

Die Natur der Alpen aus Sicht der Profi- und Intensiv-Snowboarder

Reine Kulissenfunktion oder intensive Beziehung?



Diplomarbeit

der Philosophisch-naturwissenschaftlichen Fakultät
der Universität Bern

vorgelegt von
Daniel Loppacher
2008

Leiter der Arbeit:
Prof. Dr. Urs Wiesmann
Geographisches Institut der Universität Bern
Centre for Development and Environment (CDE)

Foto: Lorenz Richard / Rider: Steve Gruber

Betreuung: Dr. Nicole Bauer (Forschungsanstalt für Wald, Schnee und Landschaft (WSL))
Prof. Dr. Urs Wiesmann (Centre for Development and Environment (CDE))

Copyright: © 2008 by CDE Uni Bern

Layout durch Daniel Loppacher

Druck durch Daniel Loppacher am CDE Bern, Mai 2008



Vorwort

Durch meine Hilfsassistentz am Zentrum für Entwicklung und Umwelt (CDE) der Universität Bern erhielt ich Einblick in die verschiedenen Tätigkeitsbereiche des Instituts. Während dieser Zeit wurde mir klar, dass ich meine Diplomarbeit im Bereich Mensch-Umwelt-Beziehungen schreiben will. Das ich dies sogar mit meiner Passion, dem Snowboarder verbinden konnte war umso erfreulicher und trug wesentlich zum Gelingen dieser Arbeit bei.

Meine Arbeit ist im Wesentlichen sozialgeographischer Natur mit Gewicht auf der quantitativen Empirie. Eine auf statistischen Analysen basierende Arbeit entsprach eigentlich nicht meinem Hauptinteresse, bekundete ich während der Studienzeit doch mehr oder weniger grosse Mühe mit stark mathematischer Materie. Dieses vorhandene Defizit war aber gleichzeitig auch Grund genug, eine Arbeit zu wählen, die zwangsläufig eine Beschäftigung mit statistischen Grundlagen mit sich brachte. Unterdessen ist mein Verständnis statistischer Analyseverfahren stark gewachsen.

Die guten Beziehungen des CDEs zur Forschungsanstalt für Wald, Schnee und Landschaft (WSL) in Birmensdorf ermöglichten mir eine für die Arbeit überaus wertvolle Betreuung durch Dr. Nicole Bauer, Forscherin in der Gruppe für Sozialwissenschaftliche Landschaftsforschung an der WSL. Ihre Kompetenz und Hilfsbereitschaft hat massgeblich dazu geführt, dass die Arbeit in dieser Form zustande gekommen ist. Herzlich danken möchte ich auch Dr. Marcel Hunziker, dem Leiter der Forschungsgruppe für sozialwissenschaftliche Landschaftsforschung (Forschungseinheit der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften) an der WSL für die Ausarbeitung der genaueren Thematik ganz zu Beginn der Arbeit.

Dem Zentrum für Entwicklung und Umwelt (CDE) in Bern und speziell der Unterstützung von Prof. Dr. Urs Wiesmann, Co-Direktor des CDE und stellvertretender Direktor des NCCR North South, bin ich zu besonderem Dank verpflichtet. Er entgegnete mir viel Verständnis gegenüber meiner anfänglichen Unschlüssigkeit bezüglich der Wahl des Diplomarbeitsthemas. Von ihm kam schlussendlich auch die grundlegende Idee, die zu dieser Arbeit führte. Ebenfalls danken möchte ich Prof. Dr. Hans Hurni, Co-Direktor des CDE und Direktor des NCCR North South, Dr. Karl Herweg und Brigitte Portner für die sehr aufschlussreichen Gespräche in der Zeit vor meiner Entscheidung für diese Arbeit. Weiteren Dank gebührt Astrid Wallner und Rosmarie Sommer für ihre unterstützende Mitarbeit.

Bedanken möchte ich mich auch bei allen Verbänden, Vertrieben und Magazinen, die mir halfen genügend Email-Adressen für die Befragung zusammenzutragen und teilweise gratis Geschenke für die an der Umfrage teilnehmenden Snowboarder zur Verfügung stellten.

Bei Tina Vulpi und Susanne Hess bedanke ich mich für die Durchsicht meiner Arbeit nach Schreibfehlern und bei Kaspar Hurni für den überwiegend technischen Support und die stets aufmunternden und motivierenden Gespräche während dem Schreiben.

Ein ganz besonderes Dankeschön richtet sich an meine Eltern, meine Freunde und an Anna Barbla für ihre uneingeschränkte Unterstützung während der ganzen Studienzeit, speziell aber während der intensiven Zeit meines Diplomjahres.

Bern, 5. Mai 2008, Daniel Loppacher

Inhalt

Vorwort	III
Abbildungsverzeichnis	VII
Tabellenverzeichnis	IX
Zusammenfassung	XI
1 Einleitung	15
1.1 Problemstellung und Zielsetzung.....	15
1.2 Fragestellung.....	16
1.3 Aufbau der Arbeit.....	18
2 Theorie	21
2.1 Motivation zur Ausübung von Natursportarten.....	21
2.1.1 Motive.....	22
2.1.2 Das Erweiterte Kognitive Motivationsmodell.....	25
2.1.3 Das Flow-Erleben.....	27
2.1.4 Naturbedeutung und Landschaftswahrnehmung im Snowboarden.....	29
2.2 Snowboarder vs. Winternatur: Konfliktdarstellung.....	33
2.2.1 Betroffene Tiere und deren Habitate.....	33
2.2.2 Einflüsse auf die Winternatur.....	35
2.2.3 Konkrete Mensch-Natur Konflikte verursacht durch das Snowboarden abseits von Pisten.....	37
2.3 Vom Umweltbewusstsein zur Konfliktlösung: Theoretische Hintergründe und Strategien.....	39
2.3.1 Kluft zwischen Umweltbewusstsein und Umwelthandeln.....	39
2.3.2 Akteure und mögliche Strategien zur Konfliktlösung.....	41
2.4 Verhaltensbeeinflussung durch Vorbilder.....	44
2.4.1 Lernen am Modell.....	44
2.4.2 Elaboration Likelihood Model.....	48
2.5 Hypothesenbildung.....	54
3 Methoden	55
3.1 Wahl der Methode.....	55
3.2 Operationalisierung der Hypothesen und Forschungsfragen.....	57
3.2.1 Motivation der Profi- und Intensiv-Snowboarder.....	57
3.2.2 Snowboardspezifische Lenkungsmassnahmen.....	58
3.3 Vorgehen Datenerhebung.....	58

3.4	Fragebogenaufbau	59
4	Ergebnisse und Überprüfung der Hypothesen	63
4.1	Beschreibung der Stichprobe.....	63
4.1.1	Angaben zur Person	63
4.2	Deskriptive Auswertung ausgewählter Fragen.....	69
4.2.1	Motivation	69
4.2.2	Wichtigkeit der Aspekte von Natur und Landschaft.....	73
4.2.3	Wissen der Profi- und Intensiv-Snowboarder über die Winternatur.....	75
4.2.4	Einstellung gegenüber Lenkungsmaßnahmen und Verhalten gegenüber Gebietsabsperungen.....	77
4.2.5	Vorbildrolle als Massnahme zur Beeinflussung von Verhaltensweisen.....	79
4.3	Überprüfung der Hypothesen	84
4.3.1	Stellenwert der Natur und Landschaft als Motivationsfaktor	84
4.3.2	Zusammenhang zwischen Wissen und Verhalten.....	86
5	Diskussion und Schlussfolgerungen	89
5.1	Methodenkritik	89
5.2	Rückblick auf die wichtigsten Ergebnisse	90
5.2.1	Deskriptiver Teil	90
5.2.2	Hypothesen	92
5.3	Diskussion der Ergebnisse.....	92
5.4	Schlussfolgerungen	99
	Literaturverzeichnis.....	101
	Anhang	105

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Das „Erweiterte Kognitive Motivationsmodell“ nach Heckhausen und Rheinberg (1980) mit der Ergänzung der zwei Anreiztypen nach Rheinberg (2002)	26
Abbildung 2: Klassierung der Belastungen und Konfliktebenen nach Lorch (1995: 19)	36
Abbildung 3: Prozesse und Phasen des Modell-Lernens nach Bandura (1974)	47
Abbildung 4: Das Elaboration Likelihood Model (ELM) von Petty & Cacioppo (1981) visualisiert	52
Abbildung 5: Altersstruktur der Stichprobe	64
Abbildung 6: Altersstruktur der Stichprobe in Kategorien	64
Abbildung 7: Bevorzugte Skiregionen zur Ausübung des Snowboardsports	66
Abbildung 8: Wohnkantone der Befragten	66
Abbildung 9: Quantifizierung der Terrinauswahl	67
Abbildung 10: Vergleich der Mittelwerte der beiden Motivationskomponenten „Naturerlebnis“ und „Leistung und soziales Wohlbefinden“ zum Fahren abseits von Pisten	70
Abbildung 11: Vergleich der Mittelwerte der Komponente „Naturerlebnis (NE)“	70
Abbildung 12: Vergleich der Mittelwerte der Komponente „Leistung und soziales Wohlbefinden (LS)“	71
Abbildung 13: Wichtigkeit der Motive für das Fahren abseits von Pisten (Mittelwerte)	72
Abbildung 14: Angabe über Gefühle während und nach dem Fahren abseits von Pisten (prozentual)	73
Abbildung 15: Die Wichtigkeit von Aspekten der Natur (Mittelwerte)	74
Abbildung 16: Die Wichtigkeit von Aspekten der Landschaft (Mittelwerte)	74
Abbildung 17: Angaben der Profi- und Intensiv-Snowboarder zur Zuständigkeit eines umweltverträglichen Snowboardens	77
Abbildung 18: Zustimmung der Profi- und Intensiv-Snowboarder zu snowboardspezifischen Lenkungsmassnahmen in (prozentual)	78
Abbildung 19: Verhalten der Profi- und Intensiv-Snowboarder gegenüber Absperrungen (Mittelwerte)	79
Abbildung 20: Subjektive Zustimmung der Profi- und Intensiv-Snowboarder zu Möglichkeiten einer Verhaltensänderung (prozentual)	80
Abbildung 21: Expertenmeinung der Profi- und Intensiv-Snowboarder über mögliche Massnahmen hinsichtlich einer Verhaltensänderung gegenüber der Natur (prozentual)	81
Abbildung 22: Expertenmeinung der Profi- und Intensiv-Snowboarder über mögliche Massnahmen hinsichtlich einer Verhaltensänderung gegenüber der Natur (Altersgruppe der 15-20-jährigen Snowboarder) (Mittelwerte)	82

Abbildung 23: Expertenmeinung der Profi- und Intensiv-Snowboarder über mögliche Massnahmen hinsichtlich einer Verhaltensänderung gegenüber der Natur (Altersgruppe der 21-25-jährigen Snowboarder) (Mittelwerte)..... 82

Abbildung 24: Expertenmeinung der Profi- und Intensiv-Snowboarder über mögliche Massnahmen hinsichtlich einer Verhaltensänderung gegenüber der Natur (Altersgruppe der 26-30-jährigen Snowboarder) (Mittelwerte)..... 83

Abbildung 25: Expertenmeinung der Profi- und Intensiv-Snowboarder über mögliche Massnahmen hinsichtlich einer Verhaltensänderung gegenüber der Natur (Altersgruppe der über 30-jährigen Snowboarder) (Mittelwerte)..... 83

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Übersicht der im Tourenski und -snowboarden angewendeten Konfliktlösungs- instrumente nach Lorch (1995: 124) mit eigenen Ergänzungen.....	43
Tabelle 2: Faktoren mit positivem oder negativem Einfluss auf die Informationsverarbeitung	51
Tabelle 3: Verwendungszweck der Daten nach Fragen	61
Tabelle 4: Angaben zu Mitgliedschaften in Vereinen und Clubs.....	67
Tabelle 5: Angaben zu Materialbesitz.....	68
Tabelle 6: Angaben weiterer Natursportarten, die von den Profi- und Intensiv-Snowboardern betrieben werden.....	68
Tabelle 7: Antworten der Profi- und Intensiv-Snowboarder zu den Aktivitätszeiten wilder Vogelarten.....	75
Tabelle 8: Antworten der Profi- und Intensiv-Snowboarder zu Auswirkungen von nahenden Snowboardern auf die Tierwelt.....	75
Tabelle 9: Antworten der Profi- und Intensiv-Snowboarder zum Ruheplatz des Schneehuhns.....	75
Tabelle 10: Antworten der Profi- und Intensiv-Snowboarder zur Art des Schadens durch das Freeriden.....	76
Tabelle 11: Antworten der Profi- und Intensiv-Snowboarder zu der im Frühjahr am häufigsten von Wildtieren genutzten Fläche	76
Tabelle 12: Einschätzung des Störpotentials des Freeridens auf Flora und Fauna der Profi- und Intensiv-Snowboarder.....	76
Tabelle 13: Varimax-rotierte Hauptkomponentenanalyse der Motivationsaspekte der Profi- und Intensiv-Snowboarder beim Fahren abseits von Pisten.....	85

Zusammenfassung

In den letzten Jahren gewann das sog. Freeriden oder Backcountry-Snowboarden¹, das Fahren abseits von Pisten, immer mehr an Bedeutung und muss heutzutage als Trend bezeichnet werden. Ist es noch vor einigen Jahren ausschliesslich von erfahrenen, langjährigen Snowboard-Pionieren ausgeübt worden, so wagt sich heute fast jeder neben die Pisten, in den Wald oder in offenes Gelände. Diese Veränderung im Verhalten bleibt natürlich nicht ohne Auswirkungen auf die Tier- und Pflanzenwelt. Damit eine natur- und landschaftsverträgliche Ausübung des Freeridens gewährleistet werden kann, braucht es Regeln, die sowohl von den Naturschützern als auch von den Snowboardern akzeptiert werden. Die Bereitschaft, Regeln zu akzeptieren steht dabei in engem Zusammenhang mit der Einstellung der Aktiven zu Natur und Landschaft. So sind z.B. Stremlow (1998) und Bätzing (2000a) der Ansicht, Natur und Landschaft bedeute für die Snowboarder einzig gewünschte „Reliefenergie“² und werde demnach auf eine reine „Kulissenfunktion“ reduziert. Dieser Annahme stehen verschiedene Aussagen und Studien (so z.B. in Zeidenitz 2005 oder Saladin 2002) von Behörden, Sportverbänden und Forschungsinstituten entgegen, wonach die Trendsportler generell eine bewusste und intensive Beziehung zur Natur und Landschaft besitzen. Für die vorliegende sozialwissenschaftlich empirische Studie wurden folgende Hauptziele gesetzt:

- Analyse der Rolle von Natur und Landschaft als Motiv für die Ausübung des Fahrens abseits von Pisten
- Einstellung gegenüber Lenkungsmaßnahmen und Bereitschaft der Snowboarder zur natur- und landschaftsverträglichen Ausübung ihres Sportes
- Abklärung des Wissensstandes der Snowboarder und dessen Einfluss auf das Verhalten
- Abklärung und Umsetzungsmöglichkeiten einer möglichen Vorbildrolle

Die Abklärung der verschiedenen Motive der Snowboarder wurde mit Hilfe der Gliederung von Motivationen, wie sie Wessely und Schneeberger (1999: 18-23) vorschlagen, analysiert. Dazu erfolgt eine Einteilung der einzelnen Motivationen in eine Natur-, eine Leistungs- und eine Sozialkomponente.

Mögliche Lenkungsmaßnahmen wurden zur Vereinfachung und Analyse in drei Kategorien eingeteilt: Appellstrategie, Normstrategie und infrastrukturelle Massnahmen (Lorch 1995: 100). Unter Appellstrategien fallen primär das Verteilen von Informationsbroschüren und das Aufstellen von Informationstafeln im Gelände. Als Normstrategien gelten unter anderem saisonale Sperrungen,

¹ Weibliche und männliche Sprachformen: Ich verwende in der vorliegenden Arbeit aus Gründen der Lesbarkeit die männliche Form und betrachte die weibliche Form als inbegriffen. So oft als möglich werde ich jedoch neutrale Formen wählen.

² Wird von den Snowboardern oder allgemein von Sportlern verwendet, um sich durch die vorhandene Neigung eines Hanges talwärts zu bewegen.

Totalsperrungen von Gebieten oder das Einführen von Gebühren. Unter infrastrukturellen Massnahmen werden Ausschilderungen von genau definierten Routen und verschiedene Baumassnahmen verstanden. Die Befragten mussten die vorgeschlagenen Lenkungsmassnahmen in die Kategorien „sinnvoll“ bis „nicht sinnvoll“ einteilen. Zusätzlich wurden sie danach befragt, wer für ein naturverantwortliches Snowboarden abseits von Pisten zuständig ist.

Der Wissensstand ist mit verschiedenen spezifischen Fragen zur Winternatur und einer Selbsteinschätzung abgeklärt worden. Um mehr über das konkrete Verhalten der Profi- und Intensiv-Snowboarder zu erfahren, wurde eine Frage hinsichtlich verschiedener Verhaltensweisen gegenüber Absperrungen gestellt.

Der Analyse möglicher Vorbildrollen liegt das Elaboration Likelihood Modell von Petty & Cacioppo (1986) zugrunde. Das Modell geht von zwei verschiedenen Arten der Verarbeitung einer persuasiven Botschaft aus: einerseits von einer eingehenden Auseinandersetzung mit den Argumenten der Botschaft (zentraler Weg), andererseits von einer oberflächlichen Beschäftigung mit den Inhalten (peripherer Weg). Als erstes ist nach der allgemeinen Bereitschaft zur Übernahme einer Vorbildrolle gefragt worden. Darauf folgte die Erhebung verschiedener Möglichkeiten der Verhaltensbeeinflussung der Profi- und Intensiv-Snowboarder selbst. Ebenfalls sollten sie diese Möglichkeiten aus ihrer Expertenansicht heraus als sinnvoll oder nicht sinnvoll einstufen. Die Studie soll anhand der zugrunde liegenden Theorie und der gewonnenen Daten aufzeigen, was für Massnahmen mit welchen Mitteln am ehesten eine Beeinflussung des Verhaltens durch Vorbildrollen zur Folge haben könnten.

Der Schwerpunkt der Arbeit liegt auf der quantitativen Empirie. Als Erhebungsmethode diente eine Befragung mittels eines digitalen, hoch-standardisiertem Fragebogens (www.polliscope.de). Von den ursprünglich 1000 angeschriebenen Adressen retournierten 195 Personen den ausgefüllten Fragebogen. Dies entspricht einer Rücklaufquote von 19.5 Prozent. Befragt wurden deutschsprachige Profi- und Intensiv-Snowboarder aus der ganzen Schweiz.

Durch die statistisch gestützte Auswertung der Befragung lässt sich eine erste Charakterisierung der Snowboarder erstellen:

Natur- und Landschaft als Motivation spielen gegenüber der Leistung und sozial orientierten Komponenten eine übergeordnete Rolle.

Gegenüber Lenkungsmassnahmen ist die Mehrheit der Befragten positiv eingestellt, primär gegenüber Appellstrategien. Es scheint, als ob ein relativ grosses Interesse an mehr Information zum Thema, vor allem zu den Auswirkungen des Freeridens, vorhanden ist. Die persönliche Bewegungsfreiheit einschränkende Massnahmen wie etwa Abonnemententzüge, Sperrungen und Bussen stossen erwartungsgemäss auf weniger Akzeptanz. Ihre Anwendung kann sogar zu reaktantem

Verhalten führen. Interessanterweise sind die meisten der Befragten der Meinung, die Snowboarder seien weitgehend persönlich für ein naturverantwortlicheres Fahren abseits der Pisten zuständig.

Das tatsächliche Wissen stimmt gut mit den persönlichen Einschätzungen des eigenen Wissens überein. Ein höherer Wissensstand führt aber nicht automatisch zu naturbewussterem Verhalten. Offensichtlich überwiegen hier trotz der Wichtigkeit der Natur die sportlichen Aspekte.

Die Übernahme einer Vorbildrolle wird mit grosser Mehrheit bejaht und die meisten sind bereit, ihren Namen für Zwecke, welche der Natur dienen, einzusetzen. Gemäss der Studie liessen sich die meisten Befragten am ehesten durch das Ausschildern von erlaubten Varianten und mehr Wissen über negative Auswirkungen auf die Natur beeinflussen. Aktionen mit dem Einbezug von Profis als Vorbilder werden als mehr oder weniger sinnvoll eingestuft, jedoch immer noch von der Mehrzahl der befragten Profi- und Intensiv-Snowboarder befürwortet. Nach Meinung der Befragten (Expertenmeinung) hätten Werbekampagnen mit bekannten Profis, das Entstehen vieler Snowboard-Grössen für ein naturverantwortliches Verhalten und Kampagnen in Snowboard-Magazinen und Snowboard-Videos am meisten Wirkung auf das allgemeine Verhalten.

Die Arbeit bringt insofern Nutzen, als dass anhand der gewonnen Resultate einerseits wichtige Aussagen über die Einstellung der Snowboarder zu Natur und Landschaft gemacht werden können. Der Bezug der Snowboarder zur Natur kann demnach nicht bloss als rein utilitaristisch betrachtet werden. Das Erlebnis in einer intakten, möglichst unberührten Natur ist für die meisten Snowboarder von grosser Relevanz.

Andererseits konnten wichtige Informationen zur Akzeptanz verschiedener Lenkungsmassnahmen gewonnen werden. Bei der Umsetzung verschiedener Strategien zur Konfliktlösung muss darauf geachtet werden, dass die Massnahmen einleuchten und für alle nachvollziehbar sind. Ebenfalls muss darauf geachtet werden, dass sich die Massnahmen nicht bloss an die Snowboardgemeinschaft, sondern an alle an der Beeinträchtigung der Winternatur beteiligten Nutzer richten. Das Wichtigste scheint aber die persönliche Verantwortung gegenüber der Natur und Landschaft zu sein, worauf der Hauptfokus zukünftiger Strategien liegen sollte.

1 Einleitung

1.1 Problemstellung und Zielsetzung

Naturbezogene Trendsportarten bergen oft Konfliktpotential in sich. So auch das sog. Freeriden, das Snowboarden abseits der Pisten, in Wäldern oder in offenem, höher gelegenen Gelände. Daher lautet eines der Sachziele (3C) im Landschaftskonzept der Schweiz (LKS) (BUWAL et al. 1998): „Die Bevölkerung wird mittels handlungsorientierter Informationen und Anreize zu einem möglichst natur- und landschaftsschonendem Freizeitverhalten angeregt.“

Die Gruppe der Freerider³ hat unter den Snowboardern in den letzten Jahren enorm an Zuwachs gewonnen. Das Fahren abseits von Pisten erfreut sich grösster Beliebtheit. Wenige Stunden nach Neuschnee sind jegliche leicht zugängliche Varianten in den Skigebieten verspurt und auch schwieriger zugängliches, oft hochalpines Gelände wird mittlerweile intensiv befahren. Aufgestiegen wird dabei mittels Liftanlagen (Variantenfahren), aus eigener Kraft zu Fuss (Tourengänger, Schneeschuhlaufen) oder per Helikopter (Heliboarding). Diese Studie widmet sich vorwiegend den Variantenfahrern, welche das Snowboarden professionell oder zumindest intensiv betreiben. Da Angehörige dieser Gruppe automatisch eine gewisse Vorbildrolle einnehmen und die Einstellungen zu Natur und Landschaft der Tagestouristen teilweise schon in der Arbeit von Zeidenitz (2005) erhoben werden, sind sie für diese Studie besonders geeignet. In der Folge wird die Zielgruppe „Profi- und Intensiv-Snowboarder“⁴ genannt. Der eher marginale Anteil an Heliboardern wird aussen vor gelassen.

Bis jetzt ist über die verschiedenen Beweggründe der Snowboarder, abseits der Pisten durch Wälder und teilweise durch Wildschutzzonen zu fahren allgemein wenig bekannt. Es gibt keinen Verein oder Organisation, der das Snowboarden abseits der Pisten regelt oder überwacht. Will man aber effiziente, qualitativ hoch stehende und von Akteuren wie von Behörden akzeptierte Sensibilisierungs- und Schutzmassnahmen gegenüber der Natur ergreifen, so muss mehr Wissen über die Motive der Freerider, über ihre Einstellung zu Natur und Landschaft sowie über ihre potentielle

³ In dieser Arbeit wird der Begriff „Freerider“ ausschliesslich für das Variantenfahren von Snowboardern abseits von Pisten verwendet, obwohl der Begriff grundlegend ein Überbegriff ist, welcher jegliche Formen des Snowboardens (oder des Skifahrens) abseits von Pisten in sich schliesst. Also auch Tourensnowboarden und Heliboarding.

⁴ Darunter fallen sowohl Freeride, als auch Freestyle (das Ausüben von Sprüngen) orientierte Snowboarder. Eine scharfe Trennung der beiden Gruppen ist nicht sinnvoll, da Freestyle orientierte Snowboarder bei Neuschnee ebenfalls dem Freeriden nachgehen oder ihre Sprünge abseits von Pisten bauen.

Bereitschaft zu Handlungsänderungen vorhanden sein. Das Verhältnis des Freizeitaktiven zu Natur und Landschaft stellt die Grundlage für die Wahl der „richtigen“ Strategie dar.

Bis anhin wurde von Seiten der Verantwortlichen ein Vermitteln von „korrekten“ Verhaltensweisen hauptsächlich durch das Verteilen von Information verfolgt. Immer öfters wird dies durch das Ausschildern von erlaubten Varianten, das Markieren von Wildschutzzonen und Bussen oder Tageskartenentzüge ergänzt. Der Erfolg dieser Strategien ist bis heute nicht nachgewiesen.

Aufgrund der Problemstellung verfolge ich folgende Ziele:

- Das Erheben der Gründe und Motivationen von Freeridern, abseits der Pisten zu fahren, mit einem speziellen Fokus auf die Rolle von Natur und Landschaft.
- Das Erheben des Wissensstandes der Freerider und eine Analyse des Einflusses vom jeweiligen Wissen auf das tatsächliche Verhalten in der Natur.
- Das Abklären der Einstellungen von Freeridern gegenüber Lenkungsmaßnahmen mit einer Analyse einer möglichen Verhaltensbeeinflussung durch das Verwenden von Vorbildern.

1.2 Fragestellung

Um adäquate Lenkungsmaßnahmen ergreifen zu können, müssen die Beweggründe zum Fahren abseits von Pisten und die Beziehung zur Natur der Zielgruppe bekannt sein. Dies ist ebenfalls ein Ergebnis der Studie von Zeidenitz (2005: 102), wonach die Motivation ein entscheidender Verhaltensfaktor ist, welcher bei der Planung und Durchführung von Lenkungsmaßnahmen unbedingt miteinbezogen werden muss. Ebenfalls soll überprüft werden, ob sich Profi- und Intensiv-Snowboarder für Natur- und Landschaftsaspekte und deren Schutz interessieren. Zeidenitz (2005) stellte diese Vermutung sowohl für die breite Masse als auch spezifisch für Variantenfahrer bereits in ihrer Studie über Freizeitaktivitäten in der Schweiz auf. Saladin (2002) tat dies spezifisch für Sportkletterer. Eine erneute Verhärtung dieser Annahme würde der Natur und Landschaft erneut mehr als nur eine „Kulissenfunktion“ zugestehen. Die Frage lautet deshalb:

„Welche Motive haben Snowboarder für die Ausübung ihrer Aktivität? Welchen Stellenwert bezüglich Motivation besitzen dabei Natur und Landschaft für die Aktiven?“

Wissen über die Winternatur schafft Sensibilisierung bezüglich der entstehenden Konflikte beim Fahren in Wäldern oder Wildschutzgebieten, „denn nur wer genaues Wissen über seine Umwelt besitzt, weiss seine Umwelt zu schätzen und zu schützen und welche Störungen der Umwelt wie zusetzen.“ (Fuhrer und Wölfling 1997: 22) Gemäss Zeidenitz (2005) führt aber genügend Wissen

nicht automatisch dazu, dass Snowboarder nicht abseits der Pisten fahren. Vielmehr ist es ein Zusammenspiel zwischen Anreizen und Erwartungshaltungen, das zu bestimmten Handlungen führt. Theoretisches Modell dafür ist das „Erweiterte Kognitive Motivationsmodell“ nach Heckhausen und Rheinberg (1980). Um herauszufinden, in welchem Zusammenspiel das Wissen der Profi- und Intensiv-Snowboarder über die Winternatur mit dem konkreten Verhalten in der Natur steht, soll folgende Frage beantwortet werden:

„Verhalten sich Profi- und Intensiv-Snowboarder mit einem grösseren Wissen auch automatisch umweltschonender?“

Verschiedene Studien (Zeidenitz 2005; Radü 2004; Saladin 2002) kommen zum Ergebnis, dass Freizeitaktive (in diesen Fällen Variantensnowboarder und -skifahrer, Schneeschuhläufer und Sportkletterer) ein Interesse für Natur- und Landschaftsaspekte haben und sich auch für deren Schutz interessieren. Dabei wollen sie sich aber nicht zu sehr in ihrer Selbstkontrolle einschränken lassen, „die Suche nach Freiheit und die Flucht vor Gängelung und Bevormundung sind wesentliche Anreize bei der Ausübung von Outdoor-Aktivitäten⁵ (Zeidenitz 2005: 98)“. Saladin (2002: 86) kommt in ihrer Diplomarbeit über Sportkletterer zum gleichen Ergebnis und hält fest: „Kletterer sind grundsätzlich nicht gewillt, verbotsorientierte Massnahmen zu akzeptieren“. Folgende Fragen sollen auch in Bezug auf Snowboarder abgeklärt werden:

„Wie gross ist die Bereitschaft seitens der Aktiven, ihre Aktivität natur- und landschaftsverträglich zu gestalten? Wie ist die Einstellung gegenüber Lenkungsmaßnahmen? Welche Strategien könnten ergriffen werden?“

Das Vermitteln von Trends und Verhaltensweisen geschieht im Sport oft über Vorbilder und ist auch in jüngeren Trendsportarten wie dem Snowboarden nicht anders. Dazu Schauerte und Schwier (2007: 9): „Vorbilder sind Menschenbilder, auch im Sport, freilich ganz besondere“. Dabei haben die Medien einen „erheblichen Einfluss auf die Erzeugung vorbildhafter Wirkungen“ (Schauerte und Schwier 2007: 10). Verhaltensweisen im Snowboardsport werden einerseits durch professionelle Snowboarder, gezeigt in Magazinen oder Filmen, übermittelt, andererseits aber auch durch den Sport nicht professionell Ausübende, die eine gewisse „Opinion Leader“-Rolle in ihrem angestammten Skigebiet wahrnehmen. Oftmals sind diese auch gesponsert, üben ihren Sport ebenfalls auf einem hohen Niveau aus und sind teilweise auch über die regionalen Grenzen hinaus bekannt. Diese Vorbildrolle könnte von den Behörden oder Verbänden genützt werden, um Verhaltensweisen zu beeinflussen. Dazu braucht es aber die Bereitschaft seitens der Profi- und Intensiv-Snowboarder, ihren Namen und ihre

⁵ Als „Outdoor-Freizeitaktivitäten“ werden Aktivitäten, die alltäglich in der Freizeit und unabhängig von grösserer infrastruktureller Anlagen, individuell beziehungsweise unorganisiert jenseits von Verbandsstrukturen oder Organisationen in Natur und Landschaft ausgeübt werden, bezeichnet (Zeidenitz 2005: 7). „Trendaktivitäten“ sind eine Form von Outdoor-Freizeitaktivitäten.

Person zur Verfügung zu stellen (siehe „WWF/SAC PandAction Snowdays“ mit Reto Kestenholz). Dies führt zu folgender Frage:

„Wie hoch ist die Bereitschaft seitens der Profi- und Intensiv-Snowboarder, ihre Vorbildrolle in den Dienst der Umwelt zu stellen? Welche Massnahmen könnten zu einer Beeinflussung der Snowboarder durch solche Vorbilder führen?“

1.3 Aufbau der Arbeit

Im folgenden Kapitel werden die vorherrschenden und wesentlichen theoretischen Ansätze zu den vier zentralen Themenbereichen Motivation und Stellenwert von Natur und Landschaft, Wissen über die Winternatur, Einstellung gegenüber Lenkungsmassnahmen sowie Verhaltensbeeinflussung durch Vorbilder, behandelt.

Zuerst sollen die Motive, welche zum Ausüben einer Natursportart führen, dargestellt werden. Theoretische Hilfestellung leistet das „Erweiterte Kognitive Motivationsmodell“ nach Heckhausen und Rheinberg (1980: 16). Dem Stellenwert von Natur und Landschaft für die Aktiven fällt in diesen Ausführungen ein besonderes Augenmerk zu. In einem Unterkapitel werden dazu die verschiedenen Naturbedeutungen für Freizeitaktive erläutert und Überlegungen zur Landschaftswahrnehmung getätigt.

Im zweiten Unterkapitel werden die verschiedenen, durch das Fahren abseits der Pisten auftretenden Einflüsse auf Tier- und Pflanzenwelt genauer betrachtet. Ebenfalls werden die Hauptbetroffenen in Konflikten mit Freeridern, nämlich die Winterfauna, deren Habitate und störungsempfindlichen Stellen genannt. Mehr Wissen über die Winternatur ermöglicht erst, sich umweltschonend abseits markierter Pisten zu bewegen.

Der dritte Schwerpunkt dient der Erläuterung von möglichen Strategien zur Lenkung von Outdoorsportlern. Ebenfalls soll die vielfach vorhandene Diskrepanz zwischen Umweltbewusstsein und Umweltverhalten aufgezeigt werden.

Das vierte Unterkapitel beschreibt einerseits die Theorien Banduras (1976) zum „Lernen am Modell“, andererseits das für die Auswertung der Ergebnisse verwendete „Elaboration Likelihood Model“ von Petty & Cacioppo (1986), welches einen zentralen und einen peripheren Weg der Beeinflussung beschreibt.

Die Hypothesenbildung steht am Ende dieses Grundlagenkapitels und leitet über zum empirischen Teil der Arbeit.

Der anschliessende empirische Teil beschreibt die angewendete Methode der schriftlichen Befragung per Online Fragebogen, die Operationalisierung geeigneter Indikatoren, das konkrete Vorgehen bei der Datenerhebung sowie den Fragebogenaufbau. Der Fragebogen kann im Anhang betrachtet werden.

Dem Datenerhebungsteil folgt das Kapitel der Ergebnisse und Überprüfung der Hypothesen. Als Grundlage dazu dienen die Beschreibung der Stichprobe und die deskriptive Auswertung ausgewählter Fragen. Die Signifikanzprüfung der zwei Hypothesen wird mit dem Statistikprogramm SPSS vorgenommen.

Das Kapitel Diskussion und Schlussfolgerungen beginnt mit der Kritik der gewählten Methoden der Befragung. Weiter werden die wichtigsten Ergebnisse der deskriptiven Frageauswertung, sowie der analytischen Hypothesenüberprüfung kurz zusammengefasst und anhand der theoretischen Ausführungen des Grundlagenkapitels ausgewertet. Zum Abschluss dieses Kapitels soll nochmals die Zielsetzung der Arbeit betrachtet und Schlussfolgerungen daraus gezogen werden.

Die Betreuung der Arbeit wurde extern von der Gruppe Sozialwissenschaftliche Landschaftsforschung der Eidgenössischen Forschungsanstalt WSL, namentlich von Nicole Bauer übernommen. Die Abteilung befasst sich mit Fragen zu Interaktionen zwischen Gesellschaft und Landschaft und versucht diese interdisziplinär mittels sozialwissenschaftlicher Methoden zu beantworten. Die Arbeit ist zu einem grossen Teil an die Dissertation mit dem Thema „Freizeitaktivitäten wegen und gegen Natur und Landschaft“ von Christina Zeidenitz (Dipl. Psych.) angelehnt und kann nebst der eigenständigen Fragestellung als Ergänzung dazu gesehen werden.

2 Theorie

Die folgenden Auseinandersetzungen mit dem Natursport im Allgemeinen und dem Snowboarden abseits von Pisten im Speziellen auf Basis der vorhandenen Literatur, dienen der Formulierung der Hypothesen am Ende dieses Kapitels.

Zu Beginn werden die verschiedenen Motive und Motivationen eine Natursportart auszuüben, erläutert. Dazu soll auf einige Grundlagen der Motivationspsychologie eingegangen und die wichtigsten Studien in Zusammenhang mit dieser Arbeit vorgestellt werden. Ebenfalls sollen Überlegungen zu Naturbildern und Landschaftswahrnehmungen von Freizeitaktiven betrachtet werden.

In einem zweiten Teil werden verschiedene Einflüsse der Snowboarder auf die Pflanzen- und Tierwelt beschrieben und die Hauptbetroffenen dieser Konflikte genannt.

Es folgt die Darstellung konkret auftretender Konflikte zwischen Sportler und Natur. Genannt werden mögliche Lösungsansätze, speziell Lenkungsmaßnahmen.

Der nächste Abschnitt dient einer theoretischen Erläuterung möglicher Wege der Verhaltensbeeinflussung durch Vorbilder. Als Kerntheorien dazu dienen das „Elaboration Likelihood Model“ von Petty & Cacioppo (1986), die Ausführungen von Bandura (1976) zum „Lernen am Modell“ sowie die Schilderungen von Schauerte und Schwier (2007) zur Funktion von Vorbildern im Sport.

Abschliessend werden aus den theoretischen Hintergründen und Grundlagen sowie den Forschungsfragen die Hypothesen formuliert.

2.1 Motivation zur Ausübung von Natursportarten

Nach Rheinberg (2002: 18) ist der Motivationsbegriff ein Abstraktum, das sich nicht auf eine fest umrissene und naturalistisch gegebene Erlebens- oder Verhaltenseinheit beziehen lässt. Da sie nicht unmittelbar der Beobachtung zugänglich ist, ist sie nur ein hypothetisches Konstrukt⁶, welches uns bestimmte Verhaltensbesonderheiten erklären soll. Rheinberg (2002: 18) bezeichnet die Motivation als „aktivierende Ausrichtung des momentanen Lebensvollzugs auf einen positiv bewerteten Zustand“. Heckhausen (1989) definiert die Motivation als „das Anstreben von Zielzuständen, von Bekräftigung“

⁶ Gedacht als gedankliche Konstruktion, als Hilfsgrösse (Rheinberg 2002).

