

Die Besucherstruktur im alpinen Sommer-Bergtourismus Österreichs und ihre Auswirkungen auf Ansprüche und Konfliktpotenziale beim Bergwandern und Bergsteigen

von Thomas Schauppenlehner & Andreas Muhar

Keywords: Sommerbergtourismus, Alpen, Bergwandern, alpine Infrastruktur, Nutzungskonflikte

Bergwanderer und Bergsteiger sind eine wichtige Zielgruppe im alpinen Sommer-Bergtourismus. Ihre Ansprüche und Erwartungen an den alpinen Raum sind daher wesentlich für die Entwicklung touristischer Strategien in alpinen Regionen. Der vorliegende Artikel basiert auf einer Befragung (N=1.189) die im Jahr 2005 im österreichischen Alpenraum durchgeführt wurde. Dabei zeigte sich, dass die Gruppe der Bergwanderer und Bergsteiger eine hinsichtlich ihrer Ansprüche sehr konservative Gruppe ist, die mit der momentanen Situation grundsätzlich zufrieden ist und Änderungen im alpinen Raum eher skeptisch gegenüber steht. Bergwanderer und Bergsteiger sind überdurchschnittlich gut gebildet und suchen im Alpenraum das Einfache und die Erfahrung in der Natur als Kontrast zum täglichen technisierten Leben.

Einleitung

Bergwandern ist ein wichtiger Teil des Tourismusmarktes im alpinen Raum Österreichs. Während der Wintertourismus seit Jahren nach wie vor stetig ansteigt, kämpft der alpine Sommertourismus seit einigen Jahren mit schwankenden und tendenziell leicht fallenden Nächtigungszahlen (BUNDESMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT UND ARBEIT 2004).

Die Erwartungen an einen Wanderurlaub oder eine Bergtour sind vielfältig und reichen von Abenteuer und sportlicher Herausforderung über Entspannung und Erholung vom Arbeitsalltag bis hin zu Meditation oder spirituellen Erlebnissen. Dementsprechend vielfältig sind auch die Anforderungen an die alpine Infrastruktur sowie die möglichen Nutzungskonflikte. Aufgrund der ausdifferenzierten Motive und Erwartungen ist für das Erarbeiten neuer Handlungsstrategien sowie zur Stabilisierung und Umkehrung der negativen Nächtigungsentwicklung eine genaue Kenntnis der demographischen Struktur und der Ansprüche der Bergwanderer und Bergsteiger nötig.

Der vorliegende Beitrag basiert auf Daten der Befragungsstudie "Trends und Handlungsbedarf im Sommerbergtourismus" (MUHAR et al. 2006), die 2005 im Auftrag des Österreichischen Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit (BMWA), im Rahmen der Plattform "Sanfter Bergtourismus" im österreichischen Alpenraum durchgeführt wurde. Neben einer Beschreibung der demographischen Zusammensetzung sollen im vorliegenden Artikel die Ansprüche an die alpine Ausstattung und Infrastruktur, sowie mögliche Konfliktfelder abgebildet werden, um daraus Handlungsstrategien ableiten zu können.

Die Darstellung der Ergebnisse erfolgt überwiegend summarisch. Die Detaildaten können der im Internet verfügbaren Gesamtstudie entnommen werden (MUHAR et al. 2006).

Daten und Methodik

Befragungsdesign, -aufbau und -umsetzung

Bezugnehmend auf die bedeutende Rolle des Berg- und Wandertourismus für den Sommertourismus im österreichischen Alpenraum (BUNDESMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT UND ARBEIT 2004) wurde im Rahmen dieser Studie eine Befragung unter Bergwanderern und Bergsteigern durchgeführt.

Die quantitative Befragung erfolgte fragebogengestützt, wobei der Fragebogen aus sechs thematischen Blöcken aufgebaut war. Diese umfassten neben demographischen Daten und Angaben zur am Befragungstag ausgeführten Bergtour die eigenen Aktivitäten und die verwendete Ausrüstung im alpinen Raum, die Ansprüche an die Berginfrastruktur, die Wahrnehmung von Störungen sowie die persönliche Einschätzung des Handlungsbedarfs im alpinen Raum. Dazu wurden, bis auf wenige Ausnahmen, geschlossene Fragen verwendet. Zur Identifikation möglicher Änderungen in den Handlungsmustern und Ansprüchen wurde im Themenblock "Aktivitäten und Ausrüstung" neben dem aktuellen Stand auch jener von vor 10-15 Jahren abgefragt.

