl der Begegnungen verändert zu haben. Zu einem ähnlichen Ergebnis kam der Besuchermonitoring Bericht: 48% der Befragten gaben an nicht reagiert zu haben und 22% gaben an, dass die angetroffene Besucher*Innenmenge angenehm gewesen sei (Arnberger, Alex & Eder, 2009).

Bei Frage 11, ob Besucher*Innen bei vorherigen Besuchen schon einmal ihr Besuchsverhalten aufgrund der angetroffenen Besucher*Innenmenge geändert haben, gaben 32 Personen (43%) an, ihr Besuchsverhalten geändert zu haben. Das sind deutlich mehr als im Besuchermonitoring Bericht (2009). Bei diesem gaben lediglich 5,6% der Befragten an ihr Verhalten schon einmal geändert zu haben (ebd.). Die häufigste Antwort war bei beiden Forschungsarbeiten die Coping Strategie „nun verstärkt unter der Woche“ zu kommen. Eine für die Autorin noch unbekannte Coping Strategie wurde von zwei Personen unter Sonstiges angegeben, nämlich öfter bei schlechterem Wetter unterwegs zu sein.

Bei der Frage nach der Einschätzung der Veränderung der Besucher*Innenmenge, gaben rund 70% an, dass mehr Besucher*Innen bis viel mehr Besucher*Innen als früher da seien, knapp ein Viertel gab an, keine Veränderung festzustellen. Im Besuchermonitoring Bericht gaben 45% an, dass im Gegensatz zu früher mehr bis viel mehr Besucher*Innen den Nationalpark besuchen und 48% gaben an, dass es genauso viele seien wie früher (ebd.). Es kann also eine deutliche Steigerung bei den Angaben zu den Besucher*Innenmengen festgestellt werden.

Bei der offenen Frage 13 nach den Bereichen oder Zeiten, an welchen das Besucher*Innenaufkommen als besonders hoch eingeschätzt wird, fallen vor allem die Antwortkategorien Sommersaison mit 21 Angaben und Wochenenden mit 17 Angaben auf. Da diese Frage in den anderen Forschungsarbeiten nicht abgefragt wurde bzw. die Befragungen auch zu den Sommersaisonen stattfanden, ist die Erkenntnis daraus neu jedoch auch gemäß den Erwartungen, da zu genannten Zeiten viele Ausflüge bzw. Urlaube unternommen werden.

Entgegen der Annahme, dass sich alle Personen generell bei zu vielen Besucher*Innen gestört fühlen und dadurch eine Reduzierung ihrer Besuchsqualität wahrnehmen, gaben

bei der letzten Frage (vgl. Frage 14) 13% an, dass sie der Aussage „Zu viele Besucher*Innen trüben die Qualität meines Besuchs“ nicht oder überhaupt nicht zu stimmten. Ein Fünftel der Befragten gaben weder noch an. Jedoch stimmten auch 67% der Aussage entweder zu oder voll und ganz zu.

Für die Beantwortung der Forschungsfrage wurde Crowding auf Auswirkungen bzw. auf verschiedene Einflussfaktoren mit Hilfe der Hypothesen überprüft. Die erste Hypothese „*Wenn sich Besucher*Innen crowded fühlen, wenden sie Coping Strategien an*“ konnte in Kapitel 6.4 für das generelle Crowding Empfinden bestätigt werden, jedoch nicht für das Crowding Empfinden an den Befragungstagen. In Bezug auf das generelle Besucher*Innenaufkommen bedeutet dies, dass Coping Strategien angewendet werden, um den Stressfaktor Crowding zu vermeiden. Dies kann zu Auswirkungen führen, die sowohl den Nationalpark als Schutzgebiet als auch das Besucher*Innenmanagement betreffen, beispielsweise insofern als dass, wie in Kapitel 1.1 bereits beschrieben, weniger besuchte Bereiche oder noch gar nicht erschlossene Bereiche von Besucher*Innen genutzt werden. Insbesondere mit Blick auf die häufig angewendeten Coping Strategien „ich weiche in weniger besuchte Bereiche aus“ und „ich suche Wege abseits der markierten Wanderwege“ kann dies zu oben genanntem Problem führen und es verstärken. Daher sollte auch weiterhin ein Augenmerk auf Crowding und Coping im Nationalpark Gesäuse gelegt werden. In Bezug auf das Crowding Empfinden an den Befragungstagen lässt sich schlussfolgern, dass das Besuchsaufkommen in der Nebensaison April und Mai als angenehm eingestuft werden kann und keine unangenehmen Auswirkungen auf die Besuchsqualität und das Erholungserlebnis festgestellt werden konnten und dementsprechend auch wenige bis keine Coping Strategien angewendet wurden.

Mit der zweiten Hypothese „*Besuchende mit mehr Erfahrung berichten über eine stärkere Wahrnehmung von Crowding als weniger Erfahrene*“, wurde untersucht, ob die Anzahl der Besuche, sprich der Erfahrungswert, einen Einfluss auf Crowding hat. Wie im Kapitel 3.2.1 erläutert, konnten in vorherigen Studien ebenso Zusammenhänge zwischen diesen Variablen festgestellt werden. Die Prüfung der Hypothese hat auch bei dieser Untersuchung einen Zusammenhang bestätigt: Je höher der Erfahrungswert, desto sensibler reagieren die Besuchenden auf das Besuchsaufkommen.

Mit der dritten Hypothese „*Besucher*Innen die mit dem Motiv „Einsamkeit und Ruhe“ den Nationalpark Gesäuse besuchen, reagieren sensibler auf das Besuchsaufkommen*“ wurde das Motiv als Einflussfaktor auf Crowding untersucht. Die Hypothese wurde mit Hilfe der Daten an den Befragungstagen geprüft, da an diesen Tagen jedoch Crowding als

sehr gering wahrgenommen wurde konnte bei der Prüfung auf einen Zusammenhang keine Signifikanz festgestellt werden. Selbes trifft auf die vierte Hypothese „*Einheimische weisen ein höheres Empfinden von Crowding auf als Tagesausflügler*Innen und Urlauber*Innen*“ zu. Die Hypothese konnte mit Bezug zum generellen Crowding Empfinden einen signifikanten Unterschied zwischen den Besucher*Innengruppen feststellen. Die deskriptiven Ergebnisse untermauern diese Erkenntnis. In Abbildung 12 ist zu erkennen, dass die Wiederholungsbesucher*Innen insbesondere in den Besuchgruppen der Einheimischen und der Tagesausflügler*Innen aus der näheren Umgebung vertreten sind. Eben diese Besuchgruppen nahmen auch das Crowding stärker wahr als Tagesausflügler*Innen aus der weiteren Umgebung und Urlauber*Innen (vgl. Abbildung 13). In Bezug auf das Crowding Empfinden an den Befragungstagen wurde jedoch kein Unterschied zwischen den Gruppen festgestellt. Grundsätzlich ist die Zustimmung und Unterstützung von Nationalparks seitens der lokalen Bevölkerung von besonderer Bedeutung. Die lokale Bevölkerung ist am meisten und stärksten von Veränderungen betroffen und sollte diese mittragen damit Ziele und Vorhaben des Nationalparks nicht zu Konflikten führen (Job *et al.*, 2019). Aus diesem Grund sollte auf die Bedürfnisse dieser Gruppe besonders eingegangen werden und Unzufriedenheit in Bezug auf das Besucher*Innenaufkommen ernst genommen werden.

Zuletzt wurde geprüft, ob es einen Zusammenhang zwischen der Zufriedenheit und dem Crowding gibt mit der Hypothese 5: „*Je höher das Crowding Empfinden desto niedriger ist der Zufriedenheitsgrad des Besuchs*“. Diese Hypothese konnte nicht bestätigt werden, jedoch ist zu beachten, dass bei der Frage nach der Zufriedenheit generell sehr viele Aspekte miteinbezogen werden müssen und diese nicht unmittelbar auf einen bestimmten Aspekt wie Crowding bezogen werden können. Bei genauerer Betrachtung des Crowding Modells von Manning (1999) (vgl. Abbildung 4), kann festgestellt werden, dass auch weitere Komponenten die Zufriedenheit beeinflussen, wie beispielsweise das Wetter, persönliche Faktoren oder die Standortentwicklung. Mit Blick auf das deskriptive Ergebnis der Frage 14, kann jedoch festgestellt werden, dass sich, wenn zu viele Besucher*Innen aus individueller Sicht unterwegs sind, 67% der Besucher*Innen daran stören und eine Reduzierung in ihrer Besuchsqualität empfinden. Daher ist es auch weiterhin wichtig den Zusammenhang zwischen Crowding und Zufriedenheit/Unzufriedenheit im Auge zu behalten und den Zusammenhang in weiteren Studien genauer zu untersuchen.

