



Hochschule für Forstwirtschaft
Rottenburg

Hochschule für Angewandte Wissenschaften

BACHELORARBEIT

Im Studiengang

B.Sc. Nachhaltiges Regionalmanagement

ERFOLGSFAKTOREN IM WILDNISTOURISMUS –
Eine qualitative Analyse erfolgreicher Anbieter:innen
von Wildnistourismus in Deutschland und Österreich

Johanna Weiß

Ziegelhütte 30

72108 Rottenburg

Allgemeine Angaben

Verfasserin

Johanna Weiß

Erstprüferin

Prof. Dr. Monika Bachinger, Professorin HFR

Zweitprüfer

Prof. Dr. Rainer Luick, Professor HFR

Anschrift der HFR

Hochschule für Forstwirtschaft Rottenburg

Schadenweilerhof

72108 Rottenburg a.N.

Copyright

© 2023

D-72108 Rottenburg

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung, Verbreitung und Übersetzung sind vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form ohne schriftliche Genehmigung reproduziert oder über elektronische Systeme verbreitet werden. Die Genehmigung ist bei der HFR einzuholen. Bei gesperrten Arbeiten ist jegliche Art der Weiterverwendung verboten.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Wildnis-Kontinuum	10
Abbildung 2: Zusammenhänge unterschiedlicher Tourismusformen	23
Abbildung 3: Kategoriensystem.....	37

Anhangsverzeichnis

Anhang 1: Interviewleitfaden.....	96
Anhang 2: Analysedimensionen und Fragekomplexe.....	97
Anhang 3: Einverständniserklärung	98
Anhang 4: Transkriptionsregeln	99
Anhang 5: Prozessmodell induktiver Kategorienbildung.....	100
Anhang 6: Kategoriensystem	101

Abkürzungsverzeichnis

3D/6D	dreidimensional/sechsdimensional
EU	Europäische Union
exkl.	exklusive
fm	Festmeter
fm/ha	Festmeter pro Hektar
ha	Hektar
inkl.	inklusive
IUCN	International Union for Conservation of Nature
km	Kilometer
m	Meter
m ü. NN	Meter über Normalnull
m ³ /ha	Kubikmeter pro Hektar
min	Minuten
Mio.	Millionen
POI	Point of Interest
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
USP	Unique Selling Point
VR	Virtual Reality

Kurzfassung

Großflächige Wildnisgebiete auf der Erde sind kaum mehr existent und die verbliebenen Flächen nehmen weiterhin sukzessive ab. Diese Entwicklung betrifft auch wertvolle Urwaldbestände, die aufgrund verschiedener Ursachen (z. B. starke Nachfrage nach der Ressource Holz) gefährdet sind. In Europa liegen die größten verbliebenen Urwaldgebiete in den rumänischen Karpaten. Die fortschreitende Zerstörung und Abholzung dieser Flächen hat u. a. weitreichende Auswirkungen auf die Umwelt und die Gesellschaft.

Die Entwicklung von Wildnistourismus könnte eine Möglichkeit sein, bedeutende Wildnisflächen zu schützen und zu erhalten sowie die Menschen vor Ort für den Wert der Gebiete zu sensibilisieren und für den Schutz der Wildnis zu begeistern. Um dies zu erreichen, widmet sich die vorliegende Bachelorarbeit folgender Fragestellung: „Welche Erfolgsfaktoren gilt es bei der Entwicklung von Wildnistourismus zu beachten?“ Zur Identifizierung dieser wurde neben einer literaturbasierten Auseinandersetzung eine qualitative Untersuchung durchgeführt. Dabei fanden insgesamt neun leitfadengestützte Interviews mit Expert:innen aus drei Beispielregionen statt. Die darauffolgende Auswertung erfolgte mittels der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (2015).

Aus den Ergebnissen geht hervor, dass die Formulierung allgemeingültiger Empfehlungen und Erfolgsfaktoren für die Entwicklung von Wildnistourismus zum Teil schwierig ist. Dennoch konnten wichtige Aspekte identifiziert werden, die zur erfolgreichen Entwicklung von Wildnistourismus in den Wildnisgebieten beitragen. Zusammengefasst spielen die Konzept- und Angebotsentwicklung, ein gezieltes Gebietsmanagement, die Vernetzung mit dem Tourismussektor und der lokalen Bevölkerung, die Öffentlichkeits- und Bildungsarbeit sowie eine authentische und gezielte Kommunikation innerhalb und außerhalb der Wildnisgebiete eine entscheidende Rolle. Um die Gratwanderung zwischen Tourismus und Naturschutz erfolgreich zu bewältigen, sollte u. a. ein gemeinsames Verständnis über das Wildnisgebiet und dessen Zielsetzungen vorherrschen.

Abstract

Large-scale wilderness areas on earth are barely existent and the remaining areas continue to diminish gradually. This development also affects valuable primeval forests, which are endangered due to various reasons (e.g. strong demand for timber resources). The largest remaining primeval forest areas in Europe are located in the Romanian Carpathians. The ongoing destruction and deforestation of these areas have far-reaching impacts on the environment and society.

The development of wilderness tourism could be a way to protect and conserve important wilderness areas while raising awareness among people about the value of these regions and fostering their enthusiasm for wilderness conservation. To achieve this, this bachelor thesis addresses the following question: "Which success factors should be considered in the development of wilderness tourism?" In order to identify these factors, a qualitative investigation was conducted in addition to a literature-based analysis. This involved a total of nine semi-structured interviews with experts from three selected regions. The subsequent evaluation was carried out using the qualitative content analysis according to Mayring (2015).

The results indicate that it can be difficult to formulate generally valid recommendations and success factors for the development of wilderness tourism. Nevertheless, important aspects could be identified that should be taken into account for the successful development of wilderness tourism in wilderness areas. In summary the development of conceptual frameworks and tourism offerings, targeted area management, collaboration with the tourism sector and the local communities, public outreach and educational efforts, as well as authentic and targeted communication both within and outside the wilderness areas are playing a decisive role. To successfully walk the tightrope between tourism and nature conservation, a common understanding of the wilderness area and its objectives should prevail.

Inhaltsverzeichnis

Kurzfassung.....	IV
Abstract	V
1. Einleitung.....	1
1.1. Problemstellung	1
1.2. Zielsetzung und Forschungsfrage der Arbeit.....	3
1.3. Aufbau der Arbeit.....	3
2. Theoretische Bezüge	4
2.1. Begriff Urwald	4
2.1.1. Geschichte der Urwälder	4
2.1.2. Verbreitung der Urwälder	5
2.1.3. Charakteristika von Urwäldern	5
2.1.4. Bedeutung und Wert der Urwälder.....	6
2.2. Wildnis im Tourismus.....	7
2.2.1. Begriff Wildnis.....	7
2.2.1.1. Wildnis aus der naturwissenschaftlichen Perspektive	10
2.2.1.2. Wildnis aus der sozialwissenschaftlichen Perspektive	11
2.2.1.3. Wert der Wildnis	13
2.2.2. Wildniserleben	16
2.2.2.1. Definition des Begriffs Wildniserleben.....	16
2.2.2.2. Erwartungen der Besucher:innen an Wildniserlebnisse	17
2.2.2.3. Beeinträchtigungen und Voraussetzungen von Wildniserleben.....	18
2.2.3. Wildnistourismus.....	20
2.3. Erfolgsfaktoren.....	23
2.3.1. Erfolgsfaktorenforschung	23
2.3.2. Erfolgsfaktoren im (Wildnis-)Tourismus	24
2.4. Zwischenfazit.....	29
3. Methodisches Vorgehen	30
3.1. Forschungsdesign und Ablauf.....	30
3.2. Entwicklung des Interviewleitfadens.....	30

3.3.	Sampling.....	32
3.4.	Durchführung der Interviews	33
3.5.	Datenauswertung.....	35
4.	Beispielgebiete	38
4.1.	Nationalpark Hainich.....	38
4.1.1.	Besucherzahlen und ökonomische Bedeutung des Tourismus	39
4.1.2.	Der Nationalpark Hainich als Wildnisgebiet und Urwald.....	39
4.1.3.	(Wildnis-)Tourismus und Wildnisangebote im Nationalpark Hainich.....	40
4.2.	Nationalpark Kalkalpen	43
4.2.1.	Besucherzahlen und ökonomische Bedeutung des Tourismus	44
4.2.2.	Der Nationalpark Kalkalpen als Wildnisgebiet.....	45
4.2.3.	(Wildnis-)Tourismus und Wildnisangebote im Nationalpark Kalkalpen	46
4.3.	Wildnisgebiet Dürrenstein-Lassingtal	49
4.3.1.	Besucherzahlen und ökonomische Bedeutung des Tourismus	49
4.3.2.	Das Gebiet Dürrenstein-Lassingtal als Wildnisgebiet.....	50
4.3.3.	(Wildnis-)Tourismus und Wildnisangebote im Wildnisgebiet	50
5.	Ergebnisse.....	53
5.1.	Persönliche Begriffsverständnisse und Zusammenhänge mit dem Tourismus	53
5.2.	Angebote im Wildnistourismus.....	55
5.2.1.	Wildnistourismus-Angebote sowie Angebote innerhalb des Bildungsauftrags	55
5.2.2.	Eigenschaften und Besonderheiten der Wildnistourismus-Angebote	56
5.2.3.	Vermarktung von Wildnistourismus.....	57
5.2.4.	Qualitätssicherung	58
5.3.	Gezieltes Management des Gebiets	59
5.3.1.	Professionelles Management.....	59
5.3.2.	Besucherlenkung	60
5.3.3.	Verantwortungsvolle Nutzung natürlicher Ressourcen	61
5.3.4.	Regeln für Besucher:innen und Kommunikation	62
5.4.	Vernetzung	63
5.4.1.	Bedeutung der Landbesitzer:innen sowie der lokalen Bevölkerung.....	63

5.4.2.	Bedeutung von touristischer Zusammenarbeit	65
5.4.3.	Einfluss des Teams	65
5.5.	Naturräumliche Ausstattung der Gebiete	66
5.5.1.	Naturräumliche Voraussetzungen	66
5.5.2.	Besonderheiten und Anziehungspunkte der Gebiete	66
5.6.	Generierung von Kundenzufriedenheit.....	68
5.6.1.	Vorstellungen der Gäste von Wildnis und Urwald	68
5.6.2.	Erwartungen an Wildnistourismus.....	69
5.6.3.	Kundenbindung.....	70
5.7.	Bedeutung der Politik und Sicherung ausreichend finanzieller Mittel.....	70
6.	Diskussion	71
6.1.	Methodische Diskussion	71
6.1.1.	Qualität des Interviewleitfadens und der Interviews	71
6.1.2.	Auswertung der Daten mit Hilfe der qualitativen Inhaltsanalyse	72
6.2.	Inhaltliche Diskussion	73
6.2.1.	Begriffliche Verständnisse der Expert:innen und Zusammenhänge mit dem Tourismus.....	73
6.2.2.	Angebote im Wildnistourismus.....	75
6.2.3.	Gezieltes Management der Gebiete.....	77
6.2.4.	Vernetzung	79
6.2.5.	Naturräumliche Ausstattung der Gebiete	80
6.2.6.	Generierung von Kundenzufriedenheit.....	81
6.2.7.	Bedeutung der Politik und Sicherung ausreichend finanzieller Mittel.....	82
6.3.	Ausblick auf zukünftige Forschungsarbeiten	83
7.	Fazit.....	85
8.	Danksagung.....	87
	Literaturverzeichnis.....	88
	Anhang	96

1. Einleitung

*„In der Wildnis liegt die Erhaltung der Welt“
(Henry David Thoreau, 1817-1862)*

1.1. Problemstellung

Drei Viertel der terrestrischen Gebiete der Erde wurden maßgeblich durch menschliche Eingriffe verändert, sodass die ursprüngliche natürliche Funktionalität der betreffenden Gebiete heute nicht mehr gewährleistet ist (Watson & Venter, 2021, S. 1169). Weltweit existiert Wildnis noch auf 30,1 Mio. km², was 23,2 % aller Landgebiete entspricht. Vor allem im stark besiedelten Mitteleuropa ist Wildnis kaum mehr vorhanden und spielt dadurch eine besondere Rolle (Moos, Conradin & Kern, 2022, S. 15).

Die häufigsten Ursachen für die Gefährdung von Wildnisgebieten sind die Fragmentierung der natürlichen Lebensräume, die illegale Ausbeutung natürlicher Ressourcen sowie die Aus- und Verbreitung invasiver Arten (Europäische Kommission, 2013, S. 37). Dazu kommen anthropogene Störungen wie z. B. Stickstoffeinträge auf lokaler Ebene oder der Klimawandel auf globaler Ebene (Europäische Kommission, 2013, S. 39). Der weitere Verlust wertvoller Wildnisgebiete geht mit der Verstärkung und Beschleunigung des Aussterbens bedrohter Tierarten einher (Watson et al., 2016, S. 2931). Zudem kann die Nutzung der Gebiete für den Tourismus ein potentiell Risiko darstellen, wenn dieser nicht nachhaltig und umweltschonend betrieben wird (Europäische Kommission, 2013, S. 40).

Im Zeitraum von 1990 bis 2010 gingen 3,3 Mio. km² an globalen Wildnisgebieten verloren. Trotz steigender Bedeutung des Wildnisschutzes und zunehmender Maßnahmen hierfür, liegt die Rate des Wildnisverlustes ca. doppelt so hoch (Watson et al., 2016, S. 2929). Der Rückgang dieser Flächen stellt eine weltweit bedeutende Problematik dar, die v. a. in Regionen mit gering verbliebenen Wildnisgebieten besonders gravierend ist. Basierend auf aktuellen Vorausrechnungen werden bei anhaltender Geschwindigkeit des Verlustes von Wildnisflächen bereits in weniger als einem Jahrhundert keine Wildnisgebiete mehr existieren (Watson et al., 2016, S. 2933).

In Rumänien liegen zwei Drittel der letzten großflächigen europäischen Urwaldgebiete. Diese befinden sich in der zentral- und osteuropäischen 1.500 km langen Gebirgskette der Karpaten und werden auf ca. 200.000 ha geschätzt (EuroNatur & Agend Green, 2017, S. 1).

Die rumänischen Urwälder werden durch Abholzungen und Kahlschläge bedroht. Ende des 19. Jahrhunderts existierten in dem Land noch ca. 2 Mio. ha Urwald. Diese Zahl reduzierte sich bis zum Jahr 1945 auf 700.000 ha, bis im Jahr 2004 noch 218.000 ha übrig waren (Veen et al., 2010, S. 1812). Alte wie neue Studien dokumentieren Abholzungen in der Vergangenheit, welche teilweise anstiegen und bis zum heutigen Zeitpunkt fortgeführt werden (Agent Green, ClientEarth & EuroNatur, 2022, S. 4; Niță, 2015a, S. 795). In den letzten Jahren wurde

die zuvor häufig angewandte Methode des Kahlschlags größtenteils durch die „progressive Abholzung“ ersetzt. Bei diesem Vorgehen wird eine Waldfläche schrittweise abgeholzt, wodurch jedoch die gleichen Auswirkungen wie bei Kahlschlägen entstehen (Agent Green, ClientEarth & EuroNatur, 2022, S. 4).

Ein Grund für den rasanten und kontinuierlichen Verlust der Wälder ist nach Luick et al. (2021a, S. 12) u. a. die wachsende und intensiviertere Holznutzung. Die steigende Nachfrage nach dem Rohstoff Holz (z. B. für Verpackungen oder holzbasierte Substitute für Plastik) erhöht den Druck auf diese Substanz (Luick et al., 2021a, S. 16). Zusätzliche Faktoren liegen in der politischen Situation des Landes und dem Mangel an Unterstützung seitens der EU hinsichtlich des Schutzes der Urwaldgebiete (Luick et al., 2021a, S. 12). Eine weitere Erklärung für den starken Rückgang ist, dass zahlreiche Urwald- und Altbestände keinen nationalen Schutzstatus genießen und somit offiziell nicht geschützt sind (Knapp, 2016, S. 30). Um Nutzungen in großflächigen Urwaldgebieten und Naturwäldern zu ermöglichen, werden diese nicht als solche klassifiziert (Luick et al., 2021a, S. 14).

Die stattfindenden Abholzungen und Kahlschläge können als undurchsichtig beschrieben werden und finden sowohl legal als auch illegal statt (Knapp, 2016, S. 30). Selbst in offiziellen Schutzgebieten (z. B. in Nationalparks) werden Rodungen durchgeführt (EuroNatur & Agent Green, 2017, S. 2; Knapp, 2016, S. 30; Luick et al., 2021a, S. 15). Zudem werden viele wichtige und ursprüngliche Waldgebiete nicht in die Kernzonen der Schutzgebiete integriert, da in Pufferbereichen einfachere Ausnahmen zur weiteren Holznutzung möglich sind (EuroNatur & Agent Green, 2017, S. 3). Das Problem dabei sind komplizierte Strukturen von Verantwortlichkeiten vor Ort. Diese sind geprägt von korrupten Einzelpersonen, persönlichen Interessen sowie ausländischen Investoren und Holzunternehmen (Knapp, 2016, S. 30).

Der Verlust der rumänischen Urwälder hat große Auswirkungen auf die Umwelt und die Gesellschaft. Aus ökologischer Sicht steht die Entwaldung, der enorme Biodiversitätsverlust sowie die Auswirkungen auf den Klimawandel im Vordergrund (Niță, 2015b, S. 786). Konkret umfasst dies beispielweise die Zunahme von Überschwemmungen und Bodenerosionen (Niță, 2015a, S. 796). Außerdem führt es zu einer starken Ausbreitung von Fragmentierungen und Verschlechterung der Waldlebensräume (Agent Green, ClientEarth & EuroNatur, 2022, S. 4). Auf der sozialen Ebene kann das Vorgehen in den rumänischen Wäldern zu Konflikten um Land und Ressourcen führen sowie die Kriminalität erhöhen (Niță, 2015b, S. 786). Aufgrund der potentiellen Beeinträchtigung und Zerstörung bestehender Wasserwirtschaftssysteme, Verkehrswege, Ortschaften, Industrieanlagen oder landwirtschaftlicher Flächen, besteht Konfliktpotential um diese Infrastrukturen (Niță, 2015a, S. 796). Zudem werden die Interessen der ländlichen und indigenen Bevölkerung durch starke Machtstrukturen in den Hintergrund gestellt (Niță, 2015b, S. 786).

1.2. Zielsetzung und Forschungsfrage der Arbeit

Das wachsende Umwelt- und Gesundheitsbewusstsein führt dazu, dass die Natur eine immer bedeutendere Rolle bei den Menschen einnimmt (Mandelartz & Oven-Krockhaus, 2021, S. 147). Gleichzeitig steigt das Bedürfnis nach Erholung und Naturerlebnissen (Mandelartz & Oven-Krockhaus, 2021, S. 150). Immer mehr Menschen streben nach dem Erleben von Wildnis sowie unberührter Gebiete und treten dafür Reisen zu weit entfernten Orten und Gegenden an (EuroNatur & Agend Green, 2017, S. 9). Diese Entwicklung bietet die Chance für Wildnisgebiete, Tourismus zu entwickeln und Schutz durch sanfte und nachhaltige touristische Nutzungen zu erlangen.

Die letzten Urwälder Rumäniens weisen in Zusammenhang mit Wildnistourismus ein hohes Potential auf. Mit Hilfe touristischer Entwicklungen könnten in den Regionen Einkünfte und Wertschöpfung in einem neuen Sektor entstehen. Menschen vor Ort wären dadurch in geringerem Maße auf Einkommen aus der Forstwirtschaft angewiesen. Die Förderung und Entwicklung des Wildnistourismus und die damit einhergehende Wertschöpfung könnte die Bedeutung von Wildnisgebieten und den Erhalt der letzten Urwaldbestände fördern. Durch eine indirekte Nutzung der Urwälder und ihrer natürlichen Gegebenheiten könnte eine Kombination aus touristischer Wirtschaftsentwicklung und Naturschutz erreicht werden. Infolgedessen würde die Entwicklung des Wildnistourismus in Rumänien zur Wertschätzung der Urwaldbestände und zum langfristigen Schutz dieser beitragen. Hierfür wäre es notwendig, spezielle touristische Angebote und Infrastrukturen zu schaffen, die sich auf die wilde, ursprüngliche und unberührte Natur beziehen.

Um Empfehlungen für die Entwicklung von Wildnistourismus geben zu können, soll die vorliegende Bachelorarbeit folgende Frage beantworten: „*Welche Erfolgsfaktoren gilt es bei der Entwicklung von Wildnistourismus zu beachten?*“

1.3. Aufbau der Arbeit

Zu Beginn der Bachelorarbeit werden die für das weitere Verständnis notwendigen Begrifflichkeiten und Hintergründe bzgl. der Themen Urwald, Wildnis und Erfolgsfaktoren erläutert. Am Ende des ersten Kapitels erfolgt eine Zusammenfassung der wichtigsten Erkenntnisse zum Thema Wildnistourismus. Danach wird das methodische Vorgehen zur Erlangung der relevanten Daten und Ergebnisse beschrieben. Im darauffolgenden Kapitel erfolgt eine Aufführung der drei Beispielgebiete, welche im Rahmen der Bachelorarbeit untersucht wurden, sowie deren Angebote im Wildnistourismus. Im Anschluss werden die Ergebnisse der Studie detailliert dargestellt. Darauf folgt die Diskussion der angewandten Methodik und der Ergebnisse sowie eine Einordnung dieser in die bestehende Literatur. Nach einem Ausblick auf weitere Forschungsarbeiten wird im letzten Kapitel ein kurzes Fazit gezogen und die wesentlichen Ergebnisse der Forschungsarbeit nochmals präsentiert.

2. Theoretische Bezüge

2.1. Begriff Urwald

Für den Begriff Urwald sind in der Literatur viele unterschiedliche Definitionen vorhanden (Leibundgut, 1993, S. 11). Der folgende Absatz dient als Einordnung des Begriffes für diese Arbeit.

Urwälder im engeren Sinne sind Primärwälder (eng.: intact, mature, natural, primary, primeval, undisturbed, untouched, virgin), das bedeutet großflächige Waldökosysteme „[in welchen] keine direkten menschlichen Eingriffe bekannt sind und die Zusammensetzung der natürlichen Lebensgemeinschaften sowie die walddynamischen Prozesse nie signifikant verändert wurden“ (Luick et al., 2021a, S. 13). „Ein Urwald besteht [demnach] aus standorts- und biogeografisch typischen Baum- und Straucharten in ihren verschiedenen Lebenszyklusstadien“ (Luick et al., 2021a, S. 13). Seit seiner Entstehung durchlief dieser eine natürliche Entwicklung (Schickhofer, 2015, S. 23). Primärwälder sind Wälder, welche zu keiner Zeit menschlichen Veränderungen ausgesetzt wurden (Brändli & Dowhanytsch, 2003, S. 62) oder diese so gering waren, dass sie auf die heutigen Artenzusammensetzungen, Waldstrukturen, Totholzanteile und Walddynamiken keinen Einfluss haben (Luick et al., 2021b, S. 10). Diese Art von Wäldern zeichnet sich u. a. durch einen hohen Totholzanteil, unterschiedlich großen und alten Bäumen sowie Urwald-Reliktarten aus (Schickhofer, 2015, S. 23). Auch Großmann, Klaus und Stephan (2014) betonen die Notwendigkeit von totem Holz in Urwäldern. Dieses sei „ein wesentlicher, für die Stoffkreisläufe notwendiger und meist auch in großen Mengen vorhandener Bestandteil eines Waldökosystems“ (Großmann, Klaus & Stephan, 2014, S. 74). In Urwäldern findet keinerlei Holzentnahme oder Bewirtschaftung statt, alle Entwicklungsphasen (Verjüngungs-, Dickungs-, Klimax- und Zerfallsphase) treten gleichzeitig auf und eine beständige Veränderung wird ermöglicht (Schickhofer, 2015, 23f.). Streng definitorisch betrachtet, existieren in Deutschland keine Primärwälder mehr (Großmann, Klaus & Stephan, 2014, S. 34).

Bei der Erfassung der verbleibenden Urwaldrestflächen in Europa werden z. T. auch Naturwälder mit einbezogen. Naturwälder (eng: ancient, near-virgin, old-growth, quasi-virgin, widely undisturbed) „gingen aus Naturverjüngung hervor und haben sich lange Zeit ohne Eingriffe des Menschen entwickelt“ (Luick et al., 2021a, S. 13). Der wesentliche Unterschied zu dem Begriff „Urwald“ besteht in den „bis heute dokumentierbaren Nutzungseinflüssen“ (Luick et al., 2021a, S. 13).

2.1.1. Geschichte der Urwälder

Vor etwa 10.000 bis 12.000 Jahren, während des Endes der letzten Eiszeit, begann sich der Wald allmählich in südlicher Richtung auszubreiten. Während der ersten 6.000 Jahre dieser Ausbreitung dominierten Eichenmischwälder und bedeckten beeindruckende 95 % der Fläche Mitteleuropas. Erst danach wanderte die Europäische Rotbuche (*Fagus sylvatica*) ein und

verdrängte die Eichenbestände (Schickhofer, 2015, S. 18). Durch eine intensivere Nutzung des Waldes und Veränderungen durch den Menschen, wurden die Wälder bis heute modifiziert und beeinflusst. Vor allem während des Mittelalters und des damaligen hohen Holzverbrauchs nahmen die Waldflächen stark ab. Durch den dadurch entstandenen Holzmangel im 16. Jahrhundert fanden Aufforstungen mit schnell wachsenden Nadelhölzern statt (Schickhofer, 2015, S. 21). Ende des 18. Jahrhunderts wurde die planmäßige Forstwirtschaft eingeführt und die Wirtschaftlichkeit rückte in den Vordergrund (Leyh, 2014, S. 47). So verschwanden bis Anfang des 19. Jahrhunderts die europäischen Urwälder nahezu vollständig (Schickhofer, 2015, S. 21).

2.1.2. Verbreitung der Urwälder

In Europa sind heute nahezu keine Urwaldgebiete ohne menschliche Eingriffe mehr aufzufinden (Leibundgut, 1993, S. 12). Ausnahmen bilden letzte Urwaldreste wie der Urwald Rothwald im Wildnisgebiet Dürrenstein-Lassingtal in Österreich oder Gebiete in Teilen der Karpaten (Altmoos, 2023, S. 194). Die letzten großflächigen Urwälder in Europa liegen in Rumänien, in der Westukraine, der Slowakei, Polen, Tschechien, Bosnien, Herzegowina und Slowenien (Schickhofer, 2015, S. 22).

Innerhalb der EU betragen die Flächen der Natur- und Urwälder weniger als 3 % der Gesamtwaldfläche (Luick et al., 2021a, S. 12). Im Jahr 2020 wurde die restliche Fläche auf 3,6 Mio. ha geschätzt, während zehn Jahre zuvor im Jahr 2010 noch 7,3 Mio. ha Ur- bzw. Naturwälder existierten. Dies stellt einen Rückgang der Flächen von 40 % innerhalb von zehn Jahren dar. Über die Verbreitung und Flächen der verbliebenen Urwälder ist insgesamt wenig bekannt und erforscht. Deshalb sind keine konkrete Aussagen darüber möglich (Luick et al., 2021a, S. 14).

Der Großteil (ca. 80 %) der laubholzgeprägten Urwälder in Europa liegt in den Karpaten (Luick et al., 2021a, S. 15). Diese sind für ganz Europa einzigartig und erstrecken sich über eine Fläche von ca. 30.000 ha. Ohne jegliche menschliche Eingriffe oder forstwirtschaftliche Nutzung konnte dort Jahrtausende lang eine ungestörte Entwicklung stattfinden (Großmann, Klaus & Stephan, 2014, S. 19). Rumänien besitzt mit zwei Dritteln der Urwälder in Europa dabei den größten Anteil. Dennoch betragen diese Flächen insgesamt nur 0,5 % bis 1 % der Gesamtwaldfläche des Landes (Luick et al., 2021a, S. 15). Totholz mengen von mehr als 100 fm/ha, Baumriesen mit 1,40 m Durchmesser und 50 m Höhe sowie ein ständiger Wechsel verschiedener Altersstadien kennzeichnen diese Waldgebiete (Großmann, Klaus & Stephan, 2014, S. 19).

2.1.3. Charakteristika von Urwäldern

Urwälder stellen bzgl. der Artenzusammensetzung und des Aufbaus das standörtliche Endglied der natürlichen Waldentwicklung dar (Leibundgut, 1993, S. 11). Sie sind durch eine

natürliche Pflanzen- und Tierwelt gekennzeichnet (Leibundgut, 1993, S. 12). Es sind große Flächen und Pufferzonen erforderlich, um im Kerngebiet des Urwaldes ein Waldgebiet zu erhalten, das nicht von der vom Menschen geprägten Umgebung beeinflusst wird (Leibundgut, 1993, S. 13).

Die Vorstellung der Menschen, dass der Urwald ein „undurchdringlicher Dschungel [mit] einer vielfältigen Tier- und Pflanzenwelt [ist], die alle Etagen des Waldes ausfüllt“ (Brändli & Dowhanytsch, 2003, S. 62), trifft keineswegs auf die europäischen Urwälder zu. Die Besonderheiten der europäischen Urwälder sind unterschiedlichste Pilzarten, abgestorbene Baumkronen, eine Mischung aus jungen und alten Bäumen sowie Verwachsungen an den Bäumen (Brändli & Dowhanytsch, 2003, S. 66).

Die auffälligsten Urwaldmerkmale sind große, dicke und alte Bäume, ein hoher Anteil an Totholz (10-20x höher als in Wirtschaftswäldern) (Brändli & Dowhanytsch, 2003, S. 67) sowie ein „wechselndes Mosaik von Entwicklungsphasen und das Nebeneinander verschiedener Baumgenerationen“ (Brändli & Dowhanytsch, 2003, S. 69). Das Totholz liegt in unterschiedlichsten Formen und Zerfallsstadien vor (Großmann, Klaus & Stephan, 2014, S. 66). Es herrscht eine komplexe Waldstruktur sowie eine ungestörte und natürliche Dynamik (Luick et al., 2021a, S. 13). Diese wird durch die fortlaufende Entwicklung der Bestände und des Wachstums der Bäume bestimmt (Brändli & Dowhanytsch, 2003, S. 68). Für die im Urwald ablaufenden Prozesse sind die Pflanzen, Tiere, Naturereignisse und der Boden verantwortlich. Verjüngung findet in Buchenurwäldern kleinflächig und zeitlich sowie örtlich aufeinanderfolgend statt (Brändli & Dowhanytsch, 2003, S. 68). Buchen können bis zu 400 Jahre alt werden. Die Holzmassen betragen z. T. 400-700 m³/ha, was weit über dem Durchschnitt von Wirtschaftswäldern liegt (Großmann, Klaus & Stephan, 2014, S. 62). Tote und abgestorbene Bäume bleiben bis zu ihrer vollständigen Zersetzung liegen (Brändli & Dowhanytsch, 2003, S. 67). Im Vergleich zu Wirtschaftswäldern besteht in Urwäldern eine doppelt so hohe Diversität an Flechten, die der Moose ist um 50 % höher (Luick et al., 2021a, S. 20). Abschließend ist wichtig zu betonen, dass in Urwäldern keinerlei Spuren anthropogener Nutzungen gefunden werden können (Luick et al., 2021b, S. 10).

2.1.4. Bedeutung und Wert der Urwälder

Der Erhalt der letzten Urwälder in Europa ist für verschiedenste Bereiche von zentraler Bedeutung. Mit Hilfe endemischer Pflanzenarten, genetischer Baumstrukturen und Reliktgesellschaften ist es möglich, Rückschlüsse auf die Entwicklung nach der letzten Eiszeit zu ziehen. Dadurch kann das Verständnis über die historische und geografische Waldvegetations-Entwicklung verbessert werden (Brändli & Dowhanytsch, 2003, S. 73).

Urwaldgebiete stellen Lebensräume für hochspezialisierte Arten dar, welche auf die dortigen Lebensverhältnisse und Strukturen angewiesen sind (Luick et al., 2021a, S. 16). Der Schutz der Urwälder ist für den Erhalt dieser genetischen Vielfalt essentiell (Brändli &

Dowhanytsch, 2003, S. 73). Zusätzlich fungieren sie als unverzichtbare Kohlenstoffspeicher und -senken (Luick et al., 2021a, S. 23).

Urwälder spielen eine zentrale Rolle in der Forschung über Umwelt- und Klimaveränderungen. Sie dienen als Referenzflächen für das Verständnis von Naturabläufen, -systemen und -zusammenhängen und stellen dadurch die Grundlage der naturnahen Waldwirtschaft dar (Brändli & Dowhanytsch, 2003, S. 74). Basierend auf Primärwäldern können Waldbaukonzepte für Wirtschaftswälder und Anpassungsstrategien an den Klimawandel entwickelt werden. Dies ermöglicht beispielsweise die Identifizierung klimaresistenter Baumarten und die langfristige Beobachtung von Umweltveränderungen und der Entwicklung der Wälder.

Neben der wirtschaftlichen und wissenschaftlichen Relevanz, haben auch die sozialen Interessen eine besondere Bedeutung. Vor allem der ästhetische Wert, das Naturerleben und die Umweltbildung spielen eine zentrale Rolle. Umso natürlicher und umso weniger vom Menschen beeinflusst die Gebiete sind, desto stärker ist das Glücksgefühl und das Erlebnis der Menschen (Brändli & Dowhanytsch, 2003, S. 74). Das Erleben von Ursprünglichkeit und unbeeinflusster Natur sowie das Schöpfen von neuer Lebensfreude und -kraft verdeutlicht die hohe Relevanz der Urwälder (Brändli & Dowhanytsch, 2003, S. 75). Sie dienen der Gesellschaft als Rückzugsorte aus der anthropogen geprägten Umwelt (Brändli & Dowhanytsch, 2003, S. 74).

Angesichts der Seltenheit von naturnahen und ökologisch stabilen Wäldern in Europa sowie dem fortschreitenden Rückgang der Urwaldflächen, ist ihr effektiver Schutz unerlässlich (Schickhofer, 2015, S. 23). Die Herausforderung besteht darin, dass aufgrund des mangelnden Verständnisses über den Urwald keine Einigkeit bei der Klassifizierung und Festlegung konkreter Schutzgebiete herrscht (Luick et al., 2021a, S. 23).

2.2. *Wildnis im Tourismus*

2.2.1. *Begriff Wildnis*

Seit Jahrzehnten werden Diskussionen über die Auffassung des Begriffs „Wildnis“ geführt. Bis heute existiert keine allgemeingültige Definition – weder europaweit noch global. Die verschiedenen vorhandenen Definitionen basieren auf unterschiedlichen Ansätzen (Schumacher et al., 2018, S. 50).

Der Ausdruck kann als alltagssprachlich bezeichnet werden, da er im alltäglichen Sprachgebrauch verwendet wird und nicht speziell einer wissenschaftlichen Fachsprache zugeordnet ist. Er findet Anwendung in Gesprächen, Medien und informellen Zusammenhängen. Darüber hinaus ist der Begriff sowohl subjektiv als auch objektiv geprägt, da er individuelle Interpretationen und allgemeingültige Merkmale oder Definitionen umfassen kann. Subjektive Prägung bedeutet, dass verschiedene Personen den Begriff unterschiedlich verstehen oder mit eigenen Bedeutungen und Vorstellungen verbinden. Objektiv geprägt hingegen bezieht sich auf gemeinsame oder allgemein anerkannte Merkmale und Definitionen, die für den Begriff

existieren. Als letzter Punkt ist wichtig zu betonen, dass der Begriff kein naturwissenschaftlicher Fachbegriff ist. Er wird tendenziell in den Geistes- und Sozialwissenschaften oder in allgemeinen Kontexten, in denen menschliche Erfahrungen, Emotionen oder soziale Aspekte eine Rolle spielen, verwendet (Altmoos, 2023, S. 23).

Mit der Verabschiedung des Wilderness Acts 1964, wagten die Vereinigten Staaten einen ersten Versuch Wildnis zu definieren. Wildnis kann demnach als ein Gebiet bezeichnet werden, das frei von menschlichen Eingriffen ist. Menschen können dieser Erklärung nach als Besucher:innen anwesend sein, aber nicht langfristig verbleiben (Rudzitis & Johansen, 1991, S. 230). Das Gesetz ermöglichte den Schutz und die Verwaltung der ursprünglichsten und wildesten Gebiete Amerikas für die kommenden Generationen. In Europa war Wildnis zu Beginn nur mit außergewöhnlichen Orten wie dem Amazonas verknüpft. Erst nach und nach entwickelte sich die Einsicht, dass auch in Europa Wildnis existiert und geschützt werden muss (European Wilderness Society, 2019, S. 4). Der Wilderness Act diente als Grundlage für die Bewusstseinschaffung sowie für die Wertschätzung von Wildnis und kann als Auslöser der Wildnis-Bewegung betrachtet werden (Schumacher et al., 2018, S. 45).

Seit dem 20. Jahrhundert wurde das Verständnis für die Schutzbedürftigkeit der Wildnis und deren Wert immer höher. Dies lässt sich auch in der Entwicklung zahlreicher Initiativen (z. B. European Wilderness Society, IUCN) zum Schutz der Wildnis erkennen. Grund hierfür ist u. a. die steigende Ausdehnung und Intensivierung der Landschaft, wodurch natürliche Habitats und Lebensräume immer seltener werden (Schumacher et al., 2018, S. 46).

Gemeinsame Merkmale von internationalen Definitionen sind folgende: „ursprüngliche oder nur leicht veränderte Gebiete, [...] ursprüngliche Lebensräume und Arten, keine störende menschliche Aktivität oder wirtschaftliche Nutzung [und] keine permanenten Störungen“ (Moos, Conradin & Kern, 2022, S. 24). Wildnis umfasst somit Gebiete, die primär durch Naturkräfte geprägt wurden. Dieser ursprüngliche Charakter soll bewahrt und geschützt werden, sodass die natürlichen Bedingungen erhalten bleiben. Neben Ausnahmen für spezielle Maßnahmen sind beispielsweise keine Straßen, Kraftfahrzeuge, Bauten oder Anlagen in Wildnisgebieten erlaubt (Rudzitis & Johansen, 1991, S. 230). Menschen sind in der Wildnis nicht komplett ausgeschlossen, führen aber zu keinen signifikant hohen Störungen der natürlichen Lebensräume (Watson et al., 2016, S. 2929). Dadurch kann die „Regeneration, Leistungsfähigkeit und Freiheit der Natur“ (Altmoos, 2023, S. 29) gewährleistet werden.

Die Eigenschaften, die als vier Hauptmerkmale der Wildnis genannt werden, umfassen Natürlichkeit, Ungestörtheit, Unerschlossenheit und Größe (Bastmeijer, 2016, S. 29; Europäische Kommission, 2013, S. 12). Letztere stellt eine übergeordnete und variable Komponente dar, die eine zentrale Rolle im Konzept der Wildnis spielt (Europäische Kommission, 2013, S. 12). Diese vier Aspekte fallen auch in den Anwendungsbereich der IUCN-Kategorie Ib „Wildnisgebiet“ (Bastmeijer, 2016, S. 28). Demnach gilt „als Wildnis [...] ein ausgedehntes,

ursprüngliches oder leicht verändertes Gebiet, das seinen ursprünglichen Charakter bewahrt hat, eine weitgehend ungestörte Lebensraumdynamik und biologische Vielfalt aufweist, in dem keine ständigen Siedlungen sowie sonstige Infrastrukturen mit gravierendem Einfluss existieren und dessen Schutz und Management dazu dienen, seinen ursprünglichen Charakter zu erhalten“ (SWDL, o. A.c).

Die European Wilderness Society ist eine paneuropäische Wildnis- und Umweltverteidigungsorganisation. Ihr Ziel ist die Identifizierung, Ausweisung, Verwaltung, Weiterentwicklung und Förderung europäischer Wildnis und Wildnisgebiete sowie deren langfristige Sicherung und Entwicklung (Kun et al., 2015, S. 13). Das Team besteht aus internationalen Expert:innen aus unterschiedlichen Bereichen wie den Naturwissenschaften, dem Tourismus, dem Marketing oder der Umweltplanung (Kun et al., 2015, S. 30). Gemeinsam mit anderen Wildnisorganisationen wurde das „European Wilderness Quality Standard and Audit System“ entwickelt. Dadurch konnte ein gemeinsamer Wildnis-Zertifizierungsstandard auf europäischer Ebene für bestehende und potentielle Wildnis und Wildnisgebiete geschaffen werden (Kun et al., 2015, S. 13). Das System dient als lebensraumunabhängige, lösungsorientierte, europaweite Grundlage zur Identifizierung und Prüfung von Wildnisgebieten (European Wilderness Society, 2019, S. 6). Zudem ist es ein anwendbarer Standard für den Schutz, die Ausweisung und Renaturierung von Wildnis sowie für die Kommunikation von Wildnisthemen innerhalb der EU (Kun et al., 2015, S. 18). Nach diesem System ist es möglich, Wildnis in drei Zonen einzuteilen. In der Wildnis-Kernzone herrschen keinerlei menschliche Einwirkungen, sondern ausschließlich natürliche und dynamische Prozesse. In der Renaturierungszone findet eine Wiederherstellung und Erweiterung von Wildnis statt. Die Wildnis-Übergangszone dient als Pufferbereich zwischen der Wildnis und den umliegenden Gebieten (European Wilderness Society, 2019, S. 13).

Basierend auf den Arbeiten von Robert Leslie entwickelte die Organisation zudem ein Wildnis-Kontinuum (siehe Abbildung 1), das die Einstufung von Gebieten in verschiedene Wildnisqualitäten ermöglicht. Diese Einstufung basiert auf dem Entwicklungsstatus bezüglich Wildnis und Natürlichkeit sowie dem Ausmaß der menschlichen Einflüsse (Kun et al., 2015, S. 17). Das Kontinuum unterteilt die Wildnisgebiete in die Kategorien Bronze, Silber, Gold und Platin, um verschiedene Stufen der Wildnis zu kennzeichnen (Kun et al., 2015, S. 18). Gemäß diesem Modell besteht die Möglichkeit, dass Gebiete durch einen langfristigen Wiederherstellungsprozess zu Wildnisgebieten zurück entwickelt werden können (European Wilderness Society, 2019, S. 6).

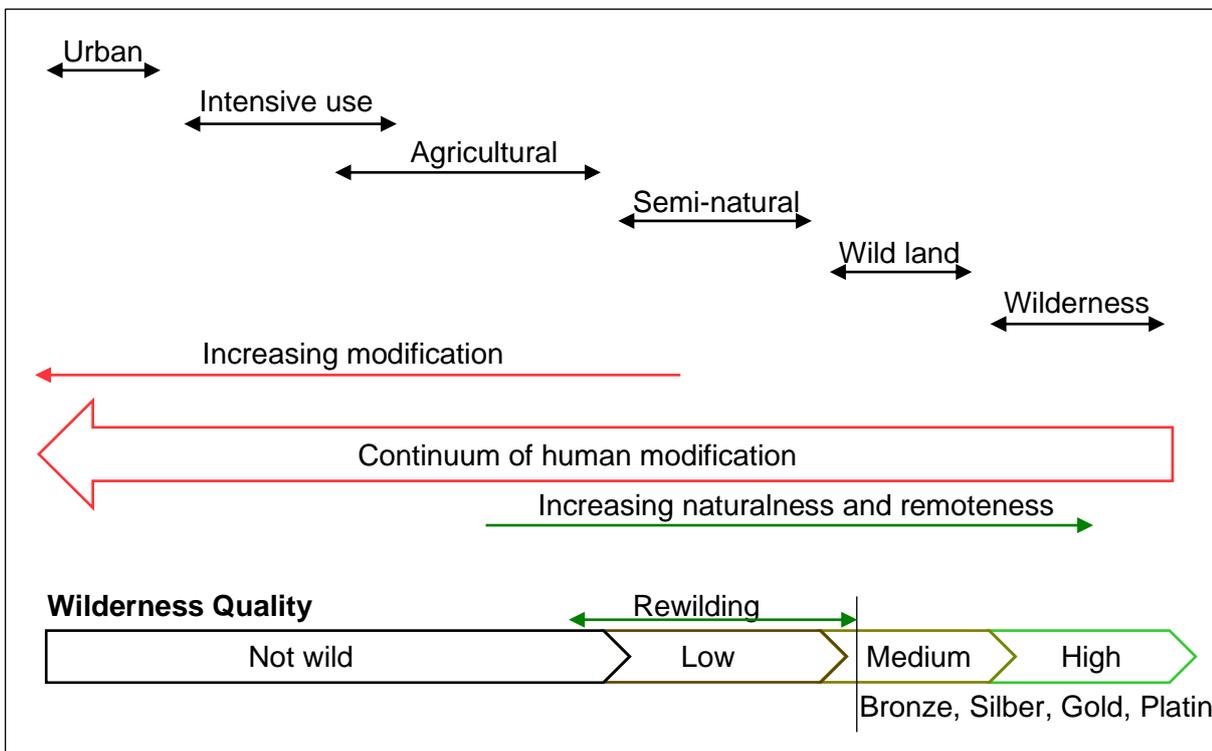


Abbildung 1: Wildnis-Kontinuum (nach European Wilderness Society, 2019, S. 7)

2.2.1.1. Wildnis aus der naturwissenschaftlichen Perspektive

Wildnis wird nicht als „exakter naturwissenschaftlicher Begriff“ betrachtet, sondern wird eher als Konzept angesehen (Moos, Conradin & Kern, 2022, 21f.). In der Wissenschaft sind daher unzählige, leicht voneinander abweichende Definitionen vorhanden. Diese unterscheiden sich vor allem im Grad der Abgeschlossenheit und der Natürlichkeit (Watson & Venter, 2021, S. 1169).