Zielgruppe und Befragungsorte

Für die Zielgruppe der Bergwanderer und Bergsteiger gibt es keine exakte Definition, da keine allgemein gültige Abgrenzung der Begriffe Spazierengehen, Wandern, Bergwandern, Bergsteigen und Bergklettern untereinander existiert. Bezugnehmend auf andere Quellen (z.B. BERGHOLD 1987, ZIMMERMANN 1979, MUNTER 1988, DUBKOWITSCH 1995, BRÄMER 2001) wurde für diese Studie unter Bergwandern das Gehen und Steigen auf Bergpfaden oder im weglosen Gelände ohne Zuhilfenahme der Hände verstanden. Das Bergsteigen hingegen erfordert den Einsatz der Hände und meist auch spezieller Ausrüstung (z.B. Seil, Eispickel) oder technischer Hilfsmittel in den Steigen wie Fixseile, Leitern, Klammern und Stifte.

Zur Erreichung dieser Zielgruppe wurden als Befragungsorte bewirtschaftete Hütten im österreichischen Alpenraum ausgewählt, die mindestens zwei Stunden Gehzeit vom Straßennetz oder von Aufstiegshilfen entfernt sind. Auf diese pragmatische Weise wurde die Gruppe der Bergwanderer von jener der Spaziergänger differenziert, die, auch wenn sie sich im alpinen Umfeld bewegen (Bergstationen von Seilbahnen), üblicherweise nur kürzere Distanzen zurücklegen.

Die Ergebnisse basieren auf der Auswertung von 1.189 Fragebögen, die durch Befragungen an insgesamt 44 Hüttenstandorten in 12 alpinen Regionen Österreichs gewonnen wurden. Auf eine gleichmäßige Verteilung der Hütten im gesamten Zielgebiet wurde geachtet (vgl. Abb. 1).

Vergleichsdaten

Neben den aus der Befragung gewonnenen Daten wurden Vergleichsdaten anderer Studien und Erhebungen für die Interpretation der Ergebnisse herangezogen. Für Österreich eigneten sich dafür neben demographischen Daten (STATISTIK AUSTRIA 2006, OECD 2007) vor allem die Ergebnisse der T-MONA-Befragung (= Tourismus-Monitor Austria) für den Sommer 2004, die vom Auftraggeber zur Verfügung gestellt wurden.

T-MONA ist ein Kooperationsprojekt der Österreich Werbung, des BMWA, der Wirtschaftskammer Österreich, den Landestourismusorganisationen und ausgewählten Destinationen. Zentrale Aufgabe ist eine Zufriedenheitsanalyse durch die Erhebung, Analyse und Darstellung von Gästeteilen. Die Gäste werden im Rahmen dieser Befragung in Gruppen segmentiert und einzeln ausgewertet (GRABLER & FISCHER 2004). Einzelne dieser Segmente sind auch dem Bergtourismus zuzuordnen ("Wanderfrischler", "Wander-Urlauber" und "Sport-Aktiv-Urlauber").

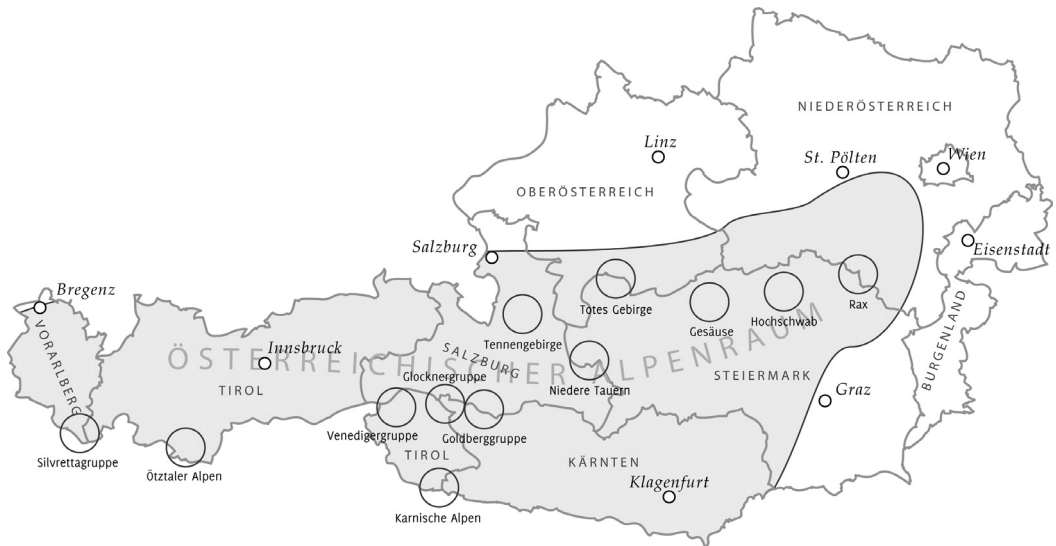


Abb. 1: Übersichtskarte Befragungsregionen.