Ziel der Arbeit ist es eine Bewertung zur sozialen Carrying Capacity abzugeben sowie die folgende Forschungsfrage zu beantworten, welche nun unter Berücksichtigung der

vorangegangenen Literaturrecherche, Auswertung und Diskussion beantwortet wird: *Ist bei den Besucher*Innen des Nationalparks Gesäuse ein Crowding Empfinden während ihres Besuchs im Nationalpark festzustellen?*

Die Befragung fand von Ende April bis Ende Mai statt. Während diesen Befragungstagen konnte kein erhöhtes Crowding Empfinden festgestellt werden. Lediglich 6% der Befragten gaben an den Befragungstagen an, dass es etwas zu überfüllt sei, 4% gaben sogar an, dass es etwas bis zu einsam war. Unter Berücksichtigung der von Shelby, Vaske und Heberlein vorgeschlagenen Bewertungsskala der sozialen Carrying Capacity fällt dieser Wert unter *suppressed crowding* und das Gebiet zeichnet sich demzufolge durch eine geringe Besucher*Innendichte aus und bietet „*unique low-density experiences*“. Das geringe Crowding ist auf Managementmaßnahmen oder situative Faktoren zurückzuführen (1989). Gleiches trifft auf das generelle Crowding Empfinden zu, welches von 31% der Befragten als etwas zu überfüllt bis viel zu überfüllt bewertet wurde. Damit ist der Wert zwar deutlich höher als an den Befragungstagen, jedoch fällt dieser Wert ebenso unter die Kategorie des *suppressed crowdings*. Zusammenfassend kann daher nicht davon ausgegangen werden, dass Crowding im Nationalpark Gesäuse ein Problem darstellt und die soziale Carrying Capacity ist weder erreicht noch überschritten.

7.1 Stärken und Limitationen der Arbeit

Während der Erarbeitung der theoretischen Grundlagen wurde festgestellt, dass die bekanntesten Theorien und Modelle rund um das Thema Crowding verhältnismäßig „alt“ sind. Dies führte zunächst zu Bedenken, dass der Autorin die aktuellen Erkenntnisse nicht vorliegen. Nach Prüfung von diversen neueren Studien wurde jedoch festgestellt, dass diese sich auf ähnliche oder gleiche theoretische Grundlagen wie auch die vorliegende Bachelorarbeit beziehen.

Bei der Datenerhebung in Form der Befragungen ist die Beschränkung auf zwei Befragungsstandorte als Limitation der Arbeit zu nennen. Die Ergebnisse der beiden Befragungsstandorte kann nicht auf den gesamten Nationalpark übertragen werden, da die soziale Carrying Capacity und Crowding sowohl von Ort zu Ort als auch saisonbedingt variieren. Eine Ausweitung der Befragungsstandorte hätte jedoch die Kapazitäten und den Rahmen einer Bachelorarbeit überschritten, daher wurden diese Standorte in Absprache mit dem Nationalpark festgelegt.

Die gewählte Befragungszeit kann sowohl als Stärke als auch als Schwäche interpretiert werden, zum einen konnten durch den gewählten Zeitrahmen auch crowding-sensible

Besucher*Innen befragt werden, die nach eigenen Angaben den Nationalpark in der Sommersaison aufgrund der Besucher*Innenmenge nicht besuchen würden, zum anderen ist auch hier die Limitation der Befragungszeit zu nennen, denn die Ergebnisse der Befragung können nicht auf das gesamte Jahr übertragen werden.

Mit dem verwendeten Fragebogen wurden keine kognitiven Verhaltensänderungen untersucht, sondern räumliche, zeitliche und absolute Coping Strategien, was ebenfalls als Limitation der vorliegenden Bachelorarbeit zu bewerten ist. Für zukünftige Forschungsarbeiten könnte eine Ausweitung der Untersuchung zu den kognitiven Coping Strategien in Betracht gezogen werden. Da der Fragebogen sich an dem bereits erstellten Fragebogen des Besuchermonitoring Berichts orientierte um die Möglichkeit der Vergleichbarkeit zu erhalten, konnte dies nicht berücksichtigt werden. Durch die Vergleichbarkeit können jedoch Veränderungen wie beispielsweise in der Besucher*Innenstruktur, der Besucher*Innenzufriedenheit und dem Crowding und Coping Verhalten wahrgenommen werden. Dies kann daher auch als Stärke bewertet werden.

Eine Schwierigkeit bei der Befragung ergab sich dadurch, dass für einen Fragebogen die Angaben von nur einer Person berücksichtigt werden konnten. Wenn jedoch eine Gruppe von Besucher*Innen angesprochen wurde, fühlte sich oft keine*r direkt verantwortlich, was dazu führte, dass versucht wurde gemeinsame Antworten in der Gruppe zu geben. Dies musste von der Interviewerin unterbunden werden, da es sonst zu Verzerrungen in der Auswertung hätte kommen können. Daraufhin wurde eine Person aus der Gruppe direkt adressiert und gebeten den Fragebogen ohne die Hilfestellung/Meinungen der anderen auszufüllen. Um dieses Problem zu vermeiden könnte für weitere Untersuchungen auch eine Paper-Pencil Befragung in Betracht gezogen werden.

Bei der Durchführung der Befragung wurde davon ausgegangen, dass die Befragten zwischen den Aktivitäten Wandern und Spazieren gehen differenzieren. Bei Nachfragen während der persönlich-mündlichen Befragung wurde die Zeit als einfaches Definitionskriterium vorgestellt: Spaziergänge dauern weniger als zwei Stunden, Wanderungen gelten ab zwei Stunden (Vogt, 2009). Damit konnte die Aktivität möglichst schnell und unkompliziert eingeordnet werden. Jedoch besteht die Möglichkeit, dass Personen eine andere, eigene Definition für diese Begriffe nutzten. Dies ist im Nachhinein schwer nachzuvollziehen und könnte insbesondere bei der Online-Befragung zu Missverständnissen geführt haben.

Sowohl bei dem Besuchermonitoring Bericht als auch bei dieser Arbeit wurde das Crowding Empfinden mit Hilfe einer 7-Punkte Likert Skala gemessen. Damit unterscheiden

sich die Forschungsarbeiten von zahlreichen Studien, die die etablierte 9-Punkte Likert Skala von Heberlein und Vaske (1977) verwendeten. Dadurch werden Vergleiche im internationalen Bezug verhindert, was als Limitation der Arbeit bzw. der Erhebungsmethode bezeichnet werden kann.

Als weitere Limitation der Arbeit ist zu nennen, dass nicht alle in der Theorie erläuterten Einflussfaktoren von Crowding untersucht wurden, beispielsweise wurden die Zusammenhänge zwischen verschiedenen soziodemografischen Angaben oder der Ortsverbundenheit und Crowding nicht untersucht. Dies könnte bei weiteren Untersuchungen in diesem Themenfeld berücksichtigt werden.

7.2 Fazit und Ausblick

In der vorliegenden Bachelorarbeit wurde das Phänomen Crowding am Beispiel des Nationalparks Gesäuse untersucht. Das damit verbundene Ziel, eine Bewertung über die soziale Carrying Capacity abgeben zu können, wurde dadurch ermöglicht. Im Rahmen dieser Untersuchung wurden die zuerst theoretisch erörterten Einflussfaktoren, wie Erfahrungswerte und Motive im Zusammenhang mit Crowding näher beleuchtet. Darüber hinaus wurde untersucht, ob es Unterschiede im Crowding Empfinden zwischen den verschiedenen Besuchergruppen, der Einheimischen, der Tagesausflüger*Innen und der Urlauber*Innen, gibt. Weiter wurde untersucht ob Crowding Auswirkungen auf Coping Verhalten und die Zufriedenheit des Besuchs hat. Bei der Analyse der Daten wurde festgestellt, dass Erfahrungswerte einen nachweisbaren Einfluss auf Crowding haben. Je größer die Erfahrungswerte waren, sprich die Anzahl der Besuche, desto häufiger wurde Crowding wahrgenommen. Ebenso wurde ein Unterschied zwischen den oben genannten Besuchergruppen festgestellt. Die Besuchergruppe der Einheimischen hatte demnach gegenüber der anderen Besuchergruppen ein höheres Crowding Empfinden. Das Motiv „Ruhe und Einsamkeit“ für den Besuch konnte in keinen Zusammenhang mit einem erhöhten Crowding Empfinden gesetzt werden. Weiter wurde festgestellt, dass Coping Strategien aufgrund von Crowding verwendet werden, Crowding jedoch keinen Einfluss auf die Zufriedenheit des Besuchs hat.