Laut Kun et al. (2015, S. 16) ist Wildnis ein „ergebnisoffener, zeitlich unbegrenzter, dynamischer Prozess mit dem einzigen Zweck, dass sich das Gebiet nach seinen eigenen Regeln entwickeln soll“. Ähnlich ist die Definition nach Watson et al. (2016, S. 2929), die Wildnis als „biologically and ecologically largely intact landscapes that are mostly free of human disturbance“ beschreiben. Die natürlichen Prozesse, die ein Wildnisgebiet prägen, werden auch von der Europäischen Kommission (2013) in den Vordergrund gestellt: „Der Begriff Wildnis bezeichnet ein Gebiet, das natürlichen Prozessen unterliegt. Es besteht aus ursprünglichen Lebensräumen und heimischen Arten und ist so groß, dass natürliche Prozesse ökologisch wirkungsvoll ablaufen können. Es ist vom Menschen unverändert oder nur geringfügig verändert, unterliegt keinerlei menschlichen Eingriffen oder extraktiver Nutzung und beinhaltet keine Siedlungen, Zivilisationseinrichtungen oder visuellen Störungen“ (Europäische Kommission, 2013, S. 12). Einigkeit herrscht über die Abwesenheit von großflächigen Eingriffen (z. B. Straßen, Siedlungen, industrieller Holzeinschlag), welche durch die Menschen verursacht werden (Watson & Venter, 2021, 1169). Zusätzlich ist zu erkennen, dass das Ablaufen natürlicher und

ungestörter Prozesse ein zentrales Element der Wildnis darstellt (vgl. Europäische Kommission, 2013, S. 12; Kun et al., 2015, S. 16; Watson et al., 2016, S. 2929).

Higham et al. (2000, S. 82) zeigen drei unterschiedliche Wege zur Definition von Wildnis auf. Die erste Möglichkeit ist die physische Betrachtung. Demnach ist Wildnis gekennzeichnet von unberührter Natur, frei von jeglichen menschlichen Einwirkungen. Nach dieser Definition liegt streng genommen keine Wildnis mehr auf dem Planeten Erde vor. Wildnisgebiete enthalten auf der einen Seite die letzten intakten Ökosysteme des Planeten, sind aber auf der anderen Seite nicht immer menschlich unberührt. Wird das Zeitalter des Anthropozäns mit beachtet, lässt sich erkennen, dass alle Gebiete durch den Menschen direkt oder indirekt (z. B. Klimawandel, Luftverunreinigungen) beeinflusst sind. Hierbei unterscheidet sich lediglich der Grad des Einflusses (Watson & Venter, 2021, S. 1169). In jeglicher Hinsicht vom Menschen unbeeinflusste Gebiete lassen sich somit auf der Erde nicht mehr finden (Bastmeijer, 2016, S. 30; BMUM & BfN, 2014, S. 23). Die zweite Betrachtung bezieht sich auf die juristische Dimension und erfasst Gebiete der Erde, die hauptsächlich von den Kräften der Natur gelenkt werden. Hierbei handelt es sich um Regionen von unveränderter Natürlichkeit, die aufgrund ihrer ausgedehnten und entlegenen Ausdehnung eine ausreichende Schutzfähigkeit aufweisen. Der letzte aufgezeigte Weg ist die wahrnehmungsbezogene Sicht. Das heißt, dass Wildnis ein persönliches Konstrukt darstellt, welches als individuelles Bild beschrieben werden kann (Higham, Kearsley & Kliskey, 2000, S. 82). Auf diese Herangehensweise wird im folgenden Kapitel näher eingegangen.

Für die Zertifizierung als Wildnisgebiet nach dem European Wilderness Quality Standard and Audit System, werden ca. 200 Indikatoren in den jeweiligen Gebieten untersucht. Diese sind insgesamt neun Leitsätzen zugeordnet (Kun et al., 2015, S. 30). Neben zahlreichen anderen, werden in diesem Zusammenhang auch die naturwissenschaftlichen Aspekte der Gebiete untersucht. Unter dem Leitsatz „Natürliche Prozesse und Biodiversität“ fallen u. a. folgende Kriterien: Die Kernzonen potentieller Wildnisgebiete müssen ergebnisoffen sein, eine zeitliche Unbegrenztheit aufweisen und dynamischen und selbstbestimmten Prozessen unterliegen. Zudem sollte die Kernzone ungestörte Ökosysteme beinhalten (Kun et al., 2015, S. 25). Je nach Zertifizierungsgrad, ist eine Größe zwischen 1.000 ha und 10.000 ha der Wildnisgebiete erforderlich (Kun et al., 2015, S. 24). Weitere bedeutende Kriterien sind der Schutz von international gefährdeten Arten (Kun et al., 2015, S. 30) oder das Betreiben sowie die Unterstützung wissenschaftlicher Forschung und Monitoring der Wildnis (Kun et al., 2015, S. 29). Zudem sollten die Gebiete weitgehend frei von menschlichen Störungen und Eingriffen sein (z. B. Rohstoffabbau, Forstwirtschaft, Beweidung) (Kun et al., 2015, S. 26).

2.2.1.2. *Wildnis aus der sozialwissenschaftlichen Perspektive*

Aus der sozialwissenschaftlichen Sicht ist Wildnis ein gesellschaftlich und kulturell geprägter Begriff (Zoderer & Tasser, 2021, 111392). Dabei kann Wildnis als „typische menschliche

Denkfigur“ (BMUM & BfN, 2014, S. 22) oder als „kulturell [geprägter] Assoziations- und Deutungsraum“ (Langenhorst, 2016, S. 18) bezeichnet werden. Diese sind geprägt von unterschiedlichen Phantasien, Sehnsüchten, Wünschen und Ängsten (Langenhorst, 2016, S. 18). Insgesamt existieren viele unterschiedliche Interpretationen und Verständnisse von Wildnis, welche je nach geografischer Lage, regionaler Kultur und individueller Wahrnehmung variieren (Kun et al., 2015, S. 15). Des Weiteren sind die Vorstellungen der sozial-kulturellen Umwelt, in welcher die Menschen leben, von den individuellen Erfahrungen und Erkenntnissen, Gefühlen, Werten sowie persönlichen Hintergründen abhängig. Dabei herrscht keine Übereinstimmung bzgl. der physikalischen Realität. Wildnis besteht in unterschiedlichen Orten für unterschiedliche Menschen (Higham, Kearsley & Kliskey, 2000, S. 82; Zoderer & Tasser, 2021, 111392). Unabhängig davon hat der Begriff Wildnis durch die vielen individuellen Assoziationen eine starke emotionale Wirkung auf die Menschen (Altmoos, 2023, S. 25).

Als ausschlaggebender Punkt, dass Gebiete von Menschen als Wildnis wahrgenommen werden, wird oft die Größe genannt. Dabei ist Wildnis stark mit Abgeschlossenheit verknüpft, was jedoch keinen ausschlaggebenden Punkt darstellt (Europäische Kommission, 2013, S. 13). Cole (2004) definiert Wildnis beispielsweise „as an area that ‘has outstanding opportunities for solitude or a primitive and unconfined type of recreation’“ (Cole, 2004, S. 25). Die anthropogenen Eigenschaften, mit welchen Wildnis überwiegend assoziiert wird, sind Einsamkeit, Erleben von Spiritualität sowie besondere Eigenschaften natürlichen und kulturellen Erbes (Europäische Kommission, 2013, S. 16). Dabei steht der Begriff auch in Verbindung mit Erdung, Entschleunigung oder Stille und wird als „symbolische repräsentative Landschaft“ sowie „individueller und gesellschaftlicher Möglichkeitsraum“ betrachtet (Langenhorst, 2016, S. 19).

In Deutschland werden mit dem Begriff Wildnis überwiegend positive Assoziationen verbunden (BMUM & BfN, 2014, S. 8). Die Einstellung der Menschen gegenüber Wildnis wird nach Zoderer und Tasser (2021) durch folgende drei Faktoren geprägt: allgemeine Vorstellungen von Wildnis, wahrgenommene Ausweitung von Wildnisgebieten und erwartete Konsequenzen von Wildniserweiterungen. Dabei herrschen die größten Unterschiede zwischen verschiedenen Alters- und Nutzergruppen sowie Gruppen mit unterschiedlichem Interessensgrad an Wildtierbeobachtungen (Zoderer & Tasser, 2021, S. 111392). Das Alter spielt dabei die größte Rolle. Jüngere Menschen bevorzugen mehr Wildnis als ältere und verbinden mehr Vorteile mit einer Ausdehnung von Wildnisgebieten. Dadurch herrscht auch bei der jüngeren Generation eine höhere Wertschätzung der wachsenden Angebote im Wildnistourismus. Jüngere Menschen nehmen Wildnis tendenziell als abgeschiedene und große Gebiete wahr, wobei sie sich selbst als Teil davon sehen. Ältere Menschen betrachten Wildnis zum Großteil als Gebiete ohne menschliche Einflüsse. Sie stehen einer Wildniszunahme überwiegend ablehnend gegenüber, da mehr Risiken durch die Ausweitung wahrgenommen werden (Zoderer & Tasser, 2021, 111392).

Die Naturbewusstseinsstudie aus dem Jahr 2013, welche vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUB) und dem Bundesamt für Naturschutz (BfN) durchgeführt wurde, teilt die deutsche Bevölkerung in Naturschutzorientierte, unbesorgte Naturverbundene, Nutzenorientierte, Desinteressierte und Naturferne ein (BfN, 2015, S. 40). Jede einzelne Gruppe verknüpft dabei unterschiedliche Assoziationen mit dem Begriff Wildnis. Die Naturschutzorientierten verbinden mit Wildnis unberührte Natur, Nationalparks oder Naturschutzgebiete und sind sich den potentiellen Gefahren in Wildnisgebieten bewusst. Die unbesorgten Naturverbundenen verbinden mit dem Begriff u. a. eine ungezähmte, unbearbeitete Natur, Lebensräume für Tiere und Pflanzen und Gesundheit. Für die Gruppe der Nutzenorientierten ist Wildnis der Bayerische Wald, Gebirge und Romantik und auch für die Desinteressierten steht v.a. das Gebirge sowie Dickicht in Verbindung mit Wildnis. Insbesondere Menschen, die weniger mit der Natur vertraut sind, stellen Verbindungen zu Freizeit und Abenteuer, Safari, ferne/exotische Länder sowie zu Gefahr, Ureinwohner und Jagd her. Auch hier tragen vor allem die eigenen Erfahrungen und Erlebnisse stark zu den jeweiligen Assoziationen bei (BfN, 2015, 38f.).

2.2.1.3. Wert der Wildnis

Die Funktionen von Wildnis sind vielfältig und dienen unterschiedlichen Fachbereichen wie der Ökologie, der Wirtschaft, der Kultur sowie dem sozialen Bereich (Moos, Conradin & Kern, 2022, S. 15).

In diesem Kapitel werden zunächst die Leistungen für Natur und Umwelt genauer betrachtet. Wildnisgebiete fungieren als wichtige Rückzugsgebiete und Lebensräume für gefährdete und vom Aussterben bedrohte Tier- und Pflanzenarten. Es sind die einzigen Gebiete, in welchen noch natürliche Prozesse in vollem Ausmaß stattfinden und eine Artenvielfalt in natürlichem Ausmaß existieren kann (Watson & Venter, 2021, S. 1170). Etwa ein Drittel der Lebensräume aller terrestrischen Säugetiere überschneidet sich mit den weltweit bedeutenden letzten Wildnisgebieten (Watson et al., 2016, S. 2931). Aufgrund der nicht mehr stattfindenden jagdlichen Aktivitäten stellen die Gebiete zudem konfliktfreie Zonen für Wildtiere dar (Moos, Conradin & Kern, 2022, S. 15–19). Nur mit Hilfe eines erfolgreichen Schutzes dieser Gebiete kann die genetische Vielfalt erhalten bleiben (Europäische Kommission, 2013, S. 47).

Durch die hohe biologische Vielfalt und der Diversität an Reaktionsnormen, ist zudem eine gute Anpassung der Gebiete an abiotische und biotische Veränderungen möglich. Als Folge davon können Wildnis und Wildnisgebiete als ökologisch resilient bezeichnet werden (Europäische Kommission, 2013, S. 37). Es ist möglich, dass sich eine freie Naturdynamik (z. B. mit Windwürfen oder Überschwemmungen) einstellt. Wildnisgebiete können somit als ungestörte Evolutionsräume betrachtet werden, in welchen eine freie Entwicklung stattfinden kann (Moos,

Conradin & Kern, 2022, S. 15–19). Zudem findet eine Speicherung evolutionären Genpotentials statt (Kun et al., 2015, S. 13).

Wildnis und Wildnisgebiete haben des Weiteren eine hohe Bedeutung für Ökosystemdienstleistungen auf die der Mensch angewiesen ist (Watson & Venter, 2021, S. 1171). Diese umfassen sowohl für die Gesellschaft als auch für die Wirtschaft indirekte und direkte Nutzen (Europäische Kommission, 2013, S. 44). Ökosystemdienstleistungen können folgendermaßen unterteilt werden und umfassen in Wildnisgebieten nachstehende Beispiele:

- Basisleistungen (z. B. Wasserkreis- und Nährstoffkreislauf, Photosynthese)
- Versorgungsleistungen (z. B. Frischwasser, saubere Luft)
- Regulierungsleistungen (z. B. lokale Klima- und Luftqualitätsregulierung)
- Kulturelle Leistungen (z. B. Erholung)

(Grunewald & Bastian, 2013, S. 49; Naturkapital Deutschland - TEEB DE, 2012, S. 40)

Die zahlreichen Ökosystemleistungen und die strukturelle sowie funktionale Diversität führen zu einer höheren Resilienz. Insgesamt können durch die Wildnisgebiete langfristige und bessere Ökosystemdienstleistungen für die Gesellschaft gewährleistet werden (Europäische Kommission, 2013, S. 45).

Gerade im Zeitalter des Anthropozäns dienen Wildnisgebiete als wichtige Untersuchungsflächen für ökologische und evolutionäre Auswirkungen im Klimawandel (Watson et al., 2016, S. 2931). Mit Hilfe des Schutzes der Wildnis kann die Freisetzung von Emissionen vermieden werden. Intakte Waldökosysteme speichern mehr Kohlenstoff als degradierte Wälder, sind widerstandsfähiger und weniger anfällig gegenüber Wettereinflüssen oder äußeren Störungen. Durch die Stabilisierung der CO₂-Konzentration leisten die Gebiete einen wichtigen Beitrag zur Erreichung der globalen Klimaschutzziele (Watson et al., 2016, S. 2931). Diese weitläufigen Gebiete, die in verschiedenen Umweltgradienten liegen, spielen eine maßgebliche Rolle bei der Anpassung der Arten an den Klimawandel und bei ihren Wanderungsbewegungen (Europäische Kommission, 2013, S. 45; Watson & Venter, 2021, S. 1170).

Neben den ökologischen Werten haben Wildnisgebiete auch hohe kulturelle, soziale und ökonomische Werte und bieten vielfältige kulturelle sowie soziale Leistungen (Europäische Kommission, 2013, S. 47). Wildnisgebiete dienen den Menschen aufgrund ihres hohen Landschafts- und Erholungswerts als wichtige Räume für Naturerfahrungen, Erholung und Freizeit (Europäische Kommission, 2013, S. 37). Dabei nehmen Themen wie Achtsamkeit, Natürlichkeit und Auszeit wichtige Rollen ein. Die Sehnsucht nach einfachem Leben sowie der Kontrast zu menschlich geprägten Räumen spiegeln sich im wachsenden Interesse am Wildnistourismus wider. Dieser ermöglicht hautnahe Erlebnisse der unberührten Schönheit und Artenvielfalt in den Gebieten (Moos, Conradin & Kern, 2022, S. 20).

Einhergehend spielen Wildnisgebiete für die Regionalentwicklung und den Tourismus eine entscheidende Rolle. Es besteht eine steigende Nachfrage nach naturnahen

Tourismusformen und -produkten sowie dem Erleben von wilden Landschaften (Moos, Conradin & Kern, 2022, S. 20). Die unberührten Gebiete sowie das Vorhandensein von „wildem Tier“ wie Bären oder Luchsen haben eine starke Anziehungskraft auf Besucher:innen (Europäische Kommission, 2013, S. 48). Die Wildnisgebiete eröffnen Möglichkeiten für den Tourismus in den umliegenden Regionen und fördern die regionale Wertschöpfung (Moos, Conradin & Kern, 2022, S. 20). Zudem können neue Beschäftigungsmöglichkeiten für die lokale Bevölkerung geschaffen werden (Europäische Kommission, 2013, S. 37). Die Argumentation, dass Wildnisgebiete ökonomisch gesehen tote oder verlorene Gebiete wären und die Ökonomie durch diese gebremst werden würde, kann laut Dossey (2016) nicht belegt werden. In Wildnisgebieten kann demnach durchaus eine hohe ökonomische Aktivität bestehen, die vor allem die ländlichen Regionen um die Wildnisgebiete herum durch neue Einnahmequellen und Arbeitsplätzen profitieren lässt (Dossey, 2016, S. 220). Aufgrund der Fragilität der Wildnisgebiete sind jedoch nicht alle Bereiche für den Tourismus geeignet (Europäische Kommission, 2013, S. 48). Es sollte beachtet werden, dass eine Gefahr der Übernutzung und Zerstörung durch den Tourismus bestehen kann (Moos, Conradin & Kern, 2022, S. 20).

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Relevanz der Wildnis für die Bildung und Forschung. Wildnisgebiete spielen eine entscheidende Rolle in der Forschung, beispielsweise als essentielle Referenzflächen für die Untersuchung des Klimawandels (Moos, Conradin & Kern, 2022, S. 20). Sie bilden zudem die Grundlage für ein umfassendes Verständnis der natürlichen Ökologie bestimmter Arten (Watson & Venter, 2021, S. 1170). Parallel dazu erfüllen Wildnisgebiete eine bedeutende Funktion in der Umweltbildung und tragen zur Sensibilisierung der Öffentlichkeit bei, indem direkte Erfahrungen und Begegnungen mit unberührter Natur ermöglicht werden. Umweltbewusstsein kann geschaffen und unterschiedliche Bildungsmöglichkeiten geboten werden. Diese fördern die Entwicklung eines tieferen Verständnisses und einer größeren Wertschätzung der Menschen für die Natur. Langfristig kann dadurch ein höheres Engagement im Wildnisschutz erreicht werden (Europäische Kommission, 2013, S. 48).

Wildnisgebiete fördern spirituelle Erlebnisse, persönliches Wachstum sowie Charakterbildung und werden zu Therapiezwecken genutzt (Schuster, Tarrant & Watson, 2004, S. 357). Dazu regen sie zum kulturellen und künstlerischen Austausch an (Europäische Kommission, 2013, S. 37). Durch die verbrachte Zeit in der Wildnis und das Spüren von Stille und Abgeschiedenheit können positive und bedeutende Veränderungen sowie Verbesserungen des eigenen Selbst eintreten und sich entfalten (Schuster, Tarrant & Watson, 2004, 357f.). Das persönliche Wohlbefinden kann gesteigert und Selbsterkenntnisse können gefördert werden (Schuster, Tarrant & Watson, 2004, S. 358). Das Erleben von Einsamkeit und Bescheidenheit in der Wildnis führt zu einem tieferen Verständnis menschlicher Einflüsse und einer Demut gegenüber der Natur. Die verbrachte Zeit in Wildnisgebieten regt zum Nachdenken über den Umgang mit der natürlichen Umwelt an und fördert das Bestreben, diese Gebiete zum Wohle kommender Generationen zu schützen (Moos, Conradin & Kern, 2022, S. 21).

Den Schutzauftrag legt auch die IUCN in ihren Richtlinien fest. Dabei sollen Wildnis und Wildnisgebiete so geschützt werden, dass heutige und zukünftige Generationen die Gebiete erleben können. Dieses Ziel verdeutlicht den besonderen sozialen Wert der Wildnis (Bastmeijer, 2016, S. 28).

Insgesamt unterstützen Wildnisgebiete die natürliche Evolution und ökologischen Prozesse, welche zu einem lebenswerten Planeten beitragen (Watson & Venter, 2021, S. 1171). Sie sind relevant für einen gesunden Zustand der Umwelt sowie für das menschliche Wohlergehen und Wohlbefinden (Watson & Venter, 2021, S. 1172).

2.2.2. Wildniserleben

2.2.2.1. Definition des Begriffs Wildniserleben

Das Wildniserleben ist zu anderen Naturerlebnissen klar zu unterscheiden. Wildniserfahrungen entstehen in der Wildnis und sind mit den damit verbundenen Vorstellungen verknüpft. Diese stellen andere Erfahrungen dar als solche, die von agrar-geprägten Kulturlandschaften oder städtischen Räumen geboten werden (Langenhorst, 2016, S. 26). Wildniserlebnisse sind einzigartig aufgrund der unmittelbaren Gedanken, Emotionen und Gefühlen, die in der Wildnis entstehen. Durch die Begegnungen, die in diesem unberührten Umfeld stattfinden, können anhaltende Veränderungen der persönlichen Einstellungen zur (Selbst-)Wahrnehmung eintreten (Cole & Williams, 2012, S. 3). Nach Roggenbuck, Williams und Watson (1993, S. 191) ist Wildniserleben „a multi dimensional experience [...] [which] is shaped by a diversity of wilderness attributes.“ Das Wildniserleben ist dabei stark geprägt von Subjektivität wie z. B. durch persönliche Wünsche, Erwartungen, Erfahrungen oder Vorstellungen. Gekennzeichnet durch diese Vielfalt existiert nicht das *eine* Wildniserleben, sondern eine Diversität an unterschiedlichen Wildniserlebnissen (Johnson & Cole, 2005, S. 5).

Da Wildniserlebnisse diese verschiedenen Aspekte der Natur und des Wildlebens umfassen, können sie als übergeordnetes Konzept betrachtet werden. Dieses umfasst Natürlichkeit, Ursprünglichkeit, Abgeschiedenheit, Einsamkeit sowie Freiheit und wird von den Gefühlen und Gedanken der Wildnis-Besucher:innen beeinflusst (Johnson & Cole, 2005, S. 4). Wildniserlebnisse umfassen mehr als in der Wildnis stattfindende Erholung (Johnson & Cole, 2005, S. 2). Sie können als diskrete Ereignisse mit gewünschten oder erwarteten psychologischen Ergebnissen, Erlebnissen und als langfristige Phänomene betrachtet werden (Cole & Williams, 2012, S. 4).

„In describing the wilderness experience itself, people often made reference to being outdoors or away, to the challenges of roughing it, and especially to aesthetic qualities of the environment“ (Johnson & Cole, 2005, S. 45). Vor allem Einsamkeit, Ursprünglichkeit und Uneingeschränktheit sind die idealen Wunschvorstellungen und bilden die Motivatoren für das Wildniserlebnis. Je nach Person sind diese unterschiedlich stark ausgeprägt (Cole & Williams,

2012, S. 8). Einsamkeit umfasst dabei das Alleinsein und den Ausschluss, dass Beobachtungen von und durch andere Personen möglich sind (Cole & Williams, 2012, S. 7). In der Literatur liegt der Schwerpunkt oft nur auf dem Aspekt der Einsamkeit und wird als Schlüsselpunkt für Wildnis betrachtet (Johnson & Cole, 2005, S. 2). Einsamkeit trägt stark zum Wildniserleben bei, ist jedoch hierfür nicht zwingend erforderlich (Cole & Hall, 2008, S. 14). Unter ursprünglichen Erfahrungen wird die Fähigkeit verstanden, sich mit der unbearbeiteten und unbeeinflussten Natur zu verbinden. Dabei ist es wichtig, dass keine modernen Einrichtungen oder Infrastrukturen in dem Gebiet vorhanden sind. Die Uneingeschränktheit bedeutet für die Besucher:innen das alleinige Entscheiden über das eigene Verhalten. Dies umfasst nach Cole und Williams (2012) auch die Freiheit sich unbeschränkt im Gebiet aufzuhalten und sich dabei an keine Regelungen oder Regulierungen halten zu müssen (Cole & Williams, 2012, S. 7).

2.2.2.2. *Erwartungen der Besucher:innen an Wildniserlebnisse*

Insgesamt ist es aufgrund der starken Subjektivität des Wildniserlebens schwierig, allgemeine Aussagen zu den Erwartungen an Wildniserlebnisse und deren Qualität zu formulieren (Cole, 2004, S. 27; Roggenbuck, Williams & Watson, 1993, S. 195). Diese stellen eine fortlaufende Veränderung im Laufe der Zeit und in der Zukunft dar (Cole & Williams, 2012, S. 4).

Trotz gleicher Einstellungen oder Vorstellungen gegenüber Wildnis, können Gäste unterschiedliche Erlebnisse haben. Die Gründe hierfür sind unterschiedliche Charaktere, Normen und bisherige individuelle Erfahrungen und Erlebnisse (Cole, 2004, 25f.). Am dominantesten sind dabei die natürlichen und die sozialen Einflüsse, welche für das individuelle Wildniserleben sorgen (Johnson & Cole, 2005, S. 45). Wichtig ist in diesem Zusammenhang auch, dass die Vorstellungen und Erwartungen an das Wildniserlebnis stark durch Medien, Fernsehen, Disney und Marketing beeinflusst sein können (Roggenbuck, 2004, S. 22). Unter anderem deshalb herrschen oft falsche und/oder romantisierte Vorstellungen von Wildnis in der Gesellschaft (Roggenbuck, 2004, S. 23).

Es existieren vielfältige und breite Erwartungen an das Wildniserleben (Johnson & Cole, 2005, S. 3). Nach Langenhorst (2016) ist das Wildniserleben für Besucher:innen die „Suche nach Balance und Ausgleich zwischen Kultur und Natur“ (Langenhorst, 2016, S. 23), welches einen Gegensatz zum geregelten Alltag darstellt und die Gefühle der Freiheit, Erhabenheit, Ängstlichkeit sowie Geborgenheit umfasst (Langenhorst, 2016, S. 18). Insbesondere junge Menschen assoziieren mit Wildnis das Gefühl der Verbundenheit mit der Natur sowie das Bedürfnis nach Einsamkeit, die in den Wildnisgebieten erlebt werden möchte (Zoderer & Tasser, 2021, 111392). Wildniserlebnisse hängen zusammen mit der Wertschätzung der Natur. Es werden Reisemöglichkeiten und ein Leben auf einfache Art und Weise in ungestörten Gebieten gewünscht (Johnson & Cole, 2005, S. 5) Zudem spielt auch das Gefühl der Herausforderung eine bedeutende Rolle in Wildnisgebieten (Cole & Hall, 2008, S. 12). Laut Cole und Hall (2008, S. 12) sind die wichtigsten erwarteten Erfahrungen in der Wildnis das Spüren von Nähe

zur Natur sowie das Gefühl von Freiheit und Abgeschiedenheit von Menschenmengen sowie der modernen Welt. Zudem wird dem Thema „Unbegrenztheit“ in Zusammenhang mit Wildniserlebnissen eine hohe Bedeutung zugemessen. Die Gäste erwarten uneingeschränkte, unlimitierte und ursprüngliche Erfahrungen und die Freiheit zu entscheiden, in welcher Form gereist wird (McCool, 2004, S. 16). Auch die Ästhetik, spirituelle Erfahrungen und Entwicklungen sowie die ethische Verantwortlichkeit gegenüber der Natur spielen eine wesentliche Rolle (Johnson & Cole, 2005, S. 5). Die Besuchenden möchten persönliche spirituelle Werte entwickeln und Selbstfindung erlangen (Cole & Hall, 2008, S. 12). Des Weiteren wird ein Empfinden der von der Natur ausgehenden Schönheit und Kraft gewünscht (Dossey, 2016, S. 219). Das Streben nach dem Empfinden der magischen Wechselwirkung bestimmter Orte mit dem seelischen und geistigen Gleichgewicht ist ein weiteres Ziel, das angestrebt wird (Dossey, 2016, S. 219).

Die Variationen der unterschiedlichen Auswirkungen von Wildnis auf die Menschen sind unzählig (Dossey, 2016, S. 220). Die Natürlichkeit von Gebieten ist insgesamt der bedeutendste Aspekt des Wildniserlebens. Darauf folgen die Ursprünglichkeit, Einsamkeit und Uneingeschränktheit. Die Abgelegenheit der Gebiete hat den geringsten Einfluss auf das Erleben von Wildnis (Roggenbuck, 2004, S. 22).

Grundsätzlich besteht ein wachsendes Interesse daran, dem alltäglichen Leben und den damit verbundenen Routinen sowie den begrenzten Strukturen der modernen Zivilisation zu entfliehen (McCool, 2004, S. 16). Die Besuchenden sehnen sich nach einer Pause von der industrialisierten und digitalisierten Welt und möchten den alltäglichen Verantwortlichkeiten und Pflichten sowie dem dortigen ausgesetzten Druck entkommen (McCool, 2004, S. 15).

2.2.2.3. *Beeinträchtigungen und Voraussetzungen von Wildniserleben*

Die Befriedigung der Besuchenden hängt neben der Intensität der Gebietsnutzung von weiteren Faktoren ab (Johnson & Cole, 2005, S. 3). Zu diesen beeinflussenden Aspekten gehören folgende:

- Abgeschiedenheit von Ortschaften und Städten
- Vorhandensein von Gebäuden bzw. Infrastruktur
- Natürlichkeit des Gebiets
- Vorhandene Tier- und Pflanzenwelt
- Naturgeräusche
- Intensität des motorisierten Verkehrs und vorhandener Straßen
- Wegebeschaffenheit bzw. deren Ausbau
- Zusammentreffen und Aufenthalt mit anderen Besuchenden
- Gebietsgröße
- Bewirtschaftung des Gebiets

➤ Sonstige menschliche Einwirkungen

(Johnson & Cole, 2005, 4f.)

Kommerzielle Entwicklungen, Gebäude und motorisierter Verkehr ist nicht mit Wildnis vereinbar (Higham, Kearsley & Kliskey, 2000, S. 93). Das Wildniserlebnis wird als beeinträchtigt empfunden, wenn für Besuchende erkennbar ist, dass sich andere Menschen zuvor an dem Ort aufgehalten haben. Dabei ist es wichtig zu beleuchten, dass sich die unterschiedlichen Gruppen und Besucher:innen oft gegenseitig stören, egal wie ähnlich die Ansichten und Einstellungen gegenüber Wildnis sind (McCool, 2004, S. 15). Konkret negativ beeinflussend sind beispielsweise vorhandene Müllmengen, die Anzahl durch den Menschen beschädigter Bäume, Lärm (von innerhalb und außerhalb der Wildnisgebiete), Vegetationsverlust und andere Gruppen, die im Sichtfeld und/oder Hörbereich um den eigenen Zeltplatz campen (Roggenbuck, Williams & Watson, 1993, S. 189). Nach Roggenbuck, Williams und Watson (1993, S. 189) gelten die Begegnungen auf den Wegen mit anderen Wandergruppen, die Sicht von Lichtern außerhalb der Wildnis sowie die verbrachte Zeit auf alten Straßen in der Wildnis als nur leicht beeinträchtigend. Insgesamt geht mit steigender Nutzung des Gebiets auch eine steigende Beeinträchtigung der Besuchenden und deren Wildniserleben einher (Cole & Hall, 2008, S. 34).

Besucher:innen von weniger frequentierten Wegen weisen einen stärkeren Wunsch nach der Erfahrung „abwesend von Menschenmassen zu sein“, „Einsamkeit erleben“ und „ein Gefühl der Abgeschiedenheit“ auf. Menschen, die weniger beliebte Wege aufsuchen, haben höhere Erwartungen an die Erlebnisse und Erfahrungen, als Besuchende auf stark frequentierten Wegen (Cole & Hall, 2008, S. 12). Am negativsten wirken sich andere Gruppen auf die Bereiche Ungestörtsein und Ablenkung aus (Cole & Hall, 2008, S. 33).

Voraussetzungen, um Wildniserlebnisse zu ermöglichen, sind u. a., dass nur wenige oder keine Basiseinrichtungen vorhanden sind (Roggenbuck, 2004, S. 23). Zudem sollten Infrastruktureinrichtungen (z. B. Bänke, Wegweiser, Stege) die Möglichkeit zur Verwilderung erhalten, um sich so in das Bild der Wildnis einzufügen (Langenhorst, 2016, 20f.). Um ursprüngliche Erfahrungen zu gewährleisten, ist ein unmittelbarer und tiefer Kontakt mit der Natur, ohne moderne Strukturen oder Einrichtungen essentiell (Roggenbuck, 2004, S. 22). Lange Aufenthalte, wenig und einfache Ausrüstung und keine oder wenig elektronische Hilfsmittel können dies fördern (Roggenbuck, 2004, S. 23).

Daneben unterstützen Natur-, Schotter- oder Graswege (Kil, Stein & Holland, 2014, S. 6) und unberührte Umgebungen die gewünschten Wildniserlebnisse (Kil, Stein & Holland, 2014, S. 8). Insgesamt sollte keine Zugänglichkeit für Fahrzeuge, Räder oder Fluggeräte gegeben und das Gebiet nur zu Fuß oder mit Pferden erkundbar sein. Statt breit ausgebauten Wegen und Forststraßen sollten schmale, natürliche oder naturnahe und unbearbeitete Pfade überwiegen, auf welchen maximal zwei Personen nebeneinander Platz haben (Altmoos, 2023, S. 177).

Nach Higham, Kearsley und Kliskey (2000) können Wildniserfahrungen auch in Pufferzonen oder in Gebieten erlebt werden, die etwas von den Kerngebieten der Wildnis entfernt liegen (Higham, Kearsley & Kliskey, 2000, S. 81). Neben den Puristen ist es demnach für die meisten Menschen möglich, Wildniswerte auch in teilweise erschlossenen Gebieten zu finden (Higham, Kearsley & Kliskey, 2000, S. 83).

2.2.3. *Wildnistourismus*

Nachdem für den Begriff „Wildnis“ keine eindeutige Definition vorliegt, ist auch für den Begriff „Wildnistourismus“ keine eindeutige oder allgemein anerkannte Begriffsbestimmung vorhanden. Im nachfolgenden Kapitel wird dennoch versucht, den Begriff für diese Arbeit zu bestimmen.

Wildnistourismus wird mit dem Besuch von unberührten und ursprünglichen Gebieten verbunden und in den meisten Ländern aus ökonomischen Gründen gefördert. „Wilderness tourism may be pursued by some due to the scarcity of the resource, to escape from city life, to interact with nature, and for conservation purposes“ (Stone & Stone, 2016, S. 1020). Dabei kann Wildnistourismus als ein sozial aufgebautes Konzept betrachtet werden, welches von Individuum zu Individuum, je nach Kultur und Zeitalter variiert. Personen, die dieser Art von Tourismus nachgehen, sind meist körperlich fit und unabhängig, sodass sie in der Lage sind, in schwierigem und anspruchsvollem Gelände zurecht zu kommen. Begrifflichkeiten wie Naturnaher Tourismus, Abenteuer, Erholung in entlegenen Gegenden sowie damit einhergehende Aktivitäten wie Naturwanderungen oder Abseilen werden u. a. mit Wildnistourismus in Verbindung gebracht (Stone & Stone, 2016, S. 1020).

Aufgrund der Verknüpfungen, welche Gäste und Tourist:innen mit Wildnistourismus haben, wird im folgenden Absatz auf ähnliche Arten von Tourismus eingegangen, um abschließend den Begriff „Wildnistourismus“ für diese Arbeit festlegen zu können. Zur besseren Übersichtlichkeit wurde versucht in Abbildung 2 die Zusammenhänge unterschiedlicher Tourismusformen darzustellen.

Alternativer Tourismus umfasst „jede Art von Tourismus, welche sich vom Massentourismus unterscheidet und normalerweise von einer geringeren Anzahl an Menschen betrieben wird als Massentourismus“ (Fischer, 2014, S. 35). Es stellt einen sehr breit gefassten Begriff dar und umfasst auch Tourismusarten, wie den Wildnistourismus, die die Besonderheiten des besuchten Ökosystems betonen. Die meisten Begrifflichkeiten, welche eine Form des Alternativen Tourismus darstellen, weisen keine eindeutige oder allgemeingültige Definition auf. Es existieren je nach Quelle verschiedene Interpretationen, wodurch Verwirrungen und Missverständnisse zu weiteren Tourismusarten vorhanden sind (Fischer, 2014, S. 36).

Naturtourismus ist „jede Form von Tourismus, die vor allem von der natürlichen Umwelt als Attraktion oder Umgebung abhängt. Diese Form des verantwortungsvollen Tourismus kann

jedoch grössere negative Auswirkungen auf Natur und Kultur haben“ (Danielli & Sonderegger, 2009, S. 19). Das Naturerlebnis steht hier im Vordergrund und wird in zwei Bereiche unterteilt. Im ersten Bereich beziehen sich die Erlebnisse auf die Infrastruktur, z. B. der Besuch von Wildtiergehegen und Informationszentren oder der Genuss von Naturprodukten. Der zweite Bereich hängt stark mit der Landschaft zusammen, z. B. Tier- und Naturbeobachtungen oder auch das aktive Erleben beim Wandern oder Radfahren (Rein, 2019, S. 24). Naturtourismus kann Wildnistourismus als Unterkategorie umfassen, jedoch steht dabei das Erleben von Wildnis im Vordergrund und nicht der Natur selbst. Zudem nehmen Abenteuer, Abgeschiedenheit, Stille und Einsamkeit eine stärkere Bedeutung beim Wildnistourismus ein als beim reinen Naturtourismus.

Die Vorstellung von Wildnis hängt neben dem Erleben der Natur auch mit dem Erleben von Abenteuern zusammen, wodurch Abenteuer-tourismus ebenso eine Form von Naturtourismus darstellt. Abenteuer-tourismus ist im Vergleich zum reinen Naturtourismus zusätzlich mit einem Risiko verbunden. Hier ist ein höheres Maß an körperlicher Anstrengung sowie die Notwendigkeit spezieller Fähigkeiten erforderlich (TIES, 2006, S. 4).

Im Gegensatz zum Naturtourismus, welcher sich nur auf die Natur bezieht und keine Schutz- oder Erhaltungsziele der Gebiete umfasst, bezieht naturnaher Tourismus auch die Schonung der Natur sowie die Förderung der lokalen Wirtschaft und Kultur mit ein (Danielli & Sonderegger, 2009, S. 21). Vor allem bei Tourismus in sensiblen Gebieten ist eine nachhaltige Entwicklung elementar. „Ökotourismus bzw. naturnaher Tourismus gilt in vielen wirtschaftlich unterentwickelten, aber ökologisch reich ausgestatteten Regionen, als ein Weg, die bedrohte Biodiversität zu erhalten“ (Danielli & Sonderegger, 2009, S. 85). Ziel dieser Tourismusform ist der Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung, die Verbesserung der Lebenssituation der lokalen Bevölkerung sowie der Schutz der Landschaft und der Biodiversität (Danielli & Sonderegger, 2009, S. 86).

Wildnistourismus kann als ein Instrument zur Förderung von Tourismus in wirtschaftlich schwachen Gebieten betrachtet werden (Ajagunna, Pinnock & Kerr, 2014, S. 229). Dieser bietet die Möglichkeit (Schutz-)Gebiete zu erhalten, lokale Gemeinschaften und deren sozioökonomische Entwicklung und Naturschutzziele zu fördern sowie Bewusstsein, Wertschätzung und sichere Arbeitsplätze für die lokale Bevölkerung zu schaffen (Ajagunna, Pinnock & Kerr, 2014, S. 240). Hier wird die Verbindung zum Ökotourismus bzw. naturnahen Tourismus deutlich und zeigt, dass Wildnistourismus eine Form des Ökotourismus sein kann.

Aufgrund des Schutzaspektes von Wildnistourismus wird zudem der Begriff „Naturschutz-tourismus“ (eng.: Conservation Tourism) näher betrachtet. Dieser ist ebenso ein Teilbereich des Ökotourismus. Naturschutz-tourismus umfasst den kommerziellen Tourismus, welcher einen ökologisch signifikanten positiven Beitrag zum Erhalt biologischer Vielfalt leistet. Die Tourismusform dient als Instrument zum Erhalt der Umwelt und der Natur. Diese Aspekte spielen auch im Kontext des Wildnistourismus eine wesentliche Rolle. Naturschutz-tourismus ist

besonders in Gebieten von Bedeutung, die eine unzureichende Finanzierung und nur geringe lokale Unterstützung erhalten (Fischer, 2014, S. 45).

Es wird von „verantwortungsvollem Tourismus“ gesprochen, wenn der Tourismus sowohl für die lokale Bevölkerung den Nutzen maximiert als auch negative soziale oder ökologische Auswirkungen minimiert. Dabei werden die Menschen vor Ort bei der Erhaltung von fragilen Kulturen, Lebensräumen und Arten unterstützt (TIES, 2006, S. 4).

Nachdem einige dem Wildnistourismus ähnliche und verwandte Tourismusformen näher betrachtet und definiert wurden, lassen sich für den Wildnistourismus folgende Rückschlüsse ziehen:

- Beim Wildnistourismus handelt es sich um Reisen oder Aktivitäten, die in abgelegenen und natürlichen Gebieten stattfinden
- Eine enge Interaktion mit der natürlichen Umwelt ist wichtig
- Die Besonderheiten von Ökosystemen und Natur- bzw. Wildniserlebnisse stehen im Vordergrund
- Gäste und Besucher:innen suchen Abenteuer und möchten die Wildnis bzw. unberührte Natur hautnah erleben
- Wildnistourismus kann eine Vielzahl an unterschiedlichen Aktivitäten, z. B. Wandern, Trekking, Camping, Kajakfahren, Wildtierbeobachtungen umfassen

Um negative Auswirkungen, wie langfristige Schäden und Zerstörungen der Wildnis durch Wildnistourismus bei unkontrollierter Nutzung zu vermeiden, müssen nachhaltige und verantwortungsvolle Wildnisangebote und -produkte entwickelt werden. Das Ziel der Tourismusform sollte der Schutz und der Erhalt der natürlichen Umwelt bei gleichzeitiger Bedürfnis- und Erwartungserfüllung der Wildnistourist:innen sein. Wildnistourismus sollte als eine Form von Ökotourismus stattfinden, wenn sowohl der Schutz des Gebiets als auch die Unterstützung der lokalen Bevölkerung und Wertschöpfung in der Region gewährleistet werden möchte. Der Wildnistourismus ist somit eine Möglichkeit, die Wildnis in einem Gebiet zu schützen und zu bewahren. Dabei stellt die Erhaltung der Flächen die Grundlage und oberste Priorität dar.

Wildnistourismus wird für die hier vorliegende Arbeit wie folgt definiert: „Wildnistourismus ist eine Art von Alternativem Tourismus und eine Subkategorie von Ökotourismus. Dabei steht das Erleben natürlicher, unberührter und oft abgelegener Natur- und Wildnisgebiete und deren Schutz im Vordergrund. Die lokale Bevölkerung wird unterstützt, Wertschöpfung in der Region generiert und gleichzeitig die Schönheit und Vielfalt der Natur geschützt und erhalten.“

Um Wildnis als Grundlage für den Wildnistourismus langfristig zu sichern und die Unterstützung der lokalen Gemeinschaft zu fördern, ist ein nachhaltiger und respektvoller Umgang mit der Natur sowie der lokalen Bevölkerung elementar.

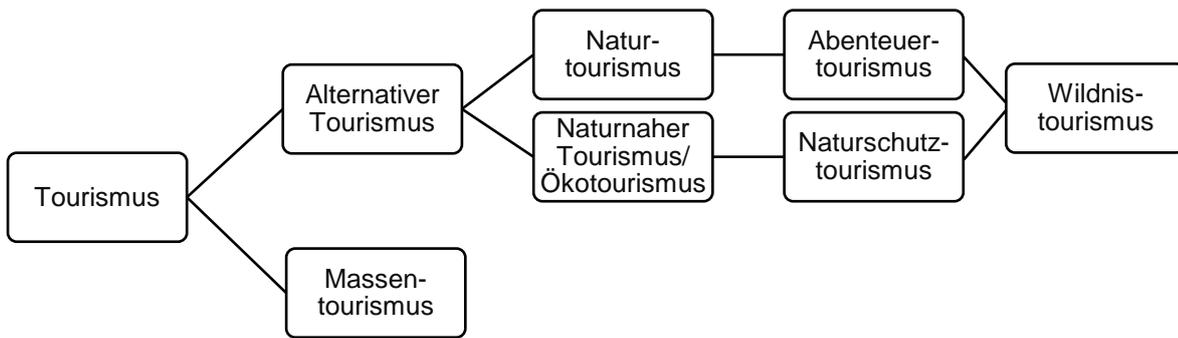


Abbildung 2: Zusammenhänge unterschiedlicher Tourismusformen (eigene Darstellung)

2.3. Erfolgsfaktoren

2.3.1. Erfolgsfaktorenforschung

Die Erfolgsfaktorenforschung kann als „Suche nach den Ursachen für Erfolg“ (Schmalen, Kunert & Weindlmaier, 2006, S. 351) beschrieben werden. Dabei stellt eine Informationsgrundlage die Basis für das Ausrichten von Entscheidungen dar, um einen direkten Nutzen für die Praxis zu generieren (Schmalen, Kunert & Weindlmaier, 2006, S. 351). Die Erfolgsfaktorenforschung dient als wichtiges Kontrollsystem und kann als eigenständiger und empirisch orientierter Erklärungsansatz betrachtet werden (Schmalen, Kunert & Weindlmaier, 2006, S. 351). „Das Ziel des Forschungsansatzes liegt darin, aus einer Fülle von möglichen Einflussgrößen diejenigen zu identifizieren, welche maßgeblich zum Erfolg bzw. Misserfolg eines Untersuchungsobjektes (z. B. Produkt, Unternehmen) beitragen“ (Schmalen, Kunert & Weindlmaier, 2006, S. 361). Die Bestimmung von zentralen Faktoren erfolgt aus einer Breite von Einflussfaktoren, wobei immer die positiv beeinflussenden Faktoren Berücksichtigung finden (Schmalen, Kunert & Weindlmaier, 2006, S. 351).

Der Beginn der Erfolgsfaktorenforschung liegt im Bereich der Betriebswirtschaftslehre (Schmalen, Kunert & Weindlmaier, 2006, S. 351). Sie entstand mit dem Ziel, den Erfolg von Unternehmen auf einzelne stark beeinflussende Parameter zu beschränken und somit Empfehlungen für die Unternehmensführung abzuleiten. Erstmals wurde diese Art der Forschung ungefähr ab 1960 durchgeführt. Dabei wurden unterschiedlichste Methoden eingesetzt, um kritische Erfolgsfaktoren zu identifizieren. Im Laufe der Zeit stieg der Anspruch, die Reichweite der einflussnehmenden Faktoren zu erweitern. Besonders im strategischen Management erlangte die Erfolgsfaktorenforschung damals eine besondere Bedeutung (Nicolai & Kieser, 2002, S. 580).