(1989: 133). Dieses Anstreben von Zielzuständen erklärt er durch „Erwartungen“ und „Anreize“, wobei „Erwartungen“ als Vorwegnahme des Eintretens des Zielzustandes erklärt werden und unter „Anreize“ das notwendige Vorhandensein eines Wertcharakters des Zielzustandes verstanden wird. Diese Anreize werden von Rheinberg als „Motive“ bezeichnet, wobei in Modellen bloss eines thematisiert und hauptsächlich das Macht- oder Leistungsmotiv⁷ verwendet wird. Solche Motive oder auch Beweggründe bzw. Handlungsantriebe (Wessely und Schneeberger 1999: 16) dienen dazu, das Handeln von Personen besser zu erklären⁸. Diese Vorgehensweise mag in gut geplanten Experimenten funktionieren, hat sich aber nach Rheinberg (2002) als nicht sehr alltagstauglich erwiesen, da im Alltagsleben meistens mehrere Anreize gleichzeitig zu einer spezifischen Handlung führen.

Eine Definition von sportlicher Motivation liefern Kunatz und Schellenberger (1991: 109):

Gesamtheit der Beweggründe bzw. Handlungsantriebe eines Sportlers, durch die er, bezogen auf bestimmte Anforderungen und Situationsbedingungen, Einfluss auf die Handlungs- bzw. Tätigkeitsregulation nimmt.

2.1.1 Motive

In der Literatur ist eine Fülle von verschiedenen Motiven, auch Beweggründe und Handlungsantriebe genannt, zu finden. So listet Rheinberg (1993) 15 Motiv-Cluster für die Aktivitäten Motorradfahren, Surfen, Skifahren und Musizieren auf. Diese wurden für diese Studie jedoch als weniger geeignet angesehen. Deshalb ist die Einteilung in die im Natursport grundlegenden Motive nach Wessely und Schneeberger (1999: 18-23) verwendet worden. Nachfolgend sollen nur jene Motive zitiert werden, die im Fragebogen zur Anwendung kamen⁹:

- Bedürfnis nach Freiheit

Gefühl der Freiheit, Ruhe und Erholung vom Alltag

Der heutige Alltag gewährleistet vielen Menschen keine ausreichende Stillung des inhärenten Bedürfnisses nach Eigengestaltung von Abläufen. Natursportarten wie etwa das Snowboarden, stellen eine Möglichkeit dar, diese Alltagsdefizite zu kompensieren.

- Freude an der landschaftlichen Schönheit

Naturerlebnis in einer unberührten Landschaft, Schöne Landschaft

⁷ Als „Machtmotiv“ wird der Drang von Menschen bezeichnet, „sich in der Beeinflussung anderer Menschen gross, mächtig, stark und wichtig zu fühlen“. Für andere Menschen wiederum ist es besonders anziehend, „sich im Lösen herausfordernder Aufgaben als kompetent und tüchtig zu erleben“ (Rheinberg 2002: 22).

⁸ Wessely und Schneeberger (1999) verweisen auf die in der Psychologie vorherrschende Trennung von „Motivation“ und dem einzelnen „Motiv“.

⁹ In kursiver Schrift stehen die im Fragebogen tatsächlich verwendeten Fragebogen-Items.

Die wenigsten können sich heutzutage noch in einer schönen, mehr oder weniger unberührten Landschaft aufhalten. Naturnahe Gebiete werden deshalb von vielen Menschen der Industriestaaten als besonders schön empfunden.

- Suche nach kooperativen sozialen Kontakten
Gemeinsames Freerideerlebnis mit Freunden, Wohlfühlen unter Gleichgesinnten, Kollegialität und gegenseitige Unterstützung
In unserer Gesellschaft findet oft eine Beurteilung der Menschen nach Einkommen, Beruf oder Besitz statt. Eine Sportausübung unter Gleichgesinnten bietet eine gute Möglichkeit, sich von solchen Alltagsnormen und -ritualen zu entziehen.
- Leistungserleben
Suche nach anspruchsvollerem Gelände als Pisten, Erfolgreiches Befahren möglichst vieler Varianten
Eine nachvollziehbare, abgrenzbare Leistung zu erleben, kann auch im Snowboarden ein wichtiges Motiv darstellen.
- Kompetenzerleben
Natürliche Begebenheiten bezwingen/Herausforderung
Das Bezwingen einer besonderen Herausforderung stellt neben dem Leistungserleben ein weiterer wichtiger Anreiz dar. Dabei sollen vor allem die Geschicklichkeit herausgefordert werden und schwierige Passagen überwunden werden, was oft zum Empfinden grosser Freude führt.
- Bedürfnis, Angst zu erleben und zu bewältigen
Risikofaktor/Kick
Ein wichtiges Motiv für viele Outdoorsportler ist das Erleben von gestaltbaren Ängsten. Durch die Überwindung der Angst kann ein tiefes Glücksgefühl empfunden werden. Angst wird dabei zur Lust (Aufmuth 1988: 66).
- Streben nach Anerkennung in der Gruppe
Anerkennung in der Snowboard-Szene
Verschiedenste Verhaltensweisen führen zu sozialer Anerkennung innerhalb einer Gruppe. Anerkennung in einer Szene ist für viele Sportler wichtig und wirkt stark motivierend (Brandauer 1994).

Motivationsaspekte beim Snowboarden

Für die Analyse von Motivationen beim Snowboarden werden die mit Hilfe der Motive zur Ausübung von Outdoorsportarten nach Wessely und Schneeberger (1999: 18-23) für diese Studie aufgestellten Motive zum Snowboarden abseits von Pisten, in drei Motivationskomponenten zusammengefasst:

Naturkomponente

Das Erleben der wilden, unberührten Natur und ihrer Elemente ist ein wichtiger Motivationsfaktor für Snowboarder, die sich abseits von markierten Gebieten bewegen. Sich in der freien Natur zu bewegen ist ein Ausdruck von Freiheit, von Selbstbestimmung und wird, gerade in dem in der heutigen Zeit oft sehr durchstrukturierten Tagesablauf, von vielen Menschen ganz bestimmt gesucht. Zudem übt die Landschaft einen ganz speziellen Reiz aus. Das Snowboarden in unberührtem Gelände bietet die Möglichkeit, die Kräfte und Launen der Natur ganz bewusst zu erleben und zu genießen. Jede Abfahrt, jeder Einstieg in eine neue, noch unbekanntere Variante, bringt unterschiedliche Erfahrungen und Eindrücke mit sich. Zeidenitz (2005: 96) fasst dies wie folgt zusammen: „Die Aktiven wollen Natur erleben, sie wollen, dass die Natur geschützt wird und dass sie Unberührtheit und Artenvielfalt erleben können.“ Folgende Fragebogen-Items fallen in diese Komponente: *Gefühl der Freiheit, Naturerlebnis in einer unberührten Landschaft, Schöne Landschaft, Ruhe und Erholung vom Alltag.*

Leistungskomponente

Bezüglich Snowboarden abseits von Pisten können hauptsächlich Faktoren der Bewegung und der Herausforderung durch das Überwinden verschieden schwieriger Passagen oder ganzer Abfahrten in freiem Gelände gezählt werden. Diese Fähigkeit vermittelt ein Kompetenzerleben und wird in Outdoorsportarten oft als Hauptanreiz angesehen (Wessely und Schneeberger 1999: 22). Ebenfalls in die Leistungskomponente fallen Vergleiche in der Gruppe. Einerseits direkte Leistungsvergleiche mit anderen Snowboardern, andererseits die selber definierte Wertigkeit der persönlichen Leistung. Jeder Snowboarder definiert seine eigene Leistungsgrenze selbst. Je nach Schwierigkeit und Können kann es zu einem völligen Verschmelzen von Handlung und Bewusstsein führen, dem weiter oben definierten und in Freizeitaktivitäten häufig auftretenden Flow-Erlebnis. Ein weiterer Aspekt der Leistung ist das Bedürfnis, bewusst fundamentale aber trotzdem gestaltbare Ängste zu erleben und, zumindest teilweise, zu bewältigen. Die folgenden Fragebogen-Items fallen in diese Komponente: *Natürliche Begebenheiten bezwingen/Herausforderung, Risikofaktor/Kick, Suche nach anspruchsvollerem Gelände als Pisten, Erfolgreiches Befahren möglichst vieler Varianten.*

Sozialkomponente

Darunter fallen die Suche nach kooperativen sozialen Kontakten und das Streben nach Anerkennung innerhalb der Snowboardszene. Während dem Freeriden ist man sowohl innerhalb der Gruppe als auch für sich alleine. Erbrachte Leistungen während der Abfahrt werden oft beim Anstehen oder auf der

Bergfahrt ausgetauscht, wodurch die Möglichkeit besteht, die Anerkennung der anderen zu erwerben. Um beim Snowboarden abseits von gesicherten Pisten ein Höchstmass an Risikominimierung zu erreichen ist es unerlässlich, mindestens in 2er Gruppen unterwegs zu sein. Zudem bietet diese Anforderung die Möglichkeit, Anerkennung zu finden indem man andere bekräftigt und ihnen hilft, schwierige Situationen zu überwinden. Folgende Fragebogen-Items fallen in diese Komponente: *Wohlfühlen unter Gleichgesinnten, Kollegialität und gegenseitige Unterstützung, Gemeinsames Freerideerlebnis mit Freunden, Anerkennung in der Snowboardszene.*

2.1.2 Das Erweiterte Kognitive Motivationsmodell

Heckhausen und Rheinberg (1980:16) und Rheinberg (2000: 133ff) entwickelten anhand der Instrumentalitätstheorie von Vroom (Rheinberg 2000: 131ff), in der erstmals die Auswirkungen von gleichzeitig mehreren und unterschiedlichen Anreizen betrachtet wurden, das „Erweiterte Kognitive Motivationsmodell“. Dazu Zeidenitz (2005: 17):

Der von Vroom entwickelte Ansatz der Instrumentalität beschreibt die erwartete Enge der Beziehung, die zwischen einem bestimmten Ereignis X und anderen Ereignissen Y besteht: Je enger der angenommene Zusammenhang und je wichtiger der betroffene Sachverhalt, um so stärker sind seine motivationalen Auswirkungen.

Auf das Snowboarden abseits der Pisten angewendet, heisst das konkret: Ein Snowboarder, der in einem abgelegenen Gebiet, weit abseits der Pisten durch ein als Wildschutzzone ausgeschildertes Gebiet fährt, ist sich der durch sein Verhalten ausgelöster Schäden durchaus bewusst. Der Reiz, möglichst viel Spass zu Erleben überwiegt jedoch den Reiz des umweltschonenden Verhaltens. Die Gefahr persönlicher Auswirkungen durch eine allfällige Busse ist kaum vorhanden und stellt somit einen niedrigen Anreiz dar. Wenn sich aber die Abfahrt in einem Wildschutzgebiet direkt im Skigebiet befindet, könnte dies anders aussehen. Der Anreiz „Spass haben“ könnte gegenüber dem nun verstärkten Anreiz „persönliche Schaden durch Busse“ verblassen und in einem umweltschonenderen Verhalten münden.

Rheinberg (2000:133ff) erweiterte dieses Modell mit einer Konzeption von Bolles. Diese führt dazu, dass die Erwartungsseite noch stärker berücksichtigt wird. Die „Erfolgswahrscheinlichkeit“¹⁰, also die Annahmen, mit welcher Wahrscheinlichkeit die eigene Handlung zum Ergebnis führt nannte Heckhausen „Handlungs-Ergebnis-Erwartung“. Die Annahme zur Situations-Entwicklung, wenn man nicht handelnd eingreift, nannte er „Situations-Ergebnis-Erwartung“.

Das Modell setzt sich somit aus der wahrgenommenen Situation, also einer möglichen Handlung, dem Ergebnis dieser Handlung und den Folgen, die das Handlungsergebnis mit bestimmter Wahrscheinlichkeit nach sich ziehen wird, zusammen und verhält sich folgendermassen: Im

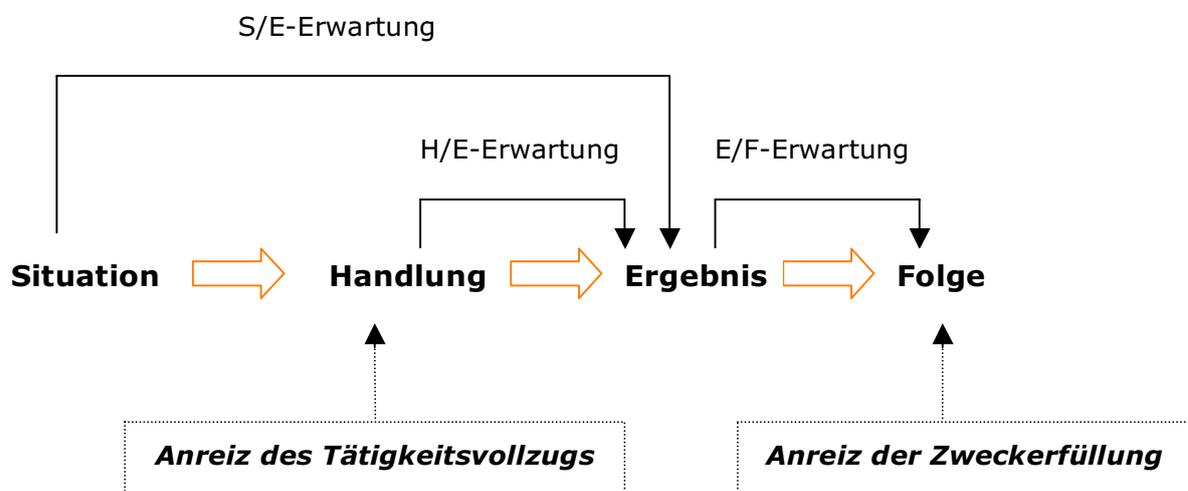
¹⁰ Vor allem bekannt aus der Leistungsmotivationsforschung (vgl. Rheinberg 2002: 61ff).

„Erweiterten Kognitiven Motivationsmodell“ wird „die Handlungstendenz einer Person um so stärker, je sicherer das Handlungsergebnis Folgen mit hohem Anreizwert nach sich zieht und um so eher dieses Ergebnis vom eigenen Handeln abhängt und sich nicht schon aus dem Gang der Dinge von alleine ergibt“ (Zeidenitz 2005: 18).

Dieses Modell betrachtet nach Rheinberg (2002: 143ff) allerdings nicht die Eigenanreize von Tätigkeiten und beschreibt Tätigkeiten als rein funktional: Man tut etwas (x), um dadurch etwas anderes (y) zu erreichen. Doch gibt es vor allem im Bereich der Freizeit, Tätigkeiten, die einfach deshalb ausgeführt werden, weil man ihren Vollzug genießt. Das Ziel der Handlung liegt in der Handlung selbst und ist ihr nicht erst nachgeordnet, wie in ausschliesslich zweckorientierten Handlungen.

Diese durch erfolgte Analysen von Freizeitverhalten gewonnene Erkenntnis hatte eine erneute Erweiterung des ursprünglichen Modells von Heckhausen zur Folge. Den zweckorientierten Anreizen wurden von Rheinberg (2002: 145) die tätigkeitsorientierten Anreize gegenübergestellt (siehe auch Abbildung 1).

Abb. 1: Das „Erweiterte Kognitive Motivationsmodell“ nach Heckhausen und Rheinberg (1980) mit der Ergänzung der zwei Anreiztypen nach Rheinberg (2002).¹¹



Das „Erweiterte Kognitive Motivationsmodell“ von Heckhausen und Rheinberg, insbesondere mit der Ergänzung der zwei Anreiztypen des Tätigkeitsvollzugs und der Zweckerfüllung nach Rheinberg, bietet eine gute Möglichkeit für theoretische Rekonstruktionen von unorganisierten Freizeitaktivitäten (Zeidenitz 2005: 22f). Solche Rekonstruktionen müssten dann aber vom eigentlichen Modell abweichen. Das auf eine Handlung folgende Ergebnis soll ja nicht angestrebt, sondern vermieden

¹¹ Minimale Vereinfachung und grafische Veränderung durch Autor.

werden. Es lässt sich aber auf die Fragestellung dieser Studie anwenden: Die Snowboarder genießen Anreize von Tätigkeiten, die unerwünschte Ergebnisse und Folgen haben. Die Tätigkeit, „Snowboarden durch Waldgebiete“, kann zum unmittelbaren Ergebnis „verseuchtes Wild“ führen. Die weiteren Folgen davon sind möglicherweise, dass diese Tiere für andere Naturliebhaber oder auch für die Snowboarder selbst nicht mehr zu sehen sind. Folglich sind die Tätigkeitsanreize stark positiv und unmittelbar zu erleben. Die Ergebnisse und Folgen allerdings sind vorerst kaum sichtbar und dem Snowboarder evtl. unbekannt, beziehungsweise werden auch bei klarem Bewusstsein oft dem Erleben der Tätigkeit untergeordnet. Zu diesem Phänomen leistet das im Folgenden aufgezeigte Flow-Konzept nach Csikszentmihalyi (2000) gute Erklärungsmöglichkeiten.

2.1.3 Das Flow-Erleben

Ist in der Motivationspsychologie von rein tätigkeitsorientierten Freizeitaktivitäten die Rede, so kommt sehr oft das Phänomen des „Flow-Erlebens“ (Rheinberg 2002) zur Sprache. Das Snowboarden im Tiefschnee abseits von Pisten gehört fast ausnahmslos¹² zu diesen sehr beliebten Freizeitaktivitäten. Mit dem Flow-Erleben ist nach Rheinberg (2002: 156) das „reflexionsfreie gänzliche Aufgehen in einer glatt laufenden Tätigkeit“ gemeint. Der Ansatz des Flow-Erlebens stammt von Csikszentmihalyi (2000), der dieses Erlebnis unter anderem bei Felskletterern untersuchte. Venetz et al. (2000) verwendeten dieses Modell für ihre Untersuchung des Erlebens und Befindens von Snowboardern hinsichtlich verschiedener Zeitkategorien (Alltag vs. Freizeit).

Zentraler Aspekt des Flow-Konzepts ist das gleichzeitig hohe Vorhandensein von Fähigkeit und Anforderung auf hohem Niveau¹³ (Rheinberg 2002: 159ff). Dabei werden Zeit und Raum völlig ausgeblendet, die kognitiven Kapazitäten beschränken sich auf die präzise Ausführung der Feinregulation der nötigen Bewegungen. Übergeordnete Ziele, bewusste Überlegungen oder willentliche Konzentration verlieren an Aufmerksamkeit oder werden gänzlich untergeordnet.¹⁴ Dies kann im Extremfall zu einer kompletten Selbstvergessenheit, zu einem „Verschmelzen“ von Ich und Tätigkeit und einem Gefühl tiefen Glücks führen. Ein Zitat aus Venetz et al. (2000) verdeutlicht diesen Zustand:

Du kennst das Gefühl: Wenn plötzlich alles ganz einfach geht, jeder Move sitzt, die Bewegungen flüssig kommen, Du nicht mehr das Brennen in den Oberschenkeln fühlst,

¹² Einige wenige Snowboard-Profis betätigen das Freeriden auch zu einem gewissen Teil zweckorientiert, da sie bei gutem Abschneiden in einem Wettkampf oder bei einem gelungenen Filmprojekt direkt mehr Geld und Ansehen erhalten, oder indirekt ihren Marktwert erhöhen. Es stellt sich allerdings die berechnete Frage, ob nicht trotzdem der tätigkeitsorientierte Anreiz die Orientierung am Zweck überwiegt. Als Beispiel sei das berufsbedingte Filmen spektakulärer Aufnahmen durch Helisnowboarding in unberührtem Tiefschnee in Alaska genannt.

¹³ Von Csikszentmihalyi „Passung zwischen Fähigkeit und Anforderung“ bezeichnet (Rheinberg 2002: 159).

¹⁴ Betrachte dazu die weiterführenden Erklärungen der hierarchischen Organisation menschlicher Aktivitäten (Rheinberg 2002: 161f).

einfach eins mit dem Schnee bist. ... wenn du den Pure ride erwischst, dann gibt es nichts Schöneres.

Trotz der Verschiedenartigkeit von Freizeitaktiven (wie z.B. Computerfreaks, Musiker, Motorradfahrer usw.) können übereinstimmende Zustandsbeschreibungen gefunden werden, die auch im Bezug auf das Snowboarden abseits von Pisten interessieren (Rheinberg 2002:157, zusammengefasst nach Csikszentmihalyi 1975):

1. Passung zwischen Fähigkeit und Anforderung. Man fühlt sich optimal beansprucht und hat trotz hoher Anforderung das sichere Gefühl, das Geschehen noch unter Kontrolle zu haben.
2. Handlungsanforderungen und Rückmeldungen werden als klar und interpretationsfrei erlebt, so dass man jederzeit und ohne nachzudenken weiss, was jetzt als richtig zu tun ist.
3. Der Handlungsablauf wird als glatt erlebt. Ein Schritt geht flüssig in den nächsten über, so als liefe das Geschehen gleitend wie aus einer inneren Logik ab. (Aus dieser Komponente rührt wohl die Bezeichnung ‚Flow‘.)
4. Man muss sich nicht willentlich konzentrieren, vielmehr kommt die Konzentration wie von selbst, ganz so wie die Atmung. Es kommt zur Ausblendung aller Kognitionen, die nicht unmittelbar auf die jetzige Ausführungsregulation gerichtet sind.
5. Das Zeiterleben ist stark beeinträchtigt; man vergisst die Zeit und weiss nicht wie lange man schon dabei ist. Stunden vergehen wie Minuten.
6. Man erlebt sich selbst nicht mehr abgehoben von der Tätigkeit. Man geht vielmehr gänzlich in der eigenen Aktivität auf (sog. ‚Verschmelzen‘ von Selbst und Tätigkeit). Es kommt zum Verlust von Reflexivität und Selbstbewusstheit.

Diese Zustände werden meist als sehr freudvoll erlebt, sei dies nun in der Freizeit oder während der beruflichen Arbeit (Csikszentmihalyi und Le Fevre 1989, Rheinberg 2002: 157). Venetz et al. (2000) kommen in ihrer Studie zum Ergebnis, dass die positive Aktivierung¹⁵ und die Glücksgefühle positiv mit der Aufmerksamkeit auf die Tätigkeit, in diesem Falle dem Snowboarden, korrelieren.

Das weiter oben festgestellte Phänomen, dass beim Flow-Erleben die Aufmerksamkeit komplett auf die unteren Ebenen der Aktivitäten gerichtet ist und übergeordnete Ziele oder Vorsätze, wie etwa ein eigentlich vorhandenes Umweltbewusstsein völlig verloren gehen, könnte eine plausible Erklärung für gewisse Verhaltensweisen von Freeridern sein. Rheinberg (2002: 156-164) verweist in seinen Ausführungen allerdings darauf, dass das Flow-Konzept weiterer Forschungs- und Klärungsarbeit bedürfe, bevor es als vollends abgesichert angesehen werden könne.

Als Ergänzung dazu sollte der Ansatz der Allmendproblematik hinzugezogen werden. Dieser Ansatz beschreibt die inhärente Problematik von Gemeingütern wie Natur und Landschaft, dass „jeder der das Gut übernutzt, zwar für sich einen Zusatznutzen erzielt, dass der dadurch entstehende Schaden aber von allen getragen werden muss“ (Zeidenitz: 2005). Im Bezug auf die Natur besteht die Problematik

¹⁵ Mit positiver Aktivierung ist das Ausmass gemeint, in dem eine Person enthusiastisch, aktiv und aufmerksam ist.

vor allem darin, dass verschiedene Arten der Nutzung sich gegenseitig behindern oder im schlimmsten Falle ausschliessen. Bezogen auf das Snowboarden kann dies folgendermassen ausgelegt werden: Fahre ich trotz optimalem Wetter und grosser Mengen Neuschnee aus Naturschutzgründen nicht durch den Wald, so tut dies bestimmt ein anderer. Somit habe ich nicht nur keine Belohnung (mehr Ruhe für die Tiere und Pflanzen im Wald), sondern erleide sogar noch eine gewisse Art von „Schaden“.

Niemand ist aber gerne allein der Dumme, deshalb führt das „rationale Verhalten“ jedes Einzelnen zwangsläufig zu einer kollektiven Übernutzung des öffentlichen Gutes – sofern eben keine Nutzungsregeln definiert sind, auf deren Einhaltung durch die anderen sicher der Einzelne verlassen kann (Kaufmann-Hayoz 1999: 118).

2.1.4 Naturbedeutung und Landschaftswahrnehmung im Snowboarden

Eine der Forschungsfragen dieser Studie lautet: Welchen Stellenwert räumen Snowboarder der Natur und der Landschaft ein? Dazu soll in den nächsten Abschnitten ausführlich auf in der Literatur vorhandene Definitionen aktueller Naturbedeutungen und Landschaftswahrnehmungen eingegangen werden. Zuerst werden heute allgemein gültige Naturbedeutungen und Landschaftswahrnehmungen erläutert. Danach werden verschiedene im Aktivsport allgemeine, sowie spezifisch im Snowboarden vorherrschende Naturbedeutungen aufgezeigt.

Begriffserklärung von „Natur“ und „Landschaft“

Nach Leser (1997: 547) bezeichnete der Naturbegriff ursprünglich die „Gesamtheit der Dinge, aus denen die Welt besteht“. Diese Definition hat sich aber mittlerweile in verschiedene Einzelbegriffe aufgelöst.

Natur wird je nach Lebens- und Freizeitsituation von verschiedenen Menschen ganz unterschiedlich erlebt. Zeidenitz (2005: 24) verweist auf eine eher ambivalente Beziehung des Menschen zur Natur. Folglich ist es schwierig, eine allgemein gültige Definition des Naturbegriffs zu geben. Für diese Arbeit wurden die Naturbegriffe nach Nohl (1983: zit. in: Opaschowski, 1991: 25) verwendet:

1. *Vitale Naturbedeutung*: Natur ist die Grundlage unseres Lebens. Um leben zu können, sind wir auf Natur und Naturstoffe angewiesen.
2. *Ästhetische Naturbedeutung*: Natur ist einfach „schön anzusehen“.
3. *Utilitaristische Naturbedeutung*: Natur als nutzbare Grünfläche wird für Menschen in Grossstädten und Ballungszentren immer wichtiger.
4. *Ökologische Naturbedeutung*: Reine Luft, sauberes Wasser und unbelastete Böden sind wesentliche Merkmale für die Umweltqualität.

5. *Ethische Naturbedeutung*: Die Natur als erhaltenswertes Gut begreifen und sich im eigenen Verhalten und seinen Folgen dafür verantwortlich fühlen.

Kellert (1980) erwähnt zudem noch einen naturalistischen, einen symbolischen, einen humanistischen, einen moralischen, einen doministischen sowie einen negativistischen Naturbezug des Menschen. Aus diesen weiteren Bedeutungen erscheint der naturalistische Naturbezug, indem der Mensch Befriedigung aus dem direkten Kontakt mit der Natur erfährt, ebenfalls interessant bezogen auf die Snowboarder.

Landschaft wird von Leser (1997: 439) als umgangssprachlicher Fachbegriff für „Erdraum“ definiert. In der Geographie wird darunter der Erdraum in seiner gesamten „dringlichen Erfüllung“ verstanden. Landschaft bedeute erlebtes Landschaftsbild. Leser weist damit auf ein sinnliches Erleben der Landschaft hin. So wird auch im Landschaftskonzept (BUWAL et al. 1998) die Landschaft folgendermassen beschrieben:

[...] Unmittelbar, alltäglich, konkret in unserer Lebensumwelt, in unseren Erinnerungen und Wünschen. Stets aufs Neue brauchen unser Leib, unser Geist und unsere Seele Raum, Luft, Licht, Wasser und Nahrung. Raum, um uns zu bewegen und unsere Bedürfnisse auszudrücken und Beziehungen zu Landschaften und ihren Elementen, um uns heimisch und geborgen zu fühlen [...].

Natur- und Landschaftswahrnehmung

Die Art der Wahrnehmung von Natur und Landschaft ist abhängig von den bisherigen Erfahrungen und Lernprozessen des Individuums. Die Tätigkeitsumwelt wird nur selektiv wahrgenommen und ist subjektiver Natur (Werlen 2000: 284). Das sinnliche Erleben der Landschaft wird in der Literatur auch als Landschafts-Ästhetik umschrieben. Unter diesem Aspekt definiert Ritter (1974) Landschaft folgendermassen: „Landschaft ist Natur, die im Anblick für einen fühlenden und empfindenden Betrachter ästhetisch gegenwärtig ist“. Auch Seel (1991: 20) bezeichnet die Natur als „sinnlich wahrnehmbaren Bereich der lebensweltlichen Wirklichkeit des Menschen, der ohne sein beständiges Zutun entstanden ist und entsteht“. Zeidenitz (2005: 26) hält fest, dass der Landschaftsgenuss ein Ausdruck der Menschen ist, bestimmte grundlegende Bedürfnisse zu befriedigen. Grundsätzlich wird davon ausgegangen, dass dies einerseits „Kommunikationsbedürfnisse“ und andererseits „Erlebnisbedürfnisse“ sind (Hunziker und Buchecker 1990)¹⁶. Als wichtigstes Kommunikationsbedürfnis kann die Identifikation angesehen werden. Diese wird dann erfüllt, wenn wir uns in der Landschaft als Individuum und als soziale Gruppe wieder erkennen. Seewald, Kronbichler und Grössing (1998: 237) bezeichnen dieses Bedürfnis als „inklusive Umgang“ mit der Natur. Dem gegenüber steht das Erlebnisbedürfnis, bei dem die Natur zur „Gegenwelt“ (Seewald,

¹⁶ Vgl. dazu auch Fuhrer und Kaiser (1994) und Buchecker (1999).

Kronbichler und Grössing 1998: 237) wird. Dieses Bedürfnis wird vor allem durch körperliche Aktivitäten (Wandern, Snowboardern, Biken usw.) oder durch kontemplative Landschaftswahrnehmung, dem Wohlbefinden durch das schlichte Erleben der Natur ohne Sinnerwartung, befriedigt. Aus der Stellung als Gegenwelt heraus wird der Wert der Natur immer mehr als Konsumartikel in Tourismus, Freizeit und Sport gemessen. Die Beziehung zur Natur wird zu einer „Aussenbeziehung“. Doch den Menschen als weitgehend unabhängig von der Natur zu sehen ist eine Illusion. Der Mensch ist sowohl Teil der Natur wie auch ihr Gegenüber. Er erlebt sie folglich als Subjekt und Objekt gleichermaßen.

Nach Seewald, Kronbichler und Grössing (1998: 257f) stellt die Naturwahrnehmung einen Prozess dar, der neben der Wahrnehmung selbst auch das Empfinden, das Erleben und das Erfahren miteinschliesst.

Dabei sind **Empfindungen** Aussenreize, die über die Sinnesorgane aufgenommen werden und über die Stufen Wahrnehmen-Erleben-Erfahren in das Bewusstsein gelangen.

Als **Wahrnehmung** wird die erste Stufe des Bewusstseinsprozesses verstanden. Darunter versteht man den Vorgang, durch den ein Empfindungszusammenhang in das Bewusstsein eintritt. Die Wahrnehmung vermittelt so zwischen Aussenwelt (Objektbereich) und Innenwelt (Subjektbereich). Wahrnehmung an sich ist noch kein Wissen, mit ihr beginnt aber das Wissen.

Als **Erleben** wird ein noch unreflektierter, mit Gefühlstörungen verbundener Vorgang bezeichnet. So wird z.B. die Temperaturwahrnehmung kalt je nach Situation als angenehm oder unangenehm empfunden.

Erfahren ist mit Wissen verbunden. Bereits erfahrene Erlebnisse werden mit schon vorhandenen Inhalten in Verbindung gebracht, verglichen, erweitert und als Erfahrung gespeichert. Dieser Erfahrungszustand kann mit neuem Wissen ergänzt und in Beziehung gesetzt werden.

Anhand dieser Ausführungen leiten Seewald, Kronbichler und Grössing (1998: 258) die folgenden Definitionen für das Naturerleben und die Naturerfahrung ab:

- Naturerleben ist die diffuse (unmittelbare und unreflektierte) Gesamtheit der sinnlichen, mit Gefühlen getönten (emotionalen) Wahrnehmung der Naturwirklichkeit. Naturerleben steht vor der Naturerfahrung.
- Naturerfahrung ist alle auf sinnliche Wahrnehmung in der Natur bezogene Erkenntnis (das Wissen) von Naturgegenständen, Naturvorgängen und Naturzusammenhängen.

Bedeutung und Wahrnehmung von Natur und Landschaft im Snowboardsport

Literatur zur Bedeutung und Wahrnehmung der Natur im Snowboardsport ist allgemein nicht viel vorhanden. Die neueste Studie zum Thema Freizeitaktivität in der Schweiz stammt von Christina Zeidenitz (2005). Sie hat eine Abklärung über den Stellenwert von Natur und Landschaft anhand von Picknickern und Variantenfahrern (Ski- und Snowboardfahrer) gemacht.¹⁷ Ihre Studie ist für diese Arbeit massgebend. Nach Zeidenitz haben die Trendaktiven einen starken Bezug zur Natur. Einerseits durch die Aktivität selbst welche zu einem Naturerleben führt, andererseits aber auch durch eine intensive Beziehung zur Natur an sich. Als wichtig bezeichnet sie vorrangig den Schutz der Natur. Wichtig ist aber auch das Spüren und Erleben sowie die Unberührtheit der Natur. Sogar weiter oben beschriebene Aspekte der Landschaftsästhetik, also kontemplative Erlebnismomente sind für die Trendaktiven von Bedeutung.

Dies scheint in einem Widerspruch mit dem generellen Image von Trendaktiven zu stehen, nach welchem Trendsportler der Natur mehrheitlich eine „Kulissenfunktion“ (Bätzing 2000a: 3) zuschreiben. Bätzing begründet dies mit der Überlegung, dass es für einen Wanderer undenkbar ist, die gleiche Wanderung mehrmals am Tag oder mehrere Tage hintereinander zu wiederholen, weil er Landschaft jeweils neu und anders erleben möchte. Dies macht jedoch nach Bätzing (2000a: 3) für einen Skifahrer Sinn, ihm kommt es auf die Bewegungs- und Körpersensationen an, die er jeweils neu erlebt, während die Landschaft zur Kulisse wird. Gleiches stellt Stremlow (1998: 258-264) anhand einer Analyse von Snowboard-Magazinen in den Jahren 1993 – 1996 fest. Nach seinen Ausführungen sind die Alpen¹⁸ für die Snowboarder ausschliesslich „herrliche Bergkulisse“ und haben jegliche „individuelle Gestalt“ verloren. Die Landschaft wird insgesamt zu einer Absente. Stremlow weist darauf hin, dass die sportliche Betätigung an sich zu ihrer Ausführung bewegt. Dem Naturarrangement kommt hingegen nur eine stützende Funktion hinzu.

Dieser Gedanke ist auch in den Schlussfolgerungen von Zeidenitz (2005: 96) zu finden. Sie hält darin fest, dass ihre Studie die attestierte Kulissenfunktion nicht ganz verwerfen kann, sie aber differenziert. Der Begriff der Kulisse gilt demnach nur für die Landschaft, nicht aber für die Natur. Lorch (1995: 12) meint dazu, dass sich das primäre Interesse vom Naturerlebnis hin zum Nervenkitzel verschiebt und für Hartmann (1996) ist das Naturerlebnis als solches gar nicht mehr vorhanden. Der „Thrill“, der Kick steht voll und ganz im Vordergrund.

¹⁷ Zeidenitz (2005: 7f) teilt die beiden Outdooraktivitäten in klassische Aktivität (Picknicken) und Trendaktivität (Variantenfahren) ein.

¹⁸ Die Natur- und Landschaftswahrnehmung ist einem stetigen Wandel unterworfen. Verschiedene Menschen, verschiedener Zeitalter betrachten und erfahren ihre Umgebung auf verschiedene Weise. Für einen Einblick dieser Veränderungen der Wahrnehmung, bezogen auf die Alpen, bietet Bätzing (2005) mit seinem Buch „Die Alpen“ eine detaillierte Grundlage.

2.2 Snowboarder vs. Winternatur: Konfliktdarstellung

Wildtiere scheinen die Hauptleidtragenden der Wintertrendsportentwicklung der letzten Jahre zu sein. Natürlich entstehen andere Formen von Konflikten, etwa zwischen Sportler und Flora oder auch zwischen verschiedenen Naturnutzern. Diese Konflikte sind aber weitaus weniger gravierend, weshalb im Folgenden auch nicht näher auf sie eingegangen wird. Bezüglich Flora ist zu bemerken, dass hauptsächlich Jungwälder mit kleinen Bäumen anfällig auf Kantenrasur durch Wintersportler sind. Als Folge davon kann es zu verkrüppeltem Wachstum und erhöhter Anfälligkeit auf Pilzkrankungen kommen. Im schlimmsten Fall grenzt sich die Schutzfunktion des Waldes ein (Lorch 1995: 114f).

Dieses Kapitel soll aber vor allem den Konflikt zwischen Wintersportler und Tierwelt aufzeigen. Dazu werden zuerst die hauptsächlich betroffenen Tiere vorgestellt, bevor auf verschiedene spezifische Einflüsse und Auswirkungen, verursacht durch das Fahren abseits von Pisten, eingegangen wird.

2.2.1 Betroffene Tiere und deren Habitate

Vom Snowboarden abseits der Pisten sind hauptsächlich zwei Tiergruppen betroffen. Die Raufusshühner und das Schalenwild. Nachfolgend sollen die sieben Vertreter dieser beiden Tierarten kurz aufgezeigt werden. Die Ausführungen wurden Ingold (2005) entnommen.

Raufusshühner

Zu den Raufusshühnern gehören das Auerhuhn, das Haselhuhn, das Birkhuhn und das Alpenschneehuhn. Die Tiere gelten als Spezialisten, sind somit besonders an ihren jeweiligen Lebensraum angepasst und kommen in der Schweiz oft nur im Alpenraum vor.

Auerhuhn

Das Auerhuhn besiedelt heute in der Schweiz den Jura, die Voralpen und die Alpen. Früher kam es auch im Mittelland vor. Charakterisiert wird ihr Lebensraum durch einen alten, lockeren Gebirgsnadelwald mit grosser Strukturvielfalt, bedingt durch abwechslungsreiche Topographie. Wichtig ist eine gut ausgebildete Zwergstrauchsicht vor allem aus Heidelbeeren. Diese dient als Hauptnahrungsgrundlage. Die Hauptverbreitung des Auerhuhns liegt zwischen 1000 – 1800 m ü. M. Der Bestand ist in den letzten Jahrzehnten von 1100 Hähnen (Schätzung zwischen 1968 und 1971) auf 450 bis 500 Hähne im Jahr 2001 (Mollet et al. 2003) zurückgegangen. Als Ursachen werden neben Witterung und Beutegreifern vor allem Störungen durch den Menschen genannt. Das Auerhuhn ist seit Beginn der 70er Jahre geschützt und gilt heute als stark gefährdet.

