

Witterungsunabhängige Tourismusangebote basierend auf Naturerlebnisangeboten – Bedeutung und innovative Entwicklungen

Institut für Landschaftsentwicklung,
Erholungs- und Naturschutzplanung
Universität für Bodenkultur Wien



Universität für Bodenkultur Wien
Department für Raum, Landschaft
und Infrastruktur

ProjektmitarbeiterInnen und AutorInnen des Berichts
Univ. Prof. Dr. Ulrike Pröbstl-Haider

Dipl.-Ing. Verena Melzer

Unter Mitwirkung von: Elisabeth Dunkl, Bakk. Techn.

Institut für Landschaftsentwicklung, Erholungs- und Naturschutzplanung

Universität für Bodenkultur Wien

In Zusammenarbeit mit:

ÖHV Touristik Service GmbH, Schottenfeldgasse 23/6, 1070 Wien

Diese Publikation sollte folgendermaßen zitiert werden:

Pröbstl-Haider, U., Melzer, V. (2015): Witterungsunabhängige Tourismusangebote basierend auf Naturerlebnisangeboten – Bedeutung und innovative Entwicklungen. Endbericht von StartClim2014.E in StartClim2014: Beiträge zur Umsetzung der österreichischen Anpassungsstrategie, Auftraggeber: BMLFUW, BMWWF, ÖBF, Land Oberösterreich

Wien, im Juli 2015

StartClim2014.E

Teilprojekt von StartClim2014

Projektleitung von StartClim2014:

Universität für Bodenkultur, Department für Wasser – Atmosphäre – Umwelt

Institut für Meteorologie, Peter Jordan-Straße 82, 1190 Wien

URL: www.startclim.at

StartClim2014 wurde aus Mitteln des BMLFUW, des BMWWF, der ÖBF und des Landes Oberösterreich gefördert.

Inhaltsverzeichnis

Kurzfassung	5
Abstract	5
E-1 Einleitung	6
E-1.1 Problemstellung	6
E-1.2 Ziele des Projektes	7
E-2 Stand des Wissens	8
E-2.1 Begriff „Witterungsunabhängige Naturerlebnisangebote“	8
<i>E-2.1.1 Begriffsdefinition aus der Literatur</i>	<i>8</i>
<i>E-2.1.2 Definition für die vorliegende Arbeit</i>	<i>8</i>
E-2.2 Alpenspezifische Zielgruppen	9
E-2.3 Produktentwicklung im Tourismus	10
E-3 Methode	11
E-3.1 Projektablauf	11
E-3.2 Literaturrecherche	11
E-3.3 Erhebung der Naturerlebnisangebote	11
<i>E-3.3.1 Zwingende Kriterien</i>	<i>11</i>
<i>E-3.3.2 Beschreibende Kriterien</i>	<i>12</i>
<i>E-3.3.3 Auswahl der Naturerlebnisangebote</i>	<i>15</i>
E-3.4 Bewertung der Naturerlebnisangebote	15
E-4 Ergebnisse	16
E-4.1 Ergebnisse der Erhebung der Naturerlebnisangebote	16
E-4.2 Vorstellung von Good-Practice-Beispielen	25
<i>E-4.2.1 St. Martins Therme & Lodge (Burgenland)</i>	<i>26</i>
<i>E-4.2.2 Salzwelten Hallein (Salzburg)</i>	<i>28</i>
<i>E-4.2.3 Talschluss Saalbach Hinterglemm/Lindlingalm (Salzburg)</i>	<i>30</i>
<i>E-4.2.4 Donau Niederösterreich Tourismus GmbH (Niederösterreich)</i>	<i>32</i>
E-4.3 Evaluierung der Angebote hinsichtlich Relevanz und Bedeutung	34
E-4.4 Evaluierung der Angebote hinsichtlich alpenspezifischer Zielgruppen	35
E-4.5 Evaluierung der Angebote hinsichtlich Produktentwicklung und Innovation	35
E-5 Schlussfolgerungen	37
Literaturverzeichnis	39

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis	41
Anhang	42

Kurzfassung

Die vielfältige Natur- und Kulturlandschaft in Österreich bietet großes Potential für zahlreiche naturtouristische und Naturerlebnis-Angebote. Aktuelle Forschungsergebnisse bestätigen, dass bei Touristen großes Interesse an Naturerlebnis-Angeboten besteht. Im Hinblick auf den Klimawandel besteht die Notwendigkeit, über Anpassungsstrategien nachzudenken, um unabhängiger von spezifischen Witterungsverhältnissen zu werden. Diese Studie erhebt die aktuelle Situation von witterungsunabhängigen Naturerlebnisangeboten in Österreich. Zunächst wurde der Begriff der witterungsunabhängigen Naturerlebnisangebote definiert. Die Erhebung umfasst Angebote, die länger als acht Monate im Jahr erlebbar sind und solche, die zwischen fünf und acht Monaten geöffnet sind und die auf acht Monate verlängert werden könnten. Insgesamt wurden u.a. Öffnungszeiten, Thema, Bezug zu Schutzgebieten, Erlebnisart, Kostenpflicht und Beschäftigungseffekt von 236 Naturerlebnisangeboten erhoben.

Die Diskussion über die Angebote und ihre Relevanz für die touristische Entwicklung mit Vertretern der Österreichischen Hotelierversammlung zeigte, dass für eine erfolgreiche Angebotsgestaltung und -entwicklung in Richtung Ganzjahrestourismus folgende Erfolgsfaktoren bedeutend sind: Authentizität, Erlebnisinszenierung, Professionalität und Kooperation. Angebote müssen gut und authentisch inszeniert werden, eine kooperative Bewerbung ist sinnvoll. Zudem ist die Verschränkung mit Partnern in der Region essentiell, damit die Angebote in die Region eingebunden und so auch die Möglichkeit besteht, individuelle Packages zu gestalten.

Kritische Stimmen könnten die Frage aufwerfen, warum sich Regionen, in denen die Wintersaison genügend Umsatz bringt, mit einer Angebotsentwicklung in Richtung Ganzjahrestourismus beschäftigen sollen. Darauf ist zu antworten, dass von den Destinationen vorausschauend geplant werden muss, damit, wenn derzeitigen Szenarien folgend ab dem Jahr 2035 die Wintersaisons durch den Klimawandel negativ beeinflusst werden sollten, bereits ein Alternativangebot für die Gäste etabliert ist.

Abstract

The diverse natural and cultural landscapes in Austria offer great potential for a number of nature-based and nature experience-based touristic offers. Current research results confirm that there is considerable interest in nature experience offers among tourists. In order to become less dependent on specific weather conditions in the light of climate change, it is necessary to consider adaptation strategies. This study surveys the current situation of weather-independent nature experience offers in Austria. First, the term 'weather-independent nature experience offers' was defined. The survey comprises offers that are available for more than eight months a year, and also those that are available for five to eight months, but could be extended to eight months a year. Amongst others, seasonal availability, theme, connection to protected areas, type of experience, cost and effects on employment were investigated for a total of 236 nature experience offers.