Die Erfolgsfaktorenforschung variiert je nach Branchenbezug in ihrer Reichweite, wobei sie entweder branchenübergreifend oder auf eine spezifische Branche fokussiert sein kann. Darüber hinaus kann sie sich auf alle Unternehmen, spezifische Unternehmen oder nur auf ein einzelnes Unternehmen konzentrieren. Dieser unterschiedliche Fokus bestimmt den Grad der Spezifität der Forschung. Je detaillierter und konkreter die Analyse ist, desto spezifischer sind die Ergebnisse. Ein wesentlicher Aspekt dabei ist die Messbarkeit und Vergleichbarkeit

der Erfolgsfaktoren. Um die Erfolgsfaktoren zu untersuchen und zu bewerten, werden verschiedene Messgrößen verwendet. Diese können je nachdem, welche Aspekte des Erfolgs gemessen werden sollen, sowohl qualitativer als auch quantitativer Art sein (Schmalen, Kunert & Weindlmaier, 2006, S. 352). Die Messung kann mit Hilfe einzelner bis hin zu zahlreicher Erfolgsmessgrößen durchgeführt und qualitative Ansätze mit quantitativen kombiniert werden (Schmalen, Kunert & Weindlmaier, 2006, S. 353). Durch die Anwendung unterschiedlicher Vorgehensweisen und methodischer Ansätze können Erfolgsfaktoren identifiziert und verglichen werden (Schmalen, Kunert & Weindlmaier, 2006, S. 354).

Die Anforderungen der Erfolgsfaktorenforschung unterliegen verschiedenen Aspekten, um aussagekräftige Ergebnisse zu erzielen. Einerseits ist es wichtig, eine gewisse Homogenität bei den untersuchten Unternehmen zu gewährleisten, während andererseits die Ergebnisse eine breite Reichweite erzielen sollten. Dies erfordert einen Kompromiss „zwischen einer möglichst großen Reichweite der Untersuchungsergebnisse und der notwendigen Homogenität der analysierten Unternehmen“ (Schmalen, Kunert & Weindlmaier, 2006, S. 357). Eine weitere zentrale Rolle spielt die Operationalisierung des Erfolgs. Hierbei werden finanzielle Kennzahlen und qualitative Größen berücksichtigt, um den Erfolg zu messen. Um die Aussagekraft einer Erfolgsfaktorenstudie zu verstärken, ist es von Bedeutung, nicht nur den Erfolg zu operationalisieren, sondern auch den qualitativen und quantitativen Charakter möglicher Erfolgsfaktoren einzubeziehen. Hinzu kommt die Notwendigkeit, die Erfolgsgröße zu definieren, um eine gemeinsame Grundlage für alle Befragten zu gewährleisten. Als letzten Punkt gilt es, die bereits vorhandene Literatur und Theorien zu berücksichtigen und darauf aufzubauen. Ein theoretischer Bezugsrahmen kann helfen, die Forschungsergebnisse in einen größeren Kontext einzuordnen und fundierte Schlussfolgerungen zu ziehen. Durch die Berücksichtigung dieser Anforderungen kann die Erfolgsfaktorenforschung zu fundierten Erkenntnissen über die Determinanten des Erfolgs von Unternehmen beitragen (Schmalen, Kunert & Weindlmaier, 2006, S. 357).

2.3.2. *Erfolgsfaktoren im (Wildnis-)Tourismus*

In der Literatur lassen sich keine Faktoren finden, die konkret für den Erfolg im Wildnistourismus verantwortlich sind oder zu dieser Tourismusform beitragen. Aufgrund dessen werden im folgenden Absatz vermehrt allgemeine Aspekte im Tourismus betrachtet, welche für den Wildnistourismus interessant und von Bedeutung sein könnten.

Obwohl auch im allgemeinen Bereich des Tourismus keine konkreten wissenschaftlichen Handlungsempfehlungen zur positiven Entwicklung und Wettbewerbsfähigkeit von Tourismusdestinationen existieren, gibt es einige Faktoren, welche den Tourismuserfolg beeinflussen. Ein erster wichtiger Punkt ist die Berücksichtigung der Bürgerinteressen (Herntrei, 2014, S. 1). Tourismusdestinationen sind langfristig und dauerhaft nur erfolgreich, „wenn der Tourismus durch breite Teile der Bürger getragen wird“ (Herntrei, 2014, S. 3). Diese tragen maßgeblich

durch die Gastfreundschaft, regionalen und/oder lokalen Kulturen und Traditionen sowie den naturräumlichen Gegebenheiten zu der Authentizität des Gebiets für die Tourist:innen bei (Herntrei, 2014, S. 3). Bürgerbeteiligung bietet strategische und ökonomische Vorteile für die lokale Bevölkerung. Zum einen wird dadurch eine höhere Zufriedenheit und Akzeptanz seitens der lokalen Bevölkerung ermöglicht, da ihre Bedürfnisse und Anliegen in Entscheidungsprozessen mitberücksichtigt werden. Zum anderen eröffnet die Bürgerbeteiligung den Einheimischen ökonomische Vorteile, indem sie ihnen die Möglichkeit gibt, direkt am wirtschaftlichen Nutzen des Tourismus teilzuhaben (Herntrei, 2014, S. 138). Durch die Partizipation steigt die Erlebnisqualität und die Zufriedenheit der Gäste, da es ihnen ermöglicht wird, die lokalen Kulturen und Identitäten besser kennenzulernen. Regionales und lokales Wissen kann in die Produktentwicklung und Innovation mit einfließen. Durch die Nutzung dieser Ressourcen können neue touristische Angebote und Erlebnisse geschaffen werden, die die Attraktivität der Destination steigern und sie von anderen Wettbewerbern differenzieren (Herntrei, 2014, S. 158). Insgesamt kann die Teilhabe und der Profit der beteiligten Gemeinden als „attraktive zeitgemäße Produktgestaltung“ (Mandelartz & Oven-Krockhaus, 2021, S. 147) und als „Vorraussetzung für [die] Umsetzung partizipatorischer und nachhaltiger Ansätze“ (Herntrei, 2014, S. 146) betrachtet werden. Erfolgsfaktoren innerhalb der Bürgerbeteiligung sind politischer Wille, Information und Wissenstransfer (Herntrei, 2014, S. 158).

Neben der Zusammenarbeit und Koordination mit der Bevölkerung vor Ort sind diese Faktoren auch für Tourismuskoooperationen und verschiedene Akteur:innen relevant. Die Steuerung sowie Vernetzung der Akteur:innen und die Ausrichtung auf ein gemeinsames Ziel ist in Tourismusdestinationen elementar (Herntrei, 2014, S. 142). Dies betonen auch Mandelartz und Oven-Krockhaus (2021, S. 156): „Um eine positive Entwicklung zu erreichen ist die Zusammenarbeit der verschiedenen Akteure und Interessensgruppen essentiell.“

Wie in vielen anderen Bereichen, gewinnt das Thema Nachhaltigkeit auch im Tourismus an Bedeutung (Herntrei, 2014, S. 89). Ziele nachhaltiger Entwicklung sind dabei u. a. positive Auswirkungen auf die Wettbewerbsfähigkeit im Tourismus sowie auf die Lebensqualität der Einheimischen (Herntrei, 2014, S. 158). Ein langfristiger Tourismus kann nur bei der Aufrechterhaltung einer verantwortungsvollen Nutzung natürlicher Ressourcen gewährleistet werden. Durch den Ausschluss des Natur- und Kulturerbes aus Entwicklungsstrategien der Regionen tritt eine wirtschaftliche und soziale Stagnation sowie ein Rückgang von wirtschaftlichen Möglichkeiten für die ländlichen Gemeinden ein (Ajagunna, Pinnock & Kerr, 2014, S. 229). Es ist notwendig, den Schutz des Gebiets und der natürlichen Umwelt mit in den Mittelpunkt zu stellen und Besuchende vor ihrem Antritt in das Gebiet zu sensibilisieren und informieren. Dadurch ist es möglich, Respekt für die Natur und die lokale Kultur zu erlangen. Wichtig ist gerade in diesem Bereich, dass Kooperationsbeziehungen mit Institutionen und Einzelpersonen aus akademischen als auch aus kommerziellen Bereichen sowie mit unterschiedlichen Berufs- und Altersgruppen angestrebt werden. Diese sollten eine ähnliche Sichtweise und Einstellung zur

Vereinbarkeit von Naturschutz und Tourismus aufweisen. Die Gemeinschaft gilt dabei als antreibende Kraft für (öko-)touristischen Erfolg (Ajagunna, Pinnock & Kerr, 2014, S. 240).

Bei touristischer Nutzung in sensiblen Naturräumen ist ein strategisch geplantes Besuchermanagement notwendig, mit Hilfe dessen eine Reduzierung und Minimalisierung von negativen Auswirkungen touristischer Aktivitäten auf das Gebiet sichergestellt werden kann (Rein & Dilzer, 2019, S. 239). Dabei kann „Besuchermanagement als ein Prozess definiert werden, der Besuchermonitoring und Besucherlenkung als Teilaspekte beinhaltet und diese als Instrumente nutzt, um potentielle negative Auswirkungen des Naturtourismus auf Natur und Landschaft möglichst gering zu halten und gleichzeitig die positiven Auswirkungen dieser Tourismusform zu fördern versucht“ (Rein & Dilzer, 2019, S. 254). Der Begriff umfasst dabei auch das Management der Besucherströme (Rein & Dilzer, 2019, S. 248). Voraussetzungen für ein erfolgreiches Besuchermanagement sind detaillierte Informationen über die Arten und deren Lebensräume im Gebiet (Rein & Dilzer, 2019, S. 241). Abhängig von der Empfindlichkeit der Arten und des Gebiets, der Intensität und des Zeitpunkts des Besucheraufkommens, des Verhaltens einzelner Besucher:innen und der Art der Freizeitaktivitäten, sind negative (temporäre oder dauerhafte) Auswirkungen auf die Lebensräume der Tiere und Pflanzen sowie auf das Gebiet selbst nicht gänzlich zu vermeiden (Rein & Dilzer, 2019, 239f.). Ziel von Besucherlenkung ist es, genau diese Störungen möglichst zu reduzieren und „eine Balance zwischen Naturschutz [...] und Erholungsnutzungen“ zu erlangen (Rein & Dilzer, 2019, S. 251). Dabei ist in Gebieten mit hohem Nutzungsdruck ein Besuchermonitoring wichtig, durch welches mit Hilfe der Genauigkeit der Daten und Informationen über die Besucherströme ein gutes Management gefördert wird (Rein & Dilzer, 2019, S. 250).

Im Tourismus nehmen die Anforderungen der Gäste kontinuierlich zu, gleichzeitig wächst das Angebot und damit einhergehend auch die Konkurrenz. Gerade deshalb und aufgrund der Austauschbarkeit von Destinationen ist Kundenorientierung und Kundenzufriedenheit sowie Kundenbindung ein weiterer wichtiger Aspekt (Hinterhuber et al., 2004, S. 12). Unter Kundenzufriedenheit können die Erwartungen und Ansprüche der Gäste sowie deren Erfüllung verstanden werden. Wenn Anforderungen nicht erfüllt werden können, führt dies zu Unzufriedenheit, während ihre Erfüllung ein neutrales Gefühl hervorrufen kann (Hinterhuber et al., 2004, S. 5). Erst durch das Übertreffen der Erwartungen stellt sich Zufriedenheit und Begeisterung ein. Dieses Übertreffen gilt als Ziel, welches langfristig verfolgt und erreicht werden muss (Hinterhuber et al., 2004, S. 6). Voraussetzungen hierfür sind genaue Kenntnisse über Erwartungen, Motive, Wünsche und Ansprüche der Kund:innen (Rulle, Hoffmann & Kraft, 2010, S. 15). Die Kundenzufriedenheit ist eine wichtige Voraussetzung für den Erfolg einer Destination (Hinterhuber et al., 2004, S. 12). Sie kann zur Entstehung langfristiger Kundenbindungen beitragen (Rulle, Hoffmann & Kraft, 2010, S. 15). Die Zufriedenheit der Gäste führt zudem zu ökonomischen Vorteilen (Rulle, Hoffmann & Kraft, 2010, S. 34) und Unternehmenswertsteigerungen (Hinterhuber et al., 2004, S. 12).

Die Sicherung und der Aufbau von langfristigen Kundenbeziehungen und das Anwerben von Neukund:innen stellt die Basis der Wirtschaftlichkeit und kontinuierlichem Wachstum dar (Rulle, Hoffmann & Kraft, 2010, S. 29). Mit Hilfe des Übertreffens der Kundenwünsche ist es möglich, eine hohe Zufriedenheit der Gäste und eine starke Kundenbindung zu erlangen (Rulle, Hoffmann & Kraft, 2010, S. 33). Aufgrund dessen sollten sich Destinationen zum Ziel setzen, einen Nutzenüberschuss im Vergleich zu Konkurrenzangeboten zu erlangen (Hinterhuber et al., 2004, S. 18). Dabei ist das Auffallen und Herausragen von besonderer Bedeutung, um sich vom Markt abgrenzen zu können (Trimborn, 2009, S. 179).

Für den Aufbau eines Vertrauensverhältnisses zu Kund:innen muss eine bestimmte Qualität zugesichert werden. Hierzu dienen u. a. Qualitätszeichen als Hilfsmittel und Maßnahmen zur Verringerung von Unsicherheiten der Gäste gegenüber der Destination. Diese können für die gesamte Destination oder auch nur für Teilleistungen gelten (Trimborn, 2009, S. 176). Voraussetzungen für erfolgreiche Qualitätskennzeichnungen sind folgende: Verbindungen mit anderen Qualitätskennzeichen, Vermittlung konkreter Inhalte, Zusammenhang mit einer konkret angebotenen Leistung in der Region, Bekanntheit, Glaubwürdigkeit und Akzeptanz in der Öffentlichkeit, Transparenz über die Auszeichnung sowie Informationspolitik in Zusammenhang des Siegels (Trimborn, 2009, S. 180). Qualitätskennzeichnungen können vielfältige Funktionen und Wirkungsweisen haben. Als Marketinginstrument dienen sie der Preis-, Kommunikations- und Personalpolitik einer Destination und fördern das Innenmarketing, indem sie ein Gemeinschaftsgefühl und Stolz auf das gemeinsame Ziel der Qualitätssteigerung schaffen. Sie vermitteln Assoziationen und Beziehungen zwischen der Destination und den Gästen und können neue Zielgruppen erschließen. Zudem dienen Qualitätskennzeichnungen der Qualitätssicherung. Insgesamt haben diese eine starke Kommunikationsfunktion und zeigen das Handeln der Destination im Sinne des Siegels auf (Trimborn, 2009, S. 180). Für Kund:innen dienen Qualitätskennzeichnungen u. a. als Orientierungshilfe, Kompetenz- und Sicherheitsbeweis, Vertrauensbasis und Ansprache auf emotionaler Ebene. Anbieter:innen können diese z. B. zur Absatzförderung, Aufmerksamkeitsgenerierung oder zur Kooperation und Vernetzung nutzen. Vorteile für die gesamte Region stellen sich z. B. durch die Identifikation der lokalen Bevölkerung mit der eigenen Heimat und Stolz auf diese oder durch ein neu dazu gewonnenes Standortimage ein (Trimborn, 2009, S. 181).

Im folgenden Absatz werden Erfolgsfaktoren auf den Wildnistourismus übertragen. Bei dieser Form des Tourismus sind die Ursprünglichkeit der Natur sowie die naturräumlichen Gegebenheiten und Landschaften selten und von hohem Wert. Die Natürlichkeit und die Wildnis, die noch in Regionen zu finden sind, sollten als regionale Eigenart betrachtet und genutzt werden (Mandelartz & Oven-Krockhaus, 2021, S. 148).

Es existiert eine sehr heterogene Gruppe an Wildnisnutzenden, welche als solche von den Wildnismanager:innen behandelt und beobachtet sowie mit in das Management auf

genommen werden sollte (Higham, Kearsley & Kliskey, 2000, 92f.). Dies zu beachten gilt als notwendig, um allen maximale Wildniserlebnisse bieten zu können (Higham, Kearsley & Kliskey, 2000, S. 93). Dabei ist es wichtig, die gewünschten Wildniserlebnisse von Besuchenden bestmöglich zu kennen und deren Verständnis von Wildniserleben zu verstehen (Johnson & Cole, 2005, S. 50). Nur dann ist es möglich, die erwarteten Angebote und Erlebnisse anbieten und auf die Wünsche eingehen zu können (Higham, Kearsley & Kliskey, 2000, S. 83).

Um sowohl die Zufriedenheit der Gäste und die Bereitstellung qualitativ hochwertiger Wildniserlebnisse zu gewährleisten, als auch den Schutz sicherzustellen, ist ein gezieltes Management der Wildnisgebiete notwendig (Cole & Williams, 2012, S. 3). Da Wildnismanager:innen oft wenig Einflussmöglichkeiten auf diejenigen Faktoren haben, die die Wildniserlebnisse maßgeblich prägen, ist es wichtig, bereits im Vorfeld die Erwartungen und Motive der Gäste gezielt zu lenken und zu beeinflussen. Dies kann beispielsweise durch Vorab-Informationen geschehen (Cole & Williams, 2012, S. 14).

Die marktfähigen naturtouristischen Angebote sollten ein Alleinstellungsmerkmal aufweisen. Dies umfasst das Bereitstellen einzigartiger Erlebnisse, bei welchen das Naturelement im Vordergrund steht. Des Weiteren sollte die Regionalität eine wichtige Rolle einnehmen. Dabei ist eine enge Verbindung zur Region von großer Bedeutung. Die Integration der regionalen Kultur sowie die authentische Darstellung sollten dabei besonders berücksichtigt werden.

Durch eine gezielte Ansprache auf emotionaler Ebene und die gekonnte Inszenierung der Natur werden Besucher:innen angesprochen. Das Ziel besteht darin, den Fokus auf die Natur zu setzen, unbebaute Landschaften erlebbar zu machen, Besucherströme zu lenken und ein Bewusstsein für die naturräumlichen Gegebenheiten zu schaffen.

Insgesamt sollten sich die Angebote im Wildnistourismus durch eine natur- und landschaftsverträgliche Gestaltung sowie umweltfreundliche Infrastruktur und Mobilität auszeichnen. Eine Qualität muss gewährleistet werden, die den Anforderungen touristischer Angebots- und Servicequalitäten entspricht. Die jeweiligen Angebote werden auf die Bedürfnisse und Erwartungen der Zielgruppe abgestimmt und das Gesamterlebnis in die touristische Servicekette eingebunden. Dabei ist die Vernetzung mit lokalen Partner:innen wichtig für ein umfassendes Erlebnis. Innerhalb des strategischen Rahmens erfolgt die (Weiter-)Entwicklung und Sicherung der Angebote (Meifert, 2019, S. 270). Diese marktfähigen naturtouristischen Angebote generieren Impulse für lokale Wertschöpfung sowie ökonomische, gesellschaftliche und ökologische Verbesserungen (Meifert, 2019, S. 271).

2.4. Zwischenfazit

Trotz fehlender Definitionen im Bereich Wildnis(-tourismus), können einige Aspekte zusammenfassend dargestellt werden. Wildnis hat eine einzigartige Anziehungskraft auf die Menschen, wodurch ein hohes Interesse an Erlebnissen in der Wildnis besteht. Es herrscht die Sehnsucht nach unberührter Natur, Abenteuer und dem Gefühl, Teil von etwas Größerem zu sein. Die Wildniserlebnisse können in unterschiedlichen Formen und naturräumlichen Gebieten ermöglicht werden. Dabei stellt das Management und die Natur Möglichkeiten für Wildniserfahrungen zur Verfügung während Besucher:innen die Erfahrungen und Erlebnisse schaffen.

Urwälder eignen sich dabei hervorragend für Wildniserfahrungen. Aufgrund ihrer unberührten Natur und der reichhaltigen Biodiversität bieten sie Besuchenden die Möglichkeit, ein wahres Gefühl der Wildnis zu erleben. Hinzu kommen weitere wichtige Aspekte wie Abgeschlossenheit, Authentizität, Herausforderungen und kulturelle Erlebnisse, welche ideale Voraussetzungen für intensive und unvergessliche Wildniserfahrungen darstellen. Die ungestörte Umgebung ermöglicht den Menschen, die unberührte Schönheit und die natürlichen Reichtümer der Urwälder hautnah zu erleben sowie eine tiefe Verbindung zur Natur herzustellen und das natürliche Gleichgewicht der Ökosysteme zu schätzen.

Durch den Tourismus werden finanzielle Ressourcen generiert, die für den Schutz und die Erhaltung der Natur verwendet werden können. Der Besuch von Wildnisgebieten kann zudem das Bewusstsein und die Wertschätzung für die Umwelt bei den Besuchenden fördern. Dies führt zu einem verstärkten Engagement für den Umweltschutz und nachhaltigem Verhalten. Darüber hinaus ist es möglich, dass der Wildnistourismus zur lokalen wirtschaftlichen Entwicklung beiträgt, indem Arbeitsplätze geschaffen und lokale Gemeinschaften unterstützt werden.

Um langfristige und nachhaltige Wildniserlebnisse in den Gebieten sicherzustellen, sind eine kontinuierliche Überwachung der Besucherströme, eine regelmäßige Evaluierung der Umweltauswirkungen des Tourismus und eine Anpassung der Managementstrategien erforderlich. Darüber hinaus sollte eine angemessene Besucherlenkung vorhanden sein, um die Auswirkungen des Tourismus auf die Umwelt zu minimieren. Ein unkontrollierter Zustrom von Tourist:innen kann zu Beeinträchtigungen der natürlichen Umgebung, Störung der Tier- und Pflanzenwelt sowie zu Verschmutzung des Gebiets führen. Ein verantwortungsvolles Management des Wildnistourismus ist daher von entscheidender Bedeutung. Das Ziel sollte die Herstellung eines Gleichgewichts zwischen Tourismus und Naturschutz sein.

Erfolgsfaktoren für Wildniserlebnisse in Wildnisgebieten (wie z. B. Urwäldern) können sein:

- Eine nachhaltige Besucherlenkung und Infrastruktur, die den Schutz der Umwelt priorisiert
- Die Förderung von Umweltbildung und Sensibilisierung für den Naturschutz

- Die Einbindung der lokalen Gemeinschaften und die Schaffung von wirtschaftlichen Anreizen für den Schutz der Wildnis
- Die Zusammenarbeit zwischen Regierungen, Naturschutzorganisationen und Tourismusakteur:innen, um eine ganzheitliche und koordinierte Herangehensweise zu gewährleisten

Insgesamt bietet der Wildnistourismus eine Möglichkeit, die faszinierende Welt der Wildnisgebiete zu entdecken und gleichzeitig zum Schutz dieser wertvollen Ökosysteme beizutragen. Durch verantwortungsvolles Management und eine enge Zusammenarbeit aller Beteiligten können Wildniserfahrungen ermöglicht werden, ohne die natürlichen Ressourcen zu gefährden.

3. Methodisches Vorgehen

3.1. Forschungsdesign und Ablauf

Im Rahmen der empirischen Sozialforschung werden wissenschaftliche Erkenntnisse durch die Auswertung empirischer Daten gewonnen. Das Hauptziel besteht darin, menschliches Verhalten, soziale Phänomene sowie soziale Zusammenhänge systematisch zu untersuchen und zu verstehen. Hierbei kann zwischen quantitativen und qualitativen Methoden unterschieden werden (Gläser & Laudel, 2012, S. 24). In der vorliegenden Studie wurden qualitative Methoden angewandt, welche als Ziel das „[ursächliche] Erklären sozialer Sachverhalte“ (Gläser & Laudel, 2012, S. 28) verfolgen. Als Datenquellen zur Beantwortung der Forschungsfrage dienten insgesamt neun leitfadengestützte Experteninterviews, welche mit Hilfe der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (2015) ausgewertet wurden. Zentral war dabei die Erstellung eines Interviewleitfadens, die Durchführung der Experteninterviews sowie die Auswertung der Daten durch Anwendung der qualitativen Inhaltsanalyse.

3.2. Entwicklung des Interviewleitfadens

Vor der Durchführung der Experteninterviews wurde ein Interviewleitfaden entwickelt (siehe Anhang 1). Dieser dient primär als Erhebungsinstrument relevanter Daten sowie zur Steuerung und Strukturierung der Interviews (Kaiser, 2021, S. 8). Zudem ist der Leitfaden ein „Instrument der Datenerhebung, aber sogleich auch das Ergebnis einer Übersetzung [des] Forschungsproblems“ (Kaiser, 2021, S. 64). Es ist wichtig zu beachten, dass die Fragen nach einer logischen Reihenfolge angeordnet sind und vom Allgemeinen zum Speziellen reichen (Kaiser, 2021, 64f.). Durch Beachtung dieser Aspekte konnte ein nachvollziehbarer Aufbau für die interviewten Personen gewährleistet werden.

Abweichungen von Frageformulierungen sowie der Fragenreihenfolge während der Interviews sind möglich und je nach Situation als sinnvoll zu betrachten. Um konkretere Informationen zu bestimmten Themen zu erlangen, können Nach- oder Zwischenfragen gestellt

werden. Zudem besteht durch die Flexibilität die Möglichkeit, angesprochene Thematiken direkt aufzunehmen und weiter zu verfolgen (Gläser & Laudel, 2012, 143f.).

Für die Entwicklung des Interviewleitfadens wurde eine Operationalisierung der zu Beginn formulierten Forschungsfrage in Interviewfragen durchgeführt (siehe Anhang 2). Hierzu wurde als erstes die konzeptionelle Operationalisierung angewandt, durch welche der spätere Bezug der Interviewergebnisse auf die Forschungsfrage sichergestellt werden konnte. Auf Grundlage der theoretischen Relevanzen wurden Analysedimensionen entwickelt. Anhand derer konnten weitere Fragekomplexe abgeleitet werden. Durch die instrumentelle Operationalisierung fand die Ausformulierung konkreter Interviewleitfragen statt (siehe Anhang 2), welche zusammengefasst, sortiert und priorisiert wurden. Um den zeitlichen Rahmen der Interviews nicht zu überschreiten, wurden die bedeutsamsten Fragen ausgewählt und zusammen mit allgemeineren Einstiegsfragen in den Leitfaden übernommen. Die Leitfragen dienten dazu, das Wissen zu generieren, welches für die Beantwortung der Forschungsfrage notwendig war. Der Interviewleitfaden beinhaltete neben den Leitfragen zudem den Hintergrund und das Ziel der Arbeit sowie einen Hinweis auf die Aufzeichnung der Interviews für weitere Auswertungsprozesse.

Der Beginn des Interviews wurde von allgemeinen Fragen gekennzeichnet, welche als leichter Einstieg für die Interviewpartner:innen dienten:

- Welche Position haben Sie im (Name des Gebiets)?
- Was sind Ihre Hauptaufgaben?
- Wie würden Sie (Name des Gebiets) beschreiben und was ist aus Ihrer Sicht das Besondere daran?

Durch die Fragen nach den persönlichen Hintergründen und Einstellungen konnte eine persönliche Atmosphäre und eine positive Beziehung aufgebaut sowie zum Erzählen angeregt werden. Des Weiteren war es möglich, durch diese Art von Fragen Kontextverständnis zu erlangen und die Expertise und Glaubwürdigkeit der Interviewpartner:innen besser einzuschätzen. Insgesamt konnte dadurch eine gute Grundlage für das Experteninterview geschaffen und die Bereitschaft der Teilnehmer:innen, wertvolle Informationen zu teilen, gefördert werden (Gläser & Laudel, 2012, 147f.).

Der zweite Teil des Interviews bestand aus konkreteren Fragen zu den Themen Wildnis, Wildnisangeboten sowie Wildnistourismus. Diese lauteten wie folgt:

- Was verstehen Sie unter Wildnis?
- Warum ist (Name des Gebiets) aus Ihrer Sicht ein Wildnisgebiet?
- Was erwarten Gäste und Besucher:innen von Wildnis und welche Aktivitäten fragen sie nach?
- Was sind entscheidende Faktoren bei der Vermarktung von Wildnistourismus?
- Was würden Sie anderen Gebieten raten, die Wildnistourismus entwickeln möchten? Welche Dinge würden Sie heute anders machen?

Diese Hauptfragen dienten dazu, spezifische Informationen zu erhalten, die für die Beantwortung der Forschungsfrage notwendig waren (Gläser & Laudel, 2012, S. 128). Es war wichtig, die Gespräche auf das Thema Wildnis zu lenken und so gezielt Informationen diesbezüglich zu erfragen. Dadurch konnte ein Abschweifen der Interviewpartner:innen weg von relevanten Themen weitestgehend verhindert werden. Zudem ermöglichten die konkreten Fragen den Expert:innen Anhaltspunkte, welche Informationen im Rahmen der Interviews von Bedeutung waren.

Vor jedem Interview fand eine Anpassung der Fragen durch das Einsetzen des jeweiligen Gebietsnamens sowie der gewünschten Anredeform statt. Insgesamt wurden alle Fragen offen, neutral und klar formuliert, sodass größtenteils keine weiteren Nachfragen seitens der Interviewpartner:innen aufkamen.

3.3. *Sampling*

Das Sampling bei Experteninterviews bezieht sich auf die Auswahl geeigneter Expert:innen. Zur Erlangung fundierter und qualitativ hochwertiger Informationen ist es wichtig, Personen auszuwählen, die über das erforderliche Wissen und die entsprechende Erfahrung verfügen (Gläser & Laudel, 2012, S. 117). Als Expert:innen können nach Pfadenhauer (2009) diejenigen Personen bezeichnet werden, die „einen Überblick über einen Sonderwissensbereich“ verfügen (Pfadenhauer, 2009, S. 101) und somit Zugang zu exklusivem Wissen haben (Pfadenhauer, 2009, S. 101).

Die tatsächliche Auswahl der Expert:innen ist abhängig von der konkreten Fragestellung und erfolgt „immer durch den Forscher selbst im konkreten Forschungsprozess“ (Kaiser, 2021, S. 45) sowie „nach rein inhaltlichen Erwägungen“ (Kaiser, 2021, S. 84). Für die hier vorliegende Studie wurden jeweils drei Fachpersonen aus drei Beispielregionen ausgewählt, sodass in Summe neun Interviewpartner:innen identifiziert werden konnten. Dabei handelte es sich um Expert:innen aus dem Bereich Wildnistourismus, welche in unterschiedlichen Themengebieten tätig sind. Dadurch wurde das Erzielen einer möglichst hohen Ergebnisvielfalt gewährleistet. Die unterschiedlichen Fachrichtungen, aus welchen die potentiellen Expert:innen stammen sollten, waren das Guiding (Rangertätigkeiten), das Destinationsmanagement sowie die Nationalparkverwaltung. Es wurde darauf geachtet, dass die ausgewählten Personen spezielles Wissen, Kenntnisse und Erfahrungen aufweisen. Aufgrund der Erfahrungen, welche die Teilnehmer:innen mitbringen sollten, war zudem ein wichtiges Auswahlkriterium, dass diese schon über einen längeren Zeitraum im jeweiligen Gebiet oder dem entsprechenden Arbeitsfeld tätig waren. Um diese Personen zu erreichen und zu identifizieren, wurden als Erstes, soweit dies möglich war, Informationen zu den Angestellten über die Homepages eingeholt.

Der erste Kontakt wurde frühzeitig per E-Mail mit den Leitungen der Gebiete aufgenommen. Darin waren eine kurze Vorstellung sowie eine Beschreibung des Anliegens enthalten. Bei den Gebieten, die eine kurze Beschreibung der einzelnen Mitarbeitenden auf der

Homepage anzeigen, wurde auf infrage kommende Personen verwiesen und in diesem Zuge um deren Kontaktdaten gebeten. Zur genauen Einordnung und zum besseren Verständnis wurde zudem das Exposé der Bachelorarbeit mitgesendet. Im Folgenden fand eine Weiterleitung an die entsprechenden Kolleg:innen sowie eine telefonische und/oder schriftliche (per E-Mail) Kontaktaufnahme statt.

Letztlich haben sich aus allen drei auserwählten Gebieten jeweils drei Angestellte bereit erklärt, an einem Experteninterview teilzunehmen. Nach Terminvereinbarungen erhielten die Interviewteilnehmer:innen auf Wunsch den Interviewleitfaden sowie eine Einverständniserklärung zum Interview und dessen Nutzung für wissenschaftliche Zwecke (siehe Anhang 3). Die Expert:innen stimmten der Aufzeichnung der Interviews sowie der weiteren Datenverarbeitung schriftlich zu. Zudem waren Hinweise zur informationellen Selbstbestimmung, Anonymisierung sowie auf das Recht auf Bestimmung der Preisgabe und Verwendung der Daten enthalten.

3.4. *Durchführung der Interviews*

Im Rahmen der qualitativen Forschung finden Experteninterviews häufig Anwendung (Bogner & Menz, 2009, S. 8). Sie „zielen ab auf die Rekonstruktion von besonderen Wissensbeständen bzw. von besonders exklusivem, detailliertem oder umfassendem Wissen über besondere Wissensbestände und Praktiken, kurz auf die Rekonstruktion von Expertenwissen“ (Pfadenhauer, 2009, S. 99). Dabei sind die spezifischen Informationen über den Forschungsgegenstand z. T. nicht über andere Wege zu erhalten (Kaiser, 2021, S. 36). Mit Hilfe von Experteninterviews ist es möglich eine „dichte Datengewinnung“ (Bogner & Menz, 2009, S. 8) zu erlangen. Nach Kaiser (2021) können qualitative Experteninterviews definiert werden „als ein systematisches und theoriegeleitetes Verfahren der Datenerhebung in Form der Befragung von Personen, die über exklusives Wissen [...] verfügen“ (Kaiser, 2021, S. 9).

Bei den in dieser Arbeit durchgeführten Interviews handelt es sich um leitfadengestützte Experteninterviews. Diese stellen eine Art der strukturierten Befragungsform dar. Die Ziele dabei sind die „Gewinnung harter Fakten“ (Kaiser, 2021, S. 41) sowie die „Rekonstruktion sozialer Sachverhalte“ (Gläser & Laudel, 2012, S. 43). Bevor die Interviews durchgeführt wurden, fanden Vorüberlegungen sowie eine intensive Auseinandersetzung mit der Theorie und den Untersuchungsgebieten statt. Dies ist von hoher Bedeutung, um den Kontext und die Hintergründe des Forschungsthemas zu verstehen und als „Quasi-Experte“ das Interview führen zu können. Auch Kaiser (2021) betont, dass die „Planung und Durchführung von Experteninterviews [...] eine hohe Feldkompetenz auf Seiten des Forschers [voraussetzt]“ (Kaiser, 2021, S. 46). Dies ermöglicht eine gute Grundlage der Experteninterviews, fördert das Vertrauen der Interviewpartner:innen sowie eine angemessene Interpretation der Ergebnisse.

Insgesamt gelten bestimmte Kommunikationsregeln, welche beachtet werden sollten, um einen strukturierten und effektiven Dialog zu gewährleisten. Diese beinhalten u. a. die Akzeptanz der Antwortverweigerung der Expert:innen. Die Gründe hierfür können sehr vielfältig sein,

zum Beispiel fehlendes Wissen zu einem bestimmten Thema oder persönliche Bedenken. Des Weiteren herrscht eine feste Rollenverteilung, bei welcher die fragende Person die Rolle des Interviewers/der Interviewerin und die befragte Person die Rolle des Experten/der Expertin einnimmt. Mit Hilfe des Interviewleitfadens lenkt der/die Interviewer:in das Gespräch und sorgt dafür, dass der Dialog nicht vom Thema abweicht und im zeitlichen Rahmen bleibt (Gläser & Laudel, 2012, S. 112).

Bei leitfadengestützten Experteninterviews ist es zudem von großer Bedeutung, ethische Aspekte, insbesondere in Bezug auf den Datenschutz, die Zustimmung, die Vertraulichkeit, die Integrität und die Professionalität im Umgang mit den Interviewpartner:innen zu berücksichtigen (Kaiser, 2021, S. 54). Deshalb wurde, wie bereits im vorherigen Absatz genauer erläutert, eine schriftliche Einverständniserklärung vor der Durchführung der Interviews eingeholt. Durch die sorgfältige Berücksichtigung dieser ethischen Aspekte kann die Forschung den hohen ethischen Standards gerecht werden und das Vertrauen der Interviewpartner:innen gewinnen.

Nach erfolgreicher Terminvereinbarung sowie Unterzeichnung der Einverständniserklärung, fanden die Interviews Anfang Mai 2023 statt. Diese begannen mit einer Vorstellung der eigenen Person sowie einer Erläuterung des Forschungsrahmens. Nach weiterer mündlicher Zusage zur Aufzeichnung, wurde diese gestartet und mit den Interviews begonnen. Alle neun Experteninterviews fanden über die Plattform Zoom statt, welche den Vorteil bietet, dass sich Forscher:in und Expert:in trotz räumlicher Distanz digital Face-to-Face gegenüber sitzen. Darüber hinaus ermöglicht dies eine Einsparung von Zeit und finanziellen Ressourcen.

Für die Interviews war zuvor ein Zeitraum von jeweils ca. 30 min anberaumt worden, die tatsächliche Interviewzeit belief sich zwischen 15 und 35 min. Insgesamt verliefen alle Gespräche problemlos und es traten keine großen Unstimmigkeiten oder Verständnisprobleme auf. Während eines Interviews ist es das Ziel, eine „vertraute Kommunikationssituation“ (Pfadenhauer, 2009, S. 103) herzustellen, welche einem normalem Gespräch ähnelt und eine angenehme Erzählatmosphäre schafft. Die Aufgabe der Forscher:in ist, das Gespräch zu lenken und für die Erlangung gewünschter Informationen zu sorgen (Kaiser, 2021, S. 5). Je nach Interviewpartner:in wurden neben den Fragen des Leitfragebogens z. T. noch tiefer gehende Nachfragen gestellt, um konkretere Aussagen zu erlangen. Diese wurden der, durch die vorherige Operationalisierung entstandene, Frageliste (siehe Anhang 2) entnommen. Am Ende der Interviews wurde ein Dank an die Teilnehmenden ausgesprochen und über das weitere Vorgehen und Verfahren informiert. Durch diese abschließenden Worte konnte den Expert:innen Wertschätzung für ihre Teilnahme und ihr Engagement entgegengebracht und gleichzeitig Transparenz und Klarheit über den weiteren Verlauf der Studie gewährleistet werden.

3.5. Datenauswertung

Die Interviews wurden mit der Software OBS (Open Broadcaster Software) aufgenommen. Diese ist ein kostenloses und quelloffenes Programm, das hauptsächlich zum Aufzeichnen und Streamen von Videos und Live-Events verwendet wird. Mit Hilfe der Aufnahmen konnten die Interviews transkribiert werden. „Das Wort Transkription [...] bedeutet Umschreibung, Überschreibung oder auch Übertragung und meint eine Regel geleitete Verschriftlichung von Interviews“ (Fuß & Karbach, 2019, S. 17). Zusammenfassend lässt sich die Transkription als ein Prozess beschreiben, in dessen Verlauf die Interviews in eine textuelle Form gebracht werden (Kaiser, 2021, S. 105). Die daraus resultierenden Interviewprotokolle dienen als „auszuwertende Rohdaten“ (Gläser & Laudel, 2012, S. 43) und sind Voraussetzung zur Datenanalyse (Fuß & Karbach, 2019, S. 17). Insgesamt sind viele unterschiedliche Regeln zum Transkribieren von Texten vorhanden (Fuß & Karbach, 2019, S. 29). Bei der hier vorliegenden Forschungsarbeit wurde sich an den Regeln des Transkribierens nach Kuckartz (2010) (siehe Anhang 4) orientiert.

Die Auswertung und Analyse der durch die Interviews gewonnenen Daten, erfolgte mit Hilfe der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (2015). Das Ziel der Inhaltsanalyse ist die Analyse der (fixierten) Kommunikation und das Ziehen von Rückschlüssen „auf bestimmte Aspekte der Kommunikation“ (Mayring, 2015, S. 13). Der Ablauf des Vorgehens sollte systematisch, regel- und theoriegeleitet sein (Mayring, 2015, S. 13). Gläser und Laudel (2012) beschreiben die qualitative Inhaltsanalyse „als eine Extraktion, d. h. als ein Verfahren, das dem Text Informationen entnimmt und diese getrennt vom Text weiterverarbeitet“ (Gläser & Laudel, 2012, S. 271). Zusammenfassend kann die qualitative Inhaltsanalyse somit als systematische Analyse von qualitativen Daten betrachtet werden.

Die Analysetechnik dieser Studie ist eine Kombination aus der Zusammenfassung und der Strukturierung. Dabei wurde sowohl die induktive als auch die deduktive Kategorienbildung angewandt, um eine umfassende und vielschichtige Analyse der Daten zu ermöglichen. Die strukturierte Inhaltsanalyse hat dabei das Ziel „bestimmte Themen, Inhalte, Aspekte aus dem Material herauszufiltern und zusammenzufassen“ (Mayring, 2015, S. 103). Die Inhalte, welche zur Beantwortung der Forschungsfrage beitragen, werden mit Hilfe eines Kategoriensystems analysiert (Mayring, 2015, S. 61).

Auf Grundlage der theoretischen Vorüberlegungen, der Forschungsfrage und des Leitfadens wurden als Erstes deduktiv Kategorien gebildet. Hierbei fand eine Festlegung von Kategorien und Subkategorien statt, nach welchen die Transkripte untersucht werden sollten. Weitere (Unter-)Kategorien wurden in einem zweiten Schritt durch induktive Kategorienbildung ergänzt. Die Durchführung des Verfahrens erfolgte nach dem Prozessmodell von Mayring (2015, S. 86) (siehe Anhang 5). Die „induktive Kategoriendefinition [...] leitet die Kategorien direkt aus dem Material in einem Verallgemeinerungsprozess ab, ohne sich auf vorab formulierte

Theorienkonzepte zu beziehen“ (Mayring, 2015, S. 85) und gilt in der qualitativen Forschung als bedeutender Ansatz (Mayring, 2015, S. 85). Das hier beschriebene Vorgehen kann auch als „offene Kodierung“ (Mayring, 2015, S. 86) bezeichnet werden. Das Ergebnis des Kodierens ist ein „System von über den Text verteilten Codes, die die inhaltliche Struktur des Textes repräsentieren“ (Gläser & Laudel, 2012, S. 46). Diese stellen die Grundlage der Analyse zur Beantwortung der Forschungsfrage dar (Gläser & Laudel, 2012, S. 46).

Für die Auswertung der Daten wurde das Softwareprogramm MAXQDA eingesetzt, das zur Datenanalyse eine Vielzahl von Funktionen und Werkzeugen bietet. Zur Erstellung des Kategoriensystems wurden „Codes“ für einzelne Passagen, Sätze, Satzteile oder einzelne Wörter entwickelt. Nach den ersten Materialdurchläufen und der Festlegung von Subkategorien mit Hilfe der deduktiven und induktiven Kategorienbildung, wurden die Codes sieben allgemeinen Kategorien zugeordnet. Die Hauptkategorien konnten nach den theoretischen Vorüberlegungen und ersten Durchsichten der Transkripte als relevante Faktoren für Wildnistourismus identifiziert werden.

Im nächsten Schritt erfolgte die Formulierung konkreter Definitionen, Ankerbeispiele und Kodierregeln für die Subkategorien. Nachdem ca. 30 % der Datenmenge durchgearbeitet wurde, fand eine Revision des Kategoriensystems statt. Dabei erfolgten Anpassungen und Überarbeitungen der Codes, Definitionen und Textpassagen. Es wurde darauf geachtet, die einzelnen Kodiereinheiten voneinander abzugrenzen, um eine möglichst hohe Trennschärfe zu erhalten. Aufgrund enger Verknüpfungen und Verzweigungen, insbesondere innerhalb der Unterkategorien, konnte nicht ausgeschlossen werden, dass Textpassagen mehreren Codes zuzuordnen waren. Als Ergebnis wurden folgende Haupt- und Subkategorien zur Datenanalyse gebildet (siehe Abbildung 3) und den Textpassagen in den Transkripten zugeschrieben.

Das gesamte Kategoriensystem mit Haupt- und Subkategorien, Definitionen der Subkategorien, Ankerbeispielen und den jeweiligen Kodierregeln liegt der Arbeit bei (siehe Anhang 6). Dieses diente als Basis zur Erlangung der Ergebnisse, welche in Kapitel 5 näher beschrieben werden.

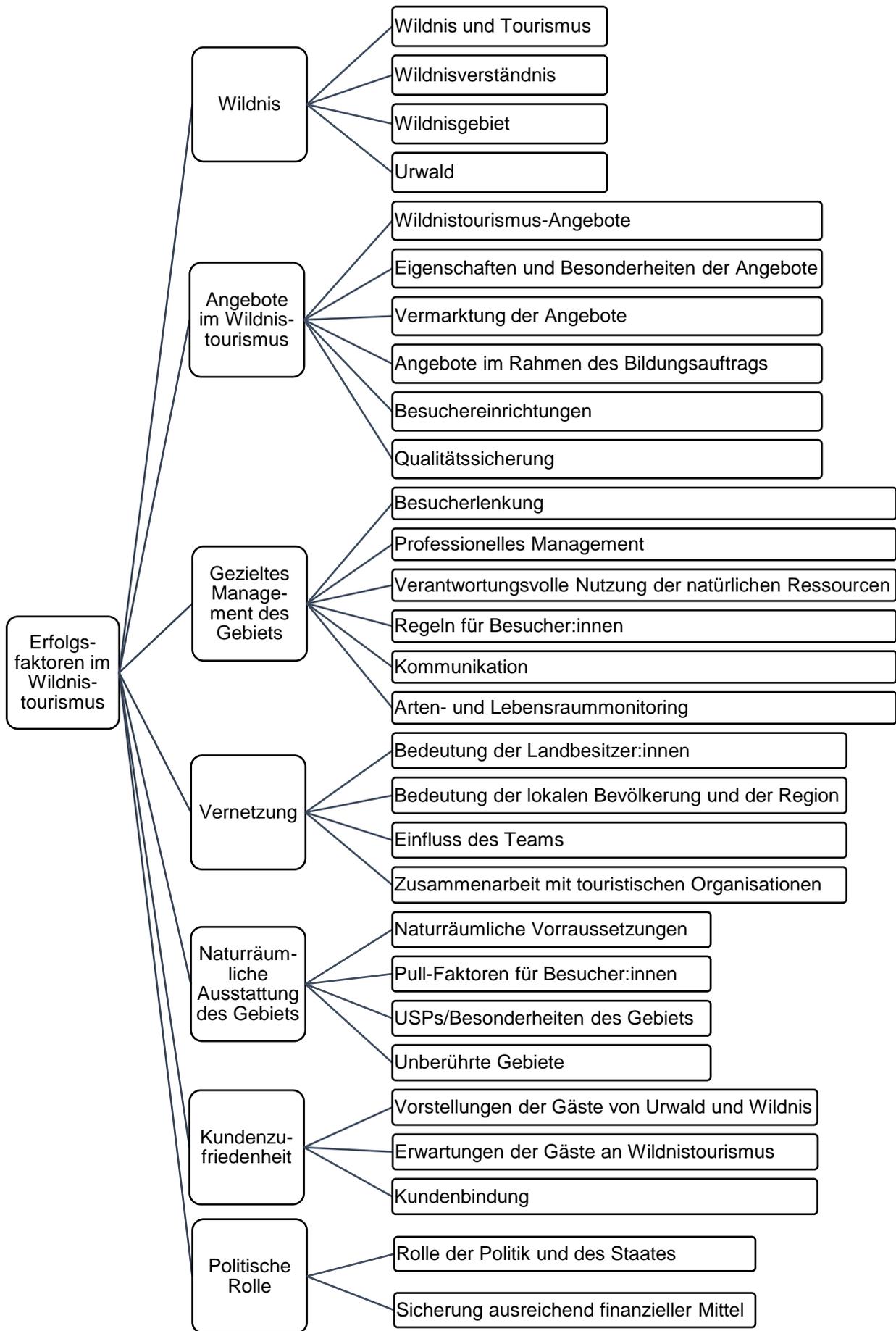


Abbildung 3: Kategoriensystem (eigene Darstellung)

4. Beispielgebiete

Zur Beantwortung der Forschungsfrage wurden drei Best-Practice-Gebiete ausgewählt und untersucht. Diese sind der Nationalpark Hainich, der Nationalpark Kalkalpen und das Wildnisgebiet Dürrenstein-Lassingtal. Die Regionen wurden aufgrund ihres Wildnistourismus gewählt, der in allen drei Gebieten betrieben wird.