Haselhuhn

Das zweite Waldhuhn unter den einheimischen Raufusshühnern ist das Haselhuhn. Es ist auf Jungwuchsflächen angewiesen, die eine gute Deckung bieten und zudem eine reichhaltige Nahrungsquelle darstellen. Auch das Haselhuhn kam früher noch in den Niederungen vor, hat sich heute aber auf 1000 – 1600 m ü. M. zurückgezogen. Der Bestand wird auf 7500 bis 9000 Paare geschätzt. Status in der Schweiz: verletzlich.

Birkhuhn

Das Birkhuhn ist in der Schweiz weit verbreitet und bewohnt vor allem lockere, sich nach oben allmählich auflösende Bergwälder auf einer Höhe zwischen 1500 und 2000 m ü. M. Es benötigt eine gut ausgebildete Zwergstrauchschicht aus Heidel- und Moorbeeren sowie Alpenrosen. Der Bestand wird auf 7500 bis 10'000 Paare geschätzt. Status in der Schweiz: potenziell gefährdet.

Alpenschneehuhn

Das Alpenschneehuhn ist im Alpenraum in der alpinen Stufe, also oberhalb der Waldgrenze, verbreitet. Es besiedelt Zwergstrauchheiden und alpine Rasengesellschaften mit einzelnen Felsblöcken. Zum Schutz vor Kälte und zur Nachtruhe begeben sie sich oft in selbstgebaute Schneehöhlen. Der Bestand wird auf 12'000 bis 15'000 Paare geschätzt und scheint stabil zu sein.

Schalenwild

In die Bezeichnung Schalenwild fallen horntragende (Gamswild, Steinwild) und hirschartige (Rotwild) Paarhufer.

Alpengämse

Gämse sind im Alpenraum in montanen und subalpinen Weiden, alpinen Rasen, Felsen, Geröllhalden, Zwergstrauchfluren und Gebirgswälder heimisch. Im Winter halten sie sich vorwiegend in südost- bis südwestorientierten, besonnten Hängen, wo es nach Schneefall relativ rasch apere Stellen hat, auf. Im Verlauf des 20. Jahrhunderts nahmen die Gämsbestände erheblich zu, heute stagnieren die Bestände mehrheitlich.

Alpensteinbock

Der Steinbock bevorzugt steile, felsige Hänge und Gräte, meist in kühlen Hochlagen zwischen 1600 und fast 3000 m ü. M oberhalb der Waldgrenze. Im Sommer nutzen die Steinböcke Gebiete unterschiedlicher Exposition, während sie sich im Winter meist auf südost- bis südwestgerichteten Hängen halten, an denen sich der Schnee kaum festsetzen kann und leicht abrutscht. Dank Wiederansiedlungen und intensivem Schutz haben sich die Bestände bis heute gut entwickelt. In der Schweiz halten sich schätzungsweise 14'000 Tiere auf.

Rothirsch

Zum Lebensraum des Hirsches gehören Wälder, halboffene und offene Gebiete. In der Schweiz verbringt er den Winter vorwiegend in Tallagen und an südexponierten, bewaldeten Hängen, den Sommer hingegen zum Teil bis in Höhen von etwa 2600 m ü. M. Sein Bestand ist im Verlauf des 20. Jahrhunderts stark gewachsen.

2.2.2 Einflüsse auf die Winternatur

Belastungen¹⁹ der alpinen Natur durch den Menschen sind vielfältiger Natur. Die Beeinträchtigungen²⁰ wie sie durch Sporttreibende während der Aktivitätsausübung, wie z.B. von Snowboarder, stattfinden, sind nur eine unter vielen weiteren. Hinzu kommen störende Eingriffe durch Erschliessungsmassnahmen, durch die Verbauung von Wasserläufen für die Energiegewinnung und nicht zuletzt durch die drastisch wirkenden Folgen des Verkehrs. Erst eine differenzierte Analyse, also Zahl der belastenden Ereignisse pro Tag, die Anzahl Tage mit Ereignissen sowie die Grösse der beeinflussten Fläche ermöglicht eine konkrete Beurteilung der Auswirkungen von Outdoorsportarten (Lorch 1995: 15f).

Grundsätzlich kann zwischen direkten, durch die unmittelbare Sportausübung entstehende Einflüsse und indirekten, im Zusammenhang mit der Sportausübung auftretende Einflüsse unterschieden werden. Als indirekte Folgen sind vor allem diejenigen des hohen Verkehrsaufkommens durch die An- und Abfahrt zu nennen. Stettler (1997: 132f) geht von 150'000 Intensiv-Snowboardern aus, wovon ca. 1000 Wettkämpfe bestreiten. Diese 150'000 Personen legen gesamthaft ca. 242 Mio. Pkm pro Jahr zurück. Der Wettkampfanteil beträgt dabei unbedeutende 1%. Aktuell geht man von ca. 160'000 Intensiv-Snowboardern²¹ aus, was die Anzahl der zurückgelegten Autokilometer wohl kaum stark ansteigen lies.

Diese Arbeit geht ausschliesslich auf die direkten Folgen der Sportausübung ein und leistet weiter keinen Beitrag zum Thema Snowboarden und Verkehr²². Solche Belastungen werden deshalb aber nicht als weniger gravierend eingestuft.

¹⁹ Definition zitiert nach Lorch (1995: 15): „Zustand, der immer dann herrscht, wenn durch äussere Einflüsse das Zusammenspiel der ökologischen Prozesse innerhalb eines oder zwischen mehreren Umweltmedien, der Vegetation oder der Tierwelt negativ beeinflusst bzw. erschwert wird“.

²⁰ Als Beeinträchtigungen werden Belastungen, die vermutete temporäre oder andauernde negative Auswirkungen auf den Zustand eines Umweltmediums haben, bezeichnet (Lorch 1995: 15).

²¹ Dies entspricht 2.8% von 5'717'000 (Schweizer Bevölkerung ab 14 Jahren) (Schweizer Sport & Mode 14.6.2007).

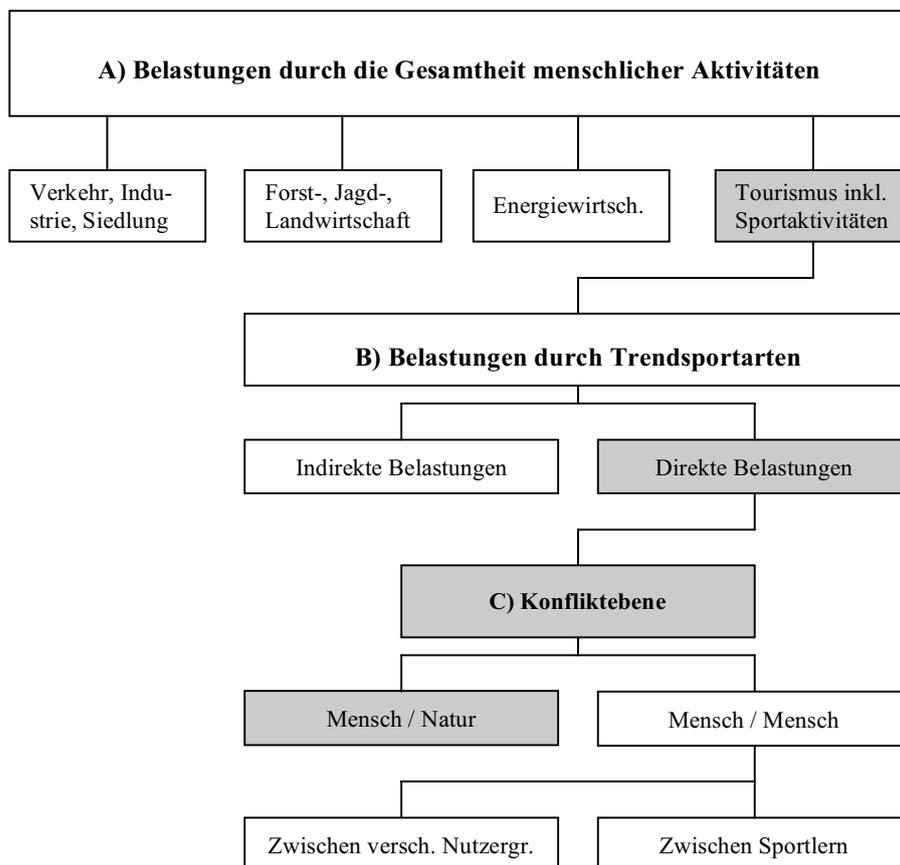
²² Dazu existiert bereits genügend Literatur und die Auswirkungen des Sportverkehrs auf die Umwelt waren und sind immer noch Thema vieler anderer Forschungsarbeiten. Ein gutes Grundlagewerk dazu ist das Buch „Sport und Verkehr“ von Stettler (1997).

Lorch (1995: 17) definiert „Konflikt“ folgendermassen: Ein Zustand, „der dadurch gekennzeichnet ist, dass mindestens zwei widerstreitende Interessen bzgl. der Nutzung desselben Objekts vorliegen“. Dabei unterscheidet er zwei Konfliktebenen:

1. Mensch (Sportler) / Natur, sowie
2. Mensch /Mensch

Ersteres sind die Konflikte zwischen dem Menschen als Sportler und der Natur, die als Folge der Ausübung der jeweiligen Sportart entstehen. Unter Punkt 2 sind die Konflikte zwischen den verschiedenen Naturnutzern gemeint, die durch die unterschiedliche Nutzungsbeanspruchung eines Naturnutzers durch die Aktivität eines anderen entstehen. Abbildung 2 zeigt eine Klassifizierung der Belastungen und Konfliktebenen durch die Gesamtheit menschlicher Aktivitäten:

Abb. 2: Klassierung der Belastungen und Konfliktebenen nach Lorch (1995: 19).



2.2.3 Konkrete Mensch-Natur Konflikte verursacht durch das Snowboarden abseits von Pisten

Belastungen durch das Touren- und das in dieser Arbeit im Mittelpunkt stehende Variantenfahren sind tendenziell dieselben: vor allem die Störung²³ des Wildes und Schäden an Bäumen durch Kantenraser der Snowboards. Beim Variantenfahrer, der im Gegensatz zum Tourenfahren mechanische Aufstieghilfen verwendet, führen der Bau und die Erhaltung dieser Infrastruktur zusätzlich zu weiteren ökologischen Problemen. Diese gehören zu den indirekten der Folgen der Sportausübung und werden wie schon erwähnt, hier nicht betrachtet.

Das Einflusspotential des Variantenfahrens auf die Winterfauna wird von Ingold (2005: 341) als sehr gross eingestuft. Das Variantensnowboarden findet meistens in steilem, felsigem Gelände statt, also im Rückzugsgebiet vieler weiter oben erwähnter Wildtiere (Gämse, Steinböcke usw.). Durch den raschen Aufstieg mit der Bahn sind auch, im Gegensatz zum Tourensnowboarden, mehrere Fahrten pro Tag möglich, sodass eine intensive Befahrung von oft sensiblen Gebieten möglich ist. Ingold ging in seinem Buch im Jahre 2005 von einer Zunahme der Zahl der Variantenfahrer aus und lag damit völlig richtig. Wie in der Einleitung geschrieben ist die Anzahl an Personen, die das Variantensnowboarden ausüben, in den letzten drei Jahren sprunghaft gestiegen und ich gehe davon aus, dass dieser Trend ähnlich weitergeht (eigene Beobachtung über die letzten Jahre). Daraus resultiert natürlich eine stetig steigende Belastung für die Tiere.

Hauptstörfaktoren bezüglich der Winterfauna

Es können verschieden Hauptfaktoren genannt werden, die als Summe die Intensität einer Belastung auf die Wintertierwelt definieren. Bezüglich Snowboarden abseits der Pisten sind dies die folgenden Faktoren (Fachkommission Naturschutz Kanton Bern 2002: 12-14 und Lorch 1995: 113-115):

Zahl der Ereignisse pro Tag

Die Anzahl Aktivitäten pro Tag, die auf die Fauna störend wirken können. Ein Ereignis ist eine einzelne Person oder eine Gruppe.

Anzahl Tage mit Ereignissen

Zahl der Tage mit störenden Aktivitäten in einer Saison. Diese Grösse ist vor allem dort relevant, wo bereits ein Ereignis pro Tag zu einer wesentlichen Störung ausreicht (z. B. während der Brutsaison von Tieren).

²³ Unter Störungen nach Lorch (1995: 15) werden Handlungen verstanden, die zu negativen Beeinflussungen ökologischer Prozesse (also zu Belastungen, Definition siehe weiter oben) führen.

Grösse der beeinflussten Fläche

Von der Störung betroffene Fläche. D. h. in jedem Fall die Fläche, auf der die Aktivität stattfindet plus oft noch angrenzende Flächen, auf denen die Tiere immer noch das Ereignis wahrnehmen und möglicherweise negativ darauf reagieren.

Überraschungseffekt (Verhalten, Lärm, Geschwindigkeit)

Werden die Tiere überrascht oder haben sie eine ausreichend lange Reaktionszeit, um auf das Ereignis vorbereitet zu sein? Der Überraschungseffekt verstärkt sich, wenn Personen schnell, geräuscharm und an einem ungewohnten Ort auftauchen.

Hauptsächliche direkte Folgen durch das Snowboarden abseits von Pisten

Nachfolgend sind die gravierendsten Auswirkungen auf schutzwürdige und störungsanfällige Wildtiere aufgeführt (Fachkommission Naturschutz Kanton Bern 2002: 12-14 und Lorch 1995: 113-115):

Unmittelbarer Verlust an nutzbarer Fläche

Zur Befriedigung ihrer Bedürfnisse brauchen Populationen eine minimale Fläche. In geringem Umfang kann ein Flächenverlust meist toleriert oder kompensiert werden. Bei grösseren Ausmassen allerdings hat der Flächenverlust eine Reduktion der Populationsgrösse zur Folge und kann im Extremfall sogar bis zum lokalen Erlöschen führen.

Verlust wichtiger Standorte (Futter, Paarung, Aufzucht, Verstecke)

Um überlebenswichtige Tätigkeiten nachzugehen, sind Populationen auf Standorte unterschiedlicher Qualität angewiesen. Dazu gehören Futterplätze und Ruhestellen, Balz- und Paarungsplätze (Rauhfußhühner), sowie Nist- und Aufzuchtstellen. Bereits kleinflächige Flächenverluste solcher Standorte können starke Auswirkungen auf die Population haben (z.B. reduzierter Reproduktionserfolg).

Erhöhte Sterblichkeit

Eine Flucht vor Variantenfahrern hat einen acht- bis elffach erhöhten Energieverbrauch gegenüber Stehen oder Liegen zur Folge (Schalenwild). Diese Energie wird aber von den Tieren dringend benötigt, um die harten Wintermonate zu überstehen. Selbst das Verdauungssystem des Wildes passt sich an die Lebensbedingungen an. So können die Tiere während des Winters, aus physiologischen Gründen, nicht die gleiche Menge an Nahrung zu sich nehmen wie im Sommer. Fluchten erhöhen somit das Mortalitätsrisiko der Wildtiere. Gut bekannt sind Abgänge von Gämsen im Winter infolge energiezehrender Fluchten vor Variantensnowboardern. Durch diesen Störfaktor ebenfalls gefährdet

sind die Rauhfusshühner. Birk- und Schneehühner graben sich im Winter in isolierte Schneehöhlen ein und verlassen diese nur kurz für die Nahrungsaufnahme. Das fluchtartige Verlassen der Schneehöhle (Fliegen) durch Erschütterungen, verursacht durch vorbeifahrende Snowboarder, und der darauffolgende notwendige Bau einer neuen Höhle führt zu einem zwölfmal erhöhten Energieverbrauch.

Obwohl gerade das Einflusspotenzial, ausgehend vom Snowboarden abseits der Pisten besprochen wurde, bedeutet das noch nicht, dass es generell ein gravierendes Problem darstellt. Es gibt kaum eine Aktivität, die grundsätzlich als für Wildtiere „schlimm“ bezeichnet werden muss (Ingold 2005: 354). Wichtig ist, dass die Belastungen insgesamt ein erträgliches Mass für die wilden Tiere nicht überschreiten. Dazu sollen sicherlich alle Nutzer eines Gebietes selbständig beitragen, doch sind auch gewisse adäquate Lenkungsmassnahmen nötig. Diese Erkenntnis führt zu folgenden Ausführungen über Umweltbewusstsein, Umweltwissen, Umweltverhalten und Konfliktlösungsansätzen.

2.3 Vom Umweltbewusstsein zur Konfliktlösung: Theoretische Hintergründe und Strategien

2.3.1 Kluft zwischen Umweltbewusstsein und Umwelthandeln

Umweltbewusstsein wird nach Kaufmann-Hayoz und Di Giulio (1996: 546) folgendermassen zitiert: „Einsicht in die Gefährdung der natürlichen Lebensgrundlagen des Menschen durch diesen selbst, verbunden mit der Bereitschaft zur Abhilfe“.

Das Umweltbewusstsein lässt sich in verschiedene Faktoren, „die zu dieser ‚Einsicht‘ und der damit verbundenen ‚Bereitschaft zur Abhilfe‘ beitragen, einteilen“ (Stettler 1997: 39): Eine Komponente des „Wissens“, des „Wertens“ und des „Handelns“ (Kaufmann-Hayoz und Di Giulio 1996: 547).

Fuhrer und Wölfling (1997: 21-23) bezeichnen diese drei Komponenten folgendermassen:

- *Kognitive Komponente*
Ökologisches Wissen, Ausmass der Einsicht in die Gefährdung unserer natürlichen Lebensgrundlagen
- *Affektive Komponente*
Grad der emotionalen Betroffenheit der Umweltgefährdung, Ausmass der emotionalen Reaktion
- *Konative Komponente*
Persönliche Handlungsbereitschaft im Bereich des Umweltschutzes, tatsächliches Verhalten

Von umweltverantwortlichem Handeln muss in Bezug auf die Lösung von Umweltproblemen deshalb gesprochen werden, weil Umweltprobleme als von Menschen verursachte Veränderungen der natürlichen Umwelt definiert werden. (Stettler 1997: 39)

Stettler (1997: 244) schätzt das Umweltbewusstsein der Schweizer Bevölkerung anhand von verschiedenen Untersuchungen als relativ hoch ein. Auch Fuhrer und Wölfling (1997: 25) schreiben der Bevölkerung der westlichen Industriestaaten ein hohes Ausmass an Umweltbewusstsein zu. Er hält aber gleichzeitig fest, dass dies noch kein Anlass zum Optimismus ist. Verschiedene empirische Untersuchungen zeigen, dass Umweltbewusstsein und Umweltwissen per se nicht zwingend zu einem umweltverantwortlichen Handeln führen. Anstelle entsprechender Veränderungen im Alltagsbereich dominieren Strategien der Verdrängung, der Verharmlosung und der Verzögerung, speziell wenn diese mit Kosten oder Unbequemlichkeiten verbunden sind (Fuhrer und Wölfling 1997: 25). Nach Grob (1991, zit. In: Stettler 1997: 245) haben im Zusammenhang mit Wissen, das vorhandene Umweltbewusstsein, persönlich-philosophische Werthaltungen und eine mögliche emotionale Betroffenheit den grössten Einfluss auf das Umweltverhalten.

Ein Hauptgrund für die Diskrepanz zwischen Umweltbewusstsein und Umwelthandeln ist sicherlich der Fakt, dass ausgehend von einer nach Nutzenmaximierung strebenden Gesellschaft, umweltverantwortliches Handeln oft als irrationales Handeln bezeichnet wird (Stettler 1997: 243). Dieses Problem wird auch als „soziales Dilemma“ oder wie in Kapitel 2.1.3 als „Allmendproblematik“ bezeichnet. Zusätzlich zum Hinderniss der Allmendproblematik unterscheidet Kaufmann-Hayoz (1998: 117-119) drei weitere Hindernisse, welche umweltverantwortliches Handeln bei landschaftsbezogenen Freizeitaktivitäten erschweren:

Freizeit gleich Freiheit

Freizeitaktivitäten finden, wie es das Wort an sich schon sagt, in der Freizeit statt und werden weitgehend als Gegensatz zum Alltag verstanden. Diese Zeit soll dann auch möglichst autonom gestaltet sein. Deshalb ist die Bereitschaft, einschränkende Regeln für eine Tätigkeit in der „freien“ Natur zu respektieren, gering.

Rechte der Tiere

Die Freiheit jedes Einzelnen findet ihre Begrenzung in der Freiheit der Anderen. Dies ist ein weitgehend anerkannter Grundsatz und dient als Basis für moralisches Handeln. Wer sagt uns allerdings, ob mit „Anderen“ nur Menschen, oder auch Tieren ein Recht auf Bedürfniserfüllung eingeräumt werden muss? Diese Annahme würde eine Einschränkung unserer Freiheit legitimieren.

Natur als Kulisse

Wie vorgehend bereits festgestellt wurde, dient die Natur und die Landschaft für viele moderne Freizeitaktivitäten, zumindest teilweise, als Kulisse für Erholung und Abenteuer. Tiere und Pflanzen sind Teil dieser Kulisse. Oftmals sind diese aber verborgen und bleiben unbemerkt. Deshalb muss ihre Beeinträchtigung meistens als unbeabsichtigte und unerkannte Handlungsfolge betrachtet werden. Handlungsziel des Aktiven ist die Ausübung seiner Freizeitaktivität und hat in diesem Sinne nichts mit den Tieren und Pflanzen zu tun. Faktenwissen über die Winternatur ist bei den meisten Akteuren nur beschränkt vorhanden. Eine Begegnung mit einem Wildtier wird während einer Abfahrt eher als Erfolg, denn als Konflikt wahrgenommen. Der Gedanke, dass Tier gestört zu haben dürfte in den wenigsten Fällen vorhanden sein.

2.3.2 Akteure und mögliche Strategien zur Konfliktlösung

Es bestehen Klassifizierungen von Massnahmen zur Konfliktlösung für Freizeitaktivitäten. Für diese Arbeit wurde die Aufschlüsselung von Lenkungsmassnahmen nach Lorch (1995: 124) verwendet. Lorch unterscheidet zwischen Apellstrategien, also Massnahmen der Information, Normstrategien, die auf Basis von Rechtsnormen durchgesetzt werden und infrastrukturelle Massnahmen.

Appellstrategie

Die Person wird per Information (Infobroschüre, Kursangebote, Vereinbarungen) auf die Thematik aufmerksam gemacht und zur Kooperation aufgefordert.

Normstrategie

Es handelt sich hierbei um Gesetzesmassnahmen, die keinen Diskussionspielraum offen lassen. Konkret fallen darunter Gebührenerhebungen, zeitliche und zonal variierende Verbote und Sperrungen sowie Führerplichten.

Infrastrukturelle Massnahmen

Der Aktive soll anhand von infrastrukturellen Massnahmen gelenkt werden, sei dies durch das Anbringen von Schildern im Gebiet, Errichtung von sanitären Anlagen oder durch verschiedene Strassen- und Wegbeschaffenheiten.

Winkelmann und Wilken (1998) teilen die Möglichkeiten, Störungen abzubauen, in drei Handlungsebenen auf: Aufklärung und Information, Planung und Angebotsgestaltung sowie rechtliche Regelung.

Desweiteren erstellte Wallentin (2001, zit. In: Radü 2004: 56) verschiedene Ebenen der Lenkungsmassnahmen. Nach Wallentin lässt sich die Besucherlenkung in zwei Grobrichtungen

unterteilen, welche wiederum konkreten Massnahmen unterliegen. Sie unterscheidet hauptsächlich zwischen „harten“ und „sanften“ Massnahmen.

Strasdas (1994: 63-68) definiert Lenkungsmassnahmen als Steuerelemente und teilt diese in drei Gruppen ein. Dabei richtet er sich gleichzeitig an drei verschiedene Adressaten. Die Ausübenden („Einflussnahme auf individuelles Verhalten“), die Anbieter von Freizeitgütern und -dienstleistungen („Einflussnahme auf die Wirtschaft“) und die diversen Planungsträger („Mitwirkende bei der räumlichen Planung auf der regionalen und kommunalen Ebene“). Als Steuerelemente sieht er „harte“ Steuerelemente (Errichtung und Betrieb von Anlagen usw.), „weiche“ Steuerelemente (Förderung der freiwilligen Selbststeuerung der Beteiligten) und „vermittelnde“ Steuerelemente (die räumliche Planung als vermittelndes Instrument zwischen gesetzlichen Regelungen und freiwilliger Selbststeuerung).

Umsetzung von Lenkungsmassnahmen

Als an der Umsetzung und Einhaltung beteiligter Akteure müssen hauptsächlich Behörden (Bund, Kantone, Gemeinden), der Sportler selbst, Tourismusanbieter, andere Nutzer (Forst, Jagd), Vertreter des Naturschutzes (WWF, ProNatura usw.) und allfällige Vereine genannt werden. Es hat sich herausgestellt, dass in der Praxis eine Kombination aller zur Verfügung stehender Instrumente am wirkungsvollsten ist. Diese erhöht die Flexibilität der Anwendungsmöglichkeiten, verstärkt die Akzeptanz bei den Betroffenen und erleichtert die Kontrolle der Einhaltung der Regelungen. Insgesamt resultiert dies in einer Effizienzsteigerung (Lorch 1995: 10).

Grundsätzlich sind vorwiegend kooperative Lösungen anzustreben, von Verboten und Geboten soll nur in zwingenden Fällen Gebrauch gemacht werden. Der Weg zu Lösungen per Vereinbarungen ist zwar länger, die so erzielten Lösungen werden aber mindestens genauso gut eingehalten wie Verbote. Lösungen zu erarbeiten erfordert vielfach Kompromissbereitschaft aller beteiligten Akteure und ihre Umsetzung hängt von den Möglichkeiten und dem Willen aller ab (Ingold 2005: 361). Ein Verfahren muss so gestaltet sein, dass die unterschiedlichen Ziele und Interessen aller Beteiligten dargelegt und ernst genommen werden. Die Rolle der Naturschutzfachleute darf nicht diejenige von Experten sein, deren Meinung von vornherein ein grösseres Gewicht zukommt, als der Meinung anderer Beteiligter. Sie sollen vielmehr als Advokaten der zu schonenden Natur und Landschaft auftreten und mit der Darlegung ihres Wissens über natürliche Zusammenhänge die Interessen der zu schonenden Umwelt vertreten (Kaufmann-Hayoz 1998: 120).

Lenkungsmassnahmen im Variantensnowboarden

Bezüglich des Variantensnowboardens existieren kaum spezifische Reglementierungen. Es gibt keinen Verband der Schweizer Freerider oder ähnliches. Somit existiert auch keine Kontrollinstanz. Der

Schweizer Alpen Club (SAC) hat die potenzielle Problematik des Tourenski und -snowboardens erkannt und teilweise schon Lösungen realisiert oder zumindest Regelungen und Verhaltensvorschläge²⁴ herausgegeben.

Tabelle 1 zeigt einen Überblick über die im Bereich Tourenski und -snowboard angewendeten Konfliktlösungsinstrumente.

Strategie	Massnahmen
Appellstrategie	<ul style="list-style-type: none"> - Anbringen von Informationstafeln in Skigebieten - Verteilen von Informationsbroschüren (z.B. "Naturverträgliche Wintertouren" (SAC)) - Kurse zu "umweltgerechtem Verhalten" (Projekt „PandAction Snowdays" (WWF)) - Aufklärungskampagnen in öffentlichen Medien - Erstellen neuer Ski- und Snowboardtourenkarten
Normstrategien	<ul style="list-style-type: none"> - Temporäre oder ganzjährige Sperrungen bestimmter Gebiete, Talbereiche oder einzelner Routen - Zonierung von Wild- und Waldschutzgebieten mit Androhung einer Busse bei Befahrung inkl. sporadischer Kontrollen bezüglich Einhaltung von Wild- und Waldschutzgebieten
Infrastrukturelle Massnahmen	<ul style="list-style-type: none"> - Kennzeichnung spezieller nicht präparierter Pisten für Freerider seitens der Pistenbetreiber

Tab. 1: Übersicht der im Tourenski und -snowboarden angewendeten Konfliktlösungsinstrumente nach Lorich (1995: 124) mit eigenen Ergänzungen.

Zurzeit ist eine schweizweite Sensibilisierungskampagne des SAC zusammen mit dem Bundesamt für Umwelt und weiteren wichtigen Partnern aus den Bereichen Tourismus/Outdoorsport, Behörden, Schutzorganisationen und Forschung in Planung. Ziel der Kampagne „RespektIERE deine Grenzen²⁵“ ist einerseits das Erreichen einer Verhaltensänderung der Natursportler und Vermittler, andererseits die Vereinheitlichung und Koordination der Botschaften und Handlungsempfehlungen. Dadurch soll eine Minimierung der Störungen von Wildtieren und die Beeinträchtigungen von Pflanzen in stöempfindlichen Zonen erzielt werden. Das Projekt verfolgt diese Ziele ebenfalls mit den drei oben genannten Strategien.

Die Finanzierung des Projekts ist gesichert. Ende April treffen sich alle Verantwortlichen zu einer Kick-off Sitzung. Ziel ist vorerst eine Abklärung, inwieweit die Kantone mit der Implementierung geeigneter Massnahmen fortgeschritten sind. Im Winter 2009/10 soll mit der Öffentlichkeitsarbeit (Information zur Thematik durch Broschüren, Vorträge, Radio, evtl. TV usw.) begonnen werden.

²⁴ Siehe Flyer „Naturverträgliche Wintertouren“ (http://www.sac-cas.ch/fileadmin/pdf/Umwelt/deutsch/Dd_221_Flyer_naturvertraegliche_Wintertouren.pdf).

²⁵ Für ausführliche Information wird auf die Homepage des Schweizerischen Alpen Clubs (SAC) verwiesen (www.sac-cas.ch).

2.4 Verhaltensbeeinflussung durch Vorbilder

Beim Menschen kann das Lernen auf verschiedene Art und Weisen erfolgen. Der heutige Stand der Lernpsychologie geht von folgenden vier Lernweisen aus: Reiz-Reaktions-Lernen, instrumentelles Lernen, Begriff und Wissen (kognitive Strukturen) und das Handeln/Problemlösen (Handlungskonzept), in welchem auch das für diese Arbeit verwendete Modelllernen eingebettet ist (Edelmann 2000). Die Forschungsfrage nach einer möglichen Verhaltensbeeinflussung durch Vorbilder wird anhand der Ausführungen von Bandura (1974: 7-61) zum „Lernen am Modell“ und mit Hilfe des „Elaboration Likelihood Models“ von Petty & Cacioppo (1986) analysiert. Natürlich würde eine eingängige Darstellung der verschiedenen Prozesse während dem Lernen den Rahmen dieser Arbeit bei weitem sprengen. Deshalb werden im Folgenden nur die zum Verständnis und zur Analyse der Forschungsfrage notwendigen Erkenntnisse der Lernpsychologie behandelt.

2.4.1 Lernen am Modell

Heutzutage geht man in der gängigen Forschung davon aus, dass menschliches Lernen – absichtlich oder unabsichtlich – weitgehend durch soziale Modelle vermittelt wird. So hat schon Reichard (1939, zit. in: Bandura 1974: 9) festgestellt, „dass in vielen Sprachen dasselbe Wort für ‚lehren‘ und ‚zeigen‘ steht“.

Das Modelllernen ist nach Bandura ein kognitiver Lernprozess, der vorliegt, wenn ein Individuum durch das Beobachten des Verhaltens (inkl. der darauf folgenden Konsequenzen) anderer Individuen neue Verhaltensweisen aneignet oder schon bestehende Verhaltensmuster weitgehend verändert. Dabei tritt der Lernende als Beobachter, der Beobachtete als Modell oder Leitbild auf. Nach Bandura soll der Ansatz des Modelllernens die oft schnelle und effiziente Übernahme von Verhaltensweisen erklären, wodurch der Mensch in der Lage ist, sich auch komplexe soziale Handlungen anzueignen. Das Modell, welches das Individuum beeinflusst, kann sowohl eine konkrete Person als auch ein Buch oder eine Person im Film oder auf Werbeplakaten sein. Prinzipiell wird der Betrachter eines Modells während dem Betrachten dazu angeregt, bestimmte Verhaltensweisen genauer zu hinterfragen. Dabei kann es zu drei verschiedenen Lerneffekten kommen:

- *Modellierender Effekt*

Dies ist die Bezeichnung für einen Lerneffekt, der durch die Beobachtung bestimmter Situationen erzielt wird. Dieser Effekt zeigt sich am deutlichsten, wenn Modelle Reaktionen vorführen, die der Beobachter noch nicht beherrscht. Diesem Modell zu Folge kann der Beobachter neu erlernte Verhaltensweisen quasi identisch reproduzieren.

- *Enthemmender/hemmender Effekt*
Diese zweite wichtige Funktion von Modellierungseinflüssen besteht darin, die Hemmung früher erlernter Reaktionen zu stärken oder zu schwächen, je nach dem ob eine Verhaltensweise des Modells zu positiven oder negativen Folgen führt.
- *Auslösungseffekt*
Hier werden bei der beobachtenden Person, durch das Verhalten anderer, bereits vorhanden Verhaltensweisen ausgelöst. So applaudieren Menschen z.B. wenn dies andere auch tun oder sie blicken nach oben, wenn sie bemerken, dass andere in den Himmel blicken.

Demnach kann das Beobachten eines Modells dazu führen, dass neue Verhaltensweisen erlernt werden können, dass die Hemmschwelle für bereits vorhandene Verhaltensweisen steigt oder sinkt oder dass ein bestehendes Verhalten ausgelöst wird.

Theorie des sozialen Lernens

Gemäss Bandura (1974: 23) kommt den Modellierungseinflüssen hauptsächlich eine informative Funktion zu. Der Beobachter nimmt primär symbolische Repräsentationen modellierter Ereignisse als eigentliche Reiz-Reaktions-Assoziationen auf. Die Modellierungsphänomene werden durch vier in Wechselwirkung stehende Subprozesse, welche wiederum in zwei Abschnitte des Modelllernens eingeteilt werden können, gesteuert:

Aneignungsphase:

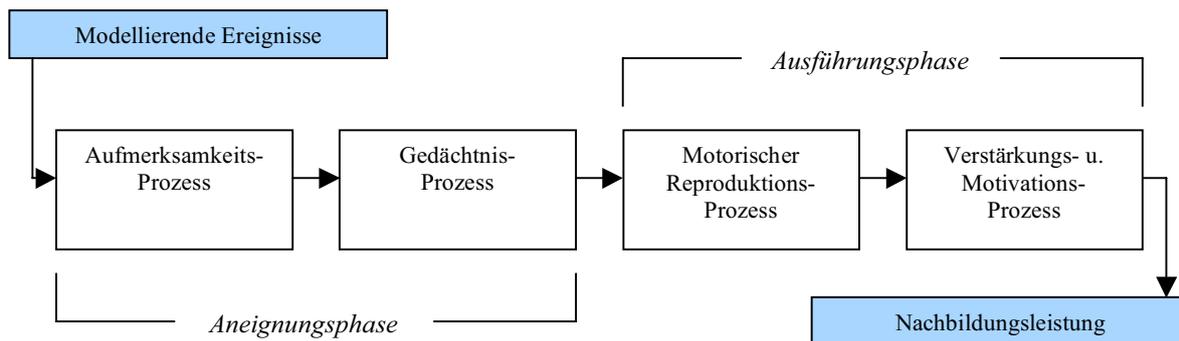
- *Aufmerksamkeitsprozesse*
Menschen, denen man modellierte Reaktionen vorführt, wenden diesen nicht automatisch ihre ungeteilte Aufmerksamkeit zu, um danach aus dem Gesamtkomplex der gebotenen Reize die relevantesten Ereignisse auszuwählen. Ohne differenzierte Beobachtung wird es dem Beobachter nicht gelingen, sich das Anpassungsverhalten anzueignen. Verschiedene, die Aufmerksamkeit bestimmende Variablen können einen Einfluss darauf haben, welche Modelle beobachtet und welche nicht beachtet werden. Dazu gehören der Anreiz, der im Lernen des modellierten Verhaltens liegt, die Motivation und die psychischen Eigenschaften des Beobachters, die Differenziertheit, die das Modell von Natur aus besitzt oder erworben hat, sowie seine Macht und Ausstrahlungskraft. Dabei beobachtet und lernt man am meisten Verhaltenstypen von Menschen, mit denen man häufig in Kontakt steht.
- *Gedächtnisprozesse*
Um beobachtete Verhalten reproduzieren zu können, muss ein Individuum die erworbenen modellierten Reaktionen in irgendeiner Form behalten können. Diese Reaktion muss im Hirn so

gespeichert werden, dass sie bei Bedarf, was oft erst lange nach dem Erlernen der Fall ist, schnell und problemlos abgerufen werden kann. Ein konkretes Verhalten kann hierbei auf zweierlei Art und Weise repräsentiert sein: als konkretes Bild der Situation oder sprachlich, als Sprachsymbol (verbale Kodierung). Untersuchungen haben gezeigt, dass das symbolische Beobachtungslernen zu signifikant mehr Nachbildungsreaktionen führt, als dies durch ausschliesslich visuelle Aufnahme der Fall ist. Dabei wird beispielsweise eine visuelle Information eines vom Modell beschrifteten Weges in eine Folge von Rechts-Links-Wendungen (RRLRR) kodiert. Eine weitere Möglichkeit gerade erworbene Verhaltensweisen zu stabilisieren, ist das mehrmalige Wiederholen.

Ausführungsphase:

- *Motorische Reproduktionsprozesse*
Um ein beobachtetes Verhalten konkret auszuführen, ist ein Umsetzen des Gespeicherten in angemessene Handlungen und Verhaltensweisen notwendig. Dazu müssen aus einer Vielzahl im Gedächtnis gespeicherter Kodierungen diejenigen ausgewählt und organisiert werden, die für die beabsichtigte Reaktion relevant sind. Nur selten lassen sich diese kognitiven Vorstellungen gleich beim ersten Mal korrekt umsetzen. Um Erfolg zu haben, muss der Beobachter seine motorischen Fähigkeiten zuerst üben, korrigieren und wiederholen. Während dem Üben und dem Korrigieren vergleicht der Lernende (Beobachter) fortdauernd die Ergebnisse seiner Handlungen und Verhaltensweisen mit den gespeicherten Kodierungen.
- *Verstärkungs- und Motivationsprozesse*
Ein bestimmtes, durch Beobachten erworbenes und behaltene Verhalten, wird nicht automatisch ausgeführt. Für ein sofortiges Umsetzen in konkretes Handeln bedarf es eines positiven Ansporns (Motivation). Ist dieser nicht vorhanden oder drohen Sanktionen, so wird ein Mensch das erlernte Verhalten nur schwerlich offen ausführen. Dieser Prozess ist somit eng mit der Aussicht auf Zustimmung verbunden. Es muss also ein Interesse für ein bestimmtes Modellverhalten vorhanden sein, damit es überhaupt übernommen wird. Weiter beeinflussen Verstärkungsvariablen durch selektive Bestimmung, welche Verhaltenstypen von Menschen überhaupt beobachtet werden, das Beobachtungslernen (Aneignungsphase) an sich.

