

Studie zum nachhaltigen Outdoorsport

*Eine Studie im Rahmen des INTERREG-Projektes „Alpine Awareness
Camps“ – Förderprogramm: INTERREG VI-A Bayern-Österreich 2021-2027
Projektcode: BA0100043*

Universität Innsbruck
Stefan Ortner / Mike Peters
Universitätsstrasse 15
6020 Innsbruck

Inhaltsverzeichnis

1. Ziel.....	3
2. Die Quantitative Analyse: Fragebogensendungen	3
2.1 Methode.....	3
2.2 Resultate der quantitativen Analyse.....	4
2.2.1 Nachhaltigkeit.....	4
2.2.2 Veränderung am Berg	5
2.2.3 Ansatz, Inhalt und Methoden.....	6
2.2.4 Zukunft, Themen, Methoden	8
2.2.5 Persönliche Daten	9
3. Die Qualitative Analyse: Interviews	9
3.1 Methode und Sample	9
3.2 Resultate.....	11
3.3 Implikationen	15
Anhang: Fragebogen	17

1. Ziel

Im Rahmen des Arbeitspakets 2 wurde unter der Leitung des Projektpartners 2 (Universität Innsbruck) eine quantitative Datenerhebung durchgeführt und mit einer qualitativen Studie ergänzt. Ziel der Studie war es Einstellungen, Chancen und Herausforderungen des Themas Nachhaltigkeit im Outdoorsport und der Bedarf für die Entwicklung von Trainingsmaßnahmen für drei Zielgruppen (Outdoorsportler:innen, Bergführer:innen/Bike-Guides, Tourismuspartner) zu ermitteln. Ebenso wurde erhoben ob es Bedarf für sowie der Bedarf für unterstützende digitale Tools bei den Trainings gibt. Die Studie dient als Basis für die Entwicklung der Angebote, ist aber auch für Behördenpartner relevant. In diesem Kurzbericht werden die Ergebnisse dargestellt.

2. Die Quantitative Analyse: Fragebogensaussendungen

2.1 Methode

Für die Durchführung der Studie wurden die Befragten in drei Zielgruppen unterteilt: Die erste Zielgruppe waren die Bergsportler:innen und Teilnehmer:innen der Camps von SAAC. Die zweite Gruppe waren Bergführer:innen und Bike Guides und die dritte Gruppe waren regionale Partner wie Tourismusverbände und Bergbahnen. Zielgruppe 2 und 3 wurden hauptsächlich im Rahmen von Experteninterviews befragt, während die erste Zielgruppe hauptsächlich mithilfe eines Fragebogens untersucht wurde. Die Umfrage fand online im Mai 2024 statt und wurde über die Universität Innsbruck und per *Reminder* über SAAC versendet. Nach Bereinigung der Daten konnten von 209 insgesamt 191 Datensätze übernommen werden. Der Fragebogen beinhaltete folgende Themen: zum Ersten wollte man erfassen wie die Probanden zur Nachhaltigkeit stehen und was sie darunter verstehen. Zweitens wollten wir analysieren welche Veränderung am Berg wahrgenommen werden. Dann ging es drittens um die Camps, wobei wir hier nachfragten wie man zum derzeitigen Prozess und Ansatz, zu den Inhalten und Methoden steht. Schließlich wurde nach zukünftigen Themen und innovativen Methoden gefragt: Hier erfassten wir im Wesentlichen Verbesserungswünsche der Teilnehmer:innen. Am Ende wurden noch die wichtigsten persönlichen Daten abgefragt. Die Resultate wurden im Folgenden beschrieben. Der Fragebogen liegt diesem Bericht im Anhang 1 bei.

2.2 Resultate der quantitativen Analyse

2.2.1 Nachhaltigkeit

Bei der Frage „Nachhaltigkeit bedeutet für mich...“ konnten die Befragten die einzelnen Aussagen auf einer fünf-stufigen Likert-Skala von 1= trifft nicht zu bis 5=trifft absolut zu, beantworten. Die Ergebnisse wurden in Abbildung 1 dargestellt. Die Aussage „Nachhaltigkeit bedeutet für mich...Produkte langfristig zu benutzen“ erzielte mit 4,43 den höchsten Mittelwert (MW), während der Aussage „Nachhaltigkeit bedeutet für mich ...alle Menschen gleich zu behandeln“ mit einem Mittelwert von 3,77 am wenigsten zugestimmt wurde. Lediglich bei der Aussage „Nachhaltigkeit bedeutet für mich...öffentliche Verkehrsmittel zu nutzen“ gab es unterschiedliche Angaben in den Altersgruppen. So hatte die Aussage in der Altersgruppe 26-35 eine Zustimmung von 4,43 erreicht, während der Mittelwert bei den 56 – 65 jährigen nur bei 3,15 lag. Jüngere Befragte sahen somit deutlich stärker den Beitrag des öffentlichen Verkehrs zur Nachhaltigkeit, als dies ältere Befragte taten.

Nachhaltigkeit bedeutet für mich...

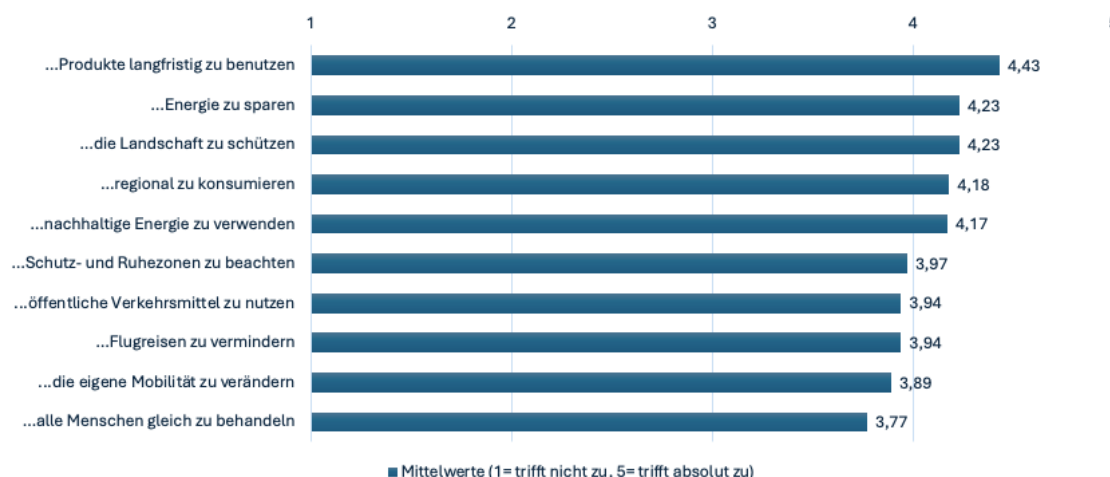


Abbildung 1: Was bedeutet Nachhaltigkeit für die Befragten?

