

# Wanderlust und Erlebnisvielfalt: Eine Untersuchung der Attraktionen und Aktivitäten im Rosalia-Kogelberg-Naturpark

Bojan Brezovac BEd

bojan.brezovac@stud.ph-burgenland.at

PPH Burgenland

## RELEVANZ

- Besuchermotive können sich erheblich auf die Interaktionen innerhalb des Nationalparks auswirken (Lehar, 2004).
- Besuchermonitoring und Angebotsnachfrage sind entscheidend, weil sie die Grundlage für effektives Management bilden (Henning, 2003).
- Notwendig ist eine gezielte Angebotsplanung, durch die die Besucher\*innen gelenkt werden können (Forst et al., 2019).

## FORSCHUNGSFRAGE

Inwieweit werden die Angebote des Naturparks Rosalia-Kogelberg wahrgenommen bzw. genutzt?

## METHODEN

- Umfragen vor Ort mit statistischer Darstellung der Ergebnisse
- 40 Leute (im Zeitraum von 01.05.24 – 05.05.24) befragt mit Hauptfokus auf Privatpersonen im Erwachsenenalter

## UNTERSUCHUNGSGEBIET

- Bad Sauerbrunn (Alter Kurpark – Aussichtswarte – Erlebnispfad – Gesundheitszentrum – Kirchengasse)
- Route erstreckte sich über 2,5 km