4.1. *Nationalpark Hainich*

Der Nationalpark Hainich liegt im mitteldeutschen Thüringen, im Städtedreieck Eisenach, Bad Langensalza und Mühlhausen und wurde am 31.12.1997 gegründet (Leyh, 2014, S. 7). Das Ziel zum Zeitpunkt der Ausweisung war die Schaffung einer ungestörten Natur sowie die Generierung von Entwicklungsperspektiven für die Region und für die lokale Bevölkerung (Großmann, Klaus & Stephan, 2014, S. 10). Das Schutzgebiet ist der größte deutsche Laubbaum-Nationalpark (Leyh, 2014, S. 21). Von den insgesamt 16.000 ha Hainich-Wald stehen 7.500 ha unter Nationalparkstatus, wovon 5.000 ha die größte zusammenhängende nutzungsfreie Laubwaldfläche in Deutschland bilden (Leyh, 2014, S. 7). Vorrangiger Schutzzweck im Nationalpark ist die „Sicherung und Herstellung eines weitgehend ungestörten Ablaufs der Naturprozesse“ (Großmann, 2006, S. 64). Dabei wird das Ziel einer Einstellung der biotoptypischen Vielfalt durch natürliche Prozess ohne Eingreifen des Menschen verfolgt (Großmann, 2006, S. 64).

Im Jahr 2011 wurde das Gebiet als UNESCO Weltnaturerbe anerkannt und in die „Buchenurwälder der Karpaten und Alten Buchenwälder Deutschlands“ aufgenommen (Großmann, Klaus & Stephan, 2014, S. 9). Der Nationalpark besteht zu zwei Dritteln aus Wald und zu einem Drittel aus Offenland (Leyh, 2014, S. 23). Davon unterliegen insgesamt 94 % der Flächen (Stand 2013) keinerlei Nutzung (Großmann, Klaus & Stephan, 2014, S. 114). Das Schutzgebiet umfasst ein „charakterisierendes Artenspektrum mitteleuropäischer Laubwälder“ und trägt hierfür eine hohe Verantwortung (Großmann, 2006, S. 65). Eine große Besonderheit stellen zudem die Kalk-Buchenwälder auf Muschelkalk dar, welche in dieser Form einzigartig sind (Großmann, 2006, S. 63). Die Artenvielfalt zeichnet sich durch 10.000 verschiedene Tierarten aus (Großmann, Klaus & Stephan, 2014, S. 112). Davon sind allein ca. 80 % nur Insekten (Leyh, 2014, S. 37). Heute lässt sich ein Lebensraummosaik, bestehend aus Magerrasen, Kleingewässer, Gebüsch, Gehölzgruppen und Verbuschungsflächen finden (Großmann, 2006, S. 63).

Während des Mittelalters wurden die Waldflächen als Nieder- und Mittelwald sowie als Waldweide genutzt. Durch den steigenden Holzbedarf erhöhte sich der Nutzungsdruck auf den Wald und erste Anzeichen von Übernutzungen des Waldes wurden deutlich. Daraufhin wurden im 16. Jahrhundert erste Regelungen zum Umgang hinsichtlich des Waldes erlassen. Im 19. Jahrhundert entstanden durch die Industrialisierung sowie die Nutzholzwirtschaft

ungleichartige und mehrstufige Hochwälder und die Plenterwirtschaft wurde eingeführt. Diese Bewirtschaftungsform stellt ein Kennzeichen des heutigen Nationalparks dar. Weitere Besonderheiten waren die Nutzung des Waldes durch sogenannte Laubgenossenschaften und die Zusammenschlüsse von Nutzungsberechtigten eines Dorfes. Im 20. Jahrhundert wurden die Waldflächen vom Militär übernommen, wodurch stark variierende Nutzungsintensitäten entstanden. Weite Teile des Waldes unterlagen einer geringen forstwirtschaftlichen Nutzung, so dass sich struktur-, arten- und totholzreiche Bestände entwickeln konnten (NPV Hainich, 2008, S. 11). Einen weiteren großen Einfluss auf die Waldgebiete und deren Entwicklung im Hainich hatte die Beweidung der Offenlandbereiche. Diese bilden heute größtenteils Sukzessionsflächen (NPV Hainich, 2008, S. 12). Die militärische Nutzung der Waldgebiete ermöglichte in bestimmten Bereichen eine jahrzehntelange Urwaldentwicklung im heutigen Schutzgebiet (Leyh, 2014, S. 49). Der letzte Holzeinschlag fand im Jahr 1998 statt (Großmann, 2006, S. 66). Dadurch kann der Nationalpark Hainich durchaus als „angehender Urwald in Mitteleuropa“ (Leyh, 2014, S. 21) bezeichnet werden.

4.1.1. Besucherzahlen und ökonomische Bedeutung des Tourismus

Seit 1998 besuchten 3,2 Mio. Besucher:innen den Nationalpark Hainich (Stand 2014). Der Nationalpark-Tourismus generierte 200 neue Arbeitsplätze und leistete einen wesentlichen Beitrag zur ökonomischen Wertschöpfung und Belebung der Region (Großmann, Klaus & Stephan, 2014, S. 144). In den Jahren 2017/2018 konnte ein Bruttoumsatz von ca. 8,5 Mio. Euro im Nationalpark erwirtschaftet werden. Vor allem die damals gestiegenen Zahlen an Tages- und Übernachtungstourist:innen und die erhöhten Übernachtungszahlen trugen wesentlich dazu bei (NPV Hainich, 2019, S. 65). Gerade in den vergangenen Jahren konnte ein Wandel von dominierenden Tagesbesuchen hin zum Übernachtungstourismus beobachtet werden, wodurch die touristische Wertschöpfung in der Region stark verbessert werden konnte. Dabei spielt der Nationalpark in der Sicherung und Aufwertung der Potentiale der Region eine entscheidende Rolle (NPV Hainich, 2019, S. 68).

Auffällig sind außerdem die vielen Wiederholungsbesucher:innen im Nationalpark (NPV Hainich, 2019, S. 68). Für 95 % der Gäste sind Urlaub und Freizeit die entscheidenden Gründe, in die Region zu reisen. Daneben sind die Naturerlebnisse, der Baumkronenpfad und das Wandern im Hainich weitere zentrale Anziehungspunkte. Bei den im Nationalpark ausgeübten Aktivitäten dominiert das Wandern mit 45 %. Dabei möchte die Natur beobachtet und genossen sowie Spaziergänge unternommen werden (NPV Hainich, 2019, S. 45). Das UNESCO-Weltnaturerbe spielt dabei für 38 % der Gäste keine Rolle (NPV Hainich, 2019, S. 47).

4.1.2. Der Nationalpark Hainich als Wildnisgebiet und Urwald

Der Nationalpark Hainich besteht aus urwaldartigen Waldbeständen (Großmann, Klaus & Stephan, 2014, S. 70), welche durch einen hohen Anteil an Totholz gekennzeichnet sind

(Großmann, Klaus & Stephan, 2014, S. 74). Alleinstellungsmerkmale bilden die zusammenhängenden Buchenwälder mit hohen Beständen an Frühblühern und großem Baumartenreichtum (Großmann, Klaus & Stephan, 2014, S. 20). Die Ausprägung der Wälder gleicht der in typischen Buchenwäldern (Großmann, Klaus & Stephan, 2014, S. 34). Sie können als Wälder bezeichnet werden, „wie sie von Natur aus in Mitteleuropa ohne Einfluss des Menschen großflächig auftreten würden“ (Großmann, Klaus & Stephan, 2014, S. 34). Bis sich Bestände wie in echten, ursprünglichen Buchenwäldern einstellen, wird es aber dennoch ein paar Jahrzehnte dauern (Großmann, Klaus & Stephan, 2014, S. 81). In einigen Jahrhunderten werden dann kaum mehr Unterschiede des Nationalparkwaldes zu einem echten Urwald erkennbar sein. Die Bezeichnung und der Slogan „Urwald mitten in Deutschland“, mit welchem der Nationalpark wirbt, kann daher durchaus als gerechtfertigt betrachtet werden (Großmann, Klaus & Stephan, 2014, S. 34).

Das Gebiet trägt eine besondere Verantwortung für den Erhalt von holzbewohnenden und streuzersetzenden Pilzen. Dies gilt vor allem für diejenigen Pilzarten, welche nur in Gebieten mit hohem Totholzanteil vorkommen und dadurch sehr selten geworden sind. Sie stehen zum Teil mit auf der Roten Liste und kommen thüringen- und/oder deutschlandweit nur im Nationalpark Hainich vor (Großmann, Klaus & Stephan, 2014, S. 70). Das Totholz bietet einen sehr wichtigen und seltenen Lebensraum für viele (bedrohte) Arten und stellt ein wesentliches Merkmal sowie Strukturelement im Schutzgebiet dar (Großmann, Klaus & Stephan, 2014, S. 74). Durch die langjährige militärische Nutzung als Übungsplatz, fand in großen Waldflächen über einen längeren Zeitraum keinerlei Nutzung oder Betretung statt. Als Folge konnte sich eine ungestörte Entwicklung in weiten Bereichen des heutigen Nationalparks einstellen (Leyh, 2014, S. 7). Es herrscht mit 29 natürlich vorkommenden Laubbaumarten eine seltene Baumartenvielfalt, naturferne Bestände sind mit ca. 2,5 % nur zu einem sehr geringen Anteil zu finden (Großmann, Klaus & Stephan, 2014, S. 34). Aufgrund dieser besonderen Merkmale kann der Nationalpark Hainich als ein „sich entwickelndes Wildnisgebiet“ und „Urwald von morgen“ betitelt werden.

4.1.3. (Wildnis-)Tourismus und Wildnisangebote im Nationalpark Hainich

Der Nationalpark Hainich dient als „touristisches Aushängeschild“ für ganz Thüringen (NPV Hainich, 2019, S. 10) und ist durch eine sanfte touristische Nutzung gekennzeichnet (Leyh, 2014, S. 7). Dabei ist „die Kombination von ursprünglicher Natur mit interessanten Infrastruktureinrichtungen, die die Erlebarkeit des Naturgenusses aus verschiedenen Perspektiven fördern, [...] eine ideale Form zur Stärkung der Attraktivität der Region“ (Moder, 2007, S. 98).

Der primäre Fokus des Tourismus im Nationalpark liegt auf der Bereitstellung einzigartiger Naturerlebnisse, die durch den zusätzlichen Auftrag der Umweltbildung ergänzt werden. Die Besucher:innen finden Wildnis, Natur pur, erholsame Ruhe, einsame Wanderwege,

Baumriesen, weite Blicke und ein unzerschnittenes Laubwaldgebiet vor. Dabei wird mit dem bewussten Erleben der vier Jahreszeiten geworben.

Bereits 1996 wurde das Informationszentrum Hainich in Bad Langensalza eingerichtet (Großmann, Klaus & Stephan, 2014, S. 33) und 2006 das Urwald-Life-Camp eröffnet (NPV Hainich, 2019, S. 12). Dieses dient als Jugendherberge für einen „naturnahen und bildungsorientierten Aufenthalt für Reisegruppen jeden Alters“ (Großmann, Klaus & Stephan, 2014, S. 123) und liegt an der Nationalparkgrenze, im angrenzenden Naturpark Eichsfeld-Hainich-Werratal. Direkt daneben befindet sich eine weitere Nationalparkinformationsstelle (Großmann, Klaus & Stephan, 2014, S. 123).

Der Nationalpark umfasst auf 120 km Länge insgesamt 17 Wanderwege und Erlebnispfade, bei welchen es sich überwiegend um Rundwanderwege handelt (Großmann, Klaus & Stephan, 2014, S. 114). Neben den Erlebnispfaden sind weitere Erlebniseinrichtungen wie der Waldspielplatz „Wildkatzenkinderwald“, die Umweltbildungsstation und das Grüne Klassenzimmer, welches die Umweltbildungsstation mit dem Nationalpark verbindet, vorhanden (Großmann, Klaus & Stephan, 2014, S. 120). Zudem werden Führungen und Aktivitäten durch Mitarbeiter:innen der Nationalparkverwaltung und ehrenamtliche Nationalparkführer:innen angeboten. Dabei können z. B. die Wildnistouren, die von den Ranger:innen geleitet werden oder auch Fachexkursionen zu bestimmten Themen gebucht werden (Leyh, 2014, S. 69).

Der im Jahr 2005 eröffnete Baumkronenpfad (Großmann, Klaus & Stephan, 2014, S. 10) bildet die „zentrale Anlaufstelle für Besucher des Nationalparks“ (NPV Hainich, 2019, S. 13) und hat eine große Bedeutung als Ankerattraktion (NPV Hainich, 2019, S. 32). Im Gründungsjahr umfasste dieser eine Länge von 310 m, im Jahr 2009 wurde er auf eine Länge von 530 m erweitert (NPV Hainich, 2019, S. 12). In 10 bis 24 m Höhe wird den Besucher:innen das Erleben und Kennenlernen des Urwalds aus einer anderen Perspektive ermöglicht (Leyh, 2014, S. 52). Dabei werden die Informationen mit einer Mischung aus Natur, Kunst, Wissen, Spiel, abenteuerlicher Höhe und greifbarer Nähe vermittelt (Leyh, 2014, S. 55). Das Motto des Umweltbildungskonzepts für den Pfad lautet „Urwaldbaumkronen – der vielfältigste Lebensraum der Erde“ (Großmann, Klaus & Stephan, 2014, S. 127). Dieser soll bei den Gästen durch den Perspektivenwechsel das Interesse an den Naturprozessen und deren Bedeutung wecken. Zwischen 2005 und 2017 besuchten 2,5 Mio. Gäste den Baumkronenpfad, was der Hälfte aller Besucher:innen in den ersten 20 Jahren entspricht. Allein im Jahr 2017 konnten 160.000 Tourist:innen auf dem Baumkronenpfad gezählt werden (NPV Hainich, 2019, S. 13). Anhand der steigenden Besucherzahlen nach Eröffnung des Pfads ist der große Gewinn für die touristische Entwicklung und die Umweltbildungsarbeit des Nationalparks deutlich zu erkennen (Großmann, Klaus & Stephan, 2014, S. 127).

Neben des Baumkronenpfads, stellt das Wildkatzenendorf Hütscheroda, welches 2012 eröffnet wurde, die zweite Hauptanlaufstelle für Besucher:innen im Nationalpark dar. Im Jahr 2017 konnten hier 28.700 Gäste gezählt werden (NPV Hainich, 2019, S. 13). Das

Wildkatzenhof bietet Erlebnisse mit echten Wildkatzen, welche in einem naturnahen Gehege untergebracht sind (Großmann, Klaus & Stephan, 2014, S. 128). Ergänzend dazu ermöglicht der 7 km lange Wildkatzenpfad eine vertiefende Erkundung des natürlichen Lebensraums der Katze (Großmann, Klaus & Stephan, 2014, S. 129).

Ein weiteres Angebot des Wildnistourismus ist das Wildniscamp. Dieses findet zwei Mal im Jahr, während der Sommerferien, statt. Es umfasst vier Tage und richtet sich an Kinder von neun bis fünfzehn Jahren. Die Teilnehmeranzahl liegt zwischen sechs und fünfzehn Kindern und die Kosten belaufen sich auf 120 € pro Kind. Primär geht es darum, die Wildnis sowie den Urwald zu erleben. Dies wird auf unterschiedliche Art und Weise ermöglicht. Das Camp umfasst beispielsweise das Schlafen unter freiem Himmel, das Erleben des Waldes während einer Nachtwanderung oder das Kochen auf offenem Feuer. Dabei liegen die Themenschwerpunkte auf Nachhaltigkeit und Umweltschutz, welche den Kindern sowohl in der Theorie als auch in der Praxis näher gebracht werden (Nationalpark Hainich, 2023).

Der Nationalpark bietet verschiedenen Zielgruppen vielfältige Möglichkeiten, den Urwald besser kennenzulernen. Dazu gehören der Urwaldpfad als Lehrpfad sowie der Pfad der Begegnung, der Wildkatzenpfad und der Welterbepfad. Letzterer ist einer der vier Thüringer Urwaldpfade im Nationalpark. Dieser beginnt an der Jugendherberge und leitet die Besucher:innen auf einem Rundweg von 1,6 km Länge durch naturbelassene Wälder des Nationalparks. Informationen zu den wertvollen Buchenwäldern im Gebiet und der Entwicklung von Urwäldern werden durch zehn Informationsschilder entlang des Weges bereitgestellt (NPV Hainich, 2021). Der Rundweg ermöglicht ein abenteuerliches Eintauchen in die Natur, das Entdecken von Ruhe und Stille sowie das Erleben eigener Naturerfahrungen (Großmann, Klaus & Stephan, 2014, S. 123).

Speziell für Kinder wurde ein Urwald-Malheft entwickelt. Dieses enthält Geschichten über die Bewohnenden des Hainich-Urwalds und vermittelt den Kindern auf spielerische Weise Wissen über die Welterbegebiete Europas. Ein Europaposter dient der Veranschaulichung aller europaweiten Welterbegebiete. Die Hefte werden in Patenwaldschulen, Kindergärten und öffentlichen Informationsstellen verteilt, um das Bewusstsein für die Bedeutung und Schönheit der Natur bei den Kindern zu fördern (Nationalpark Hainich, 2021).

Zur Erreichung älterer Kinder und Schulklassen wurde das UrwaldMobil eingerichtet. Dabei handelt es sich um einen umgebauten Kleintransporter, der spezielle Urwalderfahrungen und umfassende Informationen über das Weltnaturerbe bietet. Das UrwaldMobil besucht regelmäßig Schulen in Thüringen und dient als „Ausgangspunkt für spannende und handlungsorientierte Bildungsprogramme“ (Nationalpark Hainich, 2022). Das vorrangige Ziel besteht darin, bei den Schüler:innen ein Bewusstsein für den Umgang mit der Natur und der Umwelt zu schaffen. Dies wird erreicht, indem sie aktiv in die Entwicklung nachhaltiger und zukunftsorientierter Ideen mit einbezogen werden. Zu diesem Zweck wurden drei unterschiedliche, auf

das jeweilige Alter abgestimmte, Programme erarbeitet. Empfehlung seitens des Nationalparks ist dazu ein zweiter Bildungstag im Schutzgebiet vor Ort. Dieser ermöglicht den Kindern, das Gebiet mit eigenen Augen zu sehen und den naturnahen Wald zu erleben. Insgesamt findet das kostenlose Angebot in den Schulen hohen Anklang (Nationalpark Hainich, 2022).

Weitere Angebote, welche auf dem Konzept der Bildung für nachhaltige Entwicklung basieren, sind die Erlebnistage und Projekttag für Schulklassen. Die unterschiedlichen Themen der Erlebniswanderungen sind beispielweise „Urwald-Detektive“, „Spurensuche im wilden Wald“, „Urwald-Expedition“ oder „Exkursion Mensch und Wildnis“. Sie richten sich an Kinder und Jugendliche von der Vorschule bis zur 12. Klasse. Die allgemeinen Informationen (z. B. der Name des Programms, die dafür vorgesehene Klassenstufe oder die voraussichtliche Dauer der Erlebniswanderung) sind auf einen Blick in einer übersichtlichen Tabelle auf der Nationalpark-Homepage dargestellt. Genauere Angaben und Beschreibungen werden bei den konkreten Touren gelistet (NPV Hainich, o. A.c). Als Beispiel wird die Erlebniswanderung „Exkursion Mensch und Wildnis“ konkreter beschrieben. Diese richtet sich an die neunte bis zwölfte Klasse und hat eine Dauer von ca. 4,5 Stunden. Im Vordergrund steht dabei das Thema „Wildnis“ und dessen Bedeutung für Buchenwälder, Deutschland und die Welt. Zudem wird die Notwendigkeit von Wildnis und die persönliche Sicht auf den Begriff näher betrachtet und behandelt (NPV Hainich, o. A.b). Die Anmeldung für die verschiedenen Programme erfolgt über die offizielle Website des Nationalparks. Dort haben die Interessierten die Möglichkeit, die gewünschte Exkursion auszuwählen und alle relevanten Angaben zu hinterlegen. Dazu gehören unter anderem die Klassenstufe, die Anzahl der Teilnehmer:innen sowie die Kontaktdaten der Ansprechperson. Zusätzlich können auch bevorzugte Termine ausgewählt werden, um die Planung und Koordination zu erleichtern (NPV Hainich, o. A.a).

Die gesamten Angebote des Nationalparks Hainich können zusammenfassend wie folgt aufgelistet werden: Nationalpark-Informationen (u. a. auch über das Nationalparkzentrum), Schülerführungen, Führungen durch Ranger:innen und Nationalparkführer:innen, Mitmach-Veranstaltungen, Fachexkursionen sowie Erleben und Lernen an der Umweltbildungsstation (NPV Hainich, 2019, S. 14).

4.2. Nationalpark Kalkalpen

Der Nationalpark Kalkalpen wurde 1997 mit 16.509 ha gegründet (Kepplinger, 2022, S. 2). Er liegt im Süden Oberösterreichs und umfasst Teile des Sengsengebirges und des Reichraminger Hintergebirges (Hohenester, o. A.). Das Sengsengebirge ist wald- und wasserarm und geprägt von Karstlandschaften. Quellen sind hier nur in Talnähe zu finden. Das Reichraminger Hintergebirge dagegen ist geologisch sehr divers, umfasst viele Quellen und Bäche sowie Schluchten und Gräben. Die zwei auffälligsten Merkmale hier sind die Waldwildnis und das

Wasser (Hohenester, o. A.). Diese geologischen Bedingungen dienen als Basis für die hohe biologische Vielfalt im Gebiet (Pözl, 2015, S. 2).

Nach weiteren zwei Flächenerweiterungen in den Jahren 2002 und 2008 erstreckt sich der Nationalpark über 20.850 ha (Kepplinger, 2022, S. 2). Damit ist er der zweitgrößte Nationalpark und das größte zusammenhängende Waldgebiet Österreichs (Geyer, 2017). Von den 20.850 ha Nationalparkfläche, nehmen auf 5.250 ha alte Buchenwälder Fläche ein (Nationalparks Austria, o. A.). Für diese erhielt das Schutzgebiet im Jahr 2017 die Anerkennung als UNESCO-Weltnaturerbe und wurde in seiner Rolle als „Wald-Nationalpark Österreichs“ (Kepplinger, 2022, S. 2) bestärkt. Insgesamt ist der Nationalpark zu 81 % mit Wald bedeckt und liegt mit ca. 90 % in der montanen Region (Hohenester, o. A.). Das Gebiet liegt zwischen 380 und 1.964 m ü. NN (Pözl, 2015, S. 2).

Die leitende Vision des Nationalparks lautet: „Der Nationalpark Kalkalpen schützt dynamische Wildnis, artenreiche Lebensräume und naturnahe Kulturlandschaften“ (NP Kalkalpen, 2015, S. 3). Das Ziel ist die Rückkehr zur Waldwildnis und der Erhalt der biologischen Vielfalt (Pözl, 2015, S. 1). Es wird eine natürliche Entwicklung gewährleistet, sodass beispielsweise nach Sturmschäden kein Eingreifen durch den Menschen stattfindet. „Wildnis ist das langfristig rechtlich sichergestellte Leitziel des Nationalparks“ (Pözl, 2015, S. 1) und wird bereits auf 75 % der Fläche ermöglicht (Pözl, 2015, S. 1).

Große Flächen des heutigen Nationalparks wurden anstatt von natürlich vorkommenden Laubmischwäldern, jahrhundertlang von großflächigen Fichtenbeständen dominiert. Seit der Nationalparkgründung wird eine natürliche Entwicklung ermöglicht. Vor allem in den letzten Jahren wurde der Nationalpark aufgrund des massiven Fichtensterbens durch den Borkenkäfer wieder natürlicher und die Wildnis konnte verstärkt zurückkehren. Naturkatastrophen wie diese führen automatisch und auf natürliche Weise zu mehr Wildnis (Hohenester, o. A.).

4.2.1. Besucherzahlen und ökonomische Bedeutung des Tourismus

Jährlich besuchen über 300.000 Besucher:innen den Nationalpark Kalkalpen (NP Kalkalpen, 2015, S. 3). Über die Jahre wiesen die Besucherzahlen im Nationalpark eine deutliche Entwicklung auf. Im Jahr 1997 wurden ca. 150.000 Besuchende gezählt, bis 2022 stieg diese Zahl auf 210.000 und bis 2010 wurden bereits 310.000 erreicht. Besonders bei den Angeboten konnte ein starkes Wachstum an Teilnehmenden beobachtet werden. Im Jahr 1997 nahmen rund 10.000 Personen an den Programmen teil, bis 2002 verdoppelte sich diese Zahl auf über 25.000. Acht Jahre später, im Jahr 2010, konnten 107.000 Gäste verzeichnet werden, die an vielfältigen Veranstaltungen des Nationalparks teilnahmen (NP Kalkalpen, 2015, S. 5).

Im Jahr 2021 wurden 386 Gruppen mit einer Gesamtzahl von 4.758 Personen bei verschiedenen Bildungs- und Erlebnisveranstaltungen im Nationalpark registriert. Diese Veranstaltungen umfassten geführte Ranger-Touren, Mehrtagesangebote, informative Präsentationen und fachspezifische Vorträge. Der größte Anteil von 3.337 Personen nahm an den

Bildungsveranstaltungen teil, 900 Personen an Fachveranstaltungen, 271 Personen an Naturerlebnisangeboten mit Tieren und 250 Personen an Spezialangeboten. Bei der Betrachtung dieser Zahlen muss jedoch berücksichtigt werden, dass im Jahr 2021 aufgrund der Corona-Pandemie noch bis Mai Lockdown herrschte und die Angebote von Ende Mai bis November mit beschränkten Teilnehmerzahlen durchgeführt werden mussten (NP Kalkalpen, 2021, S. 39). Die 4-Tages-Welterbe Tour, welche zusammen mit dem Wildnisgebiet Dürrenstein-Lassingtal durchgeführt wird, war sowohl im Mai als auch im Juni 2021 ausgebucht (NP Kalkalpen, 2021, S. 29).

Eine Online-Besucherumfrage aus dem Jahr 2021 zeigte, dass heute der Großteil der Besucher:innen das UNESCO-Weltnaturerbe individuell oder durch geführte Ranger-Touren erleben möchte. Das Kennenlernen des Gebiets mit Hilfe von Filmen und Ausstellungen sowie Vorträgen ist am wenigsten gefragt (NP Kalkalpen, 2021, S. 29).

4.2.2. Der Nationalpark Kalkalpen als Wildnisgebiet

Das Schutzgebiet stellt die größte unbesiedelte Waldfläche der Nordalpen dar (Hohenester, o. A.). Nach Kepplinger (2022, S. 2) kann dieses als einzigartiges Waldwildnisgebiet gut beschrieben werden. Die Besonderheit liegt in den 32 verschiedenen Waldbiototypen ("Grüne Waldwildnis - Unser Weltnaturerbe Buchenwald", 2023, S. 26). Diese reichen von den Tallagen bis zur Waldgrenze in der alpinen Region (Hohenester, o. A.). Die Vielfalt des Baumbestandes ist europaweit einzigartig (Geyer, 2017). Dadurch besteht eine hohe Anzahl an unterschiedlichsten Lebensräumen, welche sich durch verschiedene Baumarten sowie durch die variierende Lage, Wasserverfügbarkeit und das Landschaftsrelief auszeichnen. Konkret sind dies z. B. Fichten-Tannen-Buchenwälder, Grauerlen-Auwälder, Schneeheide-Kiefernwälder, Fichtenmoorwälder und subalpine Lärchen- oder Hangschluchtwälder. Die Hälfte der vorkommenden Waldtypen wird als „gefährdet“ auf der Roten Liste eingestuft. Die vollständige Abkehr der Forstwirtschaft im gesamten Nationalpark eröffnet Raum für eine ungestörte, natürliche Waldentwicklung. Das dadurch entstehende Totholz dient als wichtiger Lebensraum für seltene Tier- und Pflanzenarten ("Grüne Waldwildnis - Unser Weltnaturerbe Buchenwald", 2023, S. 26). Die Buchenwälder treten dabei als unterschiedliche Buchenwaldgesellschaften auf ("Grüne Waldwildnis - Unser Weltnaturerbe Buchenwald", 2023, S. 27). Im Nationalpark steht mit 523 Jahren die älteste Buche im ganzen Alpenraum (Hohenester, o. A.).

Die Flora umfasst eine Vielzahl seltener Orchideen, Farne, Moose und Gräser. Die Fauna ist ebenso vielfältig und umfasst Arten wie Auer-, Birk- und Haselhühner, Rotwild, Steinadler, Wanderfalken sowie ca. 1.500 Schmetterlingsarten (Geyer, 2017). Zudem beherbergt der Nationalpark die einzige Luchspopulation in ganz Österreich (Nationalparks Austria, o. A.). Das erste Tier kam ursprünglich auf natürliche Art und Weise in das Gebiet. Im Jahr 2017 war das Schutzgebiet Heimat von insgesamt sechs Luchsen (Geyer, 2017).

Der Nationalpark Kalkalpen umfasst sechs bis acht Urwaldverdachtsflächen mit insgesamt ca. 120 ha. Auf diesen finden sowohl aktuell als auch in der Vergangenheit keinerlei wirtschaftliche Nutzungen statt. Diese seltenen und wertvollen Flächen dienen als Nachweis für eine jahrhundertlange natürliche Entwicklung ohne Eingriffe des Menschen. Neben den Urwaldverdachtsflächen wurden 13 im Nationalpark vorkommende Urwaldreliktarten (z. B. der Weißrückenspecht) nachgewiesen (Hohenester, o. A.). Für diese Besonderheiten und für die 13.000 ha Wildnis erhielt das Schutzgebiet das Wildnis-Diplom in Platin, welches von der European Wilderness Society verliehen wird. Ein wichtiges Kriterium ist dabei die konsequente Umsetzung des Prozessschutzes (Pölz, 2015, S. 1).

Folgende weitere Indikatoren verdeutlichen die Wildnisentwicklung im Nationalpark Kalkalpen. Es existieren alte Wälder, welche zu 51 % über 160 Jahre alt sind, zu 26 % als „sehr natürlich“ und 50 % als „naturnah“ eingestuft werden. Die Entwicklung der Totholzmenge im Nationalpark nahm zwischen den Jahren 1998 und 2012 von 15 auf 32 m³/ha zu und förderte das Vorkommen seltener Arten (z. B. Spechte, Eulen, Schmetterlinge, Fledermäuse, Pilze, Flechten, Moose oder Käfer) und trug maßgeblich zur Wildnisentwicklung bei (Pölz, 2015, S. 1). Eine weitere Besonderheit spielen die 21 nachgewiesenen Urwald-Relikt-Käferarten, welche deutlich auf die vorhandene Wildnis und Unberührtheit des Gebietes hinweisen (Pölz, 2015, S. 2).

Um Besucher:innen und Interessierten zu Hause Zugang zu diesen Besonderheiten zu ermöglichen, kann auf der Homepage des Nationalparks das „Tagebuch der Wildnis“ aufgerufen werden. Hier findet eine Dokumentation über sichtbare und natürliche Entwicklungen statt, die durch die Darstellung von Informationen (z. B. besondere Funde) als Beleg für vorhandene und sich entwickelnde Wildnis dient. Die Tagebucheinträge beginnen im Jahr der Eröffnung und reichen bis zum heutigen Zeitpunkt. Beispielsweise sind Informationen über den Erstdnachweis eines Baumschläfers oder über den Fund der ältesten Buche im Urwaldrestbestand dokumentiert (NP Kalkalpen, o. A.).

4.2.3. (Wildnis-)Tourismus und Wildnisangebote im Nationalpark Kalkalpen

Der Nationalpark Kalkalpen bietet eine „einmalige Gelegenheit, die Rückkehr der Waldwildnis hautnah mitzerleben, Wildtiere in ihrem natürlichen Lebensraum zu beobachten und die Bedeutung biologischer Vielfalt zu erfahren“ (Stückler, 2020, S. 9). Die Zielgruppen, welche angesprochen werden sind hauptsächlich Schulklassen (Kinder und Jugendliche), naturinteressierte Erwachsene (Einheimische, Ausflugs Gäste, Tourist:innen), Familien, Fachgruppen, Multiplikator:innen und Vereine sowie Unternehmen (Stückler, 2020, S. 5). Der Schwerpunkt der Angebote liegt auf der Informationszielsetzung. Das bedeutet, Verständnis über den Prozess und die Entwicklung der Wildnis im Nationalpark zu schaffen (Stückler, 2020, S. 8). Die Hauptbereiche der Bildungsangebote im Gebiet sind folgende: Natur entdecken, Wildtiere erleben, Almen genießen, Wildnis spüren, Schulprogramme sowie Fachveranstaltungen (Stückler, 2020,

5f.). Dabei wird die Aufmerksamkeit der Besucher:innen auf das Unscheinbare und auf die Bedeutung des Verborgenen gelenkt, sodass das bewusste Wahrnehmen und Entdecken der Waldwildnis in den Vordergrund rückt. Die Programme werden ausschließlich von zertifizierten Ranger:innen durchgeführt, welche seit 2010 einheitlich in Österreich ausgebildet werden (Stückler, 2020, S. 6). Ziel dabei ist eine „regelmäßige Durchführung von Veranstaltungen zu Wildniswissen und Wildnisvermittlung“ (Stückler, 2020, S. 13), wobei die persönlichen Erlebnisse mit den Wildnisangeboten einhergehen (Stückler, 2020, S. 13).

Im Nationalpark Besucherzentrum Ennstal kann die Ausstellung „Wunderwelt Waldwildnis“ besucht werden. Diese bietet umfassende Informationen rund um den Wald, die Bäume und die Waldwildnis. Im Waldkino wird der Naturfilm „Am Weg zur Waldwildnis“ gezeigt, der die faszinierende Naturdynamik darstellt. Zudem ermöglicht die Erlebnisbox „Wildnis im Boden“ den Gästen tiefer in die Welt unterhalb des Bodens einzutauchen (NP Kalkalpen, 2022, S. 34). Die Nationalpark Lodge Villa Sonwend dient für ein- und mehrtägige Seminare und Workshops sowie als zentrale Anlaufstelle für Buchungen und als Ausgangspunkt für sämtliche Touren im Nationalpark (NP Kalkalpen, 2022, S. 32).

Insgesamt befinden sich im Schutzgebiet 150 km Forststraßen, 140 km Mountainbikewege, 80 km Reitwege, 200 km Wanderwege, sechs Themenwege, zwei Biwakplätze, acht Infohütten & -plätze, zehn Toiletten, 120 Infoboxen und vier Wildfütterungen (NP Kalkalpen, 2015, S. 5). Zudem sind im Nationalpark zwei Biwakplätze vorhanden, welche mit Toilettenanlagen, Feuerstellen und Brennholz ausgestattet sind (NP Kalkalpen, 2021, S. 26).

Im Nationalpark Kalkalpen werden Angebote im Wildnistourismus überwiegend unter dem Teilbereich „Wildnis spüren“ zusammengefasst. Die unterschiedlichen Angebote werden im Folgenden näher beschrieben und dargestellt.

Um das vorrangige Nationalparkziel - Wildnis verstehen und spüren zu lassen - umzusetzen, werden zahlreiche Wanderungen in die Wildnis angeboten. Diese werden von einem oder einer Ranger:in durchgeführt und folgen dem Leitsystem zur Besucherlenkung. Dadurch wird der Schutz sensibler Natur- und Wildruhegebiete gewährleistet (Hohenester, o. A.). Die Führung „Am Weg zur Waldwildnis“ ermöglicht Einblicke in die Urwaldentstehung und findet sechs Mal zwischen den Monaten Mai und Oktober statt. Die Nationalpark-Durchquerungen bieten intensive Naturbegegnungen auf Mehrtagestouren (zwei oder drei Tage), auf welchen die Wildnis entdeckt und Wissen über die Waldgeschichte sowie über Flora und Fauna vermittelt wird. Die Route verläuft dabei über einsame Steige, Wanderwege, Schluchten und Gipfel. Während dieser Touren wird in Almen oder Hütten genächtigt. Dieses Angebot findet mit max. 15 Personen drei Mal zwischen Mai und September statt. Die Kosten belaufen sich bei drei Tagen auf 229 € pro Person inkl. Transfer vor Ort, exkl. Verpflegung und Nächtigung (NP Kalkalpen, 2022, S. 22). Weitere angebotene, geführte Wanderungen sind die Welterbe-Touren im Nationalpark. Diese finden in vier unterschiedlichen Gebieten, jeweils ein bis fünf Mal

zwischen Mai und Oktober statt. Der Schwerpunkt bei den Wanderungen liegt auf den wertvollen, alten Buchenwäldern im gesamten Gebiet und deren europaweite Bedeutung (NP Kalkalpen, 2022, 23f.). Die reine Gehzeit variiert dabei zwischen 2,5 und 6 Stunden (NP Kalkalpen, 2022, S. 22–24). Das Nationalpark-Pilgern ist eine 4-Tagestour, welche einmal im Juni stattfindet. Die Teilnehmer:innen begeben sich auf den Klosterweg zwischen dem Nationalpark Kalkalpen und dem Nationalpark Gesäuse. Dabei sind sie der Ur-Natur auf der Spur, tauchen ein in die Stille und Weite der Natur und nutzen den Wald als Kraftquelle. Übernachtet wird dabei in Berghütten. Erwachsene zahlen hierfür 260 €, exkl. Nächtigung, Verpflegung und Transfer vor Ort. Die maximale Größe der Gruppe umfasst auch hier 15 Personen (NP Kalkalpen, 2022, S. 26). Eine weitere mehrtägige angebotene Wanderung ist die „Reise in vergessene Wälder“ (NP Kalkalpen, 2022, S. 27). Diese Tour findet in Kooperation mit dem Wildnisgebiet Dürrenstein-Lassingtal statt. Dabei finden sowohl Exkursionen im Nationalpark Kalkalpen als auch im Wildnisgebiet statt. Die Teilnehmer:innen erhalten die Gelegenheit beide Schutzgebiete zu erkunden und vier Tage lang ursprüngliche Wildnis zu erleben. Inklusive Verpflegung und Bustransfer in das zweite Schutzgebiet kostet das Angebot 410 € pro Person und wird mit max. 20 Personen durchgeführt (NP Kalkalpen, 2022, S. 27).

Neben den geführten Wanderungen durch den Nationalpark Kalkalpen, wird auch Wald-Yoga und Waldbaden angeboten. Beim Wald-Yoga liegt der Schwerpunkt auf der Entspannung in der Wildnis. Die Einheiten werden im Steyrtal, Ennstal und im Windischfarstner Tal angeboten und finden insgesamt fünf Mal zwischen Mai und September statt (NP Kalkalpen, 2022, S. 25). Das Waldbaden dient zum Auftanken in der Waldwildnis, wobei die Verbindung des Waldes und dessen gesundheitliche Wirkung im Vordergrund stehen. Dabei werden Achtsamkeits- und Selbsterfahrungsübungen für Körper, Geist und Seele durchgeführt. Das Angebot findet mit max. 15 Personen insgesamt drei Mal zwischen Juni und Oktober, jeweils von 9-14 Uhr statt (NP Kalkalpen, 2022, S. 26).

Unter dem Teilbereich „Wildtiere erleben“ fallen Angebote und Führungen, die sich speziell auf Tierarten wie den Birkhahn, das Rotwild, den Hirsch, die Tagfalter oder die Alm- und Waldsänger beziehen (NP Kalkalpen, 2022, S. 9–12).

Das WildnisCamp befindet sich in einem ehemaligen Jagdhaus, welches 2008 zur energieautarken Bildungsstätte umgebaut wurde und nur zu Fuß erreicht werden kann. Von Mai bis Oktober finden dort mehrtägige Besucherangebote und Seminare sowie Abenteuer für Kinder und Jugendliche statt. Das Camp kann von Familien und Firmen für individuelle Angebote gebucht werden. Dabei ist ein vielfältiges Programmangebot vorhanden, welches wildnis- und naturpädagogische Angebote umfasst. Im Vordergrund steht der Respekt und die Wertschätzung der Natur (NP Kalkalpen, 2021, S. 39).

4.3. *Wildnisgebiet Dürrenstein-Lassingtal*

Das Wildnisgebiet Dürrenstein-Lassingtal wurde im Jahr 2001 mit einer Fläche von 1.151 ha gegründet (SWDL, 2023a, S. 22). Es liegt im Südwesten Niederösterreichs sowie im Norden der Obersteiermark und reicht von 600 m ü. NN bis 1.878 m ü. NN (SWDL, 2023b, S. 1). Nach mehrmaligen Erweiterungen, umfasst das Gebiet seit 2021 eine Gesamtfläche von 7.000 ha (SWDL, 2023a, S. 11). Dabei änderte sich die Bezeichnung vom vorherigen „Wildnisgebiet Dürrenstein“ zu „Wildnisgebiet Dürrenstein-Lassingtal“. Ziel des Gebiets ist die „dauerhafte Sicherung [...] als Wildnisgebiet“ (SWDL, 2023a, S. 10). Dabei soll kein aktives Management mehr stattfinden und die Flächen ohne jegliche menschlichen Eingriffe sich selbst überlassen werden. Um dies zu erreichen und einen naturnahen Zustand zu sichern, werden die Managementmaßnahmen nach und nach reduziert, bis ein gänzlicher Verzicht möglich ist (SWDL, 2023a, S. 21).

Das Wildnisgebiet Dürrenstein-Lassingtal ist das erste und das einzige Schutzgebiet in Österreich (SWDL, 2023b, S. 1), welches bereits im Jahr 2002 durch die IUCN als Kategorie Ia (strenges Naturreservat) und Ib (Wildnisgebiet) ausgezeichnet wurde (SWDL, 2023a, S. 11). Zudem erfolgte im Jahr 2017 die Aufnahme des Wildnisgebiets in das UNESCO Weltkulturerbe (SUWWD, o. A., S. 4). Insgesamt wurden 7.120 ha Buchenwälder als UNESCO Weltkulturerbe in Österreich aufgenommen, wovon (Stand März 2022) ca. die Hälfte der Fläche im niederösterreichischen Teil des heutigen Wildnisgebiets liegt. In dem Gebiet überwiegen Fichten-Tannen-Buchenwälder, z. T. subalpine Fichtenwälder, Latschengürtel und flussbegleitende Ufervegetationen (SWDL, 2023a, S. 24).

Als weitere Aufgabe der Schutzgebietsverwaltung gilt die Beantragung der Anerkennung der IUCN-Kategorie Ib für die Erweiterungsflächen sowie die Nominierung und Anerkennung für das UNESCO Weltkulturerbe (SWDL, 2023a, S. 11). Die Beantragung zur Anerkennung als UNESCO Weltkulturerbe wurde bereits übermittelt (SWDL, 2023a, S. 44).

4.3.1. *Besucherzahlen und ökonomische Bedeutung des Tourismus*

Das Schutzgebiet zieht jährlich rund 15.000 Besucher:innen an, was einen großen regionalwirtschaftlichen Effekt mit sich bringt und für die umliegende Region von großer Bedeutung ist (Leditznig, 2015, S. 15). In den vergangenen Jahren zeichnete sich zudem ein konstantes Wachstum der Besuchenden an teilgenommenen Führungen ab. So waren es im Jahr 2007 noch 59 Führungen mit insgesamt 90 Personen, sieben Jahre später schon 129 Führungen mit ca. 2.000 Personen (Leditznig, 2015, S. 3). Insbesondere seit der Eröffnung des Hauses der Wildnis, nahm die Besucheranzahl deutlich zu. Seitdem können dort pro Jahr etwa 25.000 Besucher verzeichnet werden (SWDL, 2023b, S. 3).

4.3.2. *Das Gebiet Dürrenstein-Lassingtal als Wildnisgebiet*

Im Wildnisgebiet unterliegen 80 % der Flächen keinen menschlichen Eingriffen mehr. Auf 20 % des Gebiets in Niederösterreich findet noch aktives Management der Wildwiederkäuer als Bestandsregulation statt. Dazu gelten auf 8 % der Flächen im Lassingtal Weiderechte (SWDL, 2023a, S. 12). Insgesamt können 400 ha als primäre Naturflächen (SWDL, 2023a, S. 14) und 80 % des Gebiets als natürlicher Wald betrachtet werden (SWDL, 2023a, S. 24). Vor allem im Lassingtal sind alte Buchenwälder und der hohe Anteil an Totholz charakterisierend (SWDL, 2023a, S. 14).

