

# Der Wildnispark Zürich als Quelle von Lebensqualität

– Teilprojekt 3.2.1 Parknutzung und Besuchererlebnis –



## Abschlussbericht

Dr. Eike von Lindern

Eidg. Forschungsanstalt WSL, Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, Gruppe  
Sozialwissenschaftliche Landschaftsforschung, Zürcherstrasse 111, 8903 Birmensdorf

Kontakt:

Dr. Eike von Lindern (Gastwissenschaftler des Schweizer Nationalfonds)

Institute for Housing and Urban Research

Trädgårdsgatan 18, Box 514

75120 Uppsala, Schweden

E-Mail: [eike.von\\_lindern@ibf.uu.se](mailto:eike.von_lindern@ibf.uu.se)

## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	<b>3</b>
1.1	<i>Ausgangslage</i>	3
1.2	<i>Ziele des Projekts</i>	4
<b>2</b>	<b>Methode und Vorgehen</b>	<b>6</b>
2.1	<i>Studiendesign und Ort der Befragung</i>	6
2.2	<i>Vorgehen</i>	7
2.3	<i>Zielgruppe und Stichprobe</i>	8
2.4	<i>Befragungsinstrument</i>	10
2.5	<i>Analyseverfahren</i>	19
<b>3</b>	<b>Ergebnisse der Befragung</b>	<b>20</b>
3.1	<i>Besuchsmotive</i>	20
3.2	<i>Aktivitäten während des Besuchs</i>	22
3.3	<i>Besucherleben</i>	23
3.4	<i>Orientierung der Besucher</i>	28
3.5	<i>Nutzung der Wege, Verweildauer, Unterschiede</i>	29
3.6	<i>Verbundenheit mit dem Wildnispark</i>	33
3.7	<i>Annahme des Bildungskonzepts</i>	34
3.8	<i>Erholungswert des Parkbesuchs</i>	37
3.9	<i>Exkurs: Psychologische Prozesse, die die Erholungswirkung beeinflussen</i>	38
<b>4</b>	<b>Diskussion und Folgerungen</b>	<b>42</b>
<b>5</b>	<b>Literatur</b>	<b>46</b>
<b>6</b>	<b>Anhang Fragebogen</b>	<b>47</b>

## Danksagung

Bei der Durchführung dieser Besucherbefragung waren zahlreiche Kolleginnen und Kollegen involviert, von deren Unterstützung und hilfreichen Kommentaren diese Studie profitiert hat. Im Einzelnen gilt besonderer Dank den folgenden Personen:

Matthias Näf (ETHZ), Claudia Poggioloni (UZH) und Hannes Weber (WSL) für die tatkräftige, zuverlässige und kompetente Unterstützung bei der Feldarbeit. Reto Rupf (ZHAW), Gabriele Breuer (ZHAW) und Roland Graf (ZHAW) für die gute Zusammenarbeit und Bereitschaft, GPS-Datenlogger zur Verfügung zu stellen. Dr. Pamela Rackow (UZH), Dr. Nicole Bauer (WSL) und Dr. Marcel Hunziker (WSL) für fachliche Unterstützung, Feedback zu eingesetzten Methoden und zusätzlich Maria Mondini (WSL) für hilfreiche Rückmeldungen zum Fragebogen. Ebenfalls gilt Dank den Mitarbeitenden des Wildnisparks Zürich (sowohl im Besucherzentrum als auch den Rangern) für die freundliche, zuvorkommende und kompetente Unterstützung vor Ort.

Diese Studie wäre ohne die ideelle und finanzielle Unterstützung der Forschungskommission des Wildnispark Zürich nicht realisierbar gewesen. Herzliches Dank an dieser Stelle an Herrn Dr. Christian Stauffer und die Forschungskommission des Wildnispark Zürich.

## **1 Einleitung**

Die Durchführung einer Besucherbefragung liefert eine gute Datenbasis, um herauszufinden, wie Parkbesuchende den Wildnispark Zürich erleben, welche Wünsche und Erwartungen sie an den Parkbesuch haben, was sie dort unternehmen und aus welchen Gründen sie den Park aufsuchen.

Der vorliegende Bericht enthält die Ergebnisse der Besucherbefragung, die im Herbst 2012 im Auftrag der Forschungskommission des Wildnispark Zürich durchgeführt wurde. Die Befragung wurde von Herrn Dr. Eike von Lindern (Eidg. Forschungsanstalt WSL, Sozialwissenschaftliche Landschaftsforschung) geplant, durchgeführt und ausgewertet.

Die Besucherbefragung, die in diesem Bericht dokumentiert ist, wurde im Rahmen des Projekts „Der Wildnispark Zürich als Quelle von Lebensqualität“ realisiert. Dieses Projekt besteht aus mehreren Modulen, die thematisch ineinander verzahnt sind und somit ein breiteres und tieferes Verständnis der Rolle des Wildnispark Zürich für die Lebensqualität erzeugen. Da die einzelnen Module des Gesamtprojekts in einer zeitlichen Abfolge zueinander durchgeführt werden und die Analyse der Parknutzung und des Besucherlebnisses einer der ersten Projektschritte waren, nimmt dieser Bericht keinen direkten Bezug auf die übrigen Module des Projekts. In diesem Sinne ist er als Abschlussbericht des Moduls 2 „Parknutzung und Besucherlebnis“ zu verstehen.

### **1.1 Ausgangslage**

Die Erlebnisqualität eines Wildnisparkbesuchs entscheidet mit darüber, ob Besucher und Besucherinnen den Park häufiger besuchen und ob sie sich mit den Zielsetzungen des Parks verbunden fühlen und identifizieren können. Damit geht einher, inwieweit die Besucher und Besucherinnen sich auf weitere Angebote des Parks einlassen und dazu bereit sind, Informationen und Ziele des Parks zu übernehmen bzw. anzunehmen. Aus der Perspektive des Parks ist ein positives Besucherlebnis förderlich für z.B. die Vermittlung der Bildungsziele des Parks. Aus Sicht der Besucher und Besucherinnen ist ein positives Besucherleben mit erhöhter Zufriedenheit und einer Steigerung des Wohlbefindens verbunden. Gelingt es also, ein positives Besucherlebnis zu erzeugen, profitieren sowohl der Park als auch die Besuchenden.

Eine wichtige Frage hierbei ist, wovon es abhängt, ob Besucher und Besucherinnen ein positives oder negatives Besucherlebnis beim Besuch des Wildnisparks haben. Hierbei kommt es auf Faktoren an, die sowohl in der sozialen und physikalischen Umwelt, als auch in

den Besuchern und Besucherinnen selbst zu finden sind: Zahlreiche Untersuchungen aus dem Bereich der sozialwissenschaftlichen Landschaftsforschung konnten zeigen, dass unterschiedliche Umweltcharakteristika förderlich oder hinderlich für eine Erholungswirkung und Erhöhung des Wohlbefindens sein können. Zum Beispiel wurde in einer Studie an der WSL von Martens, Gutscher, & Bauer (2011) die Erholungswirkung von „wilden“ und „aufgeräumten“ Wäldern verglichen. Degenhardt & Buchecker (2012) identifizierten Determinanten für die Nutzung von Naherholungsgebieten im periurbanen Raum. In der Schweizweiten Bevölkerungsumfrage „WaMos 2 – Waldmonitoring soziokulturell“ konnten Hunziker, von Lindern, Bauer, & Frick (2012) ebenfalls die entspannungsförderliche Wirkung von Naturbesuchen nachweisen und mit unterschiedlichen Landschaftseigenschaften und psychologischen Dimensionen in Verbindung bringen. Analog zu diesen Befunden wird in der Besucherforschung angenommen, dass ein wichtiger Einflussfaktor für Wohlbefinden und Erholung die Befriedigung verschiedener Grundbedürfnisse ist. Oder anders ausgedrückt: Wenn Parkbesucher und -besucherinnen ihre Besuchsmotive und -bedürfnisse während des Parkbesuchs befriedigen können und sie dabei durch bestimmte Umweltmerkmale unterstützt werden, führt dies zu einem positiven Besucherlebnis.

## **1.2 Ziele des Projekts**

Um herauszufinden, ob und inwieweit ein positives oder negatives Besucherlebnis entsteht, wurde eine Besucherbefragung entwickelt, die sowohl auf Umweltcharakteristika des Parks als auch auf psychologische Faktoren der Besucher und Besucherinnen während des Parkbesuchs fokussiert. Eine solche Befragung ermöglicht es zusätzlich zu einer „klassischen“ Besucheranalyse tiefergehende Strukturen und Zusammenhänge zu analysieren, die aus der Verzahnung des Mensch-Umwelt-Gefüges hervorgehen (z.B. Wechselwirkungen zwischen Landschaftseigenschaften, Besuchsmotiven und Einstellungen zum Wildnispark). Für die Besucherbefragung im Wildnispark Zürich wurden folgende Forschungsfragen formuliert:

- Welche Besuchsmotive und -bedürfnisse haben die Besuchenden und wie gut werden diese befriedigt?
- Was sind besonders positive bzw. negative Besucherlebnisse aus der Perspektive der Besucherinnen und Besucher?
- Wie gut finden sich Besucher und Besucherinnen während ihres Aufenthalts im Park zurecht?

- Welche Wege werden wie stark genutzt, wo sind Orte, an denen verweilt wird und wodurch unterscheiden diese sich (insbesondere in der psychologischen Wahrnehmung) von anderen Orten innerhalb des Parks?
- Wie stark fühlen sich die Besuchenden mit dem Natur- und Wildnispark verbunden?
- Wie wird das Bildungskonzept angenommen?

Aus wissenschaftlicher Sicht sollen in diesem Projekt psychologische Erlebensdimensionen mit Erholungsaktivität in Beziehung gesetzt werden, wobei die Erholungsaktivitäten einerseits auf Fragebogenangaben basieren und andererseits Verhalten ‚objektiv‘ per GPS-Datenlogger aufgezeichnet wird. Darüber hinaus trägt diese Studie dazu bei, die aus wissenschaftlicher Sicht bisher vernachlässigte Rolle psychologischer Bedürfnisse und Motive in den Bereich der Park- und Erholungsforschung zu integrieren.

Gleichzeitig bietet diese Studie dem Wildnispark eine differenzierte Evaluation des Parkerlebens aus Perspektive der Besuchenden. Dadurch ist es möglich zu überprüfen, ob und inwiefern die Ziele und Angebote des Parks mit den Bedürfnissen und Wahrnehmungen der Besuchenden übereinstimmen. Auf dieser Grundlage können Empfehlungen zu planerischen Massnahmen und Entwicklungspotenzialen gegeben werden.

Die oben genannten Forschungsfragen sind einerseits theoretisch fundiert (z.B. auf Grundlage der Attention Restoration Theory, vgl. Kaplan, Kaplan, & Ryan, 1998) und erlauben die Einbettung in aktuelle wissenschaftliche Forschungsprojekte, andererseits ermöglichen sie Aussagen zu Inhalten, die für den Park eine wichtige Grundlage für aktuelle und zukünftige Planung bieten.

## 2 Methode und Vorgehen

Im Folgenden werden das Studiendesign, der zeitliche Ablauf der Besucherbefragung, der verwendete Fragebogen sowie soziodemographische Kennwerte der befragten Besucher und Besucherinnen berichtet.

### 2.1 Studiendesign und Ort der Befragung

Die Besucherbefragung wurde als Vor-Ort Fragebogenstudie im Wildnispark Zürich durchgeführt. Der Wildnispark befindet sich in der Nähe der Stadt Zürich und umfasst eine Fläche von ca. 12 km<sup>2</sup>, die von Wald und Wildnis bestimmt wird und auf der unterschiedliche Tiere leben (Wildnispark Zürich, 2012). Der Wildnispark besteht aus zwei räumlich getrennten Teilen: dem Tierpark Langenberg und dem Wildnispark Sihlwald („Wildnispark Zürich“ wird in diesem Bericht als synonym für Wildnispark Sihlwald verwendet). Die Besucherbefragung wurde im Wildnispark Sihlwald beim Besucherzentrum durchgeführt. Das Besucherzentrum (siehe Abbildung 1) ist innerhalb von ca. 5 – 7 Gehminuten vom SBB Bahnhof als auch vom Besucherparkplatz aus zu erreichen und bietet einen zentralen Ort, an dem Besucher rasten, sich über den Park informieren oder das parkeigene Museum aufsuchen können. Vor dem Besucherzentrum wurde ein neuer Spielplatz für Kinder errichtet und es gibt mehrere Feuerstellen, an denen grilliert werden kann. Damit bietet das Besucherzentrum einen Anlaufpunkt für viele Besucher und Besucherinnen und eignet sich als Ort zur Durchführung der Besucherbefragung. Ursprünglich war geplant, ebenfalls beim nahegelegenen Parkplatz und beim Bahnhof zu befragen. Allerdings ergab ein durchgeführter Pretest, dass kaum jemand dazu bereit war, den Fragebogen am Bahnhof oder am Parkplatz auszufüllen. Als Hauptgründe wurden genannt, dass der Zug in wenigen Minuten fahren würde und so die Zeit nicht mehr zum Ausfüllen reiche bzw. dass die Besucher und Besucherinnen gerade den Park verlassen wollten. Darüber hinaus schienen viele Besucher und Besucherinnen beim Besucherzentrum auf zum Beispiel den Zug zu warten oder noch einen Kaffee zu trinken, bevor sie den Park verlassen, so dass das Besucherzentrum der am besten geeignete Ort zur Befragung war.



**Abbildung 1.** Orte, an denen die Besucher und Besucherinnen für die Befragung rekrutiert wurden. Links: Besucherzentrum im Wildnispark Zürich. Mitte: Spielplatz vor dem Besucherzentrum. Rechts: Feuerstelle beim Besucherzentrum.

## 2.2 Vorgehen

Es wurde ein Fragebogen erstellt, mit dem die Besucher und Besucherinnen vor Ort befragt werden sollten. Dieser Fragebogen enthält Fragen zu Themen wie beispielsweise wahrgenommener Erholungswert des Parkbesuchs, Besucherlebnis und Besuchsmotive, Soziodemographie und Besuchsverhalten und –motive. Details zum Fragebogen sind weiter unten im Kapitel 2.4 zu finden. Der Fragebogen selbst befindet sich im Anhang zu diesem Bericht. Um zu überprüfen, ob der Fragebogen von den Teilnehmenden verstanden wird und alle Fragen sinnvoll sowie eindeutig beantwortet werden können, wurde ein Pretest vor Ort durchgeführt. Hierfür wurden am 21.9.2012 insgesamt 19 Besucher und Besucherinnen befragt und gebeten, „Auffälligkeiten und/oder Ungereimtheiten“ anzumerken und die zeitliche Dauer der Befragung zu bewerten. Die Auswertung des Pretests ergab, dass keine Änderungen am Fragebogen vorgenommen werden müssen. Zwar wurde der Fragebogen als „eher zu lang“ bezeichnet, allerdings wurde der zeitliche Aufwand als nicht störend beschrieben.

Die Hauptbefragung fand vom 19. – 21.10.2012 statt. Befragt wurde jeweils Samstags und Sonntags, sowie an einem Freitag (19.10.2012). Die Wetterbedingungen waren durchwegs gut und am 21.10. sogar noch sommerlich. Für die Befragung waren jeweils 2-3 Interviewer(innen) anwesend, die instruiert wurden, alle Besuchenden anzusprechen und zu bitten, an der Befragung teilzunehmen. Hierbei wurde streng darauf geachtet, dass die Interviewer professionell und freundlich auftraten, so dass sich die Besuchenden in keinem Fall belästigt fühlen. Befragt wurde jeweils bei dem Besucherzentrum, dem nahegelegenen Spielplatz und den umliegenden Feuerstellen. Die Interviewer stellten sich namentlich vor und baten die Besuchenden, an der Studie teilzunehmen und damit zu helfen, dass Besucherlebnis zu verbessern und einen Beitrag an wissenschaftlicher Forschung zu leisten. Weiterhin wurde mitgeteilt, dass die Besuchenden sich ca. 15 Minuten Zeit nehmen müssten und einen Fragebogen direkt vor Ort ausfüllen sollten. Als kleines Dankeschön durften sich diejenigen, die an der Studie teilnahmen, auf Projektkosten ein Heissgetränk aus dem Besucherzentrum holen. Zusätzlich bekamen sie noch nach der Abgabe des ausgefüllten Fragebogens einen Schokoriegel geschenkt. Die Interviewer wurden darauf hin instruiert, dass bei Besuchergruppen möglichst jede Person einen Fragebogen ausfüllen sollte, da es um die ganz persönliche Einschätzung jedes einzelnen Besuchenden ginge. Für Fragen oder falls Unklarheiten auftauchten befand sich immer ein Projektmitarbeiter bzw. eine Projektmitarbeiterin an einem eigens dafür eingerichteten Stand beim Besucherzentrum, während weitere Projektmitarbeitende zusätzliche Teilnehmer und Teilnehmerinnen rekrutierte.

Zusätzlich wurden die angesprochenen Besucher und Besucherinnen gefragt, ob sie dazu bereit wären, während ihres Besuchs einen GPS-Datenlogger auf sich zu tragen, damit untersucht werden kann, welche Wege besonders häufig genutzt werden.

Unabhängig davon, ob die angesprochenen Besucher und Besucherinnen an der Befragung teilnahmen oder nicht haben sich die Interviewer freundlich bedankt und einen schönen Aufenthalt im Park gewünscht.

### **2.3 Zielgruppe und Stichprobe**

Zielgruppe der Befragung waren all jene Personen, die den Wildnispark Zürich während der Feldphase der Befragung als Besucher bzw. Besucherin aufgesucht haben. Mitarbeitende des Parks wurden nicht befragt bzw. wurden die Angaben von Personen, die sich in der Befragung als Mitarbeitende zu erkennen gaben nicht in die Auswertung einbezogen, da dies zu Verzerrungen bei z.B. der Aufenthaltsdauer geführt hätte. Ein Mindestalter um an der Befragung teilzunehmen gab es nicht, jedoch wurde darauf verzichtet, Kinder und sehr junge Jugendliche zu befragen, da diese Personengruppe eines anderen Fragebogens bedurft hätte bzw. nicht sichergestellt werden konnte, dass der Fragebogen eigenständig ausgefüllt werden konnte und alle Inhalte im Sinne der Befragung verstanden werden.

Im Folgenden werden die wichtigsten soziodemographischen Kenndaten der Befragten beschrieben. Hierbei wird zwischen den Personen, die ausschliesslich an der Befragung teilnahmen und denjenigen, die zusätzlich an der GPS-Studie teilnahmen, unterschieden.

#### **2.3.1 Beschreibung der Stichprobe für die Befragung**

Insgesamt wurde 142 Personen während der Feldphase an drei Wochenenden im Wildnispark Zürich befragt. Nach einer ersten Überprüfung der Datenqualität wurden 2 Fälle für die weitere Auswertung ausgeschlossen. In beiden Fällen handelte es sich um Personen, die zur Arbeit und nicht zur Erholung den Wildnispark aufgesucht hatten und somit die Ergebnisse der Befragung verzerrt hätten.

Die für die Auswertung genutzte Gesamtstichprobe beläuft sich somit auf  $N_{\text{Max}} = 140$  Parkbesucher und –besucherinnen. Das Durchschnittsalter lag bei 47 Jahren ( $SD = 15,9$  Jahre), 39,2% der Befragten waren männlich, 60,8% weiblich. Das Bildungsniveau (gemäss des höchsten Schul- bzw. Ausbildungsabschlusses) war vergleichsweise hoch: 32% gaben an, einen universitären Abschluss (Uni oder ETH) zu haben, 8,6% besaßen einen Abschluss der Pädagogischen Hochschule oder Fachhochschule. 20,3% gaben eine höhere Berufs- oder



Fachausbildung als höchsten Schulabschluss an, 10,9% das Matura, 23,4% die Berufsschule. 3,1% der Befragten nannten die Primarschule als höchste schulische Bildung.

Die Mehrheit der Besucher und Besucherinnen wurde während des Besuchs von einem Partner bzw. einer Partnerin begleitet (59%) und knapp ein Drittel (29,5%) suchte den Wildnispark mit Kindern auf. Lediglich 10,1% der Befragten suchten den Park ohne jegliche Begleitung auf. Auf die Frage, wessen Idee der Besuch im Wildnispark gewesen sei, antworteten 55,4%, dass die Initiative zum Parkbesuch von ihnen selber Person ausginge. Fast die Hälfte der Befragten (49,6%) gab an, mit dem Auto oder Motorrad angereist zu sein. Zu Fuss haben 19,4% den Park aufgesucht, 15,8% sind mit dem Velo angereist und weitere 15,1% haben den Zug als Verkehrsmittel genutzt. 77% der Befragten haben den Wildnispark bereits mindestens einmal vor der Befragung besucht, 15,1% besuchen den Park sogar mindestens wöchentlich. Lediglich 23% der Befragten waren vorher noch nie im Wildnispark. 12,9% haben zusätzlich noch den Tierpark Langenberg besucht, während 3,6% nicht genau sagen konnten, in welchem Gebiet sie sich gerade aufhalten.