Kurz zusammengefasst wurde festgestellt, dass die soziale Carrying Capacity im Nationalpark Gesäuse im Befragungszeitraum und an den Befragungsstandorten weder erreicht noch überschritten ist. Crowding stellt demnach bis dato kein Problem für dieses untersuchte Gebiet dar. Trotz dessen muss festgestellt werden: Crowding wurde durchaus von den Besucher*Innen wahrgenommen, vor allem in Bezug auf das generelle

Besucher*Innenaufkommen. Unter Rücksichtnahme der wahrgenommenen steigenden Anzahl von Besucher*Innen sowie der Aussage, dass 67% der Befragten im Falle von zu vielen Besucher*Innen eine Reduzierung in ihrer Besuchsqualität empfinden würden, sollte das Phänomen Crowding weiter beobachtet werden. Es ist auch zu empfehlen weitere Untersuchungen und Forschungen in diesem Bereich zu unterstützen, damit rechtzeitig gehandelt werden kann, falls Crowding vermehrt wahrgenommen wird und die Gefahr besteht, dass die soziale Carrying Capacity erreicht wird.

Literaturverzeichnis

Amt der Steiermärkischen Landesregierung. (2022). Erlebnisregion Gesäuse - Zeitreihe: Ankünfte und Übernachtungen Winterhalbjahr, Sommerhalbjahr, Tourismusjahr, Kalenderjahr 2001 - 2022. Graz: Amt der Steiermärkischen Landesregierung. Abgerufen von https://www.landesentwicklung.steiermark.at/cms/dokumente/12656887_141979459/72b46ce9/ZR-Ges%C3%A4use%202001-2022.pdf [abgerufen am 03.08.2023].

Arnberger, A., Alex, B. & Eder, R. (2009). Besuchermonitoring im Nationalpark Gesäuse - 2008. Wien: Universität für Bodenkultur Wien. Institut für Landschaftsentwicklung, Erholungs- und Naturschutzplanung. Abgerufen von http://www.parcs.at/npg/pdf_public/2020_30791_20200103_100534_ArnbergerAllexetal2009-BesuchermonitoringimNationalparkGesuse2008.pdf [abgerufen am 01.09.2023].

Arnberger, A. & Brandenburg, C. (2007). Past on-site experience, crowding perceptions, and use displacement of visitor groups to a peri-urban national park. *Environmental management*. 40 (1), S. 34–45. Abgerufen von [file:///C:/Users/User/Downloads/s00267-004-0355-8%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/s00267-004-0355-8%20(1).pdf) [abgerufen am 03.09.2023].

Arnberger, A. & Haider, W. (2007). A Comparison of Global and Actual Measures of Perceived Crowding of Urban Forest Visitors. *Journal of Leisure Research*. 39 (4), S. 668–685. Abgerufen von <https://www.nrpa.org/globalassets/journals/jlr/2007/volume-39/jlr-volume-39-number-4-pp-668-685.pdf> [abgerufen am 03.09.2023].

Arnberger, A. & Mann, C. (2008). Crowding in European forests: a review of recent research and implications for forest management and policy. *Forestry* 81 (4), 595-571. Abgerufen von <https://bit.ly/3r241KT> [abgerufen am 03.09.2023].

Astleithner, F., Benedik, O., Gumpoldsberger, H., Hirt, E., Klem, S., Mandl, F., Martinschitz, S., Pauli, W., Peterbauer, J., Radinger, R., Reif, M., Riha, N., Salfinger-Pilz, B., Sommer-Binder, G., Stöger, E., Wall, S., Wurtzinger, C., Wisbauer, A. & Zehetgruber, J. (2022). Bildung in Zahlen 2020/21. Wien: Statistik Austria. Abgerufen von <https://www.statistik.at/fileadmin/publications/BiZ-2020-2021.pdf> [abgerufen am 03.09.2023].

Bauer, A., Gardini, M. A. & Skock, A. (2020). Overtourism im Spannungsverhältnis zwischen Akzeptanz und Aversion. *Zeitschrift für Tourismuswissenschaft*. 12 (1), S. 88–114.

Abgerufen von file:///C:/Users/User/Downloads/10.1515_tw-2020-0014%20(1).pdf [abgerufen am 03.09.2023].

Baur, N. & Blasius, J., Hrsg. (2022). Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. 3. Auflage. Wiesbaden: Springer VS.

Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie (BMK). (2023). Gesäuse. Abgerufen von https://www.bmk.gv.at/themen/klima_umwelt/naturschutz/vielfaltleben/allianz/nationalparksaustria/gesaeuse.html [aufgerufen am 25.08.2023].

Bortz, J. & Schuster, C. (2010). Statistik für Human- und Sozialwissenschaftler. Limitierte Sonderausgabe: mit 70 Abbildungen und 163 Tabellen. 7. Auflage. Berlin: Springer (Springer-Lehrbuch).

Burns, R. C., Arnberger, A. & von Ruschkowski, E. (2010). Social Carrying Capacity Challenges in Parks, Forests, and Protected Areas. *International Journal of Sociology* 40 (3), S. 30–50. Abgerufen von file:///C:/Users/User/Downloads/ijis0020-7659400302.pdf [abgerufen am 04.09.2023].

Butzmann, E. (2017). Natur- und Ökotourismus im Nationalpark Berchtesgaden. Eine segment- und produktspezifische Analyse unter Anwendung der Product-based Typology for Nature-based Tourism. Würzburger geographische Arbeiten und Band 116. Würzburg: Würzburg University Press.

Carey, D. I. (1993). Development based on carrying capacity. A strategy for environmental protection. *Global Environmental Change* 3 (2), S. 140–148. Abgerufen von file:///C:/Users/User/Downloads/carryingcapacity-3.pdf [abgerufen am 03.08.2023].

Ditton, R. B., Fedler, A. J. & Graefe, A. R. (1983). Factors contributing to perceptions of recreational crowding. *Leisure Sciences* 5 (4), S. 273–288. Abgerufen von file:///C:/Users/User/Downloads/01490408309513009.pdf [abgerufen am 26.08.2023].

Döring, N. & Bortz, J. (2016). Forschungsmethoden und Evaluation in den Sozial- und Humanwissenschaften. 5. Auflage. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg (Springer-Lehrbuch).

Eder, R. & Arnberger, A. (2012). The influence of place attachment and experience use history on perceived depreciative visitor behavior and crowding in an urban national park.

Environmental management 50 (4), S. 566–580. Abgerufen von <https://link-springer-com.ezproxy2.hsrw.eu/article/10.1007/s00267-012-9912-8> [abgerufen am 04.09.2023].

EUROPARC Deutschland. (2010). Richtlinien für die Anwendung der IUCN-Managementkategorien für Schutzgebiete. Gland, Switzerland: IUCN. Abgerufen von https://www.europarc-deutschland.de/wp-content/uploads/2012/10/10-06-18_IUCN_final.pdf [abgerufen am 04.09.2023].

EUROPARC Federation. (2019). Protected Areas In-Sight. The Journal of the Europarc Federation. 11. Auflage. Regensburg: EUROPARC Federation. Abgerufen von https://www.europarc.org/wp-content/uploads/2020/01/Vol.11-DE_Protected-Areas-In-Sight-2019.pdf [abgerufen am 04.09.2023].

Frey, B. B., Hrsg. (2018). The Sage encyclopedia of educational research, measurement, and evaluation. Los Angeles: SAGE Reference. Abgerufen von <https://ebookcentral.proquest.com/lib/hrw/reader.action?docID=5561617> [abgerufen am 22.07.2023].