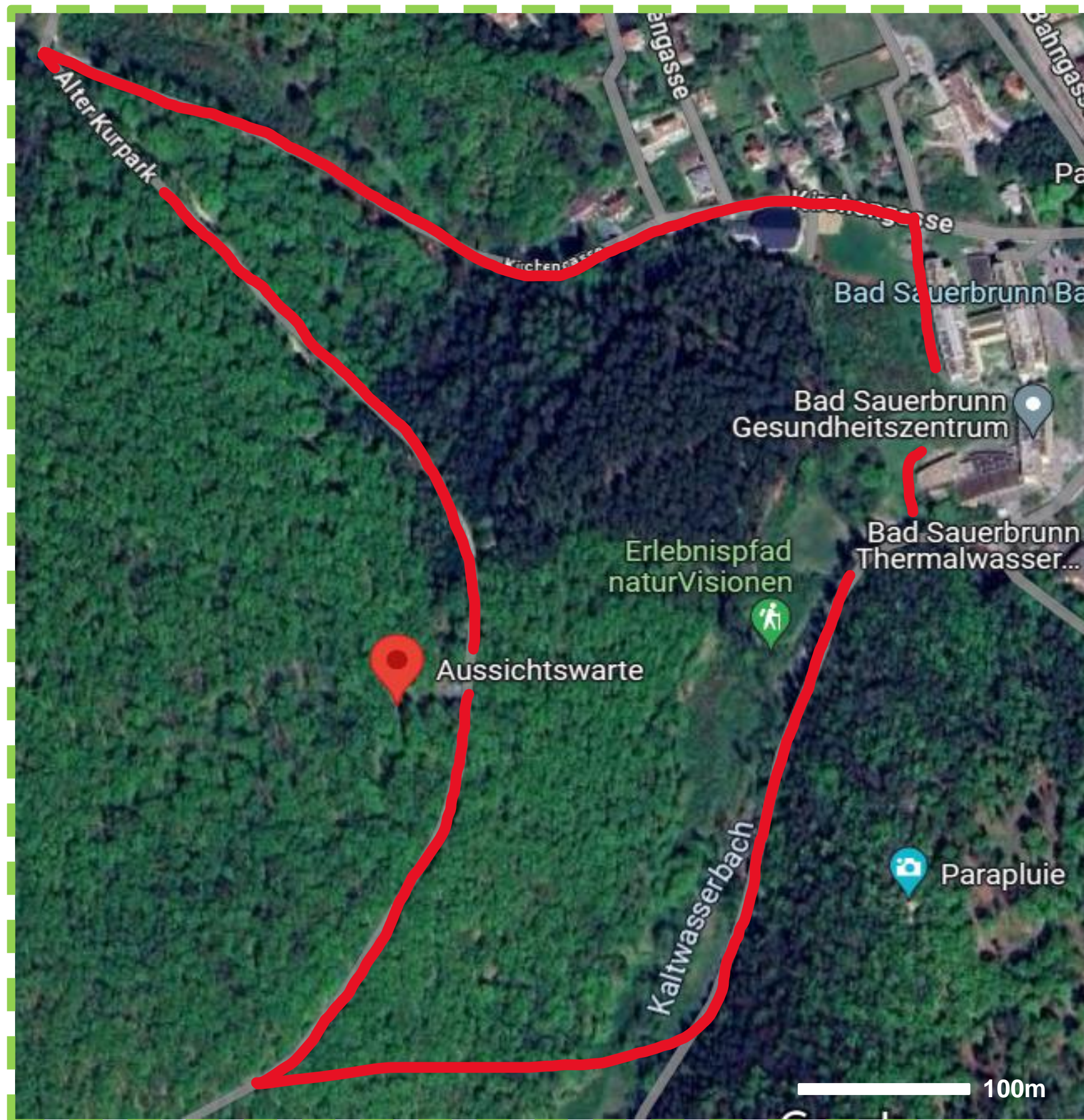


Abbildung 1: Satellitenbild mit der eingezeichneten Route, die für die Befragung verwendet wurde (eigene Darstellung, Datenquelle: Google Maps)

Großes Dankeschön für die Kooperation an die PPH Burgenland, dem Naturpark Rosalia-Kogelberg und der Österreichischen Hochschüler\_innenschaft!