Auch bei der Frage „Was machst du derzeit, um die Welt nachhaltiger zu gestalten?“ (Abbildung 2) konnten die einzelnen Aussagen auf einer fünf-stufigen Likert-Skala beantwortet werden. So erreichte die Aussage „...Produkte langfristig zu benutzen“ den höchsten Mittelwert mit 4,21 und die Aussage „...öffentliche Verkehrsmittel zu nutzen“ den niedrigsten Mittelwert mit 3,28. Dabei gab es bei den Aussagen „...öffentliche Verkehrsmittel zu nutzen“ Unterschiede zwischen den Geschlechtern und der Altersgruppen und bei der Aussage „...nachhaltige Energie zu verwenden“ Unterschiede zwischen den Geschlechtern und der Nationalität. Öffentliche Verkehrsmittel wurden mehr von Frauen (MW= 3,53) gegenüber Männern (MW=3,05) genutzt und in der Altersgruppe 19-25 mit 3,77 am höchsten bewertet. Die Aussage „...nachhaltige Energie zu verwenden“ wurde sowohl von Männern mit

3,71, als auch von Deutschen mit 3,81 stärker bewertet als von Frauen mit 2,99 und Österreichern mit 3,09.

Was machst du derzeit, um die Welt nachhaltiger zu gestalten?

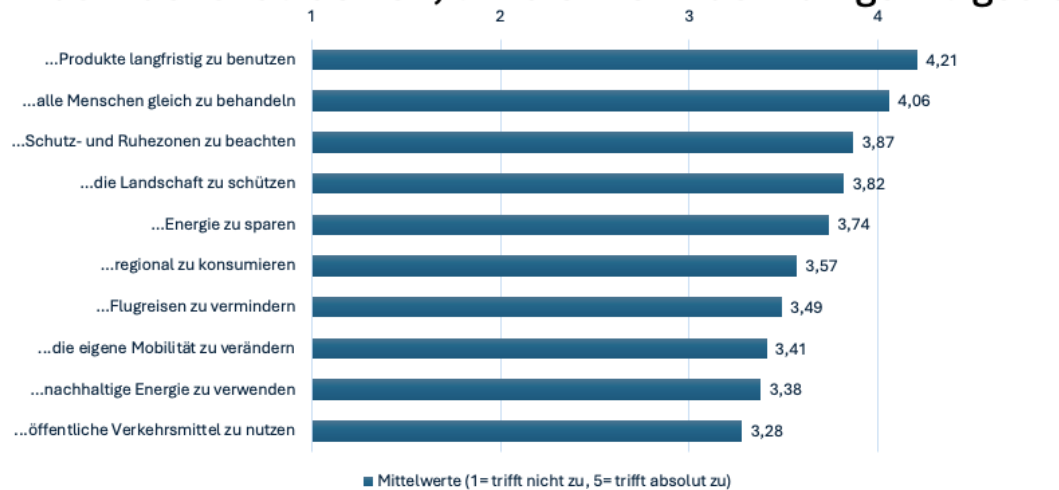


Abbildung 2: Der Beitrag der Befragten zur Nachhaltigkeit

Wichtig war den Befragten in Bezug auf Nachhaltigkeit unter anderem den Konsum einzuschränken, Ressourcen zu schonen und Aufklärungsarbeit zu leisten.

2.2.2 Veränderung am Berg

Zu der Frage, wie stark die Veränderung am Berg in den letzten Jahren wahrgenommen wurde, konnten die Befragten ihre Meinung mithilfe einer fünfstufigen Likert-Skala von 1= keine Veränderung zu 5= starke Veränderung abgeben und die Ergebnisse sind in Abbildung 3 dargestellt. Die größten Veränderungen wurden dabei am „Landschaftsbild (Gletscher/Wald/Wasser)“ mit einem Mittelwert von 4,3, am „Wetter (Winter)“ mit einem Mittelwert von 4,02 und der „Frequenz/ Anzahl der Menschen am Berg“ mit einem Mittelwert von 4,01, beobachtet. Die niedrigste wahrgenommene Veränderung war die „Anfahrt mit den öffentlichen Verkehrsmitteln“, welche mit einem Mittelwert von 2,92 bewertet wurde. Dabei bewerteten die Österreicher die Veränderungen am Berg für „Naturgefahren im Sommer“ mit 3,6 und „Anreise mit den öffentlichen Verkehrsmitteln“ mit 3,15 deutlich stärker als die Deutschen mit Mittelwerten von 3,15 für die „Naturgefahren im Sommer“ und 2,6 für „Anreise mit den öffentlichen Verkehrsmitteln“. Dafür wurde das „Wetter (Winter)“ von den Deutschen mit 4,26 als stärker verändert wahrgenommen als von den Österreichern mit 3,9. Zusätzlich konnten noch Unterschiede in den Altersgruppen beobachtet werden. So wurde die Veränderung des „Landschaftsbild (Gletscher/Wald/Wasser)“ von den 26 – 35 jährigen mit einem Mittelwert von 4,62 um einiges stärker wahrgenommen als von den über 65 jährigen, welche einen Mittelwert von 3,5 erzielten. Auch bei der Veränderung von der „Verfügbarkeit

von Ressourcen“ gab es Unterschiede in den Altersgruppen. Die 14 – 18 jährigen bewerteten die Veränderung mit 4,67 um einiges höher als die über 65 jährigen mit 3,5.

Wie bewertest Du die von Dir wahrgenommenen Veränderungen am Berg in den letzten Jahren?