Teile des Wildnisgebiets Dürrenstein-Lassingtal stehen bereits seit 1875 unter Schutz (SWDL, 2023b, S. 2). Unter anderem aufgrund des langen Schutzstatus, existiert in diesem Gebiet eine der letzten Urwaldflächen Europas (SUWWD, o. A., S. 8). Diese gilt als „größter primärer Urwald des gesamten Alpenbogens“ (SWDL, 2023a, S. 14) und ist vom Menschen kaum beeinflusst (SWDL, 2023a, S. 14). Der bestehende Urwaldrest „Rothwald“ ist als Teil der strengsten Schutzkategorie der IUCN klassifiziert und kann als Herzstück des gesamten Gebiets betrachtet werden. Aus diesem Grund erfährt er ein besonderes Interesse der Besucher:innen, was einen erhöhten Druck auf diesen sensiblen Lebensraum mit sich bringt. Angesichts der Schutzbedürftigkeit und der geringen Fläche wird nur eine begrenzte und reglementierte Anzahl an Führungen in dieses Gebiet angeboten (Leditznig, 2015, S. 10).

Aufgrund der natürlichen Besonderheiten dient das Wildnisgebiet als wichtiger Lebensraum für viele seltene Arten (SWDL, 2023a, S. 31) und als Referenz- und Vergleichsfläche für die Wissenschaft, Forschung und das für Umweltmonitoring (SWDL, 2023a, S. 13). Insgesamt ist das Wildnisgebiet durch einen geringen Anteil an Infrastruktur gekennzeichnet, welcher v.a. der Besucherbetreuung und -lenkung sowie Arbeiten der Ranger:innen und Wissenschaftler:innen dient. Im gesamten Gebiet existiert eine Forststraße, was die geringe menschliche Beeinträchtigung und Nutzung zusätzlich verdeutlicht (Leditznig, 2015, S. 3).

4.3.3. *(Wildnis-)Tourismus und Wildnisangebote im Wildnisgebiet*

Um eine naturschonende Nutzung des Wildnisgebiets Dürrenstein-Lassingtal zu gewährleisten, findet dessen Öffnung für Besuchende nur in sehr geringem Umfang statt (SWDL, 2023a, S. 35). Die Besucherzone, welche speziell auf die Bedürfnisse der Gäste ausgerichtet ist, umfasst ca. 1 % der Gesamtfläche und liegt an den Randbereichen des Wildnisgebiets. Speziell der Eulen- und Erlebnisweg sowie die Wasserlochklamm dienen neben wenigen anderen als öffentlich zugängliche Wege. Auf diesen soll eine „kontrolliert nachhaltige Nutzung“ (SWDL, 2023a, S. 13) stattfinden. Die Naherholung wird in einer Art und Weise ermöglicht, welche die Flächen in ihrem natürlichen Zustand nicht beeinträchtigt oder gefährdet (SWDL, 2023a, S. 36). Im gesamten Gebiet herrscht ein striktes Wegegebot, an welches sich die Besuchenden halten müssen (Leditznig, 2015, S. 11). Für die starke Besucherlenkung und die Betretungsverbote herrscht seitens der Gäste überwiegend Verständnis (Leditznig, 2015, S. 10).

Markierte Wege sowie das Wegegebot finden daher überwiegend Beachtung (SWDL, 2023a, S. 37).

Aufgrund der geringen Fläche und der strengen Schutzbestimmungen ist es nicht möglich, allen Interessierten einen direkten Zugang zu diesem Gebiet zu gewähren (SUWWD, o. A., S. 4). Um den Besuchenden dennoch die Möglichkeit zu bieten, den Urwald und seine Naturschönheiten zu erfahren, wurde das Haus der Wildnis errichtet und im Mai 2021 eröffnet (SWDL, 2023a, S. 39). Das Motto des Umweltbildungszentrums lautet „Dem Urwald so nah wie noch nie“ (SUWWD, o. A., S. 1). Durch höchst moderne und interaktive Technik, wird den Besuchenden ein Urwalderlebnis direkt im Haus der Wildnis ermöglicht (SUWWD, o. A., S. 6). Mit Hilfe von Augmented Reality, VR-Brillen, 180-Grad-Kino oder einem 6D-Urwald-Erlebnis, können die Gäste den Urwald hautnah kennenlernen und erleben (SUWWD, o. A., S. 8). Insgesamt befindet sich in der Einrichtung eine 700 m² große Ausstellungsfläche, welche Einblicke in Themen wie Wildnis, Urwald oder Netzwerk-Wald bietet (SUWWD, o. A., S. 6). Das Haus der Wildnis gilt als „international anerkanntes Kompetenzzentrum“ (SUWWD, o. A., S. 20). Das Wildnisgebiet selbst beschreibt es als eine „spannende Erlebnisbrücke zwischen dem geschützten Naturraum und interessierten BesucherInnen“ (SUWWD, o. A., S. 8). Es werden sowohl Führungen für Erwachsene als auch für Kinder- und Schulgruppen zu einem Preis von 4 € pro Person angeboten (SUWWD, o. A., 9f.). Bei den Erwachsenenführungen liegt der Schwerpunkt auf der Entwicklung und Geschichte sowie der Einzigartigkeit des Urwaldes (SUWWD, o. A., S. 9). Bei den Führungen für die jüngeren Gäste steht die Wildnis, der Urwald sowie das Netzwerk des Waldlebens im Mittelpunkt. Diese Themen werden spielerisch (z. B. mit Schnitzeljagden, Rollenspielen oder Wissensstationen) gemeinsam erarbeitet. Dabei sind individuelle Anpassungen an die jeweiligen Gruppen möglich (SUWWD, o. A., S. 10). Neben den Führungen werden auch Workshops im Labor „Wald.Wasser.Wildnis“ rund um das Thema Vielfalt der Lebensräume von Flora und Fauna angeboten. Dabei werden Experimente und Spiele sowohl im Labor als auch draußen im Gebiet durchgeführt (SUWWD, o. A., 12f.).

Um den Bildungsauftrag im Wildnisgebiet Dürrenstein-Lassingtal umzusetzen, wird zudem ein jährliches Besucherprogramm veröffentlicht. Darin werden die geführten Exkursionen aufgelistet (SWDL, 2023a, S. 35). Diese finden auf öffentlichen Wegen statt oder werden so geleitet, dass die Auswirkungen auf das Gebiet minimal sind und möglichst wenige Flächen betreffen. Die Exkursionen werden nur von qualifizierten Mitarbeiter:innen der Schutzgebietsverwaltung oder von ausgebildeten und befugten externen Personen durchgeführt. Durch ihr Fachwissen und ihre Erfahrung kann sichergestellt werden, dass die Exkursionen im Einklang mit den Schutzziele des Gebiets durchgeführt werden (SWDL, 2023a, S. 36). Insgesamt werden im Wildnisgebiet 28 unterschiedliche Exkursionen zu Themen wie Geologie, Flora, Eulen, Vogelwelt, Schmetterlingswelt, Nachtfalter oder Giftpflanzen angeboten. (SWDL, 2022, S. 73). Konkret lauten die Namen der Exkursionen z. B. „Das Wildnisgebiet an einem Wochenende“, „Das Lassingtal – Rückkehr in die Wildnis“, „Durchs wilde Büllenbachtal“, „Das Weltnaturerbe

Buchenwälder“ oder „Auf dem Tremlsteig durchs Wildnisgebiet“ (SWDL, 2022, S. 73). Bis auf eine der angebotenen Führungen, finden alle an mindestens zwei Terminen zwischen Mai und Oktober statt (SWDL, 2022, 4f.). Die Kosten belaufen sich auf 42 € - 60 € und ermäßigt auf 25 € - 30 € pro Person für Tagestouren (SWDL, 2022, 16ff.). Im Exkursionsprogramm sind Informationen zur erforderlichen Ausrüstung für die Exkursionen (SWDL, 2022, S. 7), zu Anmelde-möglichkeiten (SWDL, 2022, S. 8), sowie Einzelheiten (z. B. Dauer, Ausgangspunkt und Schwierigkeitsgrad) zu jeder Exkursion aufgeführt (SWDL, 2022, S. 14). Ein zusätzliches Angebot, welches nicht im Programmheft enthalten ist, ist das Welterbe Paket „Eine Reise in vergangene Wälder“. Dieses findet in Kooperation mit dem Nationalpark Kalkalpen statt und wurde bereits im Kapitel 4.2.3. genauer erläutert (SWDL, o. A.b).

Durch weitere geplante Gebietserweiterungen wird es auch Erweiterungen des Programms geben (SWDL, 2023a, S. 35). Im Gebiet des Urwalds Rothwald werden Exkursionen nur an den Rändern und im angrenzenden Lahnwald angeboten. Inhaltliche Schwerpunkte sind dabei der Urwald und dessen Schutz, die Waldentwicklung sowie die dortigen menschlichen Beeinflussungen (SWDL, 2023a, S. 36).

Im Rahmen des Bildungsauftrags werden weitere zusätzliche Angebote bereitgestellt. Die Wissenschaftsreihe „Silva Fera“ beinhaltet wissenschaftliche Nachrichten aus dem Wildnisgebiet und macht wissenschaftliche Ergebnisse und Erkenntnisse für die Öffentlichkeit zugänglich. Daneben gibt es das Informationsmagazin „WildnisNews“. Dieses erscheint drei Mal pro Jahr und enthält Neuigkeiten aus dem Gebiet sowie Artikel zu verschiedenen Themen (Leditznig, 2015, 16f.). Des Weiteren stehen Broschüren und Folder über das Gebiet und das Haus der Wildnis auf der Homepage für die Besucher:innen zum Download zur Verfügung. Für Erwachsene werden außerdem informative Vorträge und Filmveranstaltungen angeboten. Diese sollen in Zukunft auch für Kinder und Jugendliche entwickelt werden (SWDL, 2023a, S. 35). Zudem soll in den kommenden Jahren ein Wildnis-Camp als Unterkunft für Schul- und Bildungsveranstaltungen errichtet werden (SWDL, 2023a, 39f.)

Weitere Angebote, die in Zusammenhang mit der Wildnis stehen, ist ein 3D VR-Rundgang und die Wildnisbibliothek. Der Rundgang kann über die Homepage erreicht werden und bietet eine digitale Exkursion durch den Urwald. Dabei kann der Urwald erkundet, Wildnis verstanden, die Artenvielfalt entdeckt und unterschiedlichen Geschichten gelauscht werden. Auch die Wildnisbibliothek kann über die Homepage aufgerufen werden. Interessierte können dabei mit Hilfe des Entdecker- oder Lesemodus sieben unterschiedliche Bücher über Wildnis, Wälder, Lebewesen und Biodiversität lesen und so neue Erkenntnisse erlangen (SWDL, o. A.a).

5. Ergebnisse

Im folgenden Kapitel werden die Ergebnisse der neun Experteninterviews dargestellt. Diese Ausführung orientiert sich zur besseren Übersicht an dem erstellten Kategoriensystem (siehe Anhang 6). Insgesamt wurden folgende sieben Hauptkategorien festgelegt: Wildnis, Angebote im Wildnistourismus, gezieltes Management des Gebiets, Vernetzung, naturräumliche Ausstattung des Gebiets, Kundenzufriedenheit und politische Rolle.

Die Haupt- und Subkategorien dienen in diesem Kapitel als Haupt- und Zwischenüberschriften. Aufgrund der Vielzahl einzelner Subkategorien und deren Ähnlichkeiten zueinander, werden diese teilweise zusammengefasst und in einem Kapitel beschrieben. Um das Auffinden von direkten Zitaten und entsprechenden Textstellen in den Transkripten zu erleichtern, wird folgende Kennzeichnung verwendet: Kürzel des Interviewpartners/der Interviewpartnerin (IP 1 – IP 9), Zeile (Z.).

5.1. *Persönliche Begriffsverständnisse und Zusammenhänge mit dem Tourismus*

Wie bereits in der Theorie ausgeführt, betonten auch die Interviewpartner:innen, dass für den Begriff Wildnis keine einheitlich formulierte Definition vorhanden ist (IP 1, Z. 139f.; IP 2, Z. 94f., Z. 95, Z. 97; IP 6, Z. 64, Z. 65; IP 9, Z. 119). Dasselbe wurde auch bezüglich des Begriffs Urwald geäußert: „viele Definitionen für Urwald“ (IP 1, Z. 165f.).

Aus den Interviewergebnissen geht hervor, dass Wildnis vorhanden sein kann, sobald menschliche Eingriffe reduziert werden und der Natur Vorrang eingeräumt wird (IP1, Z. 132f., Z. 133-135; IP 2, Z. 98f.; IP 4, Z. 79f.; IP 5, Z. 46-48; IP 6, Z. 80-82). Vor allem für IP 1 und IP 2 ist kein Prozess erforderlich, dass sich Wildnis entwickeln kann. Dies ist allein durch die persönliche Entscheidung möglich (IP 1, Z. 147f., Z. 161; IP 2, Z. 98f.; IP 6, Z. 66f.). Wildnis „entsteht durch unseren Entschluss“ (IP 1, Z. 161) und „ist eigentlich von dem Moment an, wo der Mensch die Entscheidung trifft, sich zurückzuziehen“ (IP 2, Z. 119f.) vorhanden. Die Entstehung und Bezeichnung von Gebieten als Wildnis ist nach dieser Ansicht von jetzt auf gleich möglich (IP 1, Z. 136). Andere Aussagen zeigen, dass Wildnis mit sehr alten Bäumen verbunden wird (IP 9, Z. 143f.) und sich somit erst über viele Jahre entwickeln muss, um als „echte Wildnis“ (IP 6, Z. 68-70) bezeichnet werden zu können. Zudem wird betont, dass Wildnis nichts Konkretes umfasst, sondern „völlig verschiedene Arten von Wildnis“ (IP1, Z. 139f.) vorherrschen. Dabei ist auch die Vielfalt der Tier- und Pflanzenwelt zu berücksichtigen (IP 9, Z. 147-149). Bezüglich der Unberührtheit ist keine einheitliche Einstellung der Interviewpartner:innen erkennbar. Einerseits wird Wildnis stark mit Unberührtheit assoziiert (IP 1, Z. 141f.; IP3, Z. 112f.; IP 9, Z. 123), andererseits wird aber auch betont, dass komplett vom Menschen unbeeinträchtigte Gebiete auf der Erde nicht mehr existieren (IP 1, Z. 185f.). Wildnis muss demnach nicht zwangsläufig in Verbindung mit Unberührtheit stehen (IP 1, Z. 153f.). Weitere Teilnehmende legen dabei die Betonung auf „weitgehend unbeeinflusst“ (IP 5, Z. 43; IP 7, Z. 67f.).

Wichtige Qualitätsmerkmale von Wildnis stellen natürlich abfolgende Prozesse (IP 3, Z. 118f., Z. 126; IP 5, Z. 66f.; IP 8, Z. 31) sowie ein hoher Totholzanteil dar (IP 3, Z. 101f., Z. 108-110, Z. 110-112; IP 9, Z. 154f.).

Im Gegensatz zu Wildnis ist die Entwicklung von Urwald nicht von heute auf morgen möglich (IP 1, Z. 161f.). Dieser Begriff umfasst einen Wald, welcher sich „seit der letzten Eiszeit vom blanken Felsen weg [...] entwickelt hat“ (IP 2, Z. 77f.) und seitdem keinerlei (flächigen) menschlichen Eingriffen ausgesetzt wurde (IP 1, Z. 173, Z. 186; IP 2, Z. 78f., IP 9, Z. 139-141). Gerade solche Flächen existieren kaum mehr (IP 1, Z. 174, Z. 175) und benötigen zur vollen Funktionsfähigkeit eine ausreichende Fläche (IP 1, Z. 176f.).

Nach IP 1 sind die drei Hauptaufgaben eines Wildnisgebiets die Forschung, Bildungsarbeit und der Naturschutz (IP 1, Z. 388f.). Dabei gilt vor allem der Prozess- und Urwaldschutz als oberste Priorität (IP 2, Z. 71, Z. 83; IP 9, Z. 144f.). Um die Anerkennung als Wildnisgebiet der IUCN zu erhalten, ist normalerweise eine Größe von mehreren hunderttausend Hektar notwendig (IP 1, Z. 77f.). Jedoch sind bei besonders herausragenden Gebieten bzgl. dieser Anforderung auch Ausnahmen möglich (IP 1, Z. 81-83). Voraussetzung für Wildnisgebiete sind des Weiteren Flächen, welche möglichst wenig beeinflusst wurden und dadurch eine natürliche Entwicklung stattfinden konnte (IP 8, Z. 36f., IP 6, Z. 78-80). Diese ungestörte Entwicklung soll durch die Einrichtung von Wildnisgebieten geschützt und gewährleistet werden (IP 2, Z. 74-76). Um das zu ermöglichen, finden in einem strengen Wildnisgebiet keinerlei Nutzungen statt (IP 1, Z. 242f.; IP 2, Z. 139f.). „Damit ist nicht nur Jagd und Forstwirtschaft gemeint, sondern eben auch Erholungsnutzungen“ (IP 1, Z. 242-244).

Nachdem die Begriffe Wildnis, Urwald und Wildnisgebiet aus Sicht der interviewten Personen eingeordnet wurden, erfolgt nun die Herstellung einer Verknüpfung mit dem Tourismus. Zur Erhaltung von Wildnisgebieten für touristische Nutzungen ist es von Vorteil, dass Gebiete von Beginn an einen sehr natürlichen Zustand aufweisen (IP1, Z. 144; IP 2, Z. 121-123). Daneben ist es zudem möglich Wildnistourismus in ehemals beeinträchtigten Gebieten anzubieten, in welchen heute eine natürliche Entwicklung stattfindet und gewährleistet wird (IP 3, Z. 137; IP 5, Z. 43-45). Wildnis und damit auch Wildnisgebiete können durch die eigene Entscheidung und das Zulassen natürlicher Prozesse entstehen (IP 1, Z. 157; IP 6, Z. 66f.). Die Wildnis „weckt in uns totale Sehnsucht“ (IP 1, Z. 204f.) und „setzt die Stimmung“ (IP 2, Z. 303) während des Besuchs im entsprechenden Gebiet. Gerade Nationalparks bieten hervorragende Rahmenbedingungen für den Wildnistourismus. Aufgrund der dortigen natürlichen Entwicklung der Natur, spielt das Thema Wildnis eine zentrale Rolle (IP 6, Z. 78-80, Z. 93f., Z. 97-99, Z. 99f.). Es muss jedoch beachtet werden, dass die Natürlichkeit sowie die möglichst geringe Erschließung und Beeinträchtigung der Gebiete, Auswirkungen auf die infrastrukturellen Angebote der Besucher:innen haben (IP 7, Z. 90, Z. 90-92).

5.2. Angebote im Wildnistourismus

5.2.1. Wildnistourismus-Angebote sowie Angebote innerhalb des Bildungsauftrags

(Fach-)Exkursionen zu unterschiedlichen Themen bilden einen großen Teil der Angebote in den einzelnen Gebieten (IP 1, Z. 19, Z. 20f., Z. 309, Z. 312; IP 2, Z. 231; IP 4, Z. 72f.; IP 5, Z. 130; IP 6, Z. 220, Z. 221; IP 7, Z. 110, Z. 130). Einige der angebotenen Touren führen durch Teile der Gebiete, in welchen keine großen Besucherströme zugelassen sind und die Gäste ohne Führungen nicht hinkommen würden (IP 3, Z. 149f., Z. 151-153). Andere werden z. T. an den Randbereichen (IP 1, Z. 292f.) und z. T. auch außerhalb der Schutzgebiete (IP 2, Z. 293) durchgeführt. Insgesamt stellen diese eine Möglichkeit zum Schutz der Gebiete dar (IP1, Z. 489). Die Dauer und Art der Touren variieren zum Teil stark. Diese werden als Halbtages- und Mehrtagesexkursionen angeboten (IP 3, Z. 145f.; IP 5, Z. 216f.; IP 7, Z. 132f.). Zudem werden unterschiedliche Exkursionen und Führungen je nach Jahreszeit durchgeführt. So finden beispielsweise im Winter geführte Schneeschuhtouren statt (IP 4, Z. 34f.).

Weitere konkrete Angebote in den Gebieten sind das Waldbaden (IP 2, Z. 199; IP 7, Z. 113), der Besuch eines Baumkronenpfads (IP 6, Z. 144, Z. 188; IP 8, Z. 75), eines Wildkatzendorfes (IP 6, Z. 188; IP 8, Z. 75f.) oder Beobachtungskanzeln (IP 9, Z. 269), Nationalpark-Durchquerungen (IP 7, Z. 111), Wald-Yoga (IP 7, Z. 114), Sommercamps (IP7, Z. 118), Wildniswanderungen speziell für Frauen (IP 7, Z. 120) und Erlebnistage (IP7, Z. 131). In einer Region wird Hotelgästen eine Tourismuskarte angeboten, die zu kostenlosen Führungen berechtigt (IP 3, Z. 168-170).

Für das selbstständige Erkunden der Gebiete sind konkrete Besucherzonen mit verschiedenen ausgeschilderten (Themen-)Wegen vorhanden (IP 2, Z. 145, Z. 145-147; IP 4, Z. 7; IP 7, S. 17, Z. 101). Dabei gelten auch die vorhandenen Rad- und Wanderwege als wichtiges touristisches Angebot (IP 7, S. 110; IP 8, Z. 74f., Z. 73).

Aufgrund des Bildungsauftrages, der in den Gebieten z.T. eine wichtige Aufgabe darstellt (IP 6, Z. 19-21), werden neben den bisher genannten Angeboten speziell entwickelte Aktivitäten zur Erfüllung des Auftrages durchgeführt. Diese umfassen konkrete Exkursionen in die Gebiete (IP 1, Z. 42), (Umwelt-)Bildungsveranstaltungen (IP 6, Z. 18, Z. 21f.) sowie Naturerlebnistage (IP 7, Z. 131). Die Veranstaltungen werden auch speziell für Schulklassen (IP 4, Z. 12f.) angeboten und zusammen mit Ranger:innen durchgeführt (IP 4, Z. 31f.; IP 7, Z. 129-131).

Die Bildungsveranstaltungen in den Seminarräumlichkeiten finden sowohl für Familien als auch für Unternehmen statt und dauern zwischen drei und fünf Tagen (IP4, Z. 132f.). Als letzter Punkt sind hier zudem die Ausstellungen der einzelnen Gebiete zu erwähnen (IP 2, Z. 168; IP 7, 15). Mit Hilfe von z. T. modernster Technik (IP 5, Z. 187f., Z. 190-192, Z. 193f., Z. 196f.), wie beispielsweise einer Multimedia-Show (IP 7, Z. 128), wird das Gebiet für die Besuchenden erlebbar gemacht (IP 2, Z. 168f.; IP 5 , Z. 150-152). Informationen über das Gebiet sind „in

verschiedensten Formen“ (IP 7, Z. 13) wie z. B. in Broschüren oder Foldern (IP 5, Z. 251; IP 7, Z. 14) vorhanden.

Durch die Angebote sollen die Besucher:innen für die Bedeutung der Natur und deren Schutz sensibilisiert werden (IP 1, Z. 236f.; IP2, Z. 224f.; IP 4, Z. 73f.). „Bildungsauftrag ist wichtig. Man will [dadurch] Leute erreichen, man muss ihnen das herzeigen können, das Tolle, und sie begeistern können“ (IP 1, Z. 234f.). Besonders IP 1 und IP 4 betonen die Wichtigkeit der Bildungsarbeit (IP 1, Z. 426f.; IP 4, Z. 265). Diese wird als Privileg (IP 1, Z. 338f.) und zur Akquirierung finanzieller Mittel betrachtet (IP 1, Z. 339f., Z. 424f.). Im Vordergrund steht dabei besonders die Aufklärung der Besucher:innen und deren Verständnis für die Regeln im Gebiet (IP 4, Z. 257, Z. 259, Z. 260). Je nach Wildnisgebiet ist zudem zu beachten, dass Tourismus im eigentlichen Sinne nicht stattfindet, sondern die Gäste nur im Rahmen des Bildungsauftrages die Möglichkeiten erhalten, das (Schutz-)Gebiet näher kennenzulernen und zu besuchen (IP 2, Z. 142f., Z. 149-151).

Besuchereinrichtungen in den Regionen stellen verschiedene Besucherzentren dar, die Ausstellungen (z. T. ein Forschungslabor) (IP 1, Z. 290f.; IP 2, 167f., S. 168; IP 4, S. 10f.; IP 5, Z. 12, Z. 213f.; IP 7, Z. 15f.), Nationalparkzentren (IP 4, S. 14f.), ein Seminarhotel (IP 4, S. 29), Wildnis-/Urwaldcamps (IP 4, S. 126; IP 7, S. 116; IP 9, S. 302f.), Umweltbildungsstationen (IP 9, S. 304) sowie unterschiedliche Informationsstellen (IP 5, Z. 252) umfassen.

5.2.2. Eigenschaften und Besonderheiten der Wildnistourismus-Angebote

Im folgenden Absatz werden die Besonderheiten und Eigenschaften der oben beschriebenen Angebote näher erläutert. Das Besucherprogramm erscheint jährlich (IP 1, Z. 25) und beinhaltet neben fachlichen Führungen auch „allgemeine Angebote, wo es generell ums Thema Wildnis geht und man erklärt, was Urwald ist, was da so toll daran ist, und so weiter“ (IP 1, Z. 310-312). Dabei ist die übersichtliche Darstellung der Angebote (IP 6, Z. 321f.; IP 7, Z. 101f.), die Aufweisung einer einheitlichen Preisstruktur (IP 6, Z. 232f.) und die einfache Buchung (IP 7, Z. 100) von großer Bedeutung. Das Ziel der Angebotsentwicklung sollte sein, „qualitativ hochwertige Angebote zu vernünftig kalkulierten Preisen“ (IP 6, Z. 248) bereitzustellen.

Die Exkursionen sind „schon auch fachlich sehr sehr hoch“ (IP 1, Z. 308f.) und reichen von allgemeinen Themen über das Gebiet bis hin zu speziellen Bereichen wie Schmetterlingen oder Giftpflanzen (IP 1, Z. 312f.). Dabei ist festzuhalten, dass eine Variation der angebotenen Themen über die Jahre notwendig ist (IP 1, Z. 326f.) und je nach Thema die Exkursionen sehr oder wenig stark nachgefragt werden (IP1, Z. 328, Z. 329f.). IP 1 ist wichtig, dass nicht nur Exkursionen mit starker Nachfrage angeboten werden, sondern ein breites Angebot vorherrscht (IP 1, Z. 342-344). Des Weiteren wird betont, dass „bei Nationalpark-Programmen [...] wir sehr wohl mit den Leuten auch teilweise weglos oder querfeldein [gehen]“ (IP 3, Z. 142-144). Dies stellt eine wichtige Möglichkeit dar, mit den Besuchenden richtig in das Gebiet

einzutauchen (IP 3, Z. 148f.) und besondere Momente in der Natur zu erleben (IP 3, Z. 154, Z. 154f., Z. 157f., Z. 249).

Ein zusätzliches Angebot sind individuell buchbare Führungen (IP 4, Z. 226f.; IP 9, Z. 18f.). Dabei ist die Ermittlung der Erwartungen, des Bedarfs und des Wildnisverständnisses der Gäste sowie eine individuelle Abstimmung der Führungen auf die Gruppe elementar (IP 9, Z. 167-169, Z. 178f., Z. 222f., Z. 291). Die angebotenen Exkursionen dienen dazu, die Natur und natürliche Prozesse erlebbar zu machen (IP 7, Z. 83f.), Wildnis kennen zu lernen (IP 7, Z. 84) und diese zu erleben und zu spüren (IP7, Z. 115f., Z. 178f., Z. 236f.). Dabei sind die Angebote oft mit körperlicher Anstrengung und Bewegung verbunden (IP 7, Z. 92f., Z. 93f.).

Besonders bei Wildniscamps spielen die gegenseitigen Begegnungen der Teilnehmenden in der Natur eine wichtige Rolle (IP4, Z. 194f., Z. 209). Mit Hilfe der dortigen Rahmenbedingungen stellt sich schnell eine Gruppendynamik und ein Gemeinschaftsgefühl ein (IP 4, Z. 209, Z. 218f.).

Die Einrichtung „Haus der Wildnis“ macht das Gebiet mit modernster Technik erlebbar (IP 1, Z. 267; IP 2, Z. 169). Es wird „versucht nicht den Urwald irgendwie nachzubauen und irgendwie da ein Abenteuerspiel, -erlebnis draus zu machen und wirklich da einen Wald nachzubauen und mit ausgestopften Tieren und so weiter. Sondern man geht in ne komplett andere Richtung“ (IP 5, Z. 180-183). Die technische Ausstattung der Ausstellungen ermöglicht einzigartige Naturerlebnisse und Wildniserfahrungen, die draußen im Gebiet nicht in gleicher Weise gewährleistet werden können (IP 5, Z. 185f., Z. 260f.). Beispielsweise stehen den Besuchenden Augmented Reality Tablets zur Verfügung, mit welchen die Innenräume eines toten Baumstamms und die dortigen Lebewesen erkundet und kennengelernt werden können (IP 5, Z. 199-202).

5.2.3. *Vermarktung von Wildnistourismus*

Bei der Vermarktung eines Gebiets und dem dortigen Wildnistourismus sollte abgewogen werden, in welcher Intensität der Tourismus und die Besuchermengen gewünscht sind (IP 5, Z. 283f., Z. 312-314). Auf Grundlage dessen sollte die Vermarktung und Öffentlichkeitsarbeit ausgerichtet werden (IP1, Z. 261f., Z. 385-387).

Wörter wie „Wildnis“, „Wildnisgebiet“ oder „Urwald“ haben eine hohe Bedeutung (IP 1, Z. 212f., Z. 216f., Z. 433, Z. 441f.; IP 5, Z. 173f.). Die Begriffe sind „stark und lassen sich auch total gut vermarkten“ (IP 1, Z. 215f.). Zudem wird die Auszeichnung als UNESCO Weltnaturerbe häufig zu Vermarktungszwecken eingesetzt (IP 1, Z. 447f.; IP 3, Z. 191, Z. 195f.; IP 7, Z. 104; IP 8, Z. 93f.). Die Konkretheit dieses Begriffs ermöglicht es den Besuchenden, eine greifbare Vorstellung von dem Gebiet zu erlangen. Dies wiederum kann dazu beitragen, Gäste anzuziehen und ihre Aufmerksamkeit auf die besagten Gebiete zu lenken (IP 1, Z. 451f., Z. 453f.; IP 7, Z. 105f., Z. 107f.).

Neben stark wirkenden Wörtern, können auch Attraktionspunkte und Besonderheiten (z. B. ein Baumkronenpfad, ein Wildkatzenort) die Besucher:innen auf die Region und den dortigen Wildnistourismus aufmerksam machen (IP 6, Z. 204-206; IP 8, Z. 95-97). „Mit solchen Sachen wirbt man, macht die Leute, die Menschen, die Besucher neugierig holt sie in die Region und kann dann die Wildnisangebote auch an den Mann bringen, vermarkten, bekannt machen" (IP 6, Z. 189-192). Nachdem potentielle Gäste auf das jeweilige Gebiet aufmerksam gemacht worden sind, sollten die konkreten Angebote in der Region aufgezeigt werden (IP 6, Z. 207-209) und buchbar sein (IP 7, Z. 171). Sobald sich die Besuchenden vor Ort im Gebiet befinden, bestimmt dieses die Atmosphäre (IP 2, Z. 293f., Z. 302f.). Bezüglich der Zielgruppe gilt zu beachten, dass es nicht möglich ist, alle Menschen anzusprechen (IP 7, Z. 161f.). Die Schwierigkeit bei der Vermarktung liegt darin, „an die Zielgruppen heranzukommen“ (IP 6, Z. 171) und diese zu identifizieren (IP 6, Z. 182).

Um die angebotenen Leistungen und Besonderheiten bekannt zu machen (IP 6, Z. 167f., Z. 187), „muss eine touristische Vermarktung [in] einer Region eingebunden sein“ (IP 6, Z. 182f.). So wird die Region sowohl bzgl. der Natur als auch der Kultur ganzheitlich nach außen getragen (IP 8, Z. 12f., Z. 90). Die Vermarktung erfolgt über unterschiedliche Medien: Print- und Filmbeiträge (IP 3, Z. 199f., Z. 202f.; IP 7, Z. 19, Z. 22f.), Fernsehsendungen (IP 3, Z. 200f.), in der Presse, im Rundfunk (IP 6, Z. 25f.), Onlinemedien (IP 8, Z. 56) wie Websites (IP 6, Z. 27; IP 8, Z. 57) und Social Media (IP 8, Z. 57), „verschiedene Plattformen wie Outdoor Active und Komoot“ (IP 8, Z. 60f.), klassische Printpublikationen, auf Messen (IP 8, Z. 58) oder über Reise-/Aktiv-Guides (IP 8, Z. 59). Dabei steht überwiegend die Natur sowie die jeweilige Landschaft und deren Stimmung im Vordergrund (IP 2, Z. 254-248; IP 3, Z. 203f., Z. 204-206). Es gilt als wichtiger Aspekt, den Gästen das anzubieten, was schwerpunktmäßig vermarktet wird (IP 8, Z. 67f., Z. 71f.). „Authentisch [zu] kommunizieren“ (IP 8, Z. 67.) ist deshalb von hoher Bedeutung im Marketing.

5.2.4. *Qualitätssicherung*

Um qualitativ hochwertige Exkursionen und Führungen anzubieten, sollten diese von gut ausgebildeten (IP 4, Z. 138; IP 6, Z. 223-225) und zertifizierten Personen (IP 9, Z. 236f.) durchgeführt werden. Zudem sind regelmäßig angebotene Schulungen für die Guides wichtig (IP 1, Z. 348f.; IP 9, Z. 12-14). Für eine reibungslose Durchführung der Exkursionen und anderen Angeboten, ist eine Entwicklung von konkreten Konzepten hilfreich (IP 1, Z. 22; IP 7, Z. 25). Die Sicherheit des Personals und der Besucher:innen (IP 1, Z. 347f.) ist sicherzustellen und ein breit aufgestelltes Programm (IP 1, Z. 342f.) zu entwickeln.

Wichtige Aspekte sind hierbei das leichte Auffinden und Buchen der konkreten Angebote (IP 1, Z. 305f.) sowie vorhandener Komfort (z. B. Essensmöglichkeiten) vor Ort (IP 1, Z. 306f.). Bei individuellen Führungen muss auf die Bedürfnisse und Vorstellungen der Gäste eingegangen und daraufhin die Exkursion angepasst werden (IP 9, Z. 169f. Z. 147f.). „Als Nationalpark-

Führer [ist das Wichtigste], dass man sich immer wieder auf jede Führung neu vorbereitet“ (IP 9, Z. 231-233).

5.3. *Gezieltes Management des Gebiets*

5.3.1. *Professionelles Management*

Für die erfolgreiche Entwicklung von Wildnistourismus ist viel Zeit und Geduld notwendig (IP 1, Z. 469f.; IP 2, Z. 309f.; IP 8, Z. 105f.). Besucherprogramme (IP 5, Z. 15) sowie (Umweltbildungs-)Konzepte sollten erarbeitet und umgesetzt (IP 2, Z. 45, Z. 315; IP 6, Z. 18) und Öffentlichkeitsarbeit (IP 5, Z. 16; IP 6, Z. 28) betrieben werden. Dabei ist es wichtig „das Angebot klar [zu] definieren“ (IP 4, Z. 249). Um einen internen geregelten Ablauf zu gewährleisten, sollten die „Rahmenbedingungen, dass eben gearbeitet werden kann, [...] funktionieren“ (IP 7, Z. 222f.). Bei stark schwankender saisonaler Nachfrage nach Exkursionen bietet es sich an, die Ranger:innen und/oder Naturparkführer:innen auf freiberuflicher Basis anzustellen (IP 3, Z. 6f.). Im Zusammenhang mit den Guides gilt zu beachten, dass „gleich von Anfang an irgendwie eine bessere Organisationsform [gefunden wird], wo die Führer mit dem Tourismus zusammenarbeiten und gleich ihre Angebote, sag ich mal, im touristischen Sinne auch organisieren“ (IP 6, Z. 228-231). IP 4 betont, dass auch Wildtierregulierung und -management sowie das Borkenkäfermanagement in bestimmten Zonen eines Wildnisgebiets notwendig sein können (IP 4, Z. 83-85, Z. 86f., Z. 88f.).

Viele Interviewpartner:innen erwähnten die Gratwanderung zwischen dem Naturschutz und dem Tourismus sowie die Schwierigkeit, diese zu bewältigen (IP 1, Z. 250-252, Z. 466, Z. 470f., Z. 492f.; IP 4, Z. 243f.; IP 5, Z. 285f.; IP 6, Z. 134-136; IP 9, Z. 290f.). Um hierfür eine Lösung zu finden, können andere Nationalparks als Beispiel betrachtet (IP 1, Z. 471f.) und Ziele gegeneinander abgewogen werden (IP 6, Z. 136). Es ist „kein Patentrezept“ (IP 1, Z. 494) für diesen Zielkonflikt vorhanden, welcher aufgrund der unterschiedlichen Voraussetzungen und Gegebenheiten der jeweiligen Gebiete (IP 4, Z. 237) „vor Ort individuell [zu lösen ist]“ (IP 1, Z. 494).

Bei dieser Abwägung spielt auch die Fläche des Gebiets und das davon abhängige Ausmaß der touristischen Nutzung eine bedeutende Rolle (IP 1, Z. 411f.). Bei größerer Fläche ist eine bessere Verteilung der Tourist:innen möglich (IP 2, Z. 258, Z. 273f.). Es sollten Überlegungen über die gewünschte Intensität der Besucher:innen stattfinden (IP 4, Z. 242f.; IP 5, Z. 102-105) und eine Regulierung der Besucheranzahl zum Schutz der Gebiete vorhanden sein (IP 1, Z. 221f., Z. 249f.; IP 6, Z. 150f.). Um den Schutz der Gebiete zu gewährleisten, können Alternativen angeboten und andere Highlights im Umfeld geschaffen werden (IP 1, Z. 299f., 292f., IP 5, Z. 324-326; IP 9, Z. 244f.). Dieser Abwägungsprozess erfordert Selbstkritik (IP 1, Z. 415), Koordination (IP 1, Z. 273f.), Kontrolle (IP 1, Z. 476) und Besucher- und Stakeholdermanagement (IP 5, Z. 13f.). IP 4 betont, „dass 90 % [der Besucher:innen] sich auf 10 % der Flächen“ konzentrieren sollten (IP 4, Z. 66f.). Sobald der Tourismus so intensiv wird,

dass das Gebiet maßgeblich darunter leidet, sollten Maßnahmen ergriffen werden (IP 9, Z. 214f.).

In einem Wildnisgebiet gilt der Schutz als wichtigstes Ziel (IP 5, Z. 106). Des Weiteren sollten „große, unbehandelte, beruhigte Naturzonen [geschaffen] und der natürlichen Entwicklung freien Lauf [gelassen]“ (IP 6, Z. 137f.) sowie die Biodiversität geschützt werden (IP 7, Z. 227). Dies kann durch klare Planung der Infrastruktur, Wegerückbau (IP 6, Z. 139-141) und „Schaffung von neuen beruhigten Zonen“ (IP 6, Z.141f.) erreicht werden. Dabei ist wichtig, dass bedeutsame Gebiete keinen Zerschneidungen unterliegen (IP 9, Z. 196f.). Weitere untergeordnete Zielsetzungen sind die Forschung und die Bildungsarbeit (IP 2, Z. 137). Diese dürfen „das Ökosystem nicht belasten“ (IP 2, Z. 138f.). Um den Gebietsschutz sicherzustellen, sind gut ausgezeichnete Wege und Gebietsaufsichten an stark frequentierten Tagen nützlich (IP 3, Z. 42-44). Diese dienen der Kontrolle des Besucherverhaltens (IP 3, Z. 47-49) und können je nach Schwere des Vergehens Anzeige erstatten (IP 3, Z. 57-59). Zudem sind auch Erweiterungen der Schutzgebiete innerhalb des Managements zu verfolgen (IP 3, Z. 215f., Z. 224).

Ein Wildnisgebiet sollte laut IP 7 bzgl. den Besuchenden das Ziel haben, diese zu erreichen (IP 7, Z. 229), zu begeistern (IP 7, Z. 184) und zu einem nachhaltigen und umweltgerechten Verhalten anzuregen (IP 7, Z. 181f.). Dabei spielt die Erlebbarkeit der Gebiete und der dortigen Abläufe eine wichtige Rolle (IP 5, Z. 204; IP 9, Z. 284f.).

5.3.2. Besucherlenkung

Die Besucherlenkung in Wildnisgebieten ist von enormer Bedeutung (IP 5, Z. 292, Z. 302f., Z. 303f.). „Durch Besucherlenkung kann man ungestörte Bereiche erhalten und kann eben auch Wanderwege schaffen, indem man doch noch relativ ungestört und beruhigt, zu den beruhigten Bereichen auch unterwegs ist“ (IP 6, Z. 146-149). Hierzu sollten Besucherströme kanalisiert werden (IP 1, Z. 286; IP 6, Z. 146; IP 9, Z. 180). Dies ist durch bereits vorhandene oder neue Infrastrukturen (IP 4, Z. 38f., Z. 60f.), konkrete Anziehungspunkte in den Gebieten (IP 9, Z. 242f.) oder angebotene Exkursionen (IP 5, Z. 130) möglich.

Daneben können Besucher:innen bewusst an die Randbereiche der Schutzgebiete (IP 2, S. 147; IP 9, Z. 198, Z. 200) sowie in alternative Flächen, z. T. außerhalb der Gebiete gelenkt werden (IP 2, Z. 263, Z. 270f., Z. 272f., Z. 307f.; IP 5, Z. 137., Z. 256f.). Es sollte versucht werden, den Großteil des Besucherstroms auf vorgegebene Wege zu konzentrieren (IP 3, Z. 46f.; IP 4, Z. 64). Mit Hilfe von Besuchereinrichtungen wie dem Haus der Wildnis ist es zudem möglich, den Gästen das Gebiet zu zeigen, ohne mit ihnen in das Gebiet hineingehen zu müssen (IP 1, Z. 265f.). Es findet eine bewusste Lenkung der Gäste in die Zentren statt (IP 1, Z. 289, Z. 291, Z. 421), sodass die Aktivitäten der Besuchenden gesteuert werden können (IP 1, Z. 286f.).

Je nach Schutzstatus des Gebiets und dessen Regelungen, ist das dortige freie Bewegen rechtlich nicht gestattet oder zu verhindern (IP 3, Z. 40f.). Auf einigen Flächen erfolgt jedoch aufgrund der natürlichen und geographischen Gegebenheiten vor Ort auch eine automatische Besucherlenkung, die einen problemlosen Zugang für Gäste verhindert (IP 2, Z. 231-233, Z. 236f.; IP 3, Z. 40f.; IP 4, Z. 57-59).

5.3.3. *Verantwortungsvolle Nutzung natürlicher Ressourcen*

Um den Schutz der Gebiete als oberstes Ziel (IP 5, Z. 129f., Z. 324) zu gewährleisten, sollten diese einer verantwortungsvollen Nutzung unterliegen. Das Pflichtbewusstsein gilt auch gegenüber den Arten und dem Naturraum (IP 7, Z. 228). Aspekte, die hierfür seitens der Interviewpartner:innen genannt werden, sind beispielsweise das Ausschließen touristischer Nutzungen in besonders sensiblen Bereichen (IP 5, Z. 269-271; IP 9, Z. 205f.) sowie das Verhindern von Zerschneidungen und Verinselungen der Gebiete (IP 9, Z. 207-209). Mit Hilfe von Highlights, welche um das Gebiet herum platziert sind, kann die Wildnis vor Überlastungen geschützt werden (IP 9, Z. 245f.).

Wie bereits erwähnt wurde, spielt die Gebietsgröße und die Vulnerabilität bei der Frage nach der touristischen Intensität eine bedeutende Rolle (IP 1, Z. 222f.). Die Schwierigkeit dabei liegt darin, die Nutzung der Gebiete in einer Intensität stattfinden zu lassen, bei welcher die Natur keine Schäden davonträgt (IP 1, Z. 395f., Z. 397f.; IP 2, Z. 148f.; IP 9, Z. 179f.) und „Wildnis wieder Wildnis werden kann“ (IP 4, Z. 68). Aufgrund der hohen Nachfrage wäre es durchaus möglich, die touristischen Aktivitäten „sehr viel intensiver [zu gestalten] und das hätte natürlich auch seinen Preis“ (IP 1, Z. 395f.). IP 5 betont, dass die touristischen Nutzungen in einem Wildnisgebiet „in Einklang mit der Natur“ (IP 5, Z. 117.) stattfinden sollten. Wichtig ist hierbei zu beachten, dass in größeren Gebieten höhere Kapazitäten für die Anzahl an Besuchenden herrschen (IP 2, Z. 255f., Z. 256-258). Dabei wird betont, dass je nach Zielkonflikt das kleinere Übel als Ziel betrachtet werden sollte (IP 1, Z. 486-488).

Eine weitere Gefahr touristischer Nutzungen in einem Wildnisgebiet sind neben den Störungen im Gebiet selbst (z. B. Beschädigungen von Pflanzen und Bäumen), auch die Beeinträchtigungen der Wildtiere (IP 9, Z. 248-250). Wichtig ist in diesem Zusammenhang die Durchführung von Evaluationen, um Informationen über die Aufenthaltsorte und Zahlen der Wildtiere sowie über deren Störungen aufgrund touristischer Aktivitäten zu erlangen (IP 1, Z. 413-415; IP 9, Z. 257-259). Große Beobachtungsplattformen stellen eine gute Möglichkeit dar, Wildtiere zu beobachten, ohne dass diese einer Störung unterliegen (IP 9, Z. 274f., Z. 283).

Insgesamt gilt zu beachten, dass je nach Größe des Gebiets dieses keine Kapazität für alle Interessierten aufweist (IP 1, Z. 224f.) und Exkursionen in begrenzter Anzahl stattfinden müssen (IP 1, Z. 223f.). Aufgrund der Schutzwürdigkeit bestimmter Flächen können nicht in allen Bereichen der Gebiete Führungen angeboten werden (IP 2, Z. 243f.; IP 3, Z. 251f.). Der Tourismus sollte die Wildnisgebiete durch gewünschte Infrastrukturen (z. B. Wege) vor

Zerschneidungen (IP 9, Z. 291f.) oder vor Zerstörungen der Natur durch Übernutzungen (IP 1, Z. 490-492; IP 9, Z. 193f.) schützen.