## ERGEBNISSE

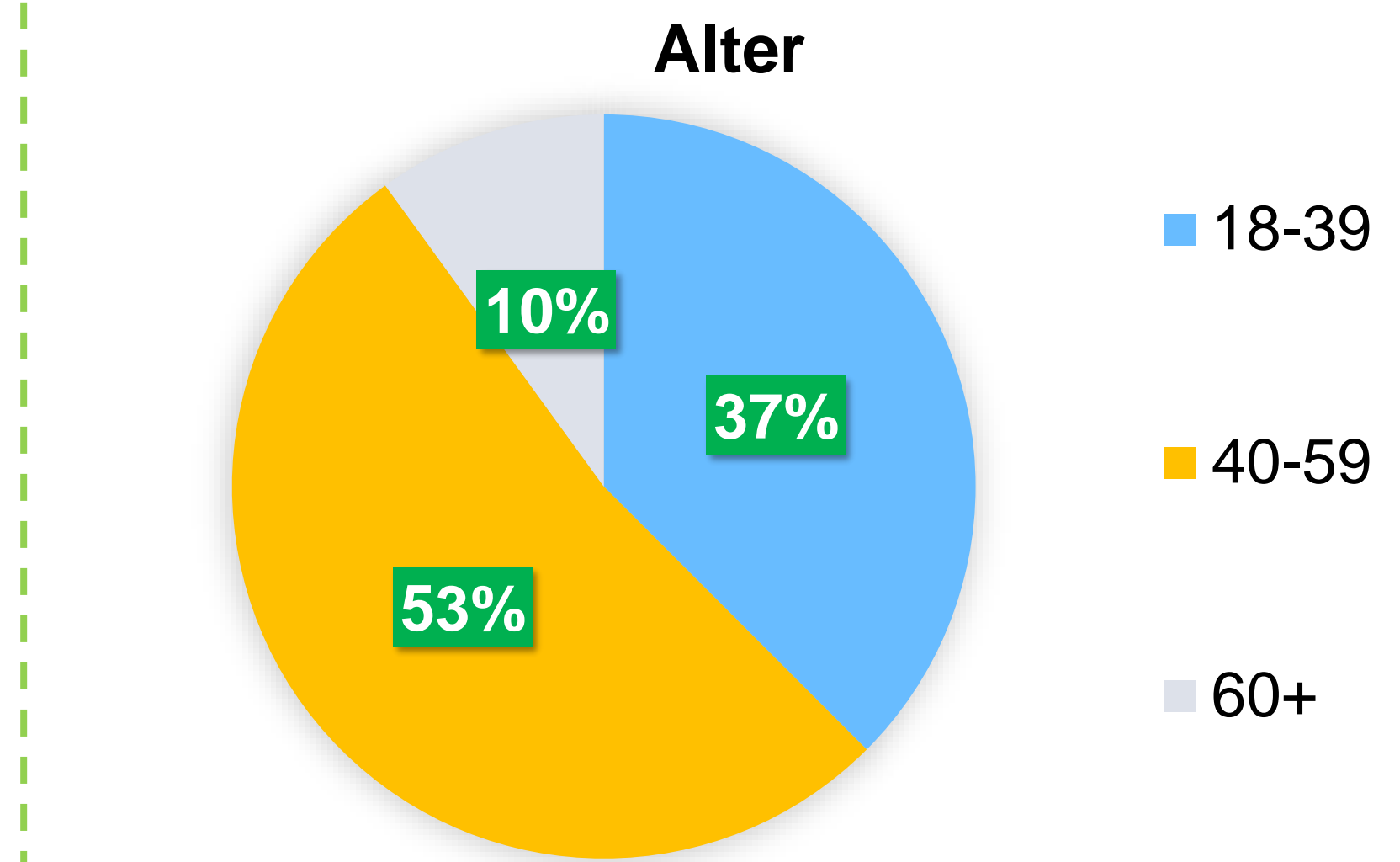


Abbildung 2: Kreisdiagramm zur Altersverteilung der befragten Besucher\*innen (eigene Darstellung)