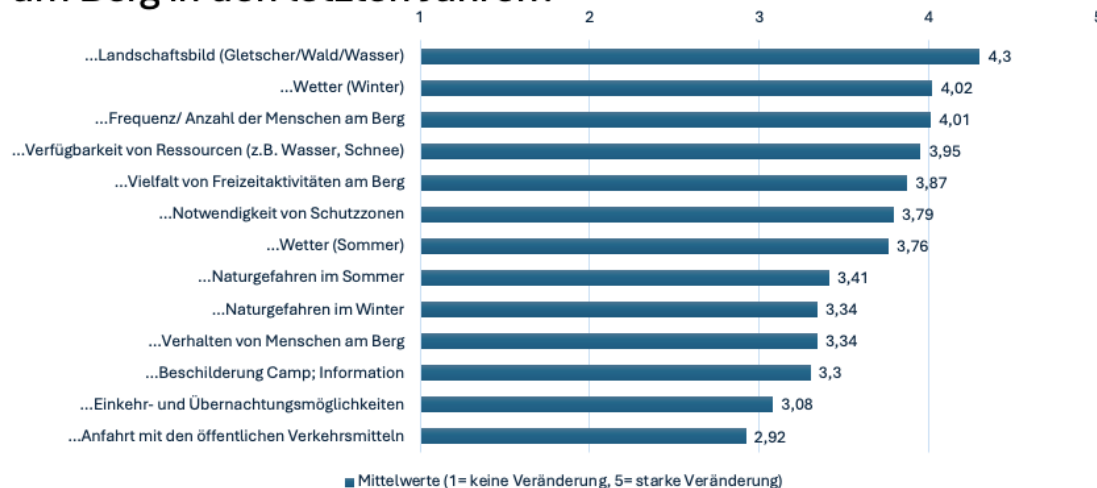


Abbildung 3: Wahrgenommenen Veränderungen am Berg

2.2.3 Ansatz, Inhalt und Methoden

Die Besucher des SAAC-Camps hatten sich unter anderem aufgrund des guten Programms, des Preis-Leistungsverhältnisses und der Gewinnung neuer Kompetenzen für eine Teilnahme entschieden. Bei der Frage „Welche der folgenden Faktoren sind Dir besonders wichtig bei den SAAC-Camps?“, dargestellt in Abbildung 4, konnten die einzelnen Aussagen auf einer fünfstufigen Likert-Skala von 1= absolut unwichtig bis 5= absolut wichtig bewertet werden. Dabei erreichten „Guide/ Trainer“ mit einem Mittelwert von 4,6, die „Lerneffekte“ mit einem Mittelwert von 4,53 und Bewegung am Berg mit einem Mittelwert von 4,37 die höchste Bedeutung. Am unwichtigsten wurde die „Bereitstellung der Unterlagen vorab“ mit 2,64 bewertet. Diese Aussage wurde insbesondere von Personen, welche Angaben häufiger als 11 Mal im Jahr in den Bergen unterwegs zu sein, als weniger wichtig mit einem Mittelwert von 2,54 bzw. 2,56 beurteilt. Bei Besuchern die nur 0 – 3 mal bzw. 4 – 10 Mal im Jahr in den Bergen unterwegs sind lag der Mittelwert deutlich höher bei 3,5 bzw. 3,55.

Welche der folgenden Faktoren sind Dir besonders wichtig bei den SAAC-Camps?

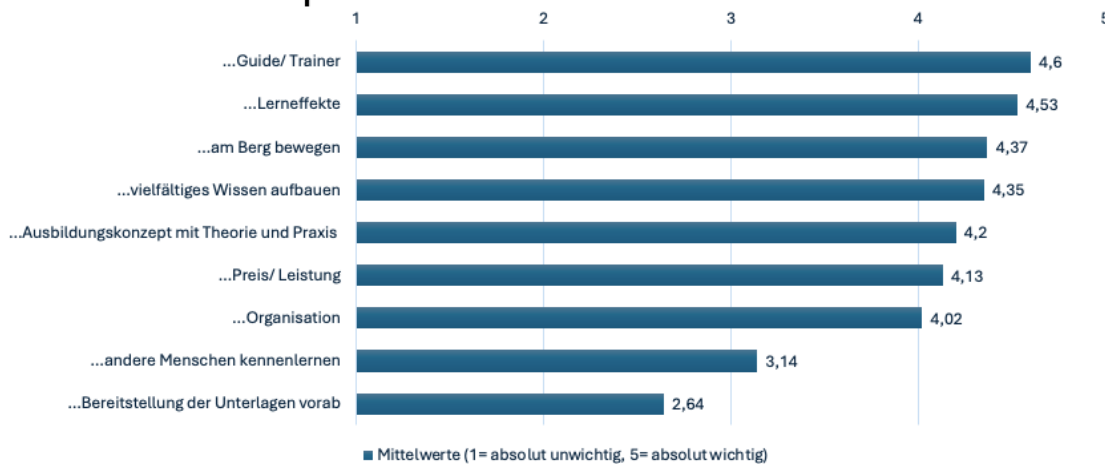


Abbildung 4: Die wichtigsten Faktoren für den Besuch der SAAC-Camps

Die Zufriedenheit beim Camp konnte auf einer fünf-stufigen Likert-Skala von 1= absolut unzufrieden bis 5= absolut zufrieden bewertet werden und war allgemein sehr hoch, siehe Abbildung 5. Die meiste Zufriedenheit erzielten „Preis/ Leistung“ mit 4,65, „Guide/ Trainer“ mit 4,54 und „Organisation“ mit 4,49. Am wenigsten zufrieden waren die Besucher mit dem Motiv „andere Menschen kennenlernen“, welches einen Mittelwert von 3,86 erzielte. Auch hier gab es wieder Unterschiede im Geschlecht. „Preis/ Leistung wurde mit 4,85 bei den weiblichen Gästen höher bewertet als bei den männlichen Gästen mit 4,53. Auch bei der „Organisation“ waren die Frauen mit 4,68 zufriedener als die Männer mit 4,35.

Wie zufrieden warst Du mit den folgenden Faktoren beim Camp?

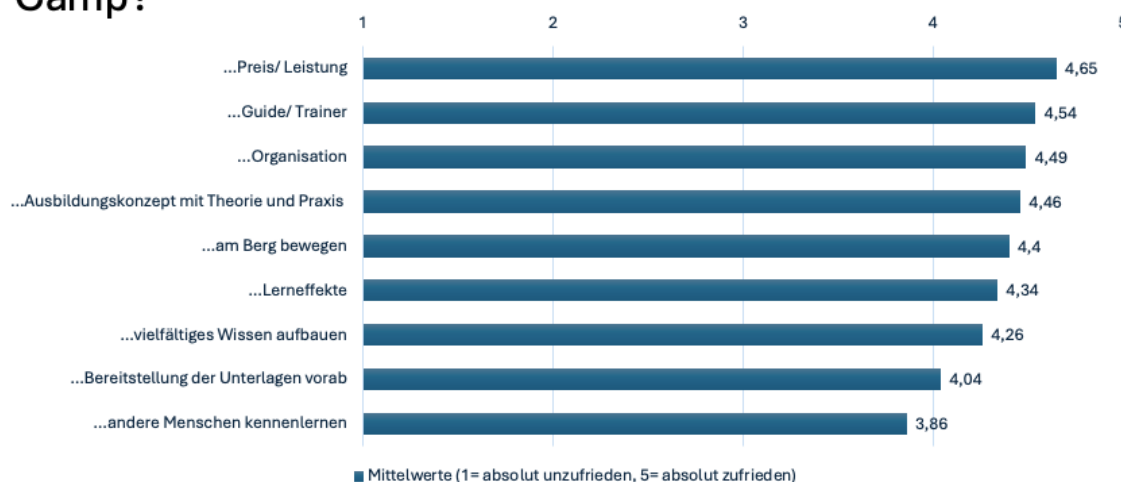


Abbildung 5: Die Zufriedenheit mit spezifischen Faktoren beim Besuch des SAAC Camps