Gewiese, J. & Rau, S. (2023). Target Audience: Outdoor & lifestyle sport athletes in Austria. Con-sumer Insights. Hg. v. Statista Consumer Insights. Abgerufen von file:///C:/Users/User/Downloads/study_id121101_zielgruppe-outdoor-und-lifestyle-sportlerinnen-in-oesterreich.pdf [abgerufen am 22.08.2023]

Graefe, A. R., Vaske, J. J. & Kuss, F. R. (1984). Social carrying capacity: An integration and synthesis of twenty years of research. *Leisure Sciences* 6 (4), S. 395–431. Abgerufen von [file:///C:/Users/User/Downloads/Graefeetal1984-Socialcarryingcapacity-Anintegration-synthesis-of-25-years-of-research%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Graefeetal1984-Socialcarryingcapacity-Anintegration-synthesis-of-25-years-of-research%20(1).pdf) [abgerufen am 03.09.2023].

Gramann, J. H. (1982). Toward a behavioral theory of crowding in outdoor recreation: An evaluation and synthesis of research. *Leisure Sciences* 5 (2), S. 109–126. Abgerufen von <file:///C:/Users/User/Downloads/01490408209512996.pdf> [abgerufen am 14.08.2023].

Häder, M. (2019). Empirische Sozialforschung. Eine Einführung. 4. Auflage. Wiesbaden: Springer VS (Lehrbuch).

Hellbrück, R. (2016). Angewandte Statistik mit R. Eine Einführung für Ökonomen und Sozialwissenschaftler. 3. Auflage. Wiesbaden: Springer Gabler.

Hollinger, A. (2022). Do's and Don'ts im Nationalpark Gesäuse. Nationalpark Gesäuse GmbH. Abgerufen von <file:///C:/Users/User/Downloads/Do%C2%B4s-and-Don%C2%B4ts-im-Nationalpark-Gesaeuse.pdf> [abgerufen am 03.09.2023].

IUCN. (1994). Richtlinien für Management-Kategorien von Schutzgebieten. Grafenau: Föderation der Natur- und Nationalparke Europas, Sektion Deutschland. Abgerufen von <https://portals.iucn.org/library/efiles/documents/1994-007-De.pdf> [abgerufen am 22.08.2023].

Jacob, G. R. & Schreyer, R. (1980). Conflict in Outdoor Recreation: A Theoretical Perspective. *Journal of Leisure Research* 12 (4), S. 368–380. Abgerufen von <file:///C:/Users/User/Downloads/00222216.1980.11969462.pdf> [abgerufen am 14.08.2023].

Job, H., Fließbach-Schendzielorz, M., Bittlingmaier, S., Herling, A. & Woltering, M. (2019). Akzeptanz der bayerischen Nationalparks. Ein Beitrag zum sozioökonomischen Monitoring in den Nationalparks Bayerischer Wald und Berchtesgaden. Würzburg: Würzburg University Press.

Kalisch, D. (2012). Recreational use of protected areas in Germany. Evaluation visitors' perception of crowding in the Wadden Sea National Park. Dissertation. Berlin: Technische Universität Berlin. Abgerufen von <https://api-depositonce.tu-berlin.de/server/api/core/bitstreams/f83a9a6b-72e3-4eb6-8578-3475a8dc81f6/content> [abgerufen am 21.08.2023].

Kreft, S. V., Hoffmann, A. & Schubert, S. (2011). 100 Jahre Nationalparks in Europa – wo stehen wir in Deutschland? Berlin: EUROPARC Deutschland e.V. Abgerufen von https://nationale-naturlandschaften.de/wp-content/blogs.dir/29/files/2020/09/ep_broschuere_100jwald.pdf [abgerufen am 03.09.2023].

Kruk, E., Hummel, J. & Banskota, K. (2007). Facilitating sustainable mountain tourism. Kathmandu: International Centre for Integrated Mountain Development. Abgerufen von [file:///C:/Users/User/Downloads/Main%20report_Vol_1_Final%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Main%20report_Vol_1_Final%20(1).pdf) [abgerufen am 14.08.2023].

Kuentzel, W. F. & Heberlein, T. A. (1992). Cognitive and Behavioral Adaptations To Perceived Crowding: A Panel Study of Coping and Displacement. *Journal of Leisure Research* 24 (4), S. 377–393. Abgerufen von <file:///C:/Users/User/Downloads/00222216.1992.11969903.pdf> [abgerufen am 04.08.2023].

Kyle, G., Landon, A. & Schuett, M. (2023). Crowding, coping and place attachment in nature. *Current Psychology* 42 (2), S. 1-17. Abgerufen von file:///C:/Users/User/Downloads/s12144-021-02523-8%20(1).pdf [abgerufen am 27.08.2023].

Leeb, J. (2020). Das Störungsbewusstsein der Besucher und BesucherInnen in Hinblick auf Wildtiere im Nationalpark Gesäuse. Masterarbeit. Wien: Universität für Bodenkultur Wien. Abgerufen von https://www.parcs.at/npg/pdf_public/2020/39844_20200520_133344_Leeb2020-DasStörungsbewusstseinderBesucher.pdf [abgerufen am 02.09.2023].

Leeuw, E. D. de (2018). Internet Surveys as Part of a Mixed-Mode Design. Das, M., Ester, P. & Kaczmarek, L., Hrsg. (Hg.): *Social and Behavioral Research and the Internet*: Routledge, S. 45–76. Abgerufen von <https://www.joophox.net/publist/DeLeeuwHox2011.pdf> [abgerufen am 02.09.2023].

Leung, Y., Spenceley, A., Hvenegaard, G. & Buckley, R. (2019). Tourismus- und Besuchermanagement in Schutzgebieten. Leitlinien zur Nachhaltigkeit. Gland: IUCN. Abgerufen von <https://portals.iucn.org/library/sites/library/files/documents/PAG-027-De.pdf> [abgerufen am 02.09.2023].

López-Bonilla, J. M. & López-Bonilla, L. M. (2008). Measuring Social carrying Capacity: An Exploratory Study. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism* 3 (1), S. 116–134. Abgerufen von https://mpira.ub.uni-muenchen.de/25379/1/MPRA_paper_25379.pdf [abgerufen am 22.08.2023].

Luger, K. (2022). *Tourismus – Über das Reisen und Urlauben in unserer Zeit*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.

Manning, R. E. (1999). *Studies in outdoor recreation. Search and research for satisfaction*. 2. Auflage. Corvallis: Oregon State University Press.

Manning, R. E. (2002). How Much is Too Much? Carrying Capacity of National Parks and Protected Areas. In: Arnberger, A., Brandenburg, C. & Muhar, A., Hrsg. *Monitoring and Management of Visitor Flows in Recreational and Protected Areas*. Wien, S. 306–313.

Manning, R. E. (2011). *Studies in outdoor recreation. Search and research for satisfaction*. 3. Auflage. Corvallis: Oregon State University Press.