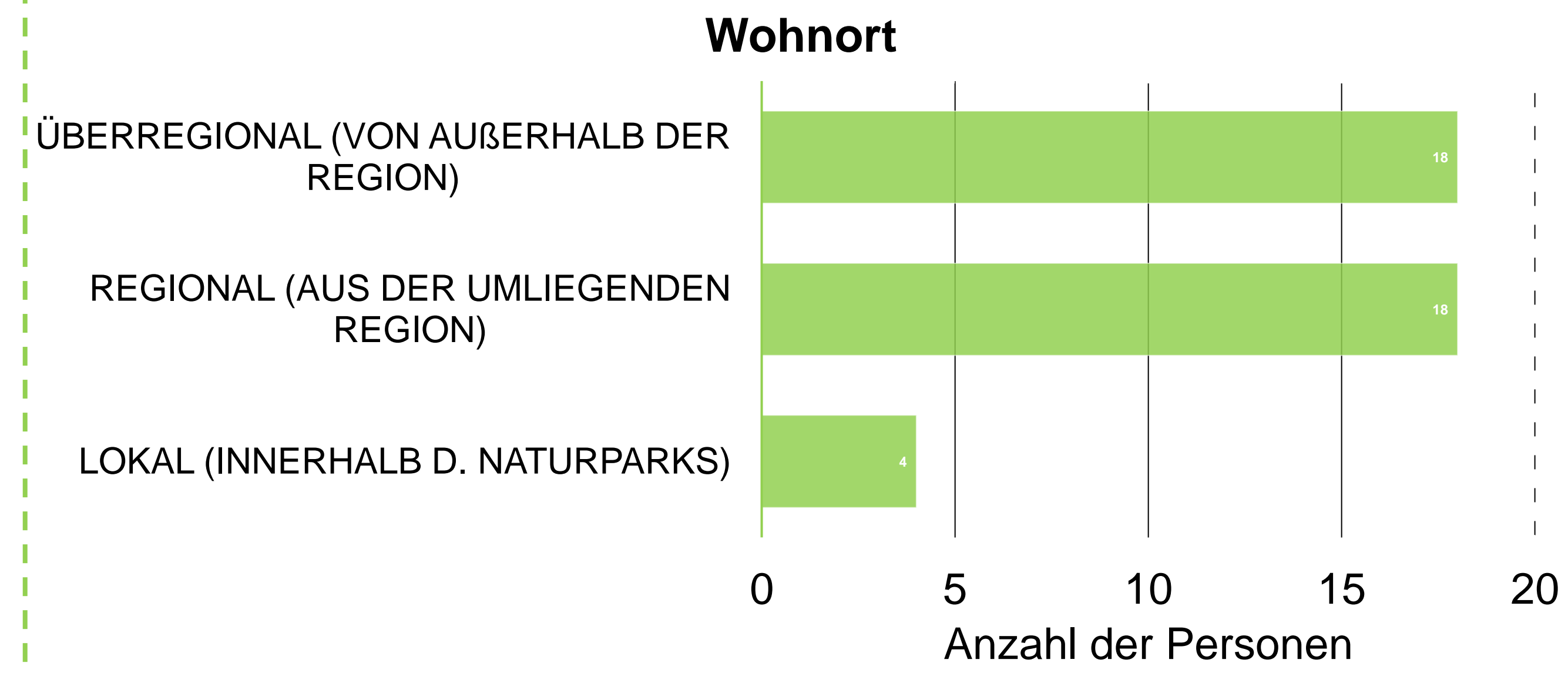


Abbildung 3: Balkendiagramm der Wohnorte der befragten Besucher\*innen (eigene Darstellung)