The discussion of offers and their relevance for touristic development with representatives of the Österreichische Hotelierversammlung (Austrian Hotel Association) revealed that the following factors are significant for a successful design and development of offers towards all-year tourism: authenticity, the 'staging' of the touristic experience, professionalism and cooperation. Offers must have an authentic and well-thought-out setting, and cooperative advertising is beneficial. Furthermore, cooperation with regional partners is essential in order to embed the offers within the region, and also to be able to design individual packages.

Critical voices might ask why a region that generates enough turnover in the winter season should invest in the development of all-year touristic offers. Current scenarios indicate that climate change will have a generally perceptible, negative impact on winter seasons as of 2035, and foresightful planning is necessary in this case to have alternative offers ready established by then for guests.

E-1 Einleitung

E-1.1 Problemstellung

Die Bedeutung des Themas ergibt sich aus den erwarteten Einflüssen des Klimawandels, die etwa beim Wintersport dazu führen, dass die wichtigste Aktivität im Urlaub nicht oder nur eingeschränkt ausgeübt werden kann (u.a. Moen & Fredman 2007, Pröbstl 2011) und damit der Anreiz, in Österreich Urlaub zu machen, wegfällt. Die Diskussion um Anpassungsmaßnahmen ist daher vor allem darauf ausgerichtet, Angebote zu entwickeln, die witterungsunabhängig sind, aber dennoch draußen stattfinden. Diese sollen authentisch sein, einen Bezug zur jeweiligen Region aufweisen, ein bestimmtes Thema in den Vordergrund stellen und eine breite Zielgruppe österreichischer Touristen ansprechen. Entsprechende Angebote sollten im Idealfall – so die übereinstimmende Meinung der Experten (Abegg 1996, Scott & McBoyle 2007, Pröbstl et al. 2008) – mögliche Ausfälle im Winter kompensieren bzw. die Angebote im Sommer attraktiver gestalten. Klimawandelanpassungsstrategien (APCC 2014) setzen zudem auch auf eine Stärkung von Frühjahr und Herbst, um eine gleichmäßigere Auslastung zu erreichen. Nachdem aktuelle Forschungsergebnisse, die sich mit den wichtigsten Urlaubersegmenten für Österreich beschäftigen, übereinstimmend eine hohe Bedeutung von Naturerlebnis- und naturtouristischen Angeboten im Sommer zeigen, besteht grundsätzlich die Möglichkeit, dass witterungsunabhängige Angebote im Naturschutz sich als Anpassungsmaßnahmen in diesem Sinne eignen könnten. Dies gilt umso mehr, als internationale Vergleiche und Angebote, zum Beispiel von Parks Canada in Victoria Island, wo häufig ungünstige Wetterbedingungen und hohe Niederschläge vorherrschen, verdeutlichen, dass gut durchdachte Angebote nicht durch Wetterbedingungen eingeschränkt sein müssen, sondern bei richtiger Inszenierung einen eigenen Reiz darstellen können.

Das Interesse an Naturerlebnis ist bei vielen Urlaubsgästen vorhanden. Studien (u.a. Siegrist et al. 2015, Wirth 2010, Pröbstl-Haider et al. 2014b) belegen, dass die Nachfrage nach Natur- und Landschaftserlebnis vorhanden ist. Dies gilt auch unabhängig von Schutzgebieten und anderen Freizeitsportangeboten (Pröbstl-Haider 2013).

Die vorliegende Arbeit versucht daher einen Beitrag zur schrittweisen Anpassung zu leisten (Gössling et al. 2012, Scott et al. 2007). Ein Ziel ist es, Anpassungsstrategien aus dem Bereich Naturerlebnis zu entwickeln, die unabhängiger von spezifischen Witterungsverhältnissen sind. Die angestrebte Entwicklung in Richtung Ganzjahrestourismus wird auch in der einschlägigen Fachliteratur befürwortet (Moen & Fredman 2007, Bürki et al. 2003, Moshhammer et al. 2014). Die Ergebnisse können weiterhin auch einen Beitrag zur Produktdiversifikation bzw. Produktentwicklung (UNWTO-UNEP-WMO 2008) sowie zur Steigerung der Erlebnisqualität touristischer Angebote in Österreich (Pröbstl 2011) leisten.

Als Inspiration für innovative Produktentwicklung diente das Hotel The Wickaninnish Inn in Tofino, Kanada, das die ungünstigen Wetterbedingungen mit starken Stürmen und Niederschlägen im Winter zum touristischen Produkt „Storm Watching“ entwickelt hat, und ganzjährig Gäste empfängt.

E-1.2 Ziele des Projektes

Um der Empfehlung der österreichischen Klimawandel-Anpassungsstrategie, den Tourismussektor in Richtung Ganzjahrestourismus zu entwickeln, gerecht zu werden, verfolgt dieses Projekt mehrere Ziele:

(1) Definition des Begriffs „Witterungsunabhängige Naturerlebnisangebote“

Bislang gibt es keine einheitliche Definition für witterungsunabhängige Naturerlebnisangebote. Das Projekt hat diesen Begriff basierend auf Literatur präzisiert und illustriert, was darunter verstanden wird. Die Definition wurde im Rahmen eines Workshops mit der Österreichischen Hotelierversammlung (ÖHV) auf ihre Praktikabilität überprüft.

(2) Analyse bestehender Naturerlebnisangebote in Österreich

Ziel dieser Arbeit war es, einen Überblick über bestehende Naturerlebnisangebote in Österreich zu schaffen. Dazu gehört auch, Good-Practice Beispiele unterschiedlicher Träger zu erfassen. Die Ergebnisse der Analyse wurden in Kapitel E-4.1 erläutert.

(3) Evaluierung der Angebote im Hinblick auf beschäftigungsbezogene Effekte

Ziel war es, für die Angebotstypen im naturtouristischen Bereich die beschäftigungsbezogenen Effekte herauszuarbeiten und diese anhand von Good-Practice Beispielen zu beschreiben. Dies wurde bei der Erhebung berücksichtigt und in Kapitel E-4.1 beschrieben.

(4) Evaluierung der Angebote im Hinblick auf alpenspezifische Zielgruppen

Ziel war es, die Angebote auch hinsichtlich ihrer Eignung für alpenspezifische Zielgruppen zu untersuchen, die auf den Ergebnissen der Studie von Pröbstl-Haider et al. (2014b) basieren. Die Überlegungen zur Evaluierung der Zielgruppen sind in Kapitel E-4.4 eingeflossen.

(5) Innovative Produktentwicklung

Ziel war es, bei dieser Arbeit auch innovative Produktentwicklungen herauszuarbeiten und ihre Umsetzbarkeit mit Praktikern in Österreich zu diskutieren. Dies wurde im Rahmen des Workshops mit der ÖHV umgesetzt und in Kapitel E-4.5 diskutiert.