Ergebnisse

Demographische Zusammensetzung und Motivationsgründe für den Aufenthalt am Berg

Das Durchschnittsalter der Bergwanderer liegt mit 41 Jahren etwas unter dem Gesamtdurchschnitt der österreichischen Sommergäste (GRABLER & FISCHER 2004). Die Mehrheit bilden dabei Gäste aus Deutschland (43%), der Anteil österreichischer Bergwanderer liegt bei 35%. 40% der befragten Personen waren Frauen.

Besonders auffällig ist das sehr hohe Bildungsniveau unter den Bergwanderern und Bergsteigern. 41% aller befragten Personen besitzen einen Hochschul- bzw. Fachhochschul-Abschluss, was weit über dem OECD-Durchschnitt liegt. Die Abschlüsse im Tertiärbereich A (Abschluss an Fachhochschulen und Universitäten) betragen in Österreich 18%, in Deutschland 23%, wobei beide Länder unter dem OECD-Durchschnitt von 26% liegen (OECD 2007). Vergleichsstudien bestätigen jedoch dieses hohe Bildungsniveau für Bergwanderer und Bergsteiger (GRABLER & FISCHER 2004, BRÄMER 2000). Aus diesem hohen Bildungsniveau lässt sich auch ein Einkommen über dem Durchschnitt ableiten, da das durchschnittliche Einkommen sowohl in Österreich, als auch in Deutschland für Personen mit Tertiärabschluss deutlich über dem von Personen mit Sekundärabschluss (Matura/Abitur oder abgeschlossene Berufsausbildung) liegt (OECD 2007).

Die Altersverteilung der Bergwanderer und Bergsteiger zeigt im Vergleich mit der österreichischen Gesamtbevölkerung einen höheren Anteil der Altersgruppe zwischen 24 und 60 Jahren. Junge Menschen (bis 23 Jahre) sind deutlich unterrepräsentiert. Ebenso liegt der Anteil der über 60 Jährigen unter dem Durchschnitt der österreichischen Gesamtbevölkerung (vgl. Abb. 2).

Für das Fehlen junger Menschen können mehrere Faktoren identifiziert werden. Häufig sind die Ansprüche der Jugendlichen an ihre Freizeitgestaltung geprägt von sportlichen Herausforderungen, die gerne in Gruppen mit Gleichaltrigen ausgeübt werden. Beispielhaft sei hier das Sportklettern genannt, dem viele Jugendliche – oft organisiert in Vereinen – nachgehen, dies aber meist in Hallen

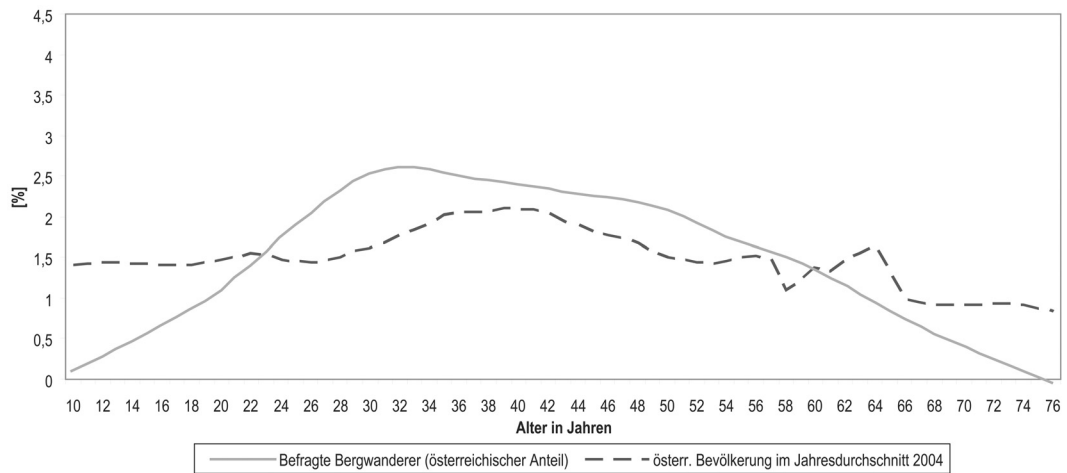


Abb. 2: Vergleich der Altersverteilung des österreichischen Anteils der befragten Bergwanderer (geglättet) mit jener der österreichischen Gesamtbevölkerung (STATISTIK AUSTRIA 2006).

oder an stadtnahen Kletterfelsen ausüben. Weiters ist diese Altersgruppe durch das Fehlen eigener motorisierter Transportmittel in ihrer Mobilität eingeschränkt. Diese sind jedoch häufig erforderlich, um Einstiegstellen erreichen zu können (siehe unten). Als ein weiterer Faktor für das Fehlen junger Menschen kann auch das unter jungen Menschen weit verbreitete Bild vom Bergwandern, als langweilige und wenig aufregende Freizeitbetätigung (INSTITUT FÜR TOURISMUS UND FREIZEITWIRTSCHAFT 2000) genannt werden.