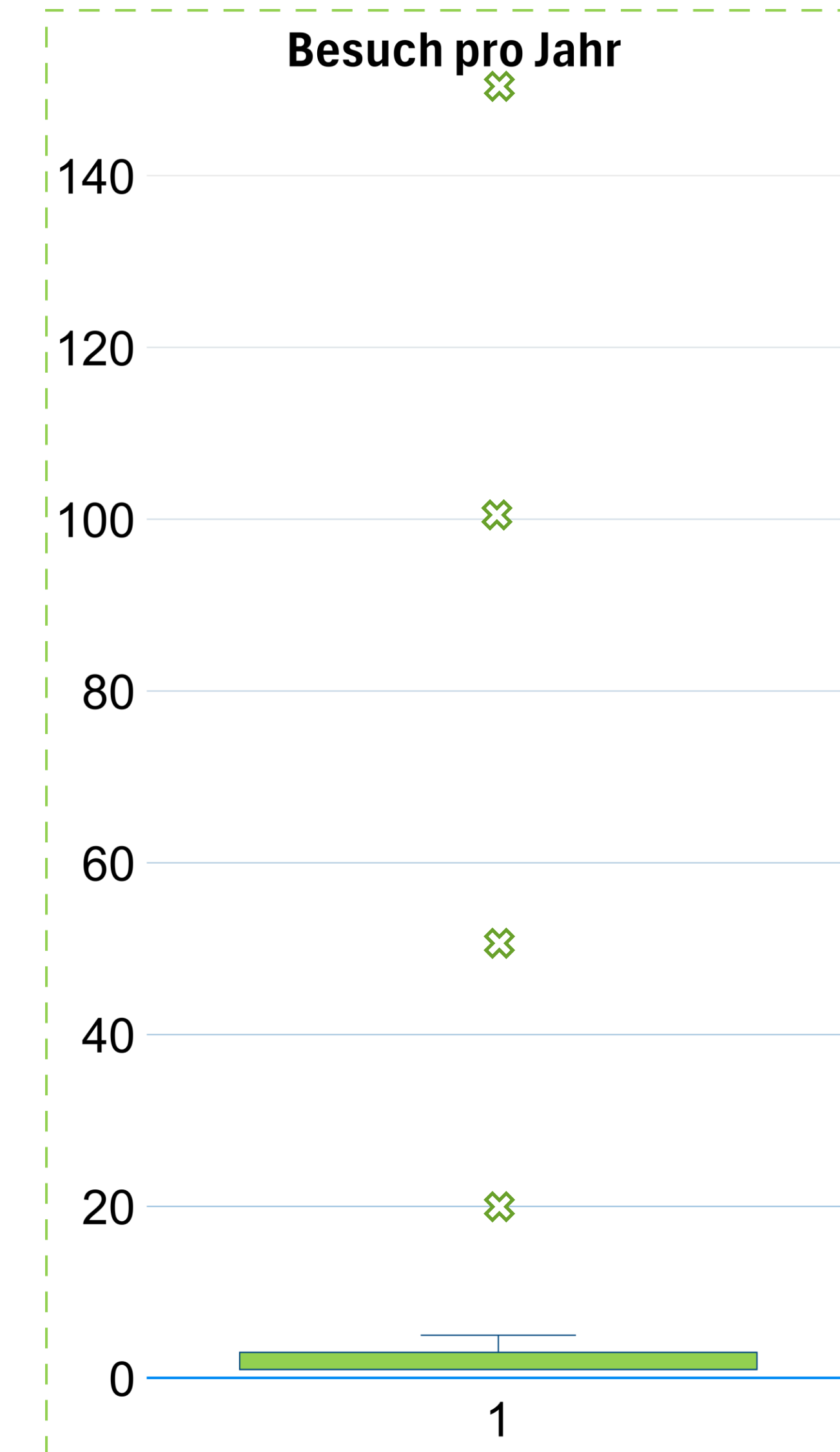


Abbildung 4: Boxplot zur Darstellung der Anzahl der Besuche im Naturpark pro Jahr (eigene Darstellung)

Minimum	1
Maximum	150
Median	1
Modus	1
Mittelwert	9,575

Tabelle 1: statistische Kennzahlen zur Anzahl der Besuche im Naturpark pro Jahr (eigene Darstellung)