Abb. 3: Prozesse und Phasen des Modell-Lernens nach Bandura (1974).



Damit ein Modelllernen überhaupt stattfindet, müssen bestimmte Bedingungen gegeben sein:

- *Ähnlichkeit zwischen Beobachter und Modell:*
Der Beobachter nimmt am Vorbild (Modell) ein Verhalten wahr, das er selbst umsetzen möchte.
- *Emotionale Beziehung zwischen Beobachter und Modell:*
Je intensiver die Beziehung, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit einer Verhaltensnachahmung.
- *Konsequenzen des Verhaltens:*
Wird vom Beobachter ein Erfolg hinter dem gesehenen Verhalten vermutet, ist die Wahrscheinlichkeit der Nachahmung grösser.
- *Stellvertretende Verstärkung:*
Sieht der Beobachter die Konsequenzen am Modell nach einem Verhalten, so wirkt sich dieses auf sein Handeln aus.
- *Sozialer Status des Modells:*
Personen, die einen höheren sozialen Status als der Beobachter haben werden eher nachgeahmt, als Personen mit gleichem oder niedrigerem Status.
- *Soziale Macht des Modells:*
Das Modell sollte Macht oder andere kontrollierende Merkmale auf den Beobachter ausüben können. Diese Machtposition äussert sich im Bewusstsein des Beobachters, dass das Modell belohnend oder bestrafend agieren kann. Untersuchungen haben gezeigt, dass Belohnung stärker wirkt als Bestrafung.

Zusammengefasst kann also gesagt werden, dass Bandura das soziale Lernen folgendermassen beschreibt: Eine Integration von Informationen über bestimmte Verhaltensweisen, welche durch Beobachtung erworben und in kognitive Repräsentationssysteme umgesetzt wurden, aus denen sie jederzeit rasch abgerufen werden können.

2.4.2 Elaboration Likelihood Model²⁶

Das „Elaboration Likelihood Model“ (ELM) beschreibt den Prozess möglicher Einstellungsänderungen durch Kommunikation und ist heutzutage das am meisten akzeptierte theoretische Modell auf dem Gebiet der Medienwirkungsforschung. Es versucht hauptsächlich den Prozess, der zu persuasiver Kommunikation führt und nicht dessen Ergebnis zu beschreiben. Im Kern geht es von zwei unterschiedlichen Arten der Verarbeitung einer persuasiven²⁷ Botschaft aus: einer zentralen Route, bei der eine eingehende Auseinandersetzung mit den Argumenten der Botschaft stattfindet (der Rezipient macht sich ein differenziertes Bild der Sachlage) und einer peripheren Route, bei der nur eine sehr oberflächliche Auseinandersetzung mit den Inhalten stattfindet (der Rezipient kommt durch äusserliche Merkmale zu seiner Meinung). Das ELM beschreibt aber nicht nur die beiden Routen der Verarbeitung von Botschaften, sondern auch die Voraussetzungen, die zum Beschreiten der jeweiligen Route gegeben sein müssen und welche Faktoren diese beeinflussen.

Zentrale Route der Verarbeitung persuasiver Botschaften

Unter der zentralen Route versteht das ELM die elaborierte, also differenzierte und ausgearbeitete Informationsverarbeitung. Der Rezipient setzt sich gründlich mit einer Information (z.B. Medienbotschaft) auseinander, prüft dabei alle enthaltenen Argumente und zieht daraus selbständig Schlussfolgerungen. Aus diesem Prozess resultiert ein differenziertes Bild von der Sachlage mit einer möglichen Einstellungsänderung seitens des Rezipienten. Sollte eine solche erfolgen, ist diese folglich nicht direkt durch die Medienbotschaft selbst entstanden, sondern viel mehr durch die gedankliche Auseinandersetzung mit ihr. Dazu muss der Rezipient ein hohes Mass an Eigenaktivität hervorbringen.

Eine Auseinandersetzung mit der Verwendung der zentralen Route muss allerdings nicht zwangsläufig objektiv geschehen. Eine voreingenommene Informationsverarbeitung lässt das ELM sehr wohl zu. Diese kann aber zu einer stark subjektiven Argumentation, in der Gegenargumente oft abgeschwächt oder umgedeutet werden, führen. Voreingenommene Informationsverarbeitung tritt meistens dann auf, wenn die betroffene Person zum diskutierten Thema bereits vor dem Kontakt mit der persuasiven Botschaft einen verhärteten Standpunkt einnimmt und nicht gewillt ist, diesen aufzugeben. Wird die zu beeinflussende Person vom Kommunizierenden in eine bestimmte Richtung gedrängt, ohne ihr eine eigene Wahl zuzugestehen, so führt dies oft zur automatischen Gegenargumentation.

Bei der zentralen Route der Verarbeitung persuasiver Botschaften ist es wichtig, dass überwiegend starke Argumenten zur Anwendung kommen. Werden um jeden Preis möglichst viele Argumente,

²⁶ Als Grundlage für diese Ausführungen zum ELM wurden die Online-Paper von J. Vidal (1998) der Universität von Texas und von S. Chaiken/Y. Trope (1999) verwendet.

²⁷ Persuasiv: überredend; zum Überzeugen, überreden geeignet (Dudenredaktion 2001).

unabhängig von deren Qualität, untergebracht, kann dies sogar kontraproduktiv sein. Die Überzeugungskraft einer Botschaft sinkt mit grosser Wahrscheinlichkeit. Ein intensives Auseinandersetzen mit schwachen Argumenten kann sogar zu einem sog. „Boomerangeffekt“ führen. Die zu beeinflussende Person reagiert dann mit einer der Botschaft stark entgegengesetzten Haltung.

Meinungen, die auf der zentralen Route, also durch intensive Auseinandersetzung mit einer Botschaft zustande gekommen sind, weisen grundsätzlich eine grössere Widerstandskraft gegenüber späterer Beeinflussungen auf, kommen jedoch deutlich langsamer zu Stande als Meinungsänderungen auf dem peripheren Weg.

Periphere Route der Verarbeitung persuasiver Botschaften

Hier findet keine elaborierte Verarbeitung der Botschaft statt, der Rezipient wertet lediglich äusserliche Reize (z.B. positive oder negative Konsequenzen) aus, die wenig bis gar nichts mit dem eigentlichen Thema zu tun haben. Führt die Botschaft z.B. zu einem angenehmen Gefühl oder zu einer Belohnung, so ist sie akzeptiert. Ist das Gegenteil der Fall wird die Botschaft, unbeachtet der vorhandenen Argumente, abgelehnt. Solche äusserlichen Reize sind ausreichend, um eine Meinungsänderung ohne aktives Denken über die Argumente der Botschaft, herbeizurufen. Dieser Weg kann ohne grosses Vorwissen über die thematisierte Botschaft und ohne grosse Anstrengung und Motivation beschritten werden. Bei der peripheren Route der Verarbeitung persuasiver Botschaften zählt die reine Anzahl der Reize, da keine genauere Auseinandersetzung mit den einzelnen Argumenten erfolgt. Dabei ist unwichtig, ob es sich um starke oder schwache Argumente handelt. Eine Einbeziehung von Gegenargumenten kann zudem der Gesamtwirkung eher abträglich sein. Demnach sollte eine grosse Masse die Botschaft unterstützender Reize verwendet werden, will man auf dem peripheren Weg eine Meinungsänderung hervorrufen. Da die eventuell daraus entstehende Meinungsänderung aber nicht auf wirklicher Auseinandersetzung basiert, ist sie gegenüber späteren Beeinflussungen wenig resistent.

Involvement²⁸

Der „Involvement-Begriff“ ist eines der zentralen Konzepte des Elaboration Likelihood Models. Es handelt sich dabei um ein Konzept und kein für sich alleine stehendes Modell, dass in der Kommunikationsforschung in verschiedene Modelle einbezogen wird, um unterschiedliche Informationsverarbeitungsprozesse beim Rezipienten auszdifferenzieren. Es gibt in der Wissenschaft verschiedene Definitionen für den Begriff Involvement. Die Forscher sind sich dabei nicht immer ganz einig. Das ELM verwendet grundsätzlich das Involvement als „Stimulus Salienc“, bei dem das Involvement als persönlich empfundene Wichtigkeit eines Objekts bzw. eines Sachverhalts interpretiert wird. Entscheidend ist nicht unbedingt, ob es allgemein wichtig ist, sondern ob es

²⁸ Involvement soll auf Deutsch als Beteiligung oder Eingebundenheit verstanden werden (<http://www.dict.leo.org>).

persönlich als wichtig empfunden wird. Es wird zwischen hohem und niedrigem Involvement unterschieden:

Niedrige Eingebundenheit (low involvement):

Hier neigt der Rezipient zu einer eher moderaten Haltung gegenüber der Botschaft und wird sich kaum die Mühe machen, in einem zeitaufwendigen Prozess Argumente gegeneinander abzuwägen. Die eigentliche Qualität des Sachverhaltes spielt eine untergeordnete Rolle. Eine Meinungsänderung vollzieht sich aufgrund der Haltung des Empfängers gegenüber der Quelle von der die Botschaft kommt (Sympathie gegenüber der Quelle, Vertrauen in ihre Glaubwürdigkeit, Respekt vor ihrem Ansehen usw.)²⁹.

Hohe Eingebundenheit (high involvement)

Bei hohem Involvement – die empfangene Botschaft hat persönliche Relevanz – neigen Personen zu einer intensiven Auseinandersetzung mit den Sachverhalten und vertreten eher eine extreme Einstellung. Der Rezipient ist stärker damit beschäftigt, seine Position zu vertreten, als einen guten Eindruck von sich zu hinterlassen. Das Verteidigen seiner Position verlangt selbstverständlich eine gewisse Denkleistung. In Fällen von hohem Involvement werden Meinungsänderungen durch die für den vermittelten Sachverhalt relevanten Argumente herbeigeführt. Dabei ist die Quelle von der die Botschaft stammt weniger wichtig.

Sachverhalte, die eine hohe Einbindung des Rezipienten mit sich bringen und eine gleichzeitig intensive Auseinandersetzung mit den Argumenten verlangen, haben tendenziell öfter eine ablehnende Bewertung zur Folge (Sherif et al. 1965). Ebenfalls wurden Beweise dafür gefunden, dass wenn alle Argumente als ebenbürtig bewertet werden, Personen zur Einnahme einer der Botschaft entgegen gestellten Haltung neigen (Petty & Cacioppo 1979, zit. in: Vidal 1998). Nach Craik & Lochart (1972, zit. in: Vidal 1998) ist die Tatsache, dass eine die Botschaft befürwortende Position wesentlich mehr Denkleistung benötigt, da im Falle einer Meinungsänderung die Konsequenzen höher sind als bei einer Ablehnung, ein mögliche Erklärung für dieses Phänomen. Eine andere weitgehend akzeptierte Theorie ist die von Krugmann (1965, zit. in: Vidal 1998). Er hält fest, dass eine Erhöhung des Involvements nicht unbedingt die Resistenz gegenüber Persuasion (Meinungsänderung) fördert, jedoch eine Verschiebung der Sequenz der Kommunikationsauswirkung provoziert. Demnach ist in einer Situation mit hohem Involvement folgende Sequenz zu beobachten: Kognition, Meinungsbildung und Verhalten, währenddem in einer Situation mit tiefem Involvement das Verhalten vor der eigentlichen Einstellung geändert wird.

²⁹ Beweise anhand von Studien sind in S. Chaiken (1980) zu finden.

Voraussetzungen zum Elaborieren

Um sich auf der zentralen Route mit einem Thema beschäftigen zu können, müssen nebst der notwendigen Motivation auch die persönlichen Fähigkeiten dazu vorhanden sein.

Die Motivation wird massgeblich vom oben erläuterten Involvement bestimmt, insbesondere durch die persönliche Relevanz des Sachverhaltes. Diese Relevanz kann durch äussere Reize verstärkt werden. So werden Rezipienten oft in der zweiten Person („Du“), also direkt angesprochen. In der Werbung versucht man, die Auseinandersetzung mit den Werbebotschaften durch das Herstellen von Bezügen zum Rezipienten zu fördern. Ausserdem steigt die Motivation sich ein elaboriertes Urteil einer Botschaft zu bilden, wenn die Anzahl der Quellen, die selbiges Thema ansprechen, hoch ist (Littlejohn 2002). Die Motivation sich elaboriert ein Urteil über etwas zu bilden sinkt, wenn man selbst oder die Gruppe der man angehört direkt betroffen ist.

Egal wie hoch die jeweilige Motivation, sich mit einem Sachverhalt intensiv auseinander zu setzen ist, ohne das Vorhandensein der nötigen persönlichen kognitiven Fähigkeiten wird es zu keiner Elaboration kommen. Folgende, in Tabelle 2 zusammengefassten Faktoren beeinflussen die Fähigkeit zu Elaborieren: die Botschaftswiederholung (Petty & Cacioppo 1979, zit. in: Vidal 1998), das Aufmerksamkeits- oder Ablenkungspotential einer Person (Petty und Brock 1976, zit. in: Vidal 1998), die Art und Weise wie die Botschaft übermittelt wird (schriftlich, auditiv) (Wright 1981, zit. in: Vidal 1998) und die Stimmung des Rezipienten. Je nach gewählter Route üben sie einen positiven oder negativen Einfluss aus.

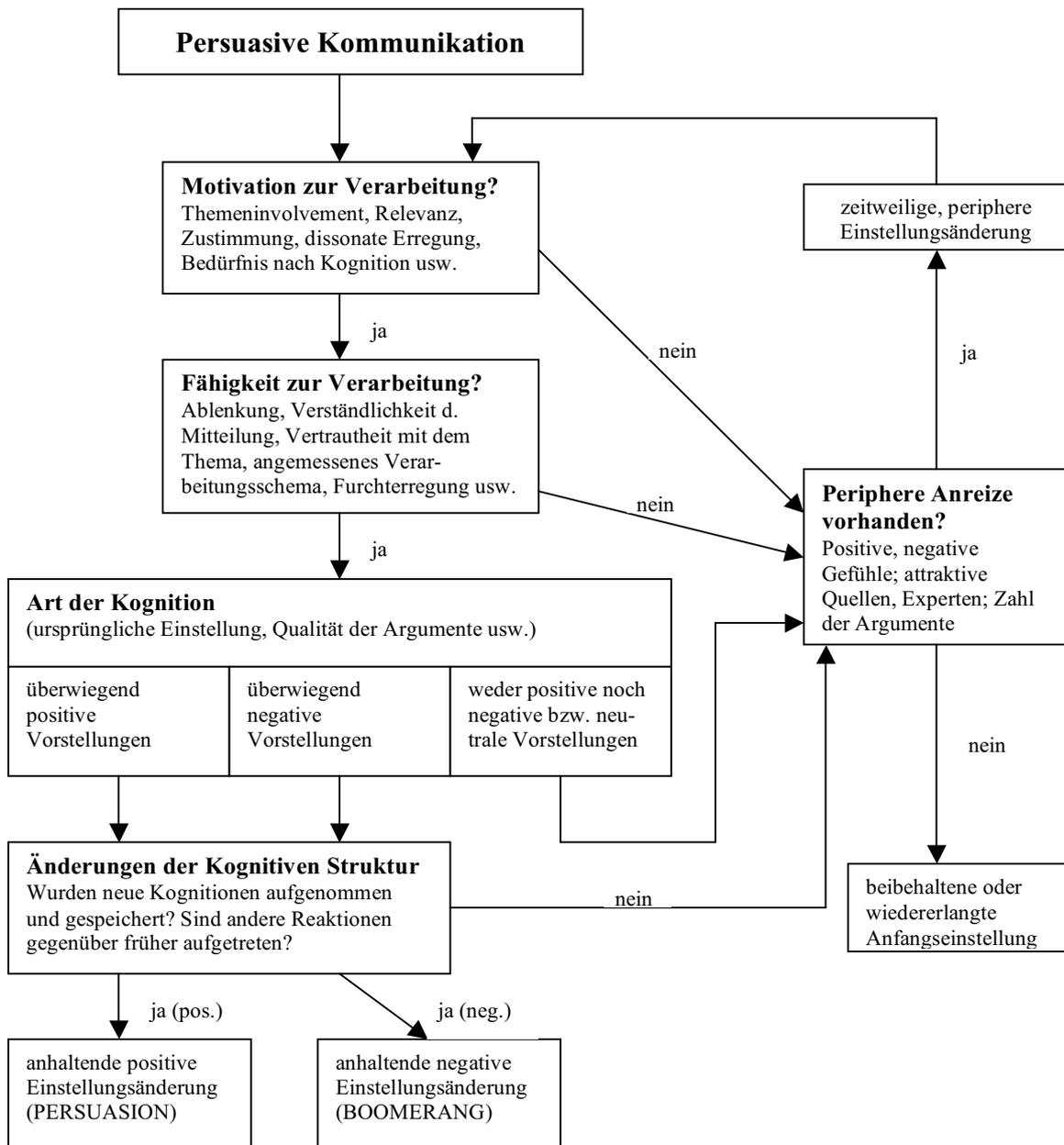
Faktor	zentrale Route	periphere Route
Ablenkung	-	+
gute Stimmung	-	+
schlechte Stimmung	+	-
Botschaftswiederholung	+	+
Need for Cognitioin	+	-
Persönliche Relevanz	+	-

Tab. 2: Faktoren mit positivem oder negativem Einfluss auf die Informationsverarbeitung.

Zusammengefasst lässt sich sagen, dass auf der zentralen Route der Verarbeitung einer persuasiven Botschaft eine mögliche Einstellungs- und Verhaltensänderung durch intensives Nachdenken und Abwägen der einzelnen Argumente erfolgt. Bei der peripheren Route findet dieser Prozess des Nachdenkens und Abwägens nicht statt. Einstellung und Verhalten werden durch oberflächliche Hinweise geformt. Nachfolgende von Petty & Cacioppo (1981) übernommene Abbildung 4 stellt die gerade erläuterten Wege des Elaboration Likelihood Models graphisch dar. Die linke Spalte steht für die zentrale Route, die rechte für die periphere. Klar ersichtlich ist, dass nur wenn die Motivation und die Fähigkeit zur Verarbeitung vorhanden ist, die Botschaft entweder überwiegen positive oder negative Kognitionen hervorrufen kann. Nur wenn diese Kognitionen in die persönliche Denkstruktur

integriert werden, ist eine dauerhafte Einstellungsänderung möglich. Ansonsten ist bestenfalls eine kurzfristige Meinungsänderung auf der peripheren Route möglich.

Abb. 4: Das Elaboration Likelihood Model (ELM) von Petty & Cacioppo (1981) visualisiert.



Praktische Anwendung des Modells³⁰

Bei einer Anwendung des Elaboration Likelihood Models in der Realität muss ein Schlüsselfaktor zwangsläufig beachtet werden: Die zentralen, den Erfolg einer persuasiven Botschaft beeinflussenden Faktoren variieren von Person zu Person und von Situation zu Situation. Ein einheitlicher Weg der Kommunikation einer Botschaft mit dem Ziel einer Meinungs- und Verhaltensänderung möglichst vieler Rezipienten ist somit nicht realistisch. Ebenfalls wird eine strikte Trennung der beiden Routen oft kritisiert (Stiff 1986, zit. in: Erwin 2001). Begründung dafür ist der Fakt, dass in der Realität oft beide Formen gleichzeitig eingeschlagen werden oder sich zumindest regelmässig abwechseln. Eine „mittlere Route“ der Verarbeitung von persuasiven Botschaften kommt also zur Anwendung.

Die zentrale Route des ELMs ist sehr schwierig in reale Situationen umzusetzen. Es hat sich gezeigt, dass die beiden Elemente, die für die zentrale Route nötig sind (Motivation und Fähigkeit), ausserhalb des experimentellen Umfelds sehr schwierig zu realisieren sind. Erstens ist es nicht immer einfach, Menschen zum aufmerksamen und ausdauernden Zuhören zu motivieren, womöglich erst recht nicht, wenn die Botschaft wie bei dieser Arbeit für die Snowboarder einen eventuellen persönlichen Verlust von Freiheiten und Aktivitäten zur Folge hat. Zweitens gestaltet es sich als schwierig, eine hoch persuasive Botschaft zu konstruieren, die gleichzeitig auch noch leicht zu verstehen ist.

Der periphere Weg hingegen ist einfach zu realisieren. Menschen mit Sachverhalten zu konfrontieren, die neu für sie sind hat oft einen fesselnden Effekt. Das Problem hier ist allerdings, dass, wenn eine Person bereits gut über das angesprochene Thema informiert ist, sie sich wohl kaum auf die peripheren Hinweise einlassen wird. Zudem hat der periphere Weg, wie schon weiter oben besprochen, kaum lang andauernde Meinungsänderungen zur Folge. Oft bestehen die neu erlangten Meinungen nur so lange, als dass die persuasiven Hinweise in den Köpfen präsent sind und hervorstechen.

³⁰ Nach Vidal (1998).

2.5 Hypothesenbildung

Aufgrund der Ausführungen in den Kapiteln zu Grundlagen und Theorien und den in der Einleitung formulierten Fragestellungen lassen sich nun Hypothesen für die empirische Überprüfung ableiten. Zunächst wird eine allgemeine Hypothese formuliert und kurz erklärt, wie sie überprüft werden soll.

Die theoretischen Ausführungen zu den Motivationen im freien Gelände ausserhalb der Pisten zu fahren haben gezeigt, dass diese sehr unterschiedlich sein können. Für die Einen nimmt das Naturerlebnis einen höheren Stellenwert ein, als die Tätigkeit „Snowboarden“ an sich. Andere wiederum benutzen die Natur lediglich als Kulisse und die Leistung oder die sozialen Aspekte stehen im Vordergrund. Die Literatur ist sich nicht einig, welchen Stellenwert die Natur und Landschaft in der Snowboard-Welt einnimmt. Neuere Erkenntnisse räumen der Natur und der Landschaft unter Outdoor-Sportlern allgemein einen hohen Stellenwert ein, ältere Theorien verweisen mehrheitlich auf die Kulissenfunktion. Zur Forschungsfrage betreffend der Natur und Landschaft als Motivationsfaktor für Profi- und Intensiv-Snowboarder lässt sich folgende Hypothese aufstellen:

H1_A: Natur hat bezüglich Motivation der Profi- und Intensiv-Snowboarder einen höheren Stellenwert als sozial- bzw. leistungsorientierte Aspekte.

Mit Fragen zur typenspezifischen Motivation die zum Fahren abseits von Pisten veranlassen, soll diese Hypothese überprüft werden. Dies geschieht mit der Falsifizierung der entsprechenden Nullhypothese H1₀.

Die zweite Hypothese soll den Einfluss des Wissens auf das Verhalten der Snowboarder während der Aktivitätsausübung abklären. Anhand der Literatur wurde festgestellt, dass allgemein eine Diskrepanz zwischen Umweltwissen und dem Umweltverhalten besteht. In Bezug auf Wintersportler (Schneeschuhläufer, Variantenfahrer) ist allerdings ein positiver Zusammenhang zwischen Wissen und konkretes Verhalten gegenüber der Winternatur festgestellt worden. Für Profi- und Intensiv-Snowboarder soll diesbezüglich die Analyse folgender Hypothese Klärung schaffen.

H2_A: Profi- und Intensiv-Snowboarder, die über ein grösseres Wissen über mögliche Folgeschäden verfügen, verhalten sich umweltschonender.

Die Hypothese soll mit Fragen zum Verhalten gegenüber Absperrungen und zum vorhandenen Faktenwissen über die Winternatur überprüft werden können. Dies geschieht mit der Falsifizierung der entsprechenden Nullhypothese H2₀.

3 Methoden

Das Kapitel dient hauptsächlich der Beschreibung des Datenerhebungsvorgangs. Zuerst wird die Wahl der Methode begründet. Danach wird das konkrete Vorgehen bei der Operationalisierung erläutert. Ebenfalls werden der Fragebogaufbau, die Stichprobenauswahl sowie die eigentliche Datenerhebung erläutert.

3.1 Wahl der Methode³¹

Vor der eigentlichen Erhebung der Daten (deduktive Phase) fand eine induktive Phase statt.

Induktive Phase

Ziel dieser Forschungsphase war die Erweiterung meiner Sichtweise, also das Überprüfen und allfällige Ergänzen meiner Annahmen und Fragen hinsichtlich der Items des quantitativen Fragebogens. Dazu wurden fünf qualitative Interviews mit Individuen, die sich in ihren Ansichten bezüglich des Forschungsgegenstandes möglichst unterschieden, durchgeführt (Theoretical Sampling). Die Interviews basieren auf den Grundprinzipien der grösstmöglichen Offenheit und Flexibilität: Jede neue Information zum Untersuchungsgegenstand ist erwünscht und darf die Art und Ausrichtung der weiteren Erhebung beeinflussen. Als Interview-Technik wurde das problemzentrierte Leitfaden-Interview³² ausgewählt (Witzel, 1985), da es eine grösstmögliche Offenheit bei gleichzeitiger Strukturiertheit ermöglicht. Das Interview besteht aus folgenden drei Phasen (Flick, 2006): Gesprächseinstieg (Problemzentrierung), allgemeine Sondierung und spezifische Sondierung (Konkretisierung). Unklarheiten sollen durch Nachfragen (Ad-hoc-Fragen) bereinigt werden. Festgehalten werden die neuen Erkenntnisse durch Feldnotizen. Die Auswertung erfolgt möglichst einfach und ohne Kodierungs- oder Kategorisierungsmethoden wie sie sonst üblicherweise angewendet werden.

³¹ Die folgenden Ausführungen beruhen im Wesentlichen auf Atteslander (2000: 114ff).

³² Im Anhang zu finden.

Deduktive Phase

Diese Phase diente der Beantwortung der Fragestellung und bestand aus einer quantitativen Befragung der Profi- und Intensiv-Snowboarder mittels eines schriftlichen, stark strukturierten und standardisierten Fragebogens, wie er bei Atteslander (2003) charakterisiert wird. Als Vorzüge der schriftlichen Befragung sind folgende Punkte zu nennen:

- individuelles Tempo zur Beantwortung
- Raum-, Zeit- und Situationsunabhängigkeit
- viele Individuen können gleichzeitig befragt werden
- relativ kostengünstig

Als Probleme der schriftlichen Befragung gilt zu erwähnen, dass:

- bei Verständnisfrage keine direkte Erklärung zur Seite steht
- kein persönlicher Kontakt aufgebaut werden kann
- deshalb eine geringere Rücklaufquote zu verzeichnen ist
- das Verzerrungsrisiko besteht: nur wenn Interesse vorhanden ist, wird ein Fragebogen ausgefüllt

Die Fragen basierten auf den verschiedenen theoretischen Ansätzen und auf den aus der induktiven Phase gewonnen Erkenntnissen. Die theoretischen Begriffe der Fragestellungen mussten mit der Erstellung konkreter Merkmale und Indikatoren zu Fragebogen-Items operationalisiert werden.

Atteslander (2003) unterscheidet zwischen „geschlossenen“, „halboffenen“ und „offenen“ Fragen sowie „Filterfragen“. In dieser Studie kamen der Klarheit wegen fast ausschliesslich geschlossene Fragen zur Anwendung. Sie weisen folgende Vorzüge auf: gute Vergleichbarkeit der Antworten, hohe Auswertungsobjektivität, geringer Zeitaufwand für den Befragten, leichte Beantwortung und geringer Aufwand bei der Auswertung. Nachteilig war sicher, dass die Antworten nur im vorgegebenen Rahmen beantwortet werden konnten und wenig Freiraum liessen. Bei der Fragestellung war auf eine möglichst kurze und präzise Formulierung der Fragen, sowie auf die Verwendung von klar definierbaren Begriffen zu achten.

Das Instrument wurde vor der eigentlichen Hauptbefragung an ca. 20 Snowboardern einem sog. Pretest unterzogen. Die Fragen sind so auf Unklarheiten in der Frageformulierung überprüft worden.

3.2 Operationalisierung der Hypothesen und Forschungsfragen

Gestützt auf die theoretischen Ausführungen im Theorien- und Grundlagenteil werden nachfolgend die zur Erhebung und Falsifizierung, respektive Beantwortung der Hypothesen und Forschungsfragen verwendeten Indikatoren dargelegt.

3.2.1 Motivation der Profi- und Intensiv-Snowboarder

Bereits vorhandene Studien zur Typisierung von Sportlern wie etwa die von Wessely und Schneeberger (1999) oder Rheinberg (1993) ermöglichten es, geeignete Indikatoren zu den drei interessierenden Motivationskomponenten zu bilden. Den drei Komponenten kamen jeweils vier entsprechende Motive zu teil, die im Fragebogen von den Akteuren nach ihrer Wichtigkeit bewertet werden sollten. Es sind dies:

Motivationsaspekte der Naturkomponente

- Gefühl der Freiheit
- Naturerlebnis in einer unberührten Landschaft
- Schöne Landschaft
- Ruhe und Erholung vom Alltag

Motivationsaspekte der Leistungskomponente

- Natürliche Begebenheiten bezwingen/Herausforderung
- Risikofaktor/Kick
- Suche nach anspruchsvollerem Gelände als Pisten
- Erfolgreiches Befahren möglichst vieler Varianten

Motivationsaspekte des sozialen Wohlbefindens

- Wohlfühlen unter Gleichgesinnten
- Kollegialität und gegenseitige Unterstützung
- Gemeinsames Freerideerlebnis mit Freunden
- Anerkennung in der Snowboardszene

Die Wichtigkeit der einzelnen Motivationsaspekte bestimmte schliesslich den Stellenwert der Gesamtkomponente für den Snowboarder. Die Frage nach der Wichtigkeit der verschiedenen Motivationsaspekte (siehe Frage 9 im Fragebogen) war für die Antwort der ersten Hypothese wichtig.

3.2.2 Snowboardspezifische Lenkungsmassnahmen

Die theoretischen Ausführungen in Kapitel 2.3.2 erlaubten es, folgende Indikatoren zur Frage nach der Einstellung der Snowboarder (Frage 26 im Fragebogen) gegenüber konkreten Massnahmen aufzustellen:

Appellstrategien

- Verteilen von Informationsbroschüren
- Informationstafeln in Skigebieten
- Kurse

Normstrategien

- Sperren von Wildschutzgebieten
- Temporäre Sperrungen von stark befahrenen Gebieten
- Einführung von speziellen Benutzungsgebühren für Gebiete abseits der Pisten
- Bussen
- Kontrollen
- Tageskartenentzug bei Missachtung der verbotenen Wildschutzzonen

Infrastrukturelle Massnahmen

- Ausschildern von erlaubten Varianten

3.3 Vorgehen Datenerhebung

Stichprobenauswahl und Organisation der Befragung

Aufgrund des geringen Organisationsgrades der Snowboarder stellte sich eine quantitative Erfassung der Grundgesamtheit der Profi- und Intensiv-Snowboarder als unmöglich heraus. Die Grundgesamtheit der Profi- und Intensiv-Snowboarder beläuft sich nach Schätzungen der Zeitschrift Sport & Mode auf ca. 160'000 Personen für das Jahr 2005. Diese Zahl dürfte sich bis heute nicht wesentlich verändert haben.

Mit Hilfe verschiedener am Snowboard-Sport beteiligter Vereine, Firmen und Magazine (Snowboard-Abteilung der FIS, SSBS, Swiss Snowsports, diverse Vertriebe, Whiteout-Snowboard-Magazin, private Adressbank) konnten 1000 Email-Adressen von deutschsprachigen Profi- und Intensiv-Snowboarder generiert werden. Darunter fielen auch vereinzelt Snowboarder, die in italienisch oder französisch sprechenden Gebieten der Schweiz heimisch sind, jedoch die deutsche Sprache beherrschen. Die Befragung wurde anfangs Winter 2007/08 mittels eines Online-

Befragungstools³³, durch welches die Adressenten ein Mail mit einem digitalen Link zugeschickt bekamen, durchgeführt. Dem ersten Mail folgte nach Ablauf der zweiwöchigen Frist ein zweites Mail mit einer Erinnerung an die Befragung.

3.4 Fragebogenaufbau

Der Fragebogen gliedert sich grob in sechs Teile:

1. Aufwärmfragen und Erfassung der Snowboarddimensionen
2. Motivationsaspekte inkl. Items aus dem WSL Projekt „Freizeitaktivitäten wegen und gegen Natur und Landschaft“ zu Einstellungen gegenüber Natur und Landschaft
3. Fragen zum Wissen über die Natur
4. Frageblock zur Einstellung, Akzeptanz und Verantwortlichkeit gegenüber Massnahmen im Bereich des Fahrens abseits der Pisten
5. Abklärung betreffend einer möglichen Beeinflussung durch Vorbildrollen
6. Persönliche Angaben

Der Fragebogen (siehe Anhang) umfasst insgesamt 45 Fragen, wovon 11 „offene“ Fragen darstellen und 34 dem „geschlossenen“ Fragetyp entsprachen. Die Fragen 7, 38 und 41 beinhalteten neben den bereits vorgegebenen Antworten eine Kategorie „sonstiges“.

Atteslander (2000: 159-161) unterscheidet drei Typen von „geschlossenen“ Fragen:

- *Selektionstyp*: Aus mehreren Antwortmöglichkeiten muss eine Auswahl getroffen werden. Es wird zusätzlich zwischen Mehrfachauswahl-Fragen und Alternativ-Fragen, bei denen nur zwei Antworten möglich sind, unterschieden. Fragen vom Selektionstyp liefern in der Regel kategoriale Daten.
- *Ja-Nein-Typ*: Diese Fragen können mit ja oder nein beantwortet werden. Sie liefern binäre bzw. dichotome Daten.
- *Skala-Fragetyp*: Hier werden Werte, Meinungen, Gefühle oder Handlungen bezüglich ihrer Intensität gemessen. Der Grad der Zustimmung oder Einschätzung wird in einer Skala eingeordnet. Dieser Typ ist sehr beliebt, da er ordinale bzw. quasi-metrische Daten liefert.

Innerhalb des Fragetyps „geschlossene“ Fragen gehörten 14 der *Skala-Frage* an, 13 konnten dem *Selektionstyp* zugeordnet werden und sieben waren vom *Ja-Nein-Typ*.

³³ www.polliscope.de

Der Fragebogen wurde als Direktlink in einem Mail verschickt. Im Mail wurde zuerst erklärt, worum es in der Befragung geht und wer daran beteiligt war. Mit einem persönlichen Appell zur Mithilfe und dem Hinweis auf einen Wettbewerb mit attraktiven Preisen sollte die Bereitschaft zum Ausfüllen zusätzlich gesteigert werden.

Der Fragebogen begann nach den allgemeinen Hinweisen zum Ausfüllen mit einer Frage bezüglich des Wettbewerbs, gefolgt von zwei leicht zu beantwortenden Aufwärmfragen. Frage 4 sollte die genauere Art der Aktivität ergründen, obschon sich beide Typen (Freeride/Freestyle) Snowboarder abseits der Pisten bewegen. Spezialisierte Freerider tun dies sehr wahrscheinlich mit mehr Vorbereitung und einem besseren Equipment als Freestyle orientierte Snowboarder. Die Fragen 5, 6, 7 und 8 erfassten die regionale Dimension, den Materialbesitz, welcher Rückschlüsse meinerseits auf die Intensität des Fahrens abseits der Pisten erlaubte, den Organisationsgrad und die persönlichen Angaben des Akteurs zur Intensität. Die Frage 9 und 11 klärten die verschiedenen Motivationsaspekte, zusammengefasst in Natur-, Bewegungs-/ Leistungs- und Sozialkomponente (Wessely und Schneeberger 1999) ab. Frage 10 erfasste die Gefühle beim Fahren abseits von Pisten. Zur Abklärung des Potentials des Indoor-Snowboardens dienten die Fragen 12 und 13. Die Fragen 14 und 15 sind aus dem WSL-Projekt „Freizeitaktivitäten wegen und gegen Natur und Landschaft“ von Christina Zeidenitz (2005). Mit ihnen sollte herausgefunden werden, wie wichtig ausgewählte Aspekte der Natur bzw. der Landschaft für die Profi- und Intensiv-Snowboarder sind. Die Frage 16 verlangte eine Selbsteinschätzung des Wissens über die Fauna und Flora in Bergregionen, welche anhand der Fragen 17 bis 20 und 22 zum Faktenwissen geprüft wurde. Frage 21 war eine Selbsteinschätzung des Störpotentials, welches vom Fahren abseits der Pisten ausgeht. Fragen 23 und 24 klärten die Wichtigkeit des Snowboardens für Profi- und Intensiv-Snowboarder in unberührten Gebieten ab. Die Fragen 25 bis 30 waren der Einstellung, Akzeptanz und dem Verhalten gegenüber Lenkungsmassnahmen und deren Durchsetzung gewidmet. Die Analyse dieser Fragen sollte es ermöglichen, Vorschläge bezüglich von den Snowboardern akzeptierten Lenkungsmassnahmen zu machen. Frage 31 war die Einstiegsfrage zum Block der Verhaltensbeeinflussung mittels Vorbildrollen und erfasste die generelle Bereitschaft, eine Vorbildrolle zu übernehmen. Frage 32 erhob die Bereitwilligkeit, sich auch an diese vermittelten Verhaltensweise zu halten, während dem Frage 33 abklärte, wie hoch die Akzeptanz, den jeweiligen Namen für allfällige Aktionen öffentlich verwenden zu dürfen, eingeschätzt werden kann. Mit den Fragen 36 und 37 sollte die persönliche Einstellung gegenüber spezifischen Massnahmen zur Beeinflussung der Verhaltensweisen von Profi- und Intensiv-Snowboardern mittels Vorbildrollen erhoben werden. Selbiges wurde mit den Fragen 39 und 40 bezweckt, nur mussten diese beiden Fragen aus einer Expertenansicht heraus beantwortet werden. Frage 38 wollte klarstellen, welche Instanzen aus Sicht der Profi- und Intensiv-Snowboarder für ein umweltverträglicheres Snowboarden zuständig sind. Am Schluss des Fragebogens wurden noch einige Fragen zur Person gestellt (Fragen 41 bis 44).