(6) Kommunikation der Ergebnisse

Ziel war es, die Ergebnisse anwenderfreundlich zu kommunizieren und die entsprechenden Zielgruppen zu erreichen. Das Projekt wurde bereits im Rahmen eines Vortrags zu „Energie und Tourismus – Motor der Tourismusentwicklung und Grundlage für die Angebotsgestaltung“ vorgestellt. Die Ergebnisse sollen weiterhin im wissenschaftlichen Magazin „Tourismus Wissen“, das eine breite Leserschaft anspricht, veröffentlicht werden.

E-2 Stand des Wissens

E-2.1 Begriff „Witterungsunabhängige Naturerlebnisangebote“

E-2.1.1 Begriffsdefinition aus der Literatur

Lichtenecker et al. (2009) beschreiben Naturerlebnisangebote als mit allen Sinnen erlebbare Aktivitäten, die die regionalen Besonderheiten (Landschaft, Kultur) hervorheben und authentisch vermittelt werden. Erlebnisse entstehen nach Müller und Scheurer (2004) durch das Setzen von Reizen, die entweder im Kontakt mit anderen Menschen entstehen können oder durch andere Umweltreize, die beispielsweise verschiedene Sinne ansprechen (z.B. Geruch, Geschmack).

Anbieter von Tourismusleistungen können somit durch eine entsprechende Angebotsgestaltung das Entstehen von Erlebnissen fördern. Zur Inszenierung von Erlebnissen gibt es verschiedene Instrumente, die zur Gestaltung des geeigneten Erlebnis-Settings zum Einsatz kommen. Dazu gehören unter anderem das Hervorheben eines Themas (z.B. landwirtschaftliche Produkte, Landschaft), die Szenerie, mit der ein Angebot gestaltet wird oder das Erzeugen von Wohlbefinden (Müller & Scheurer 2004).

E-2.1.2 Definition für die vorliegende Arbeit

Die vorliegende Projektarbeit definiert folgende Kriterien für witterungsunabhängige Naturerlebnisangebote:

- sie werden über einen Zeitraum von mindestens 8 Monaten im Jahr angeboten,
- sie finden zum größten Teil draußen statt (Kombination mit Besichtigung ist möglich),
- sie erfordern keine bestimmten Wetterverhältnisse (Schnee, Eis, gewisse Temperatur),
- sie sind nicht überall beliebig umsetzbar (z.B. kein Spielplatz),
- sie sprechen eine breite Zielgruppe an.

Beispiele für Naturerlebnisangebote sind Lehrpfade, Natur-Safaris, Themenwege oder auch Klammern und Höhlen.

Die einzelnen Kriterien für die Definition werden in Kapitel E-3.3.1 nochmals genauer beschrieben. Folgende Abb. E- 1 zeigt anschaulich die Kriterien für die Definition.



Abb. E- 1: Kriterien zur Definition von witterungsunabhängigen Naturerlebnisangeboten

E-2.2 Alpenspezifische Zielgruppen

Eine Studie zum Alpenraum (Pröbstl-Haider et al. 2014b), die auf einer repräsentativen Befragung in Deutschland basiert, hat bei Urlaubsgästen, die die Alpen bereits kennen und denen, die die Alpen noch nicht kennen, jeweils drei Gruppen unterschieden, die sich sowohl soziodemographisch, als auch nach ihren Interessen unterscheiden. Bei den Urlaubern mit Alpenerfahrung gibt es die Gruppen traditionelle Urlaubende, erholungsinteressierte, gemütliche Urlaubende sowie die Gruppe der gesellschafts- und sportorientierten Alpenurlaubenden. Bei der ersten Gruppe zeigte sich ein signifikantes Interesse an Naturerlebnisangeboten, die zweite Gruppe zeigte ebenfalls eine positive Tendenz hinsichtlich Naturerlebnisangeboten. Lediglich bei der dritten Gruppe waren Naturerlebnisangebote weniger interessant. Mehr als die Hälfte (56%) der Befragten traditionellen Urlaubenden gehören der Altersklasse 50+ an. Die Urlaubenden ohne Erfahrung in den Alpen wurden in die drei Gruppen sport- und aktionsorientierte potentielle Alpenurlauber, traditionsbewusste und naturorientierte potentielle Alpenurlauber sowie anspruchslöse potentielle Alpenurlauber eingeteilt. Dabei stellte sich heraus, dass für die sport- und aktionsorientierte Gruppe, die überwiegend aus Urlaubern unter 40 Jahren besteht (76%), Naturerlebnisangebote signifikant nachgefragt werden, während sich die traditionsbewusste Gruppe nicht für Naturerlebnisangebote interessiert. Bei der anspruchslösen Gruppe, die aus überwiegend Männern und Befragten der Altersklasse 50+ bestehen, gab es eine positive Tendenz hinsichtlich Naturerlebnisangeboten.

Abb. E- 2 zeigt zusammenfassend die jeweils drei Gruppen der Urlaubenden mit und der Urlaubenden ohne Alpenerfahrung und deren Interesse an Naturerlebnisangeboten.



Abb. E- 2: Urlaubende mit und ohne Alpenerfahrung: Zielgruppen und deren Interesse an Naturerlebnisangeboten (verändert nach Pröbstl-Haider et al. 2014b)

Diese Ergebnisse sollen auch bei der Überprüfung entsprechender Angebote für Österreich Berücksichtigung finden.

E-2.3 Produktentwicklung im Tourismus

Neue Produktinnovationen im Tourismus sind wichtig, um die Wettbewerbsfähigkeit von Anbietern bzw. Destinationen zu verbessern (Komppula 2001, Benur & Bramwell 2015). Als Adaptionstrategien zur Produktentwicklung gibt es nach der Produkt-Markt-Matrix folgende Möglichkeiten, wie Tab. E- 1 zeigt.

Tab. E- 1: Produkt-Markt-Matrix nach Ansoff (Komppula 2001:9, nach Zeithaml & Bitner 1996:201, Holloway & Robinson 1995:82; übersetzt und verändert)

Angebote	Märkte	
	Bestehende Märkte/ aktuelle Kunden	Neue Märkte/ neue Kunden
Bestehende Produkte	Marktdurchdringung: bestehende Produkte für bestehende Märkte	Marktentwicklung: bestehende Produkte für neue Märkte
Neue Produkte	Produktentwicklung: neue Produkte auf bestehende Märkte	Diversifikation: neue Produkte für neue Märkte

Die Produkt-Markt-Matrix nach Ansoff (1957) beschreibt zwei Strategien zur Produktentwicklung. Erstens kann die Entwicklung neuer Produkte auf bestehenden (Produktentwicklung) oder auf neuen Märkten (Diversifikation) angestrebt werden. Zweitens gibt es die Möglichkeit, mit bestehenden Produkte am bestehenden Markt die Marktanteile zu erhöhen (Marktdurchdringung), oder bestehende Produkte neu zu positionieren, um neue Märkte zu erreichen (Marktentwicklung). Dieses Schema dient dazu, um später die Erweiterung bestehender Angebote zu diskutieren.