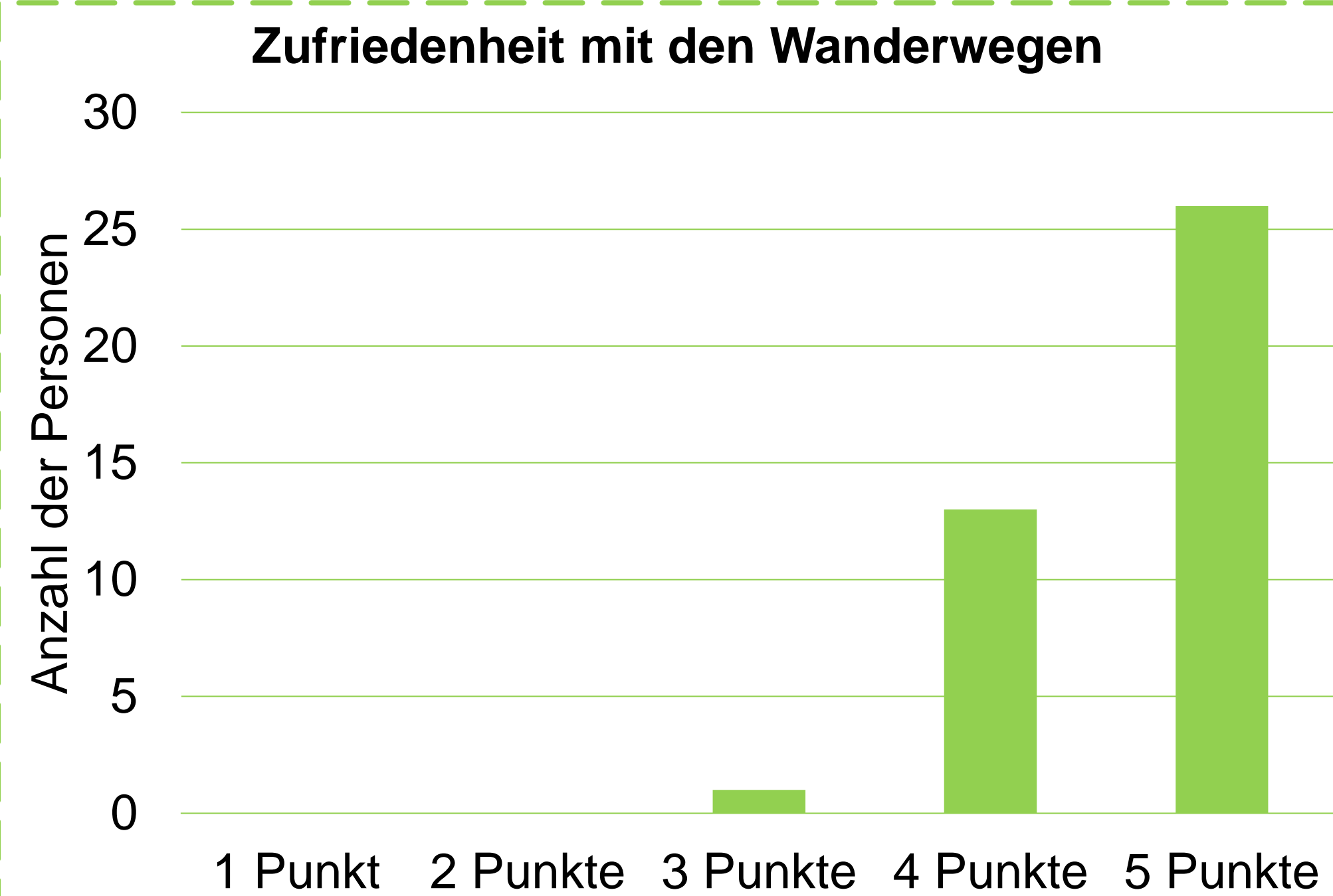


Abbildung 6: Säulendiagramm zur Zufriedenheit der Besucher\*innen mit den Wanderwegen im Naturpark (eigene Darstellung)