- Manning, R. E. & Valliere, W. A. (2001). Coping in Outdoor Recreation: Causes and Consequences of Crowding and Conflict Among Community Residents. *Journal of Leisure Research* 33 (4), S. 410–426. Abgerufen von file:///C:/Users/User/Downloads/00222216.2001.11949952.pdf [abgerufen am 29.08.2023].
- Mayer, H. O. (2013). Interview und schriftliche Befragung. Grundlagen und Methoden empirischer Sozialforschung. 6. Auflage. Berlin/Boston: De Gruyter Oldenbourg.
- Mayer, M., Müller, M., Woltering, M., Arnegger & J. Job, H. (2010). The economic impact of tourism in six German national parks. *Landscape and Urban Planning* 97 (2), S. 73–82. Abgerufen von file:///C:/Users/User/Downloads/j.landurbplan.2010.04.013.pdf [abgerufen am 04.08.2023].
- Miller, T. A. & McCool, S. F. (2003). Coping with Stress in Outdoor Recreational Settings: An Application of Transactional Stress Theory. *Leisure Sciences* 25 (2-3), S. 257–275. Abgerufen von file:///C:/Users/User/Downloads/01490400306562.pdf [abgerufen am 14.08.2023].
- Moyle, B. & Croy, G. (2007). Crowding and Visitor Satisfaction During the Off-season: Port Campbell National Park. *Annals of Leisure Research* 10 (3-4), S. 518–531. Abgerufen von file:///C:/Users/User/Downloads/11745398.2007.9686779.pdf [abgerufen am 02.08.2023].
- National Park Service & U.S. Department of the Interior. (2006). Management Policies 2006: The Guide to Managing the National Park System. Abgerufen von https://www.nps.gov/subjects/policy/upload/MP_2006.pdf [abgerufen am 02.09.2023].
- Nationale Naturlandschaften e. V. (2023). Idee und Zweck der Nationalparks. Abgerufen von <https://nationale-naturlandschaften.de/wissensbeitraege/idee-und-zweck-der-nationalparks> [abgerufen am 03.07.2023].
- Nationalpark Donau-Auen GmbH. (2019). Nationalpark Donau-Auen Managementplan. 2019 - 2028. Orth an der Donau: Nationalpark Donau-Auen. Abgerufen von https://www.donauauen.at/assets/diverse_pdfs/managementplan/Nationalpark-Donau-Auen-Managementplan-2019_2028.pdf [abgerufen am 04.08.2023].
- Nationalpark Gesäuse GmbH. (2020). Zahlen & Fakten. Die wichtigsten Kennzahlen. Abgerufen von file:///C:/Users/User/Downloads/FB15%20Zahlen%20und%20Fakten%20(2).pdf [abgerufen am 23.08.2023].

- Nationalpark Gesäuse GmbH. (2021). Strategischer Managementplan 2021-2031. Admont: Nationalpark Gesäuse GmbH. Abgerufen von https://www.nationalparksaustria.at/files/Inhalte/downloads/Managementplaene/Managementplan_Gesaeuse.pdf [abgerufen am 02.08.2023].
- Nationalpark Gesäuse GmbH. (2023a). Erlebniszentrum Weidendom: Im Nationalpark Gesäuse. Abgerufen von https://nationalpark-gesaeuse.at/nationalpark-erleben/besuchertentren/erlebniszentrum_weidendom/ [abgerufen am 09.08.2023].
- Nationalpark Gesäuse GmbH. (2023b). Veranstaltungen. Admont: Nationalpark Gesäuse GmbH. Abgerufen von <https://nationalpark-gesaeuse.at/nationalpark-erleben/kalender/veranstaltungen> [abgerufen am 05.07.2023].
- Nationalpark Thayatal GmbH. (2022). Nationalpark Thayatal: Managementplan 2021–2030. Abgerufen von https://www.nationalparksaustria.at/files/Inhalte/downloads/Managementplaene/Managementplan2021-30_Thayatal.pdf [abgerufen am 03.09.2023].
- Nationalparks Austria. (2023a). Alle Nationalparks. Abgerufen von <https://www.nationalparksaustria.at/de/alle-nationalparks.html> [abgerufen am 03.09.2023].
- Nationalparks Austria. (2023b). Erleben. Abgerufen von <https://www.nationalparksaustria.at/de/natur-erleben.html> [abgerufen am 03.09.2023].
- Nationalparks Austria. (2023c). Nationalpark Gesäuse. Abgerufen von <https://www.nationalparksaustria.at/de/nationalpark-gesaeuse.html> [abgerufen von 02.08.2023].
- ÖROK Atlas. (2021). Schutzgebiete in Österreich. ÖROK Geschäftsstelle der Österreichischen Raumordnungskonferenz. Abgerufen von <https://www.oerok-atlas.at/oerok/files/summaries/64.pdf> [abgerufen am 07.06.2023].
- Österreich Werbung, Hrsg. (2023). Tourismus in Österreich 2022/2023. Wien. Abgerufen von https://www.austriatourism.com/fileadmin/user_upload/Media_Library/Downloads/Tourismusforschung/2023G_Factsheet_Tourismus_in_OE_2022-2023_extern_Stand_05.07.2023.pdf [abgerufen am 05.07.2023].
- Pechlaner, H., Innerhofer, E. & Erschbamer, G., Hrsg. (2020). Overtourism: Tourism Management and Solutions. Oxon, New York: Routledge.
- Pötschke, M. (2010). Datengewinnung und Datenaufbereitung. In: Wolf, C. & Best, H., Hrsg. Handbuch der sozialwissenschaftlichen Datenanalyse. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, S. 41–64.

- Pröbstl-Haider, U. & Haider, W. (2014). The role of protected areas in destination choice in the European Alps. *Zeitschrift für Wirtschaftsgeographie* 58 (2-3), 144-163. Abgerufen von file:///C:/Users/User/Downloads/10.1515_zfw.2014.0010%20(1).pdf [abgerufen am 29.07.2023].
- Pröbstl-Haider, U., Lund-Durlacher, D., Olefs, M. & Pretenthaler, F. (2020). Einführung. In: Pröbstl-Haider, U., Lund-Durlacher, D., Olefs, M. & Pretenthaler, F., Hrsg. *Tourismus und Klimawandel*. Berlin, Heidelberg: Springer Spektrum, S. 1–16.
- Rein, H. & Schuler, A. (2019). *Naturtourismus*. München: UVK Verlag.
- Reinecke, J. (2022). Grundlagen der standardisierten Befragung. In: Baur, N., Blasius, J., Hrsg. *Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. 3. Auflage. Wiesbaden: Springer VS, S. 949–967.
- Resinger, P. J., Knitel, D., Mader, R. & Brunner, H. (2021). *Leitfaden zur Bachelor- und Masterarbeit. Einführung in wissenschaftliches Arbeiten und berufsfeldbezogenes Forschen an Hochschulen und Universitäten*. 4. Auflage. Baden-Baden: Tectum Verlag.
- Saukel, L. (2015). *Informationssuche, Angebotsnutzung und Nationalpark-Affinität von Erholungssuchenden im Nationalpark Gesäuse*. Masterarbeit. Wien: Universität für Bodenkultur Wien. Institut für Landschaftsentwicklung, Erholungs- und Naturschutzplanung.
- Saveriades, A. (2000). Establishing the social tourism carrying capacity for the tourist resorts of the east coast of the Republic of Cyprus. *Tourism Management* 21 (2), S. 147–156. Abgerufen von file:///C:/Users/User/Downloads/s0261-51772900044-8.pdf [abgerufen am 22.07.2023].
- Schamel, J. & Job, H. (2009). Crowding in Germany's national parks: the case of the low mountain range Saxon Switzerland National Park. *Journal on Protected Mountain Areas Research and Management* 5 (1), S. 27–34. Abgerufen von file:///C:/Users/User/Downloads/Crowding_in_Germanys_national_parks_The_case_of_t.pdf [abgerufen am 17.08.2023].
- Schneider, I. E. & Hammitt, W. E. (1995). Visitor response to outdoor recreation conflict: A conceptual approach. *Leisure Sciences* 17 (3), S. 223–234. Abgerufen von file:///C:/Users/User/Downloads/01490409509513258.pdf [abgerufen am 24.07.2023].