E-3 Methode

E-3.1 Projektablauf

Zunächst wurde der Begriff der witterungsunabhängigen Naturerlebnisangebote definiert (siehe Kapitel E-2), um anschließend eine Erhebung von witterungsunabhängigen Naturerlebnisangeboten durchzuführen. Die Ergebnisse der Erhebung wurden statistisch ausgewertet und grafisch dargestellt. Um die erhobenen Naturerlebnisangebote hinsichtlich ihrer Relevanz und Bedeutung vor dem Hintergrund des Klimawandels zu bewerten, wurde ein Workshop mit der Österreichischen Hoteliervereinigung (ÖHV) durchgeführt.

E-3.2 Literaturrecherche

Der theoretische Hintergrund basiert auf einer Literaturrecherche in Online-Datenbanken und Bibliotheken. Die Recherche erfolgte zu den Themen Klimawandelanpassung, Naturerlebnis(angebote) und touristische Produktentwicklung. Für die Literaturrecherche wurden Online-Journal-Datenbanken sowie der Bibliothekskatalog der Universität für Bodenkultur Wien verwendet.

E-3.3 Erhebung der Naturerlebnisangebote

Mithilfe einer Internetrecherche (Web-Mining) wurde das bestehende Angebot an Naturerlebnisangeboten in Österreich erhoben werden. Dabei sollte erfasst werden, welche und wie viele Angebote es bisher gibt und wie sich diese österreichweit verteilen. Dazu wurde eine Schlagwortsuche mit Hilfe folgender Begriffe durchgeführt:

- Erlebnisangebote
- Naturerlebnis
- Naturerlebnisangebote
- Naturlehrpfade
- Themenwege

Zusätzlich wurden Webseiten von Schutzgebieten (Nationalparks, Naturparke, Biosphärenparks in Österreich), Tourismusverbänden, Gemeinden oder Regionen, privaten Anbietern, Hotels, usw. durchsucht. Ebenso wurden online verfügbare Broschüren und Folder als Informationsmaterial genutzt. Die Angebote wurden von November 2014 bis April 2015 erhoben.

E-3.3.1 Zwingende Kriterien

Damit ein Angebot nach der Definition dieser Arbeit als witterungsunabhängiges Naturerlebnisangebot in die Datenbank aufgenommen werden kann, musste es folgende Kriterien erfüllen:

- **finden größtenteils Outdoor statt**

Das Produkt soll, um ein Naturerlebnis zu vermitteln, überwiegend in der Natur stattfinden. Allerdings ist eine Kombination mit einem Indoor-Angebot möglich (z.B. Führung im Nationalpark zusammen mit der Besichtigung des Nationalparkzentrums), jedoch sollen die Aktivitäten größtenteils draußen stattfinden.

- **sind mind. acht Monate erlebbar**

Es werden nur Angebote erhoben, die mindestens acht Monate im Jahr erlebbar sind. Hier werden jene Angebote berücksichtigt, die über acht Monate jeweils mindestens an 15 Tagen angeboten werden.

- **sind nicht überall umsetzbar**

Damit ist gemeint, dass es sich um regional authentische Angebote handelt, die nicht beliebig reproduzierbar sind wie z.B. ein Spielplatz.

- **erfordern keine bestimmten Witterungsverhältnisse**

Dieses Kriterium bedeutet, dass keine bestimmten Temperaturen oder Wetterverhältnisse (wie etwa 10cm Schneeeauflage, Sonnenschein, Minustemperaturen) herrschen müssen, um das Angebot zu erleben.

- **sprechen eine breite Zielgruppe an**

Die Angebote sollen möglichst an mehrere Zielgruppen gerichtet sein, um für Erwachsene, Kinder, Familien, aber auch für Senioren attraktiv zu sein. Angebote, die nur auf eine bestimmte Zielgruppe, z.B. Kinder, ausgerichtet sind, wurden nicht berücksichtigt.

Zusätzlich zu den Muss-Kriterien der Definition hat die Studie bei der Erhebung versucht, darauf zu achten, dass die Angebote ebenfalls

- **über ein Alleinstellungsmerkmal verfügen,**

Dazu gehören Angebote, die ein Thema hervorheben oder die in Zusammenhang mit der Region, der Landschaft, deren Besonderheiten oder kulturellen Traditionen oder typischen kulinarischen Produkten stehen.

- **ein Thema hervorgehoben wird,**

Das Angebot muss einem bestimmten Thema zugeordnet werden können (z.B. Natur, Kulinarik, Geologie).

- **und touristische Relevanz besteht.**

Ob und inwieweit die verfügbaren Angebote im Einzelfall touristisch relevant sind, konnte nur teilweise berücksichtigt werden, wenn Rückschlüsse über die Anlagen möglich waren. Erhebungen der Besucherzahlen oder eine Erhebung der Frequenz waren nicht möglich.

E-3.3.2 Beschreibende Kriterien

Es wurden folgende Kriterien erhoben, die zur näheren Beschreibung der Naturerlebnisangebote dienen:

- **Name des Angebots**

Damit wird der Name des Angebots bezeichnet, unter dem es angeboten wird, wie zum Beispiel der Name eines Themenweges, einer Höhle oder einer Führung.

- **Bundesland** (Wien, Niederösterreich, Burgenland, Oberösterreich, Salzburg, Steiermark, Kärnten, Tirol, Vorarlberg)

Das Bundesland wurde erhoben, um eine bessere Übersicht über die Verteilung der Naturerlebnisangebote zu bekommen.

- **Öffnungszeiten, in denen das Angebot verfügbar ist** (Jänner, Februar, März, April, Mai, Juni, Juli, August, September, Oktober, November, Dezember)

Das Kriterium der Zeitdauer war für die Entwicklung in Richtung Ganzjahrestourismus bedeutend, da ein Naturerlebnisangebot erst dann als „witterungsunabhängig“ definiert wurde, wenn es mehr als acht Monate im Jahr verfügbar war.

Ein Monat wurde dann gezählt, wenn das Angebot mindestens die Hälfte des Monats (15 Tage) erlebbar ist.

– **Hinweis zur Witterung**

Wenn ein Anbieter darauf hingewiesen hat, dass eine Aktivität beispielsweise bei Schlechtwetter nicht stattfindet oder dass im Winter keine Schneeräumung erfolgt, dann wurde dies gesondert vermerkt.

Erhoben wurde hier, ob ein Hinweis zur Witterung angeführt wurde oder nicht (Ja/Nein).