2.2.4 Zukunft, Themen, Methoden

Zu der Frage „Welche Methoden und Themen würdest du gerne bei den SAAC-Camps nutzen bzw. kennenlernen wollen?“ gab es sieben Vorschläge, welche mit Ja oder Nein beantwortet werden konnten. Die Antworten wurden in Abbildung 6 dargestellt. „Naturgefahren“, „Technik Sportart“ und „Material und Equipment“ erhielten die größte Zustimmung, während „nachhaltige An- und Abreise“ weniger gewünscht wurde. Dabei erhielt „nachhaltige Tourenplanung“ eine 68 prozentige Zustimmung der Frauen und nur eine 49 prozentige Zustimmung der Männer. Außerdem konnte man beobachten, dass das „Handeln in Gruppen“ mehr von Österreichern (53%) als von den Deutschen (37%) gewünscht wurde und die „Nachhaltigkeit am Berg“ mehr von den Deutschen (52%) als von den Österreichern (37%) gewünscht wurde.

Welche Methoden und Themen würdest Du gerne bei den SAAC Camps nutzen bzw. kennenlernen wollen?

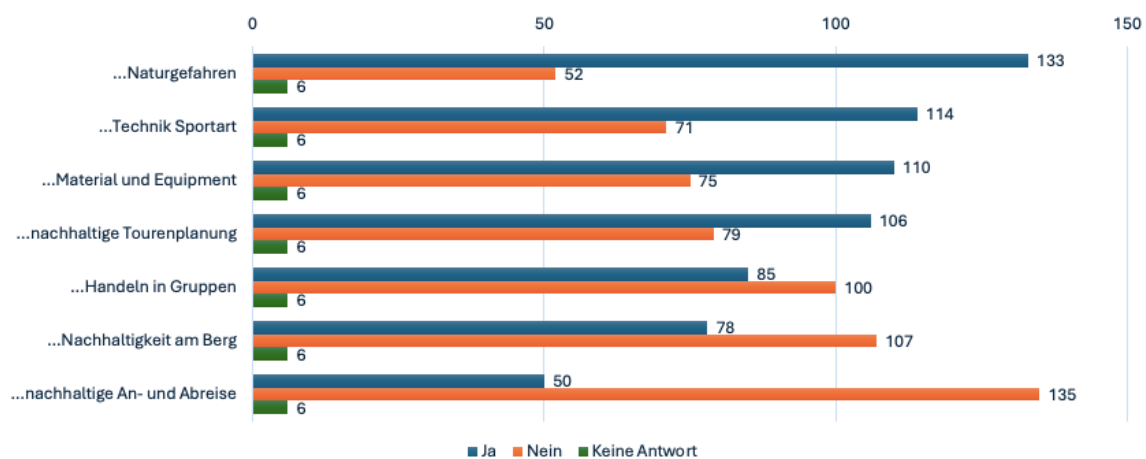


Abbildung 6: Methoden und Themen die die Befragten gerne bei den SAAC Camps nutzen bzw. kennenlernen wollen

Bei „Sonstiges“ wurden vier Angaben gemacht: „Gruppenführung und Verhalten im Notfall inklusive Erste Hilfe und Aufgabenteilung“, „Tools für Tourenplanung, Apps vorstellen“, „Gruppenprozesse und psychologische Dynamiken“ und „Empfehlungen Apps und Hersteller die Produkte zur Verfügung stellen zum Testen“.

Bei der Frage zu den Methoden, welche in Zukunft gewünscht werden, konnten die Besucher auf die Vorschläge mit „Ja“ oder „Nein“ antworten, siehe Abbildung 7. Alle sechs Vorschläge erhielten mehr Stimmen bei „Nein“ als bei „Ja“. So war am beliebtesten die Aussage „mehr Gruppenarbeiten“ mit 64 Mal „Ja“ und 121 Mal „Nein“, „mehr Planspiele“ mit 53 Mal „Ja“ und 132 Mal „Nein“ und „mehr Vorträge“ mit 49 Mal „Ja“ und 136 Mal „Nein“. Am wenigsten Zustimmung erhielt „mehr VR (Virtual Reality)“ mit nur 19 Angaben bei „Ja“ und 166 Angaben bei „Nein“. Bei „Sonstiges“ wurden insgesamt sieben Angaben gemacht, unter anderem

„mehr Training draußen (konkret Notfall- Lawinen Suche)“, „Nutzung Apps für die Planung“ und „Online Materialsammlung“.

Welche Methoden und Themen würdest Du gerne mehr nutzen bzw. kennenlernen wollen?

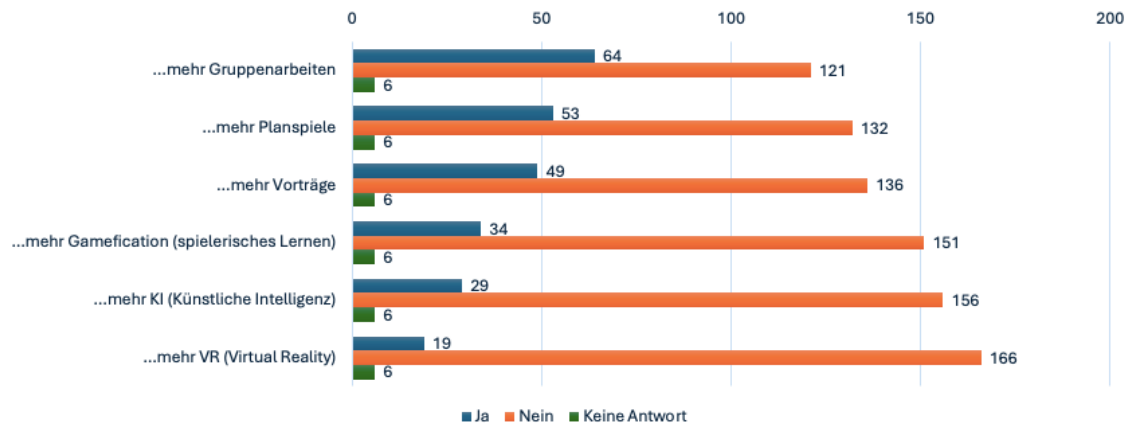


Abbildung 7: Methoden und Themen, die man gerne mehr nutzen bzw. kennenlernen möchte

2.2.5 Persönliche Daten

Die Altersverteilung sah wie folgt aus: drei Personen waren „zwischen 14 und 18 Jahre alt“, 14 Personen „zwischen 19 und 25 Jahre alt“, 56 Personen „zwischen 26 und 35 Jahre alt“, 53 Personen „zwischen 36 und 45 Jahre alt“, 35 Personen „zwischen 46 und 55 Jahre alt“, 20 Personen zwischen „56 und 65 Jahren“ und zwei Personen waren „über 65 Jahre alt“.