- Schnell, R., Hrsg. (2019). *Survey-Interviews*. Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden.
- Shelby, B. (1980). Crowding Models for Backcountry Recreation. *Land Economics* 56 (1), S. 43. Abgerufen von <https://bit.ly/3EoqqFh> [abgerufen am 23.07.2023].
- Shelby, B., Heberlein, T. A., Vaske, J. J. & Alfano, G. (1983). Expectations, preferences, and feeling crowded in recreation activities. *Leisure Sciences* 6 (1), S. 1–14. DOI: 10.1080/01490408309513019.
- Shelby, B., Vaske, J. J. & Heberlein, T. A. (1989). Comparative analysis of crowding in multiple locations: Results from fifteen years of research. *Leisure Sciences* 11 (4), S. 269–291. Abgerufen von <file:///C:/Users/User/Downloads/Shelbyetal1983-Expectationspreferencesfeelingcrowdedinrecreationactivities.pdf> [abgerufen am 28.08.2023].
- Siegrist, D., Gessner, S. & Ketterer Bonnelame, L. (2019). *Naturnaher Tourismus. Qualitätsstandards für sanftes Reisen in den Alpen*. Haupt Natur und Band 44. 2. Auflage. Bern, Zürich: Haupt Verlag; Bristol-Stiftung.
- Stankey, G. H. (1973). *Visitor Perception of Wilderness Recreation Carrying Capacity*. Ogden, Utah: University of Minnesota. Abgerufen von https://www.fs.usda.gov/rm/pubs_series/int/rp/int_rp142.pdf [abgerufen am 05.08.2023].
- Statistik Austria. (2023). Durchschnittsalter der Bevölkerung in Österreich von 2013 bis 2023. Statista. Abgerufen von <https://de-statista-com.ezproxy2.hsrw.eu/statistik/daten/studie/217730/umfrage/durchschnittsalter-der-bevoelkerung-in-oesterreich/> [abgerufen am 15.08.2023].
- Štekerová, K., Zelenka, J., Kořínek, M. (2022). Agent-Based Modelling in Visitor Management of Protected Areas. *Sustainability* 14 (19), S. 12490. Abgerufen von [file:///C:/Users/User/Downloads/sustainability-14-12490-v2%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/sustainability-14-12490-v2%20(3).pdf) [abgerufen am 21.08.2023].
- Stewart, William P.; Cole & David N. (2001). Number of Encounters and Experience Quality in Grand Canyon Backcountry: Consistently Negative and Weak Relationships. *Journal of Leisure Research* 33 (1), S. 106–120. Abgerufen von <file:///C:/Users/User/Downloads/00222216.2001.11949933.pdf> [abgerufen am 21.07.2023].
- Stokols, D. (1972). On the distinction between density and crowding. Some implications for future research. *Psychological review* 79 (3), S. 275–277. Abgerufen von

- file:///C:/Users/User/Downloads/eScholarship%20UC%20item%20ws11480%20(1).pdf [abgerufen am 02.08.2023].
- Stokols, D. (1976). The Experience of Crowding in Primary and Secondary Environments. *Environment and Behavior* 8 (1), S. 49–86. Abgerufen von <https://escholarship.org/uc/item/8ss5h8p0> [abgerufen am 07.07.2023].
- Strasdas, W. (2011). "Nachhaltiger Tourismus" oder "Ökotourismus"? - Licht im Begriffsdschungel. *Natur und Landschaft* 86 (12), S. 518–520.
- Task Force on Visitor Capacity on Public Lands (2002). Visitor Capacity on Public Lands and Water - making better decisions. Washington, D.C.: National Recreation and Park Association und U.S. Department of the Interior. Abgerufen von https://www.recpro.org/assets/library/visitor_capacity/visitor_capacity_public_lands_waters_2002.pdf [abgerufen am 02.06.2023].
- Tseng, Y., Kyle, G. T., Shafer, C. S., Graefe, A. R., Bradle, T. A. & Schuett, M. A. (2009). Exploring the crowding-satisfaction relationship in recreational boating. *Environmental management* 43 (3), S. 496–507. Abgerufen von <file:///C:/Users/User/Downloads/s00267-008-9249-5.pdf> [abgerufen am 22.08.2023].
- Umweltbundesamt. (2023a). Schutzgebiete. Abgerufen von <https://www.umweltbundesamt.at/umweltthemen/naturschutz/schutzgebiete> [abgerufen am 07.06.2023].
- Umweltbundesamt. (2023b). Gesetze, Richtlinien & Konventionen. Abgerufen von <https://www.umweltbundesamt.at/umweltthemen/naturschutz/naturschutzrecht> [abgerufen am 13.06.2023].
- UNWTO & UNEP. (2005). Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers. Abgerufen von <https://doi.org/20.500.11822/2215> [abgerufen am 05.06.2023].
- Vaske, J. J. & Donnelly, M. P. (2002). Generalizing the Encounter-Norm-Crowding Relationship. *Leisure Sciences* 24 (3-4), S. 255–269. Abgerufen von <https://bit.ly/47UeIjr> [abgerufen am 02.08.2023].
- Vaske, J. J., Donnelly, M. P. & Heberlein, T. A. (1980). Perceptions of crowding and resource quality by early and more recent visitors. *Leisure Sciences* 3 (4), S. 367–381. DOI: 10.1080/01490408009512944. Abgerufen von <file:///C:/Users/User/Downloads/01490408009512944.pdf> [abgerufen am 03.08.2023].

Vaske, J. J., Donnelly, M. P. & Shelby, B. (1993). Establishing Management Standards. Selected Examples of the Normative Approach. *Environmental management* 17 (5), S. 629–643. Abgerufen von <file:///C:/Users/User/Downloads/BF02393725.pdf> [abgerufen am 13.08.2023].

Vaske, J. J. & Shelby, L. B. (2008). Crowding as a Descriptive Indicator and an Evaluative Standard: Results from 30 Years of Research. *Leisure Sciences* 30 (2), S. 111–126. Abgerufen von <https://bit.ly/3YZ5LRP> [abgerufen am 13.08.2023].

VDN & EUROPARC Deutschland e. V. (2020). Faszination Natur erlebbar machen. Abgerufen von https://nationale-naturlandschaften.de/wp-content/blogs.dir/29/files/2020/09/VDN_Europarc_Leitfaden_Faszination_Natur_NNL_WEB_aktualisiert.pdf [abgerufen am 02.09.2023].

Verein Nationalparks Austria. (2015). Endbericht der Evaluierung Nationalpark Gesäuse. Berlin: Verein Nationalparks Austria. Berlin. Abgerufen von http://www.parks.at/npg/pdf_public/2016/32860_20160418_101702_EURO-PARC_2015_Endbericht_der_Evaluierung_Nationalpark_Gesaeuse.pdf [abgerufen am 24.08.2023].

Verein Nationalparks Austria & BMK. (2019). Tourismus in Österreichs Nationalparks. Nachhaltigkeit als Chance für erfolgreichen Naturschutz und Entwicklung der Regionen. Wien. Abgerufen von https://www.responseandability.com/images/erfahrungen/NPA_Positionspapier_Tourismus.pdf [abgerufen am 03.09.2023].

Vogt, L. (2009). Wandern und Trekking als Freizeitaktivität und Marktsegment im Naturtourismus. Ein Überblick über den Stand der Kenntnisse und ein Ausblick auf landschaftsplanerische Konsequenzen. *Naturschutz und Landschaftsplanung* 41 (8), S. 229–236. Abgerufen von file:///C:/Users/User/Downloads/NuL08-09_229-236-Vogt.pdf [abgerufen am 21.08.2023].

Volz, K. & Mann, C. (2006). Konfliktanalysen als Grundlage für die Entwicklung von umweltgerechten Managementstrategien in Erholungsgebieten. Eine Untersuchung zur sozialen Tragfähigkeit am Beispiel des Naturparks Schwarzwald Mitte/Nord. Freiburg im Breisgau: Albert-Ludwigs-Universität. Institut für Forst- und Umweltpolitik.

Wagner-Schelewsky, P. & Hering, L (2022). Online-Befragung. In: Baur, N., Blasius, J., Hrsg. Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung. 3. Auflage. Wiesbaden: Springer VS, S. 1051–1065.

World Tourism Organization (WTO). (1981). Report of the Secretary General on the General Programme of Work for the Period 1980 – 1981. Rome: World Tourism Organization (WTO). Abgerufen von <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/unwto-gad.1981.1.un406362r557g40k> [abgerufen am 22.08.2023].

Zacherl-Draxler, V., Hasler, V. & Paar, M. (2018). Nationalpark-Strategie Österreich 2020+. Wien: Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus (BMUV). Abgerufen von https://www.nationalparksaustria.at/files/Inhalte/downloads/BMNT_Broschuere_Nationalparkstrategie_OEsterreich_2020.pdf [abgerufen am 03.09.2023].

Zechner, L. (2009). Managementplan Besucherlenkung. Bericht der Nationalpark Gesäuse GmbH. Weng. Abgerufen von https://www.parks.at/npg/pdf_public/2020/13116_20200109_124109_Zechner2009-A5ManagementplanBesucherlenkung.pdf [abgerufen am 03.09.2023].