5.3.4. Regeln für Besucher:innen und Kommunikation

In einem Wildnisgebiet gibt es bestimmte Regelungen für Besucher:innen. Je nach Land und Art des Schutzgebiets gilt das freie Wegerecht (IP 3, Z. 36f.). Die Gäste können sich in Besucherzonen (IP 2, Z. 145) und auf Wegen des ausgewiesenen Wanderwegenetzes aufhalten (IP 3, Z. 153f.; IP 5, Z. 294) sowie im Rahmen von angebotenen Exkursionen das Gebiet erkunden (IP 5, Z. 294f.). Die Verbote bzw. Gebote umfassen z. B. das Drohnenflugverbot (IP 3, Z. 49f.), die Leinenpflicht für Hunde (IP 3, Z. 52) oder das (strenge) Wegegebot für Wandernde und Rad-/Mountainbikefahrende (IP 3, Z. 52f.; IP 5, Z. 293). Zudem ist für bestimmte Bereiche und Flächen der Zutritt gänzlich verboten (IP 2, 242; IP 5, Z. 136) und z. T. von Natur aus nicht möglich (IP 5, Z. 329).

Um für die Regelungen und Verbote Verständnis zu erhalten (IP 1, Z. 225f.), ist eine gute Kommunikation des Gebiets mit den Besucher:innen unerlässlich (IP 5, Z. 227, Z. 231f., 298). Dabei ist die Aufklärung der dahinterliegenden Gründe (IP 1, Z. 230, Z. 439-441; IP 2, Z. 157-159, Z. 241-244, 251f.; IP 4, Z. 262-267; IP 5, Z. 235-237, Z. 338-342) und das Aufzeigen von Alternativen für den Besuch (IP 2, Z. 260-262, Z. 303-305; IP 5, Z. 253f.) notwendig. Ein wichtiger Punkt hierbei ist das authentische Kommunizieren. Dies bedeutet, dass das, was nach außen getragen wird, auch tatsächlich im Gebiet vorhanden sein sollte (IP8, Z. 67f.). Um die Gäste in alternative Bereiche und Gebiete zu lenken, sollte sehr sensibel vorgegangen und die Besuchenden rechtzeitig abgefangen werden (IP 5, Z. 126f.). Als Beispiele dieser Kommunikation, welche von den Interviewpartner:innen genannt wurden, dienen folgende wörtliche Zitate:

- „zeigen, 'Ok hier ist dieses wertvolle Ökosystem noch, aber weil wir nicht reingehen und würden wir anfangen reingehen, würden wir anfangen, das euch zu zeigen, würde es das nicht mehr geben.“ (IP 2, Z. 241-244)
- „weil es ist jetzt nicht nur 'Ja wir sperren jetzt die Leute aus und wir wollen nicht, dass ihr kommt.' Sondern ganz im Gegenteil 'Wir wollen schon, dass ihr kommt, aber natürlich dort, wo wir Bildung betreiben wollen, dass wir euch das erklären und dass wenn ihr nach Hause fährt, was mit nimmt und versteht warum das so ist.“ (IP 4, Z. 262-267)
- „Wir haben dieses Wildnisgebiet, es ist unheimlich super, es ist ein unheimliches Schatz für diese Region, das wollen wir alle gemeinsam schützen, ihr habt diese und diese Möglichkeiten, wo ihr rein könnt, alles andere ist abseits von irgendwelchen Zutritten.“ (IP 5, Z. 338-342)

Zusätzlich zur Schaffung von Verständnis und Akzeptanz spielt die Kommunikation eine bedeutende Rolle bei der Bewältigung von Verstößen gegen die Regeln innerhalb der Gebiete. Hier berichtete IP 3, dass vorrangig versucht wird, durch Gespräche auf die falschen

Verhaltensweisen aufmerksam zu machen (IP 3, Z. 55) und mit guten Argumenten Verständnis für die Regelungen zu schaffen (IP 3, Z. 59-61).

Der Informationsaustausch ist neben den Besucher:innen auch wichtig gegenüber der lokalen Bevölkerung. Ziel ist es, den Menschen die Besonderheiten der Gebiete, die Gründe für ihren Schutz und die Vorteile, die die Bevölkerung daraus ziehen kann, vor Augen zu führen (IP 2, Z. 50-52; IP 4, Z. 314-317; IP 8, Z. 109-111). Folgende zwei Zitate verdeutlichen diesen Aspekt:

- „Diskussion muss man ihnen dann erklären ‘Naja, stimmt schon, dass viele Leute kommen, aber dass ihr dann auch profitiert, da müssen wir zusammenarbeiten, auch mit den Tourismusverbänden. Dass die Leute auch dableiben und dementsprechend auch Geld ausgeben in den Gemeinden.“ (IP 4, Z. 314-317)
- „wichtig ist einfach der Blick in die Zukunft, um auch mitzuteilen und darzustellen, was für eine Wertschöpfung aus dem entsprechenden Tourismus gezogen werden kann“ (IP 8, Z. 109-111)

Insgesamt ist die Bekanntheit und der damit zusammenhängende Besucherandrang abhängig von der Art und Intensität der Kommunikation (IP 5, Z. 169-171). Jedoch gilt zu beachten, dass das Bewusstsein über die Schutzbedürftigkeit der Wildnisgebiete und deren Erhalt bei den Menschen nur durch deren Interesse gefördert werden kann (IP 1, Z. 237f.).

5.4. Vernetzung

5.4.1. Bedeutung der Landbesitzer:innen sowie der lokalen Bevölkerung

Für die Ausweisung von Wildnisgebieten sowie das Stattfinden von Wildnistourismus haben die Landbesitzer:innen der jeweiligen Flächen eine hohe Relevanz (IP 7, Z. 205-208). Diese müssen hinter den Grundgedanken der Gebiete und deren Ziele stehen (IP 7, Z. 191f.) und können als Fürsprecher:innen eingesetzt werden (IP 8, Z. 168f.). Des Weiteren spielen sie bzgl. Erweiterungen und Verträgen für die Aufgabe von Flächennutzungen eine entscheidende Rolle (IP 1, Z. 114f.; IP 2, Z. 29f., Z. 190). Dabei ist es „ein ganz schöner Kampf um jeden Quadratmeter tatsächlich“ (IP 1, S. 118f.).

Bei der lokalen Bevölkerung herrscht teilweise ein kritisches Denken und Verhältnis gegenüber Wildnisgebieten (IP 1, Z. 124f.; IP 2, Z. 41f.). Zudem fehlt oft das notwendige Wissen und Verständnis über Zusammenhänge und Vorteile (IP 2, Z. 284-286, Z. 313f.). Dies wird durch folgende wörtliche Zitate verdeutlicht:

- „die Leute wissen halt von Anfang an mal weg nicht ‘Was ist das Wildnisgebiet? Was haben wir davon? Ist es jetzt was ganz schlimmes oder können wir das auch irgendwie für uns nutzen?’“ (IP 2, Z. 18-21)
- „die müssen natürlich auch sehen ‘Welche Vorteile hat es durchaus, wenn ich vom Nationalpark profitieren will?’“ (IP 4, Z. 290f.)

- „Weil die sagen ‘Okay jetzt haben wir halt ein Wildnisgebiet, was hilfts uns? Können nur nicht rein mehr, in den Wald, den man vorher immer begehen haben können, was haben wir davon?’“ (IP 5, Z. 374-376)

Die Vernetzung und Zusammenarbeit mit der lokalen Bevölkerung und den Gemeinden vor Ort spielt eine wesentliche Rolle (IP 4, Z. 254f., Z. 284f., Z. 292, Z. 301, Z. 306f.; IP 6, Z. 216f.; IP 7, Z. 149-152, Z. 191f.; IP 8, Z. 117, Z. 123, Z. 144-147). Den Gebieten allein ist es nicht möglich, das komplette touristische Angebot zu decken (IP 4, Z. 287f.). „Wir können nicht viel Beherbergungen besorgen, sondern das Angebot rund um den Nationalpark, muss natürlich aus den Gemeinden kommen“ (IP 4, Z. 288-290). Dies ermöglicht die Unterbringung und Versorgung einer größeren Anzahl an Besuchenden, wodurch sowohl die Gebiete als auch die Gemeinden und die Bevölkerung vor Ort profitieren (IP 4, Z. 308-311).

IP 8 betont, dass ein authentisches Erlebnis der Besucher:innen vor Ort nur möglich ist, wenn die Bevölkerung dabei integriert ist (IP 8, Z. 124f.). Des Weiteren ist die lokale Bevölkerung bei einer Nationalparkerweiterung wichtig. Diese „wird nur dann funktionieren, wenn die Bevölkerung dahintersteht“ (IP 4, Z. 299f.). Somit sollten die Menschen vor Ort als Fürsprecher:innen gewonnen werden (IP 8, Z. 123f., Z. 160-170). Als letzter Punkt ist in diesem Zusammenhang der Einfluss auf die Vermarktung zu nennen: „Nur wenn es auf viele Schultern gestellt ist, schaffen wir es auch, dass entsprechend in der Vermarktung und auch in der Anerkennung im Bereich Tourismusbewusstsein, da entsprechend auch nach außen zu kommunizieren“ (IP 8, Z. 120-123).

Der Prozess der Einbindung und der Generierung von Verständnis bei der lokalen Bevölkerung für die Wildnisgebiete benötigt viel Zeit (IP 2, Z. 310f., Z. 317f.). Vor allem zu Beginn muss mit „viel Gegenwind“ (IP 2, Z. 312) gerechnet werden. Möglichkeiten, das Verhältnis zur Bevölkerung und deren Verständnis zu verbessern, sind spezielle Exkursionen und Infoabende für die Bürgerschaft (IP 5, Z. 372). Daraufhin gilt es „gemeinsame Lösungen zu finden, weil dann funktioniert der Tourismus dann auch“ (IP 5, Z. 115f.). Die Einbindung der lokalen Bevölkerung und der Gemeinden „sollte man schon vorher starten, bevor es dann wirklich ein Wildnisgebiet ist“ (IP 5, Z. 379f.). Die Vernetzung bezieht sich auch auf Leistungsträger:innen (IP 6, Z. 34, Z. 210f.; IP 8, Z. 126f.) und findet „teilweise auch projektbezogen“ (IP 8, Z. 153) statt.

Als Beispiel für eine gelungene Vernetzung wird das Projekt „NationalparkPartner“ genannt, bei welchem enge Kontakte zu Gastrobetrieben bestehen (IP 6, Z. 35f.). Daneben existieren „zertifizierte Nationalparkpartner [...], die sich der Philosophie des Nationalparks auch annehmen und entsprechend auch in ihrem Unternehmen leben“ (IP 8, Z. 127-130) sowie „als Botschafter für den Nationalpark, für die Welterbergregion fungieren“ (IP 8, Z. 132f.).

5.4.2. *Bedeutung von touristischer Zusammenarbeit*

Die Zusammenarbeit mit dem Tourismus ist für ein Wildnisgebiet sehr wichtig (IP 2, Z. 265; IP 5, Z. 330f.; IP 6, Z. 198, Z. 209-211; IP 7, Z. 148). Diese kann mit regionalen Tourismusbüros, -vereinen oder -verbänden stattfinden (IP 2, Z. 43f.; IP 4, Z. 316; IP 5, Z. 14f., Z. 99; IP 6, Z. 30-32). Neben Kooperationen mit dem Tourismus in der Region, sind diese auch mit anderen Schutzgebieten oder Initiativen möglich (IP 2, Z. 259f., IP 3, Z. 229f.). So können Angebote und Projekte über das eigene Wildnisgebiet hinaus stattfinden (IP 1, Z. 29f.), unterschiedliche Akteur:innen vernetzt (IP 4, Z. 280-282), Netzwerke aufgebaut und Fürsprecher:innen gewonnen werden (IP 8, Z. 168-170).

Die Zusammenarbeit bringt „einen Mehrwert für die Region, aber auch für den Nationalpark“ (IP 4, Z. 23f.) und fördert das Verständnis für die Gebiete (IP 4, Z. 24). Die Angebote können in eine Servicekette eingebunden (IP 6, Z. 180) und dadurch besser vermarktet werden (IP 7, Z. 145, Z. 146f.; IP 9, Z. 294f.). Darüber hinaus können finanzielle und personelle Kapazitäten besser genutzt (IP 8, Z. 189-191) und die Unterstützung anderer gewonnen werden (IP 7, Z. 149f.). IP 8 betont dabei, „nur wenn es auf viele Schultern gestellt ist, schaffen wir es auch, dass entsprechend in der Vermarktung und auch in der Anerkennung im Bereich Tourismusbewusstsein, da entsprechend auch nach außen zu kommunizieren“ (IP 8, Z. 120-123).

Um diese Vorteile nutzen zu können, müssen jedoch einige Aspekte beachtet werden. Es ist wichtig, dass „verschiedene Interessen auf einen gemeinsamen Nenner [gebracht]“ (IP 5, Z. 100f.), Kompromisse eingegangen werden und ein Mittelweg gefunden wird (IP 5, Z. 106f., Z. 115f., Z. 350). Es sollte ein gegenseitiges Verständnis zwischen Naturschützer:innen und Touristiker:innen vorherrschen (IP 5, Z. 355f.) und gemeinsam gehandelt werden (IP 5, Z. 351f.). IP 5 bezeichnet den Interessenskonflikt als einen „Entwicklungsprozess“ (IP 5, Z. 344), der notwendig ist, um die Schutzwürdigkeit des Gebiets und das Verständnis für alternative Angebote bei den Besuchenden zu fördern und zu stärken (IP 5, Z. 332-336).

Es findet ein kontinuierlicher und direkter Austausch mit touristischen Netzwerken statt (IP 5, Z. 95f.; IP 8, Z. 182). Dieser kann z. T. projektbezogen sein, sodass nicht zwangsläufig immer alle Beteiligten bei jedem Treffen teilnehmen müssen (IP 8, Z. 153f.). Sowohl IP 5 als auch IP 6 betonen, dass eine frühzeitige Kommunikation mit (anderen) touristischen Leistungsträger:innen eine hohe Bedeutung hat (IP 5, Z. 361-363; IP 6, Z. 235-237). Diese kann schon vor der Ausweisung als Wildnisgebiet oder dem Beginn eines Projekts erfolgen (IP 5, Z. 363f., Z. 379; IP 6, Z. 229-231).

5.4.3. *Einfluss des Teams*

Die Zusammensetzung des Teams hat einen maßgeblichen Einfluss auf die Entwicklung des Gebiets (IP 1, Z. 390f., Z. 392-394, Z. 495). Je nachdem welche persönlichen Hintergründe und Einstellungen die Angestellten haben, werden die Gebiete unterschiedlich touristisch

geprägt und vermarktet (IP 5, Z. 312-314, Z. 314-316). Das Team sollte aus Personen bestehen, die „sehr, sehr idealistisch ran gehen und das wirklich begeistert machen“ (IP 1, Z. 464f.) und „sich wirklich damit identifizieren können“ (IP 1, Z. 468f.). Es kann davon ausgegangen werden, dass die Mitarbeiter:innen eine hohe Motivation mitbringen, welche die Grundlage der Arbeit darstellt (IP 1, Z. 497f.; IP 7, Z. 216f., Z. 218, Z. 219).

5.5. *Naturräumliche Ausstattung der Gebiete*

5.5.1. *Naturräumliche Voraussetzungen*

Die Wildnisgebiete enthalten (relativ) unberührte Flächen (IP 3, Z. 135f.; IP 7, Z. 80f.) und unterliegen größtenteils keinerlei Eingriffen (IP 2, Z. 69f., Z. 84f.). In Waldgebieten herrscht seit vielen Jahren keine forstwirtschaftliche Nutzung mehr (IP 9, Z. 98-100) und z. T. existieren in den Gebieten letzte erhaltene Urwaldflächen (IP 1, Z. 194; IP 3, Z. 73f.; IP 4, Z. 48f.; IP 5, Z. 60f.). Diese bilden einen „Wald, wie er ursprünglich einmal gewachsen [ist]“ (IP 4, Z. 99f.). Neben ursprünglichen Waldgebieten befinden sich auf einzelnen Flächen nahezu unberührte Gewässer (z. B. Gebirgsbäche) (IP 1, Z. 91f.). Insbesondere in den Bereichen, die bisher unzugänglich waren, konnte sich Wildnis entwickeln und entfalten (IP 3, Z. 76f.).

Alle Interviewpartner:innen, außer IP 2 und IP 7 nennen die bedeutenden Waldflächen und bestehenden letzten Urwaldgebiete, welche als naturräumliche Voraussetzungen der Wildnisgebiete betrachtet werden können (IP 1, Z. 104f.; IP 3, Z. 69, Z. 74f., Z. 83f., Z. 106f.; IP 4, Z. 46; IP 5, Z. 25, Z. 34; IP 6, Z. 46f., IP 8, Z. 93; IP 9, Z. 127f., Z. 130). Daneben werden Bärlauch-Wiesen und Frühblüher (IP 8, Z. 22f.), natürliche Flussdynamiken und Schotterbänke (IP 1, Z. 93f.), unberührte Natur (IP 2, Z. 181), Gebirgszüge (IP 7, Z. 54f.), Schluchten (IP 7, Z. 56f.) und eine hohe Blütenvielfalt (IP 7, Z. 47f.) genannt. IP 7 betont, dass „diese gigantische Vielfalt deswegen so [ist], weil unser Nationalpark von einer Seehöhe von 385 Meter bis fast 2000 Meter reicht“ (IP 7, Z. 49-51). Diese natürliche Gegebenheit spricht auch IP 4 an (IP 4, Z. 55f.).

Den Gebieten wird den von Menschen überprägten Flächen eine naturnahe Rückentwicklung ermöglicht (IP 1, Z. 106-108). Bei den natürlichen Voraussetzungen spielen z. T. auch die vor langer Zeit stattgefundenen Bewirtschaftungsformen eine wichtige Rolle. IP 9 erzählt beispielsweise von der Laubwaldbeplenterung (IP 9, Z. 60), die heute „die Voraussetzung für den Urwald mitten in Deutschland im Nationalpark Hainich“ (IP 9, Z. 67-69) darstellt.

5.5.2. *Besonderheiten und Anziehungspunkte der Gebiete*

Aufgrund der geringen Anzahl an Wildnisgebieten stellen diese allein durch deren Vorhandensein ein Alleinstellungsmerkmal dar (IP 5, Z. 28f., Z. 34-36; IP 7, Z. 40). „Es gibt nicht viele Gebiete, wo sich der Mensch wirklich so stark zurückzieht und im Prinzip können dort, kann dort Evolution auch wieder uneingeschränkt stattfinden“ (IP 2, Z. 86-88). Eine hervorstechende Besonderheit der Gebiete ist die dort herrschende Wildnis und Unberührtheit (IP 2, Z. 83-85;

IP 3, Z. 112f.; IP 6, Z. 54-56; IP 7, Z. 41; IP 8, Z. 66). Es wird konsequenter Prozessschutz gewährleistet (IP 6, Z. 48f., Z. 50f.). Dabei finden natürliche Entwicklungen und Strukturveränderungen (IP 3, Z. 113, Z. 118f.) wie Waldbrände (IP 4, Z. 109), größere Lawinen, Windwürfe (IP 9, Z. 114) oder Totholzentwicklungen (IP 4, Z. 118; IP 6, Z. 56f.) statt. Das sind „Naturereignisse, die man nicht unterschätzen darf, die den Nationalpark einzigartig machen“ (IP 4, Z. 108f.). Des Weiteren dienen die Veränderungen der Entstehung neuer und wertvoller Lebensräume (IP 3, Z. 119; IP 4, Z. 118f.). Der „[hohe] Anteil von liegendem und stehendem Totholz“ (IP 9, Z. 155.) kann als weiteres Charakteristikum in den Gebieten betrachtet werden. Ein großer Besuchermagnet in den Gebieten ist also die Natur selbst (IP 2, Z. 181; IP 3, Z. 83f., Z. 197f.; IP 4, Z. 99-101; IP 9, Z. 6). Verdeutlicht wird dies durch folgende direkte Zitate:

- „wirklich sehen, wie Wildnis ausschaut und das ist glaube ich schon sehr was Besonderes“ (IP 7, Z. 84f.)
- „punkten auch mit solchen Sachen wie Teppiche voller Bärlauch, Frühblüher oder im Herbst der Indian Summer“ (IP 8, Z. 69-71)
- „jede Woche im Frühling haben wir einen anderen Blütenteppich“ (IP 9, Z. 110f.)

In diesem Zusammenhang stellen die großen zusammenhängenden Waldgebiete in den Wildnisgebieten starke Anziehungspunkte dar (IP 3, Z. 135f.; IP 6, Z. 78f.; IP 7, Z. 41f.; IP 9, Z. 97f.). Vor allem Waldnationalparke gelten als Besonderheit (IP 3, Z. 68; IP 4, Z. 45f.; IP 6, Z. 46; IP 7, Z. 38). Die Existenz dieser bedeutenden Wald- und Wildnisgebiete hängt stark mit den Hintergründen und der Geschichte der jeweiligen Gebiete zusammen (IP 9, Z. 29-31, Z. 46f., Z. 81f., Z. 84). Dabei sind vor allem die Urwaldflächen (IP 1, Z. 49f., Z. 172; IP 5, Z. 57f., Z. 70f.; IP 8, Z. 21; IP 9, Z. 100f.) sowie der dortige Artenreichtum (IP 7, Z. 46f., Z. 58; IP 9, Z. 129) weitere Besonderheiten und POIs in den Gebieten. Hier sind vor allem die Arten zu erwähnen, die nur in Urwäldern vorkommen, einen hohen Anteil an Totholz benötigen und in den Gebieten z. T. endemisch sind (IP 3, Z. 86f., Z. 81-89, Z. 93f.; IP 4, Z. 101; IP 7, Z. 58f.). Die Anzahl der übriggebliebenen Urwälder ist sehr gering, weshalb Urwaldgebiete gut von anderen abzugrenzen sind (IP 1, Z. 50-53, Z. 175, Z. 433f., Z. 442f.). Aussagen, die die Einzigartigkeit der Urwälder verdeutlichen, sind folgende:

- „Das Besondere ist, dass es eben noch einen Urwaldrest gibt, circa 400 Hektar groß, wo seit der letzten Eiszeit vom blanken Felsen weg sich das Ökosystem eben entwickelt hat und dann nie ein menschlicher, großflächiger Eingriff war.“ (IP 2, Z. 76-79)
- „Reste an Urwald findet, die seit der Eiszeit bestehen. Das ist wirklich eine riesen Besonderheit“ (IP 5, Z. 60f.)

Sichtbare Besonderheiten für Besucher:innen sind zudem die Auszeichnungen der Gebiete und Besucherhighlights. Die in dieser Arbeit untersuchten Gebiete tragen die Anerkennung als UNESCO Weltnaturerbe (IP 1, Z. 448; IP 3, Z. 71; IP 4, Z. 46f.; IP 6, Z. 203; IP 7, Z. 43; IP 8, Z. 93f.) und z. T. die der IUCN als Gebiet der Kategorie I und/oder II (IP 1, Z. 81, Z. 449f.; IP 2, Z. 67f.; IP 3, Z. 36; IP 5, Z. 54f.). Dazu betont IP 1 die Besonderheit der Erweiterung (IP 1, Z. 113f.) sowie der bundesländerübergreifenden Fläche des Gebiets (IP 1, Z. 87f.,

Z. 95f.). Auch Besucherhighlights, wie ein Baumkronenpfad (IP 9, Z. 242f.) und die dortigen Angebote und Erlebnisse (IP 1, Z. 316f.; IP 5, Z. 185f., Z. 206f.) können als Besonderheiten betrachtet werden.

Ein weiterer wichtiger Faktor ist die Stimmung, die in den jeweiligen Gebieten entsteht und maßgeblich durch das jeweilige Schutzgebiet beeinflusst wird (IP 2, Z. 293f.). Diese ist z. T. einmalig (IP 5, Z. 192). „Das Feeling ‘man bewegt sich auf den Spuren den Luchses’, das ist schon das was reicht“ (IP 2, Z. 300f.). Dabei wird die Bedeutung des emotionalen Zugangs zu den Gebieten deutlich (IP 2, Z. 180). Außerdem kommen Slogans wie „Urwald mitten in Deutschland“ sehr gut bei den Besucher:innen an (IP 6, Z. 42).

Die geographische Position der Gebiete kann von entscheidender Bedeutung sein. Kurze Entfernungen zu den nächsten Städten und eine zentrale Lage stellen Vorteile der Gebiete dar (IP 5, Z. 81f.; IP 6, Z. 44f.; IP 8, Z. 99f.). Des Weiteren bietet die Einbettung in andere große Tourismusgebiete einen zusätzlichen Anreiz für die Gäste. Zusätzlich besteht dadurch die Möglichkeit, verschiedene Attraktionen und Aktivitäten in der Umgebung zu erkunden (IP 5, Z. 83f., Z. 88f.).

5.6. *Generierung von Kundenzufriedenheit*

5.6.1. *Vorstellungen der Gäste von Wildnis und Urwald*

Die Vorstellungen der Gäste von Wildnis und Urwald können nicht einheitlich beschrieben werden, da diese teilweise unterschiedliche Auffassungen dieser Begriffe haben (IP 2, Z. 96; IP 9, Z. 156f., Z. 157-161, Z. 177). Jedoch betont IP 1 in diesem Zusammenhang, dass Besucher:innen sich kaum Gedanken zu diesen Bezeichnungen und deren Bedeutung machen (IP 1, Z. 155f., Z. 299f.) und in den zwei Begrifflichkeiten z. T. keine Unterschiede sehen (IP 1, Z. 154f.). Die Besuchenden „kommen an und haben eigentlich keine Ahnung und sind dementsprechend dann immer völlig begeistert und völlig überwältigt“ (IP 1, Z. 296-298).

Das Gefühl der Sehnsucht spielt eine bedeutende Rolle beim Besuch eines Wildnisgebiets. Dieses spiegelt tiefe, emotionale Verbundenheit und den Wunsch nach Erfahrung von Natur in ihrem ursprünglichen und unberührten Zustand wider (IP 1, Z. 205f., Z. 207, Z. 210-212). Dennoch unterschätzen viele der Gäste die Erreichbarkeit und Wegebeschaffenheit in den Wildnisgebieten (IP 5, Z. 142-144, Z. 144-146). Es konnte beispielsweise bei Exkursionen beobachtet werden, dass die Teilnehmenden aufgrund des fehlenden Mobilfunknetzes schnell nervös wurden (IP 4, Z. 133-135).

Dies zeigt, dass die Menschen oft falsche Assoziationen mit Wildnisgebieten aufweisen (IP 1, Z. 214f.). Viele stehen den Begriffen skeptisch gegenüber (IP 6, Z. 106-110), können damit nicht viel anfangen (IP 6, Z. 111) und verbinden mit Wildnis Unkontrolliertheit, Unordnung (IP 4, Z. 71f.) sowie Ungeregeltheit (IP 6, Z. 110). Es herrscht kaum Bewusstsein für die Unterschiede der einzelnen Gebietskategorien sowie für die Gründe der Schutzbedürftigkeit und der Ausweisung der Schutzgebiete (IP 1, Z. 159-161, Z. 438f.; IP 4, Z. 261f.; IP 5, Z. 123f.).

5.6.2. *Erwartungen an Wildnistourismus*

Je nach persönlichem Hintergrund und Interesse haben Besucher:innen verschiedene und unterschiedlich stark ausgeprägte Erwartungen an die Angebote (IP 3, Z. 165f., Z. 174-176; IP 9, Z. 156, Z. 161). Die Personen, die sich das erste Mal in einem Wildnisgebiet aufhalten oder bei Angeboten teilnehmen, sind leicht zu begeistern (IP 3, Z. 170f., Z. 173f.). Personen, die sich in bestimmten Bereichen gut auskennen sind „total interessiert [...] an Spezialthemen“ (IP 3, Z. 176f.).

IP 1 unterstreicht, „dass die Leute sehr, sehr offen sind und dass für die das alles völlig neu ist. Also die kommen gar nicht mit einem bestimmten 'Ich will jetzt das erleben' an“ (IP 1, Z. 294-296). Teile der Besucher:innen kommen unvoreingenommen in das Gebiet (IP 3, Z. 179f.) und erwarten im Vornhinein weniger, als dann tatsächlich geboten wird (IP 3, Z. 163f.). Daraufhin sind sie oft von dem großen Angebot überrascht (IP 3, Z. 163).

Die meisten Gäste besuchen die Gebiete, um diese zu sehen, zu verstehen und zu spüren (IP 1, Z. 272f.; IP 2, Z. 187f., Z. 189f., Z. 203f.). Dabei spielt die Sehnsucht nach dem Wildniserleben und der Wunsch, diese Wildnis und Natur zu spüren, eine sehr bedeutende Rolle (IP 2, Z. 215f., Z. 300f.; IP 3, Z. 138f., Z. 177-179; IP 4, Z. 129f., Z. 143; IP 5, Z. 123, Z. 141f.; IP 6, Z. 116-118, Z. 120; IP 7, Z. 189). Das Abseitslaufen der Wege mitten durch die Wildnis während einer Exkursion kann für die Besucher:innen als ein besonderes Highlight und als ganz neue Erfahrung betrachtet werden (IP 3, Z. 241-243). Vor allem die Menschen aus den städtischen Bereichen möchten „sich aus dem Alltag rausnehmen und wirklich mal wieder ganz bodenständig und einfach in die Natur rausgehen“ (IP 4, Z. 159-161). Dabei ist die Langsamkeit und die Einfachheit dieser Erlebnisse wichtig (IP 4, Z. 165f.). So können sich die Teilnehmenden „auf das besinnen, was eigentlich passiert“ (IP 4, Z. 137f.). Bei diesen Erlebnissen sind sichtbare oder hörbare Eingriffe in die Natur nicht erwünscht (IP 6, Z. 118f.).

Konkrete Erwartungen und Wünsche der Besucher:innen an Wildnistourismus, die von den Interviewpartner:innen genannt wurden, werden im Folgenden dargestellt. Hierunter fallen Abenteuerer (IP 5, Z. 122f.; IP 9, Z. 175-177), bei welchen z. T. dennoch ein gewisser Komfort erwünscht ist (IP 5, Z. 148f.), der Besuch von Attraktionen (IP 9, Z. 238f.), die Suche nach einem Ausgleich (IP 2, Z. 196f.) sowie nach Entschleunigung und Beruhigung (IP 2, Z. 198; IP 8, Z. 42f., Z. 52). In diesem Kontext ist auch der Wunsch, die eigene innere Mitte zu finden und Achtsamkeit auszuüben, zu erwähnen (IP 8, Z. 44f.). Zudem sind Aktivangebote wie Wandern und Radfahren stark nachgefragt (IP 6, Z. 127; IP 8, Z. 43f., Z. 46). Auch das Thema Waldbaden rückt in den Gebieten zunehmend in den Fokus (IP 6, Z. 122f., Z. 124).

Insgesamt ist die Nachfrage nach den Wildnistourismus-Angeboten sehr hoch (IP 1, Z. 204, Z. 228f.). Die Erwartung der Gäste nach noch mehr Angeboten und Führungen in den Urwald- und Wildnisgebieten kann nicht immer erfüllt werden (IP 2, Z. 154-156).

5.6.3. Kundenbindung

Die langfristige Bindung der Gäste an die Gebiete kann durch die vorhandene Wildnis und die einzigartigen Naturerlebnisse, die sie bietet, erreicht werden (IP 1, Z. 300f., Z. 441f.; IP 6, Z. 97-99). Die Besucher:innen sind „immer völlig begeistert und völlig überwältigt, weil die noch nie irgendwie was von Wildnis“ gesehen haben (IP 1, Z. 297f.). Das Wandern durch und Kennenlernen von unberührten Gebieten (IP 3, Z. 151f.) sowie das Umgeben sein von Wildnis (IP 3, Z. 245f.) ist dabei etwas ganz Besonderes.

Dieses Erleben hat eine Wirkung auf die Psyche (IP 2, Z. 202) und ruft bei den Besuchenden Begeisterung hervor (IP 7, Z. 184). Außerdem „[bekommen] die Leute bissle ein Gespür dafür [...], warum wir das eigentlich machen und warum das so wichtig ist für die Zukunft“ (IP 4, Z. 35-37). Die Wertschätzung eines Gebietes als schutzwürdig setzt Erfahrungen, Verständnisse und Kenntnisse voraus (IP 5, Z. 319-322; IP 9, Z. 285). Die Bindung der Gäste funktioniert zudem gut durch begeisternde Überraschungsmomente (z. B. durch das Abseitslaufen während Führungen) (IP 3, Z. 243f.; IP 7, Z. 184-186).

Die Attraktionen eines Gebiets und die dortigen Erlebnisse, z. B. auf dem Baumkronenpfad (IP 9, Z. 239f.), auf großen Beobachtungspunkten (IP 9, Z. 269f.) oder die Schaufütterung im Wildkatzengehege (IP 9, Z. 277f.), bleiben den Gästen gut in Erinnerung. IP 1 betont, dass Personen teilweise jedes Jahr in das Gebiet kommen und an angebotenen Exkursionen teilnehmen (IP 1, Z. 319f.). Dadurch ist erkennbar, dass die angebotenen Führungen bei den Besucher:innen eine Begeisterung hervorrufen (IP 1, Z. 320).

5.7. Bedeutung der Politik und Sicherung ausreichend finanzieller Mittel

Die Politik spielt eine zentrale Rolle hinsichtlich der Umsetzung, Finanzierung und Wertschätzung der Wildnisgebiete (IP 1, Z. 481-483, Z. 484-486, Z. 496; IP 7, Z. 190, Z. 205f.). Diese muss die Gebiete unterstützen (IP 7, Z. 191f., Z. 205-208) und zu einem Umdenken in der Gesellschaft beitragen (IP 1, Z. 501f.). Dabei ist „der Blick in die Zukunft [wichtig], um [...] mitzuteilen und darzustellen, was für eine Wertschöpfung aus dem entsprechenden Tourismus gezogen werden kann“ (IP 8, Z. 109-111). Oft hindern und/oder verlängern jedoch starre Strukturen und Bürokratien die Umsetzung bestimmter Prozesse (IP 8, Z. 163-165). Die Gebiete erhalten in der Regel eine Basisfinanzierung (IP 1, Z. 368). Dennoch besteht die Gefahr, dass die finanziellen Mittel abgedreht werden und so Projekte abgebrochen oder auf Stillstand gelegt werden müssen (IP 1, Z. 498f.). Je nach Lage eines Wildnisgebiets, ist eine Verwaltung für alle Teilbereiche vorhanden (IP 1, Z. 101f.). Bei bundesländerübergreifenden Gebieten beispielsweise kann sich der bürokratische Aufwand stark erhöhen (IP 2, Z. 11-13).

Um die Wildnisgebiete auszuweisen und zu betreiben, muss eine entsprechende Finanzierung gewährleistet sein (IP 1, Z. 115f., Z. 238). Jedoch werden über die angebotenen Exkursionen nicht zwangsläufig Einnahmen generiert (IP 1, Z. 345, Z. 355f., Z. 357, Z. 358f., Z. 427). Dies stellt in den Gebieten oft ein Problem und eine Herausforderung dar (IP 1, Z. 274,

Z. 366f., Z. 368). Eine Möglichkeit „Gelder zu akquirieren [ist] über Forschungsprojekte“ (IP 1, Z. 371f.) sowie über Sponsoren (IP 1, Z. 375f.). Diese können gut mit Hilfe von Exkursionen gewonnen werden, „dass man dort die Leute so begeistert, dass man sie motiviert, dass sie sich da einsetzen“ (IP 1, Z. 377f.). Große Sponsoren können Unternehmen sein und kommen hauptsächlich aus der Wirtschaft (IP 1, Z. 378-380).

Eine Gefahr in finanziellen Notlagen ist die Übernutzung der Gebiete. Um höhere Einnahmen zu generieren sind die Gebiete dazu geneigt, mehr Angebote zu schaffen (IP 1, Z. 416-418). Als primäres Ziel sollte eine Verlängerung der Verweildauer der Gäste in der Region betrachtet werden, da dies zu einer höheren Wertschöpfung beiträgt (IP 4, Z. 316f.).

6. Diskussion

Im folgenden Kapitel werden das methodische Vorgehen sowie die Ergebnisse der Forschungsarbeit in Bezug auf die Forschungsfrage und den theoretischen Hintergrund diskutiert.

6.1. Methodische Diskussion

6.1.1. Qualität des Interviewleitfadens und der Interviews

Der Umfang des Interviewleitfadens mit acht Fragen war verglichen mit der Reichweite des Forschungsthemas eher gering, weshalb die Studie eine eingeschränkte Generalisierbarkeit aufweist. Es ist nicht auszuschließen, dass bestimmte Themengebiete, Perspektiven und Informationen unberücksichtigt blieben. Im Rahmen dieser Arbeit war es nicht möglich, alle potentiell relevanten Themengebiete abzudecken. Überwiegend kam es zu keinen Unklarheiten oder Missverständnissen seitens der Interviewpartei:innen bzgl. der einzelnen Fragen und Themenkomplexe. Dennoch war es beispielsweise beim Wildnisgebiet Dürrenstein-Lassingtal schwierig, nach dem dort herrschenden Tourismus und dessen Erfolgsfaktoren zu fragen, da streng genommen in diesem Gebiet kein Tourismus existiert. Des Weiteren gilt der Nationalpark Hainich nicht speziell als Wildnisgebiet, auch wenn das Thema Wildnis dort eine wichtige Rolle spielt.

Die einzelnen Expert:innen schweiften teilweise von der eigentlichen Fragestellung ab und verharrten in Nebenbereichen, wodurch das Hauptziel der Forschung zwischendurch aus den Augen geriet. Hier bestand die Schwierigkeit, das Gespräch wieder auf den eigentlichen Fokus zu lenken. Dies erforderte eine aktive Moderation, um die Diskussionen wieder auf den Kern der Fragestellung zurückzuführen und sicherzustellen, dass die relevanten Informationen erfasst wurden. Durch die gezielte Lenkung wurde versucht, dass die abschweifenden Erzählungen nicht die Aussagekraft und Relevanz der Experteninterviews beeinträchtigen.

6.1.2. Auswertung der Daten mit Hilfe der qualitativen Inhaltsanalyse

Die Anwendung der qualitativen Inhaltsanalyse zur Auswertung der Experteninterviews ermöglichte eine systematische und umfassende Analyse der gesammelten Daten, um wichtige Erkenntnisse zu gewinnen. Dabei muss berücksichtigt werden, dass die gewählte Methodik Einfluss auf die im vorherigen Kapitel beschriebenen Ergebnisse haben kann. Diese Schwächen werden nachfolgend kritisch reflektiert und diskutiert. Es werden Grenzen und Einschränkungen der angewandten Methoden sowie Interpretationen aufgezeigt, um potentielle Auswirkungen auf die Ergebnisse zu verstehen. Eine transparente Darstellung der Schwächen stärkt die Validität und Glaubwürdigkeit der Studie und ermöglicht es anderen Forschenden, die Einschränkungen angemessen zu berücksichtigen.

Die qualitative Inhaltsanalyse hängt stark von der Interpretation und dem Verständnis des/der Forschenden ab. Daher besteht die Möglichkeit, dass persönliche Vorurteile, Überzeugungen und Erfahrungen die Analyse beeinflussen. Es ist wichtig, diese mögliche Subjektivität zu beachten. Das Risiko von persönlichen Einflüssen trägt dazu bei, dass unterschiedliche Forscher:innen aufgrund der verschiedenen Interpretationen bei gleichem Vorgehen zu unterschiedlichen Ergebnissen gelangen können (Gläser & Laudel, 2012, S. 43). Des Weiteren können persönliche Bias sowohl seitens der Interviewpartner:innen als auch der Interviewerin die Ergebnisse der qualitativen Inhaltsanalyse beeinflussen und die Objektivität der Interpretationen einschränken (Kaiser, 2021, S. 38).

Die Kodierung weist keinen ausreichenden Grad an Standardisierung auf und kann ebenfalls verzerrt sein, wenn bestimmte Aspekte überbetont oder ignoriert werden. Deshalb ist es wichtig, die Auswahl- und Kodierungsentscheidungen klar darzustellen (Gläser & Laudel, 2012, 198f.). Außerdem ist es hilfreich, dass mehrere Forschende die Daten analysieren, um eine interne Validität und Zuverlässigkeit zu gewährleisten (Mayring, 2015, S. 124). Aufgrund des organisatorischen und zeitlichen Rahmens der hier vorliegenden Forschungsarbeit, war dieser Schritt nicht möglich. Durch Reflexivität, das Hinterfragen der eigenen Vorannahmen und durch den Einsatz der Codier- und Analysetechniken wurde versucht, die Objektivität und Validität der Arbeit zu fördern und zu gewährleisten.

Es herrscht eine eingeschränkte Repräsentativität der Ergebnisse. Die Stichprobenauswahl beschränkt sich auf Expert:innen aus nur drei unterschiedlichen Beispielregionen, welche für die Beantwortung der Forschungsfrage als relevant eingestuft wurden. Die Ergebnisse der Analyse sind daher auf die ausgewählte Stichprobe beschränkt und können nicht automatisch auf jegliche anderen Gebiete verallgemeinert werden. Die qualitative Inhaltsanalyse berücksichtigt ausschließlich den spezifischen Kontext, in dem die Daten erhoben wurden. Die Ergebnisse werden durch einzigartige Merkmale (z. B. die Teilnehmer:innen) oder konkrete Voraussetzungen und Rahmenbedingungen in den Gebieten (z. B. die Schutzgebietskategorie, Land) beeinflusst. Die Variation dieser Kontexte erschwert die Übertragung der Ergebnisse auf andere Fälle.

Die Auswahl der Daten oder Teilnehmenden kann eine Quelle für Bias darstellen. Es besteht die Möglichkeit, dass bestimmte Stimmen oder Perspektiven nicht angemessen repräsentiert werden, entweder aufgrund von bewussten oder unbewussten Auswahlentscheidungen oder aufgrund von begrenzter Verfügbarkeit der Daten. Es ist wichtig, die Einschränkungen der Stichprobe anzuerkennen und ihre Auswirkungen auf die Interpretation der Ergebnisse zu berücksichtigen. In der hier vorliegenden Studie wurde versucht, eine repräsentative und vielfältige Stichprobe zu gewährleisten. Hierfür erfolgte eine möglichst gezielte Auswahl der Beispielregionen und den daraus stammenden Interviewpartner:innen. Dennoch sind Verzerrungen der Ergebnisse nicht auszuschließen.

Die qualitative Inhaltsanalyse ist insgesamt ein komplexes Verfahren, das mit viel Sorgfalt, Aufmerksamkeit und Zeitaufwand verbunden ist. Eine Herausforderung stellt die Erlangung aller relevanten Informationen und deren richtige Auswertung dar. Darüber hinaus besteht die Gefahr, dass wichtige Aussagen nicht erfasst werden.

6.2. *Inhaltliche Diskussion*

Nachdem die angewandte Methodik einer kritischen Reflexion unterzogen wurde, soll im Folgenden eine Analyse und Interpretation der Forschungsergebnisse im Zusammenhang des spezifischen Untersuchungskontextes erfolgen. Des Weiteren werden die Ergebnisse in Bezug auf den theoretischen Hintergrund diskutiert.

6.2.1. *Begriffliche Verständnisse der Expert:innen und Zusammenhänge mit dem Tourismus* Verständnisse der Interviewpartner:innen von Wildnis und Urwald

Um die Ergebnisse besser interpretieren und einschätzen zu können, wurden die Interviewpartner:innen zu Beginn der Umfrage nach dem persönlichen Verständnis von Wildnis gefragt. In diesem Zusammenhang wurde von Einzelnen auch der Begriff Urwald mit erläutert. Die Existenz unterschiedlicher Ansichten und Verständnisse über die Begriffe, welche auch in der Theorie erläutert wurden (vgl. Kapitel 2.2.1.), konnte durch die Interviews bestätigt werden.

Für einen Teil der Befragten kann Wildnis durch den persönlichen Entschluss entstehen, der Natur Vorrang zu gewähren. Anders wie Kun et al. (2015) betrachten diese Interviewpartner:innen Wildnis als keinen Prozess, sondern als Zustand, welcher durch die individuelle Entscheidung erreicht werden kann. Wenn dieser Ansicht gefolgt wird, ist die Entstehung von Wildnisgebieten ohne einen hohen zeitlichen und finanziellen Aufwand möglich. Flächen können demnach sofort als Wildnis betrachtet werden, sobald keine menschlichen Eingriffe mehr stattfinden. Diese Annahme unterstützt die Wildnisdefinition der Europäischen Kommission, da auch hier das Abfließen natürlicher Prozesse im Vordergrund steht (Europäische Kommission, 2013, S. 12). Andere Aussagen der Interviewpartner:innen belegen hingegen die Ansicht von Kun et al. (2015) und verdeutlichen, dass sich Wildnis über viele Jahre entwickeln muss und beispielsweise alte Bäume beinhaltet.

Die Unberührtheit der Wildnisgebiete weist bei den Befragten eine unterschiedliche Bedeutung auf. Einerseits besteht eine starke Verbindung zu dieser Eigenschaft. Andererseits wird betont, dass streng genommen keine von menschlichen Einflüssen unberührten Gebiete mehr auf dem Planeten existieren. Diesen Konfliktpunkt erläutern auch Watson und Venter (2021). Obwohl die Ansichten je nach Gebiet und Person verschieden sind, besteht überwiegend Einigkeit, dass Wildnis (nahezu) keinen menschlichen Einflüssen unterliegt und die dortigen Gebiete einer natürlichen Entwicklung folgen.

Es ist festzustellen, dass das Verständnis je nach Land und Gebiet der Interviewpartner:innen variiert. Das verdeutlicht die Auffassung, dass sich die Wahrnehmung von Wildnis je nach geografischer Lage, regionaler Kultur und individuellen Wahrnehmungen unterscheidet (Kun et al., 2015, S. 15). Interessanterweise ist festzustellen, dass trotz der verschiedenen Standpunkte der Teilnehmenden Gemeinsamkeiten bzgl. des Begriffs Wildnis vorliegen. Diese decken sich mit den Übereinstimmungen unterschiedlicher Definitionen, welche in der Theorie ausgeführt wurden (vgl. Moos, Conradin & Kern, 2022, S. 24). Das zeigt, dass der Begriff „Wildnis“ eine gewisse Grundidee oder ein gemeinsames Verständnis enthält, welche trotz unterschiedlicher Interpretationen fortbestehen.