75 Personen leben in „Deutschland“, 106 Personen in „Österreich“, je eine Person in „Italien“ und der „Schweiz“.

Bei der Frage „Wie oft im Jahr bist du in den Bergen unterwegs?“ wurden 5 Angaben bei 0 – 3 Mal, 12 Angaben bei 4 – 10 Mal, 28 Angaben bei 11 – 20 Mal und 138 Angaben bei 20+ Mal gemacht. Als Gründe für einen Aufenthalt in den Bergen wurden unter anderem „Energie tanken“, „Soziale Kontakte“ oder auch „Beruflich“ genannt.

3. Die Qualitative Analyse: Interviews

3.1 Methode und Sample

Neben der quantitativen Studie wurde auch eine qualitative Befragung umgesetzt. Die Ergebnisse aus der quantitativen Studie wurden gemeinsam im Projektkonsortium evaluiert. Auf Basis dieser Evaluierungen wurde die Analysemethodik für die qualitative Studie aufgebaut:

- Interviewpartner wurden aus den Regionen Tirol & Allgäu ausgewählt
- Experteninterviews wurden mittels Interviewleitfaden durchgeführt
- Interviews wurden Online und gegebenenfalls vor Ort durchgeführt
- Dauer der Interviews umfasst ca. 30 Minuten

Gemeinsam mit den Projektpartnern wurde eine Interviewpartnerliste erstellt. Für die Auswertung konnten 11 Interviews herangezogen werden, wobei 15 Interviews geplant waren, jedoch 4 Interviews nicht umsetzbar waren (Terminkollisionen, Abwesenheit der Teilnehmer,...). Dieses Sample setzte sich aus Behördenpartnern, Alpinen Vereinen und Initiativen aus dem Bergsport- bzw. Klimawandelanpassungsbereich zusammen. Der Interviewleitfaden orientierte sich stark an den Ergebnissen aus der quantitativen Studie und wurde mit dem Ziel aufgesetzt, dass weiterführende Informationen aus Expertensicht gesammelt werden.

Der Interviewleitfaden im Überblick:

Interviewleitfaden „AAC Projektcode: BA0100043 – Expertengespräche“

Frageblock Einführung in Interview

- Bevor wir loslegen eine persönliche Frage: Wie wichtig ist Dir eigentlich Nachhaltigkeit im täglichen Leben? Und warum?
- Position in der Organisation?
- Was ist euer Unternehmensgegenstand/Organisationsgegenstand? Wie bist du im Tourismus mit deiner Organisation verankert?
- Beschreibe in kurzen Sätzen wie du/ihr Nachhaltigkeit definiert und benenne dafür Beispiele aus eurer Arbeit!

Frageblock Veränderungen am Berg?

- Welche Veränderungen am Berg fallen Dir besonders auf?
- Wie kann sich ein Nutzer am Berg diesen Veränderungen stellen/anpassen?
- Wo sollen diese Veränderungen am Berg berücksichtigt werden? (Ausbildung, Infomaterial, Kommunikation,...)

Frageblock Nachhaltigkeit

- Was könnte man verbessern damit Menschen nicht nur eine nachhaltige Einstellung haben, sondern sich auch nachhaltig verhalten!
- Wer sind die Zielgruppen wenn es darum geht Nachhaltigkeit „auszubilden“?
- Wie müsste deiner Meinung nach eine Ausbildung aussehen, um nachhaltiges Handeln (am Berg) zu fördern bzw. zu unterstützen?

Frageblock **Methoden/Inhalte Camps?**

- Welche Inhalte können neu in Ausbildungskonzepte integriert werden?
- Welche Methoden passen dazu?

Die Interviews wurden aufgezeichnet und im Rahmen von Kernaussagen ausgearbeitet. Die folgenden Resultate sind entsprechend den Vorgaben aus den Projektteams der Projektpartner ausgearbeitet und sollen die weiteren Arbeiten unterstützen.

3.2 Resultate

Das Inhalte aus den Interviews wurden nun im Rahmen der Studienarbeit in einzelne Blöcke aufgeteilt und mit Kernaussagen untermauert. Diese Ergebnisse bildeten die Grundlage für die Implikationen, die im Kapitel 4 folgen.

Persönliche Inputs der Experten zum Thema Nachhaltigkeit

- **Langfristigkeit** der Aktivitäten ist das Ziel, dass angestrebt werden soll.
- Kernthema „Nachhaltigkeit“ hat massiv an Bedeutung gewonnen -> es **beschäftigt alle**.
- Unser Leben und Wirtschaften ist auf stetigem Wachstum aufgebaut, aber auf einem **endlichen Kapital**.
- Nachhaltigkeit ist sehr wichtig, wobei man an **Grenzen** stößt, wenn es darum geht in allen Lebensbereichen dies auch umzusetzen (z.B. im privaten Bereich).
- Man muss überzeugt sein, dass man **beruflich und privat nicht trennen** kann
- Das Bewusstsein muss da sein, aber alles perfekt machen geht nicht. Früher gab es mehr Bewusstsein für Nachhaltigkeit. Dies ist jedoch mit der **Zeit verloren** gegangen.
- **Es braucht Fortschritt statt Perfektion.** Man sollte Nachhaltigkeit in jedem Lebensbereich einfließen lassen.
- Man muss der **Natur eine Stimme geben** -> für unsere Lebensqualität.

„Das was ich tue, die Auswirkungen die mein Tun erzeugen, sollen langfristig nicht die Natur schädigen!“ (Experte, Partnerregion Allgäu)

„Der Natur eine Stimme geben für unsere Lebensqualität!“ (Experte, Partnerregion Tirol)

Die Expert:innen definierten Nachhaltigkeit auch aus einer organisatorischen Perspektive:

- Die Auswirkungen, die mein Tun erzeugen, sollen **langfristig** nicht die Natur schädigen.

