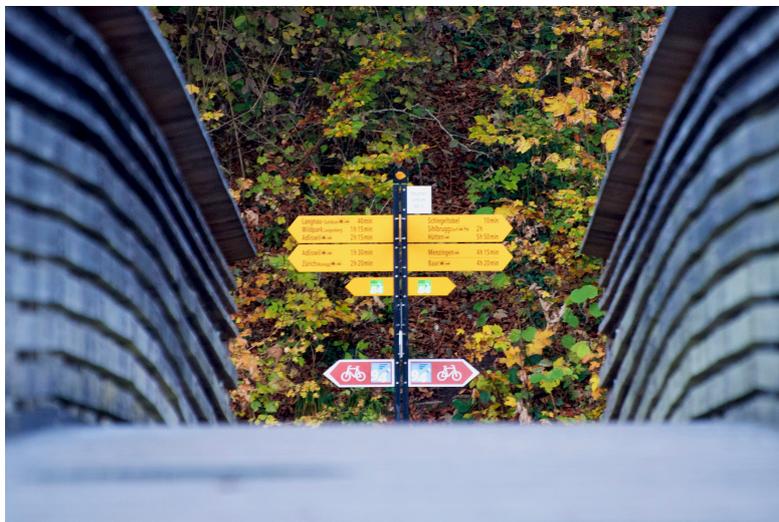


# Der Wildnispark Zürich als Quelle von Lebensqualität

– Follow-up 2016: Parknutzung und Besuchserlebnis –



## Abschlussbericht

Dr. Eike von Lindern

Dialog N – Forschung und Kommunikation für Mensch, Umwelt und Natur  
Seestrasse 121, 8610 Uster

&

Psychologisches Institut, Universität Zürich, Binzmühlestrasse 14, 8050 Zürich

**Kontakt:**

Dr. Eike von Lindern  
Dialog N GmbH  
Seestrasse 121  
CH 8610 Uster

Tel. +41 (0)76 – 270 1507  
E-Mail: [Eike.von.Lindern@dialog-n.ch](mailto:Eike.von.Lindern@dialog-n.ch)

## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einleitung</b>	<b>3</b>
1.1	<i>Ausgangslage</i>	3
1.2	<i>Ziele der Folgebefragung</i>	4
1.3	<i>Follow-up Studie 2016: Erweiterung</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>	6
2.3	<i>Befragungsinstrument</i>	9
2.4	<i>Analyseverfahren</i>	17
2.5	<i>Feldphase</i>	17
2.6	<i>Zielgruppe und Stichprobe</i>	19
<b>3</b>	<b>Ergebnisse der Befragung</b>	<b>25</b>
3.1	<i>Besuchsmotive</i>	25
3.2	<i>Aktivitäten während des Besuchs</i>	27
3.3	<i>Besuchserleben</i>	28
3.4	<i>Orientierung der Besucher</i>	38
3.5	<i>Wegnutzung im Sihlwald und Langenberg</i>	39
3.6	<i>Verbundenheit mit dem Wildnispark</i>	43
3.7	<i>Annahme des Bildungskonzepts</i>	44
3.8	<i>Erholungswert des Parkbesuchs</i>	49
<b>4</b>	<b>Diskussion und Folgerungen</b>	<b>54</b>
<b>5</b>	<b>Literatur</b>	<b>64</b>
<b>6</b>	<b>Anhang</b>	<b>65</b>

## Danksagung

Die Folgebefragung 2016 wäre nicht möglich gewesen ohne die gossartige und finanzielle Unterstützung des Wildnispark Zürich. Besonderer Dank gilt Judith Falusi und Ronald Schmidt für ihr Interesse an und Engagement für die Befragung 2016. Ebenfalls trug die freundliche, hilfsbereite und kompetente Art der Wildnispark-Mitarbeitenden (z.B. im Besucherzentrum) zum Gelingen dieses Projekts bei.

Zusätzlicher Dank gilt den Studentinnen und Studenten des Seminars „Umweltpsychologische Projektarbeit: Besucherforschung“, die mit grosser Kompetenz, Organisationstalent und Engagement die Feldarbeit und Datenerhebung durchführten.

Darüber hinaus wäre eine solche Befragung nicht durchführbar ohne die vielen, freundlichen Parkbesucher und -besucherinnen, die sich Zeit genommen haben, den Fragebogen auszufüllen und sich bereit erklärt haben, einen Einblick in ihr Besuchserleben zu geben.

## 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. Im Herbst 2012 wurde bereits eine erste Besucherbefragung durchgeführt, in der neben allgemeinen Informationen zum Aufenthalt im Wildnispark auch insbesondere psychologische Aspekte des Besuchererlebens erfasst und ausgewertet wurden.

Da eine einzelne Besucherbefragung lediglich eine Momentaufnahme darstellt, ist es schwierig, aus den Ergebnissen Entwicklungen und Veränderung bezüglich des Besuchererlebnisses abzuleiten. Obwohl auch solche Ergebnisse sehr wertvolle Informationen für das Parkmanagement liefern, ermöglichen Wiederholungsbefragungen es, Aussagen über Veränderungen über die Zeit zu treffen und tragen somit zu einer umfangreichen und soliden Datengrundlage über das Besuchererlebnis bei, die zur Optimierung des Parkmanagements einen wertvollen Beitrag leisten kann.

Der vorliegende Bericht enthält die Ergebnisse der zweiten Besucherbefragung zum Besuchererleben (mit Schwerpunkt auf psychologischen Aspekten) im Wildnispark Zürich, die im Herbst 2016 durchgeführt wurde und die an die erste Befragung 2012 anknüpft.

### 1.1 Ausgangslage

Im Herbst 2012 wurde im Rahmen des Forschungsprojekts „Der Wildnispark Zürich als Quelle von Lebensqualität“ im Teilprojekt 3.2.1 eine BesucherInnen Studie zur Parknutzung und zum Besuchererlebnis durchgeführt. Insgesamt wurde der Wildnispark Zürich von den Besuchern und Besucherinnen sehr positiv wahrgenommen<sup>1</sup>. Aufgrund der Ergebnisse wurden Empfehlungen formuliert, die das Parkmanagement dabei unterstützen sollten, das positive Besuchererlebnis aufrechtzuerhalten oder sogar noch auszubauen. Die Studie 2012 identifizierte die folgenden Themenfelder als *relativ* bedeutsame Aspekte zukünftiger Entwicklungen:

- Verbesserung der Ausschilderung und Wegführung (Orientierung)
- Kurse, Einrichtungen & Angebote bekannter machen (Bildungskonzept)
- Konfliktpotential beobachten, Handlungsstrategien „vordenken“; häufig genutzten Wegen und Orten besondere Aufmerksamkeit zukommen lassen (Prävention)
- Psychologische Distanz zum Alltag bewahren (Erholungsort)

---

<sup>1</sup> Für Details siehe:

- von Lindern, E. (2013). Der Wildnispark Zürich als Quelle von Lebensqualität. [http://www.parc.ch/wpz/pdf\\_public/2013/27674\\_20131210\\_084209\\_Abschlussbericht\\_Besucherbefragung\\_Sihlwald\\_Final.pdf](http://www.parc.ch/wpz/pdf_public/2013/27674_20131210_084209_Abschlussbericht_Besucherbefragung_Sihlwald_Final.pdf)
- von Lindern, E. (2015). Setting-dependent constraints on human restoration while visiting a wilderness park. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 10, 29-37. doi:10.1016/j.jort.2015.06.001

## 1.2 Ziele der Folgebefragung

Die Ergebnisse 2012 resultierten aus einer querschnittlichen Befragung von Parkbesuchenden im Herbst 2012 und bilden daher ausschliesslich eine Momentaufnahme ab. Durch diese Folgebefragung können die Ergebnisse der Momentaufnahme in der Aussagekraft erweitert und um neue Aspekte ergänzt werden. Dadurch bietet diese follow-up Studie ein vertiefendes Verständnis von:

- aktuellem Besucherleben und Parknutzung
- Wünschen und Bedürfnissen der Besucher und Besucherinnen
- Veränderung/Entwicklung des Besucherlebens, der Parknutzung und der Wünsche und Bedürfnisse von Besuchenden
- Erfolgskontrolle von Marketingstrategien
- Akzeptanz von Massnahmen
- Evaluation vorhandener und neuer Einrichtungen/Infrastruktur/Angeboten
- Frühzeitige Identifikation von „Konfliktpotential“
- Stärken und zukünftiges Ausbaupotenzial

Die Aussagekraft und der Nutzen der Ergebnisse der ersten Befragung 2012 werden dadurch gesteigert, dass die Ergebnisse miteinander in Relation gesetzt werden und sich Entwicklungen abzeichnen. Grundsätzlich kann die Folgestudie zu der im Jahr 2012 durchgeführten Befragung beantworten, ob sich etwas und was sich gegebenenfalls seit der letzten Befragung verändert hat und welche dieser Veränderungen positiv sind oder eher aufmerksam betrachtet werden sollten. Damit bietet dieses Monitoring ein effektives Instrument, um Management und Marketing durch Ergebnisse empirischer Sozialforschung fundiert und bestmöglich zu unterstützen. Hierbei muss allerdings auch betont werden, dass es aus methodischen und logistischen Gründen nicht möglich ist, dieselben Personen wie 2012 erneut zu befragen. Das bedeutet, dass bei in den Ergebnissen gefundenen Veränderungen nicht eindeutig geklärt werden kann, ob diese Veränderungen ursächlich auf Veränderungen/Massnahmen im Park, oder auf Unterschiede in der Stichprobe zurückzuführen sind. Durch die Analyse und den Vergleich soziodemografischer Angaben der befragten Stichproben wird allerdings versucht, mögliche Veränderungseffekte aufgrund der Stichprobenzusammensetzung sichtbar zu machen.

## 1.3 Follow-up Studie 2016: Erweiterung

Die erste Besucherbefragung fokussierte auf das Besucherlebnis im Wildnispark Zürich Sihlwald. Dabei wurde der Wildnispark Zürich Langenberg ausser Acht gelassen. Gründe dafür waren, dass das gesamte Verbundprojekt 2012 im Bereich Sihlwald angesiedelt war und

zusätzlich für die Ausweitung der Befragung auf den Teil Langenberg zu wenig zeitliche, personelle und logistische Ressourcen zur Verfügung standen. Die hier berichtete follow-up Studie wurde von Anfang an so konzipiert, dass sowohl im Teil Langenberg als auch im Sihlwald Besucher und Besucherinnen befragt werden sollen. Dabei ist zu bedenken, dass es sich bei dem Wildnispark Zürich Langenberg um einen Tierpark handelt, während der Sihlwald eher ein weitläufigeres Waldgebiet umfasst, in dem keine Tiergehege angelegt sind (eine Ausnahme bildet die Fischotteranlage im Sihlwald). Durch diese Erweiterung erlaubt es die follow-up Studie, nicht nur die Befragungsergebnisse mit denen der Befragung aus 2012 in Beziehung zu setzen, sondern ebenfalls das Besuchererlebnis zwischen Sihlwald und Langenberg zu vergleichen. Auf dieser Grundlage werden folgende weitere Forschungsfragen formuliert:

- Unterscheidet sich die Struktur der BesucherInnen zwischen dem Wildnispark Zürich Sihlwald und Langenberg?
- Lassen sich systematische Unterschiede im Besuchererleben zwischen dem Wildnispark Zürich Sihlwald und Langenberg finden? Wenn ja, sind diese relevant für das Parkmanagement und /oder Marketing?

Im Folgenden wird der Wildnispark Zürich Sihlwald der Einfachheit halber als „Sihlwald“, und der Wildnispark Zürich Langenberg als „Langenberg“ bezeichnet.

## **2 Methode und Vorgehen**

In diesem Kapitel werden das Studiendesign, der zeitliche Ablauf der Besucherbefragung, der verwendete Fragebogen sowie soziodemographische Kennwerte der befragten Besucher und Besucherinnen berichtet. Die Methoden und das Vorgehen waren für die Befragungen im Sihlwald und Langenberg grundsätzlich gleich, Abweichungen werden explizit benannt.

### **2.1 Studiendesign und Ort der Befragung**

Die Besucherbefragung wurde als Vor-Ort Fragebogenstudie an beiden Standorten des Wildnispark Zürich (Sihlwald und Langenberg) 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. Die Besucherbefragung wurde im Wildnispark Sihlwald beim Besucherzentrum durchgeführt. Das Prozedere bei der Befragung entsprach dem Vorgehen, dass bereits bei der Befragung 2012 zur Anwendung kam (siehe von Lindern, 2013). Allerdings wurde aufgrund der Vorerfahrungen darauf verzichtet, zuerst beim Bahnhof zu befragen. Stattdessen wurde von Anfang an hauptsächlich vor dem Besucherzentrum und beim Spielplatz befragt.

Um einen möglichst guten Befragungsort für den Wildnispark Zürich Langenberg zu finden, wurden einerseits Informationen vom Parkmanagement eingeholt und andererseits eine Ortsbegehung durchgeführt. Im Langenberg gibt es kein Besucherzentrum wie im Sihlwald, dafür aber einen zentralen Platz, an dem sich eine Cafeteria und mehrere Sitzgelegenheiten vis-a-vis dem Bärengehege befinden. Dieser Ort wurde als zentrale Stelle im Langenberg identifiziert, die voraussichtlich von einem Grossteil der Besucher und Besucherinnen während ihres Aufenthalts aufgesucht wird.

Eine logistische Herausforderung war bei der Durchführung der Befragung an beiden Standorten des Wildnisparks, dass sämtliche Materialien nur im Besucherzentrum Sihlwald, aber nicht im Tierpark Langenberg gelagert werden konnten, so dass während der Feldphase täglich nach Ende der Befragung ein Materialtransport vom Langenberg zum Besucherzentrum im Sihlwald bzw. vormittags zu Beginn der Befragung der Transport vom Besucherzentrum Sihlwald zum Langenberg organisiert werden musste.

### **2.2 Vorgehen**

Für die Befragung 2012 wurde ein Fragebogen entwickelt, der vor Ort beim Besucherzentrum ausgefüllt werden konnte (siehe von Lindern, 2013). Für die Folgebefragung wurde dieser

Fragebogen ebenfalls verwendet, um eine grösstmögliche Vergleichbarkeit mit den Daten der Befragung 2012 zu gewährleisten. Allerdings wurden aus theoretischen Gründen einige Anpassungen notwendig. Dadurch wurde zwar die direkte Vergleichbarkeit mit den Antworten 2012 geringfügig in Mitleidenschaft gezogen, aber die wissenschaftliche und inhaltliche Aussagekraft erhöht, indem methodische Unschärfe korrigiert wurde. Diese Anpassungen am Befragungsinstrument umfassen folgende Aspekte:

- Bedingungen für erholungsförderliche psychologische Prozesse wurde neu mittels der „Perceived Restorativeness Scale“ (PRS) statt mit dem „Recovery Experience Questionnaire“ (REQ) erhoben.

Die PRS ist kürzer und theoretisch besser fundiert, sie bietet bessere Anschlussfähigkeit an andere, auch internationale Forschung. Inhaltlich haben die beiden Instrumente eine sehr grosse Schnittmenge, so dass die Ergebnisse in der Interpretation aufeinander bezogen werden können.

- Statt „Stress im Alltag“ mit der vollständigen Skala (14 Items) zu erheben, wurde die 4-Fragen Kurzversion genutzt.

Die Kurzversion ist methodisch validiert und verkürzt die Ausfüllzeit des Fragebogens. Ergebnisse der Kurzversion sind inhaltlich mit der vollständigen Skala vergleichbar.

- Psychologische Überschneidungen zwischen beanspruchenden Settings und dem Wildnispark als Freizeit- und Erholungssetting wurden neu mit der validierten Fassung der Setting-Interdependenz-Skala statt mit der experimentellen Skalenversion erhoben.

Bei der neuen Version handelt es sich um eine methodische Weiterentwicklung. Diese Weiterentwicklung wurde bereits in grösseren Befragungen in Deutschland und der Schweiz eingesetzt und hat sich dort bewährt (siehe auch z.B. von Lindern, 2017). Die neue Skala ist sehr viel verständlicher und leichter auszufüllen als die vorherige, experimentelle Version.

- Um das Befinden nach dem Parkbesuch und Veränderungen im psychischen Wohlbefinden während des Aufenthalts im Park besser abbilden zu können wurde die „Core Affect“ Skala in den Fragebogen 2016 aufgenommen.

Diese Skala lässt Aussagen zu momentanen Wohlbefinden zu und stellt potentielle Vergleichbarkeit zu anderen Befragungen im Freizeitsetting dar.

- Sprachliche Anpassungen, wo notwendig und sinnvoll.

Da die follow-up Studie sowohl im Sihlwald als auch im Tierpark Langenberg durchgeführt wurde, waren (sprachliche) Anpassungen je nach Einsatzort notwendig.

Bei der Überarbeitung des Fragebogens wurde darauf geachtet, dass die Ausfüllzeit nicht länger als die der Befragung 2012 betragen sollte. Mit einem zeitlichen Rahmen von ca. 15 bis 20 Minuten wurden 2012 gute Erfahrungen gemacht, auch wenn dies bereits am oberen Limit ist, was Besucher und Besucherinnen akzeptieren.

Ähnlich wie 2012 wurden Hilfskräfte eingesetzt, um die Befragung vor Ort durchführen zu können. Die follow-up Befragung wurde innerhalb der Lehrveranstaltung „Umweltpsychologische Projektarbeit“ am Psychologischen Institut der Universität Zürich thematisiert und weiterentwickelt. Die an der Lehrveranstaltung teilnehmenden Studierenden (Masterstudiengang Psychologie) erhielten eine Einführung in die psychologische Freizeit-, Museums- und Besucherforschung, wurden mit den Befragungszielen vertraut gemacht und erhielten Informationen und Training, wie sie Besucher und Besucherinnen ansprechen und zur Teilnahme motivieren können.

Abweichend zur Studie 2012 wurde 2016 auf den Einsatz von GPS-Datenloggern verzichtet. Die Gründe lagen darin, dass es sich 2012 als relativ aufwändig und kompliziert herausgestellt hat, Besucher und Besucherinnen zu finden, die bereit waren, einen GPS Logger während des Besuchs mitzuführen. Ausserdem standen für die follow-up Studie die Geräte der ZHAW Wädenswil nicht zur Verfügung und mit den für die Befragung 2016 vorhandenen Ressourcen konnten keine GPS-Datenlogger in ausreichender Anzahl finanziert werden.

Um dennoch Daten zu den genutzten Wegen zu erhalten, wurden vom Wildnispark detaillierte Landkarten erstellt, die entweder in den Fragebogen integriert waren (Langenberg) oder als zusätzliches DIN A3 Blatt (Sihlwald) herausgegeben wurden und in die die Besuchenden einzeichnen sollten, welche Wege sie genutzt haben.

Details zum Fragebogen sind weiter unten im Kapitel 2.3 zu finden. Der Fragebogen selbst befindet sich im Anhang zu diesem Bericht (jeweils Version Sihlwald und Langenberg).

Auf einen Pretest des Fragebogens wurde in der follow-up Studie 2016 verzichtet, da aufgrund der Ergebnisse und Erfahrungen der Befragung 2012 angenommen werden konnte,

dass der Fragebogen grundsätzlich anwendbar ist und es ermöglicht, die in der Einleitung genannten Fragen zu beantworten.

### 2.3 Befragungsinstrument

Die Besucherbefragung wurde mit einem eigens dafür entworfenen Fragebogen realisiert, der 2012 entwickelt und für die Befragung 2016 leicht abgeändert wurde (siehe auch oben, 2.2 Vorgehen). Dieser Fragebogen wurde vor Ort ausgehändigt und von den Befragungsteilnehmenden eigenständig ausgefüllt. Der Fragebogen umfasst 10 (bzw. 11 in der Version Langenberg) 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 22 Minuten ( $SD = 7$  Minuten) gedauert, mit einem Maximum von 40 Minuten und einem Minimum von 8 Minuten<sup>2</sup>.

Für die Beantwortung der Forschungsfragen dieser Besucherbefragung enthielt der Fragebogen spezielle Fragen bzw. Items, die im Folgenden kurz beschrieben werden. Während in den hier genannten Fragen die Bezeichnung „Wildnispark“ gewählt wurde, enthielten die Fragebögen die jeweils ortsspezifische Formulierung „Wildnispark Zürich Sihlwald“ bzw. „Wildnispark Zürich Langenberg“.

- 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

---

<sup>2</sup> Die Bearbeitungszeit ist leider deutlich länger als geplant ausgefallen. Gründe konnten einerseits darin identifiziert werden, dass die Besuchenden während des Ausfüllens sozialen Interaktionen (mit Kindern) nachkommen mussten, aber auch dadurch, dass der Fragebogen thematisch sehr umfangreich ausgefallen ist und unter Umständen zu kompliziert zum „schnellen“ Ausfüllen ist.

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 und wurde auch für die Befragung 2016 unverändert übernommen. 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 („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. Für die Befragung 2016 wurden noch die beiden Kategorien „Hund ausführen“ und „Restaurant besuchen“ sowie „Spielplatz nutzen“ hinzugefügt.

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). Diese Skala wurde für die Befragung 2016 nicht verändert. Für die Subskala Autonomie wurde ein Cronbach's Alpha von 0,69 erreicht (3 Items), für soziale Eingebundenheit war Cronbach's Alpha 0,80 (4 Items) und für Kompetenz wurde ein Wert von 0,52 (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). Die Reliabilitäten für die Subskalen sind mit denen aus der Befragung 2012 vergleichbar.

- 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 Teilnehmenden 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.

Im Gegensatz zum Fragebogen 2012 wurde 2016 nicht mehr danach gefragt, wie die Besucher und Besucherinnen bestimmte Angebote des Parks insgesamt bewerten, sondern es wurde jeweils eine Frage nach der Wichtigkeit und eine nach der Zufriedenheit mit diversen Angeboten und Einrichtungen gestellt. Dieses Format erlaubt es, eine sog. Wichtigkeits-Zufriedenheitsmatrix aufzustellen, aus der abgelesen werden kann, wo die positiven Schwerpunkte aus Sicht der Besuchenden liegen (Wichtigkeit und Zufriedenheit hoch), und wo das stärkste Entwicklungspotential ist (Wichtigkeit hoch, Zufriedenheit gering). Für diese Beurteilung wurde eine 5-stufige Antwortskala (unwichtig bis sehr wichtig bzw. sehr unzufrieden bis sehr zufrieden) angeboten. Die Befragten hatten zusätzlich 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 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 gegensätzliche 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 0,92, was gemäss (Field, 2013) als (sehr) 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. Da der Langenberg ein etwas überschaubareres Gebiet umfasst, wurde die Langenbergkarte in den Fragebogen integriert, während für den Sihlwald eine auf einem zusätzlichen DIN A3 Blatt gedruckte Karte ausgegeben wurde. Die Karten wurden gegenüber der Befragung 2012 vollständig verändert und vom Wildnispark Zürich überarbeitet.

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“).

Im Gegensatz zur Studie aus 2012 wurden 2016 keine GPS-Datenlogger ausgeteilt. Alle Wege beruhen daher auf den Strecken, die die Besuchenden per Hand in die zur Verfügung gestellten Karten eingezeichnet haben.