Für die Gruppe der älteren Menschen (60+) treffen als Gründe für ihr Ausbleiben am Berg hauptsächlich gesundheitliche Aspekte, kombiniert mit einem höheren Sicherheitsdenken zu.

Als Hauptbeweggrund für das Bergwandern und Bergsteigen wurde "Erholung" (Bewegung, frische Luft, etc.) genannt, gefolgt vom "Landschaftserlebnis". Weiters von großer Bedeutung sind "Naturbeobachtung", das "Kennen lernen eines neuen Gebietes/einer neuen Tour", die "sportliche Herausforderung/Abenteuer", das "körperliche Training" sowie das "Zusammensein mit der Familie/Bekanntem". Daneben konnten in einer offenen Frage zusätzliche Beweggründe angegeben werden. Hier wurde sehr häufig "Abschalten vom Berufsalltag" und "Stressabbau" genannt.

Mobilität im alpinen Raum

Das bevorzugte Verkehrsmittel zum Erreichen des Ausgangspunktes einer Tour, aber auch für die Fortbewegung innerhalb einer Urlaubsregion ist mit großem Abstand das eigene Auto (85% für die Anreise, sowie 59% für die Mobilität innerhalb der Region). Lediglich 9% nehmen die Bahn für die Anreise in Anspruch, andere Verkehrsmittel wie Busse oder Taxis stellen praktisch keine Alternative dar (vgl. Abb. 3).

Die hohe Dominanz des eigenen Autos als Fortbewegungsmittel ist zu einem großen Teil in der häufig schweren Erreichbarkeit österreichischer alpiner Orte begründet. In vielen Regionen sind Angebote durch den öffentlichen Verkehr nur rudimentär oder gar nicht vorhanden, beziehungsweise auf den Schüler- und Pendlerverkehr ausgerichtet (HAßLACHER 2007). Lange Intervalle zwischen zwei Anschlussfahrten erhöhen die Reisezeit oft signifikant. Dazu kommt, dass, im Talort angekommen, oft noch ein beträchtlicher Weg zum tatsächlichen Ausgangspunkt der Tour zurückzulegen ist.

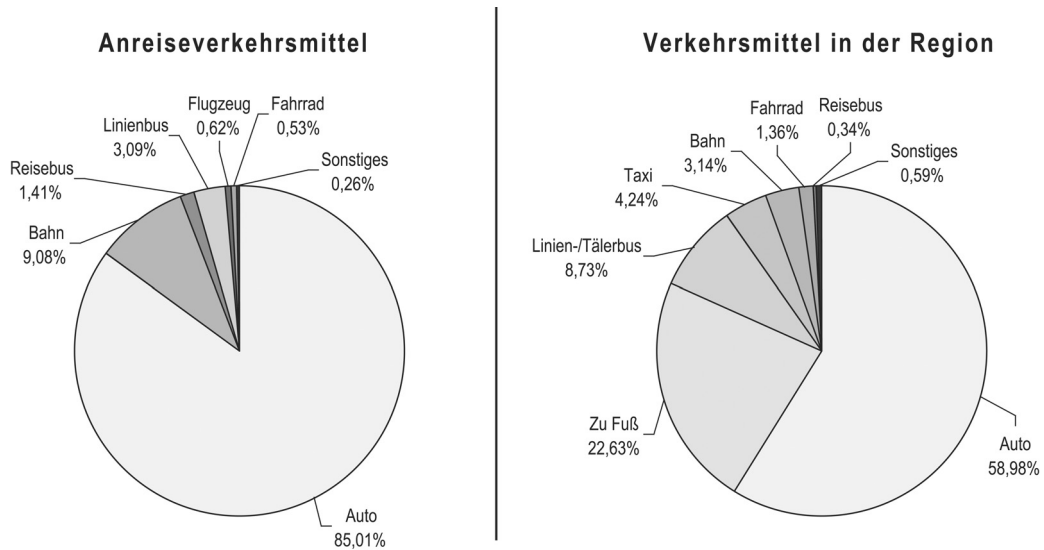


Abb. 3: Verwendete Verkehrsmittel für die Anreise und für die Mobilität innerhalb der Ausflugs-/Urlaubsregion.

Tourenorganisation, Aktivitäten und Ausrüstung

Bergwandern und Bergsteigen wird hauptsächlich von Menschen betrieben, die diese Aktivitäten häufig und regelmäßig ausüben und am Berg Erholung vom Arbeitsalltag kombiniert mit sportlicher Betätigung suchen.