– **Schutzgebiet:**

Dazu zählen Angebote, die in Nationalparks, Naturparke, Landschaftsschutzgebiete oder Biosphärenparks stattfinden bzw. von deren Betreibern angeboten werden. Hier wurde erhoben, ob das Angebot in Zusammenhang mit einem Schutzgebiet steht oder gar von Schutzgebietsbetreibern angeboten wird. Dies erfolgte, um zu zeigen, ob die Schutzgebiete bei der Angebotsentwicklung eine besondere Rolle spielen.

– **Thema**

Als Themenbereiche wurden acht Kategorien ausgewählt:

Natur: Dazu zählen alle Angebote, die als Thema vorwiegend Natur und Landschaft haben.

Kulinarik: Zu diesem Thema gehören alle Angebote, bei denen der kulinarische Genuss im Vordergrund steht, z.B. wo Produkte verkostet werden.

Geologie: Dieser Bereich bezieht sich auf Angebote, bei denen geologische Aspekte im Vordergrund stehen, wie z.B. Höhlen, Klammern.

Energie: Hierzu zählen alle Angebote, bei denen das Thema Energie und Energiegewinnung im Vordergrund steht. Kraftwerke und Stauseen zählen ebenfalls zu dieser Kategorie.

Mystik, & Kultur: Zu diesem Bereich wurden jene Angebote gezählt, die sich mit mystischen oder kulturellen Themen beschäftigen, wie z.B. Kunst, Handwerk.

Landnutzungsbezug: Dieser Bereich umfasst alle Angebote, die aus dem Bereich der Land- und Forstwirtschaft kommen.

Landschaftsinszenierung: Hier steht die Inszenierung der Landschaft im Vordergrund, wie z.B. Hängebrücken oder Aussichtsplattformen.

Gesundheit & Sport: Dazu zählen alle Angebote, die einen positiven Effekt auf die Gesundheit haben.

Grundsätzlich sind zwar Überschneidungen möglich, jedoch wurde das Angebot nur einem Thema zugeordnet, welches überwiegend zutrifft.

– **Motive**

Bewegung & Sport: bezieht sich auf Angebote, bei denen es vorrangig darum geht, sich in der freien Natur zu bewegen oder Sport zu betreiben.

Spiel, Spaß & Abenteuer: Bei diesem Motiv geht es um spielerische Angebote, die Entdecken oder abenteuerliche Erlebnisse fördern. Diese Angebote enthalten oft interaktive Stationen zum selbst ausprobieren.

Erholung & Wohlbefinden: Bei diesem Motiv stehen entspannen und wohlfühlen im Mittelpunkt des Erlebnisses.

Genuss: steht meist in Verbindung mit kulinarischen Genüssen wie Verkostung, die in Kombination mit Landschaftserlebnissen angeboten werden. Hier werden besonders Sinne wie Geruchs- und Geschmackssinn angesprochen.

Wissenserweiterung: Hier steht die Vermittlung von Wissen im Vordergrund. Oft beinhalten solche Angebote Schautafeln oder es werden Informationen mittels Führung weitergegeben.

Auch hier sind ebenfalls mehrere Motive denkbar, es wurde jedoch nur ein Motiv ausgewählt, welches vorwiegend zutrifft.

– **Art des Erlebnisses**

Dieses Kriterium beschreibt, ob ein Angebot mittels Führung, durch Selbsterkundung oder beidem erlebt werden kann.

– **Zielgruppe**

Da die Naturerlebnisangebote eine möglichst breite Zielgruppe ansprechen sollen, wurden die Zielgruppen in Erwachsene, Kinder, Familien und Senioren unterteilt. Hier waren Mehrfachnennungen möglich.

– **Preis**

Es wurde erhoben, ob ein Angebot kostenpflichtig oder kostenlos ist. Bei den kostenpflichtigen Angeboten wurden die genauen Preise (pro Erwachsener) noch zusätzlich erfasst.

– **Beschäftigungseffekt**

Dieses Kriterium bezieht sich auf den ökonomischen Effekt eines Naturerlebnisangebots. Einen direkten Beschäftigungseffekt erzielt ein Angebot dann, wenn es einen oder mehrere Arbeitsplätze schafft (wie z.B. Naturführer, Höhlenführer, etc.). Zu einem indirekten Beschäftigungseffekt zählen andere Arbeitsplätze, wie z.B. die Kassamitarbeiter. Ist aus der Beschreibung der Einrichtung zu entnehmen, dass das Angebot z.B. selbst erlebt werden kann, und dadurch kaum ein oder kein Beschäftigungseffekt zu erwarten ist, dann wurde „unwahrscheinlich“ angegeben.

– **Adresse des Angebots**

Um die Naturerlebnisangebote geographisch noch klarer einzuordnen, wurden die Straße, die Postleitzahl und der Ort erhoben, an denen die Angebote genutzt werden können oder – wenn eine Ermittlung des Angebots selbst nicht möglich war – dann wurde die Adresse der Kontaktstelle erhoben.

– **Kontakt**

Als Kontakt wurde der Betreiber oder die Informationsstelle der Angebote angegeben.

– **Internet-Link**

Um die Erhebung nachvollziehbar zu gestalten, wurden die Internet-Links angeführt.

– **Informationsbeschaffung**

Die Informationsbeschaffung erfolgte ausschließlich über das Internet. Es wurde jedoch angegeben, ob die Informationen von Webseiten oder von Broschüren oder Foldern stammen, die zum Download verfügbar waren. Bei einigen Angeboten wurde telefonisch oder per E-Mail nachgefragt, wenn das Kriterium der Öffnungszeiten nicht erhoben werden konnte.

E-3.3.3 Auswahl der Naturerlebnisangebote

Ein Angebot wurde nur dann in die Datenbank aufgenommen, wenn es den oben genannten Muss-Kriterien entsprach. Eine Ausnahme wurde dann gemacht, wenn es ausschließlich zeitliche Einschränkungen gab und das Programm erweiterbar erschien (Angebote kürzer als acht Monate), d.h. Potential zur Weiterentwicklung besteht. Diese Angebote könnten unter Umständen in Richtung Ganzjahrestourismus erweitert werden, da deren zeitliche Nutzung eventuell verlängert werden könnte.

Da als Methode ein Web-Mining durchgeführt wurde, sind methodische Einflüsse durch die Art der Darstellung auf den Webseiten und die Zurverfügungstellung von Informationen möglich. Viele Webseiten sind sehr übersichtlich gestaltet und bieten viel Information, auf anderen sind nur sehr wenige Angaben zu finden. Dadurch ist eine Fehleinschätzung der Naturerlebnisangebote sowie der einzelnen Kriterien möglich. Bei den Angeboten, wo die Öffnungszeiten nicht angegeben waren, die jedoch als Angebote mit Potential eingeschätzt wurden, wurde telefonisch nachrecherchiert, um die Öffnungszeiten zu eruieren. Abb. E- 3 zeigt die Kriterien, die für die Erhebung der Naturerlebnisangebote verwendet wurden.