Die meisten Befragten waren im Gesundheitswesen, der Pflege oder Betreuung tätig (16,5%), gefolgt von Tätigkeiten im Schulwesen (14%) und dem kaufmännischen Bereich (13,2%). Ein Grossteil der Befragten (95,3%) gab Deutsch als die Sprache an, die sie am besten beherrschten.

### 2.3.2 Beschreibung der Stichprobe für die GPS Studie

Zusätzlich zu der Befragung per Fragebogen willigten N = 19 Personen ein, während ihres Aufenthalts einen GPS-Datenlogger mit sich zu führen. Teilweise handelte es sich dabei um Besuchergruppen, die lediglich einen einzigen GPS Datenlogger gemeinsam mitführen wollten, so dass insgesamt 19 Personen 14 GPS-Datenlogger erhielten. Im Durchschnitt waren diese Personen jünger als die Gesamtstichprobe: ihr mittleres Alter lag bei 37,4 Jahren ( $SD = 18,4$ ). Die Geschlechterverteilung ist ähnlich derjenigen in der Besucherbefragung; 63,2 % sind weiblich, 36,8% männlich. Die Unterstichprobe für die GPS-Studie weist im Vergleich zur Gesamtstichprobe eine deutlich höhere Schulbildung auf, da 52,6% einen universitären Abschluss (oder ETH) erworben hatten. Einen Abschluss an der PH/FH oder das Matura als höchsten Abschluss besaßen jeweils 15,8% der Befragten. Die höhere Berufs- oder Fachausbildung bildet mit 5,3% nach der Berufsschule mit 10,5% das Schlusslicht. Bei der Frage, mit welchem Verkehrsmittel der Park aufgesucht wurde, antworteten 57,9%, dass sie das Auto oder Motorrad genommen haben. 26,3% sind mit öffentlichen Verkehrsmitteln angereist, 10,5% haben das Velo genommen und 5,3% gaben an, zu Fuss zum Park

gekommen zu sein. 52,6% der Befragten haben den Wildnispark bereits mindestens einmal vor der Befragung besucht, 10,5% circa wöchentlich. 47,4% der Befragten waren vorher noch nie im Wildnispark. 26,3% haben zusätzlich noch den Tierpark Langenberg besucht, während 5,3% nicht genau sagen konnten, in welchem Gebiet sie sich gerade aufhalten.

Für die GPS-Unterstichprobe ergaben sich folgende Angaben zum Berufsfeld; die Bereiche „Wissenschaft und Forschung“ waren mit 26,3% sowie „Banken und Versicherungen“ mit 15,8% deutlich häufiger vertreten als in der Gesamtstichprobe, in der pflegerische Berufe bzw. der Lehr- und kaufmännische Bereich dominierten.

Alle Personen, die an der GPS-Studie teilgenommen haben, gaben an, dass Deutsch die Sprache ist, die sie am besten beherrschen. Insgesamt resultiert ein Vergleich der soziodemographischen Merkmale der Gesamtstichprobe mit der GPS-Unterstichprobe in keinen statistisch bedeutsamen Unterschieden, so dass von einer prinzipiellen Vergleichbarkeit hinsichtlich der demographischen Merkmale ausgegangen werden kann. Einzige Ausnahmen bilden hierbei die Besuchshäufigkeit und das Durchschnittsalter: Bei den Personen, die zusätzlich an der GPS-Studie teilgenommen haben, handelte es sich signifikant häufiger um Erstbesucher bzw. -besucherinnen ( $Z = -2,48$ ,  $p = 0,01$ ), die im Durchschnitt jünger als die Personen sind, die nicht an der GPS-Zusatzstudie teilnehmen wollten ( $M_{\text{Alter}_{\text{gesamt}}} = 47$ ;  $M_{\text{Alter}_{\text{GPS}}} = 37,4$ ;  $Z = -3,5$ ,  $p \leq 0,01$ ).

Alle Studienteilnehmenden gaben an, dass sie sich trotz des GPS „ganz genau wie üblich verhalten“ haben. Weiterhin haben sich 88,9% durch das GPS-Gerät unbeobachtet gefühlt. Lediglich 11,1% haben sich eher unbeobachtet bzw. eher beobachtet gefühlt. Dies bedeutet für die folgenden Analysen, dass eine zusätzlich Teilnahme an der GPS-Studie keine gravierenden Verzerrungen für die Besucherbefragung mit sich bringt.

## 2.4 Befragungsinstrument

Die Besucherbefragung wurde mit einem eigens dafür entworfenen Fragebogen realisiert. Dieser Fragebogen wurde vor Ort ausgehändigt und von den Befragungsteilnehmenden eigenständig ausgefüllt. Der Fragebogen umfasst 10 Din A4 Seiten, die teilweise durch Fotos (Naturaufnahmen) optisch aufgelockert sind. Auf der ersten Seite ist ein Einleitungstext formuliert, in dem eine Ausfüllanleitung sowie der Zweck der Befragung und eine Kontaktadresse kommuniziert werden. Danach folgen Fragen zur Anreise und zum Parkbesuch (S.1), Fragen zu Erwartungen an den Besuch, Aktivitäten der Besucher und Besucherinnen, Bewertung des Parkbesuchs, Einschätzung bzw. Evaluation verschiedener Angebote des Parks sowie zwei offene Fragen zu besonders positiven respektive negativen

Erlebnissen oder Wahrnehmungen (S. 1 – 6). Der dritte Teil thematisiert den Erholungsaspekt des Parkbesuchs und enthält Fragen, mit denen analysiert werden kann, auf welchen Ebenen sich der Parkbesuch als erholungsrelevante Aktivität von anderen Situationen abgrenzt (S. 7 – 9). Im letzten Teil (S. 9 – 10) werden die Befragten gebeten, Angaben zu ihrer Person zu machen und bekommen die Gelegenheit, Lob, Kritik und Anregungen als offenen Text zu formulieren. Das Ausfüllen des Fragebogens hat durchschnittlich 16 Minuten ( $SD = 7,4$  Minuten) gedauert, mit einem Maximum von 34 Minuten und einem Minimum von 7 Minuten.

Für die Beantwortung der Forschungsfragen dieser Besucherbefragung (siehe Ergebnisse, Kapitel 3) enthielt der Fragebogen spezielle Fragen bzw. Items, die im Folgenden kurz beschrieben werden.

- Besuchsmotive, Bedürfnisse und deren Befriedigung

Für die Erhebung der **Besuchsmotive** wurde gefragt, „In wie weit treffen folgende Besuchsgründe auf Sie persönlich zu?“. Die Antworten wurden mit dem Satzanfang „Ich möchte...“ eingeleitet und mündeten in insgesamt 10 Aussagen (z.B. „...etwas für meine Gesundheit tun“, „...sportlich Aktiv sein“, oder „...einfach raus aus dem Alltag“). Es wurde ein 5-stufiges Antwortformat gewählt (trifft gar nicht zu, trifft eher nicht zu, teils-teils, trifft eher zu, trifft voll und ganz zu). Diese Frage nach den Besuchsmotiven wurde analog zu der schweizweiten Bevölkerungsumfrage „WaMos 2 – Waldmonitoring soziokulturell“ (Hunziker, et al., 2012) formuliert. Zusätzlich wurden die Besucher und Besucherinnen noch im Allgemeinen gefragt, ob sie konkrete Ziele für ihren heutigen Besuch im Park haben und inwiefern sie diese Ziele erreicht haben. Darüber hinaus wurden die Teilnehmenden gebeten anzugeben, welche **Aktivitäten** sie an ihrem heutigen Besuch im Wildnispark unternommen haben („Und was haben Sie heute im Wildnispark unternommen?“). Es wurde eine Reihe von Antwortalternativen angeboten (z.B. Wandern, Sport, Tiere ansehen etc.), sowie die Möglichkeit gegeben, eine andere Aktivität zu nennen („Anderes, und zwar:“). Es wurde ausdrücklich darauf hingewiesen, dass Mehrfachantworten möglich sind. Bei der Formulierung dieses Items wurde ebenfalls auf die Studie von Hunziker, et al., (2012) zurückgegriffen. Um die **Besuchsbedürfnisse und deren Befriedigung** zu analysieren, wurde auf eine entsprechende Skala von Rackow, Scholz, & Hornung (2013) zurückgegriffen. Diese Skala basiert auf der sog. Selbstbestimmungstheorie (Deci & Ryan, 2008) und erlaubt eine Aussage darüber zu treffen, in wie fern die in der Theorie postulierten Grundbedürfnisse Autonomie, soziale Eingebundenheit und Kompetenz befriedigt sind (Rackow et al., 2013).

Eine Befriedigung der Grundbedürfnisse wird im Allgemeinen mit einem erhöhten Wohlbefinden assoziiert (Deci & Ryan, 2008; Ryan & Deci, 2000). Die verwendete Skala wurde an den Kontext Wildnispark angepasst und umfasst Formulierungen wie „Der Wildnisparkbesuch ist ein Ausdruck meiner Selbst“ (Autonomieerleben), „Ich habe den Eindruck, dass ich meinen Besuch sehr effektiv gestalte“ (Kompetenzerleben) oder „Der Umgang mit den anderen Parkbesuchenden ist sehr freundlich“ (soziale Eingebundenheit). Die Items konnten auf einer 5-stufigen Skala beantwortet werden (trifft gar nicht zu, trifft eher nicht zu, teils-teils, trifft eher zu, trifft voll und ganz zu). Für die Subskala Autonomie wurde ein Cronbach's Alpha von 0,7 erreicht (3 Items), für soziale Eingebundenheit war Cronbach's Alpha 0,79 (4 Items) und für Kompetenz wurde ein Wert von 0,53 (2 Items) erreicht. Dies bedeutet, dass die Items der Subskalen Autonomie und soziale Eingebundenheit eine gute Reliabilität aufweisen, während die Subskala zur Kompetenz nur eine geringe Reliabilität aufweist, und somit vorsichtig interpretiert werden sollte (Field, 2013). Bei letzterem ist allerdings zu bedenken, dass für die Subskala lediglich 2 Items verwendet wurde und daher mit einem geringen Cronbach's Alpha gerechnet werden musste (Cortina, 1993; Schmitt, 1996).

- Positive und negative Besuchererlebnisse

Um besonders **positive und negative Aspekte des Besuchs** zu erfahren, wurden die Teilnehmenden per offener Frage gebeten, positive und negative Aspekte des aktuellen Besuchs aufzulisten. Die Frage lautete „Gab es etwas, dass Ihnen unterwegs bei Ihrem heutigen Besuch besonders positiv oder negativ aufgefallen ist? Wenn ja, was war das jeweils?“. Für die Antworten hatten die Befragten jeweils ein 2-zeiliges Textfeld zur Verfügung, das mit „Besonders positiv:“ bzw. „Besonders negativ:“ überschrieben war.

Darüber hinaus wurde das Besuchererlebnis nicht nur qualitativ, sondern auch quantitativ erhoben. So wurden die Teilnehmende gebeten, auf einer 5-stufigen Skala (trifft gar nicht zu, trifft eher nicht zu, teils-teils, trifft eher zu, trifft voll und ganz zu) die beiden Aussagen „Meine Erwartungen an den heutigen Besuch haben sich erfüllt“ und „Im Wildnispark fühle ich mich sicher“ zu bewerten. Des Weiteren wurde ganz konkret danach gefragt, wie die Besucher und Besucherinnen die Einrichtungen „Besuchszentrum“, „Parkplatzangebot“, „Informationstafeln“, „Ausschilderungen und Wegweiser“, „Kurse und Veranstaltungen des Parks“, „Anzahl der Rastplätze“, „Ausstattung der Rastplätze“, „Aussichtsturm“, „Aussichtspunkte“, „Ruine“ und den Wildnisparkbesuch insgesamt beurteilen. Für diese Beurteilung wurde eine 5-stufige Antwortskala (sehr gut, eher gut, teils-teils, eher schlecht,

sehr schlecht) angeboten. Die Befragten hatten zusätzlich die Möglichkeit „Kenne ich nicht/nicht genutzt“ anzukreuzen. Ausserdem hatten die Befragten die Möglichkeit, weitere Angebote und Einrichtungen zu nennen, die sie gerne bewerten wollten („Anderes, und zwar: \_\_\_\_\_“).

- Orientierung der Besucher und Besucherinnen während des Parkbesuchs

Es wurde insgesamt mit drei Items erhoben, ob sich die Besucher und Besucherinnen während ihres Aufenthalts im Wildnispark Zürich **gut oder eher schlecht orientieren** konnten. Hierbei handelte es sich jeweils um gegensätzliche Aussagen. Die Teilnehmenden sollten auf einer 7-stufigen Skala das Kreuz jeweils näher an der Aussage machen, die am besten ihre Meinung widerspiegelt. Folgende gegensätzlich Aussagen wurden verwendet: „Ich finde mich hier sehr leicht zurecht“ versus „Ich finde mich hier sehr schwer zurecht“, „Ich kann mich hier gut orientieren“ versus „Ich kann mich hier gar nicht orientieren“ und „Ich habe eine genaue Vorstellung meiner Umgebung im Kopf“ versus „Ich habe keine Vorstellung meiner Umgebung im Kopf“. Eine Reliabilitätsanalyse ergab ein Cronbach`s Alpha von 0,84, was gemäss (Field, 2013) als gute Reliabilität zu interpretieren ist.

- Nutzung der Wege und Verweildauer, Unterschied zu anderen Orten

Um herauszufinden, welche **Wege** die Wildnisparkbesucher und –besucherinnen während ihres Aufenthalts nutzen, wurde in den Fragebogen eine Karte des Wildnisparks integriert. Auf der Karte waren Wanderwege sowie eine Übersicht über Infrastruktur des Parks (z.B. Rastplätze, Aussichtspunkte, Besucherzentrum etc.) eingezeichnet. Die Befragten wurden gebeten, auf der Karte einzuzeichnen, welche Wege sie während des heutigen Besuchs genutzt haben. Darüber hinaus sollten sie ein „+“ an den Stellen machen, die Ihnen besonders gut gefallen haben, und ein „-“ an den Stellen, die ihnen nicht gefallen haben.

Für die **Verweildauer** wurden die Befragungsteilnehmenden gefragt „Wie lange haben Sie sich heute ungefähr im Wildnispark aufgehalten?“. Als Antwortformat wurde ein offenes Feld angeboten, in das die Befragten ihre Besuchsdauer in Stunden eintragen sollten („ca. \_\_\_\_ Stunden“).

Weitere Information zu diesen Punkten liefern die Ergebnisse der GPS-Zusatzstudie, die im Folgenden kurz beschrieben wird.

Zusätzlich zu der Befragung per Fragebogen wurde eine Unterstichprobe der Besucher und Besucherinnen gebeten, einen **GPS Datenlogger**<sup>1</sup> während des Parkbesuchs mitzuführen (siehe auch Kapitel 2.4). Die mit den GPS Loggern aufgezeichneten Daten werden genutzt, um grafisch auszuwerten, welche Wege die Teilnehmenden während ihres Parkbesuchs genutzt haben und wie lange sie sich tatsächlich im Wildnispark Zürich aufgehalten haben. Diese Angaben werden ergänzend zu den oben genannten Fragebogenitems ausgewertet. Mittels der zusätzlichen Erfassung des Besuchsverhaltens per GPS-Logger kann detaillierter analysiert werden, wie lange sich die Besuchenden an welchen Orten aufgehalten haben, als dies mittels Fragebogen möglich gewesen wäre. Da allerdings nur eine relativ kleine Anzahl von Personen dazu bereit war, einen GPS-Logger mitzuführen, sollte den Messdaten kein all zu grosses Gewicht in der Interpretation zukommen; eine Generalisierung auf Parkbesucher und –besucherinnen im Allgemeinen ist bei einer Unterstichprobe von  $n = 14$  nicht ratsam, kann aber dennoch aufschlussreiche Erkenntnisse für zukünftige Untersuchungen hervorbringen.

- Gefühl der Verbundenheit mit dem Park

Die **Verbundenheit** mit dem Wildnispark ist eine wichtige Dimension für das Besuchererlebnis; je verbundener sich Besucher und Besucherinnen mit dem Park fühlen, desto positiver wird ein Besuch in der Regel bewertet (vgl. Hernández, Carmen Hidalgo, Salazar-Laplace, & Hess, 2007). Daher ist die Verbundenheit ein guter Indikator, um festzustellen, wie gut es dem Park gelingt, dass sich die Besuchenden mit dessen Zielen und Werten identifizieren. In dieser Befragung wurde die Verbundenheit mit drei Frageitems erhoben. Zum einen wurde den Befragten die Aussage „Ich fühle mich mit dem Wildnispark stark verbunden“ präsentiert, der dann auf einer 5-stufigen Skala graduell zugestimmt werden konnte (trifft gar nicht zu, trifft eher nicht zu, teils-teils, trifft eher zu, trifft voll und ganz zu). Ebenfalls konnten die Besucher und Besucherinnen auf einer 5-stufigen Skala ankreuzen, in wie weit sie den Aussagen „Ich habe vor, den Wildnispark Zürich erneut zu besuchen“ und „Ich werde den Wildnispark Zürich anderen Personen weiterempfehlen“ zustimmen. Diese drei Items weisen mit einem Cronbach`s Alpha von 0,7 eine akzeptable Reliabilität auf (Field, 2013).

---

<sup>1</sup> 25 GPS Logger wurden freundlicherweise von der ZHAW Wädenswil für das Projekt zur Verfügung gestellt. Für weitere Informationen und technische Details siehe <http://www.mafreina.ch/was-ist-mafreina/gps-monitoring/gps-logging/>

- Annahme des Bildungskonzepts

Die **Annahme des Bildungskonzepts** ist ein relativ schwierig zu erfassender Punkt, da bei der Besucherbefragung allgemein Parkbesucher und –besucherinnen befragt wurden, die vermutlich wenig über das Bildungskonzept des Parks wissen. Daher wird zur Analyse der Annahme des Bildungskonzepts einerseits die Beurteilung von Kurseen und Veranstaltungen des Parks herangezogen. Andererseits gibt das Item „Ich habe heute im Wildnispark etwas Neues gelernt/erfahren“ Aufschluss darüber, ob ein Besucher/ eine Besucherin während des Besuchs etwas (dazu) gelernt hat.

Darüber hinaus wird an dieser Stelle auf Annahmen der sogenannten Attention Restoration Theorie (Kaplan et al., 1998) und des Reasonable Person Models (Kaplan & Kaplan, 2009) zurückgegriffen. In diesen wird postuliert, dass das Erleben von Rätselhaftigkeit und Faszination stark mit Neugier und dem Aufbau von sog. mentalen Modellen (von Lindern, 2010; Kaplan & Kaplan, 2009) in Verbindung steht. Wird die Entwicklung mentaler Modelle durch das Erleben von Rätselhaftigkeit und Faszination beim Besuch des Wildnisparks gefördert, so kann man von einem impliziten Lernprozess sprechen (vgl. von Lindern, 2010), der in diesem Fall Zusammenhänge der Natur im Wildnispark betrifft. Ob Besucher und Besucherinnen Rätselhaftigkeit und Faszination erleben, wurde insgesamt mit 4 Items erhoben, die jeweils gegensätzliche Aussagen enthielten („Im Wildnispark gibt es für mich Spannendes zu entdecken“ versus „Im Wildnispark gibt es für mich nichts Spannendes zu entdecken“, „Der Wildnispark regt mich zum Erforschen an“ versus „Der Wildnispark regt mich zum Müssigang an“, „Es gibt hier für mich viel Rätselhaftes“ versus „Es gibt hier für mich gar nichts Rätselhaftes“ und „Ich finde den Wildnispark sehr interessant“ versus „Ich finde den Wildnispark sehr langweilig“). Als Antwortformat wurde eine 7-stufige Skala verwendet, deren Endpunkte jeweils durch die oben genannten Aussagen gebildet wurden. Je näher ein Teilnehmender das Kreuz an einer Aussage setzte, desto stärker stimmt er/sie dieser Aussage zu. Diese vier Items erreichen ein Cronbach's Alpha von 0,75, was für eine akzeptable Reliabilität spricht (Field, 2013).