Der Weg in die Berge wird dabei meist spontan und in Eigenverantwortung organisiert, auch Hüttenbuchungen werden, wenn überhaupt, sehr kurzfristig vorgenommen. Dies ergibt sich primär durch die starke Wetterabhängigkeit des Bergsports. Pauschalangebote für die Organisation eines Bergaufenthaltes sind praktisch bedeutungslos.

Für die Planung einer Tour werden nach wie vor hauptsächlich traditionelle Quellen und Medien verwendet. Landkarten werden von 85% aller Befragten überwiegend bis häufig verwendet, dahinter kommt die Wanderliteratur. Neue Medien wie Internetdienste werden gerne für die Informationsgewinnung über eine Region und insbesondere für aktuelle Wetterdienstleistungen verwendet. Die Gruppe jener, die Internetforen für die Informationsgewinnung benutzen, ist hingegen sehr gering.

Bei den am Berg mitgeführten Ausrüstungsgegenständen haben in den letzten Jahren vor allem Mobiltelefone sowie Wanderstöcke stark zugenommen. Für die meisten Befragten ist es wichtig, eine Notfallapotheke mitzuführen. Bei den Hilfsmitteln zur Orientierung im alpinen Gelände dominiert die klassische Wanderkarte. Zur Navigation werden Kompass und Höhenmesser bevorzugt. GPS-Geräte werden derzeit nur von einem sehr geringen Teil der Bergwanderer und Bergsteiger verwendet.

Wegezustand, Wegeführung und Informationsangebot

Wegezustand, Wegeführung sowie das Informationsangebot während der Touren werden generell als wichtig beschrieben, wobei der Zustand der Wegemarkierungen sowie die Gefahrenstellenabsicherung als wichtigste Aspekte erachtet werden. Dabei messen junge Menschen (< 30 Jahre) der adäquaten Wegemarkierung sowie der Gefahrenstellenabsicherung etwas weniger Wert bei als ältere Bergwanderer (> 50 Jahre).

Ähnliche Unterschiede ergeben sich auch hinsichtlich des Informationsangebotes. Sowohl die umfassende Wegbeschilderung als auch Auskünfte des Hüttenpersonals zur Wegesituation werden von älteren Wanderern generell als etwas wichtiger eingestuft.

Hüttenausstattung

Die Ansprüche an die Hüttenausstattung variieren in einigen Punkten in Abhängigkeit des Alters. So werden die adäquate Ausstattung der Schlaf- und Sanitäräume sowie die Sauberkeit der Räume von älteren Bergwanderern höher bewertet als von jungen Gästen. Die Nutzung von Kommunikationsinfrastruktur wie Münz-/Hüttentelefone sowie die Möglichkeit eines Internetzugangs werden generell als wenig wichtig bis nicht wichtig erachtet. In dieser Frage sind sich die Altersgruppen einig, also auch junge Menschen, die im täglichen Leben häufiger mit Kommunikationstechnologien arbeiten (INTEGRAL MARKT- UND MEINUNGSFORSCHUNGS GMBH 2007), können beim Bergerlebnis auf diese Angebote verzichten.

Das Hüttentelefon zur Kommunikation nach außen verliert aufgrund der hohen Mobiltelefondichte zusehends an Bedeutung, wird jedoch von Personen, die häufiger auf Schutzhütten übernachten, noch als eher wichtig erachtet.

Zusätzlichen Services wie Rucksacktransporte zur Hütte oder Gepäckdepots im Tal wird kaum Bedeutung beigemessen, ebenso der Möglichkeit der bargeldlosen Bezahlung auf Hütten.

Der eindeutig wichtigste Aspekt auf Hütten ist die Freundlichkeit des Hüttenpersonals. Damit wird dieser Faktor höher bewertet als etwa das Angebot an Duschmöglichkeiten oder die Ausstattung der Schlaf- und Sanitäräume. Die Besucher wollen sich am Berg wohlfühlen, wofür der Freundlichkeit des Personals eine besondere Bedeutung zugemessen wird.

Beim gastronomischen Angebot auf Hütten (Speisen und Getränke) wird vor allem auf ein gutes Preis-Leistungsverhältnis bei Speisen und Getränken Wert gelegt. Der Anspruch an die Verpflegung selbst ist traditionell geprägt, mit dem Wunsch nach regionalen Speisen und Frischprodukten (Salate, Milchprodukte etc.). Vergleichsweise geringen Stellenwert hat demgegenüber das Angebot an biologischen, vegetarischen sowie Diät-Speisen (z.B. für Allergiker oder Diabetiker). Auch auf eine große Speisenauswahl wird generell wenig Wert gelegt. Jedoch ist hier ein signifikanter Unterschied zwischen Männern und Frauen zu beobachten. Frauen legen dabei mehr Wert auf biologische und vegetarische Kost.