- Es braucht ein Positionspapier, dass in der Organisation verankert wird. Dieses Positionspapier definiert Spielregeln wie z.B.: Mobilität, Ernährung,...
- Es braucht konkrete Verhaltensweisen für das tägliche Leben, die Ressourcen, die Lebensräume, nur so beeinflussen, dass sie sich **regenerieren** können.
- Das drei Säulen Modell der Nachhaltigkeit bringt **Benefits** für die Organisation -> aber der Aufwand der Umsetzung nicht zu unterschätzen.

*„Tiroler Umweltanwaltschaft ist die Stimme der Natur per Gesetz!“
(Experte, Partnerregion Tirol)*

„(Nachhaltigkeit...) Ist ja auch kein Trend, sondern eine innere Überzeugung!“ (Experte, Partnerregion Allgäu)

Die Expert:innen nehmen folgende Veränderungen am Berg wahr:

- **Berge verändern** sich - der **Tourismus verändert** sich -> Kanalisierung wichtig (Räume, wo sich Nutzung intensiviert)
- Es gibt auch viele soziale Veränderungen und immer mehr Menschen am Berg -> leider auch viel **Unerfahrene**.
- Lebensräume sind anfälliger -> problematisch ist, dass der Nutzer **immer mehr erreichen** will, obwohl **weniger möglich** ist.
- Die Arten verändern sich, der Wald ändert sich, die Vegetation ändert sich -> wichtig und spannend ist, dass man die **Veränderung sieht**.
- Veränderungen sind **regional** sehr **unterschiedlich** -> Anpassung also nicht so einfach über alles gestaltbar.

„Unsere Lebensräume sind anfälliger geworden!“ (Expertin, Partnerregion Tirol)

„Man sieht direkt vor seinen Augen, dass sich was verändert und das ist spannend und nachvollziehbar!“ (Expertin, Partnerregion Allgäu)

Im Interview wurde auch darüber gesprochen, wie sich Nutzer:innen an Veränderungen am Berg anpassen sollten:

- Nutzer:innen müssen sich anpassen, ebenso die Institutionen am Berg; der Mensch lernt nicht mehr -> aber er sollte wieder zu lernen anfangen (es braucht mehr **Flexibilität**).
- Nutzer:innen haben grundsätzlich viel **mehr Informationen als früher** -> Die Frage ist nur warum nützt er/sie diese **nicht?**

- Es braucht eine Besucherlenkung und eine **stärkere Einbindung der Stakeholder** am Berg.
- Wir sollten die Augen öffnen -> Wo ist die Natur wirklich im Stress? Hierzu ist **Information der Schlüssel zur Anpassung**
- Man muss die **Leute abholen, muss ihnen Erklärungen liefern und das Verständnis** erarbeiten, dass es der Natur zu viel ist.
- Man sollte auch wieder **mehr Eigenverantwortung** lernen!

„Die Freizeitnutzer müssen Verständnis aufbauen, dass es der Natur zu viel ist – ist eine Respektfrage!“ (Experte, Partnerregion Tirol)

„Informationen braucht es wie man sich korrekt am Berg verhalten soll!“ (Experte, Partnerregion Allgäu)

Wie könnte man nun einen stärkeren Fokus auf Nachhaltigkeit legen? Hier nannten die Expert:innen unter anderem Folgendes:

- Nur durch **Überzeugung** kann man **Veränderungen** bewirken; man muss Multiplikatoren nutzen und **Barrieren** ausräumen.
- Einstellung ist wichtig, aber das **Wissen** braucht es auch dazu.
- Es braucht mehr Informationsmanagement, denn die **Information** muss am **richtigen Platz** verfügbar sein und vor allem lokal anwendbar.
- Grundsätzlich ist Alles was mit Mehraufwand verbunden ist, ein Hindernis sich nachhaltig zu verhalten. Man sollte das Bild aus den Köpfen bringen, dass nachhaltiges Leben immer nur kompliziert ist. Man muss **Benefits generieren**.
- Wir wissen alle wie es geht, aber keiner macht's. Überwindung und Anreize sind notwendig. Hier braucht es einen **Weg der kleinen Schritte**.

„Wenn man ernsthaft Nachhaltigkeit betreibt, dann muss man Verzicht üben!“ (Experte Partnerregion Allgäu)

„Nachhaltigkeit muss politisch verankert werden, nur so kann man Druck ausüben und die Menschen zu ihrem „Glück“ zwingen!“ (Experte Partnerregion Tirol)

Die Frage „Wer sind die Zielgruppen wenn es darum geht Nachhaltigkeit „auszubilden“?“ wurde von den Interviewten folgendermaßen diskutiert und beantwortet:

- **Man muss unbedingt Kinder und Jugendliche überzeugen!**
- **Multiplikatoren** wie Bergschulen, Wanderschulen in Hotspot-Destinationen müssen voran gehen, müssen anpacken.

- Jugendliche können es am leichtesten tun, weil „ihr Leben beginnt erst“ -> die können „nachhaltig“ einsteigen.
- Aber alle Altersgruppen sollten mitanpacken. **Nicht nur auf die Jugendlichen sollte** immer alles abgewälzt werden.
- Die **Politik** muss vorangehen und die Politik muss Bürger und Bürgerinnen überzeugen.
- Die **wichtigste Gruppe** ist jene der „**Unnachhaltigsten**“. Hier muss man investieren, denn dort würde eine Veränderung am meisten bringen.

„Junge Menschen können „nachhaltig“ einsteigen!“ (Experte Partnerregion Allgäu)

„Jeder muss was leisten, alle müssen an Bord!“ (Experte Partnerregion Tirol)

Die Expert:innen nannten eine Reihe von Inhalte und Methoden, die sie bei der Ausbildung in den SAAC Camps vermehrt nutzen würden:

- Die Ausbilder (Multiplikatoren) von Bergschulen, Wanderschulen müssen auf das Thema fokussiert werden (**Train the trainer**). Der Inhalt kann dadurch gut und weit gestreut werden, aber es muss dafür Zeit und Raum gegeben werden.
- **Kommunikation** auf **Augenhöhe** ist wichtig. Nicht mit erhobenem Zeigefinger, sondern positiv kommunizieren um Verständnis zu gewinnen.
- Ein **Methoden-Mix** aus Digital und Analog ist gleichermaßen wichtig. Es braucht beides und die Camps haben die Chance Hintergründe im Detail zu erklären.
- Veranschaulichungen an **lokalen Beispielen** und Aktionen sind wesentlich -> und bei der Ausbildung sollte man an den großen Themen arbeiten.
- Man sollte stets wissenschaftlich aufbereiten und mit praktischem Leben füllen. Die **Komplexität sollte herausgenommen werden**.
- Man muss **Zusammenhänge verstehen lernen**. Nur mit dem, was man kennt, kann man sich auseinandersetzen und auf die Folgen des falschen Handelns muss eingegangen werden.
- Themen wie **An- und Abreise**, Verhalten in der Natur (Schutzgebiete), Ausrüstung/Bekleidung (Material und Ressourcenverbrauch), Tourenplanung, Naturschutz, Müll am Berg, etc. sollten vermehrt angesprochen werden.
- **Grundverständnis** vom Gesamten muss vermittelt werden, damit man versteht wie ein Ökosystem und deren Elemente zusammenspielt.