- Gefühl der Verbundenheit mit dem Park

Die **Verbundenheit** mit dem Wildnispark ist eine wichtige Dimension für das Besucherlebnis; 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. Die Frage zur Verbundenheit wurde gegenüber der Studie aus 2012 verändert und erweitert, indem nun eine besser fundierte Skala zur Erhebung von „Ortsverbundenheit („place attachment“) verwendet wird (für Details siehe von Lindern, Pahud, & Tobias, 2015). Die verwendete Skala wurde eingeleitet mit „In wie weit...“ und

bestand aus den sechs Fragen „... mögen Sie den den Wildnispark, wie er jetzt ist?“, „... würden Sie sagen, dass der Wildnispark Ihnen vertraut ist?“, „... ist der Wildnispark für Sie ein wichtiges Stück Heimat?“, „... geniessen Sie die Aktivitäten, die Sie im Wildnispark unternehmen?“, „... fühlen Sie sich mit dem Wildnispark stark verbunden“, und „... sind Sie gerne im Wildnispark?“. Die Skala erreichte ein Cronbach's Alpha von 0.82 und kann damit als „gut reliabel“ eingeschätzt werden.

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 beiden Fragen wurden auch bereits 2012 gestellt.

- **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 Kursen und Veranstaltungen des Parks herangezogen. Andererseits geben die Items „Ich habe heute im Wildnispark etwas Neues gelernt/erfahren“ bzw. „Das, was ich heute hier unternommen habe, regt mich dazu an, etwas Neues zu lernen“ Aufschluss darüber, ob ein Besucher/ eine Besucherin während des Besuchs etwas (dazu) gelernt hat. Das zweite Item wurde für die Befragung 2016 neu hinzugefügt, um den „Lern-Aspekt“ besser abbilden zu können.

Zusätzlich wurde neu in 2016 die Subskala der Mastery-Experience aus dem Recovery Experience Questionnaire (Sonntag & Fritz, 2007) nicht mehr für die Erhebung der (psychischen) Erholung verwendet, sondern als weiterer Indikator für Lernprozesse gehandhabt. Die vier Items (z.B. „Im Wildnispark... unternehme ich etwas, um meinen Horizont zu erweitern.“) 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). Cronbach's Alpha lag bei 0,74 und kann als akzeptabel bewertet werden.

Aufgrund dieser Umstellung ist die Bewertung des Bildungsaspekts nur bedingt mit der Befragung 2012 vergleichbar.

- **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 Besuchserlebnis 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. Im Gegensatz zu der Version, die 2012 verwendet wurde (14 Items), wurde 2016 die aus nur 4 Items bestehende Kurzform verwendet. Alle Items konnten auf einer 5-stufigen Skala beantwortet werden (Ausprägungen: nie, selten, manchmal, oft, immer). Die Skala umfasst zwei 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 zwei negativ gepolte Aussagen (z.B. „Wie oft hatten Sie in der vergangenen Woche das Gefühl, dass sich die wichtigen Dinge in Ihrem Leben Ihrer Kontrolle entziehen?“, „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 positiv formulierten Items zuerst recodiert. Danach wurde ein Mittelwert über alle 4 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 Kurzversion der Perceived Stress Scale ergab mit einem Cronbach`s Alpha von 0,74 eine als akzeptabel einzustufende Reliabilität (Field, 2013).

Während bei der Befragung 2012 psychische Prozesse während des Parkbesuchs, die ein Erholungserleben begünstigen und initiieren, mit dem Recovery Experience Questionnaire (Sonnentag & Fritz, 2007) erhoben wurde, kamen bei der Studie 2016 die Perceived Restorativeness Scale (PRS; Hartig, Kaiser, & Bowler, 1997) und die Perceived Restorativeness in Activity Scale (PRAS; Norling, Sibthorp, & Ruddell, 2008) zum Einsatz. Beide Skalen sind in der umweltpsychologischen Erholungsforschung gut etabliert und weit verbreitet. Die Skalen werden dazu genutzt, um das **Erholungspotenzial unterschiedlicher Umwelten bzw. Aktivitäten** zu bestimmen und vergleichen zu können. Dabei basieren beide Skalen auf der Attention Restoration Theorie (ART; Kaplan & Kaplan, 1989, Kaplan, 1995). Die Kernannahmen der ART besagen, dass Menschen Aufmerksamkeit für die Bewältigung alltäglicher Aufgaben und Anforderungen benötigen (z.B. sich auf bestimmte Inhalte konzentrieren, Ablenkungen auszublenden oder negative Affekte zu unterdrücken). Die Aufrechterhaltung von Aufmerksamkeit („directed attention“) und Affektkontrolle

beanspruchen psychologische Ressourcen, so dass nach anhaltender Beanspruchung mentale Ermüdung („mental fatigue“) einsetzt. Mentale Ermüdung wird mit einer geringeren Leistungs-, Planungs- und Problemlösefähigkeit in Verbindung gebracht (Baker, Olsen, & Morisseau, 1994; Lorist et al., 2000; Sanders, 1998; van der Linden, Frese, & Meijman, 2003), sowie mit aggressivem Verhalten (Kuo & Sullivan, 2001) und begünstigt damit zusätzliches Erleben von Stress. Um dieser Entwicklung entgegenzuwirken wird in der ART davon ausgegangen, dass erschöpfte mentale Ressourcen durch psychologische Erholungsprozesse wiederhergestellt werden können (Hartig, Catalano, & Ong, 2007; von Lindern, Lymeus, & Hartig, 2016). Es wird angenommen, dass Umwelten einen psychologischen Erholungsprozess anstossen, wenn sie faszinierende Elemente enthalten, als kompatibel mit den eigenen Bedürfnissen wahrgenommen werden, als kohärent erlebt werden und es erlauben, sich psychologisch weit entfernt von Beanspruchungen und Belastungen zu fühlen. Erholungsförderliche Umwelten ermöglichen und fördern eine Erholung psychologischer Ressourcen. Insbesondere Umwelten, die als „natürlich“ oder „naturnah“ wahrgenommen werden, haben gemäss der ART ein sehr grosses Potenzial, erholungsförderlich zu wirken (Kaplan & Kaplan, 1998). Dabei haben sich vermehrt das Erleben von Faszination und psychologischer Distanz zum Alltag als bedeutsam für Erholungsprozesse herausgestellt.

Entsprechend sind in der PRS und PRAS Subskalen zur Erhebung von orts- und aktivitätsbezogener Faszination und psychologischer Distanz zum Alltag enthalten. Die Reliabilitäten für Faszination (ortsbezogen: 0,92, aktivitätsbezogen: 0,81) und psychologische Distanz (ortsbezogen: 0,89, aktivitätsbezogen: 0,79) können als für die ortsbezogenen Masse als (sehr) gut, für die aktivitätsbezogenen Masse als akzeptabel bis gut eingeschätzt werden.

Die wahrgenommene **Erholungswirkung** des Parkbesuchs selbst wurde direkt mit 7 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 0,89. Dies kann als gute Reliabilität der Items interpretiert werden (Field, 2013).

Um ein noch genaueres Bild zu erhalten, wurde 2016 (nicht 2012) nach dem Affektzustand vor und nach dem Besuch gefragt. Dafür wurde jeweils eine Frage zur Aktivierung und eine zur Valenz vor dem Besuch und zum Zeitpunkt des Ausfüllens des Fragebogens gestellt. Durch diese doppelte Abfrage ist es möglich, die Auswirkung des Parkaufenthalts durch einen vorher-nachher Vergleich stärker kausal zu interpretieren, obwohl streng genommen echte Kausalität nicht unterstellt werden kann. Die Skala zur Messung des Core-Affect wurde aus dem Schwedischen (Västfjell & Gärling, 2007) ins Deutsche übersetzt. Da Aktivierung und Valenz jeweils nur mit einem Item (zu zwei Zeitpunkten) erhoben wurden, kann Cronbach's Alpha als Reliabilitätsmass nicht berechnet werden.

Zusätzlich zu diesen deskriptiven Auswertungen wird in dieser Studie, genau wie in der Befragung 2012, ebenfalls der Frage nachgegangen, *warum* die Besuchenden Erholung erleben. Für diese Analysen wird auf die Behaviour Setting Theorie (Barker, 1978; Schoggen, 1989) zurückgegriffen (für Details siehe auch von Lindern, 2017; von Lindern, 2013; von Lindern, Lymeus, & Hartig, 2016). In der Befragung 2012 wurde eine erste Version einer neu entwickelten Skala zur Erhebung von sog. **Interdependenzen zwischen Erholungs- und Belastungssetting** verwendet. Diese Skala wurde zwischenzeitlich revidiert, erweitert und in mehreren Studien validiert (z.B. von Lindern, 2017), so dass für diese Befragung die „neue“ Skala verwendet wurde. Mit Hilfe der wahrgenommenen Interdependenzen zwischen unterschiedlichen Settings soll erklärt werden, warum Personen mehr oder weniger psychologische Distanz erleben – und damit gibt die Skala auch Hinweise für Möglichkeiten, das Erleben von psychologischer Distanz und somit auch die Erholungswirkung zu verbessern.

Die Perceived Setting Interdependencies Skala (PSI; von Lindern, 2017) besteht aus 14 Items, hier wurde die 7-Item Kurzversion verwendet. Cronbach's Alpha liegt bei 0,94 und die Reliabilität ist als (sehr) gut einzuschätzen. Die wahrgenommenen Settinginterdependenzen sind aufgrund der vollständig revidierten Skala nicht direkt, sondern nur inhaltlich mit den Ergebnissen der Befragung 2012 vergleichbar.

## 2.4 Analyseverfahren

Für die Aufbereitung und Analyse der Daten aus der Besucherbefragung per Fragebogen wurden die Computerprogramme SPSS 24 (Mac) und R (Mac, Version 3.3.3) genutzt. Die von den Befragten gezeichneten Wege wurden per Hand in Garmin Basecamp (Mac) übertragen und mit Google Earth für Mac (Version 7.1.8) visualisiert.

Im Rahmen dieses Berichts werden deskriptive Ergebnisse (Häufigkeiten, Mittelwerte etc.) sowie korrelative Zusammenhänge beschrieben. Dabei werden die Ergebnisse getrennt nach Sihlwald und Langenberg aufgeschlüsselt. Zur Orientierung werden ebenfalls die Angaben der Befragung 2012 (nur Sihlwald) dargestellt. Wo möglich und sinnvoll werden statistische Testverfahren angewendet, um Unterschiede zwischen Langenberg und Sihlwald zu identifizieren. Zusätzlich werden auch die Sihlwald-Angaben aus 2012 mit denen aus 2016 statistisch verglichen.

Bei dieser Darstellung müssen mehrere Punkte im Hinterkopf behalten werden: Bei den beiden Befragungen (2012 und 2016) handelt es sich jeweils um querschnittliche Untersuchungsdesigns. Veränderungen zwischen den beiden Befragungen können also nicht eindeutig als tatsächlich veränderte Qualität interpretiert werden, sondern können auch durch die zugrundeliegenden unterschiedlichen Stichproben erklärt werden (2012 und 2016 wurden unterschiedliche Personen befragt). Ebenfalls sollten Korrelationen nicht im Sinne von Kausalitäten interpretiert werden; sie stellen lediglich ein Zusammenhangsmass für das gemeinsame Auftreten verschiedener Merkmale dar. Um Kausalitätsannahmen zu überprüfen wäre ein echtes längsschnittliches statt eines querschnittlichen Studiendesigns mit experimentellem Charakter erforderlich.

Bei allen Auswertungen führten teilweise fehlende Angaben zu einem listenweisen Fallausschluss, so dass die Angaben in der Regel nicht auf dem maximalen N basieren. Durchschnittlich sind mit ca. 10 – 15% fehlenden Angaben bei einzelnen Fragen zu rechnen, was die effektive Stichprobengrösse entsprechend verringert. Bei jeder Auswertung wird angegeben, auf wie vielen Antworten die Ergebnisse beruhen.

## 2.5 Feldphase

Die Hauptbefragung fand vom 14. – 30.10.2016 statt. Befragt wurde jeweils Freitags, Samstags und Sonntags. Die Wetterbedingungen waren wechselhaft, am 23.10.2016 wurde die Befragung aufgrund zu geringer Besucherzahlen und anhaltendem Regen gegen Mittag abgebrochen. Das letzte Befragungswochenende wartete mit fast spätsommerlichem Wetter auf, so dass insgesamt alle Fragebögen verteilt werden konnten.

Für die Befragung waren jeweils 2-4 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 durch die Befragung belästigt fühlen. Die Interviewer und Interviewerinnen stellten sich namentlich vor und baten die Besuchenden, an der Studie teilzunehmen und damit zu helfen, dass Besuchserlebnis zu verbessern und einen Beitrag an wissenschaftlicher Forschung zu leisten. Weiterhin wurde mitgeteilt, dass die Besuchenden sich ca. 15 bis 20 Minuten Zeit nehmen müssten und einen Fragebogen direkt vor Ort ausfüllen sollten. Als kleines Dankeschön durften sich diejenigen, die an der Studie teilnahmen, einen Schokoriegel nehmen. Die Interviewer wurden instruiert, dass bei Besuchergruppen möglichst jede Person einen Fragebogen ausfüllen solle, da es um die 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 (Sihlwald) bzw. in Sichtweite der Cafeteria (Langenberg), während weitere Projektmitarbeitende zusätzliche Teilnehmer und Teilnehmerinnen rekrutierten.

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.

Der Befragungsablauf ist detailliert in Tabelle 1 dargestellt.

**Tabelle 1.**

Überblick über den zeitlichen Ablauf der Befragung 2016 inklusive Zuordnung der Interviewer und Interviewerinnen zu den Befragungsdaten.

	14.10. Fr	15.10. Sa	16.10. So	21.10. Fr	22.10. Sa	23.10. So <sup>1</sup>	28.10. Fr	29.10. Sa	30.10. So
<b>Sihlwald</b>	Sandra Ramona Mandana	Madeleine Marie	Eliana Enes	Sandra Ramona	Laura Stéphi	Eliana Vanja Sinje	Lara Sina Lynn	Lynn, Sina Vanja Christian	Julia, Enes, Eva, Laura, Tenzin
<b>Langenberg</b>	Marie Bettina	Bettina Alexandra	Eva Tenzin Madeleine	Alexandra Stéphi	Julia Sinje	(x) <sup>2</sup>	(x) <sup>2</sup>	(x) <sup>2</sup>	(x) <sup>2</sup>

<sup>1</sup> = Am 23.10. wurde die Befragung wegen Kälte und Dauerregen abgebrochen

<sup>2</sup> = Ab dem 23.10. waren alle Fragebögen im Langenberg verteilt und ausgefüllt, so dass sich die Befragung danach auf den Sihlwald fokussierte.

Die Teilnahmequote variierte stark und war sowohl vom Wochentag, Wetter und Befragungsort abhängig. Freitags lag die Quote zwischen 5–10% (Sihlwald) und 15–20% (Langenberg), an den Wochenenden deutlich höher: durchschnittlich ca. 15–25% im Sihlwald und 20–50% im Langeberg.

## 2.6 Zielgruppe und Stichprobe

Zielgruppe der Befragung waren all jene Personen, die den Wildnispark Zürich Sihlwald bzw. Langenberg während der Feldphase der Befragung als Besucher und Besucherin aufgesucht haben. Mitarbeitende des Parks wurden nicht befragt. 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 und alle Inhalte im Sinne der Befragung verstanden werden würden.

Das Vorgehen war mit dem aus 2012 vergleichbar, so dass eine möglichst ähnliche Population erreicht werden sollte. Dies ist unter anderem wichtig, um die Ergebnisse 2012 und 2016 aufeinander beziehen zu können. Im Folgenden werden die wichtigsten soziodemographischen Kenndaten der Befragten beschrieben.

### Beschreibung der Stichprobe

Insgesamt wurde 311 Personen befragt, davon 155 (49.8%) im Sihlwald und 156 (50.2%) im Langenberg. Die für die Auswertung genutzte Gesamtstichprobe beläuft sich somit auf  $N_{\text{Max}} = 311$  Parkbesucher und -besucherinnen. Dabei muss jedoch bedacht werden, dass nicht alle befragten Personen die Fragebögen vollständig ausgefüllt haben, so dass die meisten Auswertungen und Ergebnisse auf einer geringeren Stichprobengrösse beruhen. In jedem Fall wird die tatsächliche Stichprobengrösse bei jeder Auswertung angegeben.

In Tabelle 2 sind die soziodemografischen Angaben für die befragten Personen im Sihlwald und Langenberg wiedergegeben. Zusätzlich sind als Referenzgrösse auch die Angaben aus 2012 aufgenommen (nur Sihlwald).

**Tabelle 2.**

Aufschlüsselung der befragten Besucher und Besucherinnen nach ausgewählten soziodemografischen Merkmalen.

	Gesamt	2016 Sihlwald	Langenberg	2012 Sihlwald
Alter in Jahren	46.3 ( <i>SD</i> 15.2)	48.6 ( <i>SD</i> 15.7)	44 ( <i>SD</i> 14.3)	47 ( <i>SD</i> 15.9)
Geschlecht	55.3% weiblich	51.8% weiblich	58.8% weiblich	60.8% weiblich
Sprache	91.4% Deutsch	91.2 % Deutsch	91.6% Deutsch	95.3% Deutsch
Erwerbstätigkeit (%)	81.2% ( <i>SD</i> 15.5)	81.4% ( <i>SD</i> 26.8)	81% ( <i>SD</i> 24.4)	77.3% ( <i>SD</i> 29.4)

Aus der Tabelle geht hervor, dass die Stichprobe im Langenberg durchschnittlich um ca. 4,6 Jahre jünger ist als die Stichprobe im Sihlwald, die Altersunterschiede sind statistisch signifikant ( $t(279) = 2.609, p = .01$ ). Die übrigen Unterschiede sind nicht statistisch nicht

signifikant, so dass davon ausgegangen werden kann, dass sich die Stichproben nicht grundsätzlich unterscheiden.

Im Vergleich zu der Befragung 2012 fällt auf, dass insbesondere der Teil der weiblichen Befragten in der Befragung 2016 um ca. 5 Prozentpunkte niedriger liegt, während der durchschnittliche Beschäftigungsgrad in Prozent 2016 leicht höher lag. Die Unterschiede sind allerdings nicht signifikant. Das bedeutet, dass im Sihlwald 2012 und 2016 eine vergleichbare Besucherpopulation befragt wurde.

### Bildung

Das Bildungsniveau (gemäss des höchsten Schul- bzw. Ausbildungsabschlusses) ist in Tabelle 3 dargestellt.

**Tabelle 3.**  
Bildungsniveau der befragten Besucher und Besucherinnen.

	Gesamt	2016 Sihlwald	Langenberg	2012 Sihlwald
Primarschule	1.4%	1.4%	1.5%	3.1%
Berufsschule	24.0%	26.7%	21.2%	23.4%
Matura/Gymnasium	4.9%	4.1%	5.8%	10.9%
Höhere Berufs- oder Fachausbildung	22.6%	17.1%	28.5%	20.3%
Fachhochschule, PH	15.2%	12.3%	18.2%	8.6%
Universität, Technische Hochschule (ETH)	31.1%	37.0%	24.8%	32%
Anderer Abschluss	0.7%	1.4%	0%	1.7%

Auch wenn im Sihlwald augenscheinlich mehr Personen mit Universitäts- oder Hochschulabschluss befragt wurden und im Langenberg die Personen mit höherer Berufs- oder Fachausbildung am häufigsten vertreten waren, gab es insgesamt betrachtet keine signifikanten Unterschiede in der Zusammensetzung des Bildungsniveaus zwischen den beiden Stichproben ( $\chi^2(6) = 12.23, p = .06$ ). Auch der Vergleich mit den Angaben aus der Befragung 2012 lässt auf keine signifikanten Abweichungen schliessen ( $\chi^2(6) = 9.806, p = .13$ ).

### Begleitung

Analog zu der Befragung 2012 wurde den Besuchern und Besucherinnen 2016 auch die Frage danach gestellt, ob sie alleine den Park besuchen, oder ob sie in Begleitung dort seien. Die Ergebnisse sind in Tabelle 4 dargestellt.

**Tabelle 4**  
Begleitung während des Besuchs (Mehrfachnennungen möglich)

	Gesamt	2016 Sihlwald	Langenberg	2012 Sihlwald
Alleine	6.6%	7.9%	5.3%	10.1%
Partner oder Partnerin	40.1%	44.7%	35.3%	59.0%
Kind oder Kinder	41.7%	35.5%	48.0%	29.5%
Familie oder Verwandte	29.8%	21.7%	38.0%	23.0%
Freunde oder Kollegen	18.2%	19.1%	17.3%	8.6%
Nennungen total	136.4%	128.9%	143.9%	130.2%

Signifikante Unterschiede zeichnen sich dabei ab, ob der Besuch mit Kindern oder ohne Kinder stattfand: hier kann gesagt werden, dass der Langenberg signifikant häufiger mit Kindern ( $\chi^2(1) = 4.130, p = .04$ ) und/oder Familienangehörigen und Verwandten ( $\chi^2(1) = 8.791, p = .00$ ) als der Sihlwald besucht wird.

Auch bei dem Vergleich der Gesamtstichproben 2012 und 2016 lassen sich signifikante Unterschiede in den Kategorien „Partner oder Partnerin“ ( $\chi^2(1) = 15.653, p = .00$ ), „Kind oder Kinder“ ( $\chi^2(1) = 4.997, p = .03$ ) und „Freunde oder Kollegen“ ( $\chi^2(1) = 6.211, p = .01$ ) finden. Das bedeutet, dass zwar die soziodemografischen Daten der befragten Besucher und Besucherinnen grundsätzlich vergleichbar sind, aber die Umstände des Besuchs sich durchaus unterscheiden.

### Besuchsidee

Die Antworten auf die Frage, von wem die Initiative für den Besuch ausging, sind in Tabelle 5 dargestellt.

**Tabelle 5.**  
Antworten auf die Frage, welche Person die Idee für den „heutigen Besuch“ hatte.

	Gesamt	2016 Sihlwald	Langenberg	2012 Sihlwald
Befragte Person selber	55.3%	54.1%	56.4%	55.4%
Partner oder Partnerin	22.4%	26.7%	18.1%	28.1%
Kind oder Kinder	4.1%	2.7%	5.4%	4.3%
Familie oder Verwandte	6.8%	5.5%	8.1%	4.3%
Freunde oder Kollegen	11.2%	11.0%	11.4%	6.5%
Jemand anderes	0.3%	0.0%	0.7%	1.4%

Insgesamt sind die Daten über alle Kategorien betrachtet zwischen Sihlwald und Langenberg und zwischen 2012 und 2016 statistisch nicht signifikant unterschiedlich. Das heisst, dass die

Frage danach, von wem die Idee zum Parkbesuch kam, von Personen im Sihlwald (2012 und 2016) und Langenberg grundsätzlich gleich beantwortet wurde: Hauptsächlich gab die Person, die auch den Fragebogen ausfüllte, an, dass die Besuchsidee von ihr ausging.

### Anreisemittel

Mit welchem Verkehrsmittel die Befragten angereist sind, ist in Tabelle 6 auf der nächsten Seite dargestellt.