Handlungsbedarf hinsichtlich Informationsangebot und alpiner Infrastruktur

Der Handlungsbedarf im alpinen Raum wurde im Rahmen der drei thematischen Blöcke Information und Tourenplanung, Verkehr sowie alpine Infrastruktur abgefragt. Hinsichtlich des Informationsangebotes und der Tourenplanung wird vor allem der Ausbau von Buchungsmöglichkeiten über das Internet und verbesserte Online-Toureninformation gewünscht.

Pauschalangebote für eine Bergtour (mit oder ohne Bergführer) sind nur von untergeordneter Bedeutung für die derzeitige Besuchergruppe.

Bei der Verkehrsinfrastruktur wird zwar ein verbales Bekenntnis zum Ausbau des öffentlichen Verkehrs im alpinen Raum abgegeben, dennoch wird auch eine Verbesserung der Parkplatzsituation bei den Einstiegstellen gefordert. Aufgrund der breiten Streuung von Meinungen kann nicht auf die tatsächliche Bereitschaft zum Umstieg auf öffentliche Verkehrsmittel geschlossen werden.

Trotz hoher Zufriedenheit mit dem Wege- und Hüttenangebot werden der Ausbau sowie Verbesserungen dieser Infrastrukturen grundsätzlich gewünscht. Hinsichtlich der Abgeltung von dafür nötigen Aufwendungen wird eine eigene finanzielle Beteiligung jedoch eindeutig abgelehnt. Dies trifft vor allem auf Wegerhaltung und -ausbau zu. Die befragten Personen wünschen diesbezüglich eine Finan-

zierung durch öffentliche Mittel und alpine Vereine. Für den Erhalt der Hütteninfrastruktur ist die Bereitschaft, einen Beitrag zu leisten, etwas höher.

Konflikte

Die Ergebnisse der Befragung spiegeln ein sehr hohes Maß an Zufriedenheit mit der aktuellen Situation wider. Konfliktpotenziale mit anderen Landnutzungen (Forstwirtschaft, Jagd, Naturschutz) sowie anderen Erholungsaktivitäten (Mountainbiking) werden nur gelegentlich angesprochen.

Diskussion und Schlussfolgerungen

Trotz intensiver Bewerbung des Wandersports in den Medien sind die Nächtigungszahlen für dieses Tourismussegment seit einigen Jahren leicht rückläufig (BUNDESMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT UND ARBEIT 2004), was aufgrund der in den letzten Jahrzehnten gestiegenen und gegenseitig konkurrierenden Freizeitangebote nicht weiter verwundert (BRÄMER 2001). Dazu kommen verstärkte internationale Konkurrenz durch billige Flugangebote und Einkommensverluste in den Hauptherkunftsländern (HARTL 2002).

Die Suche nach neuen Zielgruppen kann zum Umkehren dieses Trends beitragen, wobei auf eine möglichst nachhaltige Eingliederung in die bestehende Struktur zu achten ist (MUHAR et al. 2006). So wird etwa Potential bei der Erhöhung des Frauenanteils gesehen. Obwohl der Frauenanteil in den letzten Jahrzehnten gestiegen ist, liegt der Anteil der Männer immer noch bei 60%. Frauen waren bisher jedoch nur selten eine explizite Zielgruppe der Öffentlichkeitsarbeit alpiner Vereine oder der Werbung im Bergtourismus (MUHAR et al. 2007).

Trotz der inhomogenen Zusammensetzung der Bergwanderer und Bergsteiger hinsichtlich ihrer geographischen und sozialen Herkunft ergibt sich bezüglich ihrer Ansprüche und Beweggründe für den Aufenthalt am Berg ein homogenes und in sich konsistentes Bild. Für die meisten ist das Bergwandern und Bergsteigen ein wichtiger Lebensinhalt, den Sie regelmäßig ausüben, und dafür auch viel Zeit investieren.

Das Bildungsniveau ist bei Bergwanderern und Bergsteigern außergewöhnlich hoch, dennoch schätzen Sie die Einfachheit der meisten Hüttenangebote und nehmen Komforteinbußen zugunsten der Atmosphäre auf Hütten gerne in Kauf. Das einfache Leben am Berg und die Naturerfahrung wird als willkommene Abwechslung zur hektischen und technisierten Alltagswelt gesehen.

Die Gruppe der Bergwanderer und Bergsteiger schätzt das Ruhige und Harmonische in den Bergen und genießt dies gerne mit Freunden und/oder der Familie. So ist es auch nicht ungewöhnlich, dass "Trendsportarten" wie beispielsweise Paragleiten oder Canyoning nur von einer kleinen Minderheit der befragten Bergwanderer und Bergsteiger ausgeübt werden.