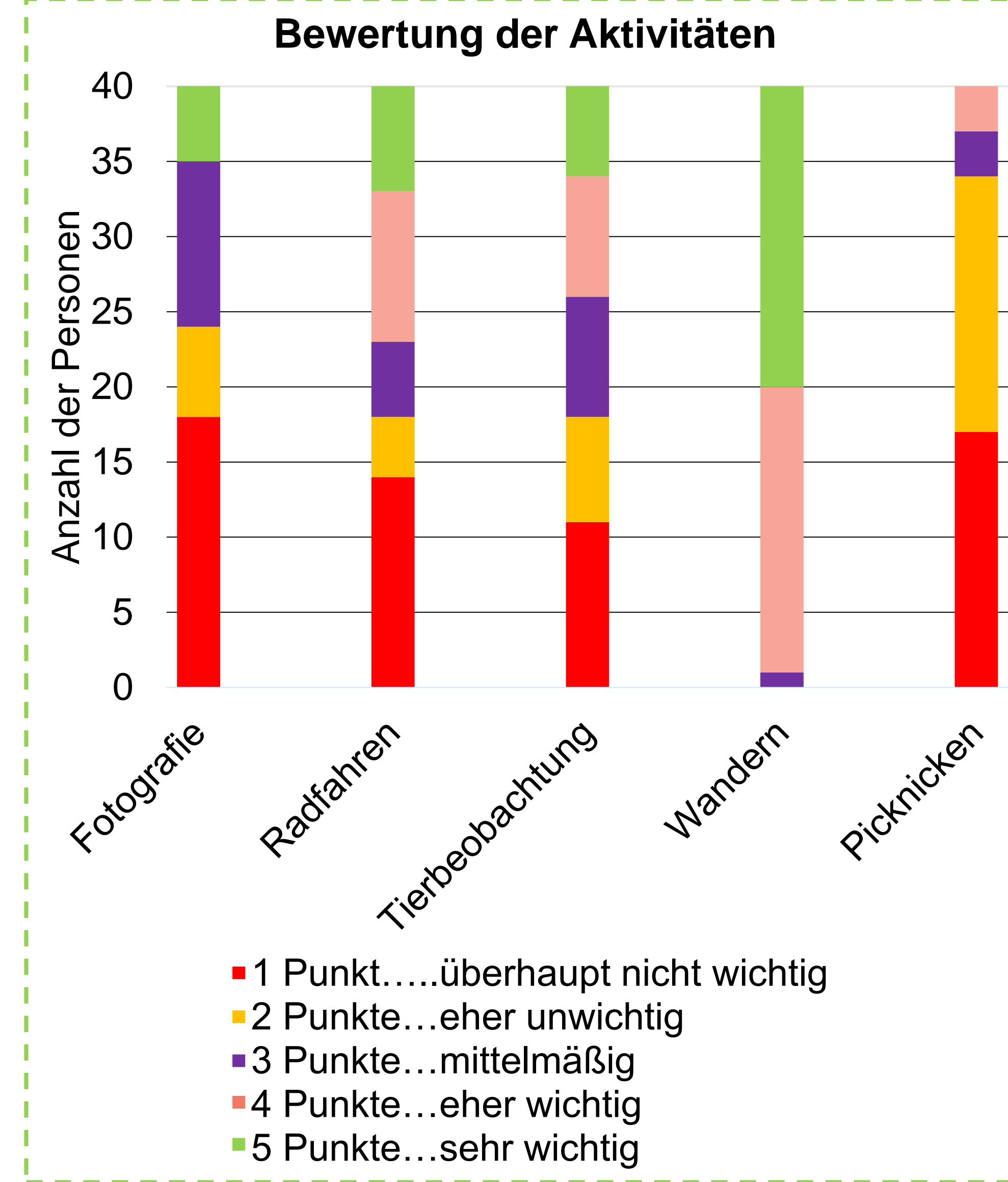


Abbildung 5: Säulendiagramm zur Bewertung der Aktivitäten im Naturpark basierend auf den erhobenen Daten (eigene Darstellung)