**Tabelle 6.**

Antwortverteilung (in %) auf die Frage, mit welchem Verkehrsmittel die befragten Besucher und Besucherinnen angereist sind.

	Gesamt	2016 Sihlwald	Langenberg	2012 Sihlwald
Auto, Motorrad, etc.	56.5%	45.2%	67.3%	49.6%
Velo	1.7%	3.4%	0.0%	15.8%
zu Fuss	18.4%	23.3%	13.7%	19.4%
Öffentl. Verkehrsmittel	23.4%	28.1%	19.0%	15.1%

Bei der Wahl des Verkehrsmittels zeigen sich zum Teil deutliche Unterschiede: Der Langenberg wird vermehrt mit dem Auto aufgesucht und im Vergleich zum Sihlwald weniger mit dem Velo, zu Fuss oder mit den öffentlichen Verkehrsmitteln. Diese Unterschiede sind statistisch signifikant ( $\chi^2(3) = 18.076, p = .00$ ).

Auch der Vergleich zu 2012 resultiert in signifikanten Unterschieden: Insgesamt betrachtet wurde 2016 häufiger das Auto und öffentliche Verkehrsmittel, aber viel seltener das Velo gewählt, um den Sihlwald zu erreichen ( $\chi^2(3) = 34.872, p = .01$ ).

### Besuchshäufigkeit

Es wurde ebenfalls danach gefragt, wie häufig die Besucher und Besucherinnen durchschnittlich den Wildnispark besuchen. Die Ergebnisse sind in Tabelle 7 zu finden.

**Tabelle 7.**

Antwortverteilung (in %) auf die Frage, wie häufig der Wildnispark durchschnittlich aufgesucht wird.

	Gesamt	2016 Sihlwald	Langenberg	2012 Sihlwald
Erstbesuch	17.8%	15.9%	19.7%	23.0%
seltener als 5-6 Monate	17.5%	11.7%	23.0%	10.8%
ca. alle 5-6 Monate	26.9%	29.7%	24.3%	21.6%
ca. monatlich	27.3%	31.0%	23.7%	29.5%
ca. wöchentlich	7.7%	9.0%	6.6%	14.4%
(fast) täglich	2.7%	2.8%	2.6%	0.7%

Zwischen Sihlwald und Langenberg zeichneten sich 2016 keine signifikanten Unterschiede ab. Im Vergleich zu 2012 kann allerdings gesagt werden, dass 2016 weniger Erstbesucher und –besucherinnen an der Befragung teilnahmen, und dass weniger Personen angaben, ca. wöchentlich den Park aufzusuchen. Auf der anderen Seite waren die Personen, die angaben, seltener als alle 5-6 Monate den Park zu besuchen, 2016 überproportional häufig vertreten ( $\chi^2(5) = 11.351, p = .05$ ).

### Berufsfeld

Ebenfalls wurden die Besucher und Besucherinnen danach gefragt, in welchem Berufsfeld sie tätig seien. Die Ergebnisse können Tabelle 8 entnommen werden.

**Tabelle 8.**

Antwortverteilung (in %) auf die Frage, in welchem Berufsfeld die Befragten tätig sind.

	Gesamt	2016 Sihlwald	Langenberg	2012 Sihlwald
Detailhandel oder kaufmännischer Bereich	12.9%	10.4%	15.3%	13.2%
Banken und Versicherungen	11.3%	11.2%	11.5%	9.1%
Wissenschaft und Forschung	9.8%	12.8%	6.9%	9.9%
Land- oder Forstwirtschaft	0.4%	0.8%	0.0%	2.5%
Handwerk	5.1%	6.4%	3.8%	4.1%
Schulwesen, Lehrtätigkeit	8.6%	8.8%	8.4%	14.0%
Gesundheitswesen, Betreuung oder Pflege	17.2%	14.4%	19.8%	16.5
Verwaltung (Gemeinde, Kanton, Staat)	3.9%	1.6%	6.1%	2.5%
Anderer Bereich	30.9%	33.6%	28.2%	23.1%
nicht berufstätig	0.0%	0.0%	0.0%	5.0%

Die Nennungen der Berufsfelder weichen zwischen Sihlwald und Langenberg nicht signifikant ab, wohl aber zwischen der Befragung 2012 und 2016. Diese Unterschiede sind aber hauptsächlich auf Nennungen in der Kategorie „nicht berufstätig“ zurückzuführen, da diese 2016 von niemandem gewählt wurde ( $\chi^2(9) = 21.218, p = .01$ ).

Insgesamt kann festgehalten werden, dass der Langenberg häufiger von jüngeren Personen, mit Kindern bzw. mit Verwandten oder Familienmitgliedern und mit dem Auto aufgesucht wird als der Sihlwald. Im Vergleich zu 2012 waren weniger Erstbesucher und –besucherinnen in der Stichprobe vertreten und weniger Personen reisten mit dem Velo an.

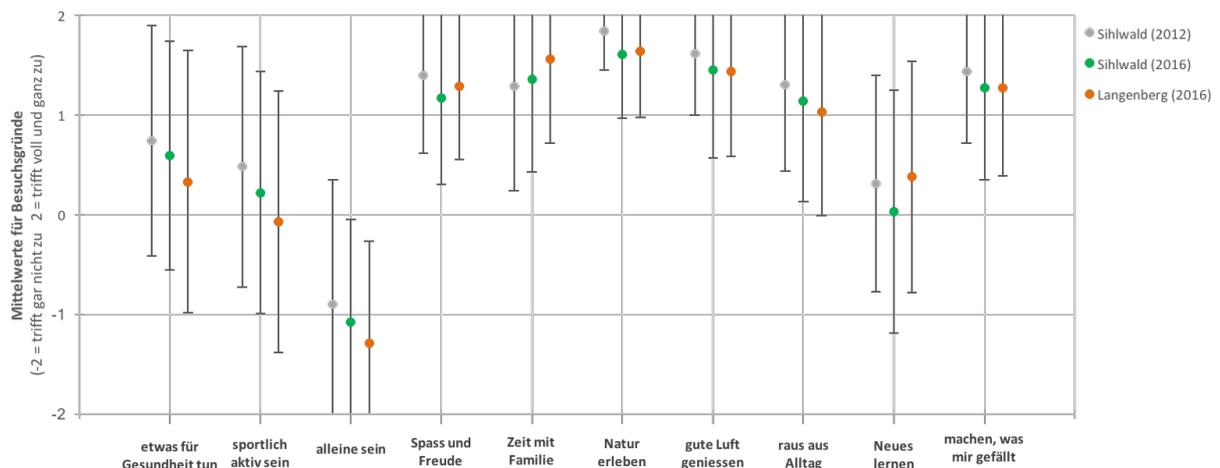
Der Vergleich der Soziodemografie zeigt, dass es zwischen den befragten Stichproben vereinzelt Unterschiede gibt und dass die beiden Teile des Parks möglicherweise eine unterschiedliche Zielgruppe ansprechen.

### 3 Ergebnisse der Befragung

Dieses Kapitel enthält die Ergebnisse der Besucherbefragung. Die Reihenfolge der Ergebnisse erfolgt dabei in derselben Reihenfolge wie bei dem Ergebnisbericht 2012.

#### 3.1 Besuchsmotive

Auf die Frage hin, welche Besuchsgründe aus der ganz persönlichen Sicht der Befragten zutreffen oder nicht zutreffen, wurde sowohl im Sihlwald als auch im Langenberg am häufigsten dem Grund „Ich möchte die Natur erleben“ zugestimmt ( $M_{\text{Sihlwald}} = 1,61$ ,  $SD = 0,64$ ;  $M_{\text{Langenberg}} = 1,64$ ,  $SD = 0,66$ ). Am wenigstens wurde dem Grund ‚alleine sein zu wollen‘ zugestimmt ( $M_{\text{Sihlwald}} = -1,08$ ,  $SD = 1,03$ ;  $M_{\text{Langenberg}} = -1,29$ ,  $SD = 1,02$ ). 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 1 dargestellt.

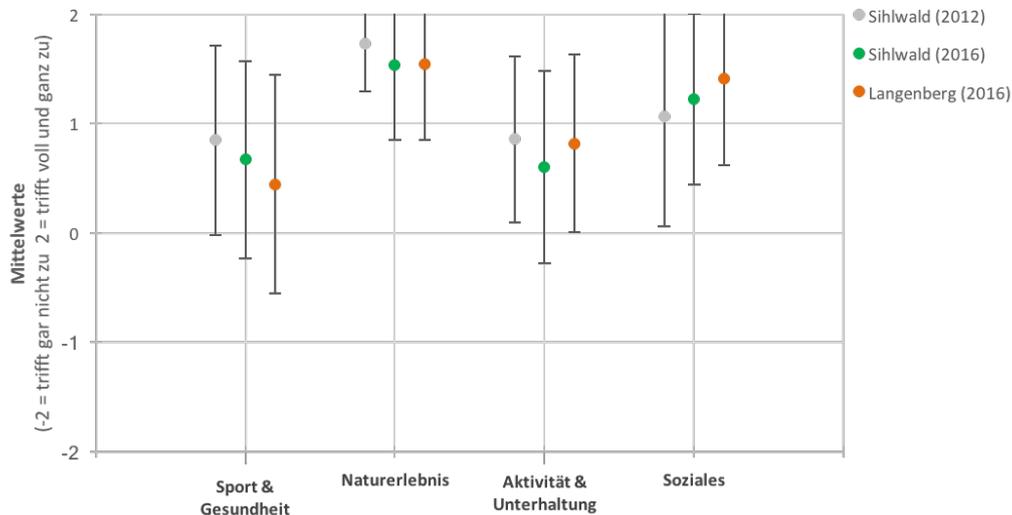


**Abbildung 1.** Mittelwerte und Standardabweichungen für das Ausmass, mit dem 10 unterschiedlicher Besuchsgründe als zutreffend oder nicht zutreffend bewertet wurden ( $n_{\text{Sihlwald}_{2012}} = 131 - 136$ ;  $n_{\text{Sihlwald}_{2016}} = 140 - 150$ ;  $n_{\text{Langenberg}_{2016}} = 147 - 155$ ).

Deutlich wird, dass die Besuchsgründe relativ ähnlich ausgeprägt sind. Allerdings stimmen im Sihlwald mehr Personen dem Grund „Ich möchte sportlich aktiv sein“ zu als im Langenberg ( $t(297) = 1.974$ ,  $p = .05$ ), während Personen im Langenberg vermehrt kommen, um „etwas Neues zu lernen“ ( $t(289) = -2.552$ ,  $p = .01$ ).

Der Vergleich der Sihlwald Daten 2012 und 2016 zeigt, dass 2016 signifikant weniger Personen angaben, in den Sihlwald zu kommen, um „Spass und Freude“ ( $t(272) = 2.273$ ,  $p = .02$ ), um „die Natur zu erleben“ ( $t(283) = 3.734$ ,  $p = .00$ ), und um „etwas Neues zu lernen“ ( $t(272) = 1.989$ ,  $p = .05$ ). Insgesamt wurde 2016 allen Besuchsgründen relativ gesehen etwas weniger zugestimmt als dies 2012 der Fall war.

Bei der Befragung 2012 wurden die Besuchsgründe mittels einer Hauptkomponentenanalyse zu den vier Faktoren *Sport & Gesundheit*, *Naturerlebnis*, *Aktivität & Unterhaltung* und *Soziales* zusammengefasst (vgl. von Lindern, 2013). Nach gleichem Muster wurden die Besuchsgründe auch für die Befragung 2016 zusammengefasst. Dadurch ergibt sich die in Abbildung 2 dargestellten Ausprägungen der 2012 gefundenen Motivdimensionen.



**Abbildung 2.** Mittelwerte und Standardabweichungen für die in der Hauptkomponentenanalyse gefundenen übergeordneten Besuchsmotive ( $n_{\text{Sihlwald}_{2012}} = 131 - 136$ ;  $n_{\text{Sihlwald}_{2016}} = 144 - 151$ ;  $n_{\text{Langenberg}_{2016}} = 153 - 155$ ).

Der Vergleich von Sihlwald und Langenberg 2016 zeigt, dass im Sihlwald signifikant mehr Personen mit „Sport & Gesundheit“ Motiven anzutreffen sind ( $t(304) = 2.074$ ,  $p = .04$ ). Hingegen sind die Motive „Aktivität & Unterhaltung“ ( $t(296) = -2.249$ ,  $p = .03$ ) und „Soziales“ ( $t(299) = -2.049$ ,  $p = .04$ ) im Langenberg signifikant stärker ausgeprägt als im Sihlwald. Das „Naturerlebnis“ ist im Sihlwald und Langenberg (fast) gleich stark und überaus positiv ausgeprägt.

Im Vergleich Sihlwald 2012 zu 2016 zeigt sich, dass die Motive „Naturerlebnis“ ( $t(286) = -2.881$ ,  $p = .00$ ) sowie „Aktivität & Unterhaltung“ ( $t(278) = 2.634$ ,  $p = .01$ ) 2016 geringer ausgeprägt sind.

Der Abbildung kann weiterhin entnommen werden, dass die Befragten am stärksten dem Besuchsmotiv „Naturerlebnis“ zugestimmt haben. Die vergleichsweise geringen Standardabweichungen für Sihlwald und Langenberg sprechen dafür, dass der Mittelwert nur eine geringe Streuung aufweist. Das bedeutet, dass fast alle Befragten aus Gründen des Naturerlebnisses in den Wildnispark Zürich gekommen sind, unabhängig davon, ob es sich um den Sihlwald oder Langenberg handelt. Diejenigen, denen Sport und Gesundheit wichtiger sind, suchen vermehrt den Sihlwald auf, während diejenigen, die den Langenberg besuchen, stärker auf Aktivität, Unterhaltung und Soziales achten. Die eher hohen Standardabweichungen lassen aber darauf schliessen, dass eine strikte Unterscheidung

zwischen Besuch im Sihlwald oder Langenberg aufgrund der Besuchsmotive nur wenig sinnvoll ist und allenfalls als Tendenz interpretiert werden sollte.

### 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 unternommen haben. Die Ergebnisse sind in Tabelle 9 dargestellt.

**Tabelle 9.**

Darstellung der Häufigkeiten für verschiedenen Aktivitäten, die die Befragten während des Parkbesuchs unternommen haben ( $n_{\text{Sihlwald}_2012} = 139$ ;  $n_{\text{Sihlwald}_2016} = 152$ ;  $n_{\text{Langenberg}_2016} = 156$ ). Mehrfachnennungen waren möglich.

	2016		2012
	Sihlwald	Langenberg	Sihlwald
Natur beobachten	60,5	79,5	66,2
Wandern	55,3	48,1	57,6
(Wild-) Tiere ansehen	28,9	87,8	40,3
Nichts Bestimmtes, einfach „sein“	36,8	18,6	38,8
Picknicken	17,1	9,0	25,9
Biken	3,3	1,3	11,5
Gezielt Informationen suchen (z.B. Besucherzentrum)	-/-	-/-	9,4
Pflanzen bestimmen oder anschauen	12,5	5,1	7,9
Sport (Laufen, Joggen, Nordic Walking etc.)	9,2	5,1	5,8
Sammeln (Pilze, Beeren, etc.)	5,3	1,9	5
Speziellen Ort aufsuchen (Ruine, Aussichtsturm etc.)	4,6	3,2	2,9
Hund ausführen	8,6	8,3	-/-
Restaurant besuchen	49,3	64,1	-/-
Spielplatz nutzen	40,1	35,3	-/-
Anderes	-/-	-/-	20,9
Gesamt	331,6	367,3	292,1

Entsprechend der Ergebnisse zu den Besuchsgründen nannten die meisten Befragten, dass sie im Sihlwald die Natur beobachtet hätten und gewandert seien. Ebenfalls rangiert das Ansehen von Tieren und Wildtieren auf einem hohen bzw. im Langenberg auf dem mit Abstand höchsten Platz: 87,8% der befragten Langenberg Besucher und Besucherinnen gaben an, dies unternommen zu haben. Am seltensten gaben die Befragten an, dass sie biken. Hier ist eine auffällige Diskrepanz zu den Ergebnissen 2012 zu sehen, wo biken sehr viel häufiger genannt wurde und auch mehr Personen angaben, mit dem Velo angereist zu sein (vgl. Angaben zur Demografie). Insgesamt gab durchschnittlich jeder Befragte im Sihlwald knapp 3,3 und im Langenberg 3,7 Aktivitäten an, die er/sie während des Besuchs 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 aufsuchten oder sich in der Nähe davon aufgehalten haben (Sihlwald) bzw. die bei ihrem Besuch den Platz vor der Cafeteria aufsuchten (Langenberg).

Werden Sihlwald und Langenberg hinsichtlich der genannten Aktivitätshäufigkeiten verglichen, lässt sich sagen, dass Besucher und Besucherinnen im Langenberg häufiger die Natur beobachten ( $\chi^2(1) = 14.00, p = .00$ ), Wildtiere ansehen ( $\chi^2(1) = 112.890, p = .00$ ) und das Restaurant besuchen ( $\chi^2(1) = 7.804, p = .01$ ) als im Sihlwald. Im Sihlwald wird hingegen häufiger als im Langenberg gepicknickt ( $\chi^2(1) = 4.220, p = .04$ ), Pflanzen angeschaut oder bestimmt ( $\chi^2(1) = 4.985, p = .03$ ) und nichts Bestimmtes unternommen, sondern „einfach nur gewesen“ ( $\chi^2(1) = 12.042, p = .00$ ).

Im Vergleich Sihlwald 2012 zu 2016 gaben die Befragten signifikant seltener an, Wildtiere anzusehen ( $\chi^2(1) = 4.624, p = .03$ ) und zu biken ( $\chi^2(1) = 7,584, p = .01$ ). Die geringeren Nennungen beim Biken können vermutlich darauf zurückgeführt werden, dass auch sehr viel weniger Personen mit dem Velo angereist waren als 2012. Warum aber auch weniger Wildtiere angesehen wurden, kann nicht beantwortet werden.

### 3.3 Besucherleben

Neben der rein deskriptiven Betrachtung der Besuchsgründe und der Aktivitäten, die die Besucher und Besucherinnen unternommen haben, steht das Besuchserleben auch in der Befragung 2016 im Vordergrund. Genauer ist damit gemeint, wie die Besucher und Besucherinnen den Aufenthalt im Sihlwald bzw. Langenberg 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, indem eine Wichtigkeits-Zufriedenheitsmatrix erstellt wird.

Besonders positive und negative Aspekte des Besuchs wurden offen erfragt und anschliessend kategorisiert. Dabei wurde zuerst versucht, die Antworten nach demselben Prinzip wie bei der Befragung 2012 zusammenzufassen. Allerdings stellte sich heraus, dass das

Kategoriensystem geringfügig angepasst werden musste, um inhaltlich sowohl die Nennungen der Befragung 2012 als auch die der Befragung 2016 zu fassen. Insgesamt gab es nur wenig Antworten zu negativen Aspekten: lediglich 24 Personen (15,5%) im Sihlwald und 21 Personen (13,5%) im Langenberg empfanden irgendetwas bei ihrem Parkbesuch als negativ oder störend. In Tabelle 10 ist dargestellt, was genau diejenigen Personen, die überhaupt einen Aspekt als „negativ“ bezeichnet haben, angaben.

**Tabelle 10.**

Häufigkeiten von Aspekten, die als besonders negativ erlebt wurden ( $n_{\text{Sihlwald}_2012} = 20$ ;  $n_{\text{Langenberg}_2016} = 21$ ;  $n_{\text{Sihlwald}_2016} = 24$ ). Mehrfachnennungen waren möglich.

	2016		2012
	Sihlwald	Langenberg	Sihlwald
Restaurant	3 (9,4%)	2 (6,9%)	
Natur, Wald & Landschaft	6 (18,8%)	0 (0,0%)	2 (10,0%)
Wetter	0 (0,0%)	2 (6,9%)	
Tiere	2 (6,3%)	6 (20,7%)	2 (10,0%)
Ausstellung, Besucherzentrum oder Museum	1 (3,1%)	0 (0,0%)	
Ruhe	1 (3,1%)	1 (3,4%)	3 (15,0%)
Infrastruktur (Wege, Pläne, Zustand)	7 (21,9%)	9 (31,0%)	2 (10,0%)
Spielplatz	1 (3,1%)	1 (3,4%)	
Mitarbeitende	2 (6,3%)	0 (0,0%)	
Kosten/Preise	0 (0,0%)	3 (10,3%)	
Abfall	4 (12,5%)	0 (0,0%)	3 (15,0%)
Nutzungskonflikte	1 (3,1%)	3 (10,3%)	5 (25,0%)
Explizit „nichts“	3 (9,4%)	1 (3,4%)	
Sonstiges	1 (3,1%)	1 (3,4%)	3 (15,0%)
Gesamt (Nennungen)	32 (100%)	29 (100%)	20 (100%)

Im Sihlwald betreffen die meisten negativen Aussagen Aspekte der Infrastruktur (Zustand der Wege: zu kurz, rutschig, zu breit, Parkplatzangebot, fehlende Infoschilder), Natur, Wald und Landschaft (zu viel Einschränkungen und Reglements, Baustellen, Strommasten) und Abfall (zu wenig und fehlende Kübel). Während 2012 sich noch Nutzungskonflikte mit Bikern als potentiell Problem abzeichneten, wurde dies 2016 nur noch von einer einzigen Person angemerkt. Hierbei sollte jedoch bedacht werden, dass während der Feldphase generell sehr wenig Personen mit Velo im Sihlwald unterwegs waren bzw. in der Stichprobe vertreten sind. Im Vergleich zwischen Sihlwald und Langenberg zeigen sich ähnliche Antworten, aber auch Unterschiede, die vermutlich dem Charakter des Parks zuzuordnen sind: Im Langenberg wird ebenfalls am häufigsten die Infrastruktur kritisiert (defekte Technik/Bücher/Schilder, Wege zu

uneben und zu viele Äste auf den Wegen, nicht immer barrierefrei). Am zweithäufigsten wird der Bereich „Tiere“ kritisiert: einerseits fanden die Besucher und Besucherinnen, dass die Tiere nicht gut/oft genug gesehen werden können, andererseits wurde auch die Wildtierhaltung an sich in Frage gestellt. Bei den Preisen wurde als Kritik die hohen Getränkekosten in der Selbstbedienung genannt, bei „Nutzungskonflikten“ beschwerten sich Personen über zu viele und zu laute Kinder.

Im Gegensatz zu den negativen Aspekten gab es sehr viel mehr Nennungen bei den positiven Erlebnissen. Insgesamt haben 40 Personen (25,8%) im Sihlwald und 33 Personen (21,2%) im Langenberg auf die offene Frage nach einem besonders positiven Besuchserlebnis geantwortet. Die offenen Antworten wurden nach demselben System wie bei den negativen Antworten kategorisiert und sind in Tabelle 11 aufgeführt.

**Tabelle 11**

Häufigkeiten von Aspekten, die als besonders positiv erlebt wurden ( $n_{\text{Sihlwald}_2012} = 58$ ;  $n_{\text{Langenberg}_2016} = 33$ ;  $n_{\text{Sihlwald}_2016} = 40$ ).