Die nachfolgende Tabelle 3 vermittelt einen Überblick über die zuvor gemachten Ausführungen:

Teil	Nr.	Art der Frage
Teil 1	1	Wettbewerb
	2	Aufwärmfrage
	3	Aufwärmfrage
	4	Art der Aktivität
	5	Region in der die Aktivität ausgeführt wird
	6	Materialbesitz
	7	Organisationsgrad
	8	Quantifizierung Offpiste Fahren nach Stunden und Tageszeiten
Teil 2	9	Idealtypenbedingte Motivationsaspekte des Snowboardens abseits der Pisten
	10	Gefühlsauslösung der Aktivität
	11	Motivationsaspekte aufgeschlüsselt nach den spezifischen Möglichkeiten auf dem Berg
	12	Abklärung des Potentials des Indoor-Snowboardens
	13	Abklärung des Potentials des Indoor-Snowboardens
	14	Items zu Einstellungen gegenüber Natur, in Übereinstimmung mit den Items aus dem WSL-Projekt „Freizeitaktivitäten wegen und gegen Natur und Landschaft“
	15	Items zu Einstellungen gegenüber Landschaft, in Übereinstimmung mit den Items aus dem WSL-Projekt „Freizeitaktivitäten wegen und gegen Natur und Landschaft“
Teil 3	16	Selbsteinschätzung zum Faktenwissen
	17	Wissensfrage
	18	Wissensfrage
	19	Wissensfrage
	20	Wissensfrage
	21	Frage nach Störpotential
	22	Wissensfrage
Teil 4	23	Frage nach persönlichem Stellenwert der „eigenen Spur“
	24	Frage nach Bereitschaft auf Verzicht des Fahrens abseits der Pisten
	25	Generelle Einstellung gegenüber Lenkungsmassnahmen
	26	Akzeptanz von spezifischen Massnahmen
	27	Frage nach weiteren Massnahmen bezüglich Frage 26
	28	Verhalten gegenüber Absperrungen
	29	Eigener Beitrag zu umweltverträglichem Snowboarden
	30	Frage nach weiteren Massnahmen bezüglich Frage 29
Teil 5	31	Generelle Bereitschaft zur Übernahme einer Vorbildrolle
	32	Generelle Bereitschaft zu allgemeinem vorbildlichem Verhalten
	33	Generelle Bereitschaft seinen Namen als Vorbild einzusetzen
	34	Informationsverhalten
	35	Informationsverhalten
	36	Einstellung zu spezifischen Massnahmen der Beeinflussung mittels Vorbildrollen
	37	Frage nach anderen Möglichkeiten bezüglich Frage 36
	38	Verantwortlichkeit
	39	Frage nach Möglichkeiten einer Verhaltensbeeinflussung (Expertenansicht)
	40	Frage nach weiteren Möglichkeiten bezüglich Frage 39
Teil 6	41 bis 44	Persönliche Angaben

Tab. 3: Verwendungszweck der Daten nach Fragen.

4 Ergebnisse und Überprüfung der Hypothesen

Zu Beginn der Datenauswertung steht eine allgemeine Beschreibung der Stichprobe, worin der Rücklauf des Fragebogens und die statistischen Angaben zu Person und Snowboarddimensionen erläutert werden. Darauf folgt eine deskriptive Auswertung der Fragen 3 und 4 zur Bereitschaft einer landschaftsverträglichen Ausübung des Sportes, zu möglichen Lenkungsstrategien sowie der Bereitschaft zur Übernahme einer Vorbildrolle. Am Schluss dieses empirischen Auswertungskapitels steht eine analytische Überprüfung der aufgestellten Hypothesen.

4.1 Beschreibung der Stichprobe

Von den 1000 verschickten Mails mit dem Link zum Online-Fragebogen wurden 195 beantwortet. Dies entspricht einer Rücklaufquote von 19.5 %, welche somit als eher gering eingestuft werden muss. Grund dafür ist sicher die Tatsache, dass die Fragebögen nur mit dem Absender „Zentrum für Entwicklung und Umwelt der Universität Bern (CDE) und Forschungsinstitut für Wald Schnee und Landschaft (WSL)“ verschickt wurden, und nicht mit meinem Namen, da viele der Empfänger mich persönlich kennen. Ziel dieses Vorgehens war, eine Verzerrung der Daten zu vermeiden. In die Stichprobe der „Profi- und Intensiv-Snowboarder“ fallen sowohl Freeride- als auch Freestyle-Snowboarder³⁴. Der Fragebogen ist ausschliesslich in deutscher Sprache versandt worden.

4.1.1 Angaben zur Person

Allgemeine demographische Angaben

Von den insgesamt 195 zurückgesandten Fragebogen sind 140 von Männern und 55 von Frauen ausgefüllt worden. Dies entspricht einem Männeranteil von 79% und einem Frauenanteil von 21%. Der Altersdurchschnitt liegt bei 25 Jahren. Dies entspricht den Erwartungen für diese Stichprobe, da ein grosser Teil der Befragten immer noch selber als Wettkämpfer oder Lehrer aktiv ist. Die

³⁴ Freeriden: das Snowboarden durch unberührten Schnee abseits der markierten und kontrollierten Skipisten; Freestyle: Sprünge über selbstgebaute Schanzen abseits der Pisten oder über vorhandene Sprünge in einem Snowboard-Park.

Altersspannweite reicht von 15 bis 57 Jahren (siehe Abbildung 5). Abbildung 6 zeigt die Verteilung nach der Aufteilung der Stichprobe in vier Altersgruppen.

Abbildung 5: Altersstruktur der Stichprobe (n=195).

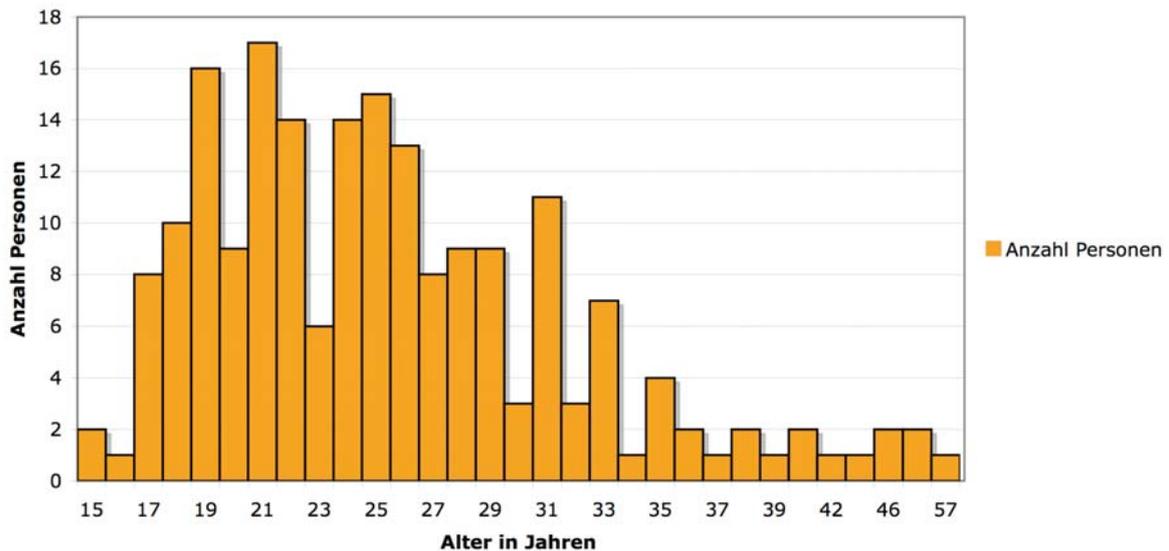
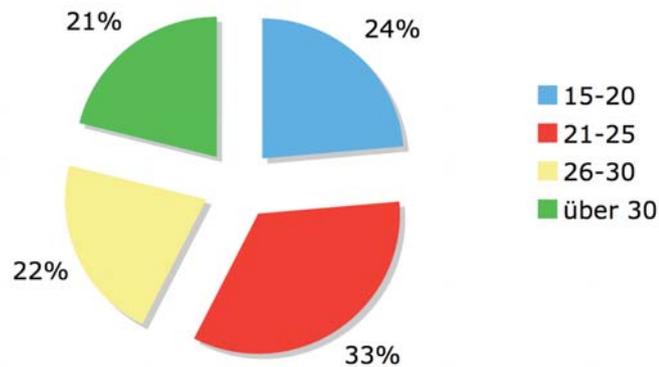


Abbildung 6: Altersstruktur der Stichprobe in Kategorien (n=195).



Erfahrung auf dem Snowboard

Die Snowboarderfahrung der Befragten variiert zwischen 5 bis maximal 22 Jahren. Dies führt zu einem Durchschnitt von 12 Jahren. Die Spanne der „Anzahl Tage auf dem Schnee“ reicht von 10 Tagen bis über 250 Tage pro Saison. Letzteres ist eine Zahl, die natürlich nur von Sportlern erreicht wird, welche das Snowboarden professionell ausüben. Der Durchschnittswert der ganzen Stichprobe liegt bei 68 Tagen pro Saison, wobei die Altersgruppe der über 30-jährigen mit durchschnittlich 81 Tagen auf dem Snowboard offensichtlich am meisten Erfahrung aufweisen. Die anderen drei

Altersgruppen weichen nur unwesentlich vom Gesamtdurchschnitt ab. Mit durchschnittlich zwölf Jahren Erfahrung in Berggebieten und 68 Tagen pro Saison auf dem Schnee ist davon auszugehen, dass die Antworten der Stichprobe durch genügend Erfahrung der einzelnen Snowboarder gestützt werden und die Stichprobe zu recht als „Profi- und Intensiv-Snowboarder“ bezeichnet werden kann.

Region

Gefragt wurde sowohl nach der Region, in der das Snowboarden am häufigsten ausgeübt wird, als auch nach der Herkunftsregion der Befragten. Dabei wurden die klassischen Skiregionen vorgegeben (siehe Abbildung 7): Graubünden, Wallis, Berner Oberland, Zentralschweiz, Ostschweiz, Westschweiz und das Tessin. Über ein Drittel, nämlich 35% der Befragten gehen ihrem Sport im Graubünden nach, gefolgt vom Wallis mit 20%, dem Berner Oberland mit 19%, der Zentralschweiz mit 15% und der Ostschweiz mit 7%. Die Gebiete Westschweiz und Tessin sind mit je 2% als eher marginal zu betrachten. Dies ist eine logische Konsequenz aus der Deutschsprachigkeit des Fragebogens und wird durch den Vergleich mit den Herkunftsregionen der Befragten eindeutig. Nur 1% der Stichprobe stammt aus dem Kanton Waadt, ebenfalls 1% aus Fribourg und niemand aus dem Tessin. Der grösste Anteil der Befragten gibt als Wohnort den Kanton Zürich an (27%), knapp gefolgt vom Kanton Bern mit 26%. Luzern und Graubünden haben einen Anteil von 16%, respektive 12% (siehe Abbildung 8).

Diese Ergebnisse widerspiegeln die hohe Mobilitätsbereitschaft der Snowboarder. Als Beispiel der Kanton Graubünden: 35% der Befragten fahren meistens im Graubünden Snowboard obwohl nur 12% der Stichprobe auch wirklich dort heimisch ist (vgl. dazu Abbildung 7 und 8).

Bei der Frage nach der Region der Sportausübung waren Mehrfachnennungen möglich. Deshalb kann nur in Prozentzahlen angegeben werden, wie oft eine Region genannt wurde (siehe Abbildung 7).

Abb. 7: Bevorzugte Skiregionen zur Ausübung des Snowboardsports (prozentual) (n=195).

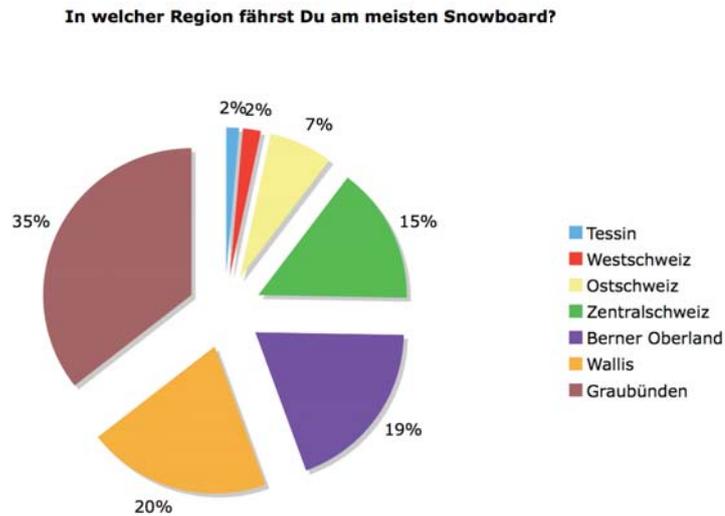
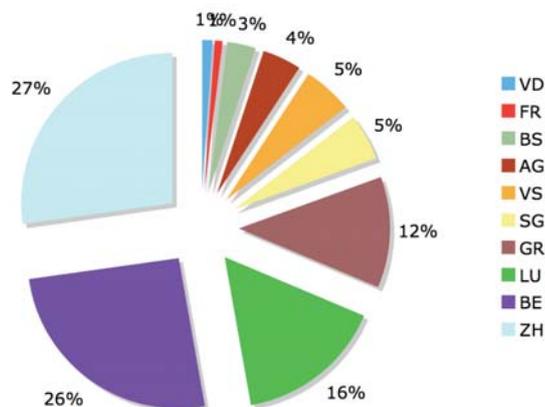


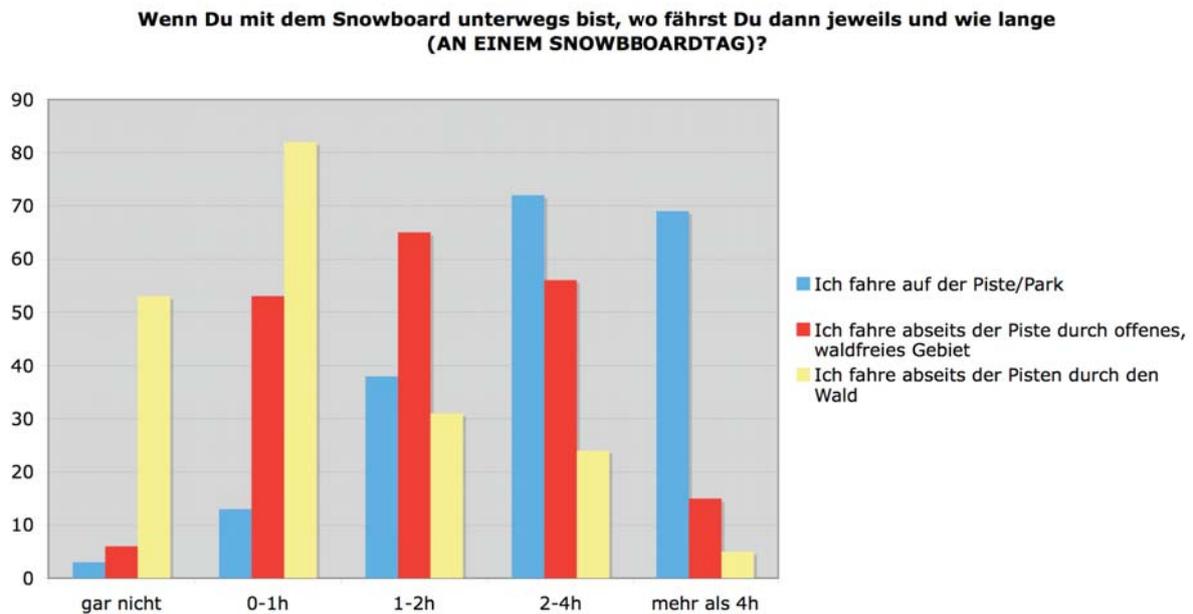
Abb. 8: Wohnkantone der Befragten (n=195).



Art des Snowboardens

46% der Befragten geben an eher Freestyle orientiert zu sein, 49% gehen eher dem Variantenfahren nach und nur 5% der befragten Snowboarder sind hauptsächlich Tourensnowboarder. Mehr als die Hälfte (58%) gibt an, 1-2 Stunden pro Snowboardtag durch Waldgebiete zu fahren. 15% halten sich zwei oder mehr Stunden im Wald auf. In offenen, waldfreien Gebieten ist die Belastung durch Snowboarder noch intensiver. 61% der Befragten fährt 1-2 Stunden pro Tag abseits von Pisten durch waldfreie Gebiete, weitere 36% tun dies sogar mindestens zwei oder mehr Stunden pro Tag (siehe Abbildung 9).

Abb. 9: Quantifizierung der Terrainauswahl (n=195).



Organisationsgrad und Materialbesitz

Nur gerade 8% der Befragten sind bei keiner Organisation Mitglied. 34% der Stichprobe sind Mitglied bei der REGA, 17% beim privaten Schweizer Snowboard Schulungsverband (SSBS) und zusätzlich 7% gehören dem ehemaligen J & S Verband Swiss Snowsports an. 10% der Befragten sind Mitglied bei Swiss Ski und geben somit an Profisnowboarder zu sein, oder sie üben das Snowboarden zumindest auf irgendeine Art wettkampfmässig aus. Privaten Snowboardclubs gehören 11% an, dem SAC 6%. Bei den beiden Naturschutzorganisationen WWF und Pro Natura sind 8% Mitglied. Mehrfachnennungen waren möglich (siehe Tabelle 4).

Organisationsgrad		
Antwortmöglichkeiten	Anzahl Antworten	Prozente
Keiner	29	8%
SAC	21	6%
REGA	130	34%
WWF/Pro Natura	30	8%
Snowboard-Club	40	11%
Swiss Ski	37	10%
SSBS	63	17%
Swiss Snowsports	28	7%
Total Antworten	378	100%

Tab 4: Angaben zu Mitgliedschaften in Vereinen und Clubs.

9% der Befragten besitzen überhaupt keine lebensrettenden oder -sichernden Geräte. Nur 22% der Befragten besitzen ein Lawinenverschüttungsgerät (LVS). 17% der Stichprobe besitzen

Sondierstangen, 24% eine Lawinenschaufel und 1% ein Avalung³⁵. 19% der Befragten geben an, Schneeschuhe zu besitzen und sind somit eher ins Lager der Tourensnowboarder zu situieren. Mehrfachnennungen waren möglich (siehe Tabelle 5).

Materialbesitz		
<i>Antwortmöglichkeiten</i>	<i>Anzahl Antworten</i>	<i>Prozente</i>
Schneeschuhe	100	19%
Lawinenschüttungsgerät (LVS)	117	22%
Sondierstangen	89	17%
Lawinenschaufel	126	24%
Avalung	3	1%
Klettermaterial	53	10%
Keines	46	9%
<i>Total Antworten</i>	<i>534</i>	<i>100%</i>

Tab. 5: Angaben zu Materialbesitz.

Weitere Natursportarten

Zur Frage, welche anderen Natursportarten neben Snowboarden ausgeübt werden, gaben 18% der Stichprobe Wassersportarten wie Wakeboarden/-surfen, Windsurfen, Kajak usw. an, gefolgt von Mountainbiken und Wandern/Hochtouren mit jeweils 15%. 13% respektive 12% üben Laufsport oder Skifahren auf der Piste aus, 10% Klettern und jeweils 7% geben an, im Winter mit Schneeschuhen oder mit Skiern abseits von Pisten unterwegs zu sein (siehe Tabelle 6).

Weitere Natursportarten		
<i>Antwortmöglichkeiten</i>	<i>Anzahl Antworten</i>	<i>Prozente</i>
Laufsport (OL, Joggen, etc.)	83	13%
Mountainbiken	102	15%
Wandern/Hochtouren	97	15%
Klettern	68	10%
Schneeschuhlaufen	46	7%
Skifahren auf der Piste	81	12%
Skifahren abseits der Piste	48	7%
Wassersportarten	122	18%
Gleitschirmfliegen/Fallschirmspringen	14	2%
<i>Total Antworten</i>	<i>661</i>	<i>100%</i>

Tab. 6: Angaben weiterer Natursportarten, die von den Profi- und Intensiv-Snowboardern betrieben werden.

³⁵ Avalung ist ein Notfallgerät, das die Überlebenschancen bei einer Verschüttung durch eine Lawine erhöhen soll. „Das Einatmen von Luft geschieht aus dem Brustbereich über einen Schnorchelschlauch. Das Ausatmen führt zu Beginn des Schnorchels über den gleichen Schlauch, wird aber in der Folge über ein Ventil in einen andern Schlauch umgeleitet, der die Ausatemluft in den Rückenbereich transportiert“ (<http://www.wsl.ch>; <http://www.avalung.com>).

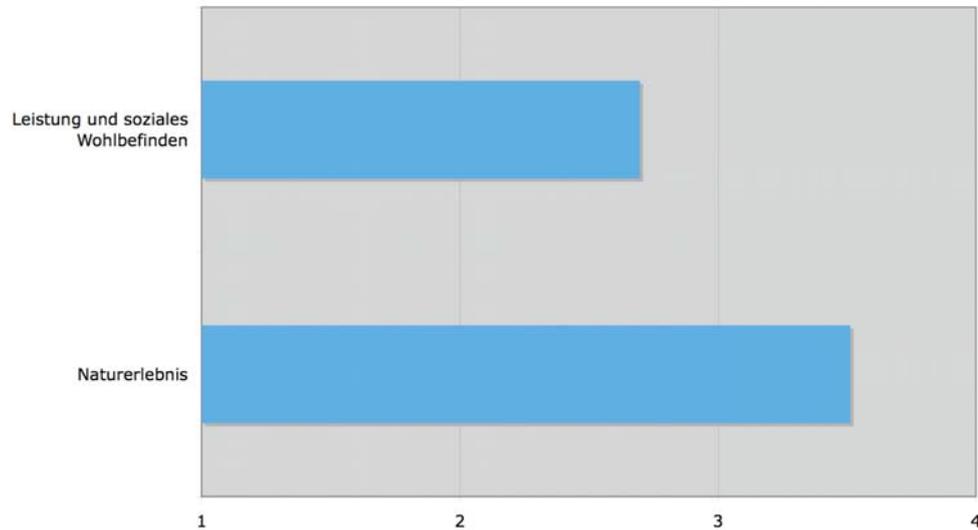
4.2 Deskriptive Auswertung ausgewählter Fragen

Im Folgenden werden Fragen, welche im Zusammenhang mit der Hypothesenüberprüfung interessant erscheinen mit Hilfe deskriptiver Verfahren ausgewertet. Am Anfang steht eine Auswertung verschiedener Motivationen, welche zum Fahren in freiem Gelände bewegen und der durch diese Aktivität ausgelösten Gefühle. Weiter interessiert die Frage nach der Wichtigkeit verschiedener Aspekte der Natur und der Landschaft, sowie nach dem Wissensstand über die Winternatur. Die Forschungsfragen 3 und 4 werden ausschliesslich deskriptiv ausgewertet. Forschungsfrage 3 fragt nach der Bereitschaft seitens der Snowboarder, ihre Aktivität natur- und landschaftsverträglich zu gestalten und versucht mögliche Lösungsstrategien zu präsentieren. Dazu wurde hauptsächlich nach der Einstellung gegenüber verschiedenen Lenkungsmassnahmen und nach dem eigenen Beitrag, ein umweltfreundlicheres Snowboarden abseits von Pisten zu erreichen, gefragt. Forschungsfrage 4 untersucht die Bereitschaft der Snowboarder, aktiv eine Vorbildrolle zu übernehmen, und diese in den Dienst der Umwelt zu stellen. Hier interessiert die Frage nach der am besten geeigneten Art und Weise der Beeinflussung durch Vorbildrollen. Dies soll anhand des Elaboration Likelihood Modells (ELM) von Petty & Cacioppo (1986) analysiert werden.

4.2.1 Motivation

Zur Ergründung der Motivation stellt sich die Frage 9 als am aussagekräftigsten heraus. Die zwölf Frage-Items wurden mittels Hauptkomponentenanalyse (siehe Tabelle 13 in Kapitel 4.3.1) in die zwei Komponenten „Naturerlebnis“ und „Leistung/soziales Wohlbefinden“ eingeteilt und anhand derer ausgewertet. Dabei resultiert das Naturerlebnis klar als wichtigste Motivation für Snowboarder, abseits von Pisten zu fahren (siehe Abbildung 10).

Abb. 10: Vergleich der Mittelwerte der beiden Motivationskomponenten „Naturerlebnis“ (n=780) und „Leistung und soziales Wohlbefinden“ (n=1560) zum Fahren abseits von Pisten (Antwortskala: 1=sehr unattraktiv, 4=sehr attraktiv).



Nachfolgende Abbildung 11 zeigt die Mittelwerte der Komponente „Naturerlebnis“. Alle vier Items liegen fast gleich auf und bewegen sich zwischen „eher attraktiv“ und „sehr attraktiv“.

Abb. 11: Vergleich der Mittelwerte der Komponente „Naturerlebnis (NE)“ (n=195) (1=sehr unattraktiv, 4=sehr attraktiv).

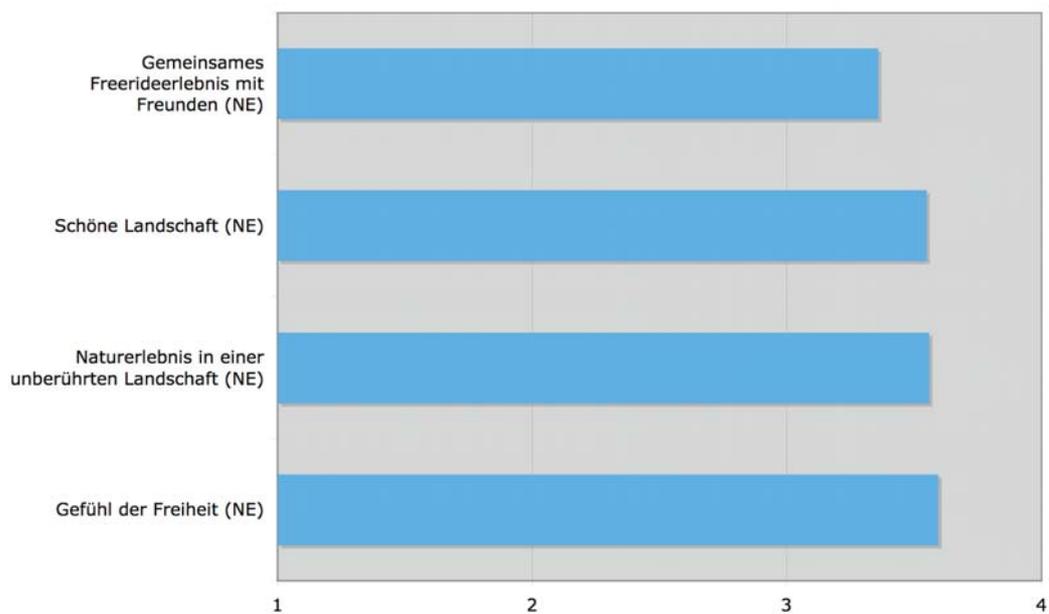
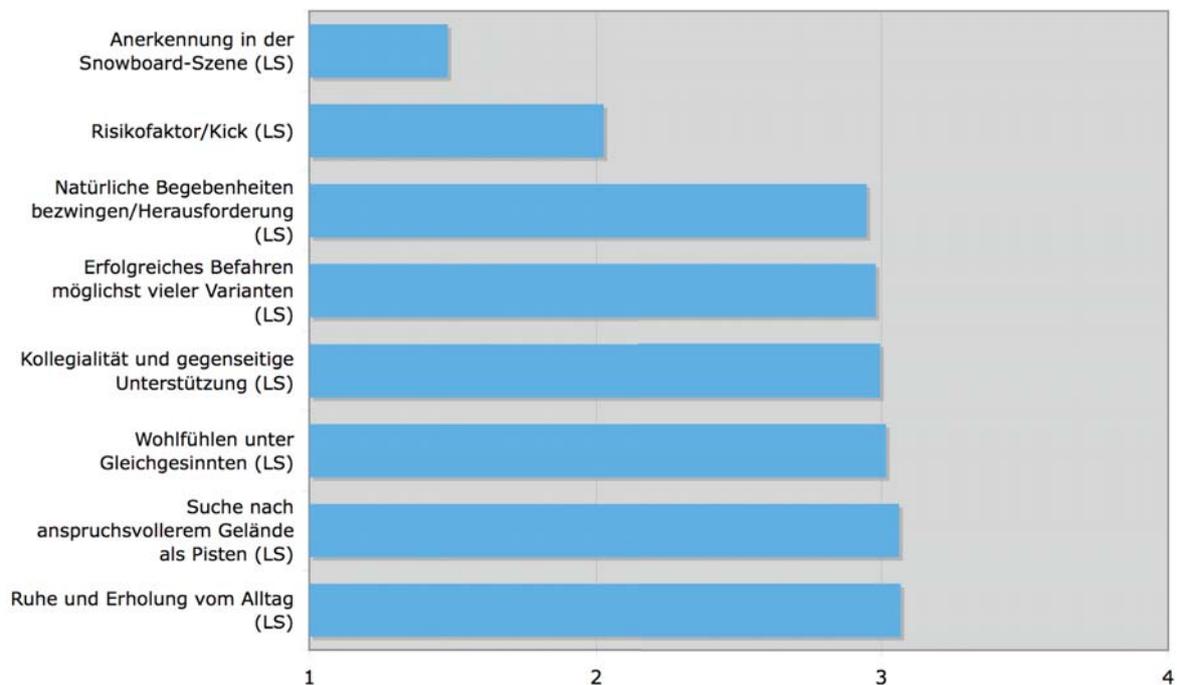


Abbildung 12 zeigt die Mittelwerte der Komponente „Leistung und soziales Wohlbefinden“. Bis auf den „Risikofaktor“ und die „Anerkennung in der Snowboard-Szene“ haben die Items fast die gleichen Werte und werden als „eher attraktiv“ eingestuft. Der „Risikofaktor“ ist gemäss der befragten Snowboarder „eher nicht attraktiv“, die Anerkennung in der Snowboardszene wird zwischen „sehr unattraktiv“ und „eher nicht attraktiv“ eingestuft.

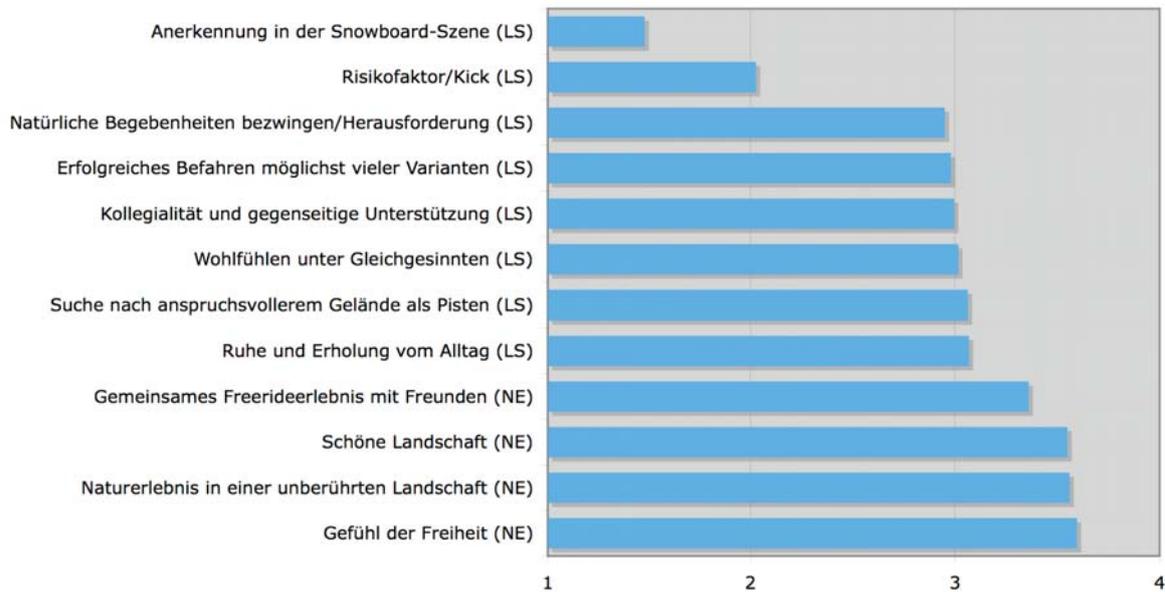
Abb. 12: Vergleich der Mittelwerte der Komponente „Leistung und soziales Wohlbefinden (LS)“ (n=195) (1=sehr unattraktiv, 4=sehr attraktiv).



Vergleich der Mittelwerte aller Items

Die in Abbildung 13 dargestellte Wichtigkeit der durch den Fragebogen erfassten Motive, zeigt nochmals die Bedeutung der Natur als Anreiz, abseits von Pisten zu fahren (Rang 1 bis 4). Diese vier Items weisen kaum Unterschiede in ihrer Wichtigkeit für die Snowboarder auf. Auf den Plätzen 5 bis 12 liegen alle in die Komponente „Leistung und soziales Wohlbefinden“ eingeteilten Items. Dabei wurden der „Risikofaktor“ und die „Anerkennung in der Snowboardszene“ zwischen „sehr unattraktiv“ und „eher nicht attraktiv“ eingestuft, währenddessen die restlichen Items dieser Komponente als „eher attraktiv“ angesehen werden.

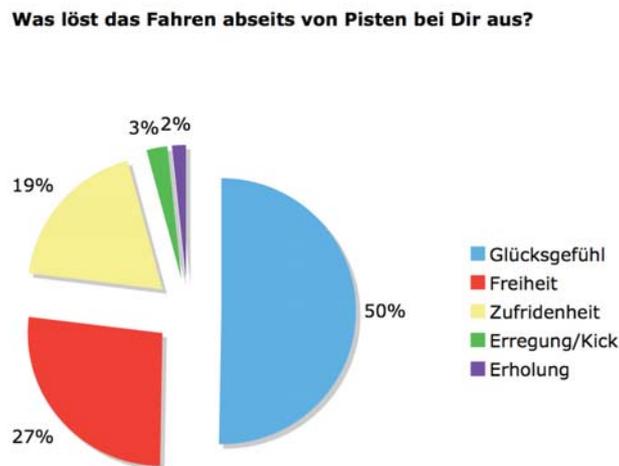
Abb. 13: Wichtigkeit der Motive für das Fahren abseits von Pisten (Mittelwerte) (n=195) (1=sehr unattraktiv, 4=sehr attraktiv) (NE=Naturerlebnis, LS=Leistung und soziales Wohlbefinden).



Die Wichtigkeit der Motive wurde ebenfalls nach den am Anfang dieses Kapitels dargestellten Altersgruppen aufgelöst. Diese zeigten aber kaum Unterschiede zu Abbildung 13. Markanteste Änderung ist, dass für die Gruppe der über 30-jährigen das „Gefühl der Freiheit“ „nur“ an dritter Stelle steht und stattdessen das „Naturerlebnis in einer unberührten Landschaft“ für sie die grösste Bedeutung einnimmt.

Nur 3% der Befragten suchen nach einem erhöhten Risiko und erfahren durch das Fahren im Tiefschnee primär einen Kick. Mit 49% der Antworten wurde das Erfahren eines Glücksgefühls am meisten genannt. Gefolgt vom Gefühl der Freiheit mit 27% und dem Gefühl von Zufriedenheit nach der Aktivität (19%) (siehe Abbildung 14).

Abb. 14: Angabe über Gefühle während und nach dem Fahren abseits von Pisten (prozentual) (n=195).



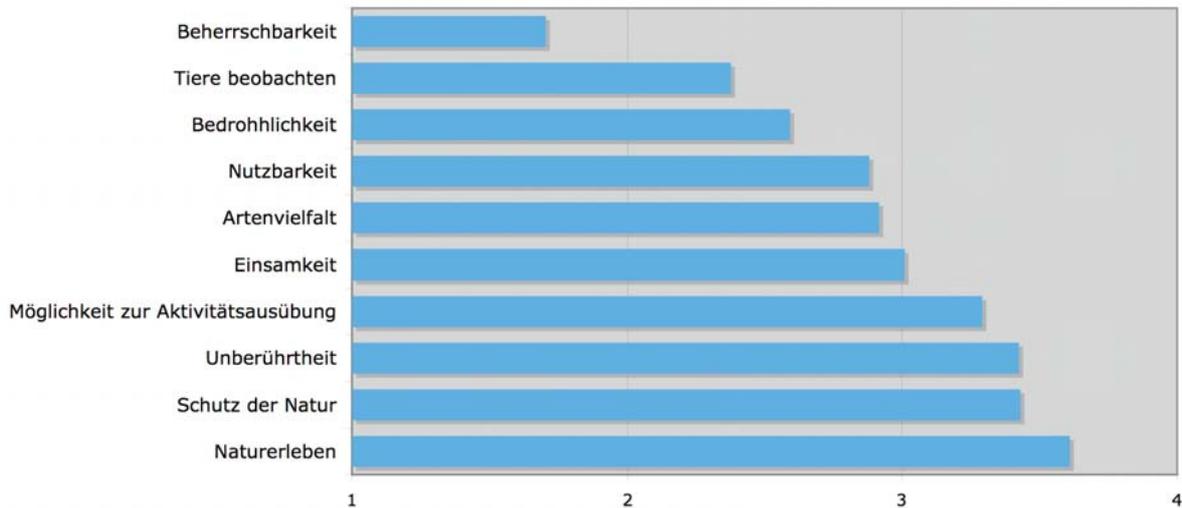
4.2.2 Wichtigkeit der Aspekte von Natur und Landschaft

Die Fragen 14 und 15 zum Stellenwert der Natur und Landschaft wurden eins zu eins aus der Arbeit von Zeidenitz (2005) übernommen. Dies ermöglicht einen Vergleich mit ihrer Studie über die Einstellung von Picknicker/innen und Variantenfahrer/innen.