- Erholungswert des Parkbesuchs

Auf den Erholungswert des Parkbesuchs wurde in dieser Studie ein besonderer Fokus gelegt, da die wahrgenommene Erholung vom Alltag nach dem Besuch des Parks ein wichtiges Kriterium für ein positives Besuchererlebnis darstellt. Um eine Aussage zum Erholungswert treffen zu können, wurde in mehreren Schritten vorgegangen. Da es notwendig ist, ein gewisses Mass an **Stress und Belastungen** zu erleben, um überhaupt ein Gefühl der Erholung

erreichen zu können, wurden Items der sog. Perceived Stress Scale (Cohen, Kamarck, & Mermelstein, 1983) in den Fragebogen aufgenommen. Die Skala besteht aus 10 Items, die auf einer 5-stufigen Skala beantwortet werden können (Ausprägungen: nie, selten, manchmal, oft, immer). Die Skala umfasst vier positiv formulierte Aussagen (z.B. „Wie oft haben Sie in der vergangenen Woche Zuversicht empfunden, Ihre Probleme lösen zu können?“, „Wie oft hatten Sie in der vergangenen Woche das Gefühl, dass die Dinge so laufen, wie Sie es möchten?“) sowie sechs negativ gepolte Aussagen (z.B. „Wie oft haben Sie sich in der vergangenen Woche über etwas Sorgen gemacht, das unerwartet geschehen ist?“, „Wie oft hatten Sie in der vergangenen Woche das Gefühl, dass sich Schwierigkeiten und Problem derart auf türmen, dass Sie diesen nicht mehr Herr werden können?“). Um eine Aussage zum Stress und Belastungsniveau der Befragten treffen zu können, werden die vier positiv formulierten Items zu erst recodiert. Danach wird ein Summenscore über alle 10 Items errechnet (Cohen et al., 1983). Je höher dieser Wert ausfällt, desto mehr selbstberichteten Stress und Belastungen haben die Befragten in der vergangenen Woche erlebt. Die Reliabilitätsüberprüfung der Perceived Stress Scale ergab mit einem Cronbach`s Alpha von 0,89 eine als sehr gut einzustufende Reliabilität (Field, 2013).

Das nächste relevante Mass für die Analyse der Erholungswirkung des Parkbesuchs wurde dem **Recovery Experience Questionnaire** (Sonnentag & Fritz, 2007) entnommen und umfasst insgesamt 16 Items, die auf einer 5-stufigen Skala beantwortet werden können (trifft gar nicht zu, trifft eher nicht zu, teils-teils, trifft eher zu, trifft voll und ganz zu). Je 4 dieser 16 Items können den Dimensionen Abschalten von der Arbeit, Entspannung, Mastery und Kontrolle zugeordnet werden, die laut Sonnentag & Fritz (2007) relevant für das Erleben von Erholung sind. Für diese Dimensionen wurden die folgenden Reliabilitätswerte gefunden: Abschalten von der Arbeit (z.B. „Im Wildnispark...denke ich überhaupt nicht an meine Arbeit.“) erreichte ein Cronbach`s Alpha von 0,85. Das Cronbach`s Alpha für Entspannung (z.B. „Im Wildnispark...lasse ich meine Seele baumeln.“) betrug 0,68, das für Kontrolle (z.B. „Im Wildnispark...habe ich das Gefühl, selbst entscheiden zu können, was ich tue.“) 0,74 und das für Mastery (z.B. „Im Wildnispark...unternehme ich etwas, um meinen Horizont zu erweitern.“) 0,76. Insgesamt erreichte die Skala ein Cronbach`s Alpha von 0,81 (bei 16 Items), was nach Field (2013) als gut zu bezeichnen ist.

Mittels dieser Skala und deren Unterdimensionen wird analysiert, auf welcher Ebene ein Erholungserleben des Parkbesuchs stattfindet, also ob sich die Erholungseffekte aufgrund von beispielsweise Entspannungserleben oder dem Gefühl, von der Arbeit abschalten zu können, einstellen.



Die wahrgenommene **Erholungswirkung** des Parkbesuchs selbst wurde direkt mit 6 Items abgefragt. Die Besucher und Besucherinnen sollten jeweils auf den Dimensionen „Erholt“, „Entspannt“, „Gestresst/Belastet“, „Freudig“, „Gesund“, „Konzentrationsfähig“, und „Aufmerksamkeitsfähig“ beurteilen, wie sie sich nach dem Parkbesuch fühlen. Für diese Selbsteinschätzung wurde eine 5-stufige Antwortskala genutzt (viel mehr als vorher, etwas mehr als vorher, genau wie vorher, etwas weniger als vorher, viel weniger als vorher). Die Befragten wurden instruiert, ihre Angaben in Relation zu ihrem Zustand vor dem Besuch auszuwählen. Dadurch wird die Erholungswirkung des Parkbesuchs durch einen (selbsteingeschätzten) vorher-nachher Vergleich messbar. Die Reliabilitätsanalyse ergab ein Cronbach`s Alpha von 0,86. Dies kann als gute Reliabilität der Items interpretiert werden (Field, 2013).

Zusätzlich zu diesen deskriptiven Auswertungen wird in dieser Studie ebenfalls der Frage nachgegangen, *warum* die Besuchenden Erholung erleben. Für diese Analysen wird auf die Behaviour Setting Theorie (Barker, 1978; Schoggen, 1989) zurückgegriffen. Hier wird davon ausgegangen, dass Menschen sich in Settings befinden, die als physische und psychische Rahmen gesehen werden, in denen es jeweils bestimmte (soziale) Funktionen/Rollen gibt. Wenn Umweltmerkmale diese Rollenfunktionen unterstützen bzw. begünstigen spricht man von einer hohen „Synomorphie“. Ein Setting, in dem gearbeitet wird, ist so gestaltet, dass es die Arbeitsfunktion bestmöglich unterstützen sollte. Andererseits soll aber ein Erholungssetting wie der Wildnispark optimal die Erholung fördern, was aus theoretischer Sicht einen Konflikt entstehen lassen könnte: Sollten Arbeits- und Erholungssettings miteinander verschmelzen, dann werden sich Erholungs- und Arbeitssetting in der Wahrnehmung immer ähnlicher, so dass sie ihre eigentliche Funktion nicht mehr optimal unterstützen können. Eine solche „Verschmelzung“ wäre zum Beispiel denkbar, wenn Parkbesucher und –besucherinnen während des Besuchs häufig an Arbeit oder Belastungen denken, mit Personen im Park sind, mit denen sie auch in belastenden Situationen zusammen sind, oder etwa dieselben Geräte wie in stressigen Situationen nutzen (z.B. Mobiltelefon). Aus theoretischer Sicht können solche Verschmelzungen auf 7 Dimensionen stattfinden, von denen die 5 Dimensionen „Personen“, „Gedanken/Kognition“, „Handlungen“, „Führerschaft“ und „Objekte“ während des Parkbesuchs relevant sein können.

Zu jeder dieser Dimension wurde in der Befragung eine Frage gestellt. Eingeleitet wurden die Fragen mit der Formulierung „Im Folgenden interessiert uns, in wie weit sich der Parkbesuch von belastenden oder stressreichen Alltagssituationen abgrenzt. Bitte denken Sie nun an eine typische Situation, die Sie im Alltag als stressreich oder belastend erleben (egal ob Arbeit

oder privat), wenn Sie die folgenden Fragen beantworten... Wie häufig kommt es während Ihres Besuchs im Wildnispark vor, dass...“. Die Personendimension wurde mit dem Folgesatz „...Sie hier Personen begegnen, mit denen Sie auch in stressigen/belastenden Situationen zu tun haben?“ abgefragt. Nach Gedanken und Kognitionen wurde mit „...Sie an stressreiche oder belastenden Situationen denken?“, nach Führerschaft mit „... die Personen, die in stressigen/belastenden Situationen „federführend“ sind, diese Rolle auch während des Parkbesuchs innehaben?“ gefragt. Diese Frage konnten auf einer Skala von 0 = (fast) nie bis 4 = (fast) immer beantwortet werden. Die Objektdimension wurde mit der Formulierung „Wenn Sie jetzt einmal daran denken, mit welchen Objekten und Gegenständen Sie üblicherweise in stressigen/belastenden Situationen zu tun haben (z.B. Mobiltelefon, Agenda etc.)... Nutzen Sie diese Gegenstände auch während Ihres Parkbesuchs?“ erfragt. Als Antwortformat diente eine 7-Punkt Skala, deren Endpunkte mit den Aussagen „Ja, ich nutze diese Gegenstände auch während des Parkbesuchs“ (= 6) bzw. „Nein, ich nutze während des Parkbesuchs und in belastenden/stressreichen Situationen völlig unterschiedliche Gegenstände“ (= 0) verbal verankert waren. Für die Handlungsdimension wurde folgende Formulierung gewählt: „Denken Sie nun bitte einmal daran, welche Handlungen Sie üblicherweise im Zusammenhang mit Stress oder Belastungen ausführen (bei der Arbeit oder auch privat). Haben Sie dieselben oder sehr ähnliche Handlungen auch während Ihres Besuchs im Wildnispark ausgeführt?“. Das Antwortformat bildete ebenfalls eine 7-Punkt Skala, deren Endpunkte mit „Ja, ich führe fast deckungsgleiche Handlungen in stressreichen Situationen und während des Parkbesuchs aus“ (= 6) und mit „Nein, die Handlungen während des Parkbesuchs unterscheiden sich völlig von den Handlungen in stressreichen/belastenden Situationen“ beschrieben waren (= 0). Aufgrund dieser Fragen wurde ein „Interdependenz Index“ berechnet. Je höher dieser ausfällt, desto stärker sind der Parkbesuch als Erholungssetting und stressreiche/belastende Situationen miteinander verschmolzen. Zur Berechnung des Interdependenz Index wurden die 7-Punkt Skalen auf 5-Punkt Skalen transformiert. Da diese Analysen über die eigentliche Zielsetzung der Besucherbefragung hinausgehen und mit ihnen wissenschaftliches Neuland betreten wird, sind die Ergebnisse in einem gesonderten Unterkapitel dargestellt (siehe Kapitel 3.9 Exkurs: Psychologische Prozesse, die die Erholungswirkung beeinflussen).

## 2.5 Analyseverfahren

Für die Aufbereitung und Analyse der Daten aus der Besucherbefragung per Fragebogen werden die Computerprogramme SPSS 21 (Mac) R (Mac, Version 3.0.2) und MS Excel (Mac, Version 2011) genutzt. Die aufgezeichneten GPS Daten werden mit der Software RouteConverter für Mac (Version 2.10) und Google Earth für Mac (Version 7.1.1) visualisiert, sowie mit Excel (Mac, Version 2011) und R (Mac, Version 3.0.2) ausgewertet.

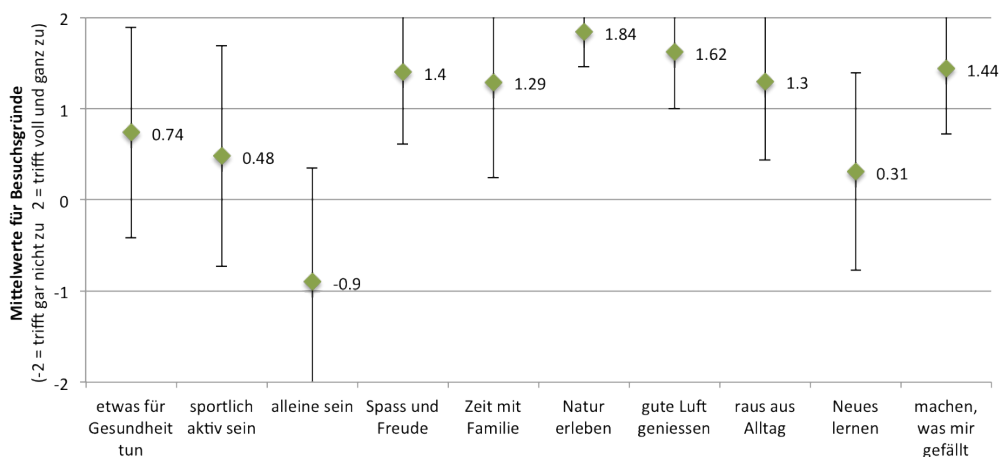
Im Rahmen dieses Berichts werden deskriptive Ergebnisse (Häufigkeiten, Mittelwerte etc.) sowie korrelative Zusammenhänge beschrieben. Hierbei ist darauf zu achten, dass Korrelationen nicht im Sinne von Kausalitäten interpretiert werden sollten; sie stellen lediglich ein Zusammenhangsmass für das gemeinsame Auftreten verschiedener Merkmale dar. Um Kausalitätsannahmen zu überprüfen wäre beispielsweise ein längsschnittliches statt eines querschnittlichen Studiendesigns mit experimentellem Charakter erforderlich. Bei den deskriptiven Auswertungen führten teilweise fehlende Angaben zu einem listenweisen Fallausschluss, so dass die Angaben in der Regel nicht auf dem maximalen  $N = 140$  basieren. Durchschnittlich sind mit ca. 15% fehlenden Angaben bei einzelnen Fragen zu rechnen, was die effektive Stichprobengrösse auf ca.  $n = 125$  verringert. Bei jeder Auswertung wird angegeben, auf wie vielen Antworten die Ergebnisse beruhen.

### 3 Ergebnisse der Befragung

Dieses Kapitel enthält die Ergebnisse der Besucherbefragung. Die Reihenfolge der Ergebnisse erfolgt dabei in derselben Reihenfolge wie bei der Beschreibung des Fragebogens.

#### 3.1 Besuchsmotive

Auf die Frage hin, welche Besuchsgründe aus der ganz persönlichen Sicht der Befragten zutreffen oder nicht zutreffen, wurde am häufigsten dem Grund „Ich möchte die Natur erleben“ zugestimmt ( $M = 1,84$ ,  $SD = 0,38$ ). Am wenigstens wurde dem Grund, alleine sein zu wollen zugestimmt ( $M = -0,9$ ,  $SD = 1,25$ ). Allerdings spricht die hohe Standardabweichung dafür, dass es Parkbesucher und -besucherinnen gibt, die den Park genau zum alleine sein aufsuchen, während die meisten anderen der Befragten eine gegenteilige Motivation haben. Die Mittelwerte aller Motive sind in Abbildung 2 dargestellt.



**Abbildung 2.** Mittelwerte und Standardabweichungen für das Ausmass, mit dem 10 unterschiedlicher Besuchsgründe als zutreffend oder nicht zutreffend bewertet wurden ( $n = 131 - 136$ ).

Mittels einer Hauptkomponentenanalyse wurde untersucht, ob sich die 10 Besuchsmotive inhaltlich zu übergeordneten Bereichen zusammenfassen lassen. Die statistischen Voraussetzungen für eine solche Analyse sind erfüllt ( $KMO = 0,618$ ; keine Spharizität  $\chi^2 = 266,07$ ,  $p \leq 0,01$ ). Die Hauptkomponentenanalyse (mit Varimax-Rotation) resultierte in vier Faktoren, die in Tabelle 1 zusammengefasst sind (siehe nächste Seite).

Tabelle 1. Hauptkomponentenanalyse der Besuchsmotive (Varimax rotiert).

	I Sport & Gesundheit	II Naturerlebnis	III Aktivität & Unterhaltung	IV Soziales
etwa für meine Gesundheit tun	<b>.817</b>	.166	.041	.095
sportlich aktiv sein	<b>.875</b>	.089	.057	.026
raus aus Alltag	<b>.525</b>	.465	.060	-.004
Natur erleben	.029	<b>.791</b>	.153	.014
gute Luft geniessen	.230	<b>.811</b>	-.023	.043
Spass und Freude	-.085	.217	<b>.820</b>	-.064
Neues lernen	.386	-.182	<b>.627</b>	.155
alleine sein	-.047	.110	.267	<b>.852</b>
Zeit mit Familie	-.271	.072	.473	<b>-.714</b>
machen, was mir gefällt	.290	.313	.370	.178

Aus der Hauptkomponentenanalyse wird ersichtlich, dass insgesamt vier übergeordnete Dimensionen für die Besuchsmotive gebildet werden können. Welche Items zu den übergeordneten Dimensionen „Sport & Gesundheit“, „Naturerlebnis“, „Aktivität & Unterhaltung“ und „Soziales“ zugeordnet werden können, ist in Tabelle 1 optisch hervorgehoben. Beim Betrachten der Tabelle fällt auf, dass das Item „machen, was mir gefällt“ auf keiner Dimension eine ausreichende Faktorladung erreicht, um eindeutig einer übergeordneten Dimension zugeordnet werden zu können. Ein Grund dafür ist möglicherweise in der sehr allgemeinen und unspezifischen Formulierung des Items zu finden, so dass das Item mehr oder weniger gut zu jeder Dimension passt. Für die nachfolgenden Analysen wurde es daher nicht weiter verwendet.

Werden nun diese per Hauptkomponentenanalyse gefundenen Dimensionen weiter betrachtet, ergeben sich die in Abbildung 3 dargestellten Ausprägungen der gefundenen Motivdimensionen.

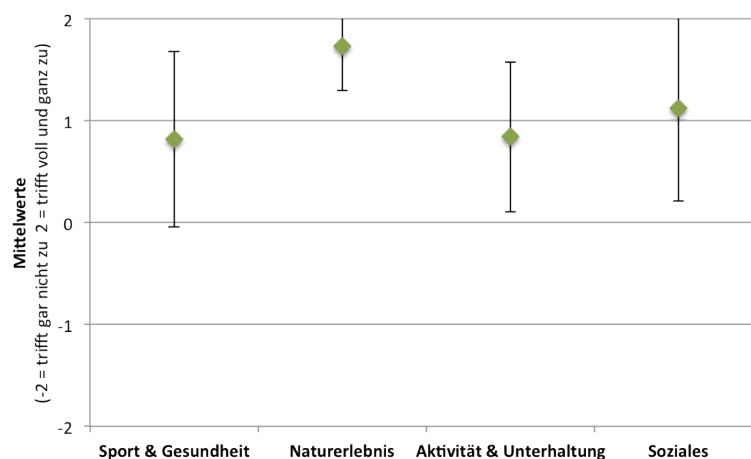


Abbildung 3. Mittelwerte und Standardabweichungen für die in der Hauptkomponentenanalyse gefundenen übergeordneten Besuchsmotive (n = 131 – 136).

Der Abbildung kann entnommen werden, dass die Befragten am stärksten dem Besuchsmotiv „Naturerlebnis“ zugestimmt haben ( $M = 1,73$ ,  $SD = 0,44$ ). Die vergleichsweise geringe Standardabweichung spricht dafür, dass der Mittelwert nur eine geringe Streuung aufweist. Das bedeutet, dass fast alle Befragten aus Gründen des Naturerlebnisses den Park aufgesucht haben. Ebenfalls erhielt das Besuchsmotiv „Soziales“ eine breite Zustimmung ( $M = 1,13$ ,  $SD = 0,91$ ), allerdings lässt die hohe Standardabweichung darauf schließen, dass dieser Besuchsgrund für einen ebenfalls grossen Anteil der Befragten weniger stark zutrifft. Ähnlich verhält es sich mit der Dimension „Aktivität & Unterhaltung“ ( $M = 0,84$ ,  $SD = 0,74$ ) und „Sport & Gesundheit“ ( $M = 0,82$ ,  $SD = 0,86$ ), denen im Durchschnitt als Besuchsgrund zugestimmt wurde, aber deren Standardabweichung nahe legt, dass diese Besuchsgründe für eine nicht geringe Anzahl von Besuchern und Besucherinnen nur teilweise oder sogar eher nicht zutreffen.

### 3.2 Aktivitäten während des Besuchs

Zusätzlich zu den Gründen und Motiven für den Parkbesuch wurden die Befragten gebeten, anzugeben, was sie während ihres Besuchs konkret im Wildnispark unternommen haben. Die Ergebnisse sind in Tabelle 2 dargestellt.

*Tabelle 2.* Darstellung der Häufigkeiten für verschiedenen Aktivitäten, die die Befragten während des Parkbesuchs unternommen haben ( $n = 139$ ). Mehrfachnennungen waren möglich.

Was haben Sie heute hier unternommen?	Anzahl Nennungen	Häufigkeit in %
Natur beobachten	92	66,2
Wandern	80	57,6
(Wild-) Tiere ansehen	56	40,3
Nichts bestimmtes, einfach „sein“	54	38,8
Picknicken	36	25,9
Biken	16	11,5
Gezielt Informationen suchen (z.B. Besucherzentrum)	13	9,4
Pflanzen bestimmen oder anschauen	11	7,9
Sport (Laufen, Joggen, Nordic Walking etc.)	8	5,8
Sammeln (Pilze, Beeren, etc.)	7	5
Speziellen Ort aufsuchen (Ruine, Aussichtsturm etc.)	4	2,9
Anderes	29	20,9
Gesamt	406	292,1

Entsprechend den Ergebnissen zu den Besuchsgründen nannten die meisten Befragten, dass sie im Wildnispark die Natur beobachtet hätten (66,2%) und gewandert seien (57,6%). Ebenfalls rangiert das ansehen von Tieren und Wildtieren auf einem sehr hohen Platz: 40,3% der befragten Besucher und Besucherinnen gaben an, dies unternommen zu haben. Am seltensten gaben die Befragten an, dass sie spezielle Orte wie z.B. die Ruine oder den Aussichtsturm aufgesucht hätten (2,9%). Auch das Sammeln von Pilzen und Beeren wurde

von wenigen Personen genannt (5%). Insgesamt gab durchschnittlich jeder Befragte knapp 3 Aktivitäten an, die er/sie bei dem heutigen Besuch in Park unternommen hat. Für die Interpretation der Ergebnisse muss allerdings bedacht werden, dass durch die Wahl des Befragungsortes nur Personen angesprochen wurden, die das Besucherzentrum aufgesucht haben. Werden die Kategorien, die sportliche Aktivität beinhalten (Sport, Biken), gemeinsam betrachtet, erreichen sie eine Häufigkeit von 17,3%. Wird die Kategorie „Wandern“ noch dazugenommen, erhöht sich die Häufigkeit der Nennungen auf insgesamt 74,9%. Allerdings handelt es sich beim Wandern um eine Aktivität, die sowohl dem Bereich Sport, als auch dem Naturerlebnis und eventuell auch der Kategorie Soziales zugeordnet werden kann.