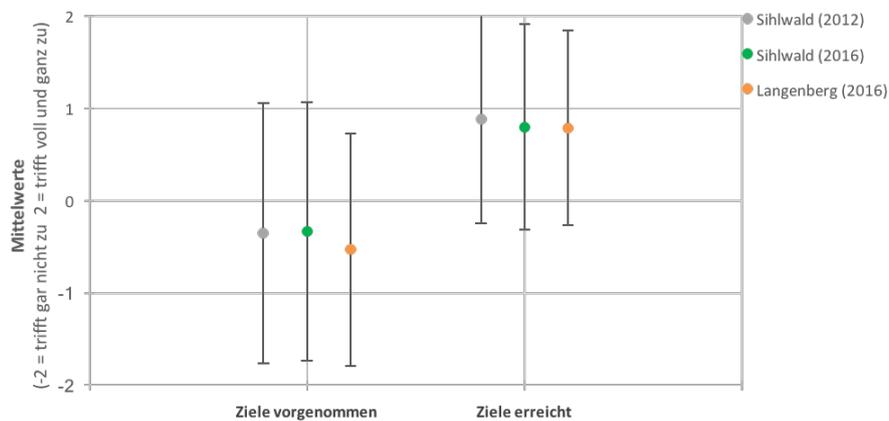
	2016		2012
	Sihlwald	Langenberg	Sihlwald
Restaurant	3 (5,3%)	2 (4,9%)	
Natur, Wald & Landschaft	10 (17,5%)	6 (14,6%)	24 (25,5%)
Wetter	5 (8,8%)	1 (2,4%)	8 (8,5%)
Tiere	4 (7,0%)	11 (26,8%)	7 (7,4%)
Ausstellung, Besucherzentrum oder Museum	6 (10,5%)	1 (2,4%)	
Ruhe	7 (12,3%)	3 (7,3%)	11 (11,7%)
Infrastruktur (Wege, Pläne, Zustand)	6 (10,5%)	5 (12,2%)	22 (23,4%)
Spielplatz	5 (8,8%)	1 (2,4%)	12 (12,8%)
Mitarbeitende	2 (3,5%)	2 (4,9%)	3 (3,2%)
Kosten/Preise	1 (1,8%)	3 (7,3%)	
Abfall (Sauberkeit)	2 (3,5%)	0 (0,0%)	
keine Nutzungskonflikte	0 (0,0%)	0 (0,0%)	
Explizit „nichts“	0 (0,0%)	0 (0,0%)	
Sonstiges	6 (10,5%)	6 (14,6%)	7 (7,4%)
Gesamt (Nennungen)	57 (100%)	41 (100%)	94 (100)

Die Besucher und Besucherinnen im Sihlwald fanden die Natur, den Wald und die Landschaft (bunte Herbstfarben, schöner Wald, Aussicht, Naturerlebnis), Ausstellung, Besucherzentrum und Museum, die Infrastruktur und den Spielplatz besonders positiv. Interessant ist hierbei, dass die Infrastruktur und die Landschaft auch Aspekte sind, die andere Besuchende als besonders negativ wahrgenommen haben.

In Bezug auf den Langenberg stellt sich heraus, dass die Tiere als Highlight wahrgenommen werden, ebenso wie die Natur, Wald und Landschaft und die Infrastruktur. Auch hier zeigt sich wieder das Spannungsfeld wie bei den Angaben zum Sihlwald, dass Inhalte einzelner Kategorien stark polarisieren.

Grundsätzlich wurden die Kategorien, die 2012 häufig genannt wurden, auch 2016 als besonders positiv erwähnt. Insgesamt kann festgehalten werden, dass die befragten Besucher und Besucherinnen 2016 etwa doppelt so häufig besonders positive statt negative Besuchserlebnisse nannten, während die Zahl 2012 noch ungefähr dreimal so hoch war. Diese Tendenz sollte allerdings nur mit Vorsicht interpretiert werden, da es sich um sehr geringe absolute Häufigkeiten hinter den prozentualen Häufigkeiten handelt. Aus diesem Grund wurde auch auf Anwendung statistischer Signifikanztests zur Überprüfung von Unterschieden verzichtet.

Neben diesen offenen Fragen ist ein weiterer Indikator für ein insgesamt positives oder negatives Besuchserleben 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 3 dargestellt.



**Abbildung 3.** Mittelwerte und Standardabweichungen auf die Frage, ob sich die Besuchenden konkrete Ziele für ihren Besuch vorgenommen haben und ob sie diese erreicht haben ( $n_{\text{Sihlwald}_{2012}} = 121 - 127$ ;  $n_{\text{Sihlwald}_{2016}} = 137 - 143$ ;  $n_{\text{Langenberg}_{2016}} = 137 - 141$ ).

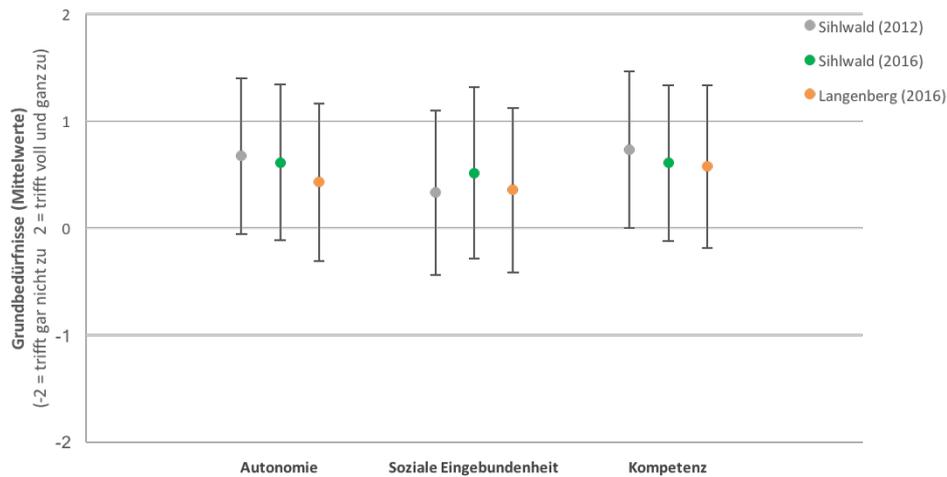
Ähnlich wie bei der Befragung 2012 kann der Abbildung entnommen werden, dass sich die meisten Befragten keine konkreten Ziele vorgenommen haben. Die sehr hohe Standardabweichung spricht allerdings dafür, dass die Analyse hier kein einheitliches Bild ergibt. Der relativ hohe Mittelwert bei der Zielerreichung spricht dafür, dass die Befragten grundsätzlich bei ihrem Parkbesuch erreicht haben, was sie sich für den Besuch

vorgenommen haben. Eine statistische Überprüfung ergab, dass weder zwischen Sihlwald und Langenberg, noch zwischen den Befragungen 2012 und 2016 (Sihlwald) signifikante Unterschiede bestehen.

Die Erwartungen an den Besuch haben sich im Sihlwald (2016) für 52,1% voll und ganz erfüllt, für 44,3% zumindest teilweise und für lediglich 3,6% nicht erfüllt ( $n = 140$ ). Für den Langenberg ergibt sich ein sehr vergleichbares Bild: Hier haben sich die Erwartungen an den Besuch für 55,3% voll und ganz und für 40,5% mindestens teilweise erfüllt, während 4,2% berichten, dass sich ihre Erwartungen an den Parkbesuch nicht oder eher nicht erfüllt hätten ( $n = 141$ ). Statistisch signifikante Unterschiede konnten zwischen Sihlwald und Langenberg nicht gefunden werden. Auch der Vergleich zwischen 2012 und 2016 (Sihlwald) gibt keinen Anlass dafür, Unterschiede anzunehmen.

Für ein insgesamt positives Besucherleben ist auch bedeutsam, ob sich die Besucher und Besucherinnen während ihres Aufenthalts im Park sicher oder unsicher gefühlt haben. Die Ergebnisse der Befragung 2016 zeigen, dass sich im Sihlwald 6,3% gar nicht sicher, eher nicht sicher oder nur teilweise sicher gefühlt haben. Eine grosse Mehrheit fühlt sich hingegen eher sicher (25%) oder sogar sehr sicher (68,8%). Im Langenberg fühlten sich insgesamt 4,3% gar nicht, eher nicht oder nur teilweise sicher, während auch hier eine grosse Mehrheit angab, sich eher sicher (19,9%) oder gar sehr sicher (75,9%) zu fühlen. Entsprechend hoch ist daher auch der Mittelwert für das Sicherheitsgefühl, mit einem Wert im Sihlwald von 1,59 ( $SD = 0,73$ ; Range -2 bis 2;  $n = 141$ ) und im Langenberg von 1,68 ( $SD = 0,68$ ; Range -2 bis 2;  $n = 144$ ). Die Einschätzung des Sicherheitsgefühls unterscheidet sich zwischen Sihlwald und Langenberg nicht signifikant und auch nicht zwischen den Befragungen 2012 und 2016 (Sihlwald).

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 4 (siehe nächste Seite) 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.

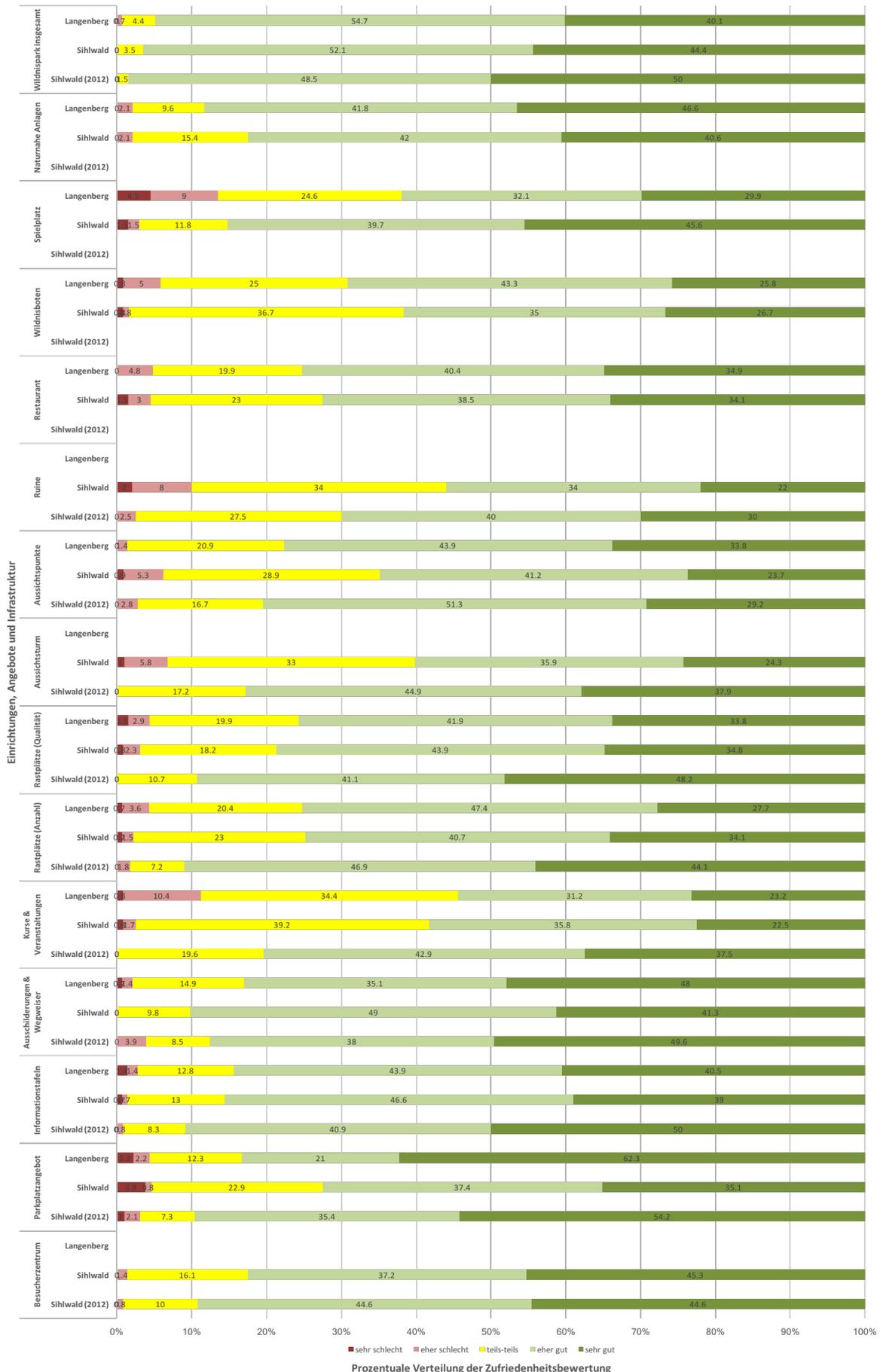


**Abbildung 4.** Mittelwerte und Standardabweichungen für die Befriedigung der drei psychologischen Grundbedürfnisse nach Autonomie, Kompetenz und sozialer Eingebundenheit ( $n_{\text{Sihlwald}_{2012}} = 121 - 127$ ;  $n_{\text{Sihlwald}_{2016}} = 137 - 143$ ;  $n_{\text{Langenberg}_{2016}} = 137 - 141$ ).

Der Abbildung ist zu entnehmen, dass alle drei psychologischen Grundbedürfnisse im Mittel teilweise oder sogar eher befriedigt werden konnten, und zwar sowohl im Sihlwald als auch im Langenberg. Die Mittelwerte für Befriedigung der Bedürfnisse nach Autonomie, Kompetenz und sozialer Eingebundenheit fallen im Sihlwald (2016) leicht höher aus als im Langenberg. Während keine statistisch signifikanten Unterschiede beim Kompetenzerleben und sozialer Eingebundenheit zu finden waren, können die Besuchenden im Sihlwald ihr Bedürfnis nach Autonomie stärker befriedigen als diejenigen im Langenberg ( $t(291) = 2.139$ ,  $p = .03$ ). Das Ergebnis passt auch dazu, dass Besucher und Besucherinnen des Sihlwalds vermehrt angaben, dass sie „nichts Bestimmtes“ im Sihlwald unternehmen wollten und als Besuchsgründe häufiger Sport und Gesundheitsmotive nannten als Personen, die den Langenberg besuchten.

Im Vergleich der Befragungen 2012 und 2016 (Sihlwald) liessen sich statistisch keine signifikanten Unterschiede feststellen, so dass davon ausgegangen werden kann, dass das Besuchererleben in Bezug auf die Befriedigung psychologischer Grundbedürfnisse relativ stabil positiv erlebt wird.

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 5 (nächste Seite) stellt detailliert dar, wie verschiedene Angebote des Parks von den befragten Besuchern und Besucherinnen evaluiert wurden.



**Abbildung 5.** Evaluation verschiedener Angebote und Infrastruktur des Wildnisparks aus Sicht der Besucher und Besucherinnen ( $n_{\text{Sihlwald}_{2012}} = 40 - 134$ ;  $n_{\text{Sihlwald}_{2016}} = 100 - 146$ ;  $n_{\text{Langenberg}_{2016}} = 120 - 148$ ).

Im Vergleich der durchschnittlichen Zufriedenheitsbewertungen zwischen Sihlwald und Langenberg ergibt sich ein gemischtes Bild. Im Sihlwald sind die befragten Personen mit dem Spielplatz sehr viel zufriedener als im Langenberg ( $t(268) = 4,384, p = .00$ ), während im Langenberg die durchschnittliche Zufriedenheit mit dem Parkplatzangebot ( $t(267) = -3,408, p = .00$ ) und den Aussichtspunkten ( $t(251) = -2,726, p = .01$ ) signifikant positiver bewertet wird. Alle anderen Einrichtungen, Infrastrukturen und Angebote werden hinsichtlich der Zufriedenheit von Personen im Sihlwald und Langenberg nicht unterschiedlich bewertet.

Aus der Abbildung kann weiterhin entnommen werden, dass die überaus hohen und fast durchgängig positiven bis sehr positiven Bewertungen der Befragung 2012 nicht repliziert werden konnten. Ein statistischer Test<sup>3</sup> auf signifikante Unterschiede in der durchschnittlichen Bewertung der Zufriedenheit signalisiert, dass die befragten Personen mit den folgenden Infrastrukturen und Angeboten 2016 weniger zufrieden waren als 2012:

- Parkplatzangebot ( $z = -3,397, p = .00$ )
- Informationstafeln ( $z = -1,998, p = .05$ )
- Kurse und Veranstaltungen ( $z = -2,978, p = .00$ )
- Rastplätze (Anzahl) ( $z = -2,618, p = .01$ )
- Rastplätze (Qualität) ( $z = -2,582, p = .01$ )
- Aussichtspunkte ( $z = -1,929, p = .05$ )
- Aussichtsturm ( $z = -2,945, p = .00$ )

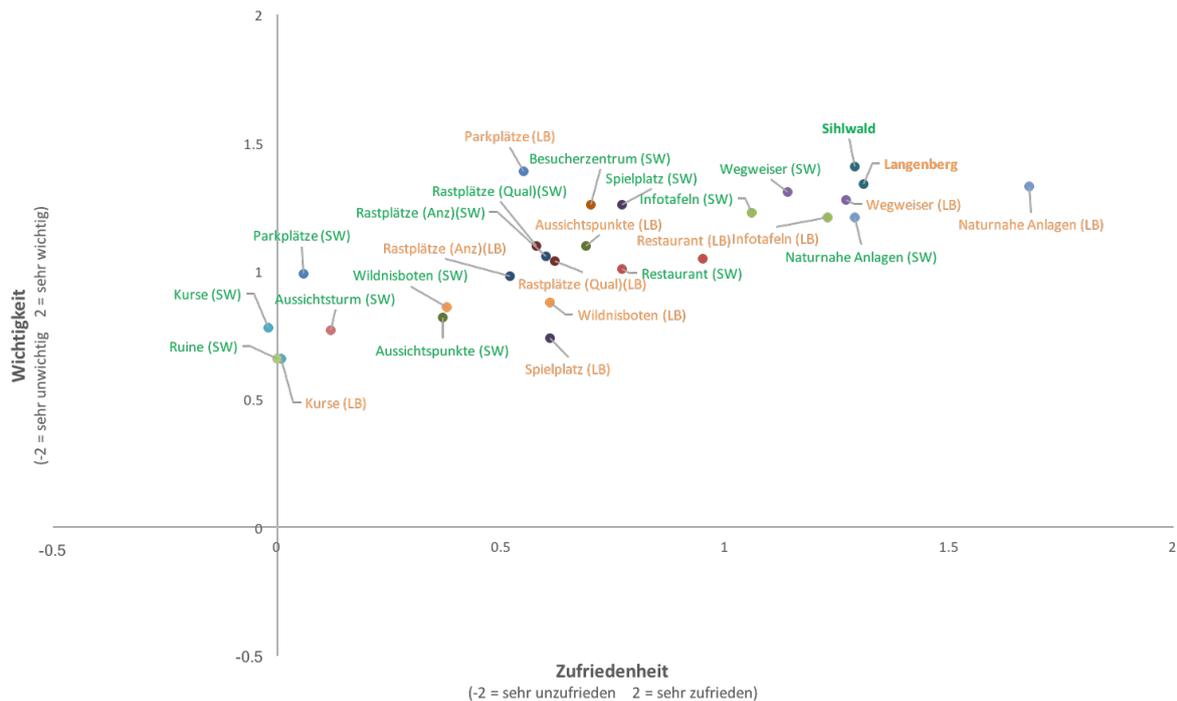
Dieses Ergebnis fällt weniger positiv als 2012 aus und sollte aufmerksam betrachtet werden. Dabei muss allerdings bedacht werden, dass mehrere Interpretationen, die sich nicht gegenseitig ausschliessen, zu der durchschnittlich geringeren Bewertung beitragen können (siehe auch Diskussion). Die Zufriedenheit mit dem Parkbesuch insgesamt wurde 2016 (Sihlwald) hingegen nicht geringer bewertet als 2012. Insgesamt rangiert die Zufriedenheit auch 2016 insgesamt auf einem hohen bis sehr hohen Niveau.

Bei der Befragung 2016 wurde zusätzlich zum direkten Vergleich der Zufriedenheit ebenfalls noch die Einschätzung der Wichtigkeit der Einrichtungen, Infrastrukturen und Angebote erfragt. Diese Einschätzung kann dazu genutzt werden, die Aussagen zur Zufriedenheit besser zu interpretieren, indem die Wichtigkeit und Zufriedenheit miteinander in Bezug gesetzt werden. Dabei kann unterschieden werden zwischen denjenigen Aspekten, die eine relativ hohe Zufriedenheit und relativ hohe Wichtigkeit haben (= Stärken aus Sicht der

---

<sup>3</sup> Da die Stichprobengrößen in der Evaluation bzw. Bewertung der Zufriedenheit zwischen 2012 und 2016 sehr stark variieren, wurde der non-parametrische U-Test zur Datenanalyse verwendet.

Besuchenden), eine relativ niedrige Wichtigkeit, aber relativ hohe Zufriedenheit haben (= positive Zusatzaspekte, die aber nicht oberste Priorität haben) und denjenigen Aspekten, die eine relativ geringe Zufriedenheit und relativ niedrige Wichtigkeit haben (= „wäre schön, aber nicht notwendig“) und relativ geringe Zufriedenheit bei gleichzeitig relativ hoher Wichtigkeit (= problematisch mit hoher Priorität) haben. Abbildung 6 zeigt die Wichtigkeits-Zufriedenheitsmatrix für den Sihlwald und Langenberg.



**Abbildung 6.** Wichtigkeits-Zufriedenheitsmatrix für verschiedene Einrichtungen und Angebote im Sihlwald und Langenberg. Dargestellt sind die Wertebereiche von -0,5 bis 2, die Bewertungsskalen reichten von -2 bis 2. Die Werte für den Sihlwald sind mit (SW), die für Langenberg mit (LB) gekennzeichnet.

Beim Betrachten der Wichtigkeits-Zufriedenheitsmatrix fällt auf, dass alle Aspekte in einem positiven Bereich der Wichtigkeit eingestuft wurden. Relativ betrachtet am unwichtigsten sind aus Sicht der Besucher und Besucherinnen die Kurse und Angebote im Langenberg, die Ruine im Sihlwald, der Spielplatz im Langenberg sowie der Aussichtsturm und die Kurse und Angebote im Sihlwald. Die höchste Wichtigkeit erhielten der Sihlwald und Langenberg insgesamt, die Parkplatzsituation am Langenberg, die Naturnähe der Anlagen im Langenberg und die Wegweiser im Sihlwald.

Die im Sihlwald und Langenberg jeweils mit höchster Zufriedenheit und Wichtigkeit bewerteten Aspekte waren der Parkbesuch insgesamt, die naturnahen Anlagen und die Ausschilderung und Wegweiser, sowie die Infotafeln. Diese Punkte können als klare Stärken interpretiert werden.

Am kritischsten (d.h. relativ hohe Wichtigkeit bei gleichzeitig relativ geringer Zufriedenheit) werden im Sihlwald und Langenberg die Parkplätze, sowie die Kurse und Angebote, eingeschätzt (wobei letztere auch „nur“ eine geringere Wichtigkeit einnehmen).