Wichtigkeit der verschiedenen Einstellungen gegenüber Natur

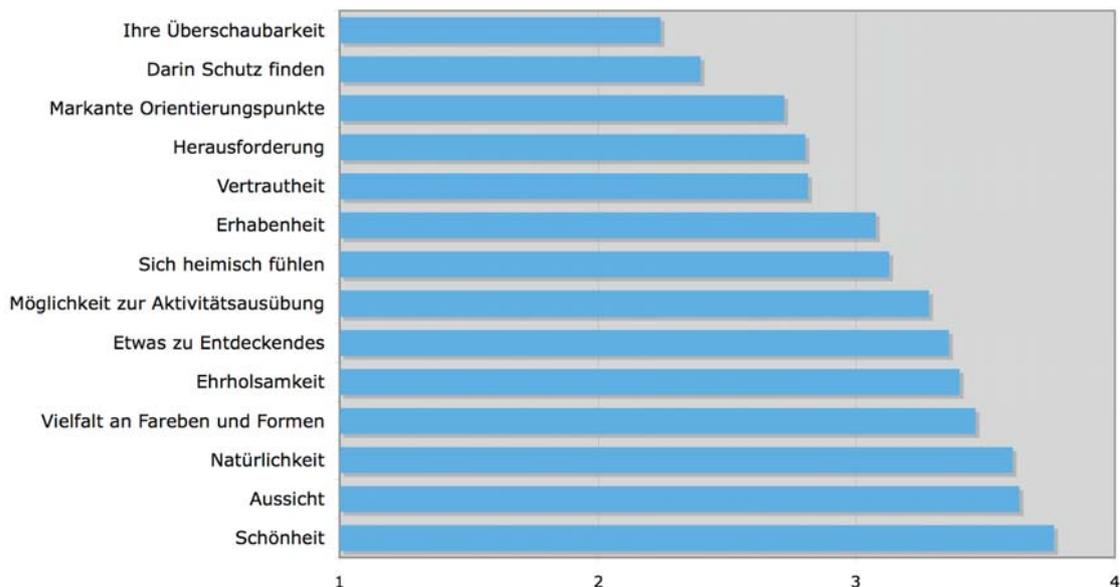
In nachstehender Abbildung 15 werden die Wichtigkeiten (Mittelwerte) der erhobenen Einstellungen der Profi- und Intensiv-Snowboarder gegenüber der Natur dargestellt. Insbesondere das Naturerleben, der Schutz der Natur, ihre Unberührtheit, die Einsamkeit und die Möglichkeit zur Aktivitätsausübung sind für die Befragten „eher wichtige“ bis „sehr wichtige“ Elemente der Natur. Die Artenvielfalt, die Nutzbarkeit und Bedrohlichkeit der Natur sowie die Möglichkeit, Tiere zu beobachten werden von den Snowboardern zwischen „eher unwichtig“ und „eher wichtig“ eingestuft. Völlig unwichtig ist den Befragten die Beherrschbarkeit der Natur.

Abbildung 15: Die Wichtigkeit von Aspekten der Natur (Mittelwerte) (n=195) (1=sehr unwichtig, 4=sehr wichtig).



In untenstehender Abbildung 16 werden die wichtigsten Aspekte der Landschaft dargestellt. Den Befragten ist die Schönheit der Landschaft, die Aussicht, die Natürlichkeit und die Vielfalt an Farben und Formen in der Landschaft vor allem wichtig. Ebenfalls „eher wichtig“ ist die Erholsamkeit, die Möglichkeit etwas zu entdecken, dass man sich in der Landschaft heimisch fühlt und die Erhabenheit der Landschaft. Die Überschaubarkeit der Landschaft und die Möglichkeit, in ihr Schutz zu finden werden als eher unwichtig eingestuft.

Abb. 16: Die Wichtigkeit von Aspekten der Landschaft (Mittelwerte) (n=195) (1=sehr unwichtig, 4=sehr wichtig).



4.2.3 Wissen der Profi- und Intensiv-Snowboarder über die Winternatur

Der Wissenstand wurde mit einer Selbsteinschätzung des Wissens und sechs spezifischen Fragen zur Winternatur und zum Störpotential abgeklärt. Die Selbsteinschätzung, durchschnittlich mit einer 6 auf einer Skala von 0-10 bewertet, geht in etwa einher mit dem tatsächlichen Wissen. Von sechs Fragen wurde von der Mehrheit der Befragten drei eindeutig richtig und zwei überwiegend falsch beantwortet. Im Folgenden sind alle sechs Fragen in Tabellenform dargestellt. Die jeweilig richtige Antwort ist grau markiert.

Bei der Frage nach der Nachtaktivität von Vögeln wählten 72% der Aktiven die richtige Antwort aus (Tabelle 7).

Welche Aussage ist richtig?	Anzahl Antworten	Prozente
Die meisten Vogelarten (Rauhfußshuhn, etc.) sind nachtaktiv.	15	8%
Für die meisten Vogelarten ist Nachtaktivität kaum möglich.	141	72%
Die meisten Vogelarten sind sowohl in der Nacht als auch am Tag etwa gleich aktiv.	39	20%

Tab. 7: Antworten der Profi- und Intensiv-Snowboarder zu den Aktivitätszeiten wilder Vogelarten.

Die Frage nach den Auswirkungen von Fluchten von Wildtieren vor nahenden Snowboardern konnte eine Mehrheit von 81% richtig beantworten. Nur gerade 2% der Befragten sind sich überhaupt nicht bewusst, welches Störpotential auf Wildtiere von Fahrten durch Waldgebiete ausgeht (Tabelle 8).

Welche Aussage ist richtig?	Anzahl Antworten	Prozente
Fluchten vor nahenden Snowboardern stört die Tiere nur gering.	3	2%
Fluchten vor nahenden Snowboardern können durch erhöhten Energieverlust zum Tode führen.	158	81%
Müssen die Tiere flüchten, gehen sie nicht wieder an den gleichen Ort zurück.	34	17%

Tab. 8: Antworten der Profi- und Intensiv-Snowboarder zu Auswirkungen von nahenden Snowboardern auf die Tierwelt.

Mit 76% richtigen Antworten wurde die Frage zum Ruheplatz des Schneehuhns mehrheitlich korrekt beantwortet (Tabelle 9).

Welche Aussage ist richtig?	Anzahl Antworten	Prozente
Das Schneehuhn ruht auf Bäumen.	8	4%
Das Schneehuhn ruht auf Sträuchern.	39	20%
Das Schneehuhn ruht in Schneehöhlen.	148	76%

Tab. 9: Antworten der Profi- und Intensiv-Snowboarder zum Ruheplatz des Schneehuhns.

45% der Befragten lagen mit der Antwort richtig, dass die Tierwelt überwiegend vom Fahren abseits der Pisten Schaden nimmt. Die Hälfte aller Befragten, und somit die Mehrheit, konnte die Frage nicht richtig beantworten (Tabelle 10).

Welche Aussage ist richtig?	Anzahl Antworten	Prozente
Vor allem die Pflanzenwelt erleidet Schaden durch das Fahren abseits markierter Pisten.	10	5%
Vor allem die Tierwelt erleidet Schaden durch das Fahren abseits markierter Pisten.	87	45%
Tier- und Pflanzenwelt erleiden den gleichen Schaden.	98	50%

Tab. 10: Antworten der Profi- und Intensiv-Snowboarder zur Art des Schadens durch das Freeriden.

Nur gerade 19% der Antwortenden haben bei der Frage nach den bevorzugten Lebensräumen von Wildtieren im Frühjahr „ausapernde Flächen“ als richtige Antwort genannt. 81% der Snowboarder und somit eine grosse Mehrheit, konnte diese Frage nicht korrekt beantworten. 12% konnten keine Antwort geben (Tabelle 11).

Welche Zonen werden im Frühjahr speziell von Wildtieren geschätzt?	Anzahl Antworten	Prozente
dichter Wald	19	10%
lichter Wald	93	48%
Sträucher	10	5%
ausapernde Flächen	37	19%
offene Flächen	12	6%
weiss nicht	24	12%

Tab. 11: Antworten der Profi- und Intensiv-Snowboarder zu der im Frühjahr am häufigsten von Wildtieren genutzten Fläche.

Nur gerade 13% aller Befragten schätzen das Störpotential des Freeridens als gross ein, 31% hingegen als eher gross. 43% gehen von einem mittleren Störpotential auf die Winternatur aus, 10% von einem eher kleinen (Tabelle 12).

Wie gross schätzt Du die Auswirkungen des Freeridens auf Pflanzen- und Tierwelt ein?	Anzahl Antworten	Prozente
gross	26	13%
eher gross	60	31%
mittel	84	43%
eher klein	20	10%
klein	4	2%
keine Ahnung	1	1%

Tab. 12: Einschätzung des Störpotentials des Freeridens auf Flora und Fauna der Profi- und Intensiv-Snowboarder.

4.2.4 Einstellung gegenüber Lenkungsmassnahmen und Verhalten gegenüber Gebietsabsperungen

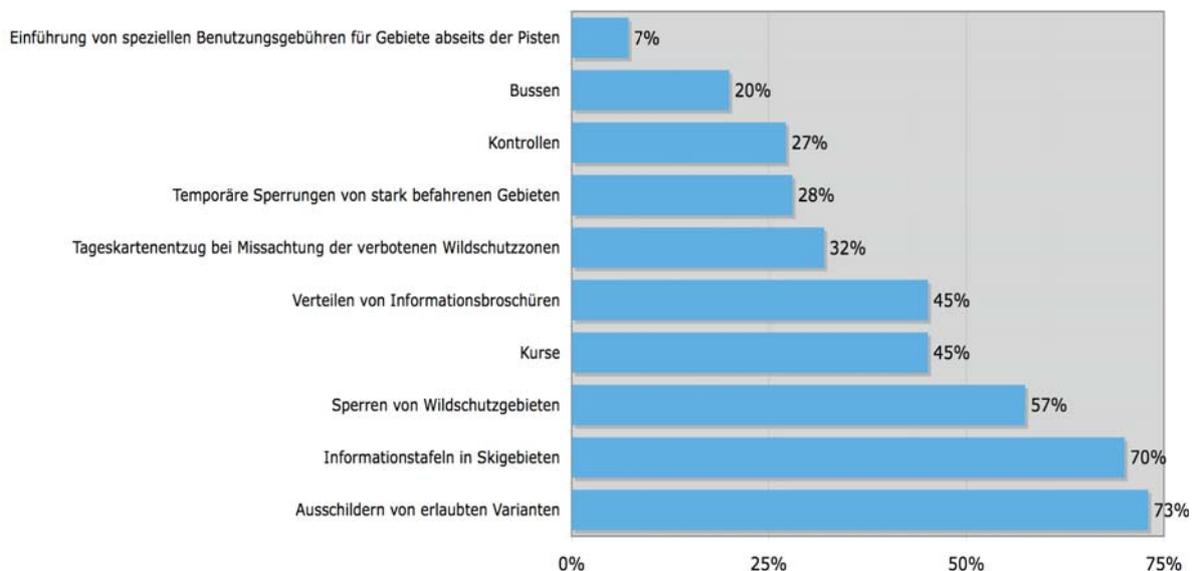
Die Bereitschaft auf das Fahren abseits von Pisten zu verzichten scheint relativ hoch zu sein, sofern ein merklicher Schaden an Tier- und Pflanzenwelt nachzuweisen ist (Frage 24: „Unter welchen Umständen wärst Du bereit, auf das Fahren abseits der Pisten zu verzichten?“). Ein offizielles Verbot trifft, wie zu erwarten, eher auf wenig Bereitschaft. Will man Massnahmen erfolgreich implementieren, so sollten diese einleuchten und für alle nachvollziehbar sein (Frage 25: „Es gibt verschiedene Mittel, ökologisch sensible Gebiete zu schonen. Wie ist Deine Einstellung gegenüber Massnahmen generell?“). Ebenfalls wichtig zu sein scheint die Tatsache, dass die getroffenen Massnahmen nicht nur die Freerider treffen, sondern gleichsam alle an der Beeinträchtigung der Natur beteiligten Natur- und Landschaftsnutzer. Nicht ganz einig sind sich die Snowboarder darin, ob sie auch etwas zu den Lenkungsmassnahmen zu sagen haben müssen. Diese Frage wird mit „weder noch“ beantwortet. 37% der Befragten sind der Meinung, dass sie, also die Snowboarder selber, für ein umweltverträgliches Ausüben ihrer Aktivität zuständig sind. Dies könnte die Uneinigkeit betreffend Mitsprache bei Lenkungsmassnahmen erklären. Würden sich alle Akteure ökologisch nachhaltig verhalten, so wären konsequenterweise keine Massnahmen nötig. Mit 23% werden die Tourismusverantwortlichen als am zweitwichtigsten im Zusammenhang mit der Umsetzung von Massnahmen genannt und 18% sind der Meinung, dass sich die staatlichen Behörden (Bund, Kanton und Gemeinde) der Sache annehmen sollen. Naturschutzorganisationen wie etwa der WWF und Vereine werden als Verantwortungsträger vergleichsweise selten genannt (Abbildung 17).

Abb. 17: Angaben der Profi- und Intensiv-Snowboarder zur Zuständigkeit eines umweltverträglichen Snowboardens.



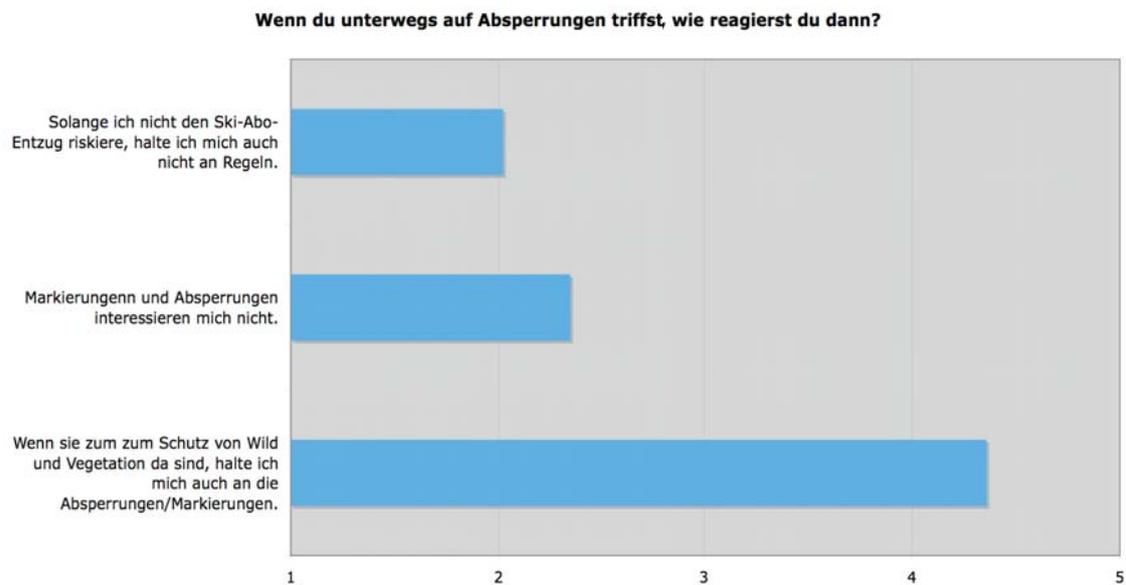
Die Akzeptanzbereitschaft gegenüber konkreten Lenkungsmaßnahmen variiert bei den befragten Snowboardern stark. Eine hohe Akzeptanz erhalten das Ausschildern von erlaubten Varianten (Infrastrukturelle Massnahme) und das Aufstellen von Informationstafeln in Skigebieten (Apellstrategie) (siehe Abbildung 18). Ebenfalls stimmt rund die Hälfte der Befragten dem Sperren von Wildschutzgebieten zu (Normstrategie). Auf grosse Ablehnung stossen allerdings alle anderen Normstrategien wie zum Beispiel das Einführen von speziellen Benutzungsgebühren für Gebiete abseits der Pisten, das Verteilen von Bussen und die dazu nötigen Kontrollen, temporäre Sperrungen von stark befahrenen Gebieten sowie der Tageskartenentzug bei Missachtung der verbotenen Wildschutzzonen.

Abb. 18: Zustimmung der Profi- und Intensiv-Snowboarder zu snowboardspezifischen Lenkungsmaßnahmen (prozentual) (n=195).



Die oben gewonnene Erkenntnis betreffend Akzeptanz von Strategien wird durch die Frage nach dem Verhalten gegenüber Absperrungen (Frage 28) bestätigt. Gemäss einem Vergleich der Mittelwerte halten sich die Akteure mehrheitlich an Absperrungen, sofern Gebiete klar als Wildschutzzonen deklariert und als solche gekennzeichnet werden (Abbildung 19). Tageskartenentzüge halten viele der Befragten weniger davon ab, gesperrte Zonen zu befahren.

Abb. 19: Verhalten der Profi- und Intensiv-Snowboarder gegenüber Absperrungen (Mittelwerte) (n=195) (1=trifft gar nicht zu, 5=trifft voll zu).



4.2.5 Vorbildrolle als Massnahme zur Beeinflussung von Verhaltensweisen

Als Einstieg in diesen Frageblock wurde zuerst die allgemeine Bereitschaft, eine Vorbildrolle zu übernehmen, abgeklärt. In einem zweiten Teil sollen geeignete Massnahmen zur Beeinflussung der Verhaltensweisen von Snowboardern anhand des Elaboration Likelihood Models (ELM) von Petty & Cacioppo (1986) erarbeitet werden. Dies soll einerseits mittels der Frage nach den Massnahmen, welche eine Verhaltensänderung der Befragten selber zur Folge haben könnten und andererseits durch eine Expertenansicht der Akteure, also durch eine Einschätzung der allgemeinen Wirksamkeit spezifischer Aktionen seitens der Profi- und Intensiv-Snowboarder, erreicht werden.

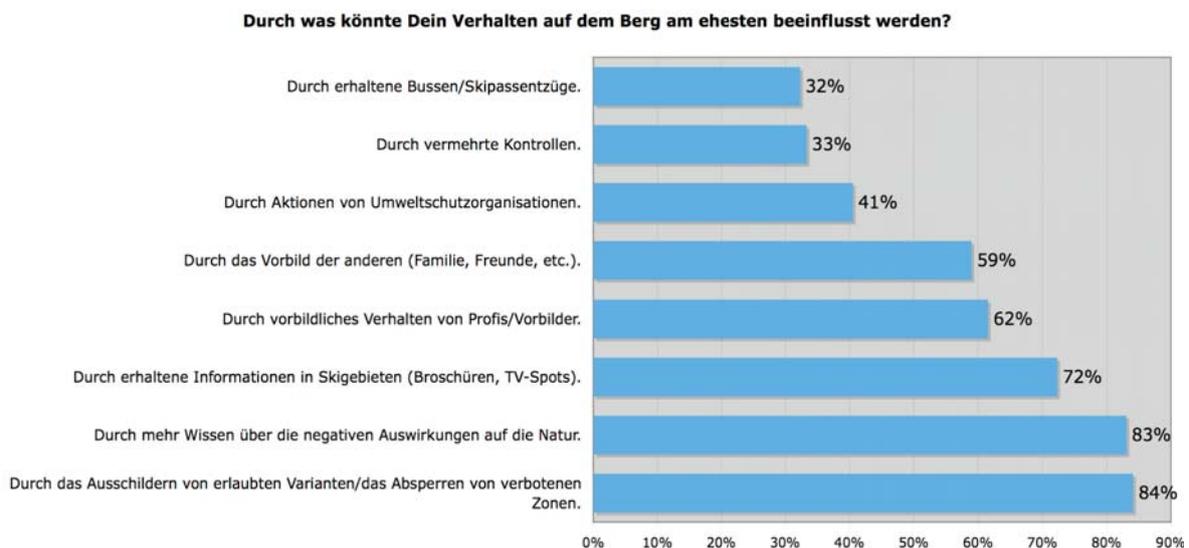
28% der Befragten antworteten bei der Frage nach der Übernahme einer Vorbildrolle mit „Ja“ und weitere 46% mit „eher ja“. Eine grosse Mehrheit ist also bereit, sich für ein umweltverträgliches Fahren abseits der Pisten zu engagieren und würde auch ihren Namen dafür zur Verfügung stellen (28% ja, 40% eher ja, 5% nein). 3% der Befragten sind nicht bereit eine Vorbildrolle zu übernehmen. Bei der Frage, ob man sich auch an die selber vermittelten Verhaltensweisen halten würde, fallen die Resultate in etwa gleich aus. 29% antworteten mit „Ja“, 56% mit „eher ja“. Dagegen spricht allerdings das Resultat bei der Frage nach dem freiwilligen Hinweis auf Wildschutzzonen bei Missachtung durch unbekannte Wintersportler. Nur 9% der befragten Snowboarder tun dies oft, 25% regelmässig und die Hälfte weist selten andere Wintersportler auf ihr Fehlverhalten hin.

Subjektive Verhaltensbeeinflussung

Das Ausschildern von erlaubten respektive Absperren von verbotenen Zonen erhält auch hier am meisten Zustimmung (84%), gefolgt von zwei rein informativen Massnahmen (siehe Abbildung 20). Mit 83% Ja-Antworten wünscht eine grosse Mehrheit der Befragten allgemein mehr Wissen über die negativen Auswirkungen durch das Ausüben ihres Sportes und würde sich dadurch, gemäss Studie, in ihrem Verhalten beeinflussen lassen. Erhaltene Information in den Skigebieten selber würde dies noch zusätzlich unterstützen (72% Zustimmung). Eher zu einer Verhaltensänderung führen, würde zudem ein vorbildliches Verhalten von Profi-Snowboardern oder von Freunden und Familienmitgliedern (Zustimmung 62% resp. 59%). Mit einer Zustimmung von 41% würden Aktionen von Umweltschutzorganisation bei den Snowboardern eher weniger zu einem veränderten Verhalten führen. Vermehrte Kontrollen und Bussen respektive Skipassentzüge werden von rund 70% der Befragten abgelehnt.

Ein Mittelwertsvergleich der vier Altersgruppen zeigte kaum nennenswerte Unterschiede. Erwähnenswert ist einzig, dass Aktionen von Umweltschutzorganisationen bei den 21-25-jährigen auf dem vorletzten und bei den über 30-jährigen sogar auf dem letzten Rang liegen.

Abb. 20: Subjektive Zustimmung der Profi- und Intensiv-Snowboarder zu Möglichkeiten einer Verhaltensänderung (Prozente) (n=195).

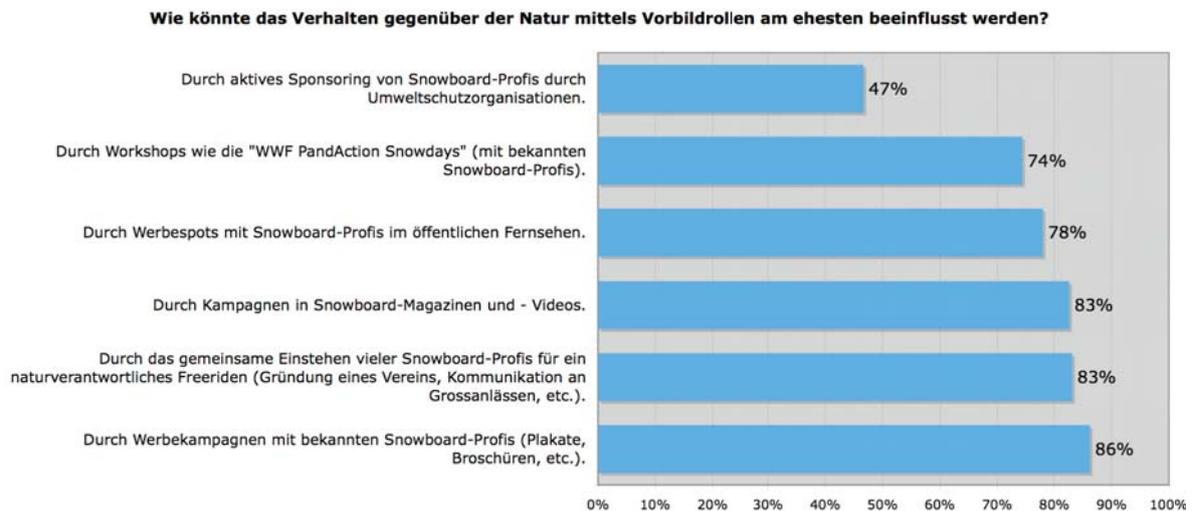


Expertenmeinungen

Allgemein sind fast alle vorgeschlagenen Aktionen mit dem Ziel, eine Verhaltensänderung zu erreichen positiv bewertet worden (siehe untenstehende Abbildung 21). Bemerkenswert ist, dass auch hier Massnahmen seitens der Umweltschutzorganisationen als „eher nicht sinnvoll“ eingestuft werden.

So erreicht der Vorschlag eines aktiven Sponsorings von Snowboard-Profis durch Umweltschutzorganisation lediglich eine Zustimmung von 47%. Mit 74% als „eher sinnvoll“, doch trotzdem auf dem vorletzten Platz liegend, werden die existierenden „WWF PandAction Snowdays“ eingestuft. Werbespots im öffentlichen Fernsehen erreichen 78% Zustimmung, Kampagnen in den für die Zielgruppe zugeschnittenen Medien und ein gemeinsames Einstehen vieler Snowboard-Profis hinsichtlich eines naturverantwortlichen Verhaltens je 83%. Laut Studie wird eine Verhaltensänderung unter den Snowboardern am ehesten durch grossangelegte Werbekampagnen im öffentlichen Raum erreicht (Zustimmung 86%) (Abbildung 21).

Abb. 21: Expertenmeinung der Profi- und Intensiv-Snowboarder über mögliche Massnahmen hinsichtlich einer Verhaltensänderung gegenüber der Natur (Prozente) (n=195).



Wird die Bewertung der verschiedenen Massnahmen anhand der am Anfang des Ergebnisteils definierten Altersgruppen analysiert, sind wenige Unterschiede festzustellen (siehe untenstehende Abbildungen 22 bis 25). Die „WWF PandAction Snowdays“ erhalten unter den 21-30-jährigen wesentlich mehr Zustimmung und werden als am zweit sinnvollsten eingestuft. Hingegen lassen sich die 15-20-jährigen Snowboarder eher von sog. Core-Medien beeinflussen, also Medien, die ihre Sportart repräsentieren. Kampagnen in Snowboard-Magazinen und -Videos werden von dieser Altersgruppe als am sinnvollsten hinsichtlich einer Verhaltensänderung bewertet. Alles in allem sind die Unterschiede der Mittelwerte, welche zu diesen Verschiebungen führen sehr minimal und eine massgeschneiderte Lösung kann anhand dieser Studie nicht eruiert werden.

Abb. 22: Expertenmeinung der Profi- und Intensiv-Snowboarder über mögliche Massnahmen hinsichtlich einer Verhaltensänderung gegenüber der Natur (Altersgruppe der 15-20-jährigen Snowboarder) (Mittelwerte) (n=195) (1=nicht sinnvoll, 4=sinnvoll).

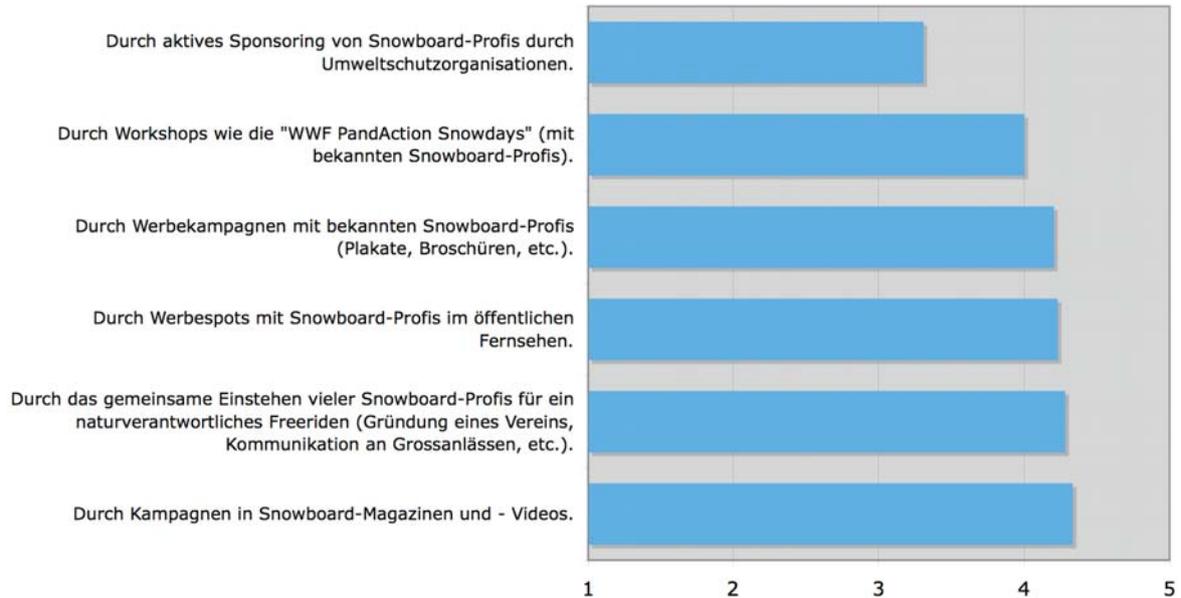


Abb. 23: Expertenmeinung der Profi- und Intensiv-Snowboarder über mögliche Massnahmen hinsichtlich einer Verhaltensänderung gegenüber der Natur (Altersgruppe der 21-25-jährigen Snowboarder) (Mittelwerte) (n=195) (1=nicht sinnvoll, 4=sinnvoll).

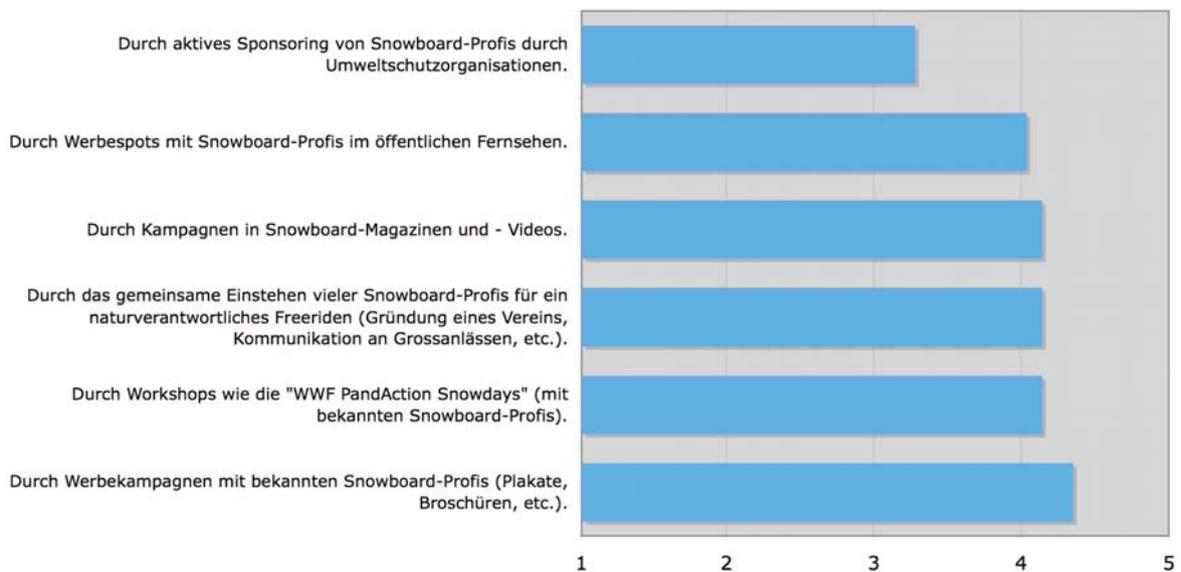


Abb. 24: Expertenmeinung der Profi- und Intensiv-Snowboarder über mögliche Massnahmen hinsichtlich einer Verhaltensänderung gegenüber der Natur (Altersgruppe der 26-30-jährigen Snowboarder) (Mittelwerte) (n=195) (1=nicht sinnvoll, 4=sinnvoll).

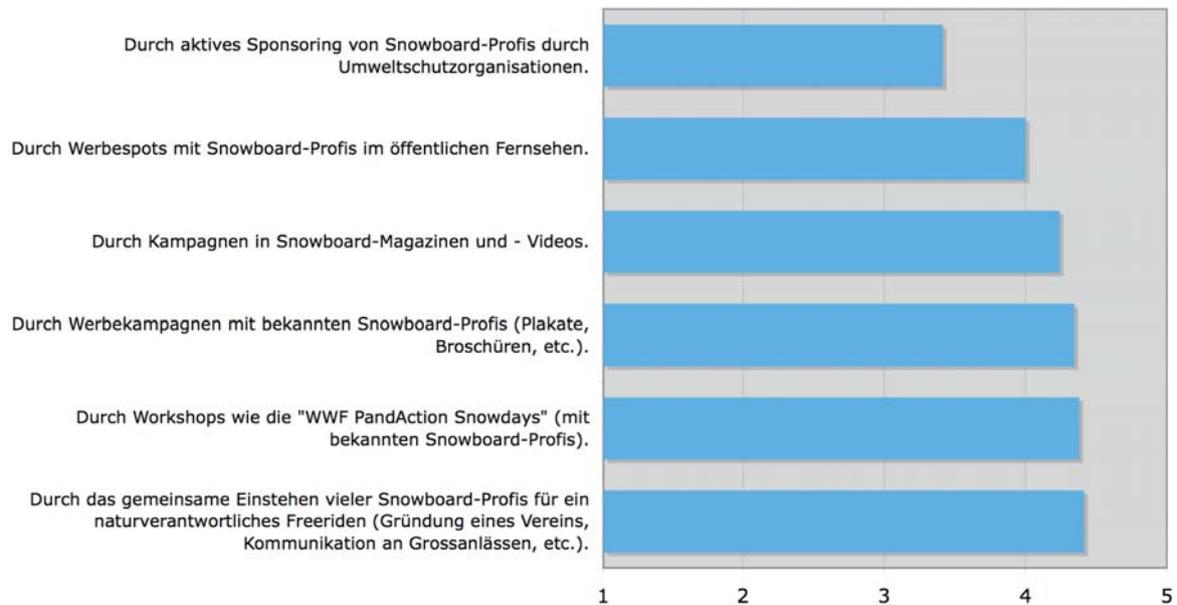
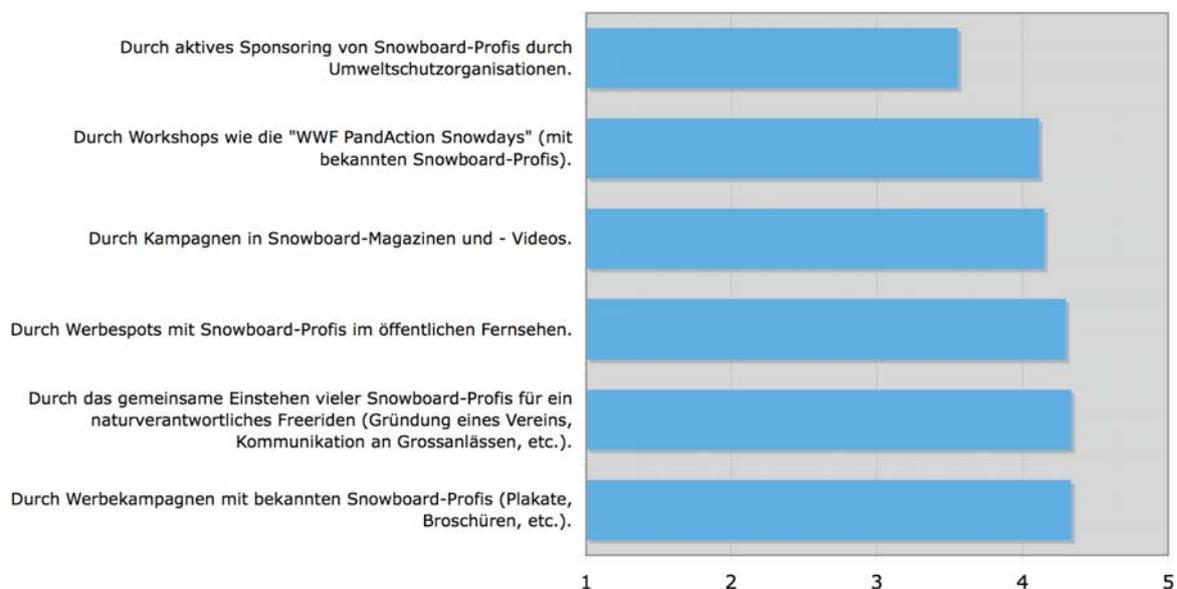


Abb. 25: Expertenmeinung der Profi- und Intensiv-Snowboarder über mögliche Massnahmen hinsichtlich einer Verhaltensänderung gegenüber der Natur (Altersgruppe der über 30-jährigen Snowboarder) (Mittelwerte) (n=195) (1=nicht sinnvoll, 4=sinnvoll).



4.3 Überprüfung der Hypothesen³⁶

Im Folgenden werden die beiden auf Grund der Fragestellungen und theoretischen Überlegungen in Kapitel 2.5 hergeleiteten Hypothesen statistisch überprüft. Dazu sollen die jeweiligen Nullhypothesen falsifiziert werden.

Die zwei Alternativhypothesen lauten:

H1_A: Natur nimmt bezüglich der Motivation der Snowboarder einen höheren Stellenwert ein als sozial- bzw. leistungsorientierte Aspekte.

H2_A: Profi- und Intensiv-Snowboarder, die über ein grösseres Wissen über mögliche Folgeschäden verfügen, verhalten sich umweltschonender.

4.3.1 Stellenwert der Natur und Landschaft als Motivationsfaktor

Hypothese 1 überprüft die Wichtigkeit der Naturkomponente bezüglich der Motivation mittels varimax-rotierter Hauptkomponentenanalyse. Aus der oben stehenden Alternativhypothese (H1_A) resultiert die Formulierung der dazu korrespondierenden Nullhypothese (H1₀):

H1₀: Die Natur nimmt bezüglich Motivation der Snowboarder keinen höheren Stellenwert als sozial- bzw. leistungsorientierte Aspekte ein.

Aufgrund theoretischer Überlegungen (siehe Kapitel 2.1) wurden die Indikatoren der Frage 9 zu drei Komponenten zusammengefasst. Es sind dies: eine Naturkomponente, eine Leistungskomponenten und eine Sozialkomponente. Die Komponenten wurden mit einer varimax-rotierten Hauptkomponentenanalyse auf ihre Plausibilität überprüft. Die Faktorenanalyse hat zum Ziel, die 12 miteinander korrelierenden Indikatoren der Frage 9 zu wenigen aussagekräftigen Komponenten zusammenzufassen. Die varimax-rotierte Hauptkomponentenanalyse berechnet die zwei in Tabelle 13 veranschaulichten Komponenten. Nur Komponenten 1 entspricht ziemlich genau der aus der Theorie gewonnen Naturkomponenten, wird hier aber „Naturerlebnis“ genannt. Die Leistungs- und Sozialkomponente werden in der Folge als Komponente „Leistung und soziales Wohlbefinden“ zusammengefasst. Alle in der Theorie aufgestellten Items werden in die beiden Komponenten einbezogen da kein Item eine Faktorladen tiefer als 0.5 aufweist. Das Motiv der Leistung steht offenbar in engem Zusammenhang mit den sozialen Aspekten des Snowboardens. Es stellt sich zurecht die Frage, warum dem so ist. Gleiches wurde schon bei der Studie von Saladin (2002: 71) zur

³⁶ Die theoretischen Ausführungen im Zusammenhang mit der statistischen Überprüfung der Hypothesen beruhen im Wesentlichen auf Bortz (2005).