Auffallend hoch ist die Nennung der Kategorie „Anderes“, die knapp ein Fünftel der Befragten genannt hat. Diejenigen, die diese Kategorie angekreuzt haben, wurden gebeten anzugeben, was sie denn genau *anderes* unternommen haben. Mit Abstand am häufigsten (nämlich in 48% der Nennungen) wurde hierbei der neue Spielplatz genannt. Bei den übrigen Nennungen handelt es sich überwiegend um Einzelaussagen wie beispielsweise „Sihlufer geniessen“ oder „Zmorge essen“, die aufgrund der geringen Nennungshäufigkeiten nicht weiter analysiert werden.

Zusammenfassend betrachtet lässt sich festhalten, dass die befragten Besucher und Besucherinnen den Park hauptsächlich wegen des Naturerlebnisse aufsuchten, wobei aber soziale Beweggründe, Sport & Gesundheit sowie Aktivität & Unterhaltung ebenfalls eine grosse Rolle spielen. Dies bestätigt sich in den Angaben zu Aktivitäten, da hier Nennungen wie Wandern, Natur beobachten, Tiere ansehen und den Spielplatz aufsuchen von sehr vielen Personen gemacht wurden.

### **3.3 Besucherleben**

Neben der rein deskriptiven Betrachtung der Besuchsgründe und der Aktivitäten, die die Besucher und Besucherinnen unternommen haben, steht das Besucherleben in dieser Befragung im Vordergrund. Genauer ist damit gemeint, wie die Besucher und Besucherinnen ihren Parkbesuch erlebt haben, also wie sie die Qualität des Parkbesuchs aus ihrer ganz persönlichen Perspektive heraus einschätzen. Daher werden im Folgenden die Aspekte berichtet, die als besonders positiv bzw. negativ erlebt wurden. Ebenfalls umfasst die Analyse, ob die Besucher und Besucherinnen konkrete Ziele für den Besuch haben und ob dieses Ziele und Erwartungen an den Besuch erfüllt wurden. Des Weiteren wird in diesem Unterkapitel berichtet, ob sich die Besucher und Besucherinnen während des Besuchs sicher gefühlt haben und inwieweit beim Besuch die drei Grundbedürfnisse nach Autonomie,

Kompetenz und sozialer Eingebundenheit befriedigt werden konnten. Dieses Unterkapitel schliesst mit einer Evaluation unterschiedlicher Einrichtungen und Angebote des Parks.

Besonders positive und negative Aspekte des Besuchs wurden offen erfragt und anschliessend kategorisiert. Insgesamt gab es nur wenig Antworten zu negativen Aspekten, lediglich 20 Personen (14.3%) empfanden irgendetwas bei ihrem Parkbesuch als negativ oder störend. In Tabelle 3 ist dargestellt, was genau von diesen 20 Personen als negativ erlebt wurde.

Tabelle 3. Häufigkeiten von Aspekten, die als besonders negativ erlebt wurden (N = 20).

Gab es etwas bei Ihrem heutigen Besuch, dass Ihnen als besonders negativ aufgefallen ist? Wenn ja, was war das?	Anzahl Nennungen	Häufigkeit in %
Biker (zu schnell, unfreundlich, abseits der Wege)	5	25
Verkehrslärm	3	15
Wenig Abfalleimer	3	15
Baustelle	2	10
zu wenig Tiere	2	10
ÖV-Fahrplan	2	10
Sonstiges	3	15
Gesamt	20	100

Insgesamt fällt auf, dass zu schnelle und unfreundliche Biker bzw. Velofahrer am häufigsten als unfreundlich und störend und negativ erlebt werden. Ebenfalls werden Verkehrslärm und zu wenig Abfalleimer als störend bezeichnet. Bei der Interpretation dieser Auflistung muss allerdings bedacht werden, dass diese Angaben sich ausschliesslich auf die 20 Personen beziehen, die überhaupt etwas als negativ während des Parkbesuchs erlebt haben.

Im Gegensatz zu den negativen Aspekten gaben es sehr viel mehr Nennungen bei den positiven Erlebnissen. Insgesamt haben 58% der Befragten auf die offene Frage nach einem besonders positivem Besuchserlebnis geantwortet und es wurden 94 positive Erlebnisse genannt. Die kategorisierten Angaben sind in Tabelle 4 aufgeführt.

Tabelle 4. Häufigkeiten von Aspekten, die als besonders positiv erlebt wurden (N = 58).

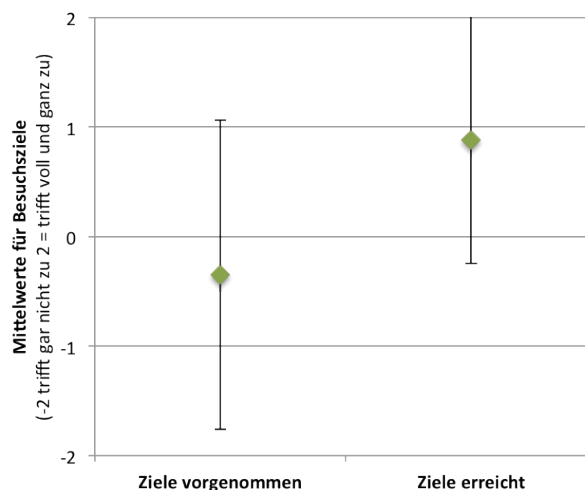
Gab es etwas bei Ihrem heutigen Besuch, dass Ihnen als besonders positiv aufgefallen ist? Wenn ja, was war das?	Anzahl Nennungen	Häufigkeit in %
Infrastruktur	34	36.2
Natur & Wald	15	16.0
Ruhe	11	11.7
Walderlebnis- & Themenpfade	9	9.6
Wetter	8	8.5
Tiere	7	7.4
Mitarbeitende	3	3.2
Sonstiges	7	7.4
Gesamt	58	100



Insbesondere wurden besonders häufig Angaben gemacht, die die Infrastruktur betreffen. Innerhalb der kategorisierten Aussagen nimmt hier der „Spielplatz“ mit 12 Nennungen eine Spitzenposition ein, dicht gefolgt von den Grill- und Feuerstellen, die 9-mal positiv erwähnt wurden. Die Kategorie Natur & Wald umfasst allgemein positive Aussagen zur Natürlichkeit und Schönheit des Parks bzw. Sihlwaldes. Die hohe Nennungshäufigkeit von Ruhe steht ein wenig im Widerspruch zur Nennung des (Verkehr-)Lärm bei den besonders negativen Erlebnissen, ist aber wohl sehr stark davon abhängig, wo sich die Besucher und Besucherinnen aufgehalten haben und ab wann ein gewisser Geräuschpegel individuell als störend erlebt wird.

Insgesamt kann festgehalten werden, dass die befragten Besucher und Besucherinnen etwa 3-mal häufiger besonders positive als negative Besuchererlebnisse nennen.

Neben dieser offenen Frage ist ein weitere Indikator für ein insgesamt positives oder negatives Besuchererleben die Frage danach, ob sich die Besucher und Besucherinnen für ihren Besuch etwas konkretes Vorgenommen haben und wenn ja, ob sie dies auch während ihres Besuchs erreichen konnten. Die Ergebnisse zu entsprechenden Fragen sind in Abbildung 4 dargestellt.



**Abbildung 4.** Mittelwerte und Standardabweichung auf die Frage, ob sich die Besuchenden konkrete Ziele für ihren Besuch vorgenommen haben und ob sie diese erreicht haben (n = 121 – 127).

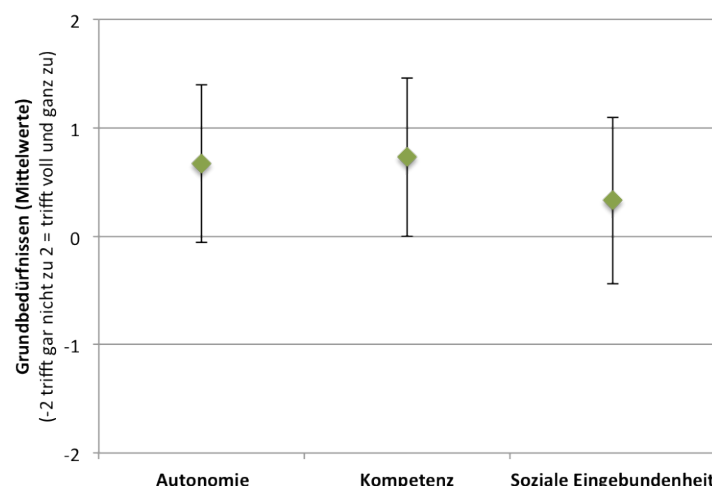
Der Abbildung kann entnommen werden, dass sich die meisten Befragten keine konkreten Ziele vorgenommen haben. Die sehr hohe Standardabweichung spricht allerdings dafür, dass die Analyse hier kein einheitliches Bild ergibt. Der relativ hohe Mittelwert bei der Zielerreichung spricht dafür, dass die Befragten grundsätzlich bei ihrem Parkbesuch erreicht haben, was sie sich für den Besuch vorgenommen haben. Werden ausschliesslich die Angaben von Personen betrachtet, die mindestens teilweise ein konkretes Ziel hatten (n = 57), so fällt das Bild für die Zielerreichung noch deutlich positiver aus: lediglich 3,5% gaben an,

dieses Ziel eher nicht erreicht zu haben, 8,8% haben ihr Ziel teilweise erreicht, während 87,7% das Ziel, was sie sich vorgenommen haben, eher oder voll und ganz erreichen konnten. Mit anderen Worten: die Personen, die sich konkrete Ziele vor dem Besuch vorgenommen haben, konnten diese in der Regel während ihres Besuchs auch erreichen.

Dieser Eindruck wird auch durch die Analyse der Antworten auf die Frage, ob sich die Erwartungen an den heutigen Besuch erfüllt haben oder nicht, bestätigt. Für lediglich 2,4% haben sich die Erwartungen an den Besuch nicht erfüllt, für 97,6% haben sie sich mindestens teilweise, und für 55,2% sogar voll und ganz erfüllt ( $n = 125$ ).

Für ein insgesamt positives Besuchserleben ist auch bedeutsam, ob sich die Besucher und Besucherinnen während ihres Aufenthalts im Park sicher oder unsicher gefühlt haben. Die Ergebnisse der Befragung zeigen, dass sich 2,4% gar nicht sicher, eher nicht sicher oder nur teilweise sicher gefühlt haben. Eine grosse Mehrheit fühlt sich hingegen eher sicher (30,7%) oder sogar sehr sicher (66,9%). Entsprechend hoch ist daher auch der Mittelwert für das Sicherheitsgefühl, mit einem Wert von 1,6 ( $SD = 0,63$ ; Range -2 bis 2;  $n = 127$ ).

Zufriedenheit und Wohlbefinden wird aus theoretischer Sicht häufig mit dem Ausmass in Verbindung gebracht, mit dem es Personen gelingt, ihre psychologischen Grundbedürfnisse zu befriedigen. In Abbildung 5 ist dargestellt, in wie fern es den Besuchern und Besucherinnen gelingt, die Bedürfnisse nach Autonomie, Kompetenz und sozialer Eingebundenheit während des Besuchs im Wildnispark zu befriedigen.

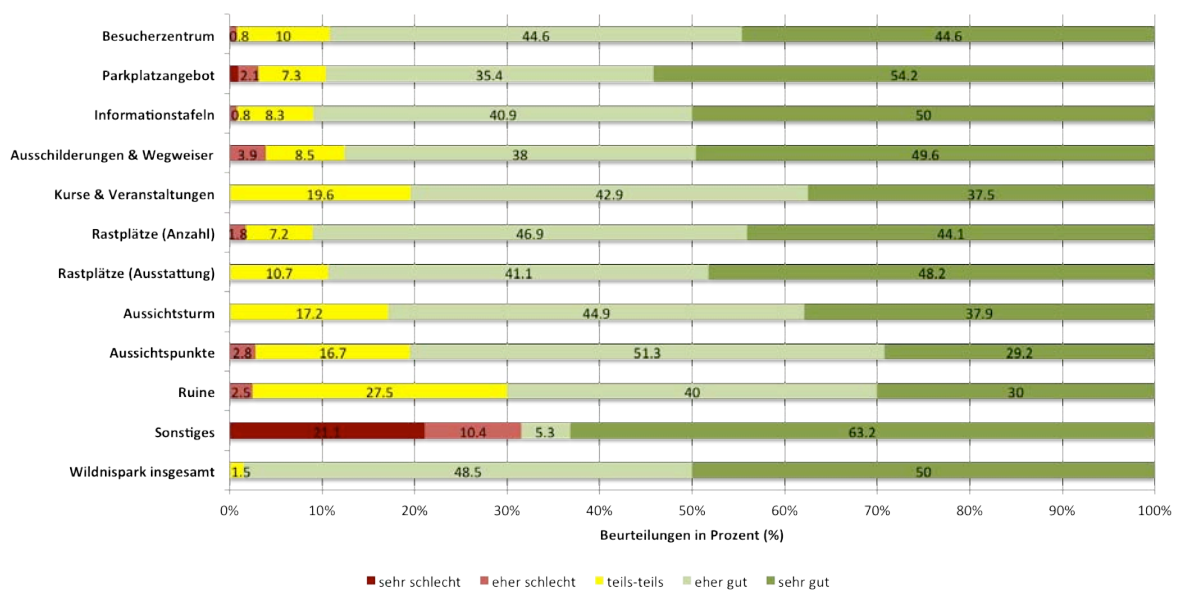


**Abbildung 5.** Mittelwerte und Standardabweichung für die Befriedigung der drei psychologischen Grundbedürfnisse nach Autonomie, Kompetenz und sozialer Eingebundenheit ( $n = 130 - 132$ ).

Der Abbildung ist zu entnehmen, dass alle drei psychologischen Grundbedürfnisse im Mittel teilweise oder sogar eher befriedigt werden konnten. Die Mittelwerte für Autonomie ( $M = 0,67$ ;  $SD = 0,73$ ;  $n = 132$ ) und Kompetenz ( $M = 0,73$ ;  $SD = 0,73$ ;  $n = 130$ ) fallen hierbei etwas

höher aus als derjenigen für soziale Eingebundenheit ( $M = 0,33$ ;  $SD = 0,77$ ;  $n = 131$ ). Dieses positive Bild fügt sich nahtlos in die bisherigen Ergebnisse zum Besuchererlebnis ein.

Zusätzlich zu diesen eher psychologischen Ansatzpunkten zur Analyse des Besuchererlebens wurde gesondert danach gefragt, wie die Besucher und Besucherinnen ganz konkrete Angebote und Einrichtungen des Parks bewerten. Abbildung 6 stellt detailliert dar, wie verschiedene Angebote des Parks von den befragten Besuchern und Besucherinnen evaluiert wurden.



**Abbildung 6.** Evaluation verschiedener Angebote und Infrastrukturen des Wildnisparks aus Sicht der Besucher und Besucherinnen ( $n = 40 - 134$ ).

Beim Betrachten der Abbildung wird deutlich, dass prinzipiell alle Angebote und Einrichtungen des Parks entweder eher oder sogar als sehr gut bewertet werden. Ein paar negative Stimmen erhalten lediglich das Parkplatzangebot, die Ausschilderung und Wegweiser, die Anzahl der Ratsplätze, die Aussichtspunkte und die Ruine. Die Kurse und Veranstaltungen, der Aussichtsturm, die Aussichtspunkte und die Ruine wurden von vielen Besuchenden nur als teilweise gut bewertet. Bei der weiteren Analyse der Antworten fällt auf, dass sehr viele Angebote den Besuchern und Besucherinnen nicht bekannt waren. Beispielsweise gaben 60% der Befragten an, dass sie die Kurse und Veranstaltungen des Parks nicht kennen würden (siehe auch Kapitel 3.7 Annahme Bildungskonzept, unten). Ebenso war die Ruine 71,4% der Befragten unbekannt.

Der Wildnispark als Ganzes wird von 98,5% der Befragten ( $n = 134$ ) als entweder eher oder sehr gut bewertet und hat keine negativen Beurteilungen erhalten.

Besondere Betrachtung verdient noch die Rubrik „Sonstiges“. Insgesamt haben 19 Personen (13,6%) den Bereich „Sonstiges“ bewertet. Die häufigsten Nennungen sind in folgender Tabelle dargestellt.

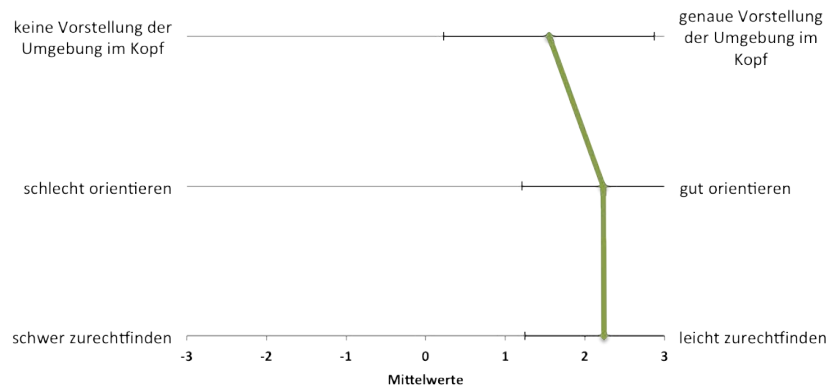
Table 5. Begriffe, die bei der Evaluation von Parkangeboten oder Einrichtungen genannt wurden (n = 19).

		Anzahl Nennungen	Häufigkeit in %
Negative Bewertung	Grillplätze	2	10,5
	fehlende Abfallkübel	1	5,27
	Biker	1	5,27
	Sihltalstrasse	1	5,27
Positive Bewertungen	Neuer Spielplatz	8	42,11
	Restaurant	2	10,5
	Möglichkeit, Feste zu feiern (Mieten)	1	5,27
	Bistro, WC im Besucherzentrum	1	5,27
	Tierpark	1	5,27
	Walderlebnispfad	1	5,27
	Gesamt	19	100

Werden die Angaben und Indikatoren zum Besuchserlebnis zusammenfassend betrachtet, so lässt sich festhalten, dass der Besuch im Wildnispark Zürich durchaus (sehr) positiv erlebt wird. Die Besuchenden nennen mehr positive als negative Erlebnisse während des Besuchs, konnten ihre Ziele (sofern sie welche hatten) erreichen, und gaben an, dass ihre Erwartungen an den Parkbesuch erfüllt worden seien. Darüber hinaus fühlten sie sich während des Besuchs sicher und der Besuch im Wildnispark trug zur Befriedigung der psychologischen Grundbedürfnisse Autonomie, Kompetenz und sozialer Eingebundenheit bei. Auch die konkreten Einrichtungen und Angebote des Parks wurden fast ausschliesslich positiv bewertet. Vergleichsweise viele Befragte kennen allerdings nicht die Angebote des Parks, wie zum Beispiel Kurse und Veranstaltungen.

### 3.4 Orientierung der Besucher

Die Besucher und Besucherinnen können sich während des Aufenthalts im Park insgesamt gut zurechtfinden und orientieren. Abbildung 7 stellt dar, wie die Besucher und Besucherinnen die einzelnen Fragen zur Orientierung beantwortet haben (siehe nächste Seite).



**Abbildung 7.** Mittelwerte und Standardabweichungen für die Beurteilung der Orientierungs-Dimension (n = 134 – 137).

Aus der Abbildung sowie aus den Angaben zur Evaluation der Wegweiser und Schilder (siehe oben, Abbildung 6) geht hervor, dass sich die Besucher und Besucherinnen insgesamt sehr gut im Wildnispark orientieren können. Daher verwundert auch der hohe Mittelwert für die Orientierung mit  $M = 2$  ( $SD = 0,99$ ;  $n = 133$ ) nicht. In dem relativ niedrigeren Mittelwert für die „Vorstellung der Umgebung im Kopf“ ( $M = 1,55$ ;  $n = 134$ ) sowie der hohen Standardabweichung ( $SD = 1,3$ ) spiegelt sich wider, dass die Wegweiser und Ausschilderungen von 11,5% der Befragten als nur mittelmässig gut oder sogar als eher schlecht bewertet wurden, sowie dass 7,6% der Befragten die Ausschilderungen gar nicht kannten (vgl. Abbildung 6, oben).