„Über das Tun und Handeln zur Erkenntnis kommen!“ (Experte Partnerregion Allgäu)

„Was ich kenne, dass verstehe ich auch!“ (Expertin Partnerregion Tirol)

Diese Kernaussagen wurden in weiterer Folge in den Implikationen eingearbeitet, die für die Weiterentwicklung des Projektes von Relevanz sind.

3.3 Implikationen

Aus beiden Befragungen können somit folgende Schwerpunkte zusammengefasst werden:

- *Der eigene Bezug zur Nachhaltigkeit:* Was die Nachhaltigkeit betrifft, bewerteten die Befragten die Aussage „Nachhaltigkeit bedeutet für mich ... Produkte langfristig zu nutzen“ am stärksten mit einem Mittelwert von 4,43. Allgemein wurden dieselben Antwortmöglichkeiten bei der Frage „Nachhaltigkeit bedeutet für mich...“ als zutreffender bewertet als bei der Frage „Was machst du derzeit, um die Welt nachhaltiger zu gestalten?“.
- *Veränderungen:* Als größte Veränderungen am Berg wurde die Veränderung des Landschaftsbilds und die Anzahl der Menschen beobachtet, während bei der Anreise mit den öffentlichen Verkehrsmitteln weniger Veränderung wahrgenommen wurde.
- *Zufriedenheit mit dem SAAC Camps:* Die wichtigsten Faktoren für die Teilnehmer:innen der SAAC Camps waren der Guide/ Trainer, sowie die Lerneffekte. Die Zufriedenheit wurde gesamt sehr positiv bewertet, insbesondere mit der Preis/ Leistung sowie dem Guide/ Trainer waren die Teilnehmer:innen sehr zufrieden.
- *Neue Methoden und Inhalte:* Bei der Frage zu zukünftigen Methoden und Themen wurde vor allem „Naturgefahren“ und „Technik Sportart“ gewünscht. Hier wurden die nachhaltigen Antwortmöglichkeiten weniger stark bewertet. Es besteht wenig Interesse an neuen Methoden wie Virtual Reality oder zusätzlichen Vorträgen, während mehr Training im Freien als Verbesserungsvorschlag genannt wurde.
- *Unterschiede in Alter und Geschlecht:* Die größten demographischen Unterschiede wurden bei der Aussage „Was machst du derzeit, um die Welt nachhaltiger zu gestalten? – öffentliche Verkehrsmittel zu nutzen“ gefunden. Die Altersgruppe 19-25 erzielte dabei einen Mittelwert von 3,77, während die Altersgruppe 56-65 lediglich einen Mittelwert von 2,65 erreichte. Junge und weibliche Befragte legen mehr Wert auf die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel als ältere oder männliche Befragte.

Welche Implikationen lassen sich nun aus den beiden Erhebungen ableiten:

- Den Befragten war durchaus bewusst, was sie selbst zur Nachhaltigkeit beitragen. Während regionaler Konsum und Schutz der Natur wesentliche Themen sind, besteht durchaus Handlungsbedarf im Bereich der Mobilität. Obwohl der Einfluss des Umstiegs auf nachhaltigere Mobilitätslösungen auf den Klimawandel starke Auswirkungen hat, wurde dies von den Probanden nicht so stark wahrgenommen. Informationen und Fakten zur Rolle der Mobilität, zu Mobilitätslösungen für verschiedene Zielgruppen oder auch Best-Practice Umsetzungen sollten Raum bei den SAAC Camps einnehmen.
- Ebenso gilt es Lösungen zu diskutieren für die wahrgenommenen Veränderungen am Berg. Die stark gestiegene Frequenz von Urlauber:innen und Erholungs- und Freizeitsuchenden am Berg wurde als Herausforderung gesehen. Hier könnten auch Schulungen und Trainings helfen, konkrete Lösungen bspw. zur Besucherlenkung angeboten werden. Zudem gilt es die Zielgruppen zu verstehen und zu eruieren, wie man diese unterschiedlichen Zielgruppen zu Verhaltensveränderungen bewegen könnte.
- Das Verständnis von Umweltsystemen ist evident, denn nur so können kausale Zusammenhänge am Berg verstanden werden. Die Teilnehmer:innen der Camps und die Expert:innen untermauerten die Komplexität von Systemen wie der Umwelt oder des Klimas und wiesen darauf hin, dass viele Zusammenhänge und Auswirkungen dem Einzelnen nicht klar sind. Auch hier müssen die Camps stärker und interdisziplinär ansetzen.
- Kenntnisse zu Naturgefahren, Material, Techniken und Sportaktivitäten sind Schlüsselinhalte auf die man sich weiter fokussieren sollte. Dennoch muss auch der Schwerpunkt der nachhaltigen Tourenplanung geschärft werden. Hier ist derzeit ein hoher Bedarf zu lernen, wie man spezifische Anspruchsgruppen zu einer nachhaltigen Tourenplanung bewegen kann.
- Bei den Methoden entstand kein klares Bild: Deutlich wurde nur, dass sowohl nach VR als auch nach mehr Nutzung von KI noch keine allzu große Nachfrage besteht. Aber das oben dargestellt Bedürfnisse komplexe Zusammenhänge besser verstehen zu können untermauerte die Nachfrage nach Planspielen und Simulationen oder Gamification Angeboten. Das fast alle Zielgruppen der SAAC Camps stark outdoor-orientiert sind und viel in der Natur und im Gelände lernen wollen, verwundert nicht und ist derzeit eine Stärke des Angebotes. Hier sollte man wenig verändern, jedoch vor allem die Regionen und Beispiele im Hinblick auf Nachhaltige Best-Practice Modelle auswählen.