In Verbindung mit den oben ausgeführten Analysen zur Zufriedenheit (auch im Vergleich zu 2012, Sihlwald) wird deutlich, dass aus Sicht der Besucher und Besucherinnen die Parkplatzsituation sowie die Kurse und Angebote zu den Aspekten gehören, die optimiert werden sollten. Insgesamt zeigen die Ergebnisse zu Wichtigkeit und Zufriedenheit aber auch, dass kein Aspekt derart negativ bewertet wurde, so dass ein dringendes Handeln notwendig wäre.

Bei der weiteren Analyse der Antworten fällt auf, dass einige Angebote und Einrichtungen vergleichsweise viele „fehlende Werte“ aufweisen. Dies kann als Hinweis darauf verstanden werden, dass die Besucher und Besucherinnen die Aspekte nicht kannten und sie deshalb nicht bewertet haben. Im Sihlwald betrifft dies vor allem Kurse und Veranstaltungen (22,6% fehlend), den Aussichtsturm (33,5% fehlend), die Aussichtspunkte (26,5% fehlend), die Ruine (35,5% fehlend) und die Wildnisboten-Angebote (22,6% fehlend). Für den Langenberg sieht das Bild vergleichbar aus: Hier gab es für die Kurse und Veranstaltungen 19,9% fehlende Werte und für die Wildnisboten-Angebote 23,1%. Hierbei handelt es sich um die Einrichtungen und Angebote, die bereits in der Befragung 2012 am häufigsten als „mir unbekannt“ bezeichnet wurden<sup>4</sup>. Da 2012 und 2016 ein leicht unterschiedliches Fragen- und Antwortformat genutzt wurde, können die Werte nicht direkt miteinander verglichen werden. Es zeichnet sich aber das Bild ab, dass nach wie vor die Aspekte, die zum Bildungskonzept gehören (Kurse und Einrichtungen, Wildnisboten Angebote), bei einem relativ grossen Anteil der Besucher und Besucherinnen nicht bekannt sind.

Werden die Angaben und Indikatoren zum Besuchserlebnis zusammenfassend betrachtet, so lässt sich festhalten, dass der Besuch im Wildnispark Zürich (sowohl Langenberg als auch Sihlwald) durchaus 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 grösstenteils 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

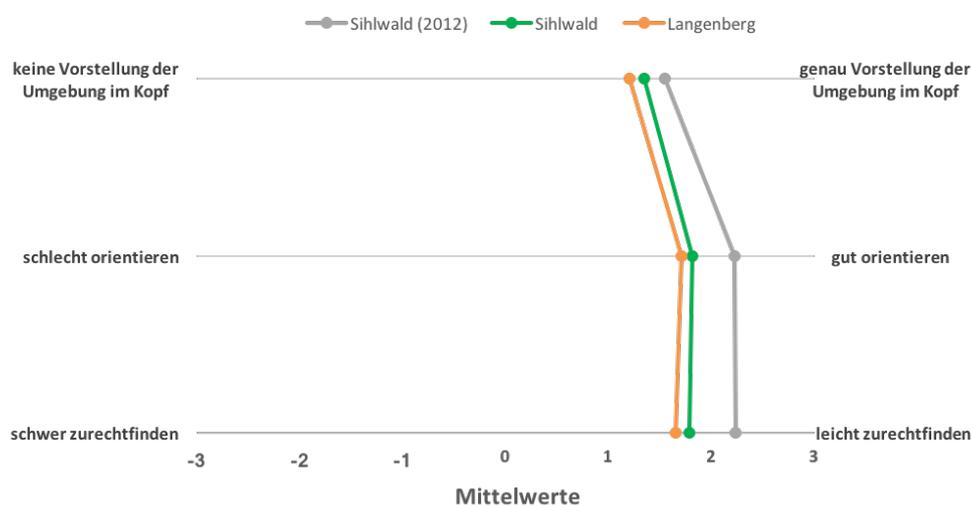
---

<sup>4</sup> 2012 wurde nicht nach Wildnisboten-Angeboten gefragt; ausserdem muss die Bewertung der Wildnisboten-Angebote insgesamt mit Vorsicht betrachtet werden, da die Bezeichnung „Wildnisboten-Angebote“ den Besuchern und Besucherinnen nicht aktiv kommuniziert wurde.

allerdings nicht die Angebote des Parks, wie zum Beispiel Kurse und Veranstaltungen oder die Wildnisboten-Angebote. Im Vergleich zu 2012 muss allerdings auch festgehalten werden, dass zumindest der Sihlwald 2016 ein paar Einbussen in den Bewertungen hinnehmen musste – es kann zum jetzigen Zeitpunkt allerdings nicht gesagt werden, inwiefern die Unterschiede (2012 zu 2016) tatsächlich durch ein anderes Besuchserlebnis, oder aufgrund einer anders zusammengesetzten Stichprobe erklärt werden können.

### 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.



**Abbildung 7.** Mittelwerte für die Beurteilung der Orientierungs-Dimension ( $n_{\text{Sihlwald}_{2012}} = 134 - 137$ ;  $n_{\text{Sihlwald}_{2016}} = 144 - 146$ ;  $n_{\text{Langenberg}_{2016}} = 148 - 150$ ). Auf die Darstellung der Standardabweichungen wurde aus Gründen der Lesbarkeit verzichtet.

Aus der Abbildung sowie aus den Angaben zur Evaluation der Wegweiser und Schilder (siehe oben, Abbildung 5) geht hervor, dass sich die Besucher und Besucherinnen insgesamt sehr gut im Sihlwald und Langenberg orientieren können. Daher verwundert auch der relativ hohe Mittelwert für die Orientierung mit  $M_{\text{Sihlwald}} = 1,7$  ( $SD = 1,3$ ; min: -3, max: 3;  $n = 146$ ) bzw.  $M_{\text{Langenberg}} = 1,5$  ( $SD = 1,5$ ; min: -3, max: 3;  $n = 150$ ) nicht. In den relativ hohen Standardabweichungen spiegelt sich wider, dass die Wegweiser und Ausschilderungen von 10% der Befragten im Sihlwald und von 17% im Langenberg als nur mittelmässig gut oder sogar als eher schlecht (nur Langenberg) bewertet wurden. Die Einschätzung der Orientierung unterscheidet sich zwischen Sihlwald und Langenberg nicht signifikant.

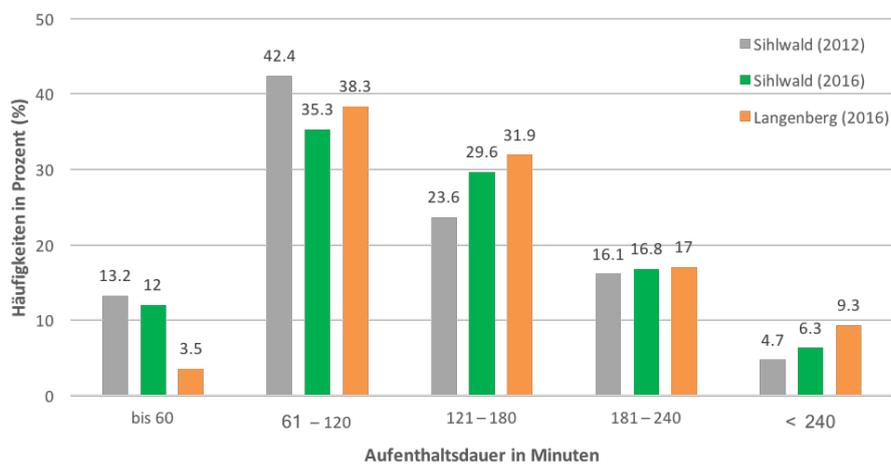
Im Vergleich zu den Ergebnissen der Befragung 2012 fällt auf, dass 2012 alle Orientierungsaspekte (bis auf „genaue Vorstellung im Kopf“) signifikant positiver als 2016 bewertet wurden (gut orientieren:  $t(280) = 2.844$ ,  $p = .01$ ; leicht zurechtfinden:  $t(280) = 3.237$ ,

$p = .00$ ; Orientierung insgesamt:  $t(281) = 2.538$ ,  $p = .01$ ). Wie bereits an anderen Stellen zeichnet sich auch hier ab, dass die überaus hohe und positive Bewertung des Sihlwald in der Befragung 2016 nicht repliziert werden kann. Dies bedeutet jedoch nicht, dass der Sihlwald 2016 absolut betrachtet negativ wahrgenommen bzw. bewertet wird, sondern nur, dass er relativ zu 2012 nicht mehr ganz so positiv abschneidet, insgesamt aber dennoch positiv bewertet wird.

### 3.5 Wegnutzung im Sihlwald und Langenberg

Eine wichtige Fragestellung bei der Besucherbefragung war, welche Wege die Wildnisparkbesucher und -besucherinnen nutzen und wie lange sie sich im Park aufhalten. Diese Frage wurde methodisch auf zweifache Art und Weise untersucht, indem die Befragten einerseits die zurückgelegten Wege in eine Karte (siehe Anhang) einzeichnen und im Fragebogen ihre ungefähre Aufenthaltsdauer angeben sollten.

Die Besucher und Besucherinnen haben sich im Sihlwald durchschnittlich 2,6 Stunden ( $SD = 1,13$  Stunden;  $n = 142$ ) und im Langenberg 2,9 Stunden ( $SD = 1,21$  Stunden,  $n = 141$ ) aufgehalten. Der Median lag im Sihlwald bei 2,5 Stunden und im Langenberg bei 3 Stunden. Abbildung 8 stellt grafisch die in Kategorien zusammengefasste Besuchsdauer in Minuten dar.

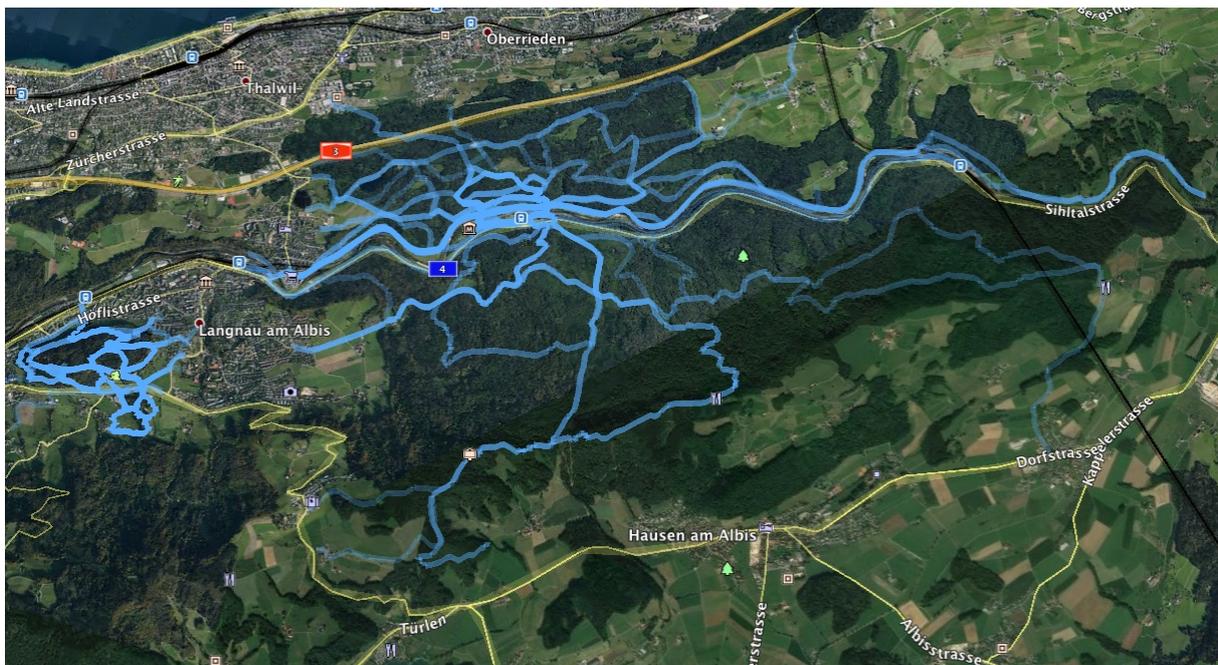


**Abbildung 8.** Prozentuale Häufigkeiten der kategorisierten Aufenthaltsdauer der Befragten in Minuten ( $n_{\text{Sihlwald}_{2012}} = 106$ ;  $n_{\text{Sihlwald}_{2016}} = 142$ ;  $n_{\text{Langenberg}_{2016}} = 141$ ).

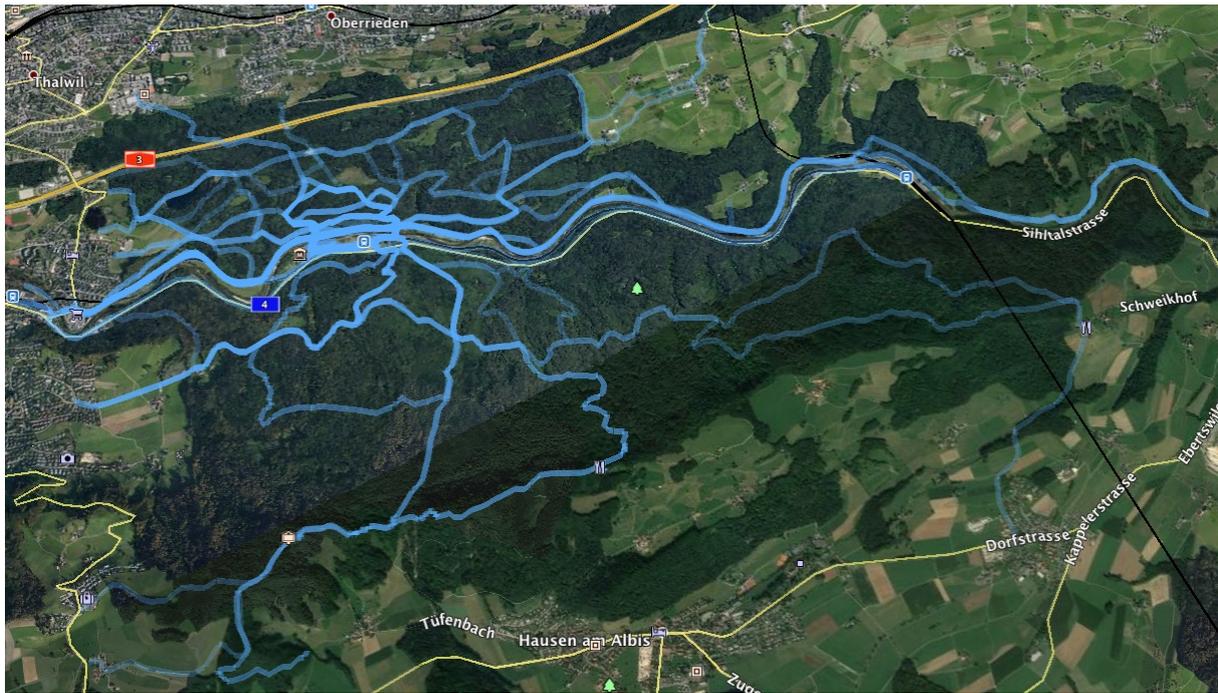
Obwohl tendenziell die durchschnittliche Dauer des Aufenthalts im Langenberg höher als im Sihlwald war, konnte kein statistisch signifikanter Unterschied nachgewiesen werden. Das heisst, dass sich die durchschnittliche Aufenthaltsdauer zwischen Sihlwald und Langenberg nicht unterscheidet und insgesamt zwischen 2,5 und 3 Stunden liegt.

Auch der Vergleich 2012 mit 2016 (Sihlwald) ergab keine statistisch signifikanten Unterschiede in der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer.

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 einzuzeichnen. Die eingezeichneten Wege wurden dann aus der Karte per Hand in Garmin Basecamp übertragen und dann mithilfe von Google Earth visualisiert. Da 2016 nicht mit GPS Datenloggern gearbeitet wurde, kann keine Aussage zur Verweildauer an bestimmten Orten getroffen werden, sondern die per Hand gezeichneten Wege können lediglich visuell und deskriptiv ausgewertet werden. Zusätzlich muss berücksichtigt werden, dass nicht alle von den Besucherinnen und Besuchern per Hand gezeichneten Wege präzise in die Karten eingezeichnet wurden, sondern dass es in einigen Fällen notwendig war, die gezeichneten Strecken (geringfügig) anzupassen und bei der Übertragung in Garmin Basecamp mit den dort hinterlegten Wegen in Übereinstimmung zu bringen. Daher dürfen die dargestellten Wege nicht streng als „tatsächlich genutzte Wege“ interpretiert werden. Vielmehr hängt die Genauigkeit der Darstellung von dem Erinnerungsvermögen und der Fähigkeit der Besucher und Besucherinnen ab, topografische Landkarten lesen und nutzen zu können. Abbildung 9 stellt die aus Sicht der Besucher und Besucherinnen genutzten Wege als vollständige Übersicht dar, Abbildung 10 die Wege für den Sihlwald und Abbildung 11 die Wege im Langenberg. Jeder Weg wurde mit einer Deckkraft von 25% in die Karte eingezeichnet, so dass häufig genutzte Wege in einem kräftigeren Blau erscheinen als Wege, die seltener genutzt wurden.



**Abbildung 9.** Darstellung der von den Besuchern und Besucherinnen in die Karten eingezeichneten Wege mit Google Earth ( $n_{\text{Sihlwald}_{2016}} = 130$ ;  $n_{\text{Langenberg}_{2016}} = 138$ ).

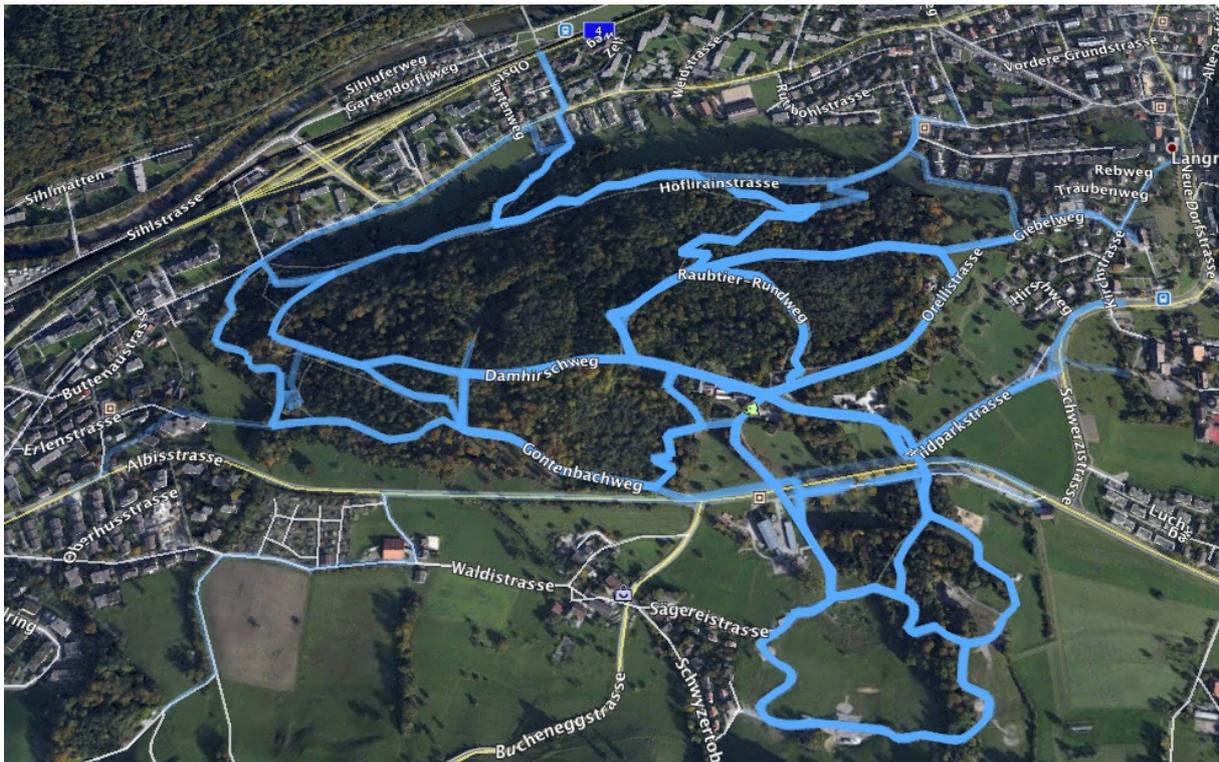


**Abbildung 10.** Detailbetrachtung der Wege, die die Besucher und Besucherinnen im Sihlwald genutzt haben. Die Angaben basieren auf den Wegen, die die befragten Personen per Hand in Papierkarten eingezeichnet haben ( $n_{\text{Sihlwald}_{2016}} = 130$ ).

Insgesamt fiel bei der Auswertung der Karten auf, dass im Sihlwald 16,1% der Befragten die Karte nicht ausfüllten und weitere 20,6% lediglich das Besucherzentrum und die unmittelbare Umgebung eingekreist haben.

In Abbildung 10 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.

Insgesamt haben 59,4% im Sihlwald Strecken eingezeichnet, die mindestens 1 km lang sind und sich damit sichtbar vom Besucherzentrum und Parkplatz entfernen. Durchschnittlich legten diese 92 Personen 3,8 km ( $SD = 2,99$  km) zurück, mit einem Maximum von 14,8 km. Dabei überwandern sie durchschnittlich 120,6 Höhenmeter (+) ( $SD = 131,25$  Hm; min: 7, max: 671). Die Länge der Wegstrecken und die zurückgelegten Höhenmeter wurden mit Garmin Basecamp bzw. Google Earth ermittelt und nicht von den Besuchern und Besucherinnen berichtet.



**Abbildung 11.** Detailbetrachtung der Wege, die die Besucher und Besucherinnen im Langenberg genutzt haben. Die Angaben basieren auf den Wegen, die die befragten Personen per Hand in Papierkarten eingezeichnet haben ( $n_{\text{Langenberg}_2016} = 138$ ).

Die Betrachtung der genutzten Wege im Langenberg zeigt, dass fast alle Hauptwege gleichmässig stark genutzt werden<sup>5</sup>. Hauptsächlich kamen die Besucher und Besucherinnen über die Parkplätze an der Wildparkstrasse in den Langenberg.

Im Langenberg füllten 11,5% der Befragten die Karte nicht aus und weitere 34,6% zeichneten lediglich den Platz der Befragung in die Karten ein. Nur 47,4% zeichneten Wege, die eine Mindestlänge von 1 km haben und damit länger als der Weg vom Parkplatz zum Befragungsort sind. Diese insgesamt 74 Personen legten im Langenberg durchschnittlich 2,3 km zurück ( $SD = 1,10$  km; min: 1 km, max: 5 km) und überwandern im Schnitt 72,3 Höhenmeter (+) ( $SD = 43,8$  Hm; min: 3; max: 169). Wie bei den Daten zum Sihlwald muss auch hier bedacht werden, dass die Kilometer- und Höhenmeterangaben nicht von den Besuchern und Besucherinnen direkt mitgeteilt wurden, sondern dass diese aus den in Garmin Basecamp und Google Earth eingezeichneten Wegen und hinterlegten Karten berechnet wurden.