Rolle von Natur und Landschaft beim Sportklettern festgestellt. Sie schreibt: „Eine mögliche Erklärung dafür könnte sein, dass die Erfahrung einer optimal durchgeführten Kletterbewegung oder das ausgewogene Zusammenspiel von Kraft, Technik und Konzentration ein Gefühl der Zufriedenheit mit sich selbst hervorruft und deshalb auf das persönliche soziale Wohlbefinden einen Einfluss hat.“

Gut möglich, dass eine ähnliche Erklärung auch auf die Snowboarder zutrifft. Das Befahren von schwierigem und gefährlichem Gelände führt ebenfalls zu einer grossen Zufriedenheit nach erfolgreicher Durchfahrung. Zudem ist ein grosses Vertrauen in die anwesenden Snowboard-Kollegen nötig, da sie bei einem Unfall oder einer Verschüttung durch eine Lawine diejenigen sind, die erste, lebensrettende Massnahmen ergreifen können. Je schwieriger das Gelände, je höher die Leistung, desto mehr kommt dieses Verständnis und Vertrauen zwischen Snowboardern zum Tragen.

Ladung auf Faktor/Komponente Nr.		Kom.	Indikator der Frage 9
1	2		
Naturerlebnis	Leistung u. soziales Wohlbefinden		
0.924	:	0.954	Naturerlebnis in einer unberührten Landschaft F9-5
0.911	:	0.929	Gefühl der Freiheit F9-11
0.900	:	0.928	Schöne Landschaft F9-1
0.789	:	0.845	Gemeinsames Freerideerlebnis mit Freunden F9-3
:	0.917	0.858	Anerkennung in der Snowboard-Szene F9-9
:	0.837	0.887	Risikofaktor/Kick F9-7
:	0.745	0.934	Suche nach anspruchsvollerem Gelände als Pisten F9-4
:	0.731	0.934	Kollegialität und gegenseitige Unterstützung F9-12
:	0.728	0.945	Erfolgreiches Befahren möglichst vieler Varianten F9-2
:	0.715	0.949	Wohlfühlen unter Gleichgesinnten F9-6
:	0.708	0.908	Natürliche Begebenheiten bezwingen/Herausforderung F9-10
:	0.696	0.928	Ruhe und Erholung vom Alltag F9-8
5.8	5.2	Eigenwert der rotierten Faktoren	
83.6%	8.1%	Durch Faktoren aufgeklärter Varianzanteil	
	91.7%	Summe des durch Faktoren aufgeklärten Varianzanteils	

Tab. 13: Varimax-rotierte Hauptkomponentenanalyse der Motivationsaspekte der Profi- und Intensiv-Snowboarder beim Fahren abseits von Pisten. (Faktormatrix mit Ladungen >.50).

Es resultieren also nur noch zwei, anstatt der drei durch die Theorie zusammengestellten Komponenten. In der Folge wird Komponente 1 als „Naturerlebnis“ und Komponente 2 als „Leistung und soziales Wohlbefinden“ bezeichnet.

Die Mittelwerte der neu zusammengestellten Komponenten zeigen eindeutig, dass das Motiv „Natur“ (Mittelwert 3.52) von den Freeridern stärker gewichtet wird, als die Leistung und das soziale Wohlbefinden (Mittelwert 2.7). Somit ist $H1_0$ zu Gunsten von $H1_A$ falsifiziert.

4.3.2 Zusammenhang zwischen Wissen und Verhalten

Hypothese 2 analysiert den Zusammenhang zwischen dem Wissen über die Winternatur und dem konkreten Verhalten gegenüber der Natur. Aus der oben stehenden Alternativhypothese (H_{2A}) erfolgt die Formulierung der folgenden Nullhypothese (H_{20}):

H_{20} : Zwischen dem Verhalten gegenüber der Natur und dem Wissen über die Natur von Profi- und Intensiv-Snowboardern besteht kein Zusammenhang.

Hypothese 2 ist eine Zusammenhangshypothese und wird mit Hilfe einer bivariaten Korrelationsanalyse überprüft. Da im Folgenden der Zusammenhang zwischen Faktenwissen und Verhalten interessiert, wird die Kriteriumsvariable durch das Verhalten bestimmt. Als Prädiktorvariable wird das Faktenwissen eingesetzt. Die für die Überprüfung wichtigen Indikatoren liefern einerseits die Frage zum Verhalten gegenüber Absperrungen (Frage Nr. 28 im Fragebogen) mit den drei Indikatoren: „Markierungen und Absperrungen interessieren mich nicht (ID 1)“, „Solange ich nicht den Ski-Abo-Entzug riskiere, halte ich mich auch nicht an Regeln (ID 2)“ und „Wenn sie zum Schutz von Wild und Vegetation da sind, halte ich mich auch an die Absperrungen/Markierungen (ID 3)“, andererseits die Fragen 17-20 und 22 im Fragebogen zum Wissen über die Winternatur. Die drei Indikatoren zum Verhalten konnten mit fünf Antwortmöglichkeiten von „trifft nicht zu“ bis „trifft voll zu“ beantwortet werden. Für die Analyse wurden die Antworten „trifft kaum zu“ und „trifft voll zu“ der Indikatoren ID 1 und ID 2; „trifft voll zu“ und „trifft eher zu“ des Indikators ID 3 als „umweltschonendes Verhalten“ zusammengefasst. Als „nicht umweltschonendes Verhalten“ wurden dementsprechend die gegensätzlichen Antworten zusammengefasst.

Ebenfalls soll der Zusammenhang des Wissens über die Winternatur mit der Selbsteinschätzung des Störpotentials (Frage 21) vom Fahren abseits der Pisten auf die Pflanzen- und Tierwelt analysiert werden.

Die bivariate Korrelation des Wissens und des Verhaltens gegenüber der Natur zeigt auf dem 1%-Niveau $R=0.448$ (Korrelationskoeffizient nach Pearson) eine signifikante (0.000) positive Korrelation. Ebenfalls auf dem 1%-Niveau signifikant (0.000) positiv korreliert ($R=636$) sind das Wissen über die Winternatur und die Selbsteinschätzung des Störpotentials.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die positive Korrelation zwischen dem Faktenwissen über die Winternatur und dem Verhalten gegenüber der Natur besagt, dass mehr Wissen zu einem umweltschonenderen Verhalten gegenüber der Natur führen kann. Ebenfalls lässt sich mit grosser Wahrscheinlichkeit sagen, dass das Wissen einen positiven Einfluss auf die Einschätzung des Störpotentials haben kann. Die eingangs aufgestellte Nullhypothese H_{20} ist somit zu Gunsten von H_{2A} falsifiziert.

Im folgenden Kapitel der Diskussion und Schlussfolgerungen sollen die mit der deskriptiven und schliessenden Statistik gewonnen Ergebnisse diskutiert und in Zusammenhang mit den theoretischen Ausführungen gesetzt werden.

5 Diskussion und Schlussfolgerungen

5.1 Methodenkritik

Die gesamte Rücklaufquote des Fragebogens lag mit 19.5% gerade noch auf dem zu erwartenden minimalen Durchschnitt bei postalischen Befragungen³⁷. Betreffend Online-Befragungen ist in der Literatur keine Information bezüglich genereller Rücklaufquoten zu finden. Im Internet wird oft mit einer höheren Rücklaufquote bei Online-Umfragen gesprochen³⁸.

Diese eher tiefe Rücklaufquote hängt bestimmt mit der Vorgabe zusammen, die Umfrage anonym, also ohne die Nennung meines Namens, durchzuführen. Dieses Vorgehen war nötig, da viele der befragten Snowboarder nähere Freunde oder zumindest Bekannte von mir sind und dadurch eine Verzerrung der Antworten befürchtet wurde. Ein weiterer Grund ist sicherlich auch der Fakt, dass vor allem Profi-Snowboarder oft auf Reisen sind und nur kurz ihre Mails checken und beantworten, sich deshalb nicht zwingend die Zeit für nicht persönliche Anliegen nehmen. Ein erfolgtes Erinnerungsmail hat zu keiner wesentlichen Erhöhung der Rücklaufquote geführt.

Die Profi- und Intensiv-Snowboarder der Schweiz bildeten die Grundgesamtheit der Befragung. Diese ist zwar homogen, da es sich um eine spezifische Gruppe der Bevölkerung handelt, aber nicht vollständig bekannt. Folglich war es nicht möglich, daraus eine reine Zufallsstichprobe zu ziehen. Die erhobenen Daten bilden somit eine gezielt ausgewählte Stichprobe. Als Vorteil dieser Tatsache kann der vereinfachte Erhebungsvorgang durch die gezielte Auswahl der Snowboarder angesehen werden, Nachteil ist sicherlich die bedingte Aussagekraft über die wahrscheinlichkeitsbehaftete Gültigkeit der Ergebnisse für die Grundgesamtheit. Der Fragebogen wurde nur in deutscher Sprache versandt, was zwangsläufig zu einer erheblichen Übervertretung von Meinungen aus deutschsprachigen Regionen der Schweiz führte. Zudem haben nicht alle Vereine und Vertriebe von denen die Email-Adressen rekrutiert wurden die gleiche Anzahl an Mitgliedern. Aus diesem Grund sind die Antwortverteilungen gewisser Fragen (z.B. bei der Frage nach der Mitgliedschaft bei Organisationen) verzerrt worden. Es handelt sich also um eine spezifische Repräsentativität der Stichprobe für die Grundgesamtheit (Bortz 2005: 86).

³⁷ Bei postalischen Befragungen muss oftmals mit einem Rücklauf von nur 20% - 40% gerechnet werden. Höhere Rückläufe werden in der Regel dann erzielt, wenn hoch motivierte Personengruppen angeschrieben werden (Diekmann 1995: 441).

³⁸ Siehe dazu z.B.: <http://www.umfragen.imac.de/Online-Befragungen.670.0.html>; <http://www.polliscope.de>.

Ein weiterer Punkt ist die Qualität der Daten. Die meisten Rückmeldungen waren positiver Art, einige empfanden gewisse Fragen als allgemein nicht sehr sinnvoll oder sahen eine falsche Skala verwendet (z.B. Frage 8 im Fragebogen). Die beantworteten Fragebogen wurden alle zu 100% ausgefüllt, somit konnten alle 195 Fragebogen zur Analyse herangezogen werden.

Zumeist waren die Antworten ordinaler Art, wurden jedoch bei der Auswertung als metrische Daten konvertiert. Die Antwortvorgaben wurden so zusammengestellt, dass sie der sozialwissenschaftlichen Praxis entsprechen, also als äquidistant empfunden werden (Bortz und Döring 2006). Somit ist eine Interpretation als Intervallskala vertretbar.

Bezüglich Interpretation der Untersuchungsergebnisse gilt es noch anzufügen, dass sich die Stichprobenerhebungen stets innerhalb einer gewissen Fehlerspanne bewegen. Es ist in der Grundlagenforschung ein Signifikanzniveau von 5% üblich. Der Vertrauensbereich gibt an, wie gross der Stichprobenfehler mit 95% Wahrscheinlichkeit beim vorliegenden Stichprobenumfang von 195 Befragten höchstens ist. Konkret heisst das für die vorliegende Studie: Haben bei einer Frage 30% aller Befragten die Antwort X gegeben, dann liegt der „wahre“ Wert (mit 95% Wahrscheinlichkeit) zwischen 26.7% und 33.3% (Vertrauensbereich: 3.3 Prozentpunkte). Ebenfalls muss bei der Interpretation der Daten beachtet werden, dass den Teilnehmern der Studie (durch mein Erwähnen in der Ankündigungsmail) bewusst war, dass ich ebenfalls aktiver Snowboarder bin. Der Einfluss dieser Tatsache auf die Antworten ist unklar.

5.2 Rückblick auf die wichtigsten Ergebnisse

5.2.1 Deskriptiver Teil

Mit dieser Arbeit wurde versucht, die Sicht der Profi- und Intensiv Snowboarder auf die Natur der Alpen zu erfassen. Im Zentrum standen dabei die Fragen nach dem Stellenwert von Natur und Landschaft (Abfrage der Motive), der Einfluss des Wissens auf das Verhalten, die Einstellung gegenüber Lenkungsmaßnahmen und die Abklärung einer Verhaltensbeeinflussung durch Vorbildrollen. Die Gliederung der Zusammenfassung ist die gleiche, wie die detaillierte Auswertung.

Angaben zur Person

Das Alter erstreckt sich über eine Spannweite von 15 bis 57 Jahren mit einem erwarteten, eher tiefen Altersdurchschnitt von 25 Jahren. Die Erfahrung auf dem Snowboard variiert zwischen 5 bis maximal 22 Jahren, resultierend in einem Durchschnitt von 12 Jahren. Die Spanne der „Anzahl Tage auf dem Schnee“ reicht von 10 bis über 250 Tagen pro Saison. Der Durchschnittswert der ganzen Stichprobe liegt bei 68 Tagen. Mit durchschnittlich 12 Jahren Erfahrung in den Bergen und über zwei Monaten

Präsenz pro Jahr konnte von einer für die Ziele dieser Studie sehr gut geeigneten Stichprobe ausgegangen werden. Die gewonnenen Erkenntnisse erhalten damit zusätzliche Vertrauenswürdigkeit.

Die drei beliebtesten Regionen zum Freeriden der Profi- und Intensiv-Snowboarder sind Graubünden, das Wallis und das Berner Oberland.

Art des Snowboardens

49% der Befragten gehen zur Hauptsache dem Variantenfahren nach, 46% geben an, eher Freestyle orientiert zu sein. Die restlichen 5% sind Tourensnowboarder. 60% bewegen sich im Durchschnitt mindestens 1-2 Stunden pro Snowboardtag abseits von Pisten. Davon fallen 58% auf Waldgebiete und 61% auf höhere, waldfreie Regionen.

Motivation

Die Motivation wurde anhand einer varimax-rotierten Hauptkomponentenanalyse (siehe Tabelle 13 im Kapitel 4.3.1) in zwei Komponenten eingeteilt. Dabei stellte sich heraus, dass das Naturerlebnis von den Profi- und Intensiv-Snowboardern wichtiger eingestuft wurde, als die Leistung und das soziale Wohlbefinden. Bei den Motiven waren für mehr als die Hälfte der Befragten das Freiheitsgefühl, die unberührte und schöne Landschaft, und das gemeinsame Freerideerlebnis mit Freunden von besonderer Wichtigkeit. Rund die Hälfte der Antwortenden stufte das Fahren einer eigenen Spur als „eher wichtig“ bis „sehr wichtig“ ein.

Wissen über die Winternatur

Gemäss Selbsteinschätzung verfügen die Profi- und Intensiv-Snowboarder über ein durchschnittliches Wissen über die Winternatur. Auf einer Skala von 0-10 bewerten sie sich selber mit einer 6. Dies korreliert in etwa mit den Ergebnissen aus der Wissenserhebung. Von den sechs Fragen zu den Abläufen in der Winterflora und -fauna sind drei von einer grossen Mehrheit korrekt beantwortet worden.

Einstellungen gegenüber Lenkungsmaßnahmen

Ein Grossteil der Befragten Profi- und Intensiv-Snowboarder ist bereit, das Fahren abseits von Pisten auf dafür ausgeschilderte Gebiete zu reduzieren, sofern ein merklicher Schaden an Tier- und Pflanzenwelt nachgewiesen werden kann. Im Allgemeinen werden Appellstrategien am meisten befürwortet, obwohl auf den ersten drei Plätzen alle drei Strategien vertreten sind. Von den fünf als am sinnvollsten eingestuften Massnahmen zielen drei auf vermehrte und präzisere Informationsvermittlung (Appellstrategie) ab. Das Ausschildern von erlaubten Varianten, Informationstafeln im Gelände und das Sperren von Wildschutzzonen werden von mehr als der Hälfte als sinnvoll errachtet.

Vorbildrolle als Mittel zur Beeinflussung von Verhaltensweisen

Profi- und Intensiv-Snowboarder sind mehrheitlich bereit, eine Vorbildrolle zu übernehmen und dafür auch ihren Namen zur Verfügung zu stellen. Mehr als die Hälfte liesse sich selber durch ein vobildliches Verhalten von Snowboard-Profis oder von Freunden und Familienmitgliedern beeinflussen. Mehr als dreiviertel der Befragten waren der Meinung, dass eine Beeinflussung des Verhaltens durch Vorbilder wirkungsvoll ist. Als am wirkungsvollsten wurden Werbekampagnen mit Snowboard-Profis eingestuft.

5.2.2 Hypothesen

Hypothese 1

Hypothese 1 hatte die Überprüfung der Wichtigkeit des Motivs der Naturkomponente für die Profi- und Intensiv-Snowboarder zum Ziel. Die These, dass Natur hinsichtlich Motivation für Snowboarder einen höheren Stellenwert als sozial- bzw. leistungsorientierte Aspekte hat, konnte erhärtet werden. Durch die varimax-rotierte Hauptkomponenten Analyse ist zudem ein starker Zusammenhang zwischen den Motivationsaspekten der Leistung und des sozialen Wohlbefindens zu Tage getreten.

Hypothese 2

Die zweite Hypothese diente einer Analyse des Zusammenhangs zwischen dem Wissen über die Winternatur und dem Verhalten gegenüber der Natur. Dabei wurde eine positive Korrelation zwischen dem vorhandenen Wissen und dem konkreten Verhalten bestätigt. Mit diesem Ergebnis konnte die Hypothese H2 bekräftigt werden. Zudem hat ein grösseres Wissen über die Winternatur positiven Einfluss auf die richtige Einschätzung des Störpotentials.

5.3 Diskussion der Ergebnisse

Nachfolgend wird versucht, die aus den Forschungsfragen und Hypothesen gewonnenen Ergebnisse einzuordnen.

Wichtigkeit der Natur beim Fahren abseits von Pisten

Natur wird von den Profi- und Intensiv-Snowboardern als die wichtigste Motivation abseits von Pisten zu Fahren betrachtet. Alle Items der Komponente Naturerlebnis stehen vor den sozial- und leistungsorientierten Aspekten. Zuvorderst liegen, praktisch gleichauf, das Motiv des Freiheitsgefühls, des Naturerlebnisses in der unberührten Landschaft und das Motiv der schönen Landschaft an sich. Überraschenderweise spielt der immer wieder als für Trendsportler, und somit auch für Snowboarder, sehr wichtig eingestufte Kick oder Risikofaktor für die Profi- und Intensiv-Snowboarder so gut wie

keine Rolle. Unter den verschiedenen, in Abbildung 6 (Kapitel 4.1.1) dargelegten Altersgruppen, gibt es kaum Verschiebungen bezüglich Wichtigkeit der Items. Bei der direkten Frage nach dem Gefühl während dem Snowboarden abseits von Pisten (Frage 10 im Fragebogen) antworteten nur 3% aller Befragten mit „Kick“, 49% wählten die Antwort „Freiheitsgefühl“. Zudem kann sich keiner der Antwortenden vorstellen, das Snowboarden nur noch in Hallen auszuüben. Somit stehen die Theorien von Bätzing (2000a) und Stremlow (1998), in denen der Natur und Landschaft bei Snowboardern vorwiegend eine „Reliktrolle“ zugesprochen wird, im Widerspruch zu den vorliegenden Ergebnissen. Die Art des Naturbezugs kann nicht nur mit dem blossen Erlebnis der Natur als „Kulisse“ erklärt werden. Offenbar ist das Snowboarden abseits von Pisten für Profi- und Intensiv-Snowboarder sehr stark mit der intensiven Erfahrung von Natur und Landschaft verbunden. Diese Erkenntnisse decken sich mit denen der Studie von Zeidenitz (2005: 94ff).

Aber nicht nur die Natur spielt eine wichtige Rolle für die Profi- und Intensiv-Snowboarder, auch Leistungsaspekte und das Motiv des sozialen Wohlbefindens sind von Bedeutung. Dabei liegen die sozialorientierten Aspekte, vor allem die Ruhe und Erholung vom Alltag, knapp vor den leistungsorientierten Aspekten. Im Gegensatz zum absichtlichen Eingehen eines Risikos, dass als unwichtig eingestuft wird, wird der Herausforderung eine eher wichtige Funktion zugeschrieben. Es scheint, als ob die Profi- und Intensiv-Snowboarder bewusst die Herausforderung suchen, dabei aber ein unnötiges Risiko vermeiden wollen. Dieser Fakt spricht, wiederum entgegen der Ansichten von Stremlow (1998), für ein gewisses Mass an vorhandener Vernunft.

Stellenwert von Natur und Landschaft

Die Profi- und Intensiv-Snowboarder betrachten bezüglich Natur vorrangig das Naturerleben an sich. Als wichtig werden aber auch der Schutz der Natur, ihre Unberührtheit und die Möglichkeit zur Aktivitätsausübung angesehen. Völlig unwichtig ist den Befragten die (subjektive) Beherrschbarkeit der Natur. Es besteht hier nach Kellert (1980) in erster Linie ein naturalistischer Naturbezug seitens der Profi- und Intensiv-Snowboarder. Sie erfahren bereits eine gewisse Befriedigung ihrer Bedürfnisse durch den direkten Kontakt mit der Natur.

Als wichtige Kriterien von Landschaft nennen die Befragten vor allem ihre Schönheit, ihre Natürlichkeit und die Möglichkeit, die Aussicht zu geniessen. Dies verweist auf den in der Theorie erwähnten ästhetischen Landschaftsbezug. Landschaft wird abstrahiert.

Interessant ist, dass die Ergebnisse bezüglich dem Stellenwert von Natur und Landschaft, bis auf kleine Verschiebungen, fast identisch sind mit denen von Zeidenitz (2005: 68ff). So sind bezüglich Natur bei beiden Studien die gleichen Faktoren an erster bis dritter Stelle, nur in einer etwas anderen Reihenfolge. Steht bei den Befragten (Variantenski und -snowboarder) der Studie von Zeidenitz der Schutz der Natur an erster Stelle so ist es bei den Profi- und Intensiv-Snowboardern das Naturerleben. Der Schutz der Natur steht aber mit fast gleicher Wichtigkeit wie das Naturerleben an zweiter, die

Unberührtheit gleich wie bei Zeidenitz an dritter Stelle. Als am wenigsten wichtig wird bei beiden Studien die Beherrschbarkeit der Natur angesehen. Die Möglichkeit zur Aktivitätsausübung steht an vierter Stelle, hinter allen Naturaspekten. Es zeigt sich, wie schon bei Zeidenitz (2005), dass die Natur für die Profi- und Intensiv-Snowboarder selbstverständlich auch als Möglichkeit zur Ausübung ihrer Aktivität im Sinne von Bätzing (2000a) und Stremlow (1998) dient, dies allerdings nicht als primärer Motivationsfaktor angesehen werden kann.

Einfluss des Wissens auf das Verhalten

Nicht nur eine allfällige emotionale Betroffenheit (Grob 1991, zit. in: Stettler 1997: 245) der Profi- und Intensiv-Snowboarder, sondern auch ihr Wissen über die Winternatur hat einen Einfluss auf das konkrete Verhalten gegenüber der Natur. Die Überprüfung der Hypothese 2 zeigt, dass zwischen dem vorhandenen Faktenwissen über die Winternatur der Profi- und Intensiv-Snowboarder und dem Verhalten gegenüber der Natur ein positiver Zusammenhang besteht. Wer über ein grösseres Faktenwissen verfügt, verhält sich mit grosser Wahrscheinlichkeit auch umweltschonender gegenüber der Natur. Ebenfalls lässt sich sagen, dass mehr Wissen einen positiven Einfluss auf die Einschätzung des Störpotentials hat.

Trotz diesem statistisch bewiesenen Zusammenhang zwischen Wissen und Einschätzung des Störpotentials gehen 43% der Befragten von mittelstarken Auswirkungen des Snowboardens abseits der Pisten aus. Nur gerade 13% schätzen das Störpotential als gross (Ingold 2005: 341) und somit richtig ein. Diese mehrheitlich vorhandene Fehleinschätzung lässt sich anhand der ernüchternden Resultate der Wissensfragen bezüglich der Winterflora und -fauna erklären. Lediglich 15% aller Profi- und Intensiv-Snowboarder verfügen über ein spezifisches Faktenwissen über die Winternatur, mit 78% verfügt immerhin die grosse Mehrheit über ein mittelmässiges Wissen. Das heisst konkret, dass es 78% aller Befragten, aufgrund ihres nur teilweise vorhandenen Wissens, auch nur bedingt möglich war, das Störpotential richtig einzuschätzen. Es wurden überwiegend Fragen zur Tierwelt gestellt. Dies erschien sinnvoll, da diese auch am meisten durch das Snowboarden in freiem Gelände beeinträchtigt wird.

Mit rund 80% ist den meisten Profi- und Intensiv-Snowboardern bewusst, dass die meisten Vogelarten hauptsächlich zu den Zeiten aktiv sind, in denen sie ihrer Aktivität nachgehen, dass energiezehrende Fluchten zum Tode führen können und dass Schneehühner in Höhlen wohnen. Trotzdem hat immer noch die Hälfte aller Befragten das Gefühl, dass Flora und Fauna gleichermassen vom Snowboarden abseits von Pisten betroffen sind. Dass jedoch die Tierwelt viel sensibler auf Störungen reagiert, ist der Mehrheit der Profi- und Intensiv-Snowboarder nicht bewusst.

Die Aussage von Stettler (1997), dass das Wissen der Schweizer Bevölkerung über naturwissenschaftliche Zusammenhänge zum Teil gering ist, trifft hier also zu. Es bedarf demnach einer Sensibilisierung der Snowboarder durch gezielte Informationsvermittlung zu Abläufen und

Störempfänglichkeit der Winternatur, hauptsächlich der Tierwelt. Durch erhöhtes Wissen sollte, gemäss der statistischen Analyse zum Zusammenhang zwischen Wissen und Störpotential, auch vermehrt eine richtige Einschätzung und Beurteilung der Auswirkungen des Snowboardens abseits der Pisten erfolgen.

Einstellungen gegenüber Lenkungsmaßnahmen

Eine erhöhte Akzeptanzbereitschaft von Regeln für ein naturverträgliches Snowboarden abseits von Pisten wird als entscheidender Faktor für die Lösung zwischen dem Freeriden und dem Naturschutz angesehen. Dies erscheint einleuchtend, da die Gemeinschaft der Snowboarder sehr unorganisiert und als bedingt gehorsam eingestuft werden muss.

Die Ergebnisse zeigen, dass seitens der Profi- und Intensiv-Snowboarder offenbar eine hohe Bereitschaft vorhanden wäre, auf das Fahren in Wildschutzzonen zu verzichten, sofern der Schaden an Tier- und Pflanzenwelt auch wirklich nachgewiesen und dargelegt werden kann. Die Mehrheit der Befragten ist der Meinung, dass die Snowboarder selber für ein naturverträgliches Snowboardern verantwortlich sind. Hier zeigt sich, wie schon bei Zeidenitz für die Variantenfahrer (2005: 96), die Forderung der Profi- und Intensiv-Snowboarder nach Selbstkontrolle und der Gewährung von Räumen der Freiheit. Überraschenderweise werden Naturschutzorganisationen wie etwa der WWF selten als Verantwortungsträger gesehen.

Wie zu erwarten sind die Profi- und Intensiv-Snowboarder mehrheitlich nicht gewillt, verbotsorientierte Massnahmen wie etwa Bussen oder temporäre Gebietssperrungen zu akzeptieren. Es zeigte sich allerdings, dass wenn Verbote oder Gebietssperrungen durch einen merklichen Schaden an Pflanzen- und Tierwelt begründet und verständlich gemacht werden können, eine grundlegende Bereitschaft zur Akzeptanz vorhanden ist. Dazu dürften partizipative Verfahren, bei denen alle Beteiligten einbezogen und gleichermassen Mitbestimmen dürfen, am besten geeignet sein. Profi- und Intensiv-Snowboarder sind sich einig, dass die Massnahmen nicht nur sie, sondern alle an der Störung der Natur Beteiligten betreffen sollen. Wichtig ist hier jedoch, dass gerade bei der Gruppe der Snowboarder keine Naturschutzfachleute mit stark erzieherischen Tendenzen auftreten (vgl. Kaufmann-Hayoz 1998: 120). Dies würde schnell zu bewusst reaktantem Verhalten führen und einer gemeinsamen Lösung des Problems im Wege stehen.

Von Profi- und Intensiv-Snowboardern am ehesten akzeptiert, werden infrastrukturelle Massnahmen (Lorch 1995: 124) wie etwa das Ausschildern von speziell fürs Snowboarden abseits der Pisten vorgesehenen Varianten oder das Aufstellen von Informationstafeln in Skigebieten. Dies stimmt überein mit dem Ergebnis der Frage nach dem Verhalten gegenüber Absperrungen. Die Mehrheit der Befragten hält sich an Absperrungen, sofern diese Gebiete klar als Wildschutzzonen ausgeschildert sind. Tageskartenzüge halten die Profi- und Intensiv-Snowboarder allerdings

weniger davon ab, fürs Freeriden gesperrte Zonen zu befahren. Appellstrategien wie Kurse und das Verteilen von Informationsbroschüren werden von rund der Hälfte der Befragten befürwortet.

Trotz einer offensichtlich vorhandenen Akzeptanz der Profi- und Intensiv-Snowboarder gegenüber gewissen Lenkungsmaßnahmen werden ihrer Durchsetzung weiterhin mehrere Hürden im Wege stehen. Eine dürfte mit Sicherheit die der Natur inhärente Allmendproblematik (Kaufmann-Hayoz 1999) sein. Die Begründung, „wenn ich nicht hier fahre, fährt hier doch sowieso ein anderer“, ist nicht nur bei Snowboardern sehr stark vertreten. Ebenfalls wird die Tatsache, dass das Snowboarden bis auf wenige Ausnahmen ein Freizeitvergnügen ist und oft eine gewissen Flucht vor dem Alltag bedeutet, nicht leicht zu überwinden sein. Wie von Kaufmann-Hayoz (1999:117-119) festgestellt worden ist, ist der Wille, diese Zeit möglichst autonom zu gestalten allgemein stark. Zudem darf das während dem Snowboarden im Tiefschnee oft auftretende Flow-Erleben nach Rheinberg (2000) auf keinen Fall ausser Acht gelassen werden. Dies heisst, angewandt an das „Erweiterten Kognitive Motivationsmodell“ von Heckhausen und Rheinberg (1980) mit dem Zusatz von Rheinberg (2002), dass die Anreize des Tätigkeitsvollzuges (Snowboarden in unberührtem Tiefschnee, Freiheit spüren usw.) stärker sind als die Handlungs/Ergebnis- und die Ergebnis/Folge-Erwartung (Abonnement-Entzug, Busse, Verschwinden von Wildtieren usw.). Solche Flow-Momente treten im Snowboarden sehr oft auf und werden hinsichtlich einer breiten Akzeptanz von Lenkungsmaßnahmen immer eine tragende Rolle spielen.

Durch meine langjährige Erfahrung und Aktivzeit im Snowboarden (mit Fokus auf dem Freeriden), sind mir persönlich die Auswirkungen des Snowboardens abseits von Pisten auf die Winternatur schon längst hinreichend bekannt. Dies sollte mich meinem Erachten nach daran hindern, durch Wildschutzzonen zu fahren. Dies ist allerdings nicht der Fall. Ein Verhalten, dass zu einem grossen Teil anhand der eben genannten Faktoren zu erklären ist und mit Bestimmtheit auf viele Vertreter der Snowboardwelt zutrifft.

Verhaltensbeeinflussung durch Vorbilder

Profi- und Intensiv-Snowboarder können – und werden vereinzelt schon („WWF PandAction Snowdays“ mit Reto Kestenholz)³⁹ – als Vorbilder zur Vermittlung von umweltschonenden Verhaltensweisen herangezogen werden. Die Bereitschaft, sich und seinen Namen in den Dienst der Natur zu stellen, scheint jedenfalls hoch zu sein. Rund dreiviertel der Befragten Snowboarder sind bereit, eine Vorbildrolle zu übernehmen und ihren Namen dafür zur Verfügung zu stellen. Natürlich stellt sich hier die Frage, ob sich die Profi- und Intensiv-Snowboarder in ihrer allfälligen Funktion als Vorbilder auch tatsächlich an die vermittelten Verhaltensweisen gegenüber der Natur halten würden. Tun sie dies nicht, so führt ihr „Fehlverhalten“, hält man sich an das in der Theorie erläuterte „Elaboration Likelihood Model“ von Petty & Cacioppo (1986), mit grosser Wahrscheinlichkeit genau

³⁹ Siehe dazu <http://www.snowdays.ch>.

zum Gegenteil des durch die eigentliche Botschaft gewünschten Verhaltens. Der als Vorbild kommunizierende Snowboarder hält sich selbst nicht, an die von ihm vermittelten Verhaltensweisen und wird dadurch von der breiten Masse als nicht vertrauenswürdig erachtet. Dies würde gemäss dem ELM zu einer genau gegenteiligen Verhaltensweise der angesprochenen Snowboarder führen. Sie würden sehr wahrscheinlich ohne weitere Überlegungen ebenfalls oder weiterhin geschützte Gebiete befahren, getreu ihrem Vorbild.

Bei der Frage nach den Möglichkeiten einer subjektiven Beeinflussung der Profi- und Intensiv-Snowboarder wurde, wie schon bei der Frage bezüglich Akzeptanz von Lenkungsmaßnahmen, das Ausschildern von erlaubten Varianten, respektive das Absperren von verbotenen Zonen am meisten genannt. Danach folgte der Wunsch nach mehr Wissen über die negativen Auswirkungen auf die Natur, nach mehr Information im Allgemeinen, vor der positiven Beeinflussung durch das vorbildliche Verhalten von Vorbildern. Wiederum auf wenig Zustimmung stiessen vermehrte Kontrollen und Bussen oder Skipassentzüge.

Die Profi- und Intensiv-Snowboarder wurden ebenfalls nach ihrer Expertenmeinung zu einer möglichen Beeinflussung von Verhaltensweisen durch Vorbilder befragt. Allgemein stiess keine der vorgeschlagenen Aktionen auf mehrheitliche Ablehnung. Sehr bemerkenswert ist, dass auch hier Massnahmen seitens von Umweltschutzorganisationen als „eher nicht sinnvoll“ eingestuft wurden. Die bereits durchgeführten „WWF PandAction Snowdays“ erhielten trotzdem die Zustimmung von dreiviertel der Antwortenden. Am sinnvollsten zur Beeinflussung von Verhaltensweisen durch Vorbilder wurden Werbekampagnen (Plakate, Broschüren etc.) mit bekannten Snowboard-Profis eingestuft. Ebenfalls über 80% Zustimmung erreichten Kampagnen in Snowboard-Magazinen und Snowboard-Videos oder das gemeinsame, öffentlich kommunizierte Einstehen vieler Snowboarder für ein naturverantwortliches Freeriden.

Anhand dieser Ausführungen zeigt sich, dass mit Einbezug des ELMs keine eindeutigen Aussagen über die Wahl des Kommunikationsweges gemacht werden können. Ausser dem Sponsoring von Profi-Snowboardern durch Umweltschutzorganisationen, werden alle vorgeschlagenen Aktionen als sehr sinnvoll bewertet. Es scheint als ob die im Theorieteil bereits erwähnte Kritik am ELM, dass die starke Trennung der beiden Routen (peripher und zentral) der Verarbeitung persuasiver Botschaften nicht realistisch ist, zumindest für diese Studie gerechtfertigt ist. Die Profi- und Intensiv-Snowboarder lassen sich offensichtlich von beiden Routen ähnlich stark beeinflussen. Tendenziell führt wohl der periphere Weg (Werbekampagnen, Kampagnen in Snowboard-Magazinen/-Videos, Werbespots im öffentlichen Fernsehen), auch aufgrund der Ausführungen im Theorieteil, anhand deren sich das Beschreiten des zentralen Weges (Workshops, Gründung eines Vereins von Snowboard-Profis für ein naturverträgliches Freeriden mit der Idee zu Veranstaltungen von Anlässen) als eher schwierig herausgestellt hat, zu mehr Erfolg hinsichtlich einer gewünschten Meinungs- und Verhaltensänderung. Am effektivsten zu Meinungs- und Verhaltensänderungen der Profi- und Intensiv-Snowboarder führt demnach das gezielte Einsetzen von weitgreifenden, im öffentlichen Raum angelegten

Werbekampagnen, in Zusammenarbeit mit bekannten Grössen des Schweizer Snowboard-Sports. Dabei sollte weniger auf die explizite Wirkungsweise der verwendeten Argumente eingegangen werden, sondern viel mehr auf die Verwendung möglichst vieler, oberflächlicher Hinweise (Reize). Abgesehen von der sowieso inhärenten Schwierigkeit einer Anwendung der zentralen Route hinsichtlich der Verarbeitung persuasiver Botschaften, ist bei einer gleichwohligen Verwendung grosse Vorsicht geboten. Unter den Snowboardern besteht eine grosse Gruppenidentifikation und der Drang nach Freiheit ist stark verbreitet und in den Köpfen verankert. Verbote und Bussen bedeuten einen Einschnitt in diese persönliche Freiheit und führen nicht selten zu provokativ reaktantem Verhalten der Snowboarder gegenüber autoritärer Personen oder Reglementierungen. Will man auf dem zentralen Weg eine nachhaltige Veränderung des Verhaltens erreichen, so müssen die Argumente, ob pro oder kontra, sehr gut ausgewählt und begründet werden. Hierfür sollte auf die Verwendung weniger, dafür klar nachvollziehbarer und möglichst erschreckender Fakten gegriffen werden. Ebenfalls sollten die Interessen der Naturschützer durch angesehene Vertreter der Snowboardszene unterstützt und durch sie kommuniziert werden. Dies würde meinem Erachten nach am ehesten zu einer verbreiteten Akzeptanz der Snowboarder gegenüber notwendiger Vorkehrungen zu Gunsten der Winternatur führen.