Für die Erhebung der Naturerlebnisangebote wurde eine Excel-Tabelle mit den Muss-Kriterien sowie den beschreibenden Kriterien erstellt. Für die Auswertung wurde die Tabelle entsprechend codiert und dann mittels SPSS ausgewertet.

ID	Angebot	Anbieter	PLZ	Ort	BL	Dauer	Witterung	Schutzgebiet	Thema	Motiv	Erlebnisart	Zielgruppen	Preis	BE
ID fortlaufende Nummerierung	Angebot Name des Angebots	Anbieter Name des Anbieters	PLZ Postleitzahl	Ort Ort des Angebots bzw. Anbieters	BL Bundesland	Dauer Öffnungszeiten	Witterung Hinweis zur Witterung Ja/Nein	Schutzgebiet Ja/Nein	Thema Natur Kulinarik Geologie Energie Mystik & Kultur Landnutzungsbezug Landschaftsinszenierung Gesundheit & Sport	Motiv Bewegung & Sport Spiel, Spaß & Abenteuer Erholung & Wohlbefinden Genuss Wissenserweiterung	Erlebnisart Führung Selbsterkundung Führung + Selbsterkundung	Zielgruppen Erwachsene Kinder Familien Senioren	Preis kostenpflichtig kostenfrei	Beschäftigungseffekt (BE) direkt indirekt unwahrscheinlich

Abb. E- 3: Datenbank zur Erhebung der Naturerlebnisangebote

E-3.4 Bewertung der Naturerlebnisangebote

Für die Bewertung der Naturerlebnisangebote wurden diese nach den acht Themenbereichen sortiert und für jede einzelne Gruppe exemplarische Beispiele ausgewählt, die den Themenbereich gut charakterisieren. In einem zweiten Schritt wurden die verschiedenen Typen mit der Österreichischen Hoteliervereinigung (ÖHV) bei einem Workshop diskutiert. Dabei wurden vor allem die Relevanz und Bedeutung als touristisch relevantes Angebot im Hinblick auf Adaption an den Klimawandel betrachtet. Außerdem wurden Erfolgsfaktoren diskutiert und das künftige Potential von Naturerlebnisangeboten besprochen. Der Workshop fand am 26.03.2015 im Büro der ÖHV Touristik Service GmbH in Wien statt. Die Ergebnisse der Diskussion sind im Kapitel E-4.3 eingearbeitet.

E-4 Ergebnisse

E-4.1 Ergebnisse der Erhebung der Naturerlebnisangebote

Die Recherche ergab, dass es zahlreiche Naturerlebnisangebote entsprechend der oben genannten Definition in Österreich gibt, viele davon sind jedoch wegen ihrer begrenzten Zeitdauer nur eingeschränkt geeignet, und konnten daher nicht in die Datenbank aufgenommen werden. Beispielsweise haben der Nationalpark Hohe Tauern, der Nationalpark Kalkalpen, der Nationalpark Neusiedlersee-Seewinkel sowie der Biosphärenpark Wienerwald ein umfangreiches, ganzjähriges Erlebnis- und Exkursionsangebot zu verschiedensten Themen, jedoch finden diese nicht über einen längeren Zeitraum, sondern nur über ein paar Monate (z.B. im Sommer) oder sogar nur an einzelnen Terminen statt. Lediglich manche der Themenwege sind über einen längeren Zeitraum begehbar.

Viele Klammern und Höhlen in Österreich bieten zwar ein einzigartiges Naturschauspiel, wurden jedoch aufgrund der zeitlichen Einschränkung (meist in etwa fünf bis sechs Monate geöffnet) nicht berücksichtigt. Einige wurden trotz der zu geringen Zeitdauer aufgenommen, wenn sie zusätzlich zum Weg durch die Höhle oder Klamm noch weitere Attraktionen anbieten wie z.B. Stationen, Infotafeln oder Führungen (Beispiel Roßlochklamm) bzw. ausgebaut werden könnten (Potential).

Insgesamt wurden 236 Naturerlebnisangebote in die Datenbank aufgenommen, die von 118 Anbietern stammen. Eine Liste aller erhobenen Angebote ist im Anhang zu finden (Tab. E Anhang 1). In allen Bundesländern konnten den Kriterien entsprechende oder potentiell relevante Angebote gefunden werden. Abb. E- 4 zeigt, wie sich die Angebote über die Bundesländer verteilen. Die meisten Angebote kommen aus der Steiermark (30,5%), gefolgt von Niederösterreich (25,8%) und dem Burgenland (17,8%).

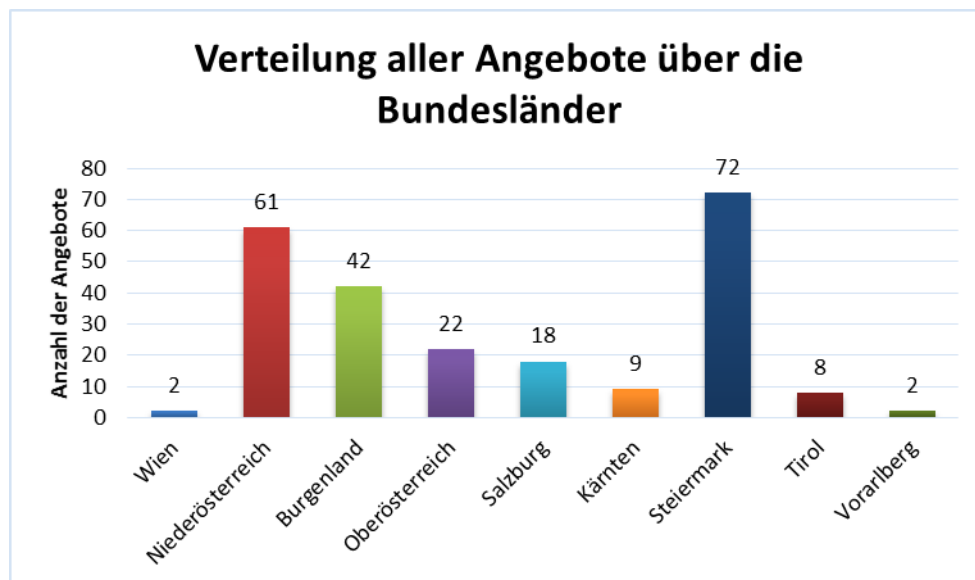


Abb. E- 4: Bundesländerverteilung (n=236)

Um besser zu veranschaulichen, wo genau die erhobenen Naturerlebnisangebote liegen, wurde eine Österreichkarte erstellt (Abb. E- 5). Die Punkte auf der Karte zeigen entweder den Ort des Angebots selbst oder – wenn dieser nicht ermittelt werden konnte – den Ort des Anbieters bzw. des Kontaktes. Wenn ein Anbieter mehrere (fünf oder mehr) Angebote hat oder sich mehrere Angebote an einem Ort befinden, dann ist dies

durch die Zahl in den Punkten dargestellt. Die Punkte ohne Zahlen können ein bis vier Angebote darstellen.