Anhang: Fragebogen

20.02.24, 11:52

UIBK-Umfrage-Allgemein - Nachhaltigkeit am Berg

Nachhaltigkeit bedeutet für mich...

(1 = trifft überhaupt nicht zu, 5 = trifft vollkommen zu)

❶ Bitte wählen Sie 9 Antworten aus.

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	1	2	3	4	5
...öffentliche Verkehrsmittel zu nutzen	☐	☐	☐	☐	☐
...die eigene Mobilität zu verändern	☐	☐	☐	☐	☐
...Regional zu konsumieren	☐	☐	☐	☐	☐
...Energie zu sparen	☐	☐	☐	☐	☐
nachhaltige Energie zu verwenden	☐	☐	☐	☐	☐
...Flugreisen zu vermindern	☐	☐	☐	☐	☐
...die Landschaft zu schützen	☐	☐	☐	☐	☐
...die Verlängerung von Produktlebenszyklen	☐	☐	☐	☐	☐
...Schutz- und Ruhezonen beachten	☐	☐	☐	☐	☐

Was tun Sie derzeit, um die Welt nachhaltiger zu machen?

(1 = trifft überhaupt nicht zu, 5 = trifft vollkommen zu)

🗳 Bitte wählen Sie 9 Antworten aus.

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	1	2	3	4	5
... öffentliche Verkehrsmittel nutzen	☐	☐	☐	☐	☐
... die eigene Mobilität verändern	☐	☐	☐	☐	☐
... regional konsumieren	☐	☐	☐	☐	☐
... Energie sparen	☐	☐	☐	☐	☐
... nachhaltige Energie verwenden	☐	☐	☐	☐	☐
... Flugreisen vermindern	☐	☐	☐	☐	☐
... die Landschaft schützen	☐	☐	☐	☐	☐
... Produktlebenszyklen verlängern	☐	☐	☐	☐	☐
... Schutz- und Ruhezonen beachten	☐	☐	☐	☐	☐

Wie bewerten Sie die folgenden Veränderungen am Berg?

(1 = keine Veränderung, 5 = starke Veränderung)

❗ Bitte wählen Sie 12 Antworten aus.

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	1	2	3	4	5
... Naturgefahren im Sommer	☐	☐	☐	☐	☐
... Naturgefahren im Winter	☐	☐	☐	☐	☐
... Wetter (Sommer)	☐	☐	☐	☐	☐
... Wetter (Winter)	☐	☐	☐	☐	☐
... Landschaftsbild (Gletscher/Wald/Wasser)	☐	☐	☐	☐	☐
... Verfügbarkeit von Ressourcen	☐	☐	☐	☐	☐
... Nutzerverhalten + Nutzerfrequenz	☐	☐	☐	☐	☐
... Notwendigkeit von Schutzzonen	☐	☐	☐	☐	☐
... Vielfalt von Freizeitaktivitäten am Berg	☐	☐	☐	☐	☐
... Beschilderung & Information	☐	☐	☐	☐	☐
... Einkehr- und Übernachtungsmöglichkeiten	☐	☐	☐	☐	☐
... Anreise mit den öffentlichen Verkehrsmitteln	☐	☐	☐	☐	☐

Warum haben Sie sich für ein SAAC-Camp entschieden?

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

Welche der folgenden Dinge sind Ihnen besonders wichtig bei den Camps?

(1 = absolut unwichtig, 5 = absolut wichtig)

❗ Bitte wählen Sie 8 Antworten aus.

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	1	2	3	4	5
... Unterlagen vorab	☐	☐	☐	☐	☐
... Guide/Trainer	☐	☐	☐	☐	☐
... Lerneffekte	☐	☐	☐	☐	☐
... Organisation	☐	☐	☐	☐	☐
... Preis/Leistung	☐	☐	☐	☐	☐
... am Berg bewegen	☐	☐	☐	☐	☐
... vielfältiges Wissen aufbauen	☐	☐	☐	☐	☐
... andere Menschen kennenlernen	☐	☐	☐	☐	☐

Wie zufrieden waren Sie mit den folgenden Dingen beim Camp?

(1 = absolut unzufrieden, 5 = absolut zufrieden)

❗ Bitte wählen Sie 8 Antworten aus.

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	1	2	3	4	5
... Unterlagen vorab	☐	☐	☐	☐	☐
... Guide/Trainer	☐	☐	☐	☐	☐
... Lerneffekte	☐	☐	☐	☐	☐
... Organisation	☐	☐	☐	☐	☐
... Preis/Leistung	☐	☐	☐	☐	☐
... am Berg bewegen	☐	☐	☐	☐	☐
... vielfältiges Wissen aufbauen	☐	☐	☐	☐	☐
... andere Menschen kennenlernen	☐	☐	☐	☐	☐

Was würden Sie gerne an neuen Themen und Methoden bei den SAAC-Camps erleben?

Mehrachauswahl möglich

❶ Bitte wählen Sie die zutreffenden Antworten aus:

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

☐ ... nachhaltige Tourenplanung (An- und Abreise)

☐ ... Handeln in Gruppen

☐ ... Naturgefahren

☐ ... Technik Sportart

☐ ... Nachhaltigkeit am Berg

☐ ... Material und Equipment

☐ Sonstiges:

Welche Methoden würden Sie gerne mehr nutzen wollen?

Mehrachauswahl möglich

❶ Bitte wählen Sie die zutreffenden Antworten aus:

Bitte wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus:

☐ ... mehr AI

☐ ... mehr VR

☐ ... mehr Gameification

☐ ... mehr Vorträge

☐ ... mehr Gruppenarbeiten

☐ ... mehr Planspiele

☐ Sonstiges:

Wie alt sind Sie?

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

Geschlecht

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ☐ weiblich
- ☐ männlich

Wo wohnen Sie (In welcher Gemeinde/Land)?

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

Was ist Ihre höchste abgeschlossene Ausbildung?

❗ Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ☐ Pflichtschulabschluss
- ☐ 3-jährige berufsbildende Schule
- ☐ Matura/Abitur
- ☐ Bachelor
- ☐ Master/Magister
- ☐ PhD/Doktorat
- ☐ kein Schulabschluss

Wie oft sind Sie pro Jahr in den Bergen unterwegs?

❗ Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:

Bitte wählen Sie nur eine der folgenden Antworten aus:

- ☐ nie
- ☐ 1-5 Mal
- ☐ 6-10 Mal
- ☐ 11-20 Mal
- ☐ 21 Mal oder öfter
- ☐ Sonstiges

Warum sind Sie in den Bergen unterwegs?

Bitte geben Sie Ihre Antwort hier ein:

Vielen Dank für Ihre Teilnahme!