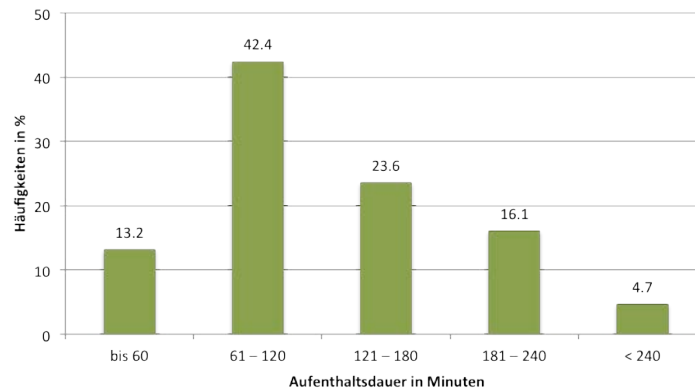
Insgesamt wird die Orientierung der Besucher und Besucherinnen zwar positiv bewertet, relativ zu anderen Themengebieten in dieser Befragung gesehen schneidet sie allerdings verhältnismässig schlecht ab.

### 3.5 Nutzung der Wege, Verweildauer, Unterschiede

Eine wichtige Fragestellung bei der Besucherbefragung war, welche Wege die Wildnisparkbesucher und -besucherinnen nutzen, wie lange sie sich im Park aufhalten und in welcher Hinsicht sich die Orte, an denen sie verweilen, sich von denen unterscheiden, an denen sie nicht verweilen. Diese Frage wurde methodisch auf zweifache Art und Weise untersucht, indem die Befragten einerseits die zurückgelegten Wege in eine Karte einzeichnen und positive sowie negative Bereiche markieren sollten, und andererseits indem eine Unterstichprobe der Befragten während des Besuchs einen GPS-Datenlogger mit sich führen sollte.

Die Besucher und Besucherinnen haben sich durchschnittlich 2,5 Stunden im Park aufgehalten ( $SD = 1,33$  Stunden;  $n = 106$ ). Dabei gab es eine recht grosse Spannweite bei der Aufenthaltsdauer: die minimale Besuchsdauer wurde mit 30 Minuten ( $n = 6$ ) angegeben, während die längste Verweildauer bei 9 Stunden lag ( $n = 1$ ). Der Median und Modus lagen

jeweils bei 2 Stunden, was bedeutet, dass die meisten Besuchenden ca. 2 Stunden im Park waren. Abbildung 8 stellt grafisch die in Kategorien zusammengefasste Besuchsdauer dar.



**Abbildung 8.** Kategorisierte Aufenthaltsdauer der Befragten in Prozent (n = 106).

Um herauszufinden, welche Wege die Besucher und Besucherinnen während ihres Aufenthalts im Park genutzt haben, wurden alle Befragungsteilnehmenden gebeten, die von ihnen genutzten Strecken in eine Übersichtskarte einzuzichnen. Die eingezeichneten Wege wurden dann aus der Karte per Hand in GoogleEarth für Mac (Version 7.1.1) übertragen, um sie besser visualisieren zu können (siehe Abbildung 9, unten).

Insgesamt fiel bei der Auswertung der Karten auf, dass lediglich 39,3% der Befragten die von ihnen beim aktuellen Besuch genutzten Wege eingezeichnet haben. Dabei unterscheidet sich die Genauigkeit der Wege stark, so dass eine detaillierte Auswertung (z.B. in Hinblick auf die zurückgelegte Strecke in km) nicht sinnvoll ist. Stattdessen bezieht sich die Analyse ausschliesslich auf die Häufigkeit der eingezeichneten Routen. Jeder Weg, der nach eigenen Angaben von den Befragten genutzt wurde, wurde in Abbildung 9 mit einer Deckkraft von 25% eingetragen, so dass wenig frequentierte Wege nur eine geringere Färbung in Türkis aufweisen. Entsprechend sind häufig genutzte Wege in einem kräftigen Türkis dargestellt. In der Abbildung wird deutlich, dass insbesondere der Bereich um das Besucherzentrum sowie der Weg an der Sihl von Langnau bzw. Zürich bis zum Sihlwald sehr stark frequentiert sind. Hierbei ist allerdings zu bedenken, dass die Befragung beim Besucherzentrum stattfand und somit die Angaben nur auf den Berichten der Besucher und Besucherinnen basieren, die während ihres Besuchs das Besucherzentrum aufgesucht und ihren Weg in die Karte eingezeichnet haben.

In einem weiteren Schritt wurden zusätzlich die Orte hinzugefügt, die von den Besuchenden als besonders positiv oder negativ empfunden wurden. Diese werden durch ein grünes „+“ bzw. ein rotes „-“ dargestellt (siehe Abbildung 9, unten).

Die zusätzlich per GPS aufgezeichneten Daten (n = 14, siehe auch Kapitel 2.3.2) wurden mit Hilfe der Software Google Earth für Mac (Version 7.1.1) visualisiert und vorher mit

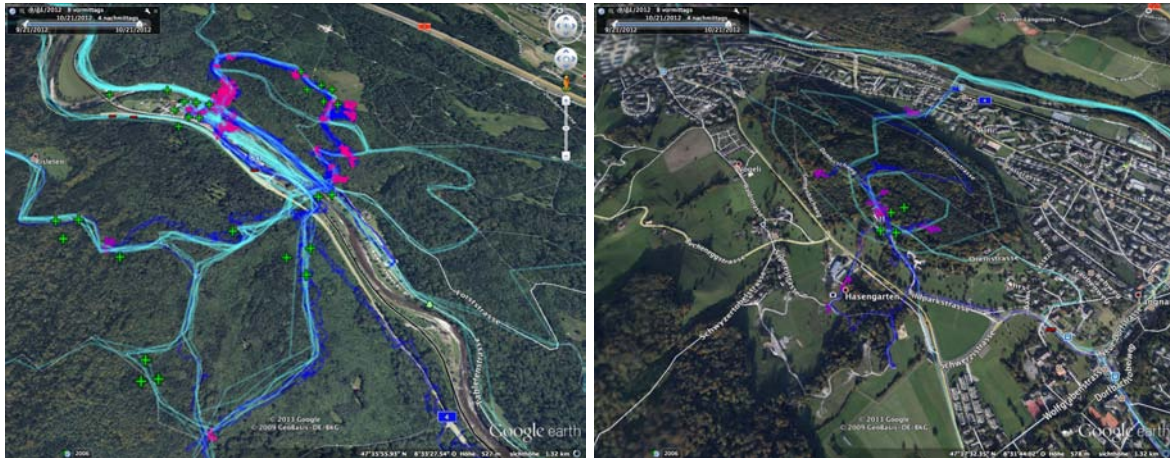


RouteConverter für Mac (Version 2.10) aufbereitet. Diese Routen von mit einer Deckkraft von 25% in dunkelblau in Abbildung 9 aufgenommen. Auf der Übersichtskarte der zurückgelegten Wege wird ersichtlich, dass sich die meisten Besucher im Bereich des Sihlwaldes, und dort auch vornehmlich auf der östlichen Seite des Parks, aufgehalten haben. Lediglich ein GPS-Track umfasst sowohl den Sihlwald als auch den Tierpark Langenberg. Um ein noch detaillierteres Bild der von den Besuchern zurückgelegten Wege zu erhalten, wurden in den GPS-Daten nach Orten bzw. Bereichen gesucht, in denen sich die Besucher und Besucherinnen über 2,5 Minuten aufgehalten haben, ohne sich in eine bestimmte Richtung fortzubewegen. Diese „Verweilorte“ sind in Abbildung 9 als lila-rote Bereiche gekennzeichnet. Je stärker die Farbsättigung ist, desto länger verweilten die Besucher und Besucherinnen an den jeweiligen Orten.



**Abbildung 9.** Visualisierung der genutzten Wege, als positiv und negativ bewerteten Orte und der Verweildauer. In Türkis sind die genutzten Wege der Befragten dargestellt (n = 55, Selbstberichte). Dunkelblau eingezeichnet sind die per GPS aufgezeichneten Strecken (n = 14). Die grünen Plus-Zeichen („+“) repräsentieren Orte, die von den Befragten als besonders positiv markiert, die roten Minuszeichen („-“) Orte, die als besonders negativ wahrgenommen wurden. Die lila „Flecken“ repräsentieren Orte, an denen sich die mit GPS-Datenlogger ausgestatteten Besucher und Besucherinnen mindestens 2,5 Minuten aufgehalten haben. Je stärker die Färbung der eingezeichneten Wege und Verweilorte, desto häufiger bzw. intensiver die Nutzung.

Die folgende Abbildungen zeigen eine detaillierte Sicht der Besucherbewegungen und Verweilorte sowohl für den Bereich Sihlwald als auch für den Tierpark Langenberg (Abbildung 10).



**Abbildung 10.** Visualisierung der genutzten Wege, als positiv und negativ bewerteten Orte und der Verweildauer für den Bereich Sihlwald (links) und den Tierpark Langenberg (rechts). In Türkis sind die genutzten Wege der Befragten dargestellt ( $n = 55$ , Selbstberichte). Dunkelblau eingezeichnet sind die per GPS aufgezeichneten Strecken ( $n = 14$ ). Die grünen Pluszeichen („+“) repräsentieren Orte, die von den Befragten als besonders positiv markiert, die roten Minuszeichen („-“) Orte, die als besonders negativ wahrgenommen wurden. Die lila „Flecken“ repräsentieren Orte, an denen sich die mit GPS-Datenlogger ausgestatteten Besucher und Besucherinnen mindestens 2,5 Minuten aufgehalten haben ( $n = 1 - 14$ ). Je stärker die Färbung der eingezeichneten Wege und Verweilorte, desto häufiger bzw. intensiver die Nutzung dieser Orte.

Den Abbildungen kann entnommen werden, dass die Besuchenden häufig die gleichen Wege nutzen und dass es eine Gruppierung von positiven und negativen Orten gibt (Abbildung 9). So sind zum Beispiel besonders viele grüne Pluszeichen beim Besucherzentrum, ebenfalls ist dort die Verweildauer relativ hoch. Gleiches gilt für den Ort südöstlich vom Besucherzentrum, sowie auf der westlichen Seite. Im Südwesten hingegen findet sich ein Verweilort an dem sich viele Wege kreuzen, aber kein Pluszeichen vermerkt wurde. Dies könnte ein Hinweis darauf sein, dass den Besuchern und Besucherinnen an dieser Stelle beispielsweise die Orientierung schwer fallen könnte. Die Detailanalyse der Angaben und der zugrundeliegenden GPS Daten ergab, dass sich die meisten Besucher und Besucherinnen im östlichen Bereich (vom Besucherzentrum aus gesehen) aufgehalten haben. 71,4% der per GPS aufgezeichneten Wege befinden sich ausschliesslich auf der Ostseite. Durchschnittlich legten die Besucher ( $n = 10$ ) dort 6,02 km zurück ( $SD = 2,41$  km, Range: 2,6 – 11,5km), wofür sie im Mittel 127 Minuten brauchten ( $SD = 48$  min.). Für die zurückgelegten Wege auf der Westseite ( $n = 4$ ) ergab sich eine durchschnittliche Länge von 10,4 km ( $SD = 3,34$  km, Range: 8,3 – 15,3km), bei einer mittleren Wanderzeit von 162 Minuten ( $SD = 61$  min.).

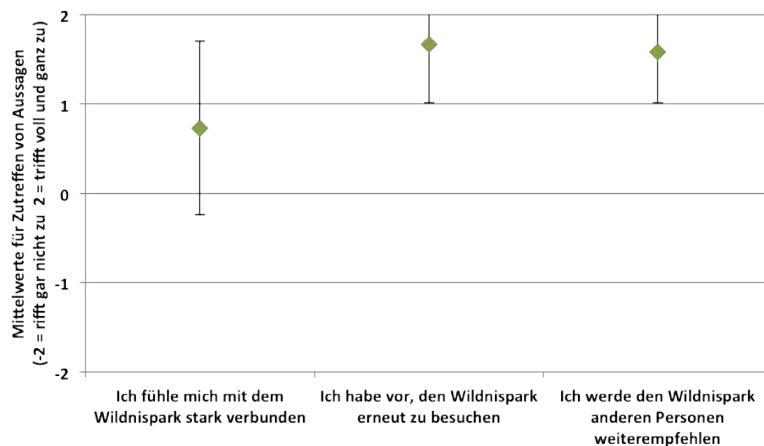
Insgesamt wurden nur wenige Orte von den Besuchern und Besucherinnen mit einem roten Minuszeichen gekennzeichnet. Die Sihlstrasse wurde insgesamt dreimal negativ markiert, die Postauto-Haltestelle an der Albispasshöhe einmal, ebenso wie eine Strassenkreuzung in der Nähe des Tierparks Langenberg. Die geringe Anzahl von als negativ wahrgenommenen Orten entspricht der überaus positiven Bewertung des Besuchs- und Parkerlebnisses in Hinblick auf



die in dieser Studie betrachteten Dimensionen und trägt damit zu einem kohärenten, positiven Bild des Wildnisparcs bei.

### 3.6 Verbundenheit mit dem Wildnispark

Zahlreiche Studien im Bereich der Umweltpsychologie und Stadt- bzw. Landschaftsforschung konnten zeigen, dass die wahrgenommene Verbundenheit mit einem Ort ein wichtiger Aspekt dafür ist, ob Personen diesen Ort gerne aufsuchen, wiederkommen und sich mit dem Ort identifizieren können (Hernández, et al., 2007; Hidalgo & Hernández, 2001; Korpela & Ylen, 2009). In diesem Sinne spiegelt eine hohe Verbundenheit mit dem Wildnispark eine Erlebnisqualität wider, die auf emotionaler, qualitativer Ebene den Bezug zum Wildnispark aufzeigt und unabhängiger vom einzelnen, konkreten Besucherlebnis ist. Um einen Eindruck zu bekommen, wie stark diese emotionale Bindung an den Wildnispark ist, wurden je eine Frage zur Verbundenheit, zu der Intention, den Park erneut zu besuchen und zur Intention, den Park weiterzuempfehlen gestellt. Die Mittelwerte der Antworten sind in Abbildung 11 dargestellt.



**Abbildung 11.** Mittelwerte und Standardabweichungen für die Antworten der Fragen zum Gefühl der Verbundenheit mit dem Wildnispark (n = 126 – 127).

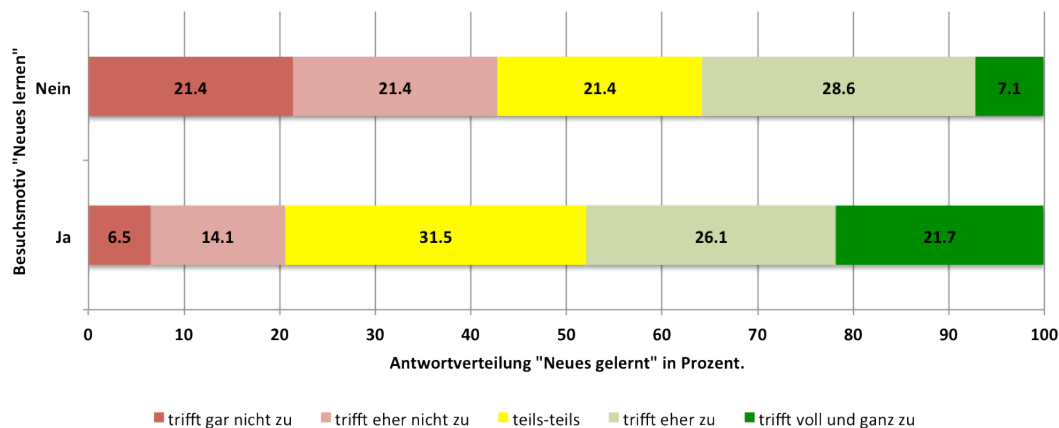
Die Abbildung zeigt deutlich, dass die Mittelwerte aller drei Fragen im positiven Bereich liegen. Insbesondere sind die Mittelwerte, den Park erneut besuchen zu wollen ( $M = 1,67$ ,  $SD = 0,66$ ;  $n = 126$ ) und den Park anderen Personen weiterzuempfehlen ( $M = 1,58$ ,  $SD = 0,57$ ;  $n = 126$ ) ausgesprochen hoch, bei einer eher geringen Streuung. Dies bedeutet, dass es ein recht einhelliges Stimmungsbild bezüglich dieser beiden Fragen bei allen befragten Besuchern und Besucherinnen gab. Ein wenig differenzierter äusserten sich die Befragten zur Verbundenheit. Zwar ist auch hier der Mittelwert im positiven Bereich ( $M = 0,73$ ;  $n = 127$ ), die Standardabweichung ist mit einem Wert von 0,97 allerdings vergleichsweise hoch. Tatsächlich gaben 9,4% an, dass sie sich eher nicht oder gar nicht stark mit dem Park

verbunden fühlten. Für 33,1% traf die Aussage zumindest teilweise zu, während eine Mehrheit von 57,5% sich eher stark oder sehr stark mit dem Park verbunden fühlten. Damit sprechen die Ergebnisse für eine insgesamt positive Beziehungsqualität und ein positives Verbundenheitsgefühl der Besucher und Besucherinnen mit dem Wildnispark.

### **3.7 Annahme des Bildungskonzepts**

Eine weitere Facette dieser Befragung bezog sich auf die Annahme des Bildungskonzepts des Wildnisparks. Damit soll einerseits untersucht werden, inwiefern die Besucher und Besucherinnen während ihres Besuchs etwas Neues lernen, inwieweit sie das Kursangebot des Parks kennen und wie sie dieses beurteilen und ob der Parkbesuch Interesse und Neugier weckt. Die beiden letztgenannten Aspekte werden in der Erholungsforschung stark mit einem positiven Erlebenseffekt in Verbindung gebracht (vgl. z.B. Kaplan et al., 1998).

Danach gefragt, ob sie bei ihrem heutigen Besuch im Wildnispark etwas Neues gelernt bzw. erfahren haben, berichten die Besucher und Besucherinnen sehr Unterschiedliches: für 25,8% trifft dies gar nicht oder eher nicht zu, 30,6% haben teilweise etwas Neues gelernt und 43,5% stimmen eher oder stark zu, dass sie etwas Neues gelernt haben ( $n = 124$ ). Entsprechend dieser Verteilung liegt der Mittelwert mit 0,26 nur knapp im positiven Bereich, bei einer hohen Standardabweichung von 1,21. Bei dieser Analyse muss jedoch beachtet werden, dass eine Vielzahl der Besucher und Besucherinnen aus ganz anderen Gründen als etwas zu lernen den Park aufsuchen. Die Analyse der Besuchsmotive (vgl. Kapitel 3.1) zeigte, dass das Besuchsmotiv „etwas Neues lernen“ mit einem Mittelwert von 0,31 ( $SD = 1,09$ ) vergleichsweise im Durchschnitt schwach ausgeprägt ist, es aber aufgrund der hohen Standardabweichung grosse Unterschiede zwischen den Besuchern und Besucherinnen gibt. Für eine Analyse zur Annahme des Bildungskonzepts ist es daher sinnvoll, zwischen den Personen, die etwas Neues lernen wollen, und denjenigen, die dieses Motiv nicht ausgeprägt haben, zu differenzieren. Entsprechend wird im Folgenden zwischen den Besuchenden, die als Besuchsgrund mindestens teilweise „etwas Neues lernen“ zu wollen angaben ( $n = 103$ ), und denjenigen, die eher oder gar nicht Neues lernen wollten ( $n = 31$ ), unterschieden. Entsprechend differenziert ergibt sich das in Abbildung 12 dargestellte Antwortmuster auf die Frage, ob bei dem Besuch etwas Neues gelernt wurde.



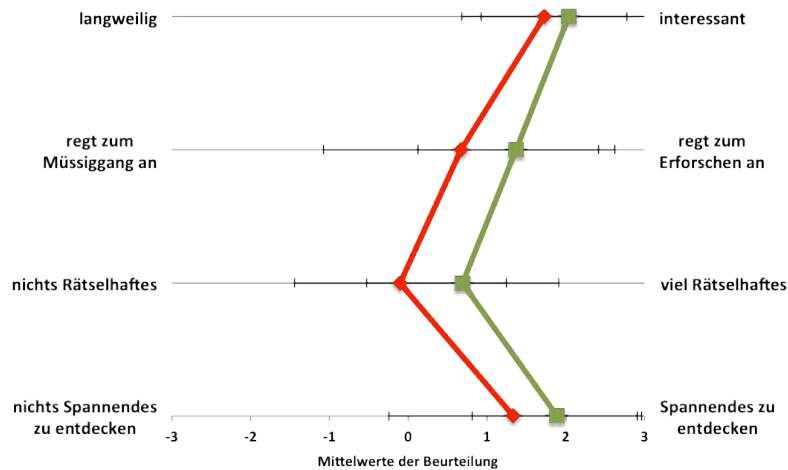
**Abbildung 12.** Antworten der Befragten auf die Frage, ob sie bei ihrem Besuch etwas Neues gelernt hätten, differenziert nach der Ausprägung des Besuchsmotivs „Ich möchte etwas Neues lernen“ ( $N_{\text{nein}} = 31$ ,  $N_{\text{ja}} = 103$ ).