Ein statistischer Vergleich zwischen der zurückgelegten Wegstrecke und überwundenen Höhenmetern zeigt, dass Personen im Sihlwald durchschnittlich weiter unterwegs sind ( $t(119,7) = 4,465$ ;  $p = .00$ ) und ebenfalls mehr Höhenmeter bestreiten ( $t(83,78) = 2,749$ ;  $p = .01$ ) als Personen im Langenberg. Dieses Ergebnis passt dazu, dass im Sihlwald signifikant

<sup>5</sup> Zur Genauigkeit der eingezeichneten Wege ist hier anzumerken, dass einige Besucher und Besucherinnen angaben, einen gesperrten Weg gegangen zu sein (Verlängerung Höflirainstrasse), statt den etwas längeren „Ersatzweg“ in die Karte einzuzeichnen.

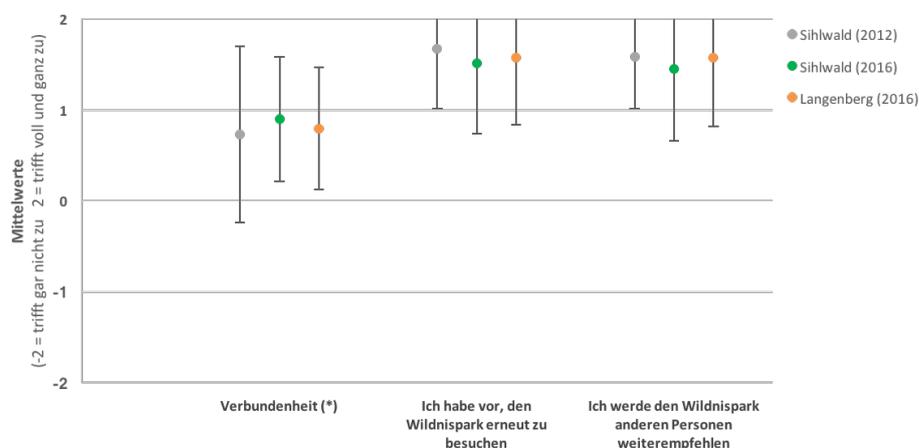
stärker dem Besuchsgrund „sportlich aktiv“ sein zu wollen zugestimmt wurde als im Langenberg.

Auf den Vergleich mit den Daten aus 2012 wird an dieser Stelle verzichtet, da sich die Erhebungsmethodik stark geändert hat. 2012 wurde die Streckenlänge mittels GPS Datenlogger gemessen und die 2012 zur Verfügung gestellte Karte des Sihlwald war nur bedingt geeignet, die zurückgelegten Wege einzuzeichnen. Auch wenn der direkte Vergleich unter diesen Bedingungen wenig sinnvoll ist, stimmen die Ergebnisse zur Wegnutzung 2012 und 2016 tendenziell überein.

### 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 Zürich Sihlwald und Langenberg eine Erlebnisqualität wider, die auf emotionaler, qualitativer Ebene den Bezug zum Wildnispark aufzeigt und unabhängiger vom einzelnen, konkreten Besuchserlebnis ist. In der Befragung 2016 wurde eine fundierte Skala zur Erhebung der Ortsverbundenheit genutzt: die direkte „Verbundenheit“ wurde nicht mehr mit nur einer Frage erhoben, sondern insgesamt mit sechs Items, die dann zu einem „Verbundenheits-Mittelwert“ zusammengefasst wurden (siehe auch Kapitel 2.3 Befragungsinstrument).

Wie stark diese emotionale Bindung an den Sihlwald und Langenberg ausgeprägt ist, ob die Besucher und Besucherinnen den Park erneut besuchen wollen und ob sie den Parkbesuch anderen Personen empfehlen würden, ist in Abbildung 12 dargestellt.



**Abbildung 12.** Mittelwerte und Standardabweichungen für die Antworten der Fragen zum Gefühl der Verbundenheit mit dem Wildnispark ( $n_{\text{Sihlwald}_{2012}} = 126 - 127$ ;  $n_{\text{Sihlwald}_{2016}} = 143 - 153$ ;  $n_{\text{Langenberg}_{2016}} = 139 - 155$ ). (\*) = Die Verbundenheit wurde 2016 mit einer 6-Item Skala zur „Ortsverbundenheit“ erhoben, 2012 wurde ein einzelnes Item verwendet.

Die Abbildung zeigt deutlich, dass die Mittelwerte aller drei Indikatoren im positiven Bereich liegen. Insbesondere sind die Mittelwerte, den Park erneut besuchen zu wollen und den Park anderen Personen weiterzuempfehlen sowohl im Sihlwald als auch im Langenberg ausgesprochen hoch ausgeprägt und haben eine relativ geringe Streuung. Dies bedeutet, dass es ein recht einhelliges Stimmungsbild bezüglich dieser beiden Fragen bei allen befragten Besuchern und Besucherinnen gab. Die Ergebnisse im Sihlwald und Langenberg unterscheiden sich nicht statistisch signifikant voneinander. Auch der Vergleich der Befragungen 2012 und 2016 (Sihlwald) ergab keine signifikanten Abweichungen, wobei die Intention, den Park erneut zu besuchen, 2012 tendenziell höher als 2016 ausfiel ( $t(266,73) = 1,891; p = .06$ ).

Die Verbundenheit fiel 2016 insgesamt etwas höher aus als 2012 und rangiert im (sehr) positiven Bereich. Tendenziell fällt die Verbundenheit mit dem Sihlwald leicht höher aus als diejenige mit dem Langenberg, aber dieser Unterschied ist statistisch nicht signifikant.

Auf einen statistischen Vergleich der Verbundenheit zwischen den Befragungen 2012 und 2016 (Sihlwald) wird aus methodischen Gründen verzichtet, da 2012 eine einzelne Frage zur Verbundenheit gestellt wurde, während 2016 eine aus sechs Items bestehende Skala zum Einsatz kam.

Insgesamt sprechen die Ergebnisse (Sihlwald und Langenberg) für eine (sehr) positive Beziehungsqualität und ein ebenfalls (sehr) positives Verbundenheitsgefühl der Besucher und Besucherinnen mit dem Wildnispark.

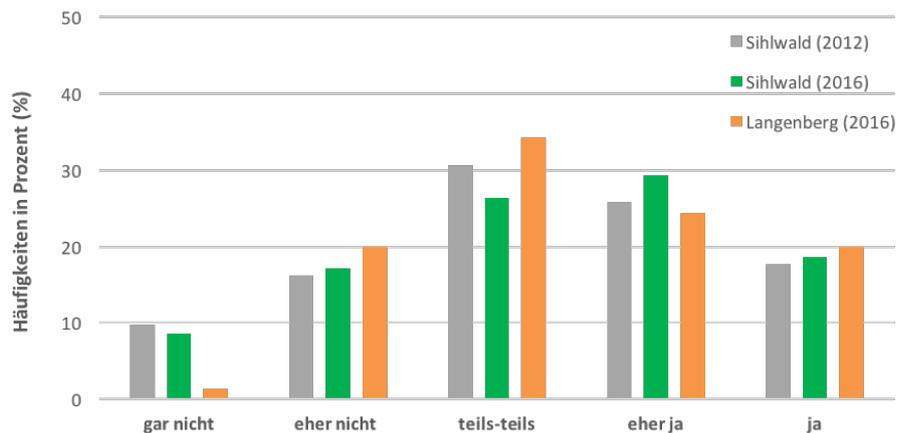
### **3.7 Annahme des Bildungskonzepts**

Eine weitere Facette dieser Befragung bezog sich auf die Annahme des Bildungskonzepts im Sihlwald und Langenberg. 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 einer positiven Erholungswirkung in Verbindung gebracht (vgl. z.B. Kaplan et al., 1998).

Danach gefragt, ob sie bei ihrem heutigen Besuch im Sihlwald etwas Neues gelernt bzw. erfahren haben, berichten die Besucher und Besucherinnen sehr Unterschiedliches: für 25,7% trifft dies gar nicht oder eher nicht zu, 26,4% haben teilweise etwas Neues gelernt und 47,9% stimmen eher oder stark zu, dass sie etwas Neues gelernt haben ( $n = 140$ ). Entsprechend

dieser Verteilung liegt der Mittelwert mit 0,3 nur knapp im positiven Bereich, bei einer hohen Standardabweichung von 1,21.

Für den Langenberg ergibt sich ein leicht anderes Bild: Hier berichteten 21,4%, dass sie nichts oder eher nichts Neues erfahren haben, 34,3% haben teilweise etwas Neues gelernt und insgesamt 44,3% stimmen eher oder stark zu, etwas Neues gelernt zu haben. Der Mittelwert im Langeberg lag bei 0,41 ( $SD = 1,06$ ). Die Antwortverteilungen sind in Abbildung 13 dargestellt.

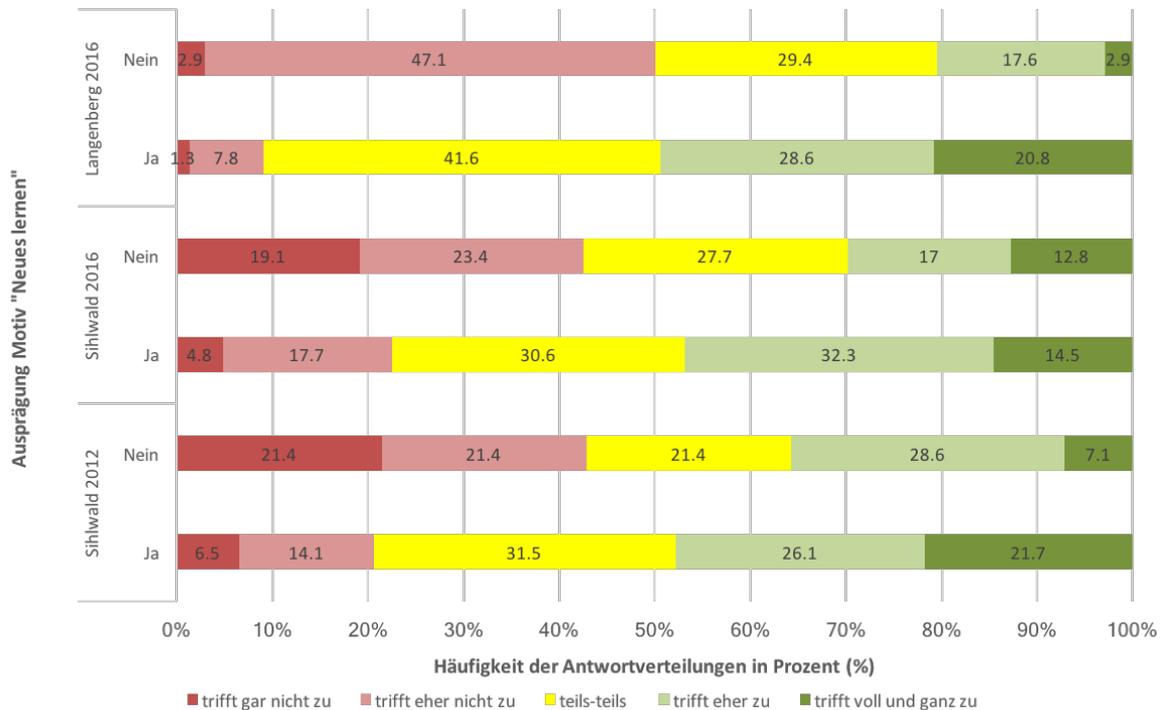


**Abbildung 13.** Antwortverteilung auf die Frage, ob bei dem heutigen Besuch etwas Neues gelernt wurde ( $n_{\text{Sihlwald}_{2012}} = 124$ ;  $n_{\text{Sihlwald}_{2016}} = 140$ ;  $n_{\text{Langenberg}_{2016}} = 140$ ).

Die Unterschiede zwischen Sihlwald und Langenberg sind statistisch nicht signifikant, ebenso wie die Unterschiede zwischen 2012 und 2016 (Sihlwald).

Bei dieser Analyse muss jedoch beachtet werden, dass eine Vielzahl der Besucher und Besucherinnen aus ganz anderen Gründen als etwas zu lernen den Sihlwald oder Langenberg aufsuchen. Die Analyse der Besuchsmotive (vgl. Kapitel 3.1) zeigte, dass das Besuchsmotiv „etwas Neues lernen“ mit einem Mittelwert von 0,03 ( $SD = 1,22$ ) im Sihlwald bzw.  $M = 0,38$  ( $SD = 1,16$ ) im Langenberg im Durchschnitt vergleichsweise schwach ausgeprägt ist. Aufgrund der hohen Standardabweichungen ist allerdings anzunehmen, dass es 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 ( $n_{\text{Sihlwald}_{2012}} = 103$ ;  $n_{\text{Sihlwald}_{2016}} = 69$ ;  $n_{\text{Langenberg}_{2016}} = 84$ ), und denjenigen, die eher oder gar nicht Neues lernen wollten ( $n_{\text{Sihlwald}_{2012}} = 31$ ;  $n_{\text{Sihlwald}_{2016}} = 50$ ;  $n_{\text{Langenberg}_{2016}} = 37$ ), unterschieden.

Entsprechend differenziert ergibt sich das in Abbildung 14 dargestellte Antwortmuster auf die Frage, ob bei dem Besuch etwas Neues gelernt wurde.

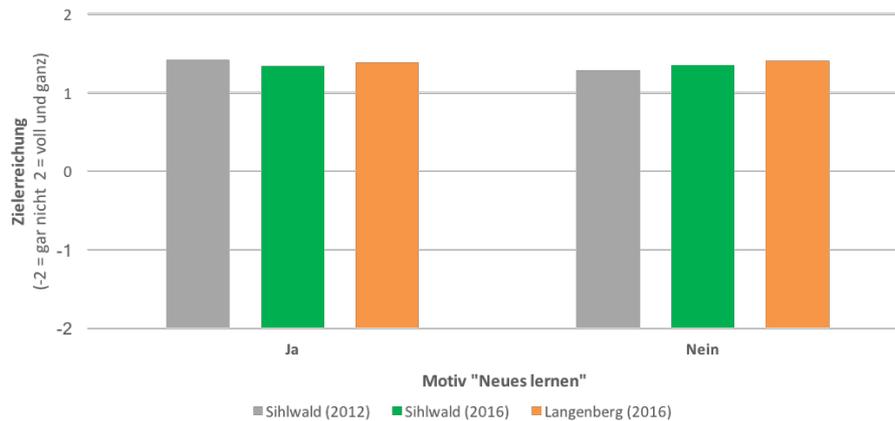


**Abbildung 14.** Antworten der Befragten auf die Frage, ob sie bei ihrem Besuch etwas Neues gelernt hätten, differenziert nach der Ausprägung des Besuchsmotivs „Ich möchte etwas Neues lernen“ (Ja:  $n_{\text{Sihlwald}_{2012}} = 103$ ;  $n_{\text{Sihlwald}_{2016}} = 69$ ;  $n_{\text{Langenberg}_{2016}} = 84$ ; Nein:  $n_{\text{Sihlwald}_{2012}} = 31$ ;  $n_{\text{Sihlwald}_{2016}} = 50$ ;  $n_{\text{Langenberg}_{2016}} = 37$ ).

Die differenzierte Auswertung in Abhängigkeit vom Besuchsmotiv zeigt, dass diejenigen Besucher und Besucherinnen, die etwas Neues lernen wollten, dies während ihres Besuch auch getan haben, und zwar sowohl im Sihlwald als auch im Langenberg. Im Langenberg scheint der Unterschied darin, Neues zu lernen, je nach Ausprägung des Motivs, stärker ausgeprägt als im Sihlwald. Zwischen 2012 und 2016 (Sihlwald) sind die Antwortmuster hingegen sehr vergleichbar ausgeprägt.

Die Ergebnisse sprechen dafür, dass Personen, die das Ziel haben etwas Neues zu lernen, dies gut im Sihlwald und Langenberg erreichen können. Und selbst Personen, die dies Ziel nicht haben, berichten nach ihrem Besuch vermehrt, dass sie Neues erfahren haben.

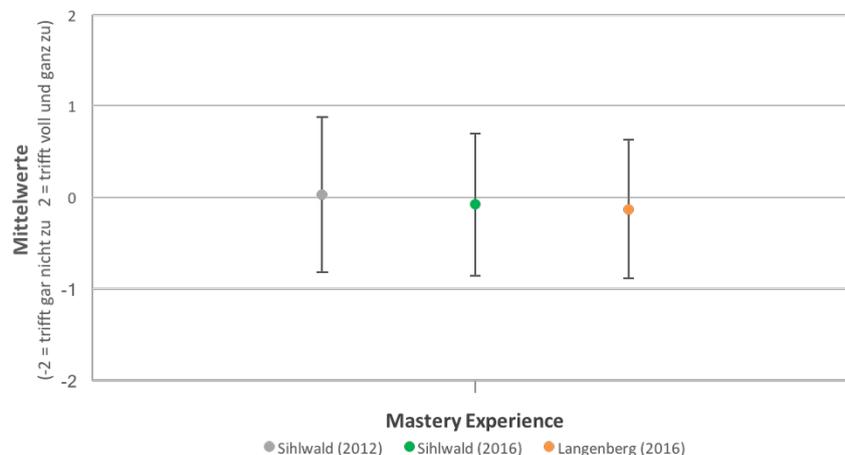
Wird in dieser Hinsicht analysiert, ob sich die Erwartungen an den Besuch aus Sicht der Befragten erfüllt oder nicht erfüllt haben, ergibt sich das in Abbildung 15 dargestellte Bild.



**Abbildung 15.** Darstellung des Ausmasses, zu dem die Ziele des Besuchs erreicht wurden, aufgeschlüsselt danach, ob Personen das Besuchsmotiv „etwas Neues lernen“ ausgeprägt oder nicht ausgeprägt hatten.

Der Vergleich zwischen Sihlwald und Langenberg bringt keinerlei Unterschiede in der Einschätzung hervor, wie sehr die Besuchsziele erreicht wurden – unabhängig davon, ob das Motiv „Neues lernen“ vorhanden oder nicht vorhanden war. Bereits 2012 erbrachte diese Unterteilung keine statistisch signifikanten Unterschiede hervor, jedoch gab es eine (visuelle) Tendenz, die es notwendig machte, diesen Zusammenhang erneut zu untersuchen. Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass es keinen systematischen Zusammenhang zwischen dem Ausmass der Zielerreichung und der Ausprägung des Besuchsmotivs, etwas Neues lernen zu wollen, gibt.

Nicht nur in der selbstberichteten Dimension, etwas Neues gelernt zu haben spiegelt sich das Bildungskonzept wider, sondern ebenfalls darin, wie stark während des Parkbesuchs die sog. „Mastery-Experience“ erlebt wurde. In diesem Konzept spiegelt sich die Idee wider, dass das Gefühl, etwas zu lernen und Erfolgserlebnisse bei Herausforderungen zu haben, sich positiv auf das Befinden und die Bewertung des Parkbesuchs auswirken. Abbildung 16 stellt dar, wie die Mastery-Experience in den Befragungen 2012 und 2016 ausgeprägt war.



**Abbildung 16.** Mittelwerte und Standardabweichungen für die das Erleben der „Mastery Experience“, die als Indikator für Lernen und erlebte geistige Herausforderung interpretiert werden kann ( $n_{\text{Sihlwald}_{2012}} = 137$ ;  $n_{\text{Sihlwald}_{2016}} = 143$ ;  $n_{\text{Langenberg}_{2016}} = 150$ ).

Aus der Abbildung geht hervor, dass weder im Sihlwald (2012 und 2016) noch im Langenberg besonders viel „Mastery Experience“ erlebt wird. Das heisst, dass die Besucher und Besucherinnen eher ein mittleres Mass an geistiger Herausforderung und Lernerfahrung erleben. Die Unterschiede in den Mittelwerten sind statistisch nicht signifikant.

Wird die Mastery Experience mit dem Motiv, etwas lernen zu wollen und der Selbsteinschätzung, etwas gelernt zu haben, in Verbindung gebracht, ergeben sich die in Tabelle 12 dargestellten Korrelationen.

**Tabelle 12.**

Korrelationen zwischen dem Motiv, etwas Neues zu lernen, der Selbsteinschätzung, etwas Neues gelernt zu haben und der Ausprägung der Mastery Experience ( $n_{\text{Sihlwald}_{2012}} = 120 - 137$ ;  $n_{\text{Sihlwald}_{2016}} = 129 - 143$ ;  $n_{\text{Langenberg}_{2016}} = 136 - 151$ ).

		Motiv „Neues lernen“	Selbsteinschätzung „Neues gelernt“	Mastery Experience
Sihlwald (2012)	Motiv „Neues lernen“	(1)		
	Selbsteinschätzung „Neues gelernt“	.302**	(1)	
	Mastery Experience	.549**	.353**	(1)
Sihlwald (2016)	Motiv „Neues lernen“	(1)		
	Selbsteinschätzung „Neues gelernt“	.382**	(1)	
	Mastery Experience	.348**	.356**	(1)
Langenberg (2016)	Motiv „Neues lernen“	(1)		
	Selbsteinschätzung „Neues gelernt“	.451**	(1)	
	Mastery Experience	.393**	.335*	(1)

Anmerkung: \*\*  $p = .00$

Aus der Tabelle wird ersichtlich, dass es mittelstarke Zusammenhänge zwischen der Ausprägung der Mastery-Experience, dem Motiv „Neues lernen“ und der Einschätzung „ich habe etwas Neues gelernt“ gibt. Je höher das Lernmotiv ausgeprägt ist, desto mehr berichten die Besucher und Besucherinnen, etwas Neues gelernt zu haben und desto ausgeprägter haben sie geistige Herausforderung erlebt und Lernerfahrungen gemacht. Diese mittelstarken Zusammenhänge zeigen, dass es Personen gelingt, im Sihlwald und Langenberg Lernerfahrungen zu machen, wenn sie dieses wünschen.

### 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 2.3), das wahrgenommene Erholungspotenzial des Parks (orts- und aktivitätsbezogen), wahrgenommene Interdependenzen zwischen belastenden Alltagssituationen und dem Parkbesuch, sowie psychisches Wohlbefinden vor und nach dem Parkbesuch und die selbsteingeschätzte Erholungswirkung des Parkbesuchs erfasst. Diese Auswertungen werden im Folgenden dargestellt.

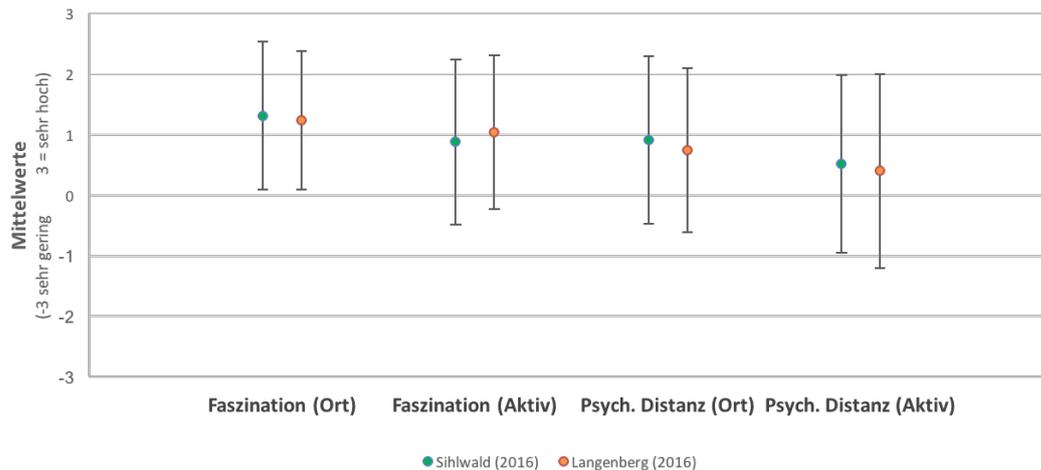
#### Erlebter Stress während der vergangenen 7 Tage

Die Auswertung der „Perceived Stress Scale“ ergab im Sihlwald einen mittleren Skalenwert von 1,27 ( $SD = 0,71$ ;  $n = 141$ ) und im Langenberg einen Mittelwert von 1,20 ( $SD = 0,69$ ;  $n = 142$ ). Im Sihlwald gaben 2,1% der Befragten an, (fast) keinen Stress in den letzten 7 Tagen erlebt zu haben, während dies im Langenberg 4,2% der Befragten angaben. Den mit der Skala erfassbaren maximalen Wert für das Stresserleben innerhalb der letzten 7 Tage berichteten im Sihlwald 0,7%, im Langenberg 0%. Das berichtete Stressniveau unterscheidet sich zwischen Sihlwald und Langenberg nicht signifikant. Das Stressniveau der Befragten kann im Mittel sowohl im Langenberg als auch im Sihlwald als „normal“ gering interpretiert werden.