In Niederösterreich gab es Häufungen ganz im Norden, die vom Unterwasserreich Naturpark Hochmoor Schrems (n=7) und dem Naturpark Blockheide Gmünd-Eibenstein (n=3) stammen. Im nördlichen Burgenland in der Region des Nationalparks Neusiedler See-Seewinkel bietet die St. Martins Therme in Frauenkirchen elf verschiedene Führungen an, die den Kriterien entsprechen oder Potential haben. Im südlichen Burgenland wurden sieben Führungen des Naturparks Raab-Órség-Goričko, die den Kriterien entsprechen, erhoben. Darüber hinaus gibt es im Süden (Rohr im Burgenland) fünf Führungen des Vereins „rund um's moor“, die ein potentiell relevantes Naturerlebnisangebot darstellen. In der Dachsteinregion in Oberösterreich gibt es fünf Attraktionen und ganz in der Nähe auch noch die Salzwelten Hallstatt.

Die anderen Häufungspunkte liegen alle in der Steiermark. Dazu gehören sechs Angebote in der Region Nationalpark Gesäuse, acht Führungen der Holzwelt Murau sowie zehn Angebote in der Region Naturpark Mürzer Oberland. Darüber hinaus gibt es einen Häufungspunkt in der Gegend um Weiz, wo sich zwei Schauhöhlen, ein Schaubergwerk und ein Panoramaweg befinden. In der näheren Umgebung befindet sich die Region Naturpark Almenland, wo auch einige Angebote liegen.

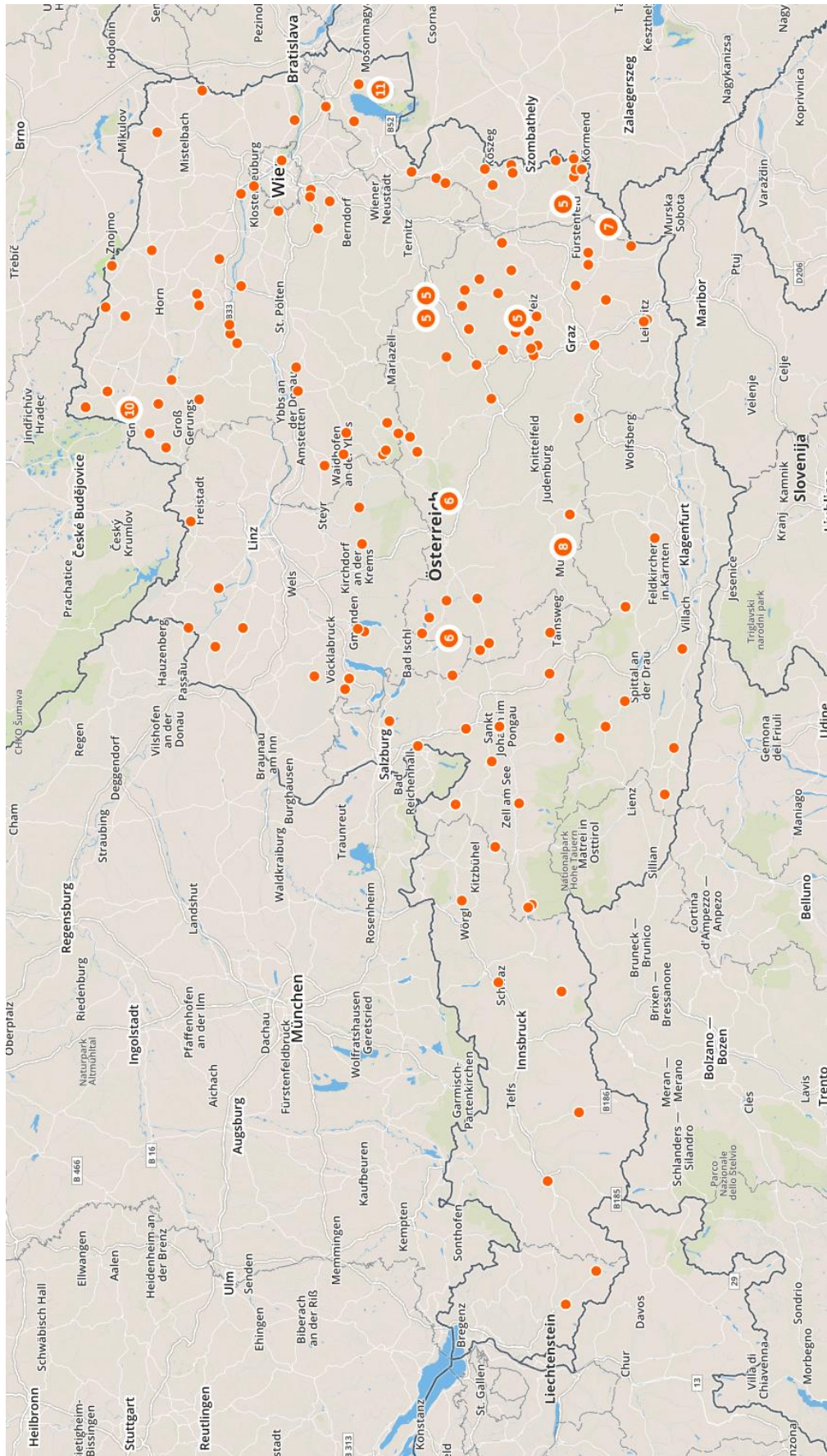


Abb. E- 5: Position der erhobenen Naturerlebnisangebote (CartoDB attribution © Mapbox © OpenStreetMap)

Wie bereits bei der Auswahl der Naturerlebnisangebote (siehe E-3.3.3) erwähnt, wurden neben den Angeboten, die mindestens acht Monate durchgehend erlebbar sind (n=137), auch solche aufgenommen, die Potential zur Erweiterung haben bzw. die als besonders attraktiv eingeschätzt wurden (n=99 Angebote) (siehe Abb. E- 6).