Die differenzierte Auswertung in Abhängigkeit vom Besuchsmotiv zeigt, dass diejenigen Besucher und Besucherinnen, die etwas Neues lernen wollten, dies während ihres Besuch auch tun konnten: Für 47,8% dieser Gruppe traf die Aussage, Neues gelernt zu haben, entweder eher oder voll und ganz zu, während sie für 31,5% zumindest teilweise zutraf. Lediglich 20,6% berichteten, dass sie eher nichts oder gar nichts Neues gelernt haben. Bei denjenigen, die nur eine geringe Ausprägung des Besuchsmotivs „Neues lernen“ aufwiesen, berichten 42,8%, dass sie nichts Neues gelernt haben, während 21,4% der Aussage Neues gelernt zu haben teilweise bzw. 35,7% eher oder sogar voll und ganz zustimmen. Die Ergebnisse sprechen dafür, dass Personen, die das Ziel haben etwas Neues zu lernen, dies gut im Wildnispark erreichen können. Und selbst Personen, die dies Ziel nicht haben, berichten nach ihrem Besuch vermehrt, dass sie Neues erfahren haben. Der Unterschied zwischen diesen beiden Gruppen ist statistisch signifikant ( $M_{\text{Neues\_gelernt}} = 0.42$ ,  $SD_{\text{Neues\_gelernt}} = 1,17$ ,  $M_{\text{nichts\_Neues\_gelernt}} = -0.21$ ,  $SD_{\text{nichts\_Neues\_gelernt}} = 1,29$ ;  $Z = -2,23$ ;  $p = 0,03$ ).

Wird in dieser Hinsicht analysiert, ob sich die Erwartungen an den heutigen Besuch aus Sicht der Befragten erfüllt oder nicht erfüllt haben, ergibt sich folgendes Bild: Diejenigen, die ein positiv ausgeprägtes Motiv etwas Neues zu lernen haben, erreichen einen Mittelwert von 1,42 ( $SD = 0,83$ ; Skala: -2 bis 2) auf der Skala zur Erwartungserfüllung, während diejenigen, die kein positiv ausgeprägtes Motiv etwas Neues zu lernen haben, einen geringeren Mittelwert von 1,29 ( $SD = 0,9$ ) auf der selben Skala erreichen. Dies bedeutet, dass sich für diejenigen, die etwas Neues lernen wollen, die Erwartungen an den Besuch tendenziell stärker erfüllen als für diejenigen, die das Motiv Neues zu lernen nicht ausgeprägt haben. Dieser Unterschied ist statistisch allerdings nicht signifikant ( $Z = -0,86$ ;  $p = 0,39$ ).

Nicht nur in der selbstberichteten Dimension, etwas Neues gelernt zu haben spiegelt sich das Bildungskonzept wider, sondern ebenfalls darin, ob der Parkbesuch als langweilig oder

interessant, zum Erforschen anregend, als etwas Rätselhaftes und Spannendes erlebt wird. Diese Dimensionen werden in der wissenschaftlichen Forschung als Indikatoren gesehen, die einen Lernprozess anregen und ein Grundbedürfnis des Menschen in der Umwelt befriedigen (Kaplan, et al., 1998; Kaplan & Kaplan, 2003; Kaplan & Kaplan, 2009). Entsprechend wurden diese Indikatoren aufgeschlüsselt nach dem Besuchsmotiv „etwas Neues zu lernen“ analysiert (siehe Abbildung 13).



**Abbildung 13.** Mittelwerte und Standardabweichungen für die Beurteilung verschiedener Charakteristika des Wildnisparks. Die rote Linie repräsentiert die Angaben der Personen ohne ausgeprägtes Besuchsmotiv (n = 31), die grüne Linie die Angaben der Personen mit ausgeprägtem Motiv, etwas Neues lernen zu wollen (n = 103).

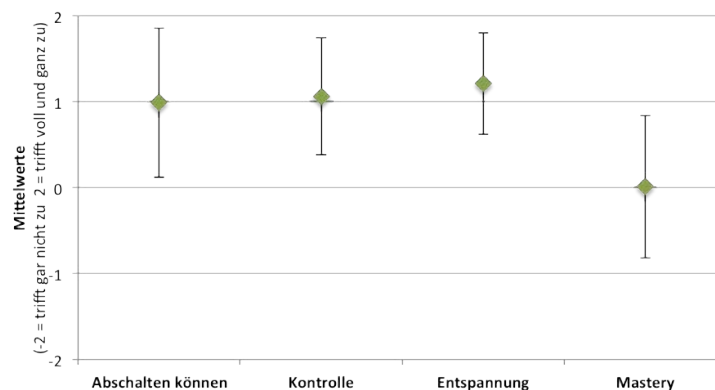
Aus der Abbildung geht hervor, dass Personen mit ausgeprägtem Besuchsmotiv etwas Neues zu lernen den Parkbesuch im Durchschnitt als interessanter einstufen. Sie finden, dass der Park stärker zum Erforschen anregt, erleben mehr Rätselhaftes und sind der Meinung, dass es mehr Spannendes zu entdecken gibt, als Personen, deren Besuchsmotiv Neues zu entdecken nicht ausgeprägt ist. Diese Unterschiede sind marginal signifikant (Interessant – Langweilig:  $Z = -1,773$ ,  $p = 0,076$ ; Müsiggang – Erforschen:  $Z = -1,823$ ,  $p = 0,068$ ; Rätselhaft – nicht Rätselhaft:  $Z = -3,120$ ,  $p = 0,002$ ; Spannendes zu entdecken – nichts Spannendes zu entdecken:  $Z = -1,704$ ,  $p = 0,088$ ).

Diese Unterschiede sprechen dafür, dass das Parkerleben und die Annahme des Bildungskonzepts von den Besuchsmotiven beeinflusst werden. Es bleibt festzuhalten, dass aber selbst Personen, die kein ausgeprägtes Lernmotiv haben von dem Park als Bildungseinrichtung profitieren, wenn auch nicht so stark wie Personen mit ausgeprägtem Lernmotiv.

### 3.8 Erholungswert des Parkbesuchs

Um eine Aussage zum Erholungswert des Parkbesuchs zu treffen, wurden die alltäglichen Belastungen (in Bezug auf die letzten 7 Tage, siehe auch Kapitel 2.4), Erholungserfahrungen während des Parkbesuchs, sowie die selbsteingeschätzte Erholungswirkung des Parkbesuchs erfasst. Die deskriptiven Auswertungen werden im folgenden dargestellt. Zusätzlich wurde untersucht, aufgrund welcher Aspekte der Parkbesuch als mehr oder weniger erholsam und positiv für das Wohlbefinden bewertet wird. Diese Auswertung ist im Anschluss an die deskriptiven Ergebnisse zu finden (Kapitel 3.9).

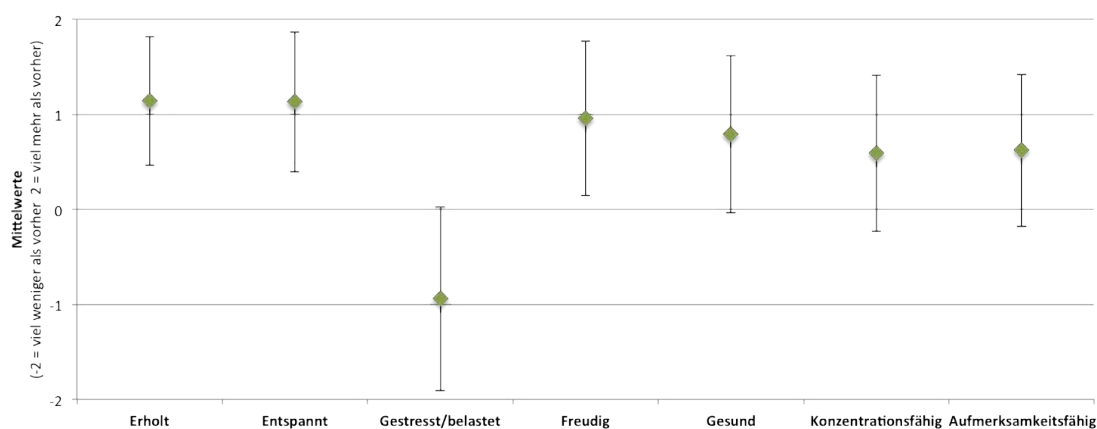
Die Auswertung der „Perceived Stress Scale“ ergab einen mittleren Summenscore von 12,09 ( $SD = 6,77$ ;  $N = 128$ ). 2,3% der Befragten erreichten einen Summenscore von 0. Das bedeutet, dass diese Befragten (fast) nie Stress oder Belastungen im Sinne der Perceived Stress Scale innerhalb der letzten Woche erlebt haben. Der theoretische Maximalwert von 40 wurde von keiner Person erreicht, allerdings erreichte eine Person einen Wert von 37, was einem sehr hohen Stressniveau entspricht. Werden die Angaben der befragten Wildnisparkbesucher und –besucherinnen mit der sogenannten Normstichprobe ( $M = 13$ ;  $SD = 6,2$ ;  $N = 750$ ) verglichen (vgl. Cohen et al., 1983), so scheinen die Wildnisparkbesuchenden tendenziell weniger Stress zu erleben als die Normstichprobe. Diese Unterschiede sind allerdings statistisch nicht signifikant ( $t = 1,514$ ;  $p = 0.13$ ), so dass angenommen werden kann, dass die Besucher und Besucherinnen bezüglich ihres erlebten Stress in der letzten Woche dem Durchschnitt entsprechen. Die Ergebnisse bedeuten, dass die Befragten ein durchschnittliches Erholungsbedürfnis haben, da sie weder besonders viel noch besonders wenig Stress und Belastungen im Alltag erleben. Werden die mit dem Recovery Experience Questionnaire erhobenen Erholungserfahrungen der Besucher und Besucherinnen betrachtet, so ergibt sich das in Abbildung 14 dargestellte Bild.



**Abbildung 14.** Mittelwerte und Standardabweichungen der Dimensionen Abschalten können, Kontrolle, Entspannung und Mastery des Recovery Experience Questionnaires, mit dem das Erholungserleben der Besucher und Besucherinnen erfasst wurde. Jeder der im Recovery Experience Questionnaire enthaltenen Dimensionen wurde mit vier Items erhoben. Hier dargestellt sind die jeweiligen Mittelwerte ( $n = 130-131$ ).

Aus der Abbildung geht hervor, dass die Befragten während des Parkbesuchs vom Alltag abschalten können, dass sie Kontrolle (im Sinne von Autonomie) erleben und entspannen können, während die Mastery Dimension durchschnittlich ausgeprägt ist. Dies Ergebnis kann als erster Indikator dafür dienen, dass der Wildnisparkbesuch als förderlich für individuelles Wohlbefinden und Erholung erlebt wird.

Als weitere Indikator für den Erholungswert des Wildnisparcs dienten die sehr konkreten Fragen nach dem Gesundheits- und Wohlbefindenserleben direkt nach dem Parkbesuch. In Abbildung 15 sind die Mittelwerte und Standardabweichungen der selbstberichteten Erholungswirkung des Parkbesuchs dargestellt.



**Abbildung 15.** Mittelwerte und Standardabweichungen für das selbstberichtete Erholungserleben direkt nach dem Parkbesuch (N = 123–127). Referenzpunkt für die Antwortkategorien (-2 = viel weniger als vorher; 0 = genau wie vorher; 2 = viel mehr als vorher) war der selbsteingeschätzte Zustand vor dem Parkbesuch.

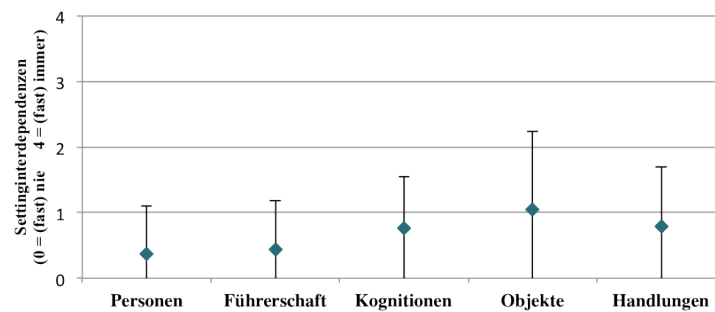
Diese sehr direkte und konkrete Abfrage des Erholungswerts des Parkbesuchs untermauert die Aussage zu der Erholungserfahrung, nämlich dass der Parkbesuch von den Besuchern und Besucherinnen als positiv für Gesundheit und Wohlbefinden eingeschätzt wird. Die Befragten fühlten sich nach dem Besuch erholt, entspannter, freudiger, gesünder, konzentrations- und aufmerksamkeitsfähiger sowie weniger gestresst bzw. belastet als vor dem Besuch.

Diese Ergebnisse sprechen für einen insgesamt sehr hohen Erholungswert des Wildnisparcs.

### 3.9 Exkurs: Psychologische Prozesse, die die Erholungswirkung beeinflussen

Zusätzlich zu diesen deskriptiven Ergebnissen wurde der wissenschaftlichen Forschungsfrage nachgegangen, wovon das Erholungserleben der Besucher und Besucherinnen abhängt. Dabei wird der Behavior Setting Ansatz als Herangehensweise gewählt (vgl. Kapitel 2.4). Werden entsprechend dieses theoretischen Ansatzes die Settinginterdependenzen (also die psychologische Verwobenheit bzw. Verzahnung) zwischen Settings, in denen täglich Stress und Belastungen erlebt werden und dem Wildnispark als Erholungssetting verglichen, so kann

die Aussage getroffen werden, dass es insgesamt sehr wenig Interdependenzen gibt (siehe Abbildung 16).



**Abbildung 16.** Mittelwerte und Standardabweichungen der Settinginterdependenzen, aufgeschlüsselt nach den Dimensionen Personen, Führerschaft, Kognitionen, Objekte und Handlungen (N = 125 – 133).

Insbesondere fällt beim Betrachten der Abbildung auf, dass die stärkste Verwobenheit zwischen dem Wildnispark und Settings, in denen Stress und Belastungen erlebt werden, auf der Objektebene angesiedelt sind. Für alle anderen Ebenen gibt es so gut wie keine Interdependenzen, was zu dem als hoch wahrgenommenen Erholungswert der Parkbesuchs passt. Allerdings ist bei obiger Abbildung zu beachten, dass es sich um Mittelwerte über alle Befragten handelt. Betrachtet man die Verteilungen der einzelnen individuellen Werte, so lassen sich für fast jede Interdependenzdimension Maximal- und Minimalwerte finden. Dieses Ergebnis ist wichtig für die weiterführenden Auswertungen, für die eine gewisse Varianz in den Antworten notwendig ist.

Werden zuerst die bivariaten Zusammenhänge zwischen den Settinginterdependenzdimensionen und der Erholungserfahrung betrachtet, so ergeben sich signifikante Korrelationen zwischen der Dimension „abschalten können“ und fast allen Ebenen, auf denen Interdependenz erlebt werden kann. Diese Korrelationen sind in Tabelle 6 dargestellt.

*Tabelle 6.* Korrelationen zwischen Settinginterdependenzen und Dimensionen der Erholungserfahrung.

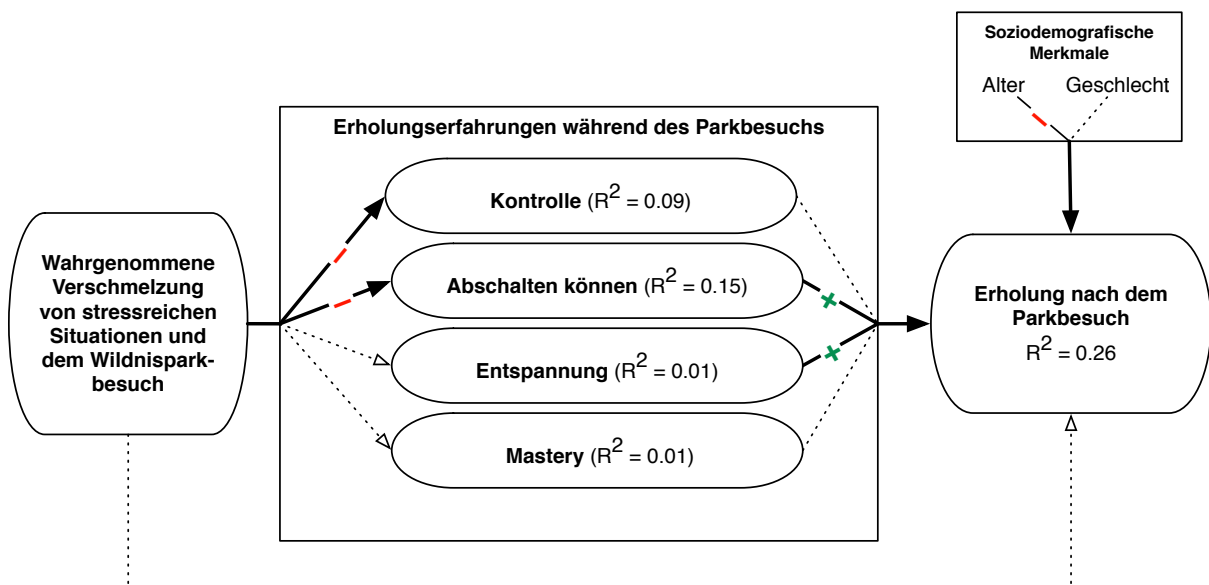
	<b>Recovery Experience Dimensionen</b>			
	Kontrolle	Abschalten können	Entspannung	Mastery
<b>Settinginterdependenz</b> Personen	-.16*	-.20**	-.12	.14
Führerschaft	-.15*	-.17*	.03	.09
Kognitionen	-.13	-.26***	.06	.13
Objekte	.00	-.09	-.08	.04
Handlungen	-.04	-.19**	.02	.07

\* =  $p \leq 0,1$  \*\* =  $p \leq 0,05$  \*\*\* =  $p \leq 0,01$

Aus der Korrelationstabelle wird ersichtlich, dass die Besucher und Besucherinnen um so schlechter abschalten können, je mehr sie während des Parkbesuchs denselben Personen wie

in stressreichen Situationen begegnen, je mehr dieselben Personen in belastenden Situationen und während des Parkbesuchs als „federführend“ wahrgenommen werden, je häufiger sie die selben Gedanken wie in stressreichen Situationen haben, je häufiger sie dieselben bzw. ähnliche Handlungen durchführen und je häufiger sie mit denselben Objekten interagieren (wobei letztgenannte Korrelation nicht statistisch signifikant ist).

Um die Zusammenhänge zwischen wahrgenommenen Interdependenzen, Erholungserfahrungen und der wahrgenommenen Erholungswirkung des Parkbesuchs zu untersuchen, wurde ein sog. Strukturgleichungsmodell aufgestellt und analysiert. Dadurch ist es möglich, komplexe Zusammenhänge zu analysieren. In das Modell sind die fünf näher betrachteten Settinginterdependenzdimensionen (Personen, Kognitionen, Führerschaft, Objekte und Handlungen), die vier Dimensionen Kontrolle, Abschalten können, Entspannung und Mastery der Recovery Experience (jeweils durch vier Items repräsentiert), die Erholung nach dem Parkbesuch (repräsentiert durch Erholung, Stress und Entspannung) sowie das Alter und Geschlecht der Befragten als Kontrollvariablen eingeflossen. In Abbildung 17 ist das entsprechende Modell grafisch vereinfacht dargestellt.



**Abbildung 17.** Modell zur Überprüfung des Einflusses von wahrgenommenen Settinginterdependenzen auf die Erholungserfahrung und die Erholungswirkung ( $N = 129$ ; Free Parameter: 103;  $\chi^2$ : 357.082,  $df$ : 269,  $\chi^2/df$ : 1.33; RMSEA: 0.05, 90%-CI [0.035, 0.064],  $p = 0.47$ ; CFI: 0.92; TLI: 0.90; SRMR: 0.088). Statistisch signifikante Einflusspfade sind durch ein rotes Minuszeichen („je mehr desto weniger“) oder ein grünes Pluszeichen („je mehr desto mehr“) optisch hervorgehoben. Gestrichelte Pfade sind statistisch nicht signifikant.

Aus dem Strukturgleichungsmodell geht hervor, dass die Erholung nach dem Parkbesuch signifikant vom Alter der Befragten abhängt. Je jünger ein Besucher bzw. eine Besucherin war, desto mehr Erholung berichtet diese Person nach dem Parkbesuch. Des Weiteren berichten Besucher und Besucherinnen stärkere Erholung, je besser sie während des Besuchs abschalten können und je mehr Entspannung sie erleben. Das Geschlecht sowie die Dimensionen der Erholungserfahrungen Mastery und Kontrolle haben keinen signifikanten



Einfluss auf die Erholung nach dem Parkbesuch. Ebenfalls haben die Settinginterdependenzen keinen direkten signifikanten Einfluss auf die Erholungswirkung des Besuchs, wohl aber auf das Erleben von Kontrolle und das Ausmass, während des Besuchs abschalten zu können. Insgesamt werden durch das Modell 26% der Varianz der Erholungswirkung erklärt. Das Modell kann aufgrund der für solche Analysen üblichen Kennwerte als akzeptabel bis gut passend zu den empirischen Daten gewertet werden ( $N = 129$ ; Free Parameter: 103;  $\chi^2$ : 357.082,  $df$ : 269,  $\chi^2/df$ : 1.33; RMSEA: 0.05, 90%-CI [0.035, 0.064],  $p = 0.47$ ; CFI: 0.92; TLI: 0.90; SRMR: 0.088).