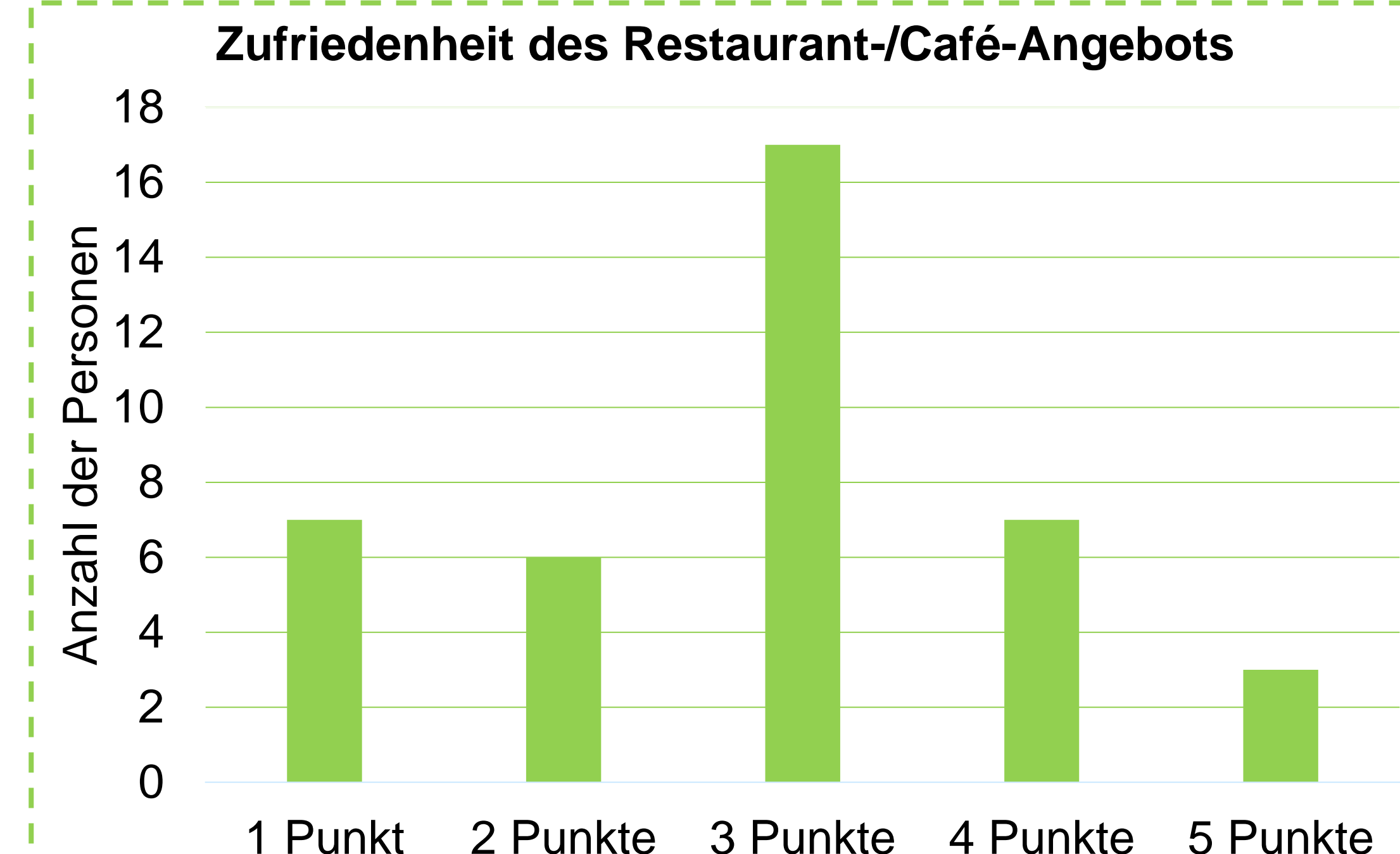


Abbildung 7: Säulendiagramm zur Zufriedenheit der Besucher\*innen mit dem Restaurant-/Café-Angebots im Naturpark (eigene Darstellung)

## TOP - BEWEGGRÜNDE



Abbildung 8: Wordcloud zu den Beweggründen der Besucher\*innen (eigene Darstellung)

- Wandern
- Natur
- Fotografie
- Erholung

## VERBESSERVORSCHLÄGE



Abbildung 9: Wordcloud zu den Verbesserungsvorschlägen der Besucher\*innen (eigene Darstellung)

- keine
- Aussichtspunkte
- Brückenreparatur
- Beleuchtung

Literatur:  
Forst, R., Porzelt, M., & Scherflose, V. (2019). Konflikte durch Erholungsnutzung in Großschutzgebieten und deren Entschärfung durch innovatives Besuchermanagement. Internationale Naturschutzakademie Insel Vilm, 5.  
Henning, S. (2003). Besucher und Umweltkommunikation im Nationalpark Berchtesgaden-Aspekte einer Anwendung.  
Lehar, G., Hausberger, K., & Fuchs, L. (2004). Besucherzählung, Wertschöpfungs- und Motivverhebung im Nationalpark Hohe Tauern und im Naturpark Rieserferner-Ahrn. Institut für Verkehr und Tourismus-Innsbruck, Studie iA des Nationalpark Hohe Tauern.