Grundsätzlich herrscht Zufriedenheit über das Angebot an alpiner Infrastruktur in Form von Wegen und Hütten. Gewünscht wird ein Erhalt dieser Infrastruktur sowie Verbesserungen im Bereich der Wegeinformation, wenngleich die Bergwanderer kaum bereit sind, für diesen Erhalt bzw. Ausbau auch einen finanziellen Beitrag zu leisten.

Sicherheit auf den Wegen ist für die meisten Alpinisten von großer Bedeutung. Vor dem Hintergrund der Klimaänderung ist hier jedoch von großen Änderungen im Bereich der Wegeinfrastruktur auszugehen. Viele Routen werden durch die Ausaperung zusehends von Steinschlag betroffen, was eine bessere Absicherung, Verlagerung, oder gänzlichen Auflassung von Routen erforderlich machen wird (BEHM 2006). Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass viele, vor allem hochalpine Touren ge-

fährlicher werden, und dass auf die Weegerhalter großer Handlungsbedarf zukommt. Neben den Wegen sind in besonderem Maße auch Hütten von der Klimaänderung betroffen. Neben dem Verlust der geologischen Standfestigkeit durch den Rückgang des Permafrost (SCHWÖRER 1999) sind auch Schwierigkeiten in der Wasserversorgung und beim Zustieg zu erwarten (BEHM 2006).

Ein sehr großes Problem stellt die Dominanz des motorisierten Individualverkehrs im Zusammenhang mit dem Bergwandern und Bergsteigen (FRÖSCH 1995) dar, und sollte auch als ein Schlüsselanliegen bewertet werden (MUHAR et al. 2006). Die Befragung hat ergeben, dass nur knapp 13% der Befragten mit öffentlichen Verkehrsmitteln anreisen. Besonders vor dem Hintergrund, dass bis 2030 eine Zunahme des Freizeitverkehrs um 26-31% erwartet wird (HABLACHER 2007), ist ein umfassendes Gesamtkonzept zu entwickeln und die Politik aufgefordert, den kundenfreundlichen und umweltgerechten Ausbau der öffentlichen Verkehrssysteme zu forcieren, da einzelne positive Beispiele wie Sammeltaxis oder Tälerbusse keinen adäquaten Ersatz für die individuelle Mobilität bieten können. Funktionierende Beispiele vor allem aus dem Schweizer Alpenraum zeigen, dass alpiner Tourismus durchaus mit einem nachhaltigen Verkehrsverständnis funktionieren kann (BUNDESMINISTERIUM FÜR UMWELT, JUGEND UND FAMILIE 2000). So lag im Jahr 1998 der Anteil des öffentlichen Verkehrs (ÖV) bei Bergsteigern in der Schweiz bei etwa 45%. Eine Erhebung im Jahr 2002 brachte für SAC-Sektionen, die sich am Projekt "Alpen Retour" beteiligten, sogar einen ÖV-Anteil von knapp 70% (SCHWEIZER ALPEN-CLUB SAC 2004). Dieser sehr hohe Anteil wurde mit Hilfe mehrerer Maßnahmenpakete erreicht. So wurde durch materielle Anreize (z.B. Ermäßigungen für Vereinsmitglieder), der Fahrkartenaufkauf attraktiver. Der Zugang zum, sowie die Orientierung im öffentlichen Verkehr wurde durch speziell abgestimmte Serviceangebote (z.B. Alpenfahrplan, Alpenonline-Portal) vereinfacht (SCHWEIZER ALPEN-CLUB SAC 2004).

Neue Medien werden in Zukunft an Bedeutung gewinnen. Grundsätzlich sind bereits heute sehr viele, für den Bergsport bzw. für die Planung einer alpinen Tour relevante Informationen verfügbar. Allerdings sind diese Informationen breit verstreut und nicht immer hinsichtlich ihrer Qualität und Zuverlässigkeit überprüfbar. Webseiten alpiner Vereine und öffentlicher Stellen konkurrieren mit kommerziellen Projekten sowie mit Webseiten, die von Liebhabern in ihrer Freizeit aufgebaut und über eine mehr oder weniger breite Nutzergemeinschaft regelmäßig erweitert werden. Obwohl vielfach ein sehr umfangreiches und vor allem gesammeltes und strukturiertes Onlineinformationsangebot besteht (z.B. Touren- und Hütteninformationen alpiner Vereine), finden viele Bergwanderer diese Information im Internet nicht.

Danksagung

Die Studie "Trends und Handlungsbedarf im Sommer-Bergtourismus" wurde vom Österreichischen Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit, Sektion Tourismus und historische Objekte, beauftragt und finanziert, und ist über den im Literaturverzeichnis angegebenen Link herunterzuladen. Die Autoren danken dem Verband Alpiner Vereine Österreichs (VAVÖ) für die Unterstützung bei der Organisation und Durchführung der Befragung.