Da die Recovery Experience Dimension „abschalten können“ einen starken Einfluss auf die Erholungswirkung hat und alleine durch die Settinginterdependenzen 15% der Varianz für die Dimension „abschalten können“ erklärt werden können, wird in einem nächsten Schritt per Mediationsanalyse untersucht, ob es einen signifikanten, indirekten Einfluss von Settinginterdependenzen vermittelt über die Dimensionen der Recovery Experience Skala auf die Erholungswirkung gibt. Die Ergebnisse dieser Mediationsanalyse zeigen einen signifikanten negativen indirekten Effekt von Settinginterdependenzen auf die Erholungswirkung, vermittelt über das Erleben von „abschalten können“ ( $\beta = -0.1$ ;  $p \leq 0.05$ ;  $n = 129$ ). Erlebt also ein Besucher oder eine Besucherin eine höhere Verschmelzung zwischen Settings, in denen Belastungen und Stress erlebt werden und dem Parkbesuch, wird dadurch die Erholungswirkung des Besuchs in Mitleidenschaft gezogen, da dieser Besucher bzw. diese Besucherin während des Besuchs im Vergleich zu anderen Besuchern und Besucherinnen signifikant schlechter „abschalten“ kann. Die Analyse zeigt, dass erlebte Interdependenzen zwar keinen direkten Einfluss auf die Erholungswirkung haben, allerdings indirekt über einen Einfluss auf die Fähigkeit, abschalten zu können, wirken. Auf Grund dieses indirekten Einflusses kann der totale Effekt (der sich aus allen indirekten und dem direkten Effekt zusammensetzt) von erlebten Settinginterdependenzen auf die Erholungswirkung als signifikant bezeichnet werden ( $\beta = -0.23$ ;  $p = 0.04$ ;  $n = 129$ ). Die Effektstärke ist gemäss Field (2013) als mittelstark zu bezeichnen.

## 4 Diskussion und Folgerungen

Die Ergebnisse der Besucherstudie zeichnen insgesamt ein positives bis sehr positives Bild des Wildnisparks. Insgesamt kann zusammengefasst werden, dass die meisten Besucher und Besucherinnen den Park aufsuchen, um ein Naturerlebnis zu haben. Die häufigsten Aktivitäten sind Wandern und Naturbeobachten, aber auch das Aufsuchen des neuen Spielplatzes gehört zu den verbreitetsten Aktivitäten. Die Nennung von positiven Besucherlebnissen überwiegt: es werden im Durchschnitt dreimal mehr positive als negative Erlebnisse von den Befragten berichtet. Eine grosse Mehrheit der Besucher und Besucherinnen erreicht durch den Parkbesuch das, was sie sich vorgenommen haben, die Erwartungen an den Parkbesuch werden im Grossen und Ganzen erfüllt.

Der Wildnisparkbesuch als Ganzes wird durchwegs positiv bewertet, während einzelne Angebote und Veranstaltungen allerdings grösstenteils unbekannt sind. Der insgesamt positive Eindruck des Parkbesuchs wird dadurch komplettiert, dass der Parkbesuch zur Befriedigung der psychologischen Grundbedürfnisse Autonomie, Kompetenz und sozialer Eingebundenheit beiträgt. Aus den Ergebnissen wird deutlich, dass die Besucher und Besucherinnen eine positive Bindungsqualität und eine gewisse Verbundenheit zum Park erleben; ein Grossteil hat vor, den Parkbesuch anderen Personen weiterzuempfehlen.

Das Bildungskonzept des Parks scheint dazu zu führen, dass 2/3 derjenigen Besucher und Besucherinnen, die ein ausgeprägtes Motiv, etwas Neues zu lernen, auch tatsächlich etwas Neues lernen konnten. Selbst mehr als die Hälfte der Personen, die kein solches Motiv angaben, berichteten nach dem Besuch, etwas Neues erfahren zu haben.

Die vom Besucherzentrum aus im östlichen Bereich gelegenen Wege scheinen häufiger genutzt zu werden als die Wege im westlichen Teil, ebenfalls befinden sich hier (im östlichen Bereich) vermehrt die Orte, an denen sich die Besucher und Besucherinnen vermehrt länger aufhalten. Die individuelle Erholungserfahrung sowie die Erholungswirkung des Parkbesuchs auf den selbsteingeschätzten Gesundheits- und Wohlbefindenzustand wird als sehr positiv bewertet: die Besucher und Besucherinnen fühlen sich nach dem Parkbesuch erholt, entspannter, freudiger, gesünder, konzentrations- und aufmerksamsfähiger und weniger gestresst bzw. belastet als vor dem Parkbesuch. Diese sehr positive Wirkung des Parkbesuchs hängt unter anderem damit zusammen, dass der Aufenthalt im Wildnispark als psychologisch weit entfernt zu stressreichen und belastenden Situationen erlebt wird, er ermöglicht es, psychologisch vom Alltag und Beruf abschalten zu können.

Trotz dieses sehr positiven Bildes zeigt die Besucherbefragung ein paar Bereiche auf, bei denen es noch Optimierungspotential gibt bzw. die in Zukunft kritisch beobachtet werden sollten. Zum Beispiel wurde als Hauptgrund für Störungen berichtet, dass Biker und Velofahrer und –fahrerinnen negativ auffallen. Zwar wurden diese Störungen nur von insgesamt sehr wenigen Personen genannt, so dass dies Problem nicht überbewertet werden sollte. Andererseits handelt es sich bei dem Konflikt zwischen Bikern und anderen Nutzern um einen Konflikt, den es in vielen Freizeit- und Naturbereichen – mehr oder minder ausgeprägt – gibt (siehe z.B. Hunziker et al., 2012; Hunziker, Freuler, & von Lindern, 2011). Hier sollte unbedingt darauf geachtet werden, dass dieser im Wildnispark zumindest potentiell vorhandene Konflikt nicht eskaliert. Des Weiteren zeichnet sich in den Ergebnissen ab, dass es bei der Orientierung der Besucher und Besucherinnen noch Optimierungsmöglichkeiten gibt. Zwar wurde die Orientierung insgesamt noch als gut bewertet, allerdings schnitt die „Ausschilderung“ bei der Evaluation verschiedener Einrichtungen und Angebote relativ zueinander gesehen als am schlechtesten ab. Insbesondere stellte sich heraus, dass eine Vielzahl der Einrichtungen und Angebote des Parks einer grossen Mehrheit der Besucher und Besucherinnen gar nicht bekannt sind (z.B. Ruine, Kurse etc.), so dass hier noch Entwicklungsmöglichkeiten gegeben sind.

Darüber hinaus darf bei der Interpretation und Zusammenfassung der Ergebnisse nicht verschwiegen werden, dass es gewisse methodische Einschränkungen in Bezug auf diese Studie gibt. Zum einen basieren die Angaben auf einer Stichprobengrösse von  $N = 140$  und setzen sich nur aus Antworten derjenigen Besucher und Besucherinnen zusammen, die während ihres Parkbesuchs das Besucherzentrum aufgesucht haben. Damit ist die Auswertung nur auf einen Teil der Gesamtheit der Parkbesucher und –besucherinnen generalisierbar. Zudem konnten die Besucher freiwillig entscheiden, ob sie an der Studie teilnehmen oder nicht. Dadurch fand eine mögliche Selbstselektion der Stichprobe statt, die zu einer Verzerrung der Ergebnisse führen kann. Andererseits betrifft diese Problematik fast sämtliche Studien, die im sozialwissenschaftlichen Kontext durchgeführt werden und damit handelt es sich eher um ein generelles methodisches Problem als um eine spezielle Einschränkung bezüglich dieser Studie. In diesem Sinne kann auch der relativ zeitaufwändige Fragebogen mit einer durchschnittlichen Bearbeitungszeit von 16 Minuten ( $SD = 7,4$  min.) zu einer Selektion der Stichprobe beigetragen haben. Andererseits wurde die Länge des Fragebogens nur in sehr wenigen Fällen kritisch kommentiert.

Der Prozentsatz an fehlenden Angaben ist mit ca. 15% weder besonders gering, noch besonders niedrig und kann als „normal“ interpretiert werden. Eine Analyse der fehlenden Werte ergab keine Muster, die auf eine systematische Verzerrung hinweisen.

Darüber hinaus ist es wichtig bei den Ergebnisse dieser Befragung zu berücksichtigen, dass es sich um ein querschnittliches Studiendesign handelt. Damit ist es in der Regel nicht möglich, kausale Beziehungen zwischen den Daten herzustellen, sofern diese nicht theoretisch gut begründet werden können. Um Aussagen zu einem Ursache-Wirkungsprinzip treffen zu können, wäre ein längsschnittliches Studiendesign mit experimentellem Charakter erforderlich.

Alles in allem und unter Berücksichtigung der oben erwähnten methodischen Einschränkungen können aufgrund dieser Besucherbefragung Empfehlungen formuliert werden, die dem Park helfen, das sehr positive Besuchserlebnis beizubehalten oder sogar noch zu verbessern. Im Einzelnen betrifft dies folgende Bereiche:

- **Ausschilderungen und Wegführung verbessern:**  
Eine gute Ausschilderung hilft, ein positives Besuchserlebnis zu fördern und Frust zu verhindern. Die vorhandenen Karten und Wegweiser sollten auf ihre zielgruppenspezifische Lesbarkeit hin untersucht und gegeben falls überarbeitet werden. Hierbei sollte allerdings darauf geachtet werden, dass Besucher und Besucherinnen weiterhin „Rätselhaftigkeit“ erleben können und eine gelungenen „Orientierung“ als Erfolgserlebnis gesehen wird (methodische Möglichkeit zur weiteren Analyse: phänomenologische Eindrucksprotokolle).
- **Kurse, Einrichtungen und Angebote bekannter machen:**  
Einrichtungen und Kurse könnten durch Flyer, spezielle Anlässe und das Ansprechen unterschiedlicher Zielgruppen bekannter gemacht werden, sofern dies erwünscht ist.
- **Potentielle Konfliktherde beobachten und Lenkungsmassnahmen frühzeitig andenken:**  
Hierbei wäre darauf zu achten, das Einzelaussagen und vereinzelt auftretende Konflikte nicht überbewerte, aber auch nicht unterschätzt werden. Ein nicht beachteter bzw. erkannter Konflikt kann schnell nachhaltig das Besuchserleben ins negative rücken lassen, andererseits kann durch ein zu eifriges präventives Eingreifen auch ein potentieller Konflikt erst entstehen. Hier wäre eine Sensibilisierung der Parkmitarbeitenden hinsichtlich Konflikterkennung und –kommunikation als präventive Massnahme denkbar.

- Psychologische Distanz zum Alltag bewahren, Settinginterdependenzen verringern: Die psychologische Distanz zum Alltag und Beruf wird derzeit als sehr hoch erlebt, was sich auf die Erholungswirkung des Parkbesuchs sehr positiv auswirkt. Diese Distanz kann beiegehalten werden, indem zum Beispiel bewusst auf eine möglichst hohe „Unähnlichkeit“ zu typischen Alltags- und Berufssituationen geachtet wird. Hier besteht aufgrund der Befragungsergebnisse kein Handlungsbedarf, dennoch sollte dieser Aspekt bei zukünftigen Massnahmen bzw. deren Umsetzung im Wildnispark mitgedacht werden, um ein derart positives Besucherlebnis weiterhin zu gewährleisten.
- Hochfrequentierten Wegen und Orten besondere Aufmerksamkeit zukommen lassen: Die Analyse der genutzten Wege und Verweilorte ergab, dass es bestimmte räumliche Nutzungshäufungen im Gebiet des Wildnisparks gibt. Dies können Orte sein, an denen es insbesondere zu Begegnungen unterschiedlicher Nutzer und Nutzerinnen kommen kann, so dass hier die Interaktion der Nutzer und Nutzerinnen besondere Beachtung erhalten sollte. Ebenso geben diese Orte Anlass zur weiterführende Analyse, was sie genau zu „Verweilorten“ macht, und warum andere Orte weniger oder fast gar nicht aufgesucht werden. Diese Erkenntnisse können für Lenkungsmassnahmen eingesetzt werden und somit helfen, Nutzungskonflikte zu minimieren.
- Monitoring des Besucherlebnisses: Durch ein Monitoring durch zum Beispiel regelmässige Befragungen können Veränderungen im Besucherleben festgestellt werden. Dadurch wird eine solide Grundlage für Lenkungs- und Planungsmassnahmen geschaffen, mit der gleichzeitig die Wirksamkeit der Massnahmen überprüft werden kann. darüber hinaus lassen sich mit einem methodisch gut konstruiertem Monitoring nicht nur erwünschte Effekte analysieren, sondern auch unerwünschte Nebeneffekte identifizieren. Bei einem Monitoring sollte darauf geachtet werden, dass jeweils dieselben Fragen gestellt werden, da sich die Ergebnisse sonst gar nicht oder nur sehr unsicher in Beziehung setzen lassen.

Insgesamt zeichnet sich in dieser Besucherbefragung ein sehr positives Bild des Parks ab. Daher sind die oben genannten Punkte als eine Auswahl möglicher Empfehlungen bzw. als Anregungen zu verstehen, die bei zukünftiger Planung bzw. bei zukünftigen Massnahmen mitbedacht werden sollten.

## 5 Literatur

- Barker, R. G. (1978). *Habitats, Environments, and Human Behaviour: Studies in Ecological Psychology and Eco-behavioral Science from the Midwest Psychological Field Station, 1947-1972*. Jossey-Bass.
- Cohen, S., Kamarck, T., & Mermelstein, R. (1983). A global measure of perceived stress. *Journal of Health and Social Behavior*, 385-396. doi:10.2307/2136404
- Cortina, J. M. (1993). What Is Coefficient Alpha? An Examination of Theory and Applications. *Journal of Applied Psychology*, 78(1), 98 - 104.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2008). Self-determination theory: A macrotheory of human motivation, development, and health. *Canadian Psychology/Psychologie Canadienne*, 49(3), 182. doi:10.1037/a0012801
- Degenhardt, B., & Buchecker, M. (2012). Exploring Everyday Self-Regulation in Nearby Nature: Determinants, Patterns, and a Framework of Nearby Outdoor Recreation Behavior. *Leisure Sciences*, 34(5), 450-469. doi:10.1080/01490400.2012.714706
- Field, A. (2013). *Discovering Statistics using IBM SPSS Statistics* (Fourth Edition ed.). SAGE Publications Ltd.
- Hernández, B., Carmen Hidalgo, M., Salazar-Laplace, M. E., & Hess, S. (2007). Place attachment and place identity in natives and non-natives. *Journal of environmental psychology*, 27(4), 310-319. doi:10.1016/j.jenvp.2007.06.003
- Hidalgo, M. C., & Hernández, B. (2001). Place Attachment: Conceptual and Empirical Questions. *Journal of Environmental Psychology*, 21(3), 273-281. doi:10.1006/jenvp.2001.0221
- Hunziker, M., Freuler, B., & von Lindern, E. (2011). Recreation in the forest: expectations and satisfaction, behaviour and conflicts. *Forum für Wissen*.
- Hunziker, M., von Lindern, E., Bauer, N., & Frick, J. (2012). Das Verhältnis der Schweizer Bevölkerung zum Wald. *Waldmonitoring soziokulturell: Weiterentwicklung und zweite Erhebung–WaMos, 2*. Retrieved from <http://www.wsl.ch/dienstleistungen/publikationen/pdf/11733.pdf>
- Kaplan, R., Kaplan, S., & Ryan, R. L. (1998). *With People in Mind – Design and Management of Everyday Nature*. Covelo, CA: Island press.
- Kaplan, S., & Kaplan, R. (2003). Health, Supportive Environments, and the Reasonable Person Model. *American Journal of Public Health*, 93, 1484 - 1489. doi:10.2105/AJPH.93.9.1484
- Kaplan, S., & Kaplan, R. (2009). Creating a larger role for environmental psychology: The Reasonable Person Model as an integrative framework. *Journal of Environmental Psychology*, 29, 329 - 339. doi:10.1016/j.jenvp.2008.10.005
- Korpela, K. M., & Ylen, M. P. (2009). Effectiveness of favorite-place prescriptions: a field experiment. *American Journal of Preventive Medicine*, 36(5), 435-438. doi:10.1016/j.amepre.2009.01.022
- Martens, D., Gutscher, H., & Bauer, N. (2011). Walking in “wild” and “tended” urban forests: The impact on psychological well-being. *Journal of environmental psychology*, 31(1), 36-44. doi:10.1016/j.jenvp.2010.11.001
- Rackow, P., Scholz, U., & Hornung, R. (2013). The German Psychological Need Satisfaction in Exercise Scale. *Swiss Journal of Psychology*, 72(3), 137-148. doi:10.1024/1421-0185/a000107
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. *American psychologist*, 55(1), 68. doi:10.1037/0003-066X.55.1.68
- Schmitt, N. (1996). Uses and abuses of coefficient alpha. *Psychological Assessment*, 8(4), 350-353. doi:10.1037/1040-3590.8.4.350
- Schoggen, P. (1989). *Behavior Settings: A revision and extension of Roger G. Barker's Ecological Psychology*. Stanford University Press.
- Sonnentag, S., & Fritz, C. (2007). The recovery experience questionnaire: Development and validation of a measure for assessing recuperation and unwinding from work. *Journal of Occupational Health Psychology*, 12(3), 204. doi:10.1037/1076-8998.12.3.204
- von Lindern, E. (2010). *Changing Mental Models to Promote Pro- Environmental Ecosystem Management: Recreational Fishermen and Their Fish Stocking Practices in Swiss Running Waters*. Dissertation, University of Zürich, Zürich.

## **6 Anhang Fragebogen**

Auf den folgenden Seiten ist der für die Besucherbefragung entwickelte und verwendete Fragebogen als Anhang beigefügt.



## Liebe Wildnisparkbesucherin, lieber Wildnisparkbesucher,

In einem Forschungsprojekt der Eidg. Forschungsanstalt WSL mit Unterstützung der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, der ETH Zürich und der Forschungskommission des Wildnisparks Zürich wollen wir näher untersuchen, wie Besucherinnen und Besucher den Wildnispark Zürich erleben. **Dabei sind wir auf Ihre Unterstützung angewiesen!**



### Worum bitten wir Sie und wie lange dauert es?

Sie helfen uns sehr, wenn Sie sich **ca. 15 Minuten** Zeit nehmen und diesen Fragebogen ausfüllen. Da wir mit einigen Themen wissenschaftliches Neuland betreten, kann es sein, dass Ihnen einige Fragen etwas seltsam oder ungewohnt vorkommen oder dass Sie Fragen inhaltlich sehr ähnlich finden. Wir bitten Sie aber trotzdem, auch diese Fragen zu beantworten!

### Was passiert mit Ihren Angaben?

Alle Angaben werden vertraulich behandelt und anonymisiert ausgewertet. Es werden aufgrund der Ergebnisse keinerlei Rückschlüsse auf Einzelpersonen möglich sein. Die Ergebnisse dienen der Wissenschaft und dem Wildnispark.

### An wen können Sie sich bei Fragen wenden?

Bei Fragen oder Unklarheiten können Sie sich jederzeit an einen Projektmitarbeiter oder eine Projektmitarbeiterin wenden. Gerne steht Ihnen auch Herr Dr. Eike von Lindern, der Projektleiter, für weitere Fragen zur Verfügung.

Im Namen des gesamten Projektteams:

Dr. Eike von Lindern  
Eidg. Forschungsanstalt WSL  
Sozialwissenschaftliche Landschaftsforschung  
Zürcherstrasse 111  
CH-8903 Birmensdorf



## 1. Anreise und Parkbesuch

Wir würden gerne mehr darüber erfahren, wie Sie heute hergekommen sind und mit wem Sie den Park besuchen.

Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie heute angereist?

- Auto, Motorrad etc.  
  Velo  
  zu Fuss  
  Öffentliches Verkehrsmittel (Bahn, Bus etc.)  
  Anders:

Mit wem sind Sie heute hier? (mehrere Antworten möglich)

- Alleine  
  Partner/Partnerin  
  Kind/Kinder  
  Familie/Verwandte  
  Freunde/Kollegen

Wie oft besuchen Sie den Wildnispark?

- (fast) täglich  
  ca. alle 5-6 Monate  
 ca. wöchentlich  
  seltener  
 ca. monatlich  
  Ich war heute zum ersten Mal hier

Welchen Teil des Wildnisparcs haben Sie heute besucht?