Die Interviewpartner:innen betonen, dass im Normalfall eine bestimmte Größe notwendig ist, um ein Wildnisgebiet auszuweisen. Aufgrund der Besonderheit eines Gebiets, konnte bzgl. diesem Aspekt eine Ausnahme gemacht werden. Der Umstand stützt die Auffassung, dass die Gebietsgröße bei Wildnisgebieten eine zentrale Rolle spielt, jedoch aber keine unveränderliche Variabel darstellt (vgl. Europäische Kommission, 2013, S. 12). Aus den Interviews geht hervor, dass die Hauptaufgaben in Wildnisgebieten die Forschung, der Naturschutz und die Bildungsarbeit sind. Hier stimmen die Ergebnisse mit der Theorie überein, dass der Schutz der natürlichen Entwicklung an erster Stelle steht (vgl. Ajagunna, Pinnock & Kerr, 2014, S. 240).

Nach Aussagen der Expert:innen ist für die Entstehung eines Urwaldes ein langer zeitlicher Rahmen erforderlich. Die Existenz von Urwäldern ist demnach eng mit einem Prozess verbunden, der frei von jeglichem menschlichen Eingriff ist. Diese natürliche Entwicklung und die fehlenden menschlichen Veränderungen spielen auch in der Theorie des Urwaldbegriffs eine zentrale Rolle (vgl. Brändli & Dowhanytsch, 2003, S. 62; Luick et al., 2021b, S. 13; Schickhofer, 2015, S. 23). Daraus lässt sich schließen, dass die Entstehung von Urwald einen zeitlich langen Prozess umfasst und im Gegensatz zur Wildnis nicht von heute auf morgen möglich ist.

Verknüpfung mit dem Tourismus

Aus den Interviewergebnissen geht hervor, dass Wildnistourismus in ehemals beeinträchtigten Gebieten stattfinden kann, die heute keinen Nutzungen mehr unterliegen. Dies bietet die Möglichkeit eine Vielzahl von Gebieten für den Wildnistourismus zu nutzen und die hohe Nachfrage

nach naturnahen und unberührten Landschaftserlebnissen, welche Moos, Conradin und Kern (2022, S. 20) betonen, zu befriedigen. In Wildnisgebieten sind, verglichen mit anderen Tourismusregionen, nicht viele infrastrukturelle Angebote und Einrichtungen für Besucher:innen vorhanden. Das Erleben von Wildnis steht im Vordergrund. Deshalb ist es wichtig, genau diese zu bewahren und zu erhalten. Wie aus der Theorie hervorgeht, können große Infrastrukturen und Einrichtungen den Wert des Gebiets sowie das Wildniserleben schmälern und beeinträchtigen (vgl. Cole & Williams, 2012, S. 7; Johnson & Cole, 2005, S. 4). Außerdem wurde während der Interviews betont, dass das Konzept der Nationalparks gut mit dem Konzept der Wildnis zusammenpasst. Auch in Nationalparks steht der Schutz der Natur sowie der sich entwickelnden Wildnis an erster Stelle, welche von der Bildungsarbeit und dem Tourismus begleitet wird.

6.2.2. Angebote im Wildnistourismus

Angebote und deren Eigenschaften

Die Resultate verdeutlichen, dass außergewöhnliche und einzigartige Erfahrungen durch das Verlassen öffentlicher Wege während geführter Exkursionen möglich sind. So können Erwartungen, wie das Spüren der Nähe zur Natur oder der Entfernung zur Zivilisation erfüllt und das Bedürfnis nach Abgeschiedenheit und Ruhe gestillt werden (vgl. McCool, 2004, S. 16). Des Weiteren kann die von der Natur ausgehende Schönheit und Kraft empfunden werden (vgl. Dossey, 2016, S. 219). Neben den Führungen sind Besucherhighlights und Attraktionen in den Gebieten, Besucherzentren und Ausstellungen sowie vorhandene Rad- und Wanderwege wichtige Teile des Angebots. Die Wanderwege sollten dabei nach Altmoos (2023, S. 177) möglichst schmal und naturnah sein.

Wie die Interviewpartner:innen teilweise betonten, ist es wichtig, eine Variation des Angebots über mehrere Jahre hinweg aufrecht zu erhalten. So können die Bedürfnisse und Vorlieben der Besucher:innen angesprochen und eine langfristige Attraktivität des Wildnistourismus gewährleistet werden. Für ein breit gefächertes Angebot sollten Themen, Dauer und angesprochene Zielgruppen variieren.

Um kleine Gebiete vor Schäden durch den Tourismus zu schützen, finden in den Beispielregionen Angebote z. T. an den Randbereichen oder außerhalb der Gebiete statt. Dies stellt eine Möglichkeit dar, Kerngebiete in ihrer Natürlichkeit zu erhalten, welche auch Higham, Kearsley und Kliskey (2000) betonen.

Insgesamt dienen die Angebote der Erlebbarkeit der Wildnisgebiete. Sie stellen den Kontaktpunkt zwischen Wildnis und Besuchenden dar. Neben den Angeboten, welche draußen in den Gebieten auf der Fläche stattfinden, ist das Wildniserleben auch in Besucherzentren der Schutzgebiete möglich. Dies ist v.a. für kleine Gebiete mit hohem Besucherdruck ein interessanter Ansatz. Dadurch kann mit den Gästen Bildungsarbeit durchgeführt und Erlebnisse gewährleistet werden, ohne dass sich alle physisch im Gebiet befinden. Vor allem mit Hilfe neuer Techniken wie VR-Brillen oder Augmented Reality, können Indoor-Erlebnisse generiert und

Besuchende begeistert werden. Angesichts der vielfältigen Erwartungen der Gäste an Wildniserlebnisse (vgl. Johnson & Cole, 2005, S. 3) besteht die Möglichkeit, durch diese Erlebnisse Wünsche und Vorstellungen der Besucher:innen teilweise zu erfüllen. Dennoch ist zu beachten, dass nicht allen Gästen auf diese Weise die gewünschten Erfahrungen ermöglicht werden können, da viele das Bedürfnis haben, das Gebiet selbst zu erleben und zu erkunden.

Vermarktung von Wildnistourismus

Die Vermarktung von Wildnistourismus ist abhängig von der gewünschten Tourismusintensität. Diese kann je nach Gebietsgröße und Vulnerabilität der Gebiete unterschiedlich ausfallen. Wie aus den Interviewergebnissen hervor geht, spielen die Begrifflichkeiten Wildnis und Urwald dabei eine sehr wichtige Rolle und ziehen Besucher:innen an. Dies bestätigt den Ansatz von Altmöös (2023, S. 25), dass Wildnis eine bedeutsame Ausstrahlung und starke emotionale Wirkung hat. Die überwiegend positiven Assoziationen mit den Begriffen (vgl. BMUM & BfN, 2014, S. 8) sowie die Assoziation mit einem Gefühl der Sehnsucht (vgl. Moos, Conradin & Kern, 2022, S. 20) tragen maßgeblich dazu bei.

Bei der Vermarktung ist es wichtig, die Aufmerksamkeit der potentiellen Besucher:innen zu erlangen. Die Ergebnisse der Interviews bestätigen den Ansatz von Meifert (2019, S. 270), dass dies am besten über die Ansprache auf emotionaler Ebene und mit Hilfe einer gezielten Inszenierung der Natur möglich ist. Neben den stark anziehenden und werbewirksamen Begriffen können auch Attraktionen und Besucherhighlights sowie Angebote in den Gebieten dazu beitragen. Für die Steigerung der Bekanntheit und die bessere Sichtbarkeit der Wildnistourismus-Angebote ist eine Einbindung in die touristische Vermarktung der gesamten Region hilfreich. Dies unterstützt die Auffassung von Ajagunna, Pinnock und Kerr (2014, S. 240), dass Kooperationsbeziehungen eine hohe Relevanz besitzen. Der gemeinsame Auftritt sowie die Vermarktung mittels unterschiedlicher Medien ermöglichen die Ansprache unterschiedlicher Ziel- und Altersgruppen. Auszeichnungen und Anerkennungen (z. B. UNESCO-Weltnaturerbe) dienen als Qualitätskennzeichnungen. Diese können als Marketinginstrumente eingesetzt werden und besitzen eine starke Kommunikationsfunktion (Trimborn, 2009, S. 180). Die Expert:innen betonten die Bedeutung, dass die Erlebnisse und Eindrücke, die für Vermarktungszwecke genutzt werden, tatsächlich auch von den Besucher:innen in den Gebieten auffindbar und erlebbar sein sollten. Werden durch die Vermarktung unerfüllbare Vorstellungen und Erwartungen generiert, entsteht Unzufriedenheit (Hinterhuber et al., 2004, S. 6). Die Angebote müssen zudem gut auffindbar und einfach zu buchen sein. Eine übersichtliche Darstellung sowie eine einheitliche Preisstruktur sind dabei von großem Vorteil.

Qualitätssicherung

Um die Qualität der Erlebnisangebote zu sichern, erwähnten die Interviewpartner:innen die Schulungen für die Naturführer:innen. Diese finden regelmäßig statt und ermöglichen einen

einheitlichen Standard im Wildnisgebiet. Bei individuell buchbaren Führungen ist es wichtig, die Wünsche und Bedürfnisse der Gruppe im Vorhinein abzuklären und konkret auf diese einzugehen. Dies zeigt, dass gezielte Vorbereitungen und Anpassungen bei dieser Art von Führungen notwendig sind.

Des Weiteren ist eine Konzeptentwicklung unerlässlich. So kann gezielt und durchdacht vorgegangen und die vielen Aspekte beachtet werden, die bei der Entwicklung von Wildnistourismus eine Rolle spielen. Es ist notwendig, dass die Besuchereinrichtungen und Angebote in den Wildnisgebieten eine hohe Qualität aufweisen (Meifert, 2019, S. 270). Auf diese Weise kann den Gästen ein bestimmter Komfort zugesichert werden. Daneben dienen Qualitätskennzeichnungen zur Qualitätssicherung des Gebiets sowie zur Qualitätssicherung an potentielle Gäste (vgl. Trimborn, 2009, S. 176). Dabei kann es schwierig sein, den von den Gästen gewünschten Komfort und gleichzeitig die Ursprünglichkeit und Natürlichkeit der Gebiete zu gewährleisten. Eine detaillierte Untersuchung der Zielgruppen sowie deren Wünsche und Erwartungen wäre hier erforderlich, um dies präzise beurteilen zu können.

6.2.3. *Gezieltes Management der Gebiete*

Aus den Interviews geht hervor, dass ein gezieltes Management der Gebiete unverzichtbar ist. Dies betonen auch Cole und Williams (2012, S. 3). Dabei ist die Erstellung von Konzepten und Besucherprogrammen sowie das Betreiben von Öffentlichkeitsarbeit von hoher Bedeutung. Die Programme können je nach Jahreszeit variiert werden. Zusätzlich betonen Higham, Kearsley und Kliskey (2000, 92f.) die Anpassung des Managements sowie der Angebote an die heterogene Nutzergruppe im Wildnistourismus. Die Ergebnisse zeigen, dass aufgrund der Vielzahl an zu beachtenden Faktoren im Wildnistourismus, viel Zeit und Geduld für die Planung und Erstellung von Konzepten erforderlich sind.

Fast alle der Interviewpartner:innen betonten die Gratwanderung, welche zwischen dem Naturschutz und dem Tourismus in den Wildnisgebieten herrscht. Aufgrund der divergierenden Intentionen dieser beiden Bereiche besteht die Herausforderung, sie miteinander zu vereinen und parallel zu verfolgen. Das Problem dabei ist, dass jedes einzelne Gebiet diesen Konfliktpunkt individuell und eigenständig lösen muss. Die Expert:innen erläuterten, dass aufgrund der sehr unterschiedlichen Gegebenheiten und Voraussetzungen in den jeweiligen Gebieten keine allgemein anwendbare Lösung existiert. Um ein Gleichgewicht zwischen Naturschutz und Tourismus herzustellen, sollte der Tourismus als Chance des Gebietsschutzes betrachtet und so gemanagt werden, dass das Gebiet keine Schäden davonträgt. Der Tourismus sollte den Schutz der Wildnis nicht gefährden und als weiteres, untergeordnetes Ziel betrachtet werden. Wie bereits auch in der Theorie ausgeführt wurde, ist eine verantwortungsvolle Nutzung der Gebiete unabdingbar (vgl. Ajagunna, Pinnock & Kerr, 2014, S. 229). Dabei sollten die touristischen Nutzungen im Einklang mit der Natur stehen und jegliche Störungen vermieden bzw.

minimiert werden (vgl. Roggenbuck, Williams & Watson, 1993, S. 189). Gerade hierfür ist die Bildungsarbeit, die Sensibilisierung der Gäste und eine gute Kommunikation notwendig.

Bei geringer Ausdehnung von Wildnisgebieten können Attraktionen und Angebote in den umliegenden Bereichen der Kernzonen eine Möglichkeit bieten, sowohl den Schutz der Gebiete als auch deren Zugänglichkeit für Besucher:innen zu gewährleisten. Die Ansicht, dass in Pufferbereichen Wildniserfahrungen gesammelt werden können, wird von Higham, Kearsley und Kliskey (2000, S. 83) unterstützt. Auch in diesem Zusammenhang stellt sich jedoch die Frage, wie gut diese Herangehensweise von den Besuchenden angenommen wird, die das eigentliche Wildnisgebiet kennenlernen und erleben möchten.

Besucherlenkung

Die Ergebnisse zeigen, dass die Besucherlenkung in Wildnisgebieten eine sehr wichtige Rolle spielt. Dies belegt die Theorie, die besagt, dass mit Besuchermanagement negative Auswirkungen des Tourismus minimiert werden können (Rein & Dilzer, 2019, S. 239). Durch eine gute Umsetzung und strikte Betreibung von Besucherlenkung ist es möglich, die Besucher:innen zu kanalisieren und in gewünschte Bereiche zu leiten sowie gleichzeitig von sehr vulnerablen Flächen fernzuhalten. Allerdings bleibt fraglich, in welcher Intensität der Tourismus in den freigegebenen Bereichen existieren kann und ggf. Schäden anrichtet. Rein und Dilzer (2019, S. 239) zeigen in diesem Zusammenhang auf, dass negative Auswirkungen minimiert, aber nicht komplett vermieden werden können.

Konkrete Möglichkeiten der Besucherlenkung sind ausgewiesene Wander- und Radwege, angebotene Exkursionen und Besuchereinrichtungen. Diese Angebote können z. B. gezielt in den Randbereichen der Gebiete stattfinden. Die aktive Lenkung der Besucher:innen kann durchaus vor ihrer Ankunft erfolgen und so eine reibungslose Organisation und ein optimales Besuchererlebnis ermöglichen. Zusätzlich wurde darauf hingewiesen, dass je nach geographischer Lage und natürlichen Gegebenheiten in den Wildnisgebieten durch die Festlegungen des ausgewiesenen Schutzstatus und der naturräumlichen Lage teilweise eine automatische Besucherlenkung erfolgt. Dadurch wird der Schutz der Wildnis ohne zusätzlichen Aufwand von selbst geregelt.

Regelungen für Besuchende und Kommunikation

Die Interviewergebnisse zeigen, dass im Wildnistourismus für den Schutz und den Erhalt der Gebiete Regelungen für die Besucher:innen notwendig sind. In diesem Zusammenhang sollte sorgfältig zwischen dem Einsatz von Verboten und Geboten abgewogen werden. Zudem sollten die Regelungen Verständnis hervorrufen. Dieses kann als Voraussetzung für die Berücksichtigung der Ge-/Verbote betrachtet werden. Aus diesem Grund spielt auch die Aufklärung über die Hintergründe für die Akzeptanz bestimmter Regelungen eine sehr wichtige Rolle. Eine übersichtliche und einheitliche Darstellung der Regelungen in den Gebieten dient den Gästen

als Erleichterung und hilft ihnen, sich besser zurechtzufinden. Dabei sollte ersichtlich sein, welche Aktivitäten an welchen Stellen erlaubt sind und welche nicht. In diesem Zusammenhang muss aufgezeigt werden, welche Gründe hierfür vorliegen und ggf. sollten Alternativen angeboten werden. Es wurde betont, dass je nach Schwere der Verstöße ein dialogorientierter Ansatz der beste Weg sein kann, um das Verständnis für die Regelungen zu fördern und angemessene Lösungen zu finden.

Zusätzlich zur Kommunikation mit den Gästen wurde erläutert, dass diese sowie der Austausch mit der lokalen Bevölkerung und den Regionen ebenfalls von entscheidender Bedeutung ist. Die Interviewpartner:innen stimmen mit Herntrei (2014, S. 1) überein, dass Bürgerinteressen berücksichtigt und Wertschätzung für die eigene Region sowie deren Besonderheiten erlangt werden müssen. Eine klare Kommunikation und Darstellung der Vorteile, die für die Menschen vor Ort durch Wildnistourismus entstehen, ist erforderlich.

6.2.4. Vernetzung

Die in der Theorie ausgeführte große Bedeutung der Vernetzung mit der lokalen Bevölkerung sowie mit touristischen Akteur:innen konnte durch die durchgeführten Interviews bestätigt werden (vgl. Herntrei, 2014; Mandelartz & Oven-Krockhaus, 2021). Des Weiteren wurde die Relevanz der Landbesitzer:innen betont. Die Erlangung von Flächen gilt als Voraussetzung für die Ausweisung sowie Erweiterung von Wildnisgebieten und stellt in vielen Fällen eine Schwierigkeit dar. Aus den Interviews geht hervor, dass die lokale Bevölkerung oft ablehnende und skeptische Einstellungen gegenüber Wildnisgebieten hat. Gründe hierfür können fehlendes Wissen über die Hintergründe, die Zusammenhänge und mögliche Vorteile sein. In diesem Zusammenhang stellt Herntrei (2014, S. 138) heraus, dass Bürgerbeteiligung zu einer höheren Zufriedenheit sowie ökonomischen Vorteilen der Einheimischen führt. Hier stützen die Interviewergebnisse die Theorie und verdeutlichen, dass Wissenstransfer und Informationsaustausch elementar sind (vgl. Herntrei, 2014, S. 158).

Das gegenseitige Profitieren stellt einen maßgeblichen Aspekt dar und kann als Prämisse für die Akzeptanz und Unterstützung des Wildnistourismus durch die einheimische Bevölkerung betrachtet werden. Jedoch wurde auch erwähnt, dass Gegenstimmen immer vorhanden sein können. Hier gilt es, das Gespräch mit den Betroffenen zu suchen und frühzeitige, gezielte Veranstaltungen für die Bevölkerung zu organisieren. Das Ziel besteht darin, dass die Mehrheit den Gedanken eines Wildnisgebiets unterstützt. Dies stellt eine Schwierigkeit des Managements dar. Die Interviewpartner:innen raten, sich dieser Herausforderung ganz zu Beginn zu stellen und dieser fortlaufend Aufmerksamkeit zu widmen. Ohne die Unterstützung der lokalen Bevölkerung kann sich kein dauerhafter Erfolg von Wildnisgebieten einstellen (Herntrei, 2014, S. 3).

Neben der Zusammenarbeit mit den Einheimischen, stellt auch die Vernetzung mit touristischen Akteur:innen eine bedeutende Möglichkeit für die Entwicklung von Wildnistourismus

und der Förderung eines nachhaltigen Destinationsmanagements dar. Auch hier stimmen die Ergebnisse der Interviews mit der in Kapitel 2.3.2. ausgeführten Theorie überein (vgl. Herntrei, 2014; Mandelartz & Oven-Krockhaus, 2021). Die Vernetzung mit der Region und deren touristischen Anbieter:innen sowie anderen Schutzgebieten führt aufgrund von Synergieeffekten zu einer besseren Sichtbarkeit des Gebiets, erweitertem Angebot und ermöglicht eine bessere Vermarktung. Zudem wird eine Effizienzsteigerung und die Wettbewerbssteigerung gefördert. Dabei betont Herntrei (2014, S. 142), dass die Verfolgung gemeinsamer Ziele eine entscheidende Rolle spielt.

6.2.5. *Naturräumliche Ausstattung der Gebiete*

Aus den Interviewergebnissen geht hervor, dass Urwaldflächen und naturnahe Wälder eine besondere Bedeutung in Wildnisgebieten haben. Umso naturnaher die Gebiete sind, desto einfacher kann von Wildnis gesprochen und somit Wildnistourismus entwickelt werden. Wie in der Theorie ausgeführt wurde, sind Wildnisgebiete hauptsächlich durch Naturkräfte geformt worden (Rudzitis & Johansen, 1991, S. 230). Die Interviewergebnisse zeigen zudem, dass auch naturnahe und heute unbeeinflusste Gebiete für den Wildnistourismus von besonderer Relevanz sind. So ist es möglich, dass vor langer Zeit Bewirtschaftungsformen stattfanden, jedoch heute nahezu wieder Wildnis existiert und keinerlei menschliche Beeinträchtigungen vorliegen. Dabei ist interessant, dass bestimmte ehemalige Bewirtschaftungsformen teilweise die Grundlage für die heutige Wildnisexistenz in den Gebieten bilden.

Aufgrund der Seltenheit der Wildnisgebiete genießen diese eine hohe Besonderheit. Durch die starke emotionale Wirkung des Begriffs Wildnis (Altmoos, 2023, S. 25) sowie das Gefühl der Sehnsucht, der modernen Welt zu entfliehen (Moos, Conradin & Kern, 2022, S. 20), werden die Besucher:innen angezogen. Gemäß den Erklärungen in den Interviews liegt die Sehnsucht nach Ursprünglichkeit der Menschen in der Evolution begründet. Es konnte bestätigt werden, dass Gäste in die Gebiete kommen, um die Natur sowie deren Eigenschaften und Besonderheiten zu sehen, zu erleben und zu spüren. Dabei sind die Wildniserlebnisse einzigartig und können eine tiefe Verbindung zur Natur schaffen (Cole & Williams, 2012, S. 3). Die Bedeutung von Auszeichnungen konnte belegt werden. Mit Hilfe derer ist es u. a. möglich, zusätzlich Aufmerksamkeit zu generieren (Trimborn, 2009, S. 181). Sie dienen als bekannte Merkmale und Qualitätszeichen der Gebiete und stellen für die Gäste eine Besonderheit dar. Zudem ist eine zentrale Lage der Gebiete von Vorteil und kann für potentielle Besuchende eine entscheidende Bedeutung bei der Wahl von Reisezielen darstellen. Dennoch sollte hier hinterfragt werden, ob dieser Aspekt als Voraussetzung für erfolgreichen Wildnistourismus gilt. Mit Hilfe ausreichender USPs und Attraktionen im Gebiet sowie entsprechender Vermarktung, kann aufgrund der hohen Nachfrage davon ausgegangen werden, dass die Gäste auch in abgelegene Gebiete kommen.

6.2.6. *Generierung von Kundenzufriedenheit*

Vorstellungen der Besucher:innen von Wildnis und Urwald

Wie aus den Interviews hervorgeht, besitzen Besucher:innen tendenziell ein geringes Bewusstsein für die Eigenheiten und Unterschiede von Urwald- und Wildnisgebieten. Dies gilt insbesondere für jene, die noch keine Berührungspunkte mit solchen Gebieten hatten. Um dieses Wissen und Verständnis zu vermitteln, besteht Bedarf an Aufklärung und Bildungsarbeit.

Aufgrund des fehlenden spezifischen Vorwissens haben Besucher:innen häufig keine konkreten Erwartungen an die Angebote im Wildnistourismus und sind daher offen für verschiedene Erfahrungen. Dies bietet die Möglichkeit, schnell Begeisterung für die Schönheit und Einzigartigkeit der Wildnis hervorzurufen und für deren Schutz zu sensibilisieren. Dadurch ist es möglich, die Zufriedenheit der Gäste bereits durch einfache Angebote und die Besonderheiten der Natur selbst zu erreichen. Dennoch sollte beachtet werden, dass die Vorstellungen und gewünschten Erlebnisse von Wildnis sehr unterschiedlich sind (vgl. Johnson & Cole, 2005, S. 3). Es darf nicht in den Hintergrund geraten, dass in Wildnisgebieten ebenso Gäste kommen, die konkrete Erwartungen mitbringen (vgl. Cole & Hall, 2008, S. 12; Dossey, 2016, S. 219). Dies gilt vor allem für Personen, die in der Vergangenheit bereits Wildnisgebiete besucht haben und z. T. fachliche Hintergründe besitzen.

Nach Roggenbuck (2004, S. 23) existieren in der Gesellschaft teilweise falsche und/oder romantisiertere Vorstellungen von Wildnis. Dies konnte durch die Interviews bestätigt werden. Aufgrund der Unterschätzung natürlicher Gegebenheiten vor Ort, ist es von hoher Bedeutung, diese bei den Angeboten klar zu kommunizieren. Bei anspruchsvollem Gelände und herausfordernden Wegebedingungen könnte es beispielsweise angebracht sein, ausdrücklich auf die Bedeutung eines geeigneten Schuhwerks hinzuweisen.

Erwartungen an Wildnistourismus

Im Allgemeinen sind das direkte Erleben, die visuelle Wahrnehmung sowie das Spüren der Natur und Wildnis die Haupterwartungen, welche an Wildnisgebiete gestellt werden. Diese Ergebnisse decken sich teilweise mit den theoretischen Ausführungen. Auch hier wurde das Spüren der Nähe zur Natur (McCool, 2004, S. 16; Zoderer & Tasser, 2021, 111392), der Wirkung auf die eigene Person (Dossey, 2016, S. 219), der Stille und Ruhe sowie der Abgeschiedenheit (Schuster, Tarrant & Watson, 2004, 357f.) betont. Die Expert:innen zeigen auf, dass die Ruhe der Gebiete sowohl für das Wildniserleben als auch für die dortige Tierwelt von hoher Bedeutung ist und bewahrt werden sollte. Es gilt darauf zu achten, dass sich kein Massentourismus entwickelt und der Wildnistourismus nachhaltig betrieben wird. Weitere gewünschte Erlebnisse aus der Literatur wie spirituelle und ästhetische Erfahrungen (vgl. Johnson & Cole, 2005, S. 5) oder Herausforderungen und Abenteuer (vgl. Cole & Hall, 2008, S. 12) wurden in den Interviews vergleichsweise weniger genannt. Übereinstimmung liegt jedoch in dem Punkt,

dass die Natürlichkeit den wichtigsten Aspekt des Wildniserlebens darstellt (vgl. Roggenbuck, 2004, S. 22). Zudem geht hervor, dass neben allgemeinen Aktivangeboten (z. B. Wandern, Radfahren) auch konkrete Erlebnisse, die nur in den Wildnisgebieten erlebt werden können (z. B. Spüren und Kennenlernen der Wildnis) eine bedeutende Rolle spielen. Diese hängen u. a. mit der Ursprünglichkeit der Gebiete zusammen.

Aufgrund der unterschiedlichen Erwartungen der Gäste, besteht eine Schwierigkeit in der Herstellung eines Gleichgewichts zwischen erwartetem Komfort und gewünschter Ursprünglichkeit in den Wildnisgebieten. Um Besucher:innen eine umfassende Zufriedenheit sicherzustellen, ist es von großer Bedeutung, eine breite Palette an Aktivitäten und Erlebnissen anzubieten. Dadurch wird versucht, den vielfältigen Interessen und Vorlieben gerecht zu werden. Es können Besucherzentren und -einrichtungen geschaffen werden, welche beispielsweise Sanitäranlagen sowie eine kleine Verpflegung der Gäste umfassen. Daneben sollte jedoch die Natur und deren Ursprünglichkeit bewahrt bleiben und deren Erleben gewährleistet werden. Darunter zählt auch eine naturbelassene Infrastruktur, die sich gut in das Bild der Natur einfügt (vgl. Langenhorst, 2016, 20f.).

Kundenbindung

Um die Gäste an die Gebiete zu binden, muss eine hohe Zufriedenheit generiert werden (Rulle, Hoffmann & Kraft, 2010, S. 33). Hier stimmen Theorie und Ergebnisse darin überein, dass dies durch einmalige und besondere Erlebnisse in den Wildnisgebieten erreicht werden kann (vgl. Meifert, 2019, S. 270). Aufgrund des oft fehlenden konkreten Vorstellungsvermögens über die Gebiete und den damit einhergehenden unpräzisen Erwartungen, können Gäste schnell von den Angeboten begeistert und ihre ursprünglichen Wünsche übertroffen werden.

Zusätzlich zu Attraktionspunkten und besonderen Highlights ist es auch mit geführten Touren abseits der ausgewiesenen Wanderwege möglich, Gäste anzuziehen und zu begeistern. Durch das gezielte Abweichen von ausgewiesenen Wegen entsteht eine vollkommen andere Erfahrung als auf befestigten Pfaden. Dieses Erleben der Wildnis kann eine psychologische Wirkung und eine starke Begeisterung bei den Gästen hervorrufen, welche auch von Cole und Williams (2012, S. 4) betont werden.

6.2.7. Bedeutung der Politik und Sicherung ausreichend finanzieller Mittel

Für eine erfolgreiche Umsetzung und Betreuung von Wildnisgebieten spielt die Politik eine entscheidende Rolle. Wie aus den Ergebnissen hervor geht, sind dabei vor allem die rechtlichen Regelungen und Strukturen sowie die finanzielle Unterstützung von Bedeutung. Um mehr Verständnis und Aufmerksamkeit zu erlangen, sollte das Thema Wildnistourismus besser in der Gesellschaft verankert werden. Hierfür könnte Lobbyarbeit betrieben werden, die von Seiten der Politik unterstützt wird. Die politische Würdigung und Unterstützung von Wildnisgebieten und Wildnistourismus könnte die teils skeptische Einstellung der Bevölkerung

positiv beeinflussen. Dadurch wäre es möglich, die Zusammenarbeit mit der lokalen Bevölkerung zu erleichtern und ein breiteres Verständnis für die Bedeutung und den Wert dieser Gebiete zu erlangen. In diesem Zusammenhang betont auch Herntrei (2014, S. 158), dass der politische Wille innerhalb der Bürgerbeteiligung eine zentrale Rolle darstellt. Des Weiteren wäre politische Unterstützung bei Ausweisungen und Gebietserweiterungen von Wildnisgebieten sowie die Beseitigung von bürokratischen Hürden durchaus hilfreich.

Neben der politischen Rolle sind ausreichend finanzielle Mittel essentiell für die Aufrechterhaltung von Wildnisgebieten und die erfolgreiche Entwicklung von Wildnistourismus. Für die Schutzmaßnahmen, Errichtung und Erhalt der Infrastruktur, Forschung und Monitoring, Bildung und Öffentlichkeitsarbeit sowie Bezahlung der Angestellten sind entsprechende Gelder notwendig. Wie in den Interviews erläutert wurde, stellt das Akquirieren von Finanzen keine Hauptaufgabe von Wildnisgebieten dar. Diese gilt jedoch als Voraussetzung für die Umsetzung der eigentlichen Aufgaben und Zielsetzungen und sollte deshalb nicht vernachlässigt und/oder unterschätzt werden. Wie aus den Ergebnissen ersichtlich wird, reichen die Einnahmen durch die Angebote und Exkursionen in den Gebieten nicht für die Finanzierung aus. Die Besucherprogramme werden in erster Linie im Rahmen des Bildungsauftrags angeboten, weshalb die Preise angemessen und erschwinglich gehalten werden sollten. Durch überhöhte Preise wären die Angebote nur noch für eine privilegierte Zielgruppe zugänglich und würden somit ihre Breitenwirkung verlieren. Insgesamt sollte eine sorgfältige Balance zwischen wirtschaftlicher Nutzung und dem Schutz natürlicher Ressourcen angestrebt werden, um die Nachhaltigkeit der Gebiete und ein langfristiges Bestehen zu gewährleisten.

6.3. *Ausblick auf zukünftige Forschungsarbeiten*

In dieser Forschungsarbeit konnten Faktoren ermittelt werden, die zu einer erfolgreichen Entwicklung von Wildnistourismus beitragen. Wie ausführlich dargestellt wurde, konnten Aussagen der bestehenden Literatur und Forschung zum Großteil bestätigt und weiter ausgebaut werden. Dennoch ist es notwendig, dass die Erfolgsfaktorenforschung für die Entwicklung von Wildnistourismus weiter voranschreitet.

Es müssen weitere fundierte wissenschaftliche Erkenntnisse und praxisorientierte Handlungsempfehlungen generiert werden, die die positiven Entwicklungen von Wildnistourismus-Destinationen unterstützen und dabei die Bürgerinteressen angemessen berücksichtigen. Zudem könnte dadurch das Potenzial des Tourismussegments besser verstanden und effektive Strategien für eine nachhaltige Entwicklung identifiziert werden. Weitere Forschung könnte außerdem dazu beitragen, zielgerichtete Maßnahmen abzuleiten, die eine attraktive Gestaltung des Wildnistourismus fördern, die Gästezufriedenheit steigern und gleichzeitig Schutzmaßnahmen für die natürliche Umwelt gewährleisten.

Zudem wäre eine Identifizierung konkreter Kenntnisse und Möglichkeiten für die Bewältigung der Gratwanderung zwischen Tourismus und Naturschutz wichtig. Durch eine

gemeinsame und koordinierte Herangehensweise könnten Konflikte reduziert und langfristige Lösungen für den Schutz der Wildnis gefördert werden. Wie bereits im Laufe dieser Arbeit angesprochen wurde, existieren hierfür bislang keine übertragbaren Herangehensweisen oder Empfehlungen. Es besteht die Möglichkeit, angemessene Maßnahmen und Strategien zu entwickeln und zu identifizieren, um einen nachhaltigen und verantwortungsvollen Wildnistourismus gewährleisten zu können. Darunter könnte beispielsweise die Festlegung von Besucherobergrenzen abhängig von der Gebietsgröße, die Implementierung umweltfreundlicher Praktiken und die Förderung von Bildungs- und Sensibilisierungsprogrammen für Besucher:innen fallen.

Ein zusätzlicher Gesichtspunkt, der weiter untersucht werden sollte, ist die Zielgruppe des Wildnistourismus. Diese spielt eine wesentliche Rolle bei der Gestaltung und Vermarktung von Wildniserlebnissen. Durch das Verständnis und Bewusstsein der spezifischen Bedürfnisse, Interessen und Vorlieben der Gäste, können passende und maßgeschneiderte Angebote entwickelt werden, die den Erwartungen und Wünschen der Besucher:innen entsprechen. Dadurch kann die Gästezufriedenheit erhöht und gewährleistet werden. Schließlich ist die Erforschung der Zielgruppe auch für die Vermarktung von Wildnistourismus-Angeboten von entscheidender Bedeutung. Eine genaue Kenntnis der Zielgruppe ermöglicht den Anbieter:innen eine gezielte Ausrichtung der Marketingstrategien auf die Interessen sowie eine direkte Ansprache der potentiellen Gäste. Bessere Verständnisse und Kenntnisse der Zielgruppen im Wildnistourismus können dazu beitragen, dass dieser Tourismuszweig weiterwächst, während gleichzeitig die Umwelt und die Wildnis geschützt werden.

Insgesamt kann weitere Forschung dazu beitragen, die Potenziale des Wildnistourismus optimal zu nutzen. Gleichzeitig könnte der Schutz der natürlichen Ressourcen und die Maximierung der positiven Auswirkungen auf die lokale Wirtschaft und die Gemeinden sichergestellt werden.

7. Fazit

Ziel der vorliegenden Arbeit war die Identifizierung von Erfolgsfaktoren für die Entwicklung von Wildnistourismus. Zur Beantwortung dieser Forschungsfrage wurde eine qualitative Analyse anhand von drei Beispielregionen durchgeführt.

Die Ergebnisse haben gezeigt, dass beim Wildnistourismus die (weitestgehende) Unberührtheit der Gebiete und die natürlich stattfindenden Prozesse und Entwicklungen eine entscheidende Rolle spielen. Dabei konnte festgestellt werden, dass auch in ehemals beeinträchtigten und genutzten Gebieten heute Wildnistourismus möglich ist, wenn diese keinen menschlichen Eingriffen mehr unterliegen. Die gewünschte Intensität der Nutzung der Gebiete wird je nach Beispielregion unterschiedlich betrachtet. Dabei sollte nicht außer Acht gelassen werden, dass auch der Tourismus eine Art von Nutzung darstellt, welche die Wildnisgebiete gefährden kann.

Um Wildnistourismus zu entwickeln, sollten bestimmte Faktoren berücksichtigt, umgesetzt und individuell angepasst werden. Zur besseren Übersichtlichkeit werden diese im Folgenden stichpunktartig dargestellt:

- Erstellung und Umsetzung von Konzepten und Besucherprogrammen
- Begeistertes und motiviertes Team
- Gewährleistung eines geregelten internen Ablaufs
- Betreuung von Öffentlichkeitsarbeit und Vermarktung der Angebote
- Akquirierung ausreichend finanzieller Mittel über unterschiedliche Kanäle
- Erlangung von politischer Unterstützung
- Betreuung Bildungsarbeit: Aufklärung über Wildnis und Urwald sowie deren Besonderheiten, Schaffung von Verständnis für die Schutzwürdigkeit der Wildnisgebiete
- Vernetzung und Austausch mit lokaler Bevölkerung/Regionen/Gemeinden, Landbesitzer:innen sowie anderen Schutzgebieten/Wildnisgebieten/Initiativen
- Zusammenarbeit mit dem Tourismus
- Bewältigung der Gratwanderung zwischen Naturschutz und Tourismus: Individuelle Lösungen, Betrachtung anderer Nationalparks und/oder Wildnisgebiete als Beispielgebiete
- Gemeinsames Handeln und Herstellung eines gemeinsamen Verständnisses von Naturschützer:innen und Touristiker:innen über das Wildnisgebiet sowie dessen Zielsetzungen
- Verantwortungsvolle Nutzung der Wildnisgebiete: Schutz gilt als oberste Priorität
- Besuchermanagement: Besucherlenkung, Kanalisation von Besucherströmen
- Anpassung der Tourismusintensität an die Vulnerabilität und Größe der Gebiete
- Entwicklung von Alternativen und Highlights im Umfeld der Gebiete

- Vermeidung von Zerschneidungen und Verinselungen der Gebiete
- Klare Regelungen für Besuchende zum Schutz der Gebiete
- Authentische und gezielte Kommunikation mit Besucher:innen und der lokalen Bevölkerung

Die Angebote in den Wildnisgebieten dienen dem Bildungsauftrag, der Sensibilisierung der Gäste für den Naturschutz und den Wert der Gebiete, der Besucherlenkung, der Anziehung von Besuchenden sowie der erlebbaren Gestaltung der Wildnisgebiete. Es sollte ein breites Angebot und eine Variation sowie eine übersichtliche Darstellung der Angebote existieren.

Die Erwartungen an die Wildnistourismus-Angebote sind sehr individuell und abgesehen von den Fachpersonen, welche konkrete Erwartungen haben (z. B. fachlich hochwertige Führungen), bei vielen Besuchenden eher gering. Die Wildnisgebiete und die dortige einmalige Natur und Wildnis möchte gesehen, gespürt und erlebt werden. Es werden Langsamkeit und Einfachheit der Erlebnisse und damit einhergehend Entschleunigung und Beruhigung gewünscht. Daneben sind auch Aktivangebote (z. B. Wandern oder Radfahren) sowie Abenteuer bei den Gästen sehr beliebt. Insgesamt herrscht eine starke Nachfrage im Wildnistourismus und den dortigen Angeboten.

Besucher:innen werden durch die vorhandene Wildnis und Urwaldflächen sowie der dortigen Stimmung in die Wildnisgebiete angezogen. Dabei spielt die (nahezu) unberührte Natur selbst die größte Rolle. Des Weiteren sind Auszeichnungen und Slogans der Gebiete sowie Besucherhighlights und Angebote für das Interesse von Gästen von hoher Bedeutung. Durch die Natur- und Wildniserlebnisse, Überraschungsmomente während eines Aufenthalts in den Gebieten und Attraktionen werden Besuchende begeistert und an das jeweilige Gebiet gebunden.

Mit Hilfe dieser qualitativen Studie konnten Erfolgsfaktoren für die Entwicklung von Wildnistourismus identifiziert werden. Aufgrund der unterschiedlichen Voraussetzungen und natürlichen Gegebenheiten in den Gebieten, sollten diese individuell betrachtet und jeweils vor Ort angepasst werden.

8. Danksagung

Ich möchte mich herzlich bei meiner Betreuerin Prof. Dr. Monika Bachinger und meinem Betreuer Prof. Dr. Rainer Luick bedanken, die mich im Rahmen der Bachelorarbeit unterstützt und begleitet haben.

Ein spezieller Dank geht dabei an Prof. Dr. Monika Bachinger für die freundliche Begleitung während der gesamten Zeit und die Unterstützung bei allen Fragen und Unsicherheiten. Das Feedback und die Anregungen bei der Erstellung der Arbeit waren für mich sehr hilfreich.

Matthias Schickhofer und Ion Holban möchte ich für die Teilnahme am Workshop zum Wildnistourismus in Rumänien und die unglaublich tolle und eindrucksvolle Zeit, die wir dort gemeinsam verbringen konnten, danken. Die Erlebnisse in den letzten Urwäldern der Karpaten waren für mich sehr prägend und bestätigten mich in der Wichtigkeit und Bedeutung des Schutzes der letzten verbliebenen Wildnisgebiete.

Ein besonderer Dank gilt zudem allen drei Beispielgebieten Nationalpark Hainich, Nationalpark Kalkalpen und Wildnisgebiet Dürrenstein-Lassintal sowie den Interviewpartner:innen. Ohne sie hätte diese Arbeit so nicht zustande kommen können. Sowohl ihre Auskunftsbereitschaft als auch ihre interessanten Antworten und Ausführungen auf meine Fragen trugen maßgeblich zum Gelingen der Experteninterviews bei.

Zudem möchte ich meiner Familie, meinen Freund:innen und besonders auch meinen Mitbewohnerinnen danken, die mich während der gesamten Zeit des Studiums begleitet haben.

Zum Schluss möchte ich meinen Dank an Nina Pohl und Luisa Och richten, die wertvolle Vorschläge zur Verbesserung und Steigerung der sprachlichen Ausdrucksweise der Arbeit eingebracht haben.

Literaturverzeichnis

- "Grüne Waldwildnis - Unser Weltnaturerbe Buchenwald" (2023, 4. März). *OÖ Nachrichten*(Ho-matland), S. 26–27. Zugriff am 28. Juni 2023, verfügbar unter <https://wissensdatenbank.kalkalpen.at/Download.ashx?key=20390>
- Agent Green, ClientEarth & EuroNatur (Hrsg.). (2022). *Investigation into habitat degradation in Făgăraș, Domogled, Maramureș and Frumoasa Natura 2000 sites*. Zugriff am 5. Juli 2023, verfügbar unter https://www.saveparadiseforests.eu/wp-content/uploads/2022/02/Investigation-into-habitat-degradation-in-Natura-2000-sites_Feb-2022.pdf
- Ajagunna, I., Pinnock, F. & Kerr, R. (2014). Wilderness tourism – alleviating poverty through empowering local people. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 6(3), 229–243. <https://doi.org/10.1108/WHATT-03-2014-0016>
- Altmoos, M. (2023). *Mehr Wildnis wagen! Naturdynamik erkennen, erleben, fördern*. Darmstadt: Pala.
- Bastmeijer, K. (2016). Introduction: An International History of Wilderness Protection and the Central Aim of this Book. In K. Bastmeijer (Hrsg.). *Wilderness protection in Europe: The role of international, European and national law* (S. 3–37). Cambridge: Cambridge University Press.
- Bogner, A. & Menz, W. (2009). Experteninterviews in der qualitativen Sozialforschung: Zur Einführung in eine sich intensivierende Methodendebatte. In A. Bogner, B. Littig & W. Menz (Hrsg.). *Experteninterviews: Theorien, Methoden, Anwendungsfelder* (3. Aufl., S. 7–31). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Brändli, U.-B. & Dowhanytsch, J. (2003). *Urwälder im Zentrum Europas: Ein Naturführer durch das Karpaten-Biosphärenreservat in der Ukraine*. Bern: Haupt.
- Bundesamt für Naturschutz (BfN). (2015). *Naturbewusstsein 2013: Wissenschaftlicher Vertiefungsbericht. leben.natur.vielfalt - die Strategie*. Bonn: Bundesamt für Naturschutz.
- Bundesministerium für Umwelt Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit (BMUM) & Bundesamt für Naturschutz (BfN). (2014). *Naturbewusstsein 2013: Bevölkerungsumfrage zu Natur und biologischer Vielfalt*. Niestetal: Silber Druck oHG.
- Cole, D. N. (2004). Wilderness Experiences: What Should We Be Managing For? *Journal of Wilderness*, 10(3), 25–27.
- Cole, D. N. & Hall, T. E. (2008). Wilderness Visitors, Experiences, and Management Preferences: How They Vary With Use Level and Length of Stay. *USDA Forest Service Proceedings*(71), 1–61.
- Cole, D. N. & Williams, D. R. (2012). Wilderness Visitor Experiences: A Review of 50 Years of Research. *USDA Forest Service Proceedings*(66), 3–20.