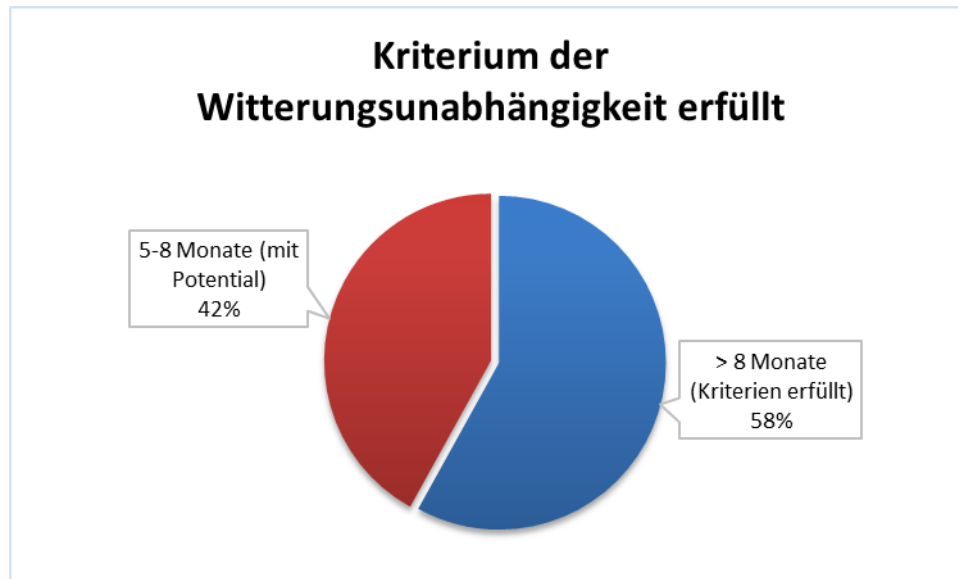


Abb. E- 6: Witterungsunabhängigkeit (n=236)

Bereits bei der Recherche zeigte sich, dass zahlreiche Angebote in der Zeit von Mai bis Oktober geöffnet sind. Abb. E- 7 zeigt, dass fast alle erhobenen Angebote in diesen sechs Monaten geöffnet sind. Die länger verfügbaren Angebote verteilen sich mit Ausnahme des Aprils relativ gleichmäßig über die restlichen Monate. Dieses Ergebnis verdeutlicht, dass der Großteil der Naturerlebnisangebote derzeit in der Sommersaison angeboten wird.

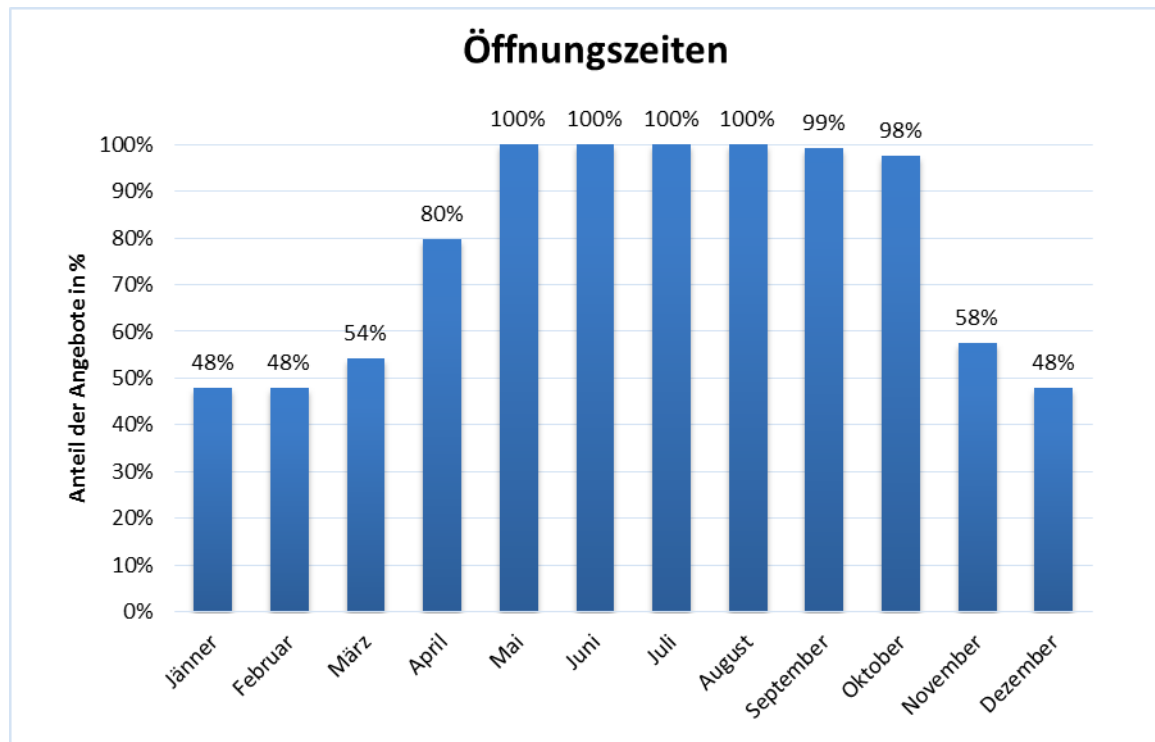


Abb. E- 7: Öffnungszeiten (n=236)

Mehr als die Hälfte (n=131) aller erhobenen Naturerlebnisangebote stehen in Zusammenhang mit einem Schutzgebiet (Abb. E- 8). Das bedeutet, dass die Angebote entweder vom Schutzgebiet – wie z.B. von einem Nationalpark oder Naturpark selbst – angeboten werden oder von einem anderen Anbieter stammen, jedoch in einem Schutzgebiet liegen. Dies zeigt die erhebliche Bedeutung der Schutzgebiete für die Produktentwicklung.

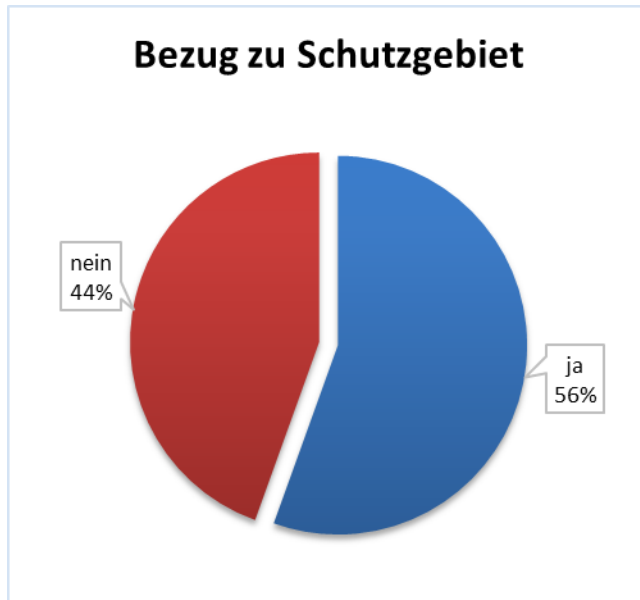


Abb. E- 8: Bezug zu Schutzgebiet (n=236)

Da das Kriterium der Witterungsunabhängigkeit bei diesem Projekt von Bedeutung war, wurde extra recherchiert, ob auf den Webseiten ein Witterungshinweis vorhanden ist, der dem Besucher eine Hilfestellung bieten soll, ob das Angebot beispielsweise auch bei Schlechtwetter geöffnet hat oder ob im Winter Schneeräumung stattfindet. Solche Hinweise konnten – wie in Abb. E- 9 – jedoch nur bei 23% der Angebote (n=53) gefunden werden.