Literatur

- BEHM, M. (2006): Auswirkungen der Klimaänderung auf den Alpinismus. In: Auswirkungen der Klima- und Gletscheränderung auf den Alpinismus. Umweltdachverband. Wien. S. 50-76.
- BERGHOLD, F. (1987): Bergmedizin heute. Ratgeber für gesundes Wandern und Bergsteigen. Fink. München.
- BRÄMER, R. (2001): Trendmarkt Wandern – Argumente für einen radikalen Perspektivwechsel. Marburg. <http://www.staff.uni-marburg.de/~braemer/koelln.htm> [01.02.2006].
- BUNDESMINISTERIUM FÜR WIRTSCHAFT UND ARBEIT (Hrsg.) (2004): Lagebericht 2004 – Bericht über die Lage der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Österreich 2004. Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit. Wien.
- BUNDESMINISTERIUM FÜR UMWELT, JUGEND UND FAMILIE (Hrsg.) (2000): Nachhaltig umweltverträglicher Freizeitverkehr. Bundesministerium für Umwelt, Jugend und Familie. Wien.
- DUBKOWITSCH, D. (1995): Angebotsentwicklung für Wanderorte anhand der Anspruchsprofile der österreichischen Wandergäste. Diplomarbeit. Institut für Tourismus und Freizeitwirtschaft. Wirtschaftsuniversität Wien.
- FRÖSCH, R. (1995): Strategien für einen intelligenten Tourismus im Alpenraum. In: Isenberg, W. (Hrsg.) (1995): Tourismusentwicklung in den Alpen. Thomas-Morus-Akademie Bensburg. Bergisch Gladbach. S. 95-109.
- GRABLER, K., FISCHER, S. (2004): T-MONA Gästebefragung Sommer 2004. Österreich Werbung. Wien.
- HARTL, F. (2002): Der Tourismus im Wandel – schaffen wir den Turn-Around? In: Luger, K., Rest, F. (Hrsg.) (2002): Der Alpentourismus. Studienverlag. Innsbruck. S. 227 – 244.
- HABLACHER, P. (2007): Alpen und retour mit öffentlichem Verkehr. In: Österreichischer Alpenverein (Hrsg.) (2007): Bergauf – Das Magazin des österreichischen Alpenvereins. Nr. 03-2007. S. 40-42.
- INSTITUT FÜR TOURISMUS UND FREIZEITWIRTSCHAFT (Hrsg.) (2000): Belebung des österreichischen Bergsommers. Institut für Tourismus und Freizeitwirtschaft, Wirtschaftsuniversität Wien.
- INTEGRAL MARKT- UND MEINUNGSFORSCHUNGS GMBH (2007): Austrian Internet Monitor 2007. Verfügbar: <http://www.integral.co.at/AIM/ueberblick.shtml> [18.11.2007].
- MUHAR, A., SCHAUPPENLEHNER, T., BRANDENBURG, Ch., ARNBERGER, A. (2006): Trends und Handlungsbedarf im Sommer-Bergtourismus. Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit, Sektion Tourismus und historische Objekte. Wien. Verfügbar: http://www.boku.ac.at/ifl/bergtourismus/bergtourismus_studie.pdf [27.12.2007].
- MUHAR, A., SCHAUPPENLEHNER, T., BRANDENBURG, Ch., ARNBERGER, A. (2007): Alpine Summer Tourism: The Mountaineers' Perspective and Consequences for Tourism Strategies in Austria. Forest Snow and Landscape Research. 81.
- MUNTER, W. (1988): Bergsteigen 1 – Bergwandern und Felsklettern. Hallwag. Bern.
- OECD (2007): Education at a Glance 2007 – OECD Indicators 2007. OECD Publishing Centre for Educational Research and Innovation. Paris.
- SCHWEIZER ALPEN-CLUB SAC (2004): Alpen retour – eine Aktion für alpenfreundlichen Verkehr des Schweizer Alpen-Club SAC, Resultate und Erfahrungen – Schlussbericht. Bern.
- SCHWÖRER, D. A. (1999): Klima und Alpinismus im Wandel der Zeit – Eine Dokumentation über mögliche Auswirkungen einer Klimänderung, Verfügbar: <http://www.alpineresearch.ch/1/> [18.10.2007].
- STATISTIK AUSTRIA (2006): Statistisches Jahrbuch Österreichs 2006. Österreichische Staatsdruckerei. Wien.

Anschrift der Verfasser:

Dipl.-Ing. Thomas Schauppenlehner & ao. Univ. Prof. Dipl.-Ing. Dr. nat. techn. Andreas Muhar
Institut für Landschaftsentwicklung, Erholungs- und Naturschutzplanung
Department für Raum, Landschaft und Infrastruktur
Universität für Bodenkultur, Peter Jordan-Str. 82
1190 Wien, Österreich
eMail: thomas.schauppenlehner@boku.ac.at