- Sihlwald  
  Langenberg  
  Beides  
  Weiss ich nicht genau

Wer hatte die Idee, heute hierher zu kommen?

- Ich selber  
  ein anderes Familienmitglied oder Verwandte  
 Meine Partnerin/mein Partner  
  Freunde/Kollegen  
 Mein Kind/ meine Kinder  
  Jemand anderes

## 2. Erwartungen und Aktivitäten

Es gibt verschiedene Gründe, den Wildnispark zu besuchen und es bieten sich verschiedene Unternehmungen an. In diesem Bereich würden wir gerne von Ihnen erfahren, warum Sie den Wildnispark besuchen, was Sie hier gemacht haben und wie Sie den Parkbesuch im Allgemeinen erlebt haben.

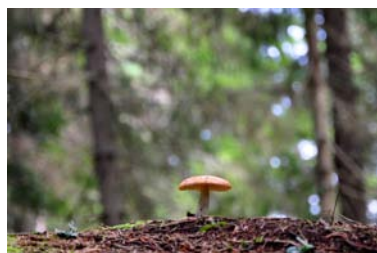
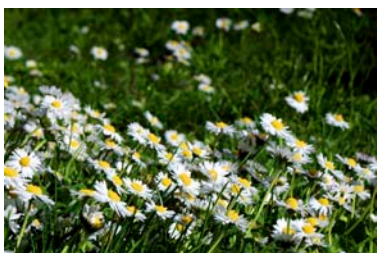
In wie weit treffen folgende Besuchsgründe auf Sie persönlich zu?

Ich möchte...	trifft gar nicht zu	trifft eher nicht zu	teils-teils	trifft eher zu	trifft voll und ganz zu
...etwas für meine Gesundheit tun	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...sportlich aktiv sein	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...für mich sein bzw. alleine sein	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...Spass und Freude haben	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...Zeit mit Freunden/Familie verbringen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...die Natur erleben	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...gute Luft geniessen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...einfach raus aus dem Alltag	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...etwas Neues lernen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...einfach etwas machen, was mir gefällt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Und was haben Sie heute im Wildnispark unternommen? (mehrere Antworten möglich)

- Wandern  
  Biken  
 Natur beobachten  
  Sammeln (Pilze, Beeren, etc.)  
 Sport (Laufen, Joggen, Nordic Walking etc.)  
  Picknicken  
 Speziellen Ort aufsuchen (Ruine, Aussichtsturm etc.)  
  Pflanzen bestimmen oder anschauen  
 (Wild-) Tiere ansehen  
  Nichts bestimmtes, einfach „sein“  
 Gezielt Informationen suchen (z.B. im Besucherzentrum)  
  Anderes, und zwar:

Im Wildnispark...	trifft gar nicht zu	trifft eher nicht zu	teils-teils	trifft eher zu	trifft voll und ganz zu
...habe ich das Gefühl, selbst entscheiden zu können, was ich tue.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...fühle ich mich bedeutsam.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...unternehme ich Dinge, bei denen ich mich entspanne.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...hat das, was ich mache, einen Sinn.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...mache ich alles, wie ich es will.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...denke ich überhaupt nicht an meine Arbeit.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...bin ich weder über- noch unterfordert.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...nehme ich mir Zeit zur Musse.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...gewinne ich Abstand zu meinen beruflichen Anforderungen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...suche ich geistige Herausforderung.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...tue ich Dinge, die mich körperlich herausfordern.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...lerne ich Neues dazu.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...lasse ich meine Seele baumeln.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...unternehme ich etwas, um meinen Horizont zu erweitern.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...bestimme ich selbst, wie ich meine Zeit verbringe.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...nutze ich die Zeit, um zu "relaxen".	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...kann ich meine Fähigkeiten voll ausschöpfen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...vergesse ich die Arbeit.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...erreiche ich alles, weswegen ich hergekommen bin.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...bestimme ich meinen Besuchsablauf selbst.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...gelingt es mir, mich von meiner Arbeit zu distanzieren.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...widme ich mich einer für mich persönlich wichtigen Sache/Angelegenheit.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



**Im folgenden finden Sie jeweils zwei gegensätzliche Aussagen über den Wildnispark. Welcher Aussage stimmen Sie jeweils mehr zu?**

Wenn Sie zum Beispiel der Meinung sind, dass es im Wildnispark interessant ist, machen Sie bitte ein x näher an dieser Aussage als an „Im Wildnispark ist es langweilig“. Wenn Sie sich einmal nicht entscheiden können, machen Sie bitte ein x bei „0“.

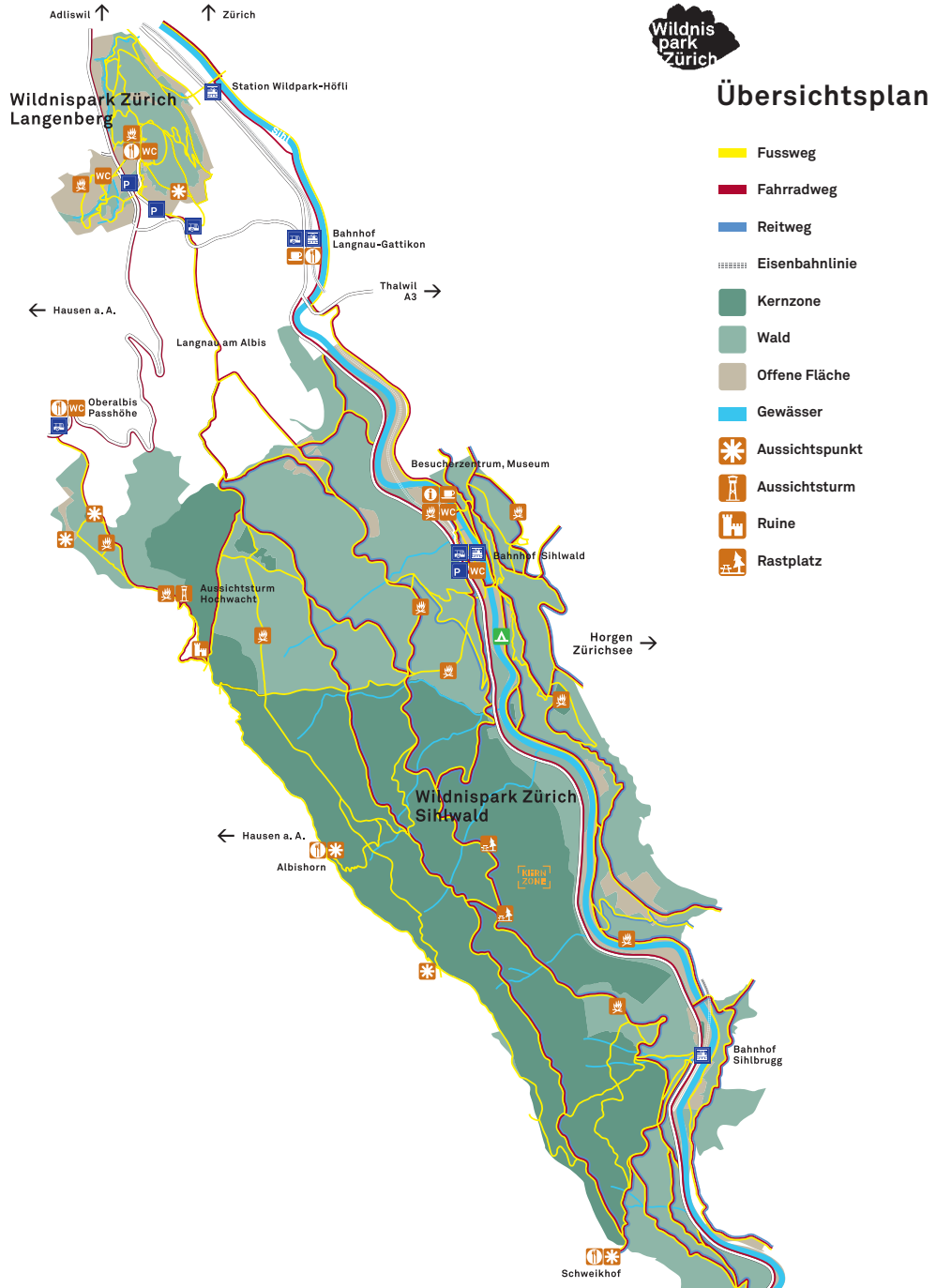
	+++	++	+	0	+	++	+++	
Im Wildnispark passt für mich alles zusammen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Im Wildnispark passt für mich nichts zusammen
Es wirkt für mich alles in sich stimmig und passend	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Es wirkt für mich alles unstimmig und „zusammengewürfelt“
Die Dinge hier ergänzen sich aus meiner Sicht zu einem Ganzen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Die Dinge hier grenzen sich aus meiner Sicht stark von einander ab und bilden viele Einzelteile
Ich finde mich hier sehr leicht zurecht	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ich finde mich hier sehr schwer zurecht
Ich kann mich hier gut orientieren	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ich kann mich hier gar nicht orientieren
Ich habe eine genaue Vorstellung meiner Umgebung im Kopf	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ich habe keine Vorstellung meiner Umgebung im Kopf
Ich erlebe den Wildnispark als sehr vielfältig	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ich erlebe den Wildnispark als sehr einförmig
Ich finde den Wildnispark sehr übersichtlich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ich finde den Wildnispark sehr unübersichtlich
Hier gibt es aus meiner Sicht sehr viel Abwechslung	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Hier gibt es aus meiner Sicht gar keine Abwechslung
Im Wildnispark gibt es für mich Spannendes zu entdecken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Im Wildnispark gibt es für mich nichts Spannendes zu entdecken
Der Wildnispark regt mich zum „Erforschen“ an	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Der Wildnispark regt mich zum „Müssiggang“ an
Es gibt hier für mich viel Rätselhaftes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Es gibt hier für mich gar nichts Rätselhaftes
Der Besuch im Wildnispark ist für mich ein „Ausstieg aus dem Alltag“	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Der Besuch im Wildnispark hebt sich nicht von meinem Alltag ab
Ich finde den Wildnispark sehr interessant	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Ich finde den Wildnispark sehr langweilig



In wie weit treffen die folgenden Aussagen auf Sie persönlich zu?	trifft gar nicht zu	trifft eher nicht zu	teils-teils	trifft eher zu	trifft voll und ganz zu	
Der Wildnisparkbesuch ist ein Ausdruck meiner Selbst.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Ich habe den Eindruck, dass ich meinen Besuch sehr effektiv gestalte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Der Parkbesuch passt sehr gut zu meinen Interessen und zu dem, was mir persönlich wichtig ist.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Ich habe viele Möglichkeiten, die Art und Weise meines Parkbesuchs zu gestalten.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Durch den Parkbesuch gelingt es mir, Wohlbefinden zu erreichen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Ich habe ein freundschaftliches Verhältnis zu den anderen Parkbesuchenden, weil wir aus den gleichen Gründen hier sind.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Ich fühle mich sehr wohl, wenn ich mit anderen Parkbesuchenden zusammen bin.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Ich fühle mich mit den Personen verbunden, zu denen ich Kontakt habe, während ich den Wildnispark besuche.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Der Umgang mit anderen Parkbesuchenden ist sehr freundlich.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Beim Parkbesuch spreche ich gerne mit Personen, die ich vorher nicht kannte.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	
Wie beurteilen Sie, aus Ihrer ganz persönlichen Sicht, die folgenden Angebote bzw. Einrichtungen?	sehr gut	eher gut	teils, teils	eher schlecht	sehr schlecht	Kenne ich nicht / nicht genutzt
Besucherzentrum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Parkplatzangebot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Informationstafeln	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ausschilderung und Wegweiser	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kurse und Veranstaltungen des Parks	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Anzahl der Rastplätze	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ausstattung der Rastplätze	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aussichtsturm	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aussichtspunkte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ruine	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Wildnisparkbesuch insgesamt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Anderes, und zwar: _____	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Der Wildnispark Zürich umfasst ein sehr grosses Gebiet und es gibt viele Wege, um an die unterschiedlichen Orte zu gelangen. Welche Wege haben Sie heute genutzt? Und was ist Ihnen daran besonders positiv oder besonders negativ aufgefallen?

**Bitte zeichnen Sie in den Übersichtsplan ein, welche Wege Sie heute genutzt haben. Sie können ein „+“ an den Stellen machen, die Sie besonders schön fanden und ein „-“ an den Orten, die Sie gar nicht gut fanden.**



Wie lange haben Sie sich heute ungefähr im Wildnispark aufgehalten? ca. \_\_\_\_\_ Stunden

Gab es etwas, dass Ihnen unterwegs bei Ihrem heutigen Besuch besonders positiv oder negativ aufgefallen ist?  
Wenn ja, was war das jeweils?

Besonders positiv:

Besonders negativ:

---



---

### 3. Erholung vom Alltag im Wildnispark

Der Alltag kann manchmal anspruchsvoll, belastend oder sogar stressreich sein und viele Menschen suchen in ihrer Freizeit Erholung und Entspannung. Wir würden gerne wissen, wie gut der Wildnispark Zürich dafür geeignet ist, Erholung und Entspannung zu erleben. Daher würden wir Sie gerne bitten, uns einen Einblick in Ihren Alltag zu gewähren.

Wie oft...	(fast) nie	selten	manchmal	häufig	(fast) immer
...haben Sie sich in der vergangenen Woche über etwas Sorgen gemacht, das unerwartet geschehen ist?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...hatten Sie in der vergangenen Woche das Gefühl, dass sich die wichtigen Dinge in Ihrem Leben Ihrer Kontrolle entziehen?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...haben Sie sich in der vergangenen Woche nervös oder gestresst gefühlt?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...haben Sie sich in der vergangenen Woche über Dinge geärgert, die ausserhalb Ihrer Kontrolle lagen?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...hatten Sie in der vergangenen Woche das Gefühl, dass die Dinge so laufen, wie Sie es möchten?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...hatten Sie in der vergangenen Woche das Gefühl, dass Ihnen die Dinge über den Kopf wachsen?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...konnten Sie in der vergangenen Woche Ärger/Verwirrungen in Ihrem Leben unter Kontrolle halten?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...hatten Sie in der vergangenen Woche das Gefühl "oben auf" zu sein?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...haben Sie in der vergangenen Woche Zuversicht empfunden, Ihre Probleme lösen zu können?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...hatten Sie in der vergangenen Woche das Gefühl, dass sich Schwierigkeiten und Problem derart auf türmen, dass Sie diesen nicht mehr Herr werden können?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Im folgenden interessiert uns, in wie weit sich der Parkbesuch von belastenden oder stressreichen Alltagssituationen abgrenzt. Bitte denken Sie nun an eine typische Situation, die Sie im Alltag als stressreich oder belastend erleben (egal ob Arbeit oder privat), wenn Sie die folgenden Fragen beantworten.

Wie häufig kommt es während Ihres Besuchs im Wildnispark vor, dass...	(fast) nie	selten	manchmal	häufig	(fast) immer
...Sie an stressreiche oder belastende Situationen denken?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...Sie hier Personen begegnen, mit denen Sie auch in den stressigen/belastenden Situationen zu tun haben?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...die Personen, die in stressigen/belastenden Situationen "federführend" sind, diese Rolle auch während des Parkbesuchs innehaben?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Wenn Sie nun an Ihre Umgebung denken... in wie weit empfinden Sie ganz persönlich eine Ähnlichkeit zwischen Orten, an denen Sie Stress/Belastungen erleben und dem Wildnispark?

Keine Ähnlichkeit                                Grosse Ähnlichkeit

Und wie lange ist es her, dass Sie starken Stress oder Belastungen erlebt haben?

Soeben, während des Parkbesuchs                                Länger her als 12 Monate

Wenn Sie jetzt einmal daran denken, mit welchen Objekten und Gegenständen Sie üblicherweise in stressigen/belastenden Situationen zu tun haben (z.B. Mobiltelefon, Agenda etc.)... Nutzen Sie diese Gegenstände auch während Ihres Parkbesuchs?

Ja, ich nutze diese Gegenstände auch während des Parkbesuchs

Nein, ich nutze während des Parkbesuchs und in belastenden/stressreichen Situationen völlig unterschiedliche Gegenstände

Denken Sie nun bitte einmal daran, welche Handlungen Sie üblicherweise im Zusammenhang mit Stress oder Belastungen ausführen (bei der Arbeit oder auch privat). Haben Sie dieselben oder sehr ähnliche Handlungen auch während Ihres Besuchs im Wildnispark ausgeführt?

Ja, ich führe fast deckungsgleiche Handlungen in stressreichen Situationen und während des Parkbesuchs aus

Nein, die Handlungen während des Parkbesuchs unterscheiden sich völlig von den Handlungen in stressreichen/belastenden Situationen

Wie fühlen Sie sich nach Ihrem heutigen Besuch im Wildnispark?

viel mehr als vorher    etwas mehr als vorher    genau wie vorher    etwas weniger als vorher    viel weniger als vorher

Erholt

Entspannt

Gestresst/belastet

Freudig

Gesund

Konzentrationsfähig

Aufmerksamkeitsfähig

In wie weit treffen die folgenden Aussagen auf Sie persönlich zu?	trifft gar nicht zu	trifft eher nicht zu	teils-teils	trifft eher zu	trifft voll und ganz zu
Vor meinem Besuch habe ich mir ganz konkrete Ziele dafür vorgenommen, was ich hier heute machen will.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Meine persönlichen Ziele, warum ich den Wildnispark heute aufgesucht habe, konnte ich erreichen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich habe vor, den Wildnispark Zürich erneut zu besuchen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich werde den Wildnispark Zürich anderen Personen weiterempfehlen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Meine Erwartungen an den heutigen Besuch haben sich erfüllt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Im Wildnispark Zürich fühle ich mich sicher.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich habe heute im Wildnispark etwas Neues gelernt/erfahren.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ich fühle mich mit dem Wildnispark stark verbunden.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

#### 4. Persönliche Angaben

Als letztes würden wir noch gerne etwas über Sie erfahren. Diese Angaben sind für uns sehr wichtig, damit wir etwas über den persönlichen Hintergrund der Parkbesucherinnen und –besucher erfahren. Alle Angaben werden selbstverständlich anonym und vertraulich behandelt und so ausgewertet, dass keine Rückschlüsse auf Einzelpersonen möglich sind.

In welchem Jahr sind Sie geboren? \_\_\_\_\_

Sind Sie...  weiblich  männlich

Bitte geben Sie uns die Postleitzahl des Ortes an, in dem Sie wohnen. \_\_\_\_\_

Welchen höchsten Schulabschluss haben Sie?

- Keinen
- Primarschule
- Berufsschule
- Matura/Gymnasium
- Höhere Berufs- oder Fachausbildung
- Fachhochschule, Pädagogische Hochschule
- Universität, Technische Hochschule (ETH)
- Anderer Abschluss

Falls Sie erwerbstätig/selbstständig sind... zu wie viel % sind Sie beschäftigt? \_\_\_\_\_ %



In welchem der folgenden Berufsfelder sind Sie hauptsächlich tätig?

- Detailhandel oder kaufmännischer Bereich
- Banken oder Versicherungen
- Wissenschaft und Forschung
- Land- oder Forstwirtschaft
- Handwerk
- Schulwesen, Lehrtätigkeit
- Gesundheitswesen, Betreuung oder Pflege
- Verwaltung (Gemeinde, Kanton, Staat)
- Anderer Bereich, und zwar: \_\_\_\_\_

Haben Sie beruflich oder privat etwas direkt mit Wäldern oder Parks zu tun? (Mehrfachnennungen möglich)

- Ja, beruflich       Ja, privat       Nein, weder privat noch beruflich

Welche der folgenden Sprachen beherrschen Sie am besten?

- Deutsch
- Französisch
- Italienisch
- Rätoromanisch
- Englisch
- Andere, und zwar: \_\_\_\_\_

Gibt es etwas, das Sie uns gerne mitteilen möchten? Lob, Kritik und Anregungen sind herzlich willkommen!

---

---

---

**Herzlichen Dank, dass Sie sich die Zeit genommen haben!  
Ihre Angaben sind sehr wichtig für uns und helfen uns sehr, das  
Besucherlebnis im Wildnispark zu verbessern!**



## GPS-Protokollseite

GPS-Logger Nr:

Zeitpunkt Start:

Tel.-Nr.:

Zeitpunkt Ende:

Unterschrift Projektteam

Ausgabe:

Annahme:

FB-NR:

## Zusatzfragen zum GPS-Gerät

Dadurch, dass ich das GPS-Gerät bei mir hatte, habe ich mich...

- ganz anders als üblicherweise verhalten
- eher anders als üblicherweise verhalten
- eher wie üblicherweise verhalten
- ganz genau wie üblicherweise verhalten

Ich habe mich durch das GPS-Gerät...

- unbeobachtet gefühlt
- eher unbeobachtet gefühlt
- eher beobachtet gefühlt
- beobachtet gefühlt