Anhang

Anhang A: Fragebogen zum Besucher*Innenaufkommen

Fragebogen zum Besucher*Innenaufkommen im Nationalpark Gesäuse

Als Studentin an der Hochschule Rhein-Waal in Kleve führe ich im Rahmen meiner Bachelorarbeit Befragungen im Nationalpark Gesäuse durch. Die Befragung besteht aus 15 Fragen und dauert zwischen 5-10 Minuten. Die Daten werden anonym erhoben. Mit Ihrer Teilnahme helfen Sie mir sehr. Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

Datum:	Fragebogen Nr.:	Anzahl Verweigerer:	Anzahl QR-Codes:	Wetter: <input type="checkbox"/> sonnig <input type="checkbox"/> bewölkt <input type="checkbox"/> regnerisch
--------	-----------------	---------------------	------------------	---

- Welcher Besuchsgruppe gehören Sie an?
 - Einheimische*r aus einer Nationalparkgemeinde (St. Gallen, Landl, Hieflau, Admont: Johnsbach, Weng, Hall bzw. Anreise bis ca. 10 Kilometer)
 - Tagesausflügler*in aus der näheren Umgebung (Anreise bis ca. 50 Kilometer)
 - Tagesausflügler*in aus der weiteren Umgebung (Anreise mehr als ca. 50 Kilometer)
 - Urlauber*in

- Welche Aktivität haben Sie heute im Nationalpark Gesäuse ausgeführt?

Mehrfachnennungen möglich.

- Spazieren gehen
- Wandern
- Fahrrad fahren
- Besuch von Nationalparkangebot (Teilnahme an Führung, Besuch eines Erlebnis-zentrums etc.)
- Andere Aktivität: _____

- Wie wichtig waren für Sie folgende Motive für Ihren heutigen Besuch?

	Sehr un-wichtig	Eher un-wichtig	Weder wichtig noch un-wichtig	Eher wich-tig	Sehr wichtig
Entspannung und Erho-lung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Naturerlebnis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Einsamkeit und Ruhe	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zusammensein mit Freunden/Familie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sportliche Herausforde-rung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gesundheit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Wie zufrieden waren Sie mit Ihrem heutigen Besuch im Nationalpark Gesäuse? Bitte geben Sie eine Note (1 = sehr gut, 5 = ungenügend).

- 1
 2
 3
 4
 5

5. Wie empfinden Sie das heutige Besucher*Innenaufkommen im Nationalpark Gesäuse?

- Viel zu einsam
 Zu ein-sam
 Etwas zu ein-sam
 Angenehm
 Etwas zu überfüllt
 Zu über-füllt
 Viel zu überfüllt

6. Inwieweit entspricht das heutige Besucher*Innenaufkommen Ihren Erwartungen?

- Viel weniger Besucher*Innen als erwartet
 Weniger Besucher*Innen als erwartet
 Genauso viele Besucher*Innen wie erwartet
 Mehr Besucher*Innen als erwartet
 Viel mehr Besucher*Innen als erwartet
 Hatte keine Erwartungen

7. Haben Sie heute aufgrund der im Nationalpark Gesäuse angetroffenen Besucher*Innenmenge Ihr Besuchsverhalten geändert?

Mehrfachnennungen möglich.

- Nein, ich habe mein Verhalten nicht geändert
 Ja, ich habe gezielt Wege abseits der markierten Wanderwege im Nationalpark aufgesucht
 Ja, ich bin gezielt zu einer anderen Tageszeit in den Nationalpark gekommen
 Ja, ich bin gezielt in einen weniger besuchten Bereich des Nationalparks ausgewichen
 Ja, ich habe meine Aufenthaltsdauer verkürzt
 Ich ärgerte mich
 Sonstiges: _____

8. Waren Sie zuvor schon einmal im Nationalpark Gesäuse?

- Nein, ich bin heute das erste Mal hier (→ weiter zu Frage 14)
 Ja

9. Wenn ja, wie oft haben Sie den Nationalpark Gesäuse in den letzten 24 Monaten ca. besucht?

10. Wie empfinden Sie das generelle Besucher*Innenaufkommen im Nationalpark Gesäuse?
Bitte nur ankreuzen, wenn Sie schon öfter hier waren.

- Viel zu einsam
 Zu ein-sam
 Etwas zu ein-sam
 Angenehm
 Etwas zu überfüllt
 Zu über-füllt
 Viel zu überfüllt

11. Haben Sie bei vorherigen Besuchen aufgrund der im Nationalpark Gesäuse angetroffenen Besucher*Innenmenge Ihr Besuchsverhalten geändert?

Bitte nur ankreuzen, wenn Sie schon öfter hier waren. Mehrfachnennungen möglich.

- Nein, ich habe mein Verhalten nicht geändert
- Ja, ich gehe nun öfter in ein anderes Gebiet
- Ja, ich suche nun öfter gezielt Wege abseits der markierten Wanderwege im Nationalpark auf
- Ja, ich komme nun seltener in den Nationalpark
- Ja, ich komme nun verstärkt zu anderen Tageszeiten in den Nationalpark
- Ja, ich komme nun verstärkt unter der Woche statt an Sonntagen
- Ja, ich weiche nun in weniger besuchte Bereiche des Nationalparks aus
- Ja, ich verweile nun kürzer im Nationalpark
- Ich ärgerte mich
- Sonstiges: _____

12. Haben Sie, seitdem Sie dieses Gebiet besuchen, eine Veränderung der Besucher*Innenmenge festgestellt? Bitte nur ankreuzen, wenn Sie schon öfter hier waren.

- | | | | | |
|--|-----------------------------------|---|--------------------------------|-------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Viel weniger Besucher*Innen als früher | Weniger Besucher*Innen als früher | Genauso viele Besucher*Innen wie früher | Mehr Besucher*Innen als früher | Viel mehr Besucher*Innen als früher |

13. Gibt es Bereiche/Zeiten, wo und/oder zu welchen Sie das Besucher*Innenaufkommen im Nationalpark Gesäuse als sehr hoch empfinden? Bitte nennen Sie diese.
Bitte nur beantworten, wenn Sie schon öfter hier waren.

14. Inwieweit stimmen Sie folgender Aussage zu?

	Stimme überhaupt nicht zu	Stimme nicht zu	Weder noch	Stimme zu	Stimme voll und ganz zu
Zu viele Besucher*Innen trüben die Qualität meines Besuchs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Dürfte ich Sie abschließend noch um folgende Angaben bitten:

15. Wo wohnen Sie?

- Region um den Nationalpark (St. Gallen, Landl, Hieflau, Admont: Johnsbach, Weng, Hall)
- Steiermark, außerhalb der Nationalparkgemeinden
- Anderes österreichisches Bundesland
- Ausland

16. Was ist Ihr höchster Bildungsabschluss?

- Kein Abschluss
- Hauptschule/Polytechnische Schule
- Lehre
- Matura
- Akademischer Abschluss (Universität, Fachhochschule)
- Meister
- Sonstiges: _____

17. Dürfte ich Sie noch nach Ihrem Alter fragen?

_____ Jahre

18. Geschlecht

- Weiblich
- Männlich
- Divers

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!

Anhang B: Online Fragebogen

Guten Tag, vielen Dank, dass Sie sich bereit erklären, an der Umfrage teilzunehmen. Mein Name ist Maximiliane Obermeyer, ich bin Studentin an der Hochschule Rhein-Waal in Kleve und schreibe derzeit meine Bachelorarbeit über das Thema Besucher*Innenaufkommen im Nationalpark Gesäuse. Um ein allgemeines Meinungsbild der Besucher*Innen des Nationalparks Gesäuse zu erhalten, führe ich eine Befragung durch. Die Befragung dauert zwischen 5-10 Minuten und die Daten werden anonym erhoben. Vielen Dank für Ihre Unterstützung.

An welchem Wochentag waren Sie am Befragungstag im Nationalpark Gesäuse?

<input type="radio"/> Montag	<input type="radio"/> Dienstag
<input type="radio"/> Mittwoch	<input type="radio"/> Donnerstag
<input type="radio"/> Freitag	<input type="radio"/> Samstag
<input type="radio"/> Sonntag	

Welcher Besuchsgruppe gehören Sie an?

Einheimische*r aus einer Nationalparkgemeinde (St. Gallen, Landl, Hieflau, Admont: Johnsbach, Weng, Hall bzw. Anreise bis ca. 10 Kilometer)

Tagesausflügler*in aus der näheren Umgebung (Anreise bis ca. 50 Kilometer)

Tagesausflügler*in aus der weiteren Umgebung (Anreise mehr als ca. 50 Kilometer)

Urlauber*in

Welche Aktivität führten Sie am Befragungstag im Nationalpark Gesäuse aus?