- Danielli, G. & Sonderegger, R. (2009). *Kompaktwissen Naturtourismus. Kompaktwissen CH: Bd. 12*. Zürich: Rüegger.
- Dossey, L. (2016). Saving Nature, Saving Ourselves: The Importance of Wilderness. *EXPLORE*, 12(4), 219–229. <https://doi.org/10.1016/j.explore.2016.04.008>
- EuroNatur & Agend Green (Hrsg.). (2017). *Out of control: The unfolding tragedy of romania's national parks* [Background dossier]. Zugriff am 8. März 2023, verfügbar unter https://www.euronatur.org/fileadmin/docs/Urwald-Kampagne_Rumaenien/BACKGROUND-DOSSIER_ROMANIAN_NATIONAL_PARKS_fin.pdf
- Europäische Kommission. (2013). *Leitfaden für Wildnisgebiete im Natura 2000-Netz: Management terrestrischer Wildnis- und Wildgebiete im Natura 2000-Netz*. Luxemburg: Amt für Veröffentlichungen. <https://doi.org/10.2779/33572>
- European Wilderness Society. (2019). *European Wilderness Quality Standard and Audit System 2.0*. Austria: Die Medienwerkstatt GmbH.
- Fischer, A. (2014). *Sustainable Tourism: From mass tourism towards eco-tourism* (Bd. 4097). Bern: Haupt. <https://doi.org/10.36198/9783838540979>
- Fuß, S. & Karbach, U. (2019). *Grundlagen der Transkription: Eine praktische Einführung* (2. Aufl., Bd. 4185). Opladen: Barbara Budrich. <https://doi.org/10.36198/9783838550749>
- Geyer, C. (2017, 12. Juni). *Nationalpark Kalkalpen: Von Urwald und Wildnis*. Bergwelten. Zugriff am 13. April 2023, verfügbar unter <https://www.bergwelten.com/a/kalkalpen-von-urwald-und-wildnis>
- Gläser, J. & Laudel, G. (2012). *Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen* (4. Aufl.). Wiesbaden: Springer.
- Großmann, M. (2006). Forschung im Nationalpark Hainich/Thüringen: Scientific Research in the Hainich nationalpark, Thuringia. *Berichte der Arbeitsgemeinschaft Forstliche Standorts- und Vegetationskunde*(3), 63–66.
- Großmann, M., Klaus, S. & Stephan, T. (2014). *Nationalpark Hainich - Weltnaturerbe in Thüringen. Alte Buchenwälder Deutschlands*. Rangsdorf: Natur+Text.
- Grunewald, K. & Bastian, O. (2013). *Ökosystemdienstleistungen: Konzept, Methoden und Fallbeispiele*. Berlin: Springer Spektrum. <https://doi.org/10.1007/978-3-8274-2987-2>
- Herntrei, M. (2014). *Wettbewerbsfähigkeit von Tourismusdestinationen: Bürgerbeteiligung als Erfolgsfaktor? Entrepreneurial Management und Standortentwicklung - Perspektiven für Unternehmen und Destinationen*. Wiesbaden: Springer.
- Higham, J. E. S., Kearsley, G. W. & Kliskey, A. D. (2000). Multiple wilderness recreation management: Sustaining wilderness values - maximising wilderness experiences. *Wilderness in New Zealand*(3), 81–94. <http://www.doc.govt.nz/documents/science-and-technical/wilderness.pdf>

- Hinterhuber, H. H., Pechlaner, H., Kaiser, M.-O. & Matzler, K. (Hrsg.). (2004). *Kundenmanagement als Erfolgsfaktor: Grundlagen des Tourismusmarketing*. Berlin: Erich Schmidt.
- Hohenester, G. (o. A.). *Nachgefragt: Wildnis und Artenvielfalt im Nationalpark Kalkalpen*. Deutscher Alpenverein. Zugriff am 13. April 2023, verfügbar unter https://www.alpenverein.de/dav-services/panorama-magazin/interview-mit-dr-erich-weigand-nachgefragt-wildnis-und-artenvielfalt-im-nationalpark-kalkalpen_aid_13914.html
- The international Ecotourism Society (Hrsg.). (2006). *TIES Global Ecotourism Fact Sheet*. Zugriff am 26. April 2023, verfügbar unter <https://www.researchgate.net/file.PostFileLoader.html?id=588b6d97dc332df626666ab4&asset-Key=AS%3A455170728435714%401485532566915>
- Johnson, B. J. & Cole, D. N. (2005). *Naturalness, primitiveness, remoteness and wilderness: Wilderness visitors' understanding and experience of wilderness qualities*. Zugriff am 9. März 2023, verfügbar unter <https://wapps.umd.edu/winapps/media2/wilderness/toolboxes/documents/vum/visitors%20experience%20and%20wilderness%20qualities.pdf>
- Kaiser, R. (2021). *Qualitative Experteninterviews: Konzeptionelle Grundlagen und praktische Durchführung* (2. Aufl.). Wiesbaden: Springer.
- Kepplinger, S. (2022, 16. August). 25 Jahre Nationalpark Kalkalpen: Direktor Volkhard Maier im Gespräch. *Tips*(Land und Leute), S. 2. Zugriff am 15. April 2023, verfügbar unter <https://wissensdatenbank.kalkalpen.at/Download.ashx?key=19176>
- Kil, N., Stein, T. V. & Holland, S. M. (2014). Influences of wildland–urban interface and wildland hiking areas on experiential recreation outcomes and environmental setting preferences. *Landscape and Urban Planning*, 127, 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2014.04.004>
- Knapp, H. D. (2016). Impressions of a Forest Excursion to Romania: Between virgin wilderness, rural idyll and forest destruction. *European Wilderness Journal*(Special).
- Kuckartz, U. (2010). *Einführung in die computergestützte Analyse qualitativer Daten* (3. Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften. <https://doi.org/10.1007/978-3-531-92126-6>
- Kun, Z., Vancura, V., Rossberg, M. A., Pflüger, G. & Schikorr, K. (2015). European Wilderness Quality Standard and Audit System Version 1.8. In P. Finck, M. Klein, U. Riecken & C. Paulsch (Hrsg.). *BfN-Skripten: Bd. 404. Wildnis im Dialog: Wege zu mehr Wildnis in Deutschland* (S. 13–31). Bonn-Bad Godesberg: Bundesamt für Naturschutz (BfN).
- Langenhorst, B. (2016). *Wildnisbildung und nachhaltige Entwicklung: Theorie, Praxis und Evaluation am Beispiel des Projektes "Waldscout - Wildnisexpedition"*. Dissertation. *Bildung für nachhaltige Entwicklung: Bd. 8*. Hamburg: Verlag Dr. Kovač.

- Leditznig, C. (2015). *Endbericht zur Abrechnung des LE-Projektes: Naturraummanagement im Wildnisgebiet Dürrenstein mit Öffentlichkeitsarbeit*. Zugriff am 20. April 2023, verfügbar unter https://global-uploads.webflow.com/636a5590a698034c76044f99/63ca8e7ecd2110201d944116_2008_naturraummanagement_leditznig.pdf
- Leibundgut, H. (1993). *Europäische Urwälder: Wegweise zur naturnahen Waldwirtschaft*. Bern: Haupt.
- Leyh, A. (2014). *Urwald mitten in Deutschland* (2. Aufl.). Calbe: Grafisches Centrum Cuno.
- Luick, R., Hennenberg, K., Leuschner, C., Grossmann, M., Jedicke, E., Schoof, N. & Waldenspuhl, T. (2021a). Urwälder, Natur- und Wirtschaftswälder im Kontext von Biodiversitäts- und Klimaschutz: Teil 1: Funktionen für die biologische Vielfalt und als Kohlenstoffspeicher. *Naturschutz und Landschaftsplanung (NuL)*, 53(12), 12–25. <https://doi.org/10.1399/NuL.2021.12.01>
- Luick, R., Reif, A., Schneider, E., Grossmann, M. & Fodor, E. (2021b). Virgin forests at the heart of Europe: The importance, situation and future of Romania's virgin forests. *Mitteilungen des Badischen Landesvereins für Naturkunde & Naturschutz e.V.*, 24. <https://doi.org/10.6094/BLNN/Mitt/24.02>
- Mandelartz, P. & Oven-Krockhaus, I. zur. (2021). "Waldbaden" - Möglichkeiten der Produkt- und Angebotsentwicklung von Walderlebniselementen in Naturdestinationen. In S. Brandl, W. Berg, M. Herntrei, G. C. Steckenbauer & S. Lachmann-Falkner (Hrsg.). *Schriften zu Tourismus und Freizeit: Bd. 25. Tourismus und ländlicher Raum: Innovative Strategien und Instrumente für die Zukunftsgestaltung* (S. 147–161). Berlin: Erich Schmidt.
- Mayring, P. (2015). *Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken* (12. Aufl.). Weinheim: Beltz.
- McCool, S. F. (2004). Wilderness Character and the Notion of an "Unconfined" Experience. *Journal of Wilderness*, 10(3), 15–17.
- Meifert, K. (2019). 5.1 Angebotsentwicklung im Naturtourismus. In H. Rein & A. Schuler (Hrsg.). *UTB: Bd. 4916. Naturtourismus* (S. 269–286). München: UVK.
- Moder, F. (2007). Impulse, Steuermöglichkeiten und Hemmnisse der touristischen Entwicklung der Nationalparkregion Hainich. In Biosphärenreservat Vessertal-Thüringer Wald (Hrsg.). *Besuchermonitoring und ökonomische Effekte in Nationalen Naturlandschaften: Tagungsreihe: Naturschutz im Naturpark Thüringer Wald und im Biosphärenreservat Vessertal-Thüringer Wald, 2006* (S. 96–101). Saalfeld: Satz- und Druck Centrum Saalfeld GmbH.
- Moos, S., Conradin, K. & Kern, M. (2022). 1 Einleitung. In Ruth und Herbert Uhl-Forschungsstelle für Natur- und Umweltschutz (Hrsg.). *Bristol-Schriftenreihe: Bd. 60. Das Potenzial von Wildnis in der Schweiz* (S. 15–35). Bern: Haupt.

- Nationalpark Kalkalpen (NP Kalkalpen). (o. A.). *Tagebuch der Wildnis*. Zugriff am 15. April 2023, verfügbar unter https://www.kalkalpen.at/de/Natur_Forschung/Tagebuch_der_Wildnis
- Nationalpark O.ö. Kalkalpen Ges.m.b.H. (NP Kalkalpen). (2015). *Wildnis und Biodiversität: Unternehmenskonzept IV 2013 - 2022 Leitbild und Ziele*. Leobersdorf: druck.at.
- Nationalpark Oö. Kalkalpen GmbH (NP Kalkalpen). (2021). *Tätigkeitsbericht 2021: Nationalpark O.ö. Kalkalpen*. <https://wissensdatenbank.kalkalpen.at/Download.ashx?key=19194>
- Nationalpark Oö. Kalkalpen GmbH (NP Kalkalpen). (2022). *Nationalpark Programm 2022*. Zugriff am 15. April 2023, verfügbar unter <https://wissensdatenbank.kalkalpen.at/Download.ashx?key=19042>
- Nationalparks Austria. (o. A.). *Nationalpark Kalkalpen: Waldmeer und Wasserschloss*. Zugriff am 13. April 2023, verfügbar unter <https://www.nationalparksaustria.at/de/nationalpark-kalkalpen.html>
- Nationalpark-Verwaltung Hainich (NPV Hainich). (o. A.a). *Anmeldung*. Zugriff am 14. Mai 2023, verfügbar unter https://www.nationalpark-hainich.de/de/lernort-urwald/erlebniswanderungen/anmeldung.html?tx_powermail_pi1%5Bwandering%5D=Exkursion%20Mensch%20und%20Wildnis&cHash=794f80a82d3e68a7e06fa7e224d15f04
- Nationalpark-Verwaltung Hainich (NPV Hainich). (o. A.b). *Erlebniswanderung: Exkursion Mensch und Wildnis*. Zugriff am 14. Mai 2023, verfügbar unter <https://www.nationalpark-hainich.de/de/lernort-urwald/erlebniswanderungen/erlebniswanderung.html?wandering=14&cHash=b093765d009f1bed2ef48683d6dfc249>
- Nationalpark-Verwaltung Hainich (NPV Hainich). (o. A.c). *Erlebniswanderungen: Das Weltnaturerbe erkunden!* Zugriff am 20. April 2023, verfügbar unter <https://www.nationalpark-hainich.de/de/lernort-urwald/erlebniswanderungen.html>
- Nationalpark-Verwaltung Hainich (NPV Hainich). (2008). *Wälder im Nationalpark Hainich: Ergebnisse der 1. permanenten Stichprobeninventur 1999 - 2001. Erforschen: Bd. 1*. Bad Langensalza: Druckhaus Thomas Müntzer GmbH.
- Nationalpark-Verwaltung Hainich (NPV Hainich). (2019). *Bedeutung des Nationalparks für die touristische Entwicklung der Welterberegion Wartburg Hainich: Ergebnisse des sozio-ökonomischen Monitorings. Erforschen: Bd. 7*. Druckmedienzentrum Gotha GmbH.
- Nationalpark-Verwaltung Hainich (NPV Hainich). (2021). *Urwaldpfad: Erlebnispfad im Weltnaturerbe Hainich*. Bad Langensalza: Nationalparkverwaltung Hainich.
- Naturkapital Deutschland - TEEB DE. (2012). *Der Wert der Natur für Wirtschaft und Gesellschaft: Eine Einführung*. München: Landwirtschaftsverlag.
- Nicolai, A. & Kieser, A. (2002). Trotz eklatanter Erfolglosigkeit: Die Erfolgsfaktorenforschung weiter auf Erfolgskurs, 63(6), 579–596.

- Niță, M. A. (2015a). Good Governance and Forest Exploitation in Romania. A Comparative Analysis. *Procedia Economics and Finance*, 32, 795–800.
- Niță, M. A. (2015b). The impact of national and EU legislative framework on the illegal exploitation of forests in Romania. A managerial cause – effect approach. *Procedia Economics and Finance*, 32, 784–789.
- Nationalpark Hainich. (2021, 13. Dezember). *Neues Urwald-Malheft für Kinder erschienen* [Pressemitteilung]. Zugriff am 20. April 2023, verfügbar unter <https://www.nationalpark-hainich.de/de/aktuelles/aktuelles-presse/einzelansicht/neues-urwald-malheft-fuer-kinder-erschienen.html> <https://www.nationalpark-hainich.de/de/aktuelles/aktuelles-presse/einzelansicht/neues-urwald-malheft-fuer-kinder-erschienen.html>
- Nationalpark Hainich. (2022, 20. Juli). *Das UrwaldMobil kommt in die Schule* [Pressemitteilung]. Zugriff am 20. April 2023, verfügbar unter <https://www.nationalpark-hainich.de/de/aktuelles/aktuelles-presse/einzelansicht/das-urwaldmobil-kommt-in-die-schule.html> <https://www.nationalpark-hainich.de/de/aktuelles/aktuelles-presse/einzelansicht/das-urwaldmobil-kommt-in-die-schule.html>
- Nationalpark Hainich. (2023, 4. April). *Wildniscamp im Nationalpark Hainich – Anmeldungen ab sofort möglich* [Pressemitteilung]. Zugriff am 20. April 2023, verfügbar unter <https://www.nationalpark-hainich.de/de/aktuelles/aktuelles-presse/einzelansicht/wildniscamp-im-nationalpark-hainich-anmeldungen-ab-sofort-moeglich-3.html> <https://www.nationalpark-hainich.de/de/aktuelles/aktuelles-presse/einzelansicht/wildniscamp-im-nationalpark-hainich-anmeldungen-ab-sofort-moeglich-3.html>
- Pfadenhauer, M. (2009). Auf gleicher Augenhöhe: Das Experteninterview - ein Gespräch zwischen Experte und Quasi-Experte. In A. Bogner, B. Littig & W. Menz (Hrsg.). *Experteninterviews: Theorien, Methoden, Anwendungsfelder* (3. Aufl., S. 99–116). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Pözl, H. (2015, 19. Oktober). *Nationalpark Kalkalpen erhält Wildnis-Diplom* [Pressemitteilung]. Molln. Zugriff am 15. April 2023, verfügbar unter <https://www.kalkalpen.at/system/web/GetDocument.ashx?fileid=1074635&cts=1445251603> <https://www.kalkalpen.at/system/web/GetDocument.ashx?fileid=1074635&cts=1445251603>
- Rein, H. (2019). 1 Die Bedeutung des Naturerlebens im Tourismus. In H. Rein & A. Schuler (Hrsg.). *UTB: Bd. 4916. Naturtourismus* (S. 13–44). München: UVK.
- Rein, H. & Dilzer, C. (2019). 4 Besuchermanagement in sensiblen Naturräumen. In H. Rein & A. Schuler (Hrsg.). *UTB: Bd. 4916. Naturtourismus* (S. 239–267). München: UVK.
- Roggenbuck, J. W. (2004). Managing for Primitive Recreation in Wilderness. *Journal of Wilderness*, 10(3), 21–24.
- Roggenbuck, J. W., Williams, D. R. & Watson, A. E. (1993). Defining acceptable conditions in wilderness. *Environmental Management*, 17(2), 187–197. <https://doi.org/10.1007/BF02394689>

- Rudzitis, G. & Johansen, H. E. (1991). How important is wilderness? Results from a United States Survey. *Environmental Management*, 15(2), 227–233. <https://doi.org/10.1007/BF02393853>
- Rulle, M., Hoffmann, W. & Kraft, K. (2010). *Erfolgsstrategien im Gesundheitstourismus: Analyse zur Erwartung und Zufriedenheit von Gästen*. Berlin: Schmidt.
- Schickhofer, M. (2015). *Unser Urwald: Die letzten wilden Wälder im Herzen Europas*. Wien: Brandstätter.
- Schmalen, C., Kunert, M. & Weindlmaier, H. (2006). Erfolgsfaktorenforschung: Theoretische Grundlagen, methodische Vorgehensweise und Anwendungserfahrungen in Projekten für die Ernährungsindustrie. *Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e.V.*, 41, 351–362. <https://doi.org/10.22004/AG.ECON.259272>
- Schumacher, H., Finck, P., Riecken, U. & Klein, M. (2018). More wilderness for Germany: Implementing an important objective of Germany's National Strategy on Biological Diversity. *Journal for Nature Conservation*, 42, 45–52. <https://doi.org/10.1016/j.jnc.2018.01.002>
- Schuster, R. M., Tarrant, M. A. & Watson, A. E. (2004). The social values of wilderness. *Proceedings of the 2003 Northeastern Recreation Research Symposium*, 317, 356–365. <https://www.fs.usda.gov/research/treesearch/download/21148.pdf>
- Schutzgebietsverwaltung UNESCO Weltnaturerbe Wildnisgebiet Dürrenstein (Hrsg.). (o. A.). *Dem Urwald so nah wie nie - Das Haus der Wildnis*. Zugriff am 20. April 2023, verfügbar unter https://global-uploads.webflow.com/636a5590a698034c76044f99/63cba27a33f77be6c46245ea_hdw_prospekt_a5_quer_v9_ansicht.pdf
- Schutzgebietsverwaltung Wildnis Dürrenstein-Lassingtal (SWDL). (2022). *Exkursionsprogramm 2023*. Scheibbs: Queiser GmbH. https://global-uploads.webflow.com/636a5590a698034c76044f99/63cad2db033fd273b99a70c7_WGD_Exkursionsprogramm_2023_A5_v8_RZ_Ansicht.pdf
- Schutzgebietsverwaltung Wildnisgebiet Dürrenstein-Lassingtal (SWDL). (o. A.a). *Wildnisgebiet - Einblicke*. Zugriff am 26. Mai 2023, verfügbar unter <https://www.wildnisgebiet.at/wildnisgebiet/einblicke>
- Schutzgebietsverwaltung Wildnisgebiet Dürrenstein-Lassingtal (SWDL). (o. A.b). *Wildnisgebiet - Exkursionen*. Zugriff am 20. Mai 2023, verfügbar unter <https://www.wildnisgebiet.at/wildnisgebiet/exkursionen>
- Schutzgebietsverwaltung Wildnisgebiet Dürrenstein-Lassingtal (SWDL). (o. A.c). *Wildnisgebiet - Wildnis und Wildnisgebiet*. Zugriff am 19. Mai 2023, verfügbar unter <https://www.wildnisgebiet.at/wildnisgebiet/wildnis-erklaert/wildnis-und-wildnisgebiet>

- Schutzgebietsverwaltung Wildnisgebiet Dürrenstein-Lassingtal (SWDL). (2023a). *Managementplan Wildnisgebiet Dürrenstein-Lassingtal 2023-2032*. Zugriff am 20. April 2023, verfügbar unter https://global-uploads.web-flow.com/636a5590a698034c76044f99/63fddce581b9397a029c4a5f_MANAGEMENTPLAN_2023_2032_Wildnisgebiet_D%C3%BCrrenstein_Lassingtal_2023.pdf
- Schutzgebietsverwaltung Wildnisgebiet Dürrenstein-Lassingtal (SWDL). (2023b). *Wildnis Dürrenstein-Lassingtal: Eckdaten*. Zugriff am 20. April 2023, verfügbar unter https://global-uploads.web-flow.com/636a5590a698034c76044f99/63cbb0734e75e7c7b7b119a0_Eckdaten.pdf
- Stone, L. S. & Stone, M. T. (2016). Wilderness tourism. In J. Jafari & H. Xiao (Hrsg.). *Encyclopedia of Tourism* (S. 1019–1020). Cham: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-01384-8_399
- Stückler, A. (2020). *Managementplan Nationalpark Kalkalpen 2021-2030: Teilplan 8 - Bildung*. <https://wissensdatenbank.kalkalpen.at/Download.ashx?key=18540>
- Trimborn, R. (2009). Qualitätszeichen im touristischen Kontext. In B. Engels & B. Job-Hoben (Hrsg.). *Naturschutz und biologische Vielfalt: Bd. 79. Nachhaltiger und naturverträglicher Tourismus - Strategien, Erfolgsfaktoren und Beispiele zur Umsetzung* (S. 175–183). Münster: Landwirtschaftsverlag.
- Veen, P., Fanta, J., Raev, I., Biriş, I.-A., Smidt, J. de & Maes, B. (2010). Virgin forests in Romania and Bulgaria: results of two national inventory projects and their implications for protection. *Biodiversity and Conservation*, 19(6), 1805–1819. <https://doi.org/10.6094/BLNN/Mitt/24.02>
- Watson, J. E. M., Shanahan, D. F., Di Marco, M., Allan, J., Laurance, W. F., Sander-son, E. W., Mackey, B. & Venter, O. (2016). Catastrophic Declines in Wilderness Areas Undermine Global Environment Targets. *Current Biology*, 26, 2929–2934. <https://doi.org/10.1016/j.cub.2016.08.049>
- Watson, J. E. M. & Venter, O. (2021). Wilderness. *Current Biology*, 31(19), 1169-1172. <https://doi.org/10.1016/j.cub.2021.07.041> (Quick guide).
- Zoderer, B. M. & Tasser, E. (2021). The plurality of wilderness beliefs and their mediating role in shaping attitudes towards wilderness. *Journal of Environmental Management*, 277, 111392. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2020.111392>

Anhang

Anhang 1: Interviewleitfaden



Leitfaden des Experteninterviews im Rahmen der Bachelorarbeit

„Erfolgsfaktoren im Wildnistourismus – Eine Analyse erfolgreicher Anbieter:innen von Wildnistourismus in Deutschland und Österreich“

Hintergrund bzw. Ausgangspunkt der Arbeit sind die weiterhin stattfindenden, z.T. illegalen Abholzungen der letzten Urwälder in Rumänien. Um eine neue Einnahmequelle für die lokale Bevölkerung zu schaffen und die Gebiete gleichzeitig vor Zerstörung zu schützen, soll Wildnistourismus entwickelt werden. Dadurch wären die Menschen vor Ort weniger auf die Einnahmen der Forstwirtschaft angewiesen und neue Wertschöpfung könnte in die Region gebracht werden.

Ziel der Bachelorarbeit ist es, allgemeingültige Erfolgsfaktoren für die Entwicklung von Wildnistourismus zu ermitteln. Hierfür werden drei Regionen, in welchen bereits erfolgreich Wildnistourismus betrieben wird, untersucht und Interviews mit Expert:innen und Multiplikator:innen aus unterschiedlichen Bereichen geführt. Für die Erreichung einer möglichst hohen Ergebnisvielfalt, sind die einzelnen Interviewpartner:innen in unterschiedlichen Arbeitsfeldern des jeweiligen Gebiets tätig.

Um die Auswertung des Interviews zu erleichtern, würde ich gerne das Gespräch aufzeichnen, wenn Sie damit einverstanden sind. Die Aufklärung und Einverständniserklärung hierfür finden Sie in einem separaten Dokument.

Vielen Dank für Ihre Zeit und Ihre Bereitschaft, mich bei dem Forschungsprojekt zu unterstützen!

Allgemeine Fragen:

1. Welche Position/Rolle haben Sie im (Name des Gebiets)?
2. Was sind Ihre Hauptaufgaben?
3. Wie würden Sie (Name des Gebiets) beschreiben, was ist aus Ihrer Sicht das Besondere daran?

Fragen zu Wildnis, Wildnisangeboten und Wildnistourismus:

4. Was verstehen Sie unter Wildnis?
5. Warum ist (Name des Gebiets) aus Ihrer Sicht ein Wildnisgebiet?
6. Was erwarten Gäste und Besucher:innen von Wildnis und welche Aktivitäten fragen sie nach?
7. Was sind entscheidende Faktoren bei der Vermarktung von Wildnistourismus?
8. Was würden Sie anderen Gebieten raten, die Wildnistourismus entwickeln möchten? Welche Dinge würden Sie heute anders machen?

Anhang 2: Analysedimensionen und Fragekomplexe

Entwicklung der Interviewleitfragen				
Forschungsfrage	Konzeptionelle Operationalisierung	Fragekomplex	Instrumentelle Operationalisierung	
	Analysedimension		Interviewfrage	
Welche Erfolgsfaktoren gilt es bei der Entwicklung von Wildnistourismus zu beachten?	Produkte und Angebote	Beliebtheit	Können Sie erkennen, worin das größte Nachfragepotential im Wildnistourismus herrscht?	
			Welche konkreten Produkte-/Angebote werden am besten von den Gästen angenommen/nachgefragt?	
	Zielgruppen und Märkte	Anpassung	Ansprache Zielgruppen	Wie können die vers. Produkte-/Angebote an unterschiedl. Zielgruppen angepasst werden?
				Welche Zielgruppe ist für den Wildnistourismus besonders relevant? Wie kann diese am besten erreicht und angesprochen werden?
		Märkte	Welche Anforderungen stellt diese Zielgruppe an Wildnisprodukte/-angebote/-erfahrungen?	
			Wie können neue Märkte erschlossen werden?	
	Infrastruktur und Umgebung	Einrichtungen	Was muss umgesetzt werden, um neue Märkte zu erschließen?	
			Auf was muss nach der Markteinführung der Wildnisangebote besonders geachtet werden, um auf dem Markt weiterhin eine Chance zu haben?	
			Welche (und wie viele) Einrichtungen und Infrastrukturen sind von der Zielgruppe gewünscht? (WCs, Info-Schilder, Wanderwegbeschilderung, Ausbau der Wege)	
			Ab welchem Grad können die Gäste aufgrund zu vielen Einrichtungen/Infrastrukturen keine Wildnis mehr erleben?	
			Wie kann die Infrastruktur und Umgebung verbessert werden, um Wildnistourismus zu fördern?	
	Zusammenarbeit und Netzwerke	Umgebung	Wie muss die naturräumliche Ausstattung sein, um eine erfolgreiche Wildnistourismus-Erfahrung zu gewährleisten?	
			Wie erfolgt die Zusammenarbeit zwischen den vers. Anbieter:innen von Wildnistourismus?	
			In wie weit ist eine Zusammenarbeit mit anderen lokalen Tourismusanbieter:innen für den Wildnistourismus wichtig/notwendig?	
	Marketing und Vertrieb	Netzwerke	Welche Rolle spielen die lokalen Gemeinden und die lokale Bevölkerung im Wildnistourismus?	
Was tragen Netzwerke zum Wildnistourismus bei?				
Nachhaltigkeit und Umweltschutz	Marketing und Vertrieb	Marketing	Was sind entscheidene Faktoren bei der Vermarktung von Wildnistourismus?	
		Vertrieb	Welche Kanäle sind für den Vertrieb und das Marketing von Wildnistourismus besonders bedeutsam?	
		Soziale Nachhaltigkeit	Wie kann gewährleistet und gesichert werden, dass die lokale Bevölkerung und Gemeinden vom Wildnistourismus profitieren?	
		Ökologische Nachhaltigkeit	Durch welche Maßnahmen kann gesichert werden, dass das Gebiet nicht unter den Einflüssen der Besuchenden leidet und den Besuchenden aber gleichzeitig Wildniserleben ermöglicht wird?	

Anhang 3: Einverständniserklärung

Hochschule für Forstwirtschaft Rottenburg
Schadenweilerhof 1
72108 Rottenburg am Neckar



Einverständniserklärung zum Interview und dessen Nutzung für wissenschaftliche Zwecke

Forschungsprojekt: Bachelorarbeit zum Thema
„Erfolgsfaktoren im Wildnistourismus – Eine Analyse
erfolgreicher Anbieter:innen von Wildnistourismus in
Deutschland und Österreich“

Durchführende Institution: Hochschule für Forstwirtschaft Rottenburg

Interviewerin: Johanna Weiß

Interviewdatum: (Datum des jeweiligen Interviews)

Die Audio-Daten dieses Interviews werden aufgezeichnet, verschriftlicht, anonymisiert und aggregiert. Die Ergebnisse werden im Rahmen der Studie aufbereitet. Von allen Endgeräten werden die Aufzeichnungen nach Fertigstellung der Studie gelöscht.

Die Transkripte der Interviews werden anonymisiert, d.h. ohne Namen und Personenangaben gespeichert. Hierbei ist versichert, dass die Anonymität gewahrt bleibt und daher keine Rückschlüsse auf die einzelne Person möglich sind.

Meine Teilnahme an der Erhebung und meine Zustimmung zur Verwendung der Daten, wie oben beschrieben, sind freiwillig. Ich habe jederzeit die Möglichkeit, meine Zustimmung zu widerrufen. Durch Verweigerung oder Widerruf entstehen mir keine Nachteile. Ich habe das Recht auf Auskunft, Berichtigung, Sperrung, Löschung, Einschränkung der Verarbeitung, Widerspruch gegen die weitere Verarbeitung sowie auf Datenübertragbarkeit meiner personenbezogenen Daten.

Unter diesen Bedingungen erkläre ich mich bereit, das Interview zu geben, und bin damit einverstanden, dass es aufgezeichnet, verschriftlicht, anonymisiert und ausgewertet wird.

Ort, Datum, Unterschrift Interviewte:r
Interviewerin

Ort, Datum, Unterschrift

Anhang 4: Transkriptionsregeln

Transkriptionsregeln für die computergestützte Auswertung nach Kuckartz

(Kuckartz, 2010, S. 44)

1. Es wird wörtlich transkribiert, also nicht lautsprachlich oder zusammenfassend. Vorhandene Dialekte werden nicht mit transkribiert.
2. Die Sprache und Interpunktion wird leicht geglättet, d. h. an das Schriftdeutsch angelehnt. Bspw. wird aus „Er hatte noch so'n Buch genannt“ -> „Er hatte noch so ein Buch genannt“.
3. Alle Angaben, die einen Rückschluss auf eine befragte Person erlauben, werden anonymisiert.
4. Deutliche, längere Pausen werden durch Auslassungspunkte (...) markiert.
5. Besonders betonte Begriffe werden durch Unterstreichungen gekennzeichnet.
6. Zustimmungende bzw. bestätigende Lautäußerungen der Interviewer (Mhm, Aha etc.) werden nicht mit transkribiert, sofern sie den Redefluss der befragten Person nicht unterbrechen.
7. Einwürfe der jeweils anderen Person werden in Klammern gesetzt.
8. Lautäußerungen der befragten Person, die die Aussage unterstützen oder verdeutlichen (etwa Lachen oder Seufzen), werden in Klammern notiert.
9. Absätze der interviewenden Person werden durch ein „I“, die der befragten Person(en) durch ein eindeutiges Kürzel, z. B. „B4:“, gekennzeichnet.
10. Jeder Sprecherwechsel wird durch zweimaliges Drücken der Enter-Taste, also einer Leerzeile zwischen den Sprechern deutlich gemacht, um die Lesbarkeit zu erhöhen.

Anmerkung zur vorliegenden Bachelorarbeit:

Diese Regeln dienen als Grundlage für die Transkription der Interviews.

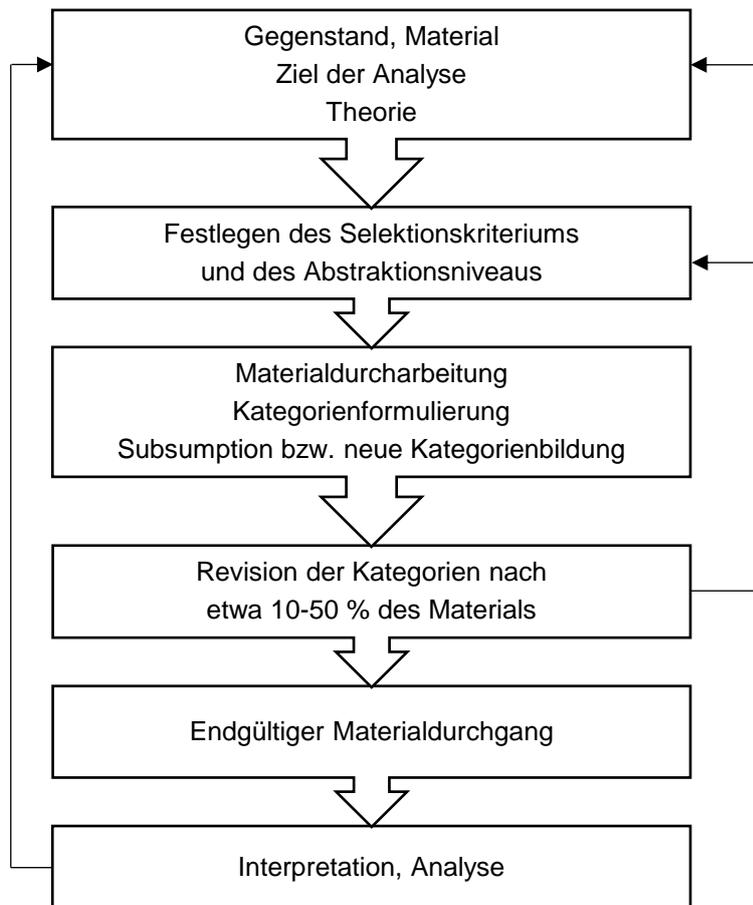
Zur Gewährleistung der Anonymität, werden entsprechende Stellen durch „[anonymisiert]“ ersetzt.

Die befragten Personen werden durch die Kürzel IP 1 – IP 9 gekennzeichnet.

Abgebrochene Sätze werden mit „/“ kenntlich gemacht.

Anhang 5: Prozessmodell induktiver Kategorienbildung

(Mayring, 2015, S. 86)



Anhang 6: Kategoriensystem

Hauptkategorie	Subkategorie	Definition der Subkategorie	Ankerbeispiele	Kodierregel
Wildnis	Wildnis und Tourismus	Zusammenhänge von Wildnis und Tourismus	"in Nationalparks mit ihrer Zielstellung ist das Thema Wildnis eigentlich auch absolut präsent" [IP 6; Zeile: 93 - 94]	Aussagen, die zeigen, welche naturräumlichen Faktoren Wildnistourismus begünstigen und wie Wildnis und Tourismus zusammen hängen
	Wildnisverständnis	Verständnis von Wildnis der Expert:innen	"entsteht durch unseren Entschluss" [IP 1; Zeile: 161 - 161]	Aussagen, die das Verständnis von Wildnis in den befragten Regionen verdeutlichen
	Wildnisgebiet	Faktoren, die ein Wildnisgebiet ausmachen	"und dass die ganzen Prozesse natürlich ablaufen, das Werden und Vergehen" [IP 9; Zeile: 144 - 145]	Aussagen, durch die ersichtlich wird, welche Voraussetzungen ein Wildnisgebiet erfüllen muss
	Urwald	Faktoren, die einen Urwald ausmachen	"seit der letzten Eiszeit vom blanken Feisen weg sich das Ökosystem eben entwickelt hat und dann nie ein menschlicher, großflächiger Eingriff war" [IP 2; Zeile: 77 - 79]	Aussagen, durch die ersichtlich wird, welche Voraussetzungen ein Urwald erfüllen muss
	Wildnistourismus-Angebote	Wildnistourismusangebote im Gebiet	"Schneeschuhwandern im Winter oder eine Führung mit den Rangern durch den Nationalpark machen" [IP 4; Zeile: 34 - 35]	Aussagen, die darstellen, welche Wildnistourismusangebote es im Gebiet gibt
	Eigenschaften und Besonderheiten der Angebote	Eigenschaften und Besonderheiten der Wildnisangebote	"qualitativ hochwertige Angebote zu vernünftig kalkulierten Preisen" [IP 6; Zeile: 248 - 248]	Aussagen, die aufzeigen, welche Eigenschaften und Besonderheiten Angebote im Wildnistourismus haben und welchen Anforderungen sie gerecht werden müssen
	Vermarktung der Angebote	Faktoren bei der Vermarktung von Wildnistourismus	"keine Bilder, wo irgendwelche romantischen Fotos von uns, wie wir im Urwald zu quasi unterwegs sind, sondern wir zeigen die Natur immer für sich, alleine. Und auch quasi, wenn Medien kommen" [IP 2; Zeile: 245 - 248]	Aussagen, die verdeutlichen, welche Faktoren bei der Vermarktung von Wildnistourismus beachtet werden müssen und welche gut dafür geeignet sind
	Angebote im Rahmen des Bildungsauftrags	Angebote im Rahmen des Bildungsauftrags	"hauptsächlich kommen die Schulen aber zu uns, mit den Rangertouren ins Gebiet, mit Naturerlebnistagen" [IP 7; Zeile: 129 - 131]	Aussagen, die aufzeigen, welche Angebote im Rahmen des Bildungsauftrags in dem Gebiet stattfinden und was dadurch erreicht werden möchte
	Besuchereinrichtungen	Besuchereinrichtungen im Wildnisgebiet	"Haus der Wildnis, das ist ja ein Naturmuseum" [IP 5; Zeile: 11 - 11]	Aussagen, woraus erkennbar wird, welche Besuchereinrichtungen und Infrastrukturen es in dem Gebiet gibt
	Qualitätssicherung	Sicherung von Qualität bei den Angeboten	"wir besuchen dann jedes Jahr eine Mindestanzahl von Weiterbildungsveranstaltungen und werden dann wieder zertifiziert, sodass wir dann Besuchergruppen im Hainich führen können" [IP 9; Zeile: 12 - 14]	Aussagen, durch die deutlich wird, wie die Qualitätssicherung von Wildnisangeboten gewährleistet werden kann
Angebote im Wildnistourismus				

<p style="text-align: center;">Gezieltes Management des Gebiets</p>	<p>Besucherlenkung</p>	<p>Besucherlenkung in einem Wildnisgebiet</p>	<p>"Durch Besucherlenkung kann man ungestörte Bereiche erhalten und kann eben auch Wanderwege schaffen, indem man doch noch relativ ungestört und beruhigt, zu den beruhigten Bereichen auch unterwegs ist" [IP 6; Zeile: 146 - 149]</p>	<p>Aussagen, die verdeutlichen, warum Besucherlenkung so wichtig ist und wie diese erfolgreich umgesetzt werden kann</p>
	<p>Professionelles Management</p>	<p>Bedeutung von professionellem Management in einem Wildnisgebiet</p>	<p>"Gebietsaufsichten, wo man bissl nach dem Rechten schaut und ob, die Leute die dann kommen, sich auch dementsprechend aufführen" [IP 3; Zeile: 47 - 49]</p>	<p>Aussagen, die zeigen, wodurch professionelles Management in einem Wildnisgebiet gekennzeichnet ist</p>
	<p>Verantwortungsvolle Nutzung der natürl. Ressourcen</p>	<p>Umsetzung eines verantwortungsvollen Umgangs mit der Natur</p>	<p>"Um einfach der Natur den entsprechenden Raum zu geben, dass sie sich wieder so entfaltet, damit Wildnis wieder Wildnis werden kann" [IP 4; Zeile: 67 - 68]</p>	<p>Aussagen, zeigen, wie eine verantwortungsvolle Nutzung von natürlichen Ressourcen im Wildnistourismus funktioniert</p>
	<p>Regeln für Besucher:innen</p>	<p>Regeln und Vorschriften für Besuchende in einem Wildnisgebiet</p>	<p>"Ihr habt diese und diese Möglichkeiten, wo ihr rein könnt, alles andere ist abseits von irgendwelchen Zutritten" [IP 5; Zeile: 340 - 342]</p>	<p>Aussagen, die die Regelungen und Vorschriften für Besuchende in einem Wildnisgebiet darstellen</p>
	<p>Kommunikation</p>	<p>Kommunikation in einem Wildnisgebiet</p>	<p>"weil es ist jetzt nicht nur, „Ja wir sperren jetzt die Leute aus und wir wollen nicht, dass ihr kommt.“ Sondern ganz im Gegenteil „Wir wollen schon, dass ihr kommt, aber natürlich dort, wo wir Bildung betreiben wollen, dass wir euch das erklären und dass wenn ihr nach Hause fährt, was mit nimmt und verstehts warum das so ist“" [IP 4; Zeile: 262 - 267]</p>	<p>Aussagen, die die Bedeutung sowie die Art und Weise erfolgreicher Kommunikation in einem Wildnisgebiet aufzeigen</p>
	<p>Arten- und Lebensraummonitoring</p>	<p>Rolle und Bedeutung von Monitoring und Evaluation in einem Wildnisgebiet</p>	<p>"schauen, wie es aufs Gebiet wirkt, wie die Tiere sich verhalten, ob irgendwelche Schäden entstehen, obs zu viel ist. Man muss das evaluieren" [IP 1; Zeile: 413 - 415]</p>	<p>Aussagen, die Bedeutung von Monitoring und Evaluierung in einem Wildnisgebiet darstellen</p>

	Bedeutung der Landbesitzer:innen	Bedeutung der Landbesitzer:innen in einem Wildnisgebiet	"das allerwichtigste ist, dass die Eigentümer und die Politik das mitträgt, nur dann kann es funktionieren. Sonst sind die Bemühungen umsonst, oder kann man auch nichts umsetzen" [IP 7; Zeile: 205 - 208]	Aussagen, woraus die Relevanz der (ehemaligen) Landbesitzer:innen eines Wildnisgebiets ersichtlich wird
Vernetzung	Bedeutung der lokalen Bevölkerung und der Region	Bedeutung der lokalen Bevölkerung im Wildnistourismus	"letztendlich sollen ja die profitieren vom Nationalpark und vom Tourismus, dass die dementsprechend eingebunden werden" [IP 4; Zeile: 285 - 287]	Aussagen, wodurch die Bedeutung der lokalen Bevölkerung und die Zusammenarbeit mit diesen für den Wildnistourismus ersichtlich wird
	Einfluss des Teams	Zusammenwirken der Angestellten im Wildnisgebiet	"Leute, die bei uns arbeiten, die haben eine super Grundmotivation" [IP 7; Zeile: 219 - 219]	Aussagen, die den Einfluss des Teams auf den Erfolg eines Wildnisgebiets und den dortigen Tourismus darstellen
	Zusammenarbeit mit touristischen Organisationen	Zusammenarbeit mit anderen touristischen Einrichtungen im Wildnistourismus	"nur wenn es auf viele Schultern gestellt ist, schaffen wir es auch, dass entsprechend in der Vermarktung und auch in der Anerkennung im Bereich Tourismusbewusstsein, da entsprechend auch nach außen zu kommunizieren" [IP 8; Zeile: 120 - 123]	Aussagen, durch die die Wichtigkeit der Vernetzung mit anderen touristischen Organisationen klar wird
	Naturräuml. Voraussetzungen	Naturräuml. Voraussetzungen für Wildnistourismus	"wir haben einen kleinen Fleck Urwald und ein großes Gebiet Wildnis außen herum" [IP 1; Zeile: 194 - 195]	Aussagen, die darstellen, welche naturräumlichen Faktoren vorhanden sind und den Wildnistourismus begünstigen
Naturräumliche Ausstattung der Gebiete	Pull-Faktoren f. Besucher:innen	Pull Faktoren für Besuchende im Wildnistourismus	"vom Menschen unberührte Natur erleben zu können" [IP 2; Zeile: 181 - 181]	Aussagen, die verdeutlichen, durch welche Faktoren die Besuchende im Wildnisgebiet neben den Besonderheiten angezogen werden
	USPs/Besonderheiten des Gebiets	Bedeutung von regionalen Eigenheiten für Wildnistourismus	"Wir sind ein Endemiten-Hotspot" [IP 3; Zeile: 86 - 87]	Aussagen, die Besonderheiten und Einmaligkeiten des Gebiets umfassen
	Unberührte Gebiete	Bedeutung von unberührten Gebieten für den Wildnistourismus	"man findet ganz selten in Österreich, sag ich mal größere, zusammenhängende Bereiche, die wirklich ursprünglich sind" [IP 7; Zeile: 80 - 81]	Aussagen, die hervorgeben, welche unberührten Gebiete es noch im Wildnisgebiet gibt und welche Rolle diese für den Wildnistourismus spielen

Kundenzufriedenheit	Vorstellung der Gäste von Urwald und Wildnis	Assoziationen der Gäste mit Urwald und Wildnis	"kommen an und haben eigentlich keine Ahnung und sind dementsprechend dann immer völlig begeistert und völlig überwältigt" [IP 1; Zeile: 296 - 298]	Aussagen, durch die ersichtlich wird, welche Vorstellungen und Bilder Besuchende zu Wildnis und Urwald haben
	Erwartungen der Gäste an Wildnistourismus	Erwartungen der Besuchende von Wildnistourismus	"Entschleunigung und die Beruhigung" [IP 2; Zeile: 198 - 198]	Aussagen, die verdeutlichen, welche Erwartungen und Wünsche Gäste konkret an Wildnistourismus und die Wildnisangebote haben
	Kundenbindung	Schaffung von Kundenbindung und Kundenvertrauen	"Somit spielt Wildnis und natürliche Entwicklung, ohne dass der Mensch eingreift, immer eine ganz große Rolle" [IP 6; Zeile: 97 - 99]	Aussagen, aus denen ersichtlich wird, wie und mit was man die Besuchenden abholen und catchen kann
Politische Rolle	Rolle der Politik und des Staates	Rolle der Politik und des Staates für den Wildnistourismus	"andere Forderungen von der Politik kommen, würde man dann halt auch mehr machen und noch mehr machen" [IP 1; Zeile: 481 - 483]	Aussagen, die die Rolle und die Bedeutung im Wildnistourismus der Politik verdeutlichen
	Sicherung ausreichend finanzieller Mittel	Sicherung ausreichend finanzieller Mittel für den Wildnistourismus und das Gebiet	"dritte Standbein sozusagen sind die Sponsoren. Da muss man natürlich auch laufen. Das geht auch gut bei Exkursionen, dass man dort die Leute so begeistert, dass man sie motiviert, dass sie sich da einsetzen" [IP 1; Zeile: 375 - 378]	Aussagen, welche die Notwendigkeit ausreichend finanzieller Mittel und die Möglichkeiten diese zu erlangen, darstellen

EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Bachelorarbeit selbständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel verwendet habe.

Johanna Weiß

Rottenburg, den 19.07.2023

.....

(Unterschrift)