Dies Ergebnis deutet darauf hin, dass die Befragten ein durchschnittliches Erholungsbedürfnis haben, da sie weder besonders viel noch besonders wenig Stress und Belastungen im Alltag erleben.

#### Einschätzung Sihlwald und Langenberg als „erholungsförderliche Umwelt“

In der umweltpsychologischen Erholungsforschung wird davon ausgegangen, dass Umwelten, die als faszinierend wahrgenommen werden und ein Erleben psychologischer Distanz zum Alltag erlauben, besonders gut erholungsförderliche psychologische Prozesse initiieren. In der Befragung 2016 wurden diese beiden Aspekte sowohl in Bezug auf die physische Umwelt, als auch in Bezug auf die ausgeübten Aktivitäten erhoben. Die Ergebnisse sind in Abbildung 17 zu finden.



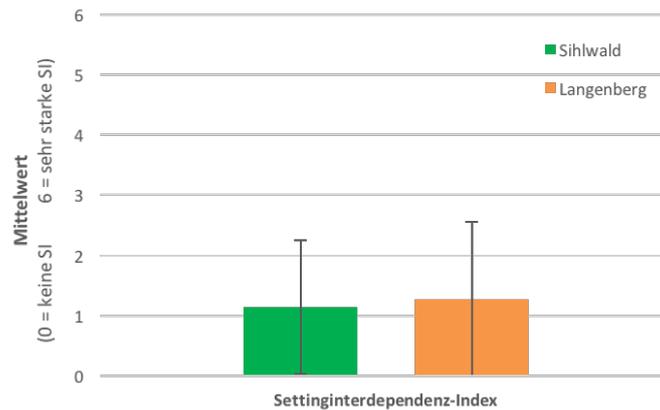
**Abbildung 17.** Mittelwerte und Standardabweichungen für die Einschätzung orts- und aktivitätsbezogener Faszination und psychologischer Distanz ( $n_{\text{Sihlwald}_2016} = 147 - 152$ ;  $n_{\text{Langenberg}_2016} = 149 - 152$ ).

Aus obiger Abbildung wird deutlich, dass sowohl die orts- als auch aktivitätsbezogene Faszination und wahrgenommene psychologische Distanz positiv ausgeprägt sind. Dies spricht dafür, dass es sich sowohl beim Sihlwald als auch dem Langenberg um Orte handelt, die als erholförderlich betrachtet werden können. Gleiches gilt für die Aktivitäten, die an beiden Orten ausgeübt werden. Es zeichnet sich rein visuell eine leichte Tendenz ab, dass der Sihlwald insgesamt ein geringfügig höheres Erholungspotenzial hat als der Langenberg. Statistisch signifikant sind diese Unterschiede jedoch nicht.

Ein direkter Vergleich zwischen der Einschätzung des Erholungspotenzials 2012 und 2016 ist nicht sinnvoll, da 2012 das Erholungserleben mit dem Recovery Experience Questionnaire erhoben wurde. Es lässt sich jedoch auf inhaltlicher Ebene sagen, dass dem Sihlwald 2012 und 2016 ein eher hoch ausgeprägtes Erholungspotenzial attestiert werden kann. Dieses Ergebnis spricht dafür, dass der Aufenthalt im Sihlwald oder Langenberg sich positiv auf psychisches Wohlbefinden und auf die Gesundheit auswirken sollte.

#### Wahrgenommene Settinginterdependenzen

Der Einfluss, den wahrgenommene, psychologische Überschneidungen zwischen den Lebensbereichen, in denen Stress erlebt wird und denjenigen Bereichen, die während der Freizeit und zur Erholung genutzt werden, wurde mit der Perceived Setting Interdependencies Skala erhoben. Die Skala gilt als Indikator dafür, inwiefern psychologische Prozesse die Erholungswirkung einer als erholförderlich wahrgenommenen Umwelt positiv oder negativ beeinflussen können. Das Ausmass der wahrgenommenen Settinginterdependenzen ist in Abbildung 18 dargestellt.

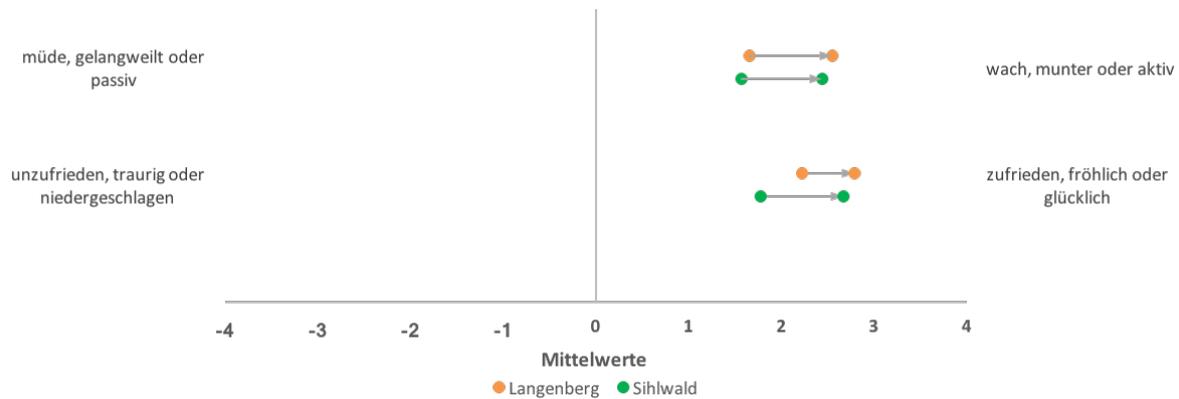


**Abbildung 18.** Mittelwerte und Standardabweichungen wahrgenommener psychologischer Interdependenzen zwischen dem Parkbesuch und Settings/Umwelten, in denen Stress und Belastung erlebt werden ( $n_{\text{Sihlwald}_{2016}} = 134$ ;  $n_{\text{Langenberg}_{2016}} = 142$ ).

Es wird deutlich, dass sowohl im Sihlwald als auch im Langenberg sehr wenig psychologische Interdependenzen zu belastenden und stressreichen Situationen im Alltag berichtet werden. Zwar ist der Interdependenz-Index im Langenberg leicht höher als im Sihlwald, aber dieser Unterschied ist statistisch nicht signifikant. Inhaltlich bedeutet der geringe Interdependenz-Index, dass es beim Aufenthalt im Sihlwald oder Langenberg keine bis wenige psychologische Prozesse gibt, die ein Erleben von Faszination oder psychologischer Distanz unterminieren würden, also die psychologische Erholungsfunktion des Aufenthalts im Park einschränken würden.

#### Psychisches Wohlbefinden vor und nach dem Parkbesuch

Die Frage nach der Aktivierung und Valenz jeweils vor und nach dem Aufenthalt im Sihlwald bzw. Langenberg erlaubt es, eine Aussage dazu zu treffen, wie sich das psychische Wohlbefinden aus Sicht der Befragten während ihres Aufenthalts im Sihlwald bzw. Langenberg verändert hat. Abbildung 19 stellt die Ergebnisse jeweils für den Sihlwald und Langenberg dar.

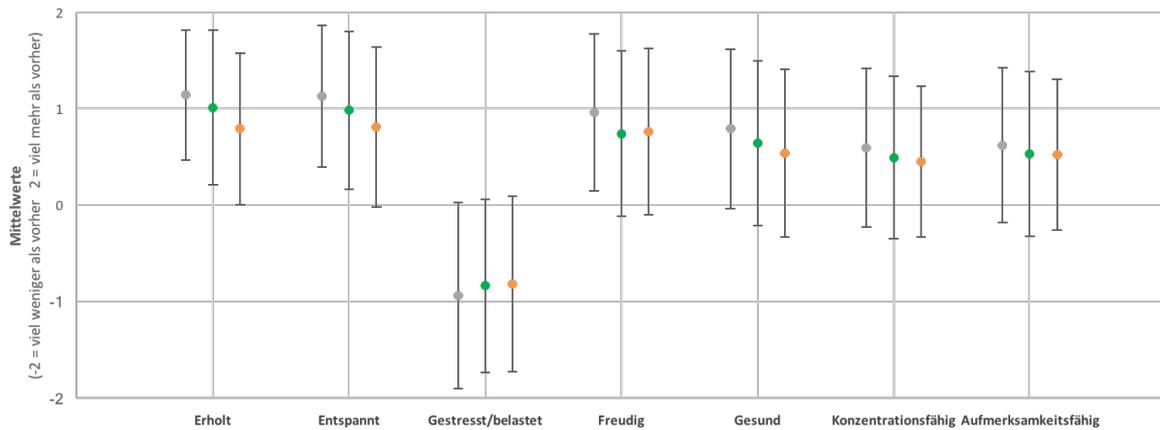


**Abbildung 19.** Mittelwerte für die Core Affect Dimensionen Aktivation (müde, gelangweilt, passiv vs. wach, munter, aktiv) und Valenz (unzufrieden, traurig, niedergeschlagen vs. zufrieden, fröhlich, glücklich) als Selbsteinschätzung der Besucher und Besucherinnen jeweils vor und nach dem Parkbesuch. Die Veränderung der Mittelwerte ist durch einen grauen Pfeil symbolisiert ( $n_{\text{Sihlwald}_{2016}} = 134 - 136$ ;  $n_{\text{Langenberg}_{2016}} = 132 - 135$ ).

Aus der Abbildung wird deutlich, dass die Besucher und Besucherinnen im Sihlwald und Langenberg ihr psychisches Wohlbefinden im Verlauf des Parkbesuchs verbessern konnten. Im Mittel fühlen sie sich nach dem Aufenthalt im Park wacher, munterer, aktiver und zufriedener, fröhlicher und glücklicher als vor dem Aufenthalt. Um zu überprüfen, ob die Veränderungen in den Mittelwerten statistisch signifikant sind, wurden t-Tests für abhängige Daten verwendet. Dabei werden die Vor- und Nachher-Angaben jeweils derselben Person zueinander in Beziehung gesetzt, um die durchschnittliche Veränderung pro Person zu erfassen. Alle Veränderungen sind statistisch signifikant (Aktivation<sub>Sihlwald</sub>:  $t(135) = -5.951$ ,  $p = .00$ ; Valenz<sub>Sihlwald</sub>:  $t(133) = -6.120$ ,  $p = .00$ ; Aktivation<sub>Langenberg</sub>:  $t(131) = -6.236$ ,  $p = .00$ ; Valenz<sub>Langenberg</sub>:  $t(134) = -4.099$ ,  $p = .00$ ).

Valenz und Aktivation können nicht mit der Befragung 2012 verglichen werden, da diese Aspekte erst 2016 erhoben wurden.

Dies Ergebnis kann als Indikator dafür herangezogen werden, dass der Parkbesuch als förderlich für individuelles Wohlbefinden und Erholung erlebt wird. Als weiterer Indikator für den Erholungswert des Wildnisparks dienen die sehr konkreten Fragen nach dem Gesundheits- und Wohlbefindenserleben direkt nach dem Parkbesuch. In Abbildung 20 sind die Mittelwerte und Standardabweichungen der selbstberichteten Erholungswirkung des Parkbesuchs dargestellt.



**Abbildung 20.** Mittelwerte und Standardabweichungen für das selbstberichtete Erholungserleben direkt nach dem Parkbesuch ( $n_{\text{Sihlwald}_{2012}} = 123 - 127$ ;  $n_{\text{Sihlwald}_{2016}} = 133 - 139$ ;  $n_{\text{Langenberg}_{2016}} = 138 - 140$ ). 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. Alle Werte weichen signifikant von der Nulllinie (= genau wie vorher) ab (alle  $p = .00$ ).

Grundsätzlich ist die selbsteingeschätzte Erholungswirkung zwischen Sihlwald und Langenberg sehr ähnlich. Zwar sind die Mittelwerte im Langenberg „näher“ an der Nulllinie (= genau wie vorher), aber der einzige signifikante Unterschied zum Sihlwald besteht in der Dimension „Erholt“ ( $t(271) = 2.340$ ,  $p = .02$ ), die im Langenberg geringer als im Sihlwald ausgeprägt ist.

Im Vergleich der Ergebnisse 2012 und 2016 (Sihlwald) zeigt sich ein vergleichbares Bild wie beim Vergleich Sihlwald (2016) und Langenberg (2016): alle Erholungsdimensionen sind ähnlich stark ausgeprägt, lediglich berichteten die Sihlwaldbesucher und -besucherinnen 2012 einen höheren Mittelwert bei „Freudig“ ( $t(261) = 2.089$ ,  $p = .04$ ).

Die Ergebnisse sprechen für einen insgesamt (sehr) hohen Erholungswert eines Aufenthalts im Sihlwald oder Langenberg und komplettieren die über alle thematischen Bereiche gefundenen positiven Ergebnisse zum Besuchererleben.

## 4 Diskussion und Folgerungen

Die Ergebnisse der Besucherstudie 2016 zeichnen insgesamt ein positives Bild des Wildnispark Zürich Sihlwald und Langenberg. Sie schliessen damit an die positiven Befunde der Befragung 2012 an.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass das Besuchererleben im Sihlwald und Langenberg in vielen Bereichen vergleichbar ist, es aber dennoch wichtige Unterschiede zwischen beiden Bereichen des Wildnispark Zürich gibt. Zum Beispiel wird der Langenberg vermehrt von Personen mit Kindern und/oder mit Familienangehörigen und Verwandten besucht, während der Sihlwald am häufigsten mit dem Partner oder der Partnerin aufgesucht wird. Auch scheint die Besuchsfrequenz im Langenberg geringfügig höher zu sein als im Sihlwald, und mehr Personen kommen mit dem Auto zum Langenberg als zum Sihlwald. Eine leicht unterschiedliche Struktur lässt sich auch in den Besuchsmotiven finden: Die Sihlwaldbesucher- und besucherinnen wollen vermehrt sportlich aktiv sein und etwas für ihre Gesundheit tun, im Langenberg sind Aktivität und Unterhaltung, sowie soziale Gründe stärker ausgeprägt. Langenberg und Sihlwald haben allerdings gemein, dass das Naturerlebnis unbestritten den ersten Platz der Besuchsgründe einnimmt. Daher wundert es auch nicht, dass „Natur beobachten“ zu den häufigsten Aktivitäten gehört. Allerdings spiegeln sich hier auch die Unterschiede zwischen Sihlwald und Langenberg wider: während im Langenberg die Wildtiere und Tiergehege eine dominante Rolle spielen, ist der Besuch im Sihlwald stärker durch „nichts Bestimmtes zu tun“ charakterisiert. In beiden Teilen gehört aber auch das Aufsuchen des Spielplatzes zu den verbreitetsten Aktivitäten.

Die Nennung von positiven Besuchererlebnissen überwiegen: es werden ungefähr eineinhalb bis doppelt so viele positive als negative Erlebnisse von den Befragten berichtet. Eine grosse Mehrheit der Besucher und Besucherinnen kann durch den Besuch im Sihlwald oder Langenberg das erreichen, was sie sich vorgenommen haben und die Erwartungen an den Parkbesuch werden im Grossen und Ganzen erfüllt – sowohl was den Sihlwald als auch was den Langenberg betrifft.

Der Wildnisparkbesuch als Ganzes wird durchwegs positiv bewertet. Der insgesamt positive Eindruck des Parkbesuchs wird dadurch komplettiert, dass der Parkbesuch zur Befriedigung der psychologischen Grundbedürfnisse Autonomie, Kompetenz und sozialer Eingebundenheit beiträgt. Hierbei zeigte sich allerdings, dass das Bedürfnis nach Autonomie im Sihlwald besser als im Langenberg befriedigt werden kann.

Aus den Ergebnissen wird weiterhin deutlich, dass die Besucher und Besucherinnen eine positive Bindungsqualität und Verbundenheit zum Sihlwald und Langenberg erleben. Ein Grossteil der befragten Besucher und Besucherinnen haben vor, den Park anderen Personen weiterzuempfehlen oder diesen selber erneut zu besuchen.

Neben vertiefenden Erkenntnisse zum Besuchererleben zu gewinnen, war ein weiteres Ziel dieser Folgebefragung, weitere Informationen und Erkenntnisse zum Bildungskonzept zu erlangen. Ähnlich wie 2012 konnte auch 2016 festgestellt werden, dass über 2/3 der Personen, die ein ausgeprägtes Motiv, etwas zu lernen, hatten, auch berichten, dass sie zumindest teilweise etwas Neues lernen konnten. Ebenfalls zeigte sich, dass selbst ca. die Hälfte der Personen, die kein explizites Lernmotiv nannten, während ihres Aufenthalts mindestens teilweise etwas gelernt haben (oder zumindest berichteten, dass sie etwas Neues gelernt haben). Sowohl im Sihlwald als auch im Langenberg berichteten die Befragten in vergleichbarem Ausmass von dem Gefühl, geistigen Herausforderung erlebt und Lernerfolg verspürt zu haben. Insgesamt muss jedoch auch festgehalten werden, dass das Lernmotiv im Langenberg stärker als im Sihlwald ausgeprägt war.

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 aufmerksamkeitsfähiger und weniger gestresst bzw. belastet als vor dem Parkbesuch. Diese sehr positive Wirkung des Parkbesuchs steht im Einklang mit dem positiv ausgeprägten Potential des Wildnisparks, durch das Erleben von orts- und aktivitätsbezogener Faszination und psychologischer Distanz sowie durch so gut wie keine vorhandenen Interdependenzen, als erhholungsförderliche Umwelt wahrgenommen zu werden.

Im Vergleich zu den Ergebnissen 2012 zeigt sich in fast jeder Dimension ein leicht (teilweise auch statistisch signifikant) schlechteres Ergebnis als 2016. Diese Veränderungen sind erst einmal nur wahrzunehmen, ohne dass ein sofortiges Handeln erforderlich ist, da alle thematisierten Bereiche nach wie vor positiv bis sehr positiv ausgeprägt sind. Die Ursachen hinter der leicht negativeren Bewertung sind nicht ohne Vorbehalte kausal zu interpretieren: 2016 sind andere Personen als 2012 befragt worden und in den soziodemografischen Kennwerten lassen sich ebenfalls Unterschiede zu 2012 finden. Ausserdem waren 2012 mehr Personen in der Stichprobe vertreten, die mit dem Velo angereist sind und entsprechend auch

als Aktivität vermehrt „Velofahren oder Biken“ angegeben haben. Es kann sein, dass diese 2016 fehlende Gruppe den Parkaufenthalt systematisch positiver bewertet hat als andere Parkbesuchende. Es ist allerdings auch nicht auszuschliessen, dass das Besuchserlebnis tatsächlich geringfügig abgenommen hat.

Ein Effekt des geringen Anteils von Personen mit Velo in der Stichprobe ist, dass „zu schnelle und rücksichtslose Biker“ nicht mehr als störend für das Besuchserlebnis genannt werden (was dafürspricht, dass tatsächlich viel weniger Biker unterwegs waren und es sich nicht um einen Selbstselektionseffekt in der Stichprobe handelt).

Positive Veränderungen gab es bei der Ausschilderung und Wegweisern: dieser Aspekt wird im Sihlwald 2016 von keiner Person mehr als „unzufrieden“ oder „eher unzufrieden“ bewertet, allerdings sind auch geringfügig mehr Personen 2016 damit „eher zufrieden“ statt „sehr zufrieden“.

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 ist im Sihlwald nach wie vor aus Sicht der Besucherinnen und Besucher der Wunsch vorhanden, mehr Abfallkübel zu haben. Zwar wurden diese Störungen nur von insgesamt sehr wenigen Personen genannt, so dass dies Problem nicht überbewertet werden sollte, aber es besteht (stichprobenartig) seit 2012.

Darüber hinaus muss bei der Interpretation und Zusammenfassung der Ergebnisse darauf hingewiesen werden, dass es immer Einschränkung in Bezug auf empirische Studien gibt. Zum einen basieren alle Angaben auf Antworten derjenigen Besucher und Besucherinnen, die während ihres Parkbesuchs das Besucherzentrum im Sihlwald bzw. den Platz zwischen Bärengehege und Cafeteria im Langenberg aufgesucht haben. Damit ist die Auswertung nur auf einen Teil der Gesamtheit der Parkbesucher und –besucherinnen generalisierbar. Zudem konnten die Befragten 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, statt um eine spezielle Einschränkung bezüglich dieser Studie. In diesem Sinne kann auch der relativ zeitaufwändige Fragebogen mit einer durchschnittlichen Bearbeitungszeit von 22 Minuten ( $SD = 7$  min.) zu einer Selektion der Stichprobe beigetragen haben: Die Länge des Fragebogens wurde teilweise von den befragten Personen kritisiert.

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

Darüber hinaus ist es wichtig bei den Ergebnissen dieser Befragung zu berücksichtigen, dass es sich um ein querschnittliches Studiendesign handelt und dass alle Vergleiche zwischen Sihlwald und Langenberg oder Sihlwald 2012 und Sihlwald 2016 mit Testverfahren für unabhängige Stichproben ausgewertet wurden (die Veränderungen bei der Core-Affect Skala wurden mit Tests für abhängige Stichproben gerechnet, um Unterschiede innerhalb einer Person aufzudecken). 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.

Die Angaben zur Nutzung der Wege korrespondieren mit den Aktivitäten und Besuchsgründen. Dies spricht für Konsistenz der Ergebnisse und dafür, dass eine relativ gute Datenqualität vorliegt.