Mehrfach-Auswahl möglich

Spazieren gehen

Wandern

Fahrrad fahren

Besuch von Nationalparkangebot (Teilnahme an Führung, Besuch eines Erlebniszentrums etc.)

Antwort eingeben

Wie wichtig waren für Sie folgende Motive für Ihren Besuch am Befragungstag?**Entspannung und Erholung** Sehr wichtig Eher wichtig Weder wichtig noch unwichtig Eher unwichtig Sehr unwichtig**Naturerlebnis** Sehr wichtig Eher wichtig Weder wichtig noch unwichtig Eher unwichtig Sehr unwichtig**Einsamkeit und Ruhe** Sehr wichtig Eher wichtig Weder wichtig noch unwichtig Eher unwichtig Sehr unwichtig**Zusammensein mit Freunden/Familie** Sehr wichtig Eher wichtig Weder wichtig noch unwichtig Eher unwichtig Sehr unwichtig

Sportliche Herausforderung Sehr wichtig Eher wichtig Weder wichtig noch unwichtig Eher unwichtig Sehr unwichtig**Gesundheit** Sehr wichtig Eher wichtig Weder wichtig noch unwichtig Eher unwichtig Sehr unwichtig

Wie zufrieden waren Sie mit Ihrem Besuch am Befragungstag im Nationalpark Gesäuse? Bitte geben Sie eine Note (1 = sehr gut, 5 = ungenügend).

 1 2 3 4 5

Wie empfanden Sie das Besucher*Innenaufkommen am Befragungstag im Nationalpark Gesäuse?

 Viel zu einsam Etwas zu einsam Etwas zu überfüllt Viel zu überfüllt Zu einsam Angenehm Zu überfüllt

Inwieweit entsprach das Besucher*Innenaufkommen am Befragungstag Ihren Erwartungen?

- Es waren viel weniger Besucher*Innen als erwartet
- Es waren weniger Besucher*Innen als erwartet
- Es waren genauso viele Besucher*Innen wie erwartet
- Es waren mehr Besucher*Innen als erwartet
- Es waren viel mehr Besucher*Innen als erwartet
- Hatte keine Erwartungen

Haben Sie am Befragungstag, aufgrund der im Gesäuse angetroffenen Besucher*Innenmenge Ihr Besuchsverhalten geändert?

Mehrfach-Auswahl möglich

- Nein, ich habe mein Verhalten nicht geändert
- Ja, ich habe gezielt Wege abseits der markierten Wanderwege im Nationalpark aufgesucht
- Ja, ich bin gezielt zu einer anderen Tageszeit in den Nationalpark gekommen
- Ja, ich bin gezielt in einen weniger besuchten Bereich des Nationalparks ausgewichen
- Ja, ich habe meine Aufenthaltsdauer verkürzt
- Ich ärgerte mich
- Antwort eingeben

Waren Sie zuvor schon einmal im Nationalpark Gesäuse?

- Nein, ich war das erste Mal hier
- Ja

Wenn ja, wie oft haben Sie den Nationalpark Gesäuse in den letzten 24 Monaten ca. besucht? Bitte tragen Sie die Zahl in das Feld ein.

Antwort eingeben

Wie empfinden Sie das generelle Besuchsaufkommen im Nationalpark Gesäuse?

Viel zu einsam

Zu einsam

Etwas zu einsam

Angenehm

Etwas zu überfüllt

Zu überfüllt

Viel zu überfüllt

Haben Sie bei vorherigen Besuchen aufgrund der im Nationalpark Gesäuse angetroffenen Besucher*Innenmenge Ihr Besuchsverhalten geändert?

Mehrfach-Auswahl möglich

Nein, habe mein Verhalten nicht geändert

Ja, ich gehe nun öfter in ein anderes Gebiet

Ja, ich suche nun öfter gezielt Wege abseits der markierten Wanderwege im Nationalpark auf

Ja, ich komme nun seltener in den Nationalpark

Ja, ich komme nun verstärkt zu anderen Tageszeiten in den Nationalpark

Ja, ich komme nun verstärkt unter der Woche statt an den Sonntagen

Ja, ich weiche nun in weniger besuchte Bereiche des Nationalparks aus

Ja, ich verweile nun kürzer im Nationalpark Gesäuse

Ich ärgerte mich

Antwort eingeben

Haben Sie, seitdem Sie dieses Gebiet besuchen, eine Veränderung der Besucher*Innenmenge festgestellt?

- Viel weniger Besucher*Innen als früher
- Weniger Besucher*Innen als früher
- Genauso viele Besucher*Innen wie früher
- Mehr Besucher*Innen als früher
- Viel mehr Besucher*Innen als früher

Gibt es Bereiche/Zeiten, wo und/oder zu welchen Sie das Besucher*Innenaufkommen im Nationalpark Gesäuse als sehr hoch empfinden? Bitte nennen Sie diese.

Antwort eingeben

500/500

Inwieweit stimmen Sie folgender Aussage zu: "Zu viele Besucher*Innen trüben die Qualität meines Besuchs".

Stimme voll und ganz zu

Stimme zu

Weder noch

Stimme nicht zu

Stimme überhaupt nicht zu

Dürfte ich Sie abschließend noch um folgende Angaben bitten

Wo wohnen Sie?

- Region um den Nationalpark (St. Gallen, Landl, Hieflau, Admont: Johnsbach, Weng, Hall)
- In der Steiermark, außerhalb der Nationalparkgemeinden
- Anderes österreichisches Bundesland
- Ausland

Was ist Ihr höchster Bildungsabschluss? Kein Abschluss Hauptschule/Polytechnische Schule Lehre Matura Akademischer Abschluss (Universität, Fachhochschule) Meister Antwort eingeben**Wie alt sind Sie?****Wie ist Ihr Geschlecht?** Männlich Weiblich Divers

Anhang C: QR-Code für die Online Befragung

**Besucher*Innenaufkommen im Nationalpark Ge-
säuse**

Mit folgendem QR-Code oder durch die Eingabe des
folgenden Links kommen Sie zur Online Umfrage
und können daran teilnehmen. Ich bedanke mich für
Ihre Unterstützung!



<https://www.empirio.de/s/bWtlrXddzz>

Anhang D: Tagesprotokolle

Datum: _____	Datum: _____
Ferientag/Feiertag: <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein	Ferientag/Feiertag: <input type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein
Wochentag: <input type="checkbox"/> Montag <input type="checkbox"/> Dienstag <input type="checkbox"/> Mittwoch <input type="checkbox"/> Donnerstag <input type="checkbox"/> Freitag <input type="checkbox"/> Samstag <input type="checkbox"/> Sonntag	Wochentag: <input type="checkbox"/> Montag <input type="checkbox"/> Dienstag <input type="checkbox"/> Mittwoch <input type="checkbox"/> Donnerstag <input type="checkbox"/> Freitag <input type="checkbox"/> Samstag <input type="checkbox"/> Sonntag
Befragungsort: _____	Befragungsort: _____
Befragungszeit: _____	Befragungszeit: _____
Pausen: _____	Pausen: _____
Kurze Beschreibung des Wetters: _____ _____ _____	Kurze Beschreibung des Wetters: _____ _____ _____
Anzahl ausgefüllter Fragebögen: _____	Anzahl ausgefüllter Fragebögen: _____
Anzahl Verweigerer: _____	Anzahl Verweigerer: _____
Anzahl der vergebenen QR-Codes: _____	Anzahl der vergebenen QR-Codes: _____

Selbstständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, Maximiliane Obermeyer, dass ich die hier vorliegende Arbeit selbstständig und ohne unerlaubte Hilfsmittel angefertigt habe. Informationen, die anderen Werken oder Quellen dem Wortlaut oder dem Sinn nach entnommen sind, habe ich kenntlich gemacht und mit exakter Quellenangabe versehen. Sätze oder Satzteile, die wörtlich übernommen wurden, wurden als Zitate gekennzeichnet. Die hier vorliegende Arbeit wurde noch an keiner anderen Stelle zur Prüfung vorgelegt und weder ganz noch im Auszug veröffentlicht. Bis zur Veröffentlichung der Ergebnisse durch die Prüfungskommission werde ich eine Kopie dieser Studienarbeit aufbewahren und wenn nötig zugänglich machen.

Taching, den 04.09.2023

Maximiliane Obermeyer