Die Auswertung verschiedener Fragen dieser Studie hat gezeigt, dass von den Profi- und Intensiv-Snowboardern mehr Information bezüglich der Auswirkungen des Freeridens auf die Natur der Alpen gewünscht wird. Sind die darin formulierten Massnahmen sinnvoll und vor allem verständlich ausformuliert, würden sie offenbar auch verbreitet auf Akzeptanz stossen. Vergleicht man die Antworten innerhalb der Altersgruppen so zeigt sich erstaunlich gut, wie sich die Wege der Verarbeitung einer persuasiven Botschaft von verschiedenen Personen unterscheiden. So findet sich der Freeride Workshop „WWF PandAction Snowdays“ bei den über 25-jährigen Profi- und Intensiv-Snowboardern auf dem zweiten Platz wieder, während dem dieser bei den unter 25-jährigen an zweitletzter Position (obwohl immer noch mit 74% Zustimmung) steht (siehe Abbildungen 22-25 im Kapitel 4.2.5). Es scheint als würden sich ältere Profi- und Intensiv-Snowboarder eher zu einer genauen Auseinandersetzung mit den Argumenten (zentrale Route der Verarbeitung einer persuasiven Botschaft) für ein naturverträgliches Snowboarden abseits der Pisten hinreissen lassen, währenddessen die jüngeren Snowboarder eher auf dem für sie gewohnt peripheren Weg, durch verschiedene oberflächliche Hinweisreize wie etwa Werbungen oder Videos, Botschaften aufnehmen. Diesbezüglich wäre es von Interesse, die demographischen Angaben der Teilnehmer der „WWF PandAction Snowdays“ auszuwerten. Leider sind die Teilnehmer dieser Workshops nicht in der Stichprobe enthalten, da sich der WWF nicht bereit erklärte, an der Umfrage mitzuhelfen [...].

5.4 Schlussfolgerungen

Abschliessend lässt sich festhalten, dass die in dieser Studie befragten Profi- und Intensiv-Snowboarder sehr viel Wert auf eine geschützte, gesunde und schöne Winternatur legen. Die Studie hat gezeigt, dass die Snowboarder am Schutz und Erhalt der Natur und einer schönen Landschaft interessiert sind. Sicherlich kann dieser nicht auf Kosten jeglicher Freiheiten und mit den Mitteln grossflächiger genereller Verbote realisiert werden. Vielmehr sollten Wildschutzzonen sinnvoll einzoniert werden und genügend Freiraum für das Snowboarden abseits der Pisten ermöglichen. Wenig nutzvoll ist die oft zu beobachtende Eingrenzung von relativ kleinflächigen Wildschutzzonen in mitten für den Ski- und Snowboardsport markierten Pisten, leicht zugänglichen Regionen oder zwischen zwei ausgeschilderten Varianten. Meiner Meinung nach wäre es viel sinnvoller, grossflächige Zonen für die Tierwelt sowie für Variantensnowboarder (und -skifahrer) zu schaffen. Diese würden das gemeinsame Nebeneinander mit grosser Wahrscheinlichkeit erleichtern. Wie die Tiere ein Recht auf eine möglichst störungsfreie Existenz haben, muss auch den Menschen die Möglichkeit der Ausübung ihrer Vorlieben gewährleistet werden.

Zudem sollte vermehrt auf die Informationsvermittlung gesetzt werden. Wo sich in einem Skigebiet Wildschutzzonen befinden muss besser und öfters kommuniziert werden. Es macht wenig Sinn, wenn erst am Fusse eines Waldes eine kleine weiss-grüne Holztafel darauf aufmerksam macht, dass man gerade durch ein Ruhegebiet für Wildtiere gefahren ist. Ebenfalls den Wildschutz nicht unbedingt fördernd, ist das von mir diese Saison auf dem Jakobshorn in Davos beobachtete Aufstellen einer riesigen neuen Informationstafel ohne jeglichen Vermerk von Wildschutzzonen.

Im Titel dieser Arbeit wurde die Frage aufgeworfen, mit welcher Einstellung gegenüber der Natur die Snowboarder ihrem Sport nachgehen. Nehmen sie die Alpen nur als Kulisse wahr oder sind sie von einer intensiven Beziehung zu den Bergen geprägt? Anhand der vorliegenden Arbeit kann von einer intensiven Beziehung ausgegangen werden, zumindest für Profi- und Intensiv-Snowboarder. Die Natur stellt eine ganz entscheidende Motivation zum Snowboarden dar.

Literaturverzeichnis

- Atteslander, P. 2000: Methoden der empirischen Sozialforschung. 9. Auflage. Berlin.
- Aufmuth, U. 1988: Zur Psychologie des Bergsteigens. Frankfurt am Main.
- Bahrenberg, G./ Giese, E. und Nipper J. 1999: Statistische Methoden in der Geographie. Univariate und bivariate Statistik, Stuttgart.
- Bandura, A. 1976: Lernen am Model. Ansätze zu einer sozial-kognitiven Lerntheorie, Stuttgart.
- Bätzing, W. 2000a: Postmoderne Ästhetisierung von Natur versus „schöne Landschaft“ als Ganzheitserfahrung – von der Kompensation der „Einheit der Natur“ zur Inszenierung von Natur als „Erlebnis“. In: ARNDT, A. (Hrsg.) Hegels Ästhetik. Die Kunst der Politik – die Politik der Kunst. (Hegel-Jahrbuch 2000, 2. Teil.), Berlin.
- Bätzing, W. 2005: Die Alpen. Geschichte und Zukunft einer europäischen Kulturlandschaft, 3. Auflage, München.
- Bortz, J. 2005: Statistik für Sozialwissenschaftler. 6. Auflage, Berlin.
- Bortz, J. und N. Döring 2006: Forschungsmethoden und Evaluation für Human- und Sozialwissenschaftler. 4. Auflage, Berlin.
- Brämer, R. 1998: Natur als Begriff – Versuch einer empirischen Vorklärung. In: Schemel, H.J. (Hrsg.) Naturerfahrungsräume – ein humanökologischer Ansatz für naturnahe Erholung in Stadt und Land. (Vol. 15) Bonn: Schriftenreihe „Angewandte Landschaftsökologie“ des Bundesamt für Naturschutz, 71-89.
- Brandauer, T. 1994: Sportklettern und Persönlichkeit. Hamburg.
- Brosius, F. 2007: SPSS für Dummies. Statistische Analyse statt Datenchaos, Weinheim.
- Buchecker, M. 1999: Die Landschaft als Lebensraum der Bevölkerung – Nachhaltige Landschaftsentwicklung durch Befürfniserfüllung, Partizipation und Identifikation. Dissertation am Geographischen Institut der Universität Bern, Bern.
- BUWAL (Hrsg.) 1998: Landschaftskonzept Schweiz. BUWAL, Bern.
- Chaiken, S. und Y. Trope (Hrsg.) 1999: Dual-process theories in social psychology. New York. Erhältlich von: http://www.books.google.com/books?hl=de&lr=&id=5X_auIBx99EC&oi=fnd&pg=PA5&dq=c_haikens+s&ots=OGMW-R5jok&sig=-r_fwHmePvvNK3VpbB466r1Fzvo. Zugriff: März 2008.
- Chaiken, S. 1980: Heuristic versus Systematic Information Processing and the Use of Source versus Message cues in Persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology* 39, 752-766. Erhältlich von: <http://content.apa.org/journals/psp/39/5/752>. Zugriff: März 2008.
- Csikszentmihalyi, M. und S. A. Jackson 2000: Flow im Sport. Der Schlüssel zur optimalen Erfahrung und Leistung, München.
- Craik, F. M. and R. S. Lickhart 1972: Levels of Processing: A Framework for Memory Research. *Journal of Verbs/ Learning and Verbal Behaviour* 67, 1-684. Erhältlich von: <http://doi.apa.org/?uid=1973-20189-001>. Zugriff: März 2008.
- Diekmann, A. 1995: Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen, Hamburg.
- Dudenredaktion (Hrsg.) 2001: Das Fremdwörterbuch. 6. Auflage, Mannheim.
- Erwin, P. 2001: Attitudes and persuasion. Hove.
- Fachkommission Naturschutz Bern (2002): Früherkennung im Naturschutz des Kantons Bern. Tourismus- und Freizeitaktivitäten und deren Auswirkungen auf Fauna und Flora, Wirkungsmechanismen, Bern.
- Flick, U. 2002: Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung, 6. Auflage, Hamburg.

- Fuhrer, U. und F. Kaiser 1994: Multilokales Wohnen. Psychologische Aspekte der Freizeitmobilität, Bern.
- Fuhrer, U. und S. Wölfling 1997: Von den sozialen Grundlagen des Umweltbewusstseins zum verantwortlichen Umwelthandeln. Die sozialpsychologische Dimension globaler Umweltproblematik, Bern.
- Grob, A. 1991: Meinungen, Verhalten, Umwelt: ein psychologisches Ursachennetz-Modell umweltgerechten Verhaltens. Wien.
- Hartmann, H. A. und R. Haubl (1996): Freizeit in der Erlebnisgesellschaft. Amüsement zwischen Selbstverwirklichung und Kommerz, Opladen.
- Heckhausen, H. 1989: Motivation und Handeln. Berlin.
- Hunziker, M. und M. Buchecker 1999: Bedürfnisorientierte Landschaftsentwicklung im Gebirgsraum – Ergebnisse sozialwissenschaftlicher Untersuchungen. Forum für Wissen 2.
- Ingold, P. Freizeitaktivitäten im Lebensraum der Alpentiere. Konfliktbereiche zwischen Mensch und Tier, Mit einem Ratgeber für die Praxis, Bern.
- Kunath, P. und H. Schellenberger 1991: Tätigkeitsorientierte Sportpsychologie. Frankfurt am Main.
- Kaufmann-Hayoz, R. 1999: Über die Schwierigkeit, wissenschaftliche Erkenntnis in Handeln umzusetzen. In: Ingold, P. (Hrsg.) Freizeitaktivitäten und Naturschutz. Symposium am 18. Februar 1998 an der Universität Bern. Sonderdruck aus den Mitteilungen der Naturforschenden Gesellschaft in Bern, Band 56, 115-120 Bern.
- Kaufmann-Hayoz, R. und A. Di Giulio (Hrsg.) 1996: Umweltproblem Mensch. Humanwissenschaftliche Zugänge zu umweltverantwortlichem Handeln, Bern.
- Kellert, S. R. 1980: Contemporary Values of Wildlife in American Society. In: Shaw, W.W. und E.H. Zube (eds) Wildlife Values. Center for Assessment of Noncommodity Natural Resource Values. Institutional Series Report Nr. 1, 241-267.
- Kruse C. 2007: Eine anthropologische-phänomenologische Spurensuche. In T. Schauerte, J. Schwier (Hrsg.): Vorbilder im Sport. Perspektiven auf ein facettenreiches Phänomen, Köln, 9-26.
- Kuckartz, U. und A. Rheingans-Heintze 2006: Trends im Umweltbewusstsein: Umweltgerechtigkeit, Lebensqualität und persönliches Engagement. Wiesbaden.
- Leser, H. (Hrsg.) 1997: Wörterbuch Allgemeine Geographie. München.
- Littlejohn, S. W. 2002: Theories of human communication. 7th edition, Belmont.
- Lorch, J. 1995: Trendsportarten in den Alpen. Konflikte, rechtliche Reglementierungen, Lösungen, CIPRA Kleine Schriften 12/95.
- Mollet, P./ Badilatti, B./ Bollmann, K./ Graf, R. F./ Hess, R./ Jenny, H./ Mulhauser, B./ Perrenoud, A./ Rudmann, F./ Sachot, S. und J. Stuer 2003: Verbreitung und Bestand des Auerhuhns Tetrao urogallus in der Schweiz 2001 und ihre Veränderung im 19. und 20. Jahrhundert. Ornithol. Beob.
- Opaschowski, H. W. 1991: Ökologie von Freizeit und Tourismus. BAT Freizeit und Tourismusstudien, Opladen.
- Petty, R. E. und T. C. Brock 1976: Effects of Responding or not Responding to Hecklers on Audience Agreement with a Speaker. *Journal of Applied Social Psychology* 6: 1-17. Erhältlich von: [http://www.links.jstor.org/sici?sici=0162-895X\(198806\)9%3A2%3C273%3AFAPOPC%3E2.0.CO%3B2-P](http://www.links.jstor.org/sici?sici=0162-895X(198806)9%3A2%3C273%3AFAPOPC%3E2.0.CO%3B2-P). Zugriff: März 2008.
- Petty, R. E. und J. T. Cacioppo 1981: Attitudes and Persuasion: Classic and Contemporary Approaches. Dubuque, Iowa.
- Petty, R. E. und J. T. Cacioppo 1986: Communication and persuasion – central and peripheral routes to attitude change. New York.

- Petty, R. E. und J. T. Cacioppo 1979: Effects of Message Repetition and Position on Cognitive Responses, Recall and Persuasion. *Journal of personality and Social Psychology* 37: 97-109. Erhältlich von: <http://www.content.apa.org/journals/psp/37/1/97.pdf>. Zugriff: März 2008.
- Radü, G. 2004: Schneeschuhlaufen – eine Trendsportart. Läufer, Konflikte, Lösungsansätze, Diplomarbeit, Geographisches Institut der Universität Zürich, Zürich.
- Rheinberg, F. 2002: Motivation. 4. Auflage, Stuttgart.
- Ritter, J. 1974: Landschaft zur Funktion des Ästhetischen in der modernen Gesellschaft. In: Ritter, J. Subjektivität. Frankfurt, 141-163.
- Saladin R. 2002: Die Rolle von Natur und Landschaft beim Sportklettern. Ort der Geborgenheit oder Mittel zum Zweck, Diplomarbeit, Geographisches Institut der Universität, Zürich.
- Seel, M. 1991: Eine Ästhetik der Natur. Frankfurt.
- Seewald, F./ Kronbichler, E. und S. Grössing 1998: Sportökologie. Eine Einführung in die Sport-Natur-Beziehung, Wiesbaden.
- Sherif, C. W./ Sherif, M. und R. E. Nebergall 1965: Attitude and Attitude Change. *Journal of Marketing Research*, Vol. 3, 201-202.
- Stettler, J. 1997: Sport und Verkehr. Sportmotiviertes Verkehrsverhalten der Schweizer Bevölkerung, Umweltbelastungen und Lösungsmöglichkeiten. In: Berner Studien zu Freizeit und Tourismus Nr. 36, Universität Bern, Bern.
- Stiff, J. B. 1994: Persuasive communication. *Journal of Language and Social Psychology* 22, 828-840. Erhältlich von: <http://content.apa.org/journals/apl/91/4/828>. Zugriff: März 2008.
- Stremlow, M. 1998: Die Alpen aus der Untersicht - von der Verheissung der nahen Fremde zur Sportarena. Kontinuität und Wandel von Alpenbildern seit 1700, Bern.
- Strasdas, W. 1994: Auswirkungen neuer Freizeittrends auf die Umwelt, Aachen.
- Vidal, J. 1998: Elaboration Likelihood Model. Erhältlich von: http://www.ciadvertising.org/studies/student/98_spring/theory/elm.html. Zugriff: März 2008.
- Wallentin, G. 2001: Besucherlenkung als Teil der Landschaftsplanung: dargestellt am Beispiel des Obernberger Sees. Diplomarbeit, Innsbruck.
- Werlen, B. 2000: Sozialgeographie. Eine Einführung, Bern.
- Wessely, H. und R. Schneeberger 1999: Outdoorsport und Naturschutz. Laufener Forschungsbericht Nr. 6 Bayerische Akademie für Naturschutz und Landschaftspflege (ANL), Laufen.
- Winkelmann, C. und T. Wilken 1998: Sportaktivitäten in Natur und Landschaft – Rechtliche Grundlagen für Konfliktlösungen, Berlin.
- Witzel, A. 1985: Das problemzentrierte Interview. In G. Jüttemann (Hrsg.) *Qualitative Forschung in der Psychologie. Grundfragen, Verfahrensweisen, Anwendungsfelder*, Weinheim.
- Wright, P. 1981: Cognitive Response to Mass Media Advocacy. In R. E. Petty, T. M. Ostrom und T. C. Brock (Hrsg.) *Cognitive Response in Persuasion*. Hillsdale.
- Venetz, M./ Brühlmann, S./ Spitzer, C. und O. Meyenhofer (2000): Erleben im Alltag und am Snowboardtag. Unveröffentlichte Forschungsarbeit, Abt. Angewandte Psychologie an der Universität Zürich.
- Zeidenitz, C. 2001: Freizeitaktivitäten wegen und gegen Natur und Landschaft. Forschungsplan für ein WSL-Forschungsprojekt, Birmensdorf.

Anhang

- I Leitfaden-Interview**
- II Einladungsmail mit Link zum Fragebogen**
- III Einladungsmail der Nachbefragung**
- IV Fragebogen**

„INTENSIV- und PROFI-SNOWBOARDER“ – Interview-LEITFADEN

Ich möchte mit Dir über das Snowboarden abseits der Pisten reden.

Wie oft, wie lange und wann fährst du abseits der Pisten?

A Motivation: welches sind die Gründe und Hintergründe für das Snowboarden abseits markierter Pisten?

Warum übst du gerade diese spezielle Aktivität aus?

Was macht Deine Aktivität für Dich besonders attraktiv?

-Naturkomponente: Schöne Landschaft, Naturerlebnis in einer unberührten Landschaft, Intensiver Kontakt mit der Natur, Natürliche Begebenheiten bezwingen, Ruhe und Erholung vom Alltag

-Bewegungs- Leistungskomponente: Erfolgreiches Befahren möglichst vieler Varianten, Perfektionierung des Fahrstils, Zusammenspiel von Geschwindigkeit, Technik und Konzentration, Risikofaktor, Kurzer Einstieg zur Abfahrt

-Sozialkomponente: Gemeinsames Freerideerlebnis mit Freunden, Wohlfühlen in der Snowboard-Szene, Kollegialität und gegenseitige Unterstützung, Anerkennung,

andere Aspekte?

Welche Umgebung(en) wird/werden ausgesucht für die Ausübung der Aktivität?

Warum gehst Du (immer wieder) dorthin?

- Welche Vorstellung hast Du von einer perfekten Abfahrt?
- Wohin gehst Du und was unternimmst Du, wenn Du...
 - **Natur erleben willst?** (Naturkomponente)
 - **Alleine sein willst?/Stille suchst?** (Naturkomponente)
 - **Trainieren willst/sportliche Leistung verbessern willst?** (Leistungskomponente)
 - **„Thrill“ und Abenteuer suchst?** (Leistungskomponente)
 - **Gemeinsam etwas mit Freunden erleben/unternehmen willst?** (Sozialkomponente)

Welches Empfinden löst die Ausübung der Aktivität aus? Welche Emotionen werden berichtet?

- Sicherheit,
- Erregung,
- Zufriedenheit,
- Autonomie,
- was noch?

Rolle von Natur und Landschaft

Könntest du Dir vorstellen, Snowboarden nur noch „indoor“ (in Hallen) auszuüben?

Welchen Stellenwert hat Natur und Landschaft beim Fahren abseits der Pisten?

B Wissen: Welchen Einfluss übt das vorhandene Wissen auf das Verhalten aus?

Was für Schäden entstehen beim Fahren abseits der Pisten?

Was weißt Du über die Lebensweise der Tiere im Winter?

C Besteht bei den Akteuren eine Bereitschaft, ihr Freizeitverhalten aus Gründen des Natur- und Landschaftsschutzes zu verändern?

**Hat Deine Freizeitaktivität positive oder negative Auswirkungen auf Natur und Landschaft?
Unter welchen Bedingungen würdest Du etwas anders machen / Dein Verhalten ändern?**

D Mit welchen Strategien lassen sich nachhaltige Einstellungs- und Verhaltensänderungen effektiv und effizient herbeiführen?

Was hältst du von den bisherigen Naturschutzmassnahmen bezüglich Freeriden?

Appellstrategien (Kurse, Vereinbarungen, Infotafeln, -broschüren); Normstrategien (Taxen, Gebühren, Totalsperrung von Gebieten.); Infrastrukturelle Massnahmen (Kontrollen, Abschildern der erlaubten Abfahrten)

Was für andere Massnahmen schlägst du vor? An was für Massnahmen würdest du dich halten?

Sind für dich alternative Aktivitäten denkbar? Welche wären das?

Wer soll diesbezüglich etwas unternehmen? Eher der Staat oder Du selbst?

Wie hoch schätzt Du das Schadenspotenzial ein, das durch das Fahren abseits der Pisten verursacht wird?

E Besteht eine Bereitschaft der Profi- und Intensiv-Snowboarder eine Vorbildrolle bezüglich des Verhaltens gegenüber der Natur zu übernehmen?

Wie könnte das Naturverhalten mittels Vorbildrollen beeinflusst werden?

Unter welchen Umständen würdest Du Dich an die dadurch vermittelten Verhaltensweisen halten?

Wer soll diesbezüglich etwas unternehmen? Der Staat, Umweltorganisationen oder die Snowboarder selber?

Hast du noch Fragen?

Vielen Dank für das Gespräch.

Einladung zur Umfrage "Snowboarden in der Schweiz":

Liebe Snowboarderin, lieber Snowboarder

Im Rahmen meiner Diplomarbeit am Institut für Entwicklung und Umwelt (CDE) der Universität Bern, in Zusammenarbeit mit der Eidg. Forschungsanstalt für Wald, Schnee und Landschaft, untersuche ich die Motivationen und Verhaltensweisen von Snowboarder und Snowboarderinnen. Für ein statistisch aussagekräftiges Resultat bin ich, selber aktiver Snowboarder, auf Eure Mithilfe angewiesen.

Bitte beantworte die Fragen möglichst genau und vollständig. Du solltest dafür nicht mehr als 20 Minuten benötigen. Deine Angaben werden auf jedenfall streng vertraulich behandelt und nur zu wissenschaftlichen Zwecken verwendet.

Den Fragebogen kannst Du unter folgendem Link ausfüllen. Ich wäre sehr froh, wenn Du dies bis spätestens 28. Dezember 2007 erledigen könntest:

[Link zur Umfrage](#)

Jeder beantwortete Fragebogen nimmt an einer Verlosung von Nitro, Vans, Nixon und Spy Goodies teil.

Für Deine Mithilfe danke ich Dir im Voraus und wünsche weiterhin viel Spass im Schnee.

Freundliche Grüsse

Einladung zur Umfrage "Snowboarden in der Schweiz":

Liebe Snowboarderin, lieber Snowboarder

Vor ca. zwei Wochen hast Du von mir ein Email erhalten, mit der bitte den Fragebogen für meine Diplomarbeit am Institut für Entwicklung und Umwelt (CDE) der Universität Bern, in Zusammenarbeit mit der Eidg. Forschungsanstalt für Wald, Schnee und Landschaft, auszufüllen. Ich erlaube mir, Dich nochmals darauf aufmerksam zu machen, dass ich auch an Deiner Meinung zum Thema "Motivation und Verhaltensweisen von Snowboarder und Snowboarderinnen" interessiert bin. Das Ausfüllen möglichst vieler Fragebogen gewährleistet eine höhere Aussagekraft der Studie.

Bitte beantworte die Fragen möglichst genau und vollständig. Du solltest dafür nicht mehr als 20 Minuten benötigen. Deine Angaben werden auf jedenfall streng vertraulich behandelt und nur zu wissenschaftlichen Zwecken verwendet.

Den Fragebogen kannst Du unter folgendem Link ausfüllen. Ich wäre sehr froh, wenn Du dies bis spätestens 8. Januar 2008 erledigen könntest:

[Link zur Umfrage](#)

Jeder beantwortete Fragebogen nimmt an einer Verlosung von Nitro, Vans, Nixon und Spy Goodies teil.

Für Deine Mithilfe danke ich Dir im Voraus und wünsche weiterhin viel Spass im Schnee.

Freundliche Grüsse

Eine Umfrage des Centre for Development & Environment, 3008 Bern und



der Eidg. Forschungsanstalt für Wald, Schnee und Landschaft, 8903 Birmensdorf



Zunächst einmal vielen Dank für Deine Bereitschaft zur Mitarbeit. Bevor Du beginnst, beachte bitte folgende Hinweise: - Versuche, die Fragen möglichst spontan und ohne fremde Hilfe zu beantworten. - Bitte antworte zwecks Vollständigkeit und statistischer Verwendbarkeit auf jede Frage. Die Daten werden selbstverständlich vertraulich behandelt und nur für wissenschaftliche Zwecke verwendet!

1. Hier kannst Du Deine Email eingeben wenn Du am Wettbewerb teilnehmen willst. Verlost werden coole Goodies von Vans, Nitro, Nixon und Spy!

Ihre Antwort:



2. Wie viele Tage ungefähr gehst Du in der Saison Snowboarden? **

Ihre Antwort:

3. Seit wievielen Jahren fährst Du Snowboard?

Ihre Antwort:

4. Bist Du eher Freestyle oder eher Freeride orientiert? **

- eher Freestyle
- eher Freeride, leicht zugängliche Varianten
- eher Tourensnowboarden mit Schneeschuhen

5. In welcher Region fährst Du am meisten Snowboard?

(mehrere Antworten möglich)

- Graubünden
- Ostschweiz
- Zentralschweiz
- Berner Oberland
- Westschweiz
- Wallis
- Tessin

6. Welches Material besitzt Du?

(mehrere Antworten möglich)

- Schneeschuhe
- Lawinenschutzgerät (LVS)
- Sondierstangen
- Lawinenschaufel
- Avalung
- Klettermaterial
- Keines

7. Bei welcher Organisation bist Du Mitglied?

(mehrere Antworten möglich)

- Keiner
- SAC
- REGA
- WWF/Pro Natura
- Snowboard-Club
- Swiss Ski
- SSBS
- Swiss Snowsports

Sonstiges:

8. Wenn Du mit dem Snowboard unterwegs bist, wo fährst Du dann jeweils und wie lange (AN EINEM SNOWBOARDTAG)?**

bitte in jeder Zeile die Gesamt-Stundenzahl einschätzen!

	gar nicht	0 - 1 h	1 - 2 h	2 - 4 h	mehr als 4 Stunden
Ich fahre auf der Piste/Park	<input type="radio"/>				
Ich fahre abseits der Piste durch offenes, waldfreies Gebiet	<input type="radio"/>				
Ich fahre abseits der Pisten durch den Wald	<input type="radio"/>				

9. Was macht das Fahren ABSEITS DER PISTEN für Dich besonders attraktiv?***

Solltest Du NIE abseits von Pisten fahren dann springe direkt zu Frage 10!

	sehr attraktiv	eher attraktiv	eher nicht attraktiv	sehr unattraktiv
Schöne Landschaft	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Erfolgreiches Befahren möglichst vieler Varianten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gemeinsames Freerideerlebnis mit Freunden	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Suche nach anspruchsvollerem Gelände als Pisten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Naturerlebnis in einer unberührten Landschaft	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wohlfühlen unter Gleichgesinnten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Risikofaktor/Kick	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ruhe und Erholung vom Alltag	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Anerkennung in der Snowboard-Szene	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Natürliche Begebenheiten bezwingen/Herausforderung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gefühl der Freiheit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kollegialität und gegenseitige Unterstützung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. Welches Gefühl löst bei Dir das Fahren abseits der Pisten am ehesten aus? **

- Erregung/Kick
- Erholung
- Glücksgefühl
- Zufriedenheit
- Freiheit

11. Was unternimmst Du, wenn Du... **

	Wandern im Schnee	Parkfahren	Variantenfahren	Tourenfahren	Pistenfahren	Touren	SKIfahren	Etwas anderes
...Natur erleben willst?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...Trainieren willst?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...den	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...Stille suchst?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...etwas mit Freunden erleben willst?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...Anerkennung suchst?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. Könntest Du Dir vorstellen, den Snowboardsport ausschliesslich in Hallen auszuüben? **

- Ja
 Ja, wenn...(siehe Frage 13)
 eher nein
 nein

13. Unter welchen Umständen könntest Du Dir vorstellen, den Snowboardsport nur noch in Hallen auszuüben?

Ihre Antwort:

14. Was ist Dir an Natur wichtig? **

	sehr wichtig	eher wichtig	eher unwichtig	sehr unwichtig
...dass ich Tiere beobachten kann	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
die Artenvielfalt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...dass sie genutzt werden kann	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ihre Bedrohlichkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...dass ich meine Aktivität ausüben kann	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...dass sie geschützt ist	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ihre Unberührtheit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...dass man sie beherrschen kann	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...dass ich die Natur spüren / erleben kann	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...dass ich Einsamkeit erleben kann	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. Was ist Dir an Landschaft wichtig? **

	sehr wichtig	eher wichtig	eher unwichtig	sehr unwichtig
die Vielfalt an Farben und Formen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
markante Orientierungspunkte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

...dass es etwas zu entdecken gibt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
die Aussicht	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...dass ich darin Schutz finden kann	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ihre Überschaubarkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
die Erholsamkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...dass ich mich heimisch fühlen kann	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ihre Natürlichkeit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...dass sie mich herausfordert	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ihre Schönheit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...dass ich meiner Aktivität nachgehen kann	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ihre Erhabenheit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...dass sie mir vertraut ist	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

16. Wie schätzt Du Dein Wissen über die Vorgänge in der Bergnatur ein? **

Verwende eine Skala von 0-10, wovon 0 bedeutet, dass überhaupt kein Wissen vorhanden ist und 10 heisst, dass Du alles weisst.

Ihre Antwort:

17. Welche Aussage ist richtig? **

Nur eine Antwortmöglichkeit.

- Vor allem die Pflanzenwelt erleidet Schaden durch das Fahren abseits markierter Pisten.
- Vor allem die Tierwelt erleidet Schaden durch das Fahren abseits markierter Pisten.
- Tier- und Pflanzenwelt erleiden den gleichen Schaden.

18. Welche Aussage ist richtig? **

Nur eine Antwortmöglichkeit.

- Fluchten vor nahenden Snowboardern stört die Tiere nur gering
- Fluchten vor nahenden Snowboardern können durch erhöhten Energieverlust zum Tode führen.
- Müssen die Tiere flüchten, gehen sie nicht wieder ans Gleiche Ort zurück.

19. Welche Aussage ist richtig? **

Nur eine Antwortmöglichkeit.

- Die meisten Vogelarten (Raufusshuhn, etc.) sind nachtaktiv.
- Für die meisten Vogelarten ist Nachtaktivität kaum möglich.
- Die meisten Vogelarten sind sowohl in der Nacht, als auch am Tag etwa gleich aktiv.

20. Welche Aussage ist richtig? **

Nur eine Antwortmöglichkeit.

- Das Schneehuhn ruht auf Bäumen.
- Das Schneehuhn ruht auf Sträuchern.
- Das Schneehuhn ruht in Schneehöhlen.

21. Wie gross schätzt Du die Auswirkungen des Freeridens auf Pflanzen- und Tierwelt ein? **

gross
 eher gros
 mittel
 eher klein
 klein
 keine Ahnung

22. Welche Zonen werde im Frühjahr speziell von Wildtieren geschätzt? **

dichter Wald
 lichter Wald
 Sträucher
 ausapernde Flächen
 offene Flächen
 weiss nicht

23. Wie wichtig ist es für Dich, Deine eigene Spur zu ziehen? **

wichtig
 eher wichtig
 egal
 eher nicht wichtig
 unwichtig

24. Unter welchen Umständen wärst Du bereit, auf das Fahren abseits der Pisten zu verzichten? **

	bereit	eher bereit	eher nicht bereit	nicht bereit
Wenn es offiziell verboten ist.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wenn ein merklicher Schaden an Tier- und Pflanzenwelt vorhanden ist.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wenn meine Freunde dagegen sind.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

25. Es gibt verschiedene Mittel, ökologisch sensible Gebiete zu schonen. Wie ist Deine Einstellung gegenüber Massnahmen generell? **

	stimme zu	stimme eher zu	weder noch	stimme eher nicht zu	stimme nicht zu
Massnahmen müssen einleuchten/nachvollziehbar sein.	<input type="radio"/>				
Massnahmen müssen alle Nutzer/innen betreffen.	<input type="radio"/>				
Ich will dazu auch etwas zu sagen haben.	<input type="radio"/>				

26. Wie ist Deine Einstellung gegenüber folgenden Massnahmen? **

	dafür	eher dafür	weder noch	eher dagegen	dagegen
1: Verteilen von Informationsbroschüren	<input type="radio"/>				
2: Informationstafeln in Skigebieten	<input type="radio"/>				
3: Kurse	<input type="radio"/>				
4: Sperren von Wildschutzgebieten	<input type="radio"/>				
5: Bussen	<input type="radio"/>				
6: Ausschildern von erlaubten Varianten	<input type="radio"/>				
7: Kontrollen	<input type="radio"/>				
8: Einführung von speziellen Benutzungsgebühren für Gebiete abseits der Pisten	<input type="radio"/>				
9: Tageskartenentzug bei Missachtung der verbotenen Wildschutzzonen	<input type="radio"/>				
10: Temporäre Sperrungen von stark befahrenen Gebieten	<input type="radio"/>				

27. Kommen Dir andere nutzbringende Massnahmen in den Sinn?

Ihre Antwort:

28. Wenn Du unterwegs auf Absperrungen oder Markierungen triffst, wie reagierst Du dann? **

	trifft voll zu	trifft eher zu	trifft teilweise zu	trifft kaum zu	trifft gar nicht zu
Markierungen und Absperrungen interessieren mich nicht.	<input type="radio"/>				
Solange ich nicht den Ski-Abo-Entzug riskiere, halte ich mich auch nicht an Regeln.	<input type="radio"/>				
Wenn sie zum Schutz von Wild und Vegetation da sind, halte ich mich auch an die Absperrungen/Markierungen.	<input type="radio"/>				

29. Inwiefern trägst Du selber zu einem umweltverträglichen Snowboarden bei? **

	oft	eher oft	selten	gar nicht
Ich Besuche Kurse und/oder Vorträge (z.B. PandAction von WWF).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich lese Informationsbroschüren aufmerksam durch und bilde mir meine Meinung.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich lasse mich durch Gespräche mit anderen beeinflussen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich mache mir Gedanken wenn ich auf die Thematik angesprochen werde.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich mache mir Gedanken durch Infotafeln /TV-Spots in Skigebieten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich versuche, mich vorbildlich zu verhalten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

30. Tragst Du mit anderen, in Frage 26 nicht vorhandenen Massnahmen zu einem umweltverträglichen Snowboarden bei? Wenn ja, mit welchen Massnahmen?

Ihre Antwort:

31. Könntest Du Dir prinzipiell vorstellen, eine Vorbildrolle im Hinblick auf ein geregeltes Fahren abseits von Pisten zu übernehmen? **

Ja eher ja eher nein nein

32. Wurddest Du Dich selber an durch Vorbilder vermittelte Verhaltensweisen halten? **

Ja eher ja eher nein nein

33. Wurddest Du eine Vorbildrolle übernehmen und Dich mit Deinem Namen für ein bewussteres Snowboarden abseits der Pisten zur Verfügung stellen? **

Ja eher ja eher nein nein

34. Informierst Du Dich über Wildschutzzonen? **

Ja, immer. meistens eher selten nie

35. Hast Du in der Vergangenheit schon von Dir aus andere Wintersportler auf Wildschutzzonen hingewiesen? **

Ja, oft.
 regelmässig
 selten
 nie

36. Durch was könnte Dein Verhalten auf dem Berg am ehesten beeinflusst werden? **

	Ja	eher ja	teils/teils	eher nein	nein
Durch Aktionen von Umweltschutzorganisationen.	<input type="radio"/>				
Durch mehr Wissen über die negativen Auswirkungen auf die Natur.	<input type="radio"/>				
Durch das Vorbild der anderen (Familie, Freunde, etc.).	<input type="radio"/>				
Durch vorbildliches Verhalten von Profis/Vorbilder.	<input type="radio"/>				
Durch vermehrte Kontrollen.	<input type="radio"/>				
Durch erhaltene Bussen/Skipassenzüge.	<input type="radio"/>				
Durch erhaltene Informationen in Skigebieten (Broschüren, TV-Spots).	<input type="radio"/>				
Durch das Ausschildern von erlaubten Varianten/das Absperren von verbotenen Zonen.	<input type="radio"/>				

37. Kommen dir andere, in Frage 33 nicht vorhandene Massnahmen in den Sinn, welche Dein Verhalten beeinflussen könnten??

Ihre Antwort:

Die folgenden Fragen sollst Du aus Deiner Position als EXPERTE/EXPERTIN heraus beantworten, nicht als Nutzer/in.

38. Wer ist für ein umweltverträgliches Snowboarden zuständig? **

(mehrere Antworten möglich)

- Behörden (Staat/Kantone/Gemeinden)
- Vereine
- Vertreter/Innen des Naturschutzes (Pro Natura, WWF, usw.)
- Die Snowboarder/Innen selber
- Tourismusanbieter/Innen

Sonstiges:

39. Wie könnte das Verhalten von Snowboardern gegenüber der Natur mittels Vorbildrollen am ehesten beeinflusst werden? **

Allfällige Kosten sollst Du nicht in Deine Beurteilung einfließen lassen.

	sinnvoll	eher sinnvoll	teils/teils	eher nicht sinnvoll	nicht sinnvoll
Durch Workshops wie die "WWF PandAction Snowdays" (mit bekannten Snowboard-Profis).	<input type="radio"/>				
Durch Werbekampagnen mit bekannten Snowboard-Profis (Plakate, Broschüren, etc.).	<input type="radio"/>				
Durch aktives Sponsoring von Snowboard-Profis durch Umweltschutzorganisationen.	<input type="radio"/>				
Durch das gemeinsame Einstehen vieler Snowboard-Profis für ein naturverantwortliches Freeriden (Gründung eines	<input type="radio"/>				

Vereins, Kommunikation an
Grossanlässen, etc.).
Durch Kampagnen in
Snowboard-Magazinen und -
Videos.
Durch Werbespots mit
Snowboard-Profis im
öffentlichen Fernsehen.

<input type="radio"/>				
<input type="radio"/>				

40. Kommen dir andere, in Frage 36 nicht vorhandene Aktionen in den Sinn?

Ihre Antwort:

Zum Schluss noch einige persönliche Angaben.

41. Welche der folgenden Natursportarten übst Du nebst dem Snowboarden noch aus?

(mehrere Antworten möglich)

- Laufsport (OL, Joggen, etc.)
- Mountainbiken
- Wandern/Hochtouren
- Klettern
- Schneeschuhlaufen
- Skifahren auf der Piste
- Skifahren abseits der Piste
- Wassersportarten (Wakeboarden/-Surfen, Windsurfen, Kajak, etc.)
- Gleitschirmfliegen/Fallschirmspringen

Sonstiges:

42. Du bist? **

weiblich männlich

43. Dein Alter in Jahren? **

Ihre Antwort:

44. Deine Wohngemeinde hat folgende Postleitzahl:

Ihre Antwort:

45. Falls Du noch weitere Anmerkungen zu diesem Fragebogen hast, kannst Du diese hier Anbringen. Besten Dank!

Ihre Antwort:

[weiter](#)