Alles in allem und unter Berücksichtigung der oben erwähnten methodischen Einschränkungen können aufgrund dieser Besucherbefragung Empfehlungen formuliert werden, die dabei helfen, das positive Besuchserlebnis beizubehalten oder zu verbessern. Darüber hinaus werfen die Ergebnisse – gerade auch im Vergleich Sihlwald und Langenberg sowie 2012 und 2016 (Sihlwald) Fragen auf, die vom Parkmanagement diskutiert und weiterverfolgt werden können und aus deren Beantwortung Implikationen für die Parkgestaltung abgeleitet werden können. Diese Empfehlungen und Fragen betreffen hauptsächlich folgende Bereiche:

- Die Ausschilderung im Sihlwald wurde scheinbar verbessert: 2016 gibt es keine „eher schlecht“ oder negativeren Bewertungen mehr. Ansonsten wurden mehrere Aspekte (teilweise marginal, teilweise aber auch statistisch signifikant) schlechter als 2012 bewertet. Mögliche Gründe können hierfür allerdings in der anderen Stichprobe liegen: zum Beispiel waren weniger Velofahrer in der Stichprobe vertreten und theoretisch könnte diese Gruppe 2012 systematisch anders geantwortet haben, so dass das Fehlen dieser Gruppe nun die Ergebnisse beeinflusst. Darüber hinaus kann die leicht angepasste Fragestellung separiert nach Wichtigkeit und Zufriedenheit eine

Rolle spielen und zusätzlich wurden 2016 mehr Aspekte als 2012 abgefragt, was auch zu einer unterschiedlichen Bewertung beitragen kann, da andere Referenzpunkte für die Bewertung kommuniziert werden.

Da die Erwartungen an den Besuch aber vergleichsweise gut erfüllt wurden, gibt es keine eindeutigen Indizien in den Daten dafür, dass die Qualität des Besuchserlebnisses wirklich abgenommen hat – in dem Sinne, dass die befragten Personen höhere Erwartungen an den Besuch hatten.

Andererseits sollte dieser Befund auch nicht leichtfertig abgetan werden, denn die Gründe dafür, warum viele Aspekte geringfügig geringer als 2012 bewertet wurden, können nicht klar identifiziert werden. Hieraus folgt die Empfehlung, weiterhin für Rückmeldungen der Besucher und Besucherinnen hellhörig zu sein, damit Lenkungsmaßnahmen bei Bedarf zeitnah eingesetzt werden können.

- Klare Stärken sind die Naturnähe der Anlagen, die Ausschilderungen und Infotafeln und das Gesamtbesuchserlebnis. Die Parkplatzsituation und das Kursangebot sowie einzelne Aussichtspunkte gehören hingegen eher zu den „Problembereichen“. Während die Wichtigkeit dieser Aspekte erfahrungsgemäss nur marginal verändert werden kann (ausser zum Beispiel durch das Ansprechen neuer Zielgruppen oder das gezielte Wecken von Bedürfnissen und ähnlichen Vorgehensweisen), liesse sich die Zufriedenheit durch geeignete Massnahmen erhöhen: Insbesondere wäre es hier wichtig, das Kursprogramm stärker in den Fokus zu rücken und dabei auch zu berücksichtigen, welche Art von Kursen die Zielgruppe wünscht, welche Inhalte behandelt werden sollten, und welches Format Kurse und Bildungsangebote haben. Die Kurse und Veranstaltungen sowie die Wildnisboten-Angebote sind vergleichsweise unbekannt. Daher steht nach wie vor wie bereits 2012 die Frage im Raum, wie Personen besser erreicht werden und dazu bewegt werden können, an Kursen und Angeboten teilzunehmen. Hier könnte es sich lohnen, gezielt die Wünsche der Besucher und Besucherinnen zu eruieren und entsprechend in das Bildungskonzept einfliessen zu lassen.

Der zweite Bereich, der vergleichsweise kritisch ist, betrifft die Parkplatzsituation im Sihlwald und Langenberg. Aus Sicht der Besucher und Besucherinnen gibt es zu wenig Parkplätze. Diese Situation könnte dadurch entschärft werden, dass das Angebot, mit öffentlichen Verkehrsmitteln anzureisen, attraktiver gemacht werden würde. Zum Beispiel könnte überlegt werden, einen (temporären) Shuttlebus vom Bahnhof Langenberg zum Langenberg und Sihlwald einzurichten. Hierdurch könnte

Besuchern und Besucherinnen das Gefühl genommen werden, auf das eigene Auto angewiesen zu sein. Andererseits müsste dabei auch sichergestellt werden, dass auch Familien mit Kindern oder ältere Personen ein solches Mobilitätsangebot nutzen können.

- Orientierung: Ausschilderung und Wegweiser werden zwar etwas positiver bewertet (Vergleich Sihlwald 2012 und 2016), da die Antwortkategorie „eher schlecht“ im Gegensatz zu 2012 nicht mehr 2016 unter den Antworten vertreten war. Allerdings ist aber der prozentuale Anteil derjenigen, die „sehr zufrieden“ sind, zurückgegangen und der Anteil der „eher zufriedenen“ gegenüber 2012 gestiegen. Diese Verschiebungen können Grund dafür sein, dass die Orientierungsfunktion gegenüber 2012 insgesamt leicht abgenommen hat. Dabei steht die Frage im Raum, ob es sich um eine „Fluktuation“ aufgrund unterschiedlicher Stichproben handelt, oder ob sich seit 2012 tatsächlich etwas an den Ausschilderungen und Wegweisern geändert hat.
- Nach wie vor ist eine wichtige Frage, wie Besucher und Besucherinnen in die Stichprobe integriert werden können, die nicht das Besucherzentrum bzw. die Cafeteria im Langenberg aufsuchen. Das scheint allerdings hauptsächlich für den Sihlwald relevant zu sein, da der Sihlwald weitläufiger angelegt ist und über mehr Ein- und Ausgangswege verfügt als der Langenberg.
- Die Besucher und Besucherinnen berichten von einem positiven Verhältnis und einer relativ starken Bindung zum Sihlwald und Langenberg. Das heisst, die Besucher und Besucherinnen fühlen sich emotional mit dem Park verbunden. Dies ist aber zweischneidig zu sehen: Einerseits sind Personen, die sich emotional verbunden fühlen auch bereit, etwas für den Park zu unternehmen und sich dafür einzusetzen. Auf der anderen Seite erleben diese Personen möglicherweise aber auch eine Art Identitätsverlust und Bedrohung, wenn etwas am oder im Park verändert wird, was nicht mit dem (Ideal-) Bild zusammenpasst, das diese Personen vom Park haben. Je stärker die (emotionale) Verbundenheit ist, desto heftiger werden Reaktionen auf Änderungen ausfallen, sowohl positiv als auch negativ. Dieser Befund erfordert ein gut durchdachtes und sensibles Kommunikationskonzept bei Änderungsprozessen, das die stark verbundenen Personen nach Möglichkeit (zumindest gefühlt) in Entscheidungs- und Änderungsprozesse frühzeitig einbezieht.
- Der Anteil der Personen, die etwas Neues gelernt haben, ist bei denjenigen, die auch ein relativ stark ausgeprägtes Lern-Besuchsmotiv nannten, noch optimierbar. Im Sihlwald geben knapp 22,5% dieser Personen an, eher nichts Neues gelernt zu haben,

im Langenberg ist der Anteil mit insgesamt 9,1% sehr viel geringer. Eine Idee wäre, stärker herauszufinden, ob die Besucher und Besucherinnen spezifische „Lernwünsche“ haben und ob diesen nachgekommen werden kann, oder ob es sich um eine Grundeinstellung (z.B. Persönlichkeit der jeweiligen Besuchergruppe) handelt, nichts Neues lernen zu wollen. Denkbar ist auch, dass der relativ hohe Anteil an Personen, die „(eher) nichts Neues gelernt haben“ dadurch zu erklären ist, dass diese Gruppe bereits sehr viel über die vermittelten Aspekte weiss.

Erstaunlich ist im Langenberg, dass knapp die Hälfte der Besucher und Besucherinnen, die kein ausgeprägtes Lernmotiv haben, auch „nichts während des Besuchs“ gelernt haben. Dieser Anteil ist im Sihlwald knapp 10% geringer, so dass der Lernprozess im Sihlwald eventuell „informeller“ stattfindet als im Langenberg. In letzterem gelingt es denjenigen, die explizit etwas Neues lernen wollten allerdings besser als im Sihlwald, an neue Informationen zu gelangen. Bei der Interpretation muss allerdings auch bedacht werden, dass nicht danach gefragt wurde, *was*, sondern nur, *ob* etwas Neues gelernt wurde.

Auch in Hinblick auf die erlebte „Mastery-Experience“ kann gesagt werden, dass das Lern- und Bildungskonzept im Sihlwald und Langenberg prinzipiell noch ausbaufähig ist, da sich die Mittelwerte auf dieser Skala eher im mittleren Bereich befanden. Es wäre vielleicht eine Überlegung wert, spielerische Angebote oder „Herausforderungen“ anzubieten, die einen impliziten Lernvorgang begünstigen, indem zum Beispiel für bestimmte Aspekte Interesse geweckt wird. Dies sollte allerdings nicht einfach nur im Sinne einer klassischen Informationsvermittlung geschehen, sondern idealerweise sollten die Besucher und Besucherinnen dazu motiviert werden, von sich aus auf Ideen und Fragen zu kommen, die sie sich dann eigenständig (durch Hinweise und Hilfestellungen) erarbeiten können. Dadurch könnte auch das Kompetenz- und Autonomie-Erleben verstärkt werden. Wichtig ist allerdings darauf zu achten, dass der Parkbesuch trotzdem noch für die Personen attraktiv bleibt, die explizit nichts Neues lernen wollen, sondern für die andere Besuchsgründe im Vordergrund stehen.

- Sehr positiv ist für Sihlwald und Langenberg, dass beide Teile als „erholungsförderliche Umwelt“ bezeichnet werden können und dass so gut wie keine psychischen Prozesse initiiert werden, die ein Erholungserleben verringern. Damit erfüllt der Wildnispark die wichtigsten Kriterien, um Wohlbefinden und Gesundheit zu fördern und kann als allgemein zugängliche Gesundheitsressource bezeichnet

werden. Diese Interpretation wird dadurch bekräftigt, dass mehrere Gesundheitsindikatoren von den befragten Personen nach dem Aufenthalt im Park signifikant positiver bewertet werden als vor dem Parkbesuch – trotz des „nur“ gering normal ausgeprägten Stressniveaus. Der Aspekt der Gesundheitsförderung birgt ein grosses gesellschaftsrelevantes Potential, das insbesondere durch die Nähe des Parks zu der Metropolregion Zürich nochmals verstärkt wird.

Dieses Ergebnis ist unverändert positiv seit 2012 und bringt das Potential mit sich, eine besondere Dienstleistung und einen Mehrwert für die Bevölkerung zu bieten. Es wäre zu überlegen, ob der Aspekt der Gesundheitsförderung stärker in den Fokus gerückt werden sollte, entweder aus Sicht der Forschung (z.B. gezielte Studien durchführen) und/oder aus Sicht des Marketings (z.B. durch Betonung der „erholungsförderlichen Umwelt“).

- Es zeichnet sich eine (leicht) unterschiedliche Motivstruktur ab, den Sihlwald oder Langenberg aufzusuchen. Der Sihlwald wird tendenziell eher von sportlich orientierten, individuellen Naturliebhabern, die auch „ihre Ruhe haben“ und „nichts Bestimmtes“ unternehmen wollen, aufgesucht. Der Langenberg scheint attraktiver zu sein für Familien und Verwandtschaftsausflüge mit Naturerlebnis und sozialem Austauschcharakter, bei dem auch „Unterhalten werden“ eine Rolle spielt. Dieses Bild zeichnet sich als Tendenz ab. Daher stellt sich die Frage, ob diese Tendenzen weiter ausgebaut, oder ob sie aktiv entkräftet werden sollen. Welches Profil soll mit dem Langenberg, welches mit dem Sihlwald assoziiert werden? Den momentanen Zustand beizubehalten kann die Gefahr beinhalten, dass das Erlebnis zu unspezifisch wahrgenommen wird und dass Besuchern und Besucherinnen die Unterschiede und Möglichkeiten, die Sihlwald und Langenberg bieten, nicht bewusst werden. Dies „Problem“ zeichnet sich bei den Nennungen zu den Negativerlebnissen ab, da zum Beispiel sowohl die „zu engen“ als auch die „zu breiten“ Wege kritisiert werden, was auf einen Konflikt unterschiedlicher Bedürfnisse hindeuten kann.
- Es gelingt den Besuchern und Besucherinnen grundsätzlich, während des Aufenthalts im Park die psychologischen Grundbedürfnisse nach Autonomie, Kompetenz und sozialer Eingebundenheit zu befriedigen. Dies ist eine wichtige Grundlage für Wohlbefinden und Gesundheit. Im Sihlwald gelingt es allerdings besser als im Langenberg, das Bedürfnis nach Autonomie zu befriedigen, und insgesamt rangiert die Bedürfnisbefriedigung zwar auf einem positiven, aber doch noch ausbaufähigem Niveau. Daher stellt sich die Frage, ob und wenn ja, was unternommen werden

könnte, um die erlebte Bedürfnisbefriedigung zu steigern? Hier könnte der unterschiedliche Charakter von Sihlwald und Langenberg aufschlussreich sein:

Im Langenberg könnte mehr soziale Infrastruktur, pro-kommunikative Designs und Aspekte, die soziale Kohäsion fördern, positiv zum Besuchserleben beitragen. Im Sihlwald wäre es denkbar, die Bedürfnisbefriedigung durch mehr Abenteuer und Herausforderungen, Orientierung und Erkunden oder das Bereitstellen von Hands-on Objekten zu fördern.

Eventuell könnte das Kursprogramm auf diese Aspekte ausgerichtet werden.

- Ein eher kleines (da geringe Nennungshäufigkeiten), aber durchaus persistentes Problem scheint im Sihlwald zu sein, dass es aus Sicht der Besucher und Besucherinnen zu wenig Abfallkübel gibt. Hier könnte relativ leicht Abhilfe geschaffen werden: Entweder könnten tatsächlich mehr Kübel aufgestellt werden, oder es könnte stärker kommuniziert werden, dass absichtlich an bestimmten Stellen keine Kübel stehen. Dadurch wüssten die Besucher und Besucherinnen dann, dass sie sich darauf einstellen müssen, ihren Abfall selber zu entsorgen und sie wären weniger frustriert, wenn sie während oder nach dem Picknick feststellen, dass es keine/wenig Abfallkübel gibt. Wichtig wäre, dass dieser Aspekt bereits frühzeitig kommuniziert würde, zum Beispiel beim Parkplatz und/oder auf der Homepage. Es wäre auch denkbar, kostenlos Abfallsäcke zur Verfügung zu stellen, die dann beispielsweise beim Besucherzentrum entsorgt werden könnten.
- Auffallend ist, dass 2016 sehr viel weniger Personen als 2012 in der Sihlwald-Stichprobe waren, die mit dem Velo angereist sind oder die im Sihlwald „biken“ wollen. Hier stellt sich die Frage, ob und warum der Sihlwald für Velofahrer unattraktiver geworden ist. Gab es spezifische Gründe, wie zum Beispiel Wegarbeiten oder gezielte Lenkungsmaßnahmen? 2012 zeichnete sich noch ein potentieller Konflikt zwischen Bikern und anderen Besuchenden ab. Wurde dieser aktiv gelöst, oder ist es Zufall, dass 2016 dieser potentielle Konflikt nicht mehr auftritt?
- In der Studie 2016 wurde auf den Einsatz von GPS Datenloggern für die Analyse der Wegnutzung und Orientierung aus ressourcentechnischen Gründen verzichtet. Stattdessen wurden Karten ausgeteilt, in die die Besuchenden eigenständig ihre Wege einzeichnen sollten. Einigen Personen bereitete dies Schwierigkeiten und es lassen sich viele wichtige Daten für die Wegnutzung auf diese Art und Weise nicht erheben: zum Beispiel ist oft unklar, in welche Richtung Personen unterwegs waren, ob, wo und wie lange sie irgendwo Rast gemacht haben, ob es Vor- und Zurückbewegungen

gegeben hat, wie lange sie für den Weg benötigt haben, und letztendlich ist auch unklar, ob die erinnerten Wege den in der Realität genutzten Wegen entsprechen. Daher kann die Empfehlung ausgesprochen werden, für Wegnutzung und Verweilorte zukünftig GPS Datenlogger, oder – sofern möglich – WIFI oder Bluetooth-tracking zu verwenden. Eventuell könnten auch Bluetooth Beacons an bestimmten Stellen installiert werden? Diese könnten auch in das Lernkonzept eingebunden werden, da sie zum Beispiel bestimmte Inhalte auf einem Smartphone anzeigen lassen können.

- Die Befragungen 2012 und 2016 bieten ein vertiefendes Verständnis des Besuchererlebens. Ebenfalls zeichnet sich ab, dass wiederholte Befragungen dazu geeignet sind, Veränderungstendenzen im Besuchererleben zu erfassen und in das Parkmanagement einfließen zu lassen. In diesem Sinne können (regelmässige) Besucherbefragungen als Planungsinstrument gesehen und genutzt werden. Es zeichnet sich allerdings auch ab, dass tendenziell zu viele Themengebiete in die Befragung Eingang gefunden haben, da die durchschnittliche Ausfüllzeit mit ca. 22 Minuten die Besucher und Besucherinnen relativ stark fordert. Für Folgestudien wäre daher eine Empfehlung, bestimmte Themen zu fokussieren und in einem bestimmten Turnus wieder aufzunehmen (zum Beispiel nach dem Ablauf Thema A, Thema B, Thema C, Thema A, Thema B, Thema C, usw.). Ein solches Vorgehen würde den zeitlichen Aufwand erheblich reduzieren. Die beiden bereits durchgeführten Befragungen könnten als Referenzpunkte und Ausgangslage (sog. Baseline) für folgende, thematisch spezifische Kurzbefragungen im Wechseltturnus dienen. Damit wäre eine solide und sehr gute Datengrundlage sichergestellt.

Insgesamt zeichnet sich in der Besucherbefragung 2016, ähnlich wie 2012, ein durchaus positives Bild des Sihlwald und Langenberg ab. Daher sind die oben genannten Punkte als eine Auswahl möglicher Empfehlungen und als Anregungen zu verstehen, die bei zukünftiger Planung bzw. bei zukünftigen Massnahmen eine hilfreiche und erweiterte Entscheidungsgrundlage bieten können.

## 5 Literatur

- Baker, K., Olson, J., & Morisseau, D. (1994). Work practices, fatigue, and nuclear power plant safety performance. *Human Factors: The Journal of the Human Factors and Ergonomics Society*, 36(2), 244-257. doi:10.1177/001872089403600206
- 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*. San Francisco: 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
- Field, A. (2013). *Discovering Statistics using IBM SPSS Statistics* (Fourth Edition ed.). London: SAGE Publications Ltd.
- Hartig, T., Catalano, R., & Ong, M. (2007). Cold summer weather, constrained restoration, and the use of antidepressants in Sweden. *Journal of Environmental Psychology*, 27(2), 107-116. doi:10.1016/j.jenvp.2007.02.002
- Hartig, T., Kaiser, F. G., & Bowler, P. A. (1997). Further development of a measure of perceived environmental restorativeness. *Institute of Housing Research, Working paper, 5*. Retrieved from <http://www.ibf.uu.se/PUBL/Wp/Wp5.pdf>
- Hernández, B., Hidalgo, M. C., 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
- 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. (1989). *The experience of nature: A psychological perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kaplan, S. (1995). The restorative benefits of nature: Toward an integrative framework. *Journal of Environmental Psychology*, 15(3), 169-182. doi:10.1016/0272-4944(95)90001-2
- Kuo, F. E., & Sullivan, W. C. (2001). Aggression and violence in the inner city effects of environment via mental fatigue. *American Journal of Preventive Medicine*, 33(4), 543-571. doi:10.1177/00139160121973124
- Lorist, M. M., Klein, M., Nieuwenhuis, S., Jong, R., Mulder, G., & Meijman, T. F. (2000). Mental fatigue and task control: planning and preparation. *Psychophysiology*, 37(5), 614-625. doi:10.1111/1469-8986.3750614
- Norling, J. C., Sibthorp, J., & Ruddell, E. (2008). Perceived Restorativeness for Activities Scale (PRAS): development and validation. *Journal of Physical Activity & Health*, 5(1).
- 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
- Sanders, A. F. (1998). *Elements of human performance*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- 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, CA: 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
- Stiftung Wildnispark Zürich. (2012). Im Sihlwald entsteht etwas Einzigartiges. Retrieved 10.2.2014, from [http://www.wildnispark.ch/files/pdf/Zuerichs%20Wildnis\\_Sihlwald/Wildnispark\\_Zuerich\\_Faktenblatt\\_Sihlwald.pdf](http://www.wildnispark.ch/files/pdf/Zuerichs%20Wildnis_Sihlwald/Wildnispark_Zuerich_Faktenblatt_Sihlwald.pdf)
- van der Linden, D., Frese, M., & Meijman, T. F. (2003). Mental fatigue and the control of cognitive processes: effects on perseveration and planning. *Acta Psychologica*, 113(1), 45-65. doi:10.1016/S0001-6918(02)00150-6
- Västfjäll, D., & Gärling, T. (2007). Validation of a Swedish short self-report measure of core affect. *Scandinavian Journal of Psychology*, 48(3), 233-238. doi:10.1111/j.1467-9450.2007.00595.x
- von Lindern, E. (2013). Der Wildnispark Zürich als Quelle von Lebensqualität. Retrieved 14.3.2014, from [http://www.parcs.ch/wpz/pdf\\_public/2013/27674\\_20131210\\_084209\\_Abschlussbericht\\_Besucherbefragung\\_Sihlwald\\_Final.pdf](http://www.parcs.ch/wpz/pdf_public/2013/27674_20131210_084209_Abschlussbericht_Besucherbefragung_Sihlwald_Final.pdf)
- von Lindern, E. (2015). Setting-dependent constraints on human restoration while visiting a wilderness park. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 10, 29-37. doi:10.1016/j.jort.2015.06.001
- von Lindern, E. (2017). Perceived interdependencies between settings as constraints for self-reported restoration. *Journal of Environmental Psychology*, 49, 8-17. doi:10.1016/j.jenvp.2016.11.004
- von Lindern, E., Lymeus, F., & Hartig, T. (2016). The restorative environment: A complementary concept for salutogenesis studies. In M. B. Mittelmark, S. Sagy, M. Eriksson, G. F. Bauer, J. Pelikan, B. Lindström, & G. A. Espnes (Eds.), *The Handbook of Salutogenesis* (1 ed., pp. 181-195). New York: Springer. doi:10.1007/978-3-319-04600-6
- von Lindern, E., Pahud, L., & Tobias, R. (2015). *Sozialwissenschaftliche Erfolgskontrolle der Chriesbachrevitalisierung – Abschlussbericht*. Zürich: Eawag und AWEL. Retrieved from [http://www.eawag.ch/fileadmin/Domain1/About/Nachhaltig/revit\\_chriesbach/abschlussbericht.pdf](http://www.eawag.ch/fileadmin/Domain1/About/Nachhaltig/revit_chriesbach/abschlussbericht.pdf)

## **6 Anhang**

Die folgenden Dokumente und Daten wurden in digitalisierte Form an den Wildnispark Zürich übermittelt und können ebenfalls per E-Mail an [Eike.von.lindern@dialog-n.ch](mailto:Eike.von.lindern@dialog-n.ch) angefordert werden.

- Abschlussbericht Besucherbefragung 2016
- Fragebögen (Sihlwald 2012, Sihlwald 2016, Langenberg 2016)
- GPX-Dateien der von den Besuchenden per Hand gezeichneten Wege (bereinigt)
- Auflistung allgemeiner Kommentare am Schluss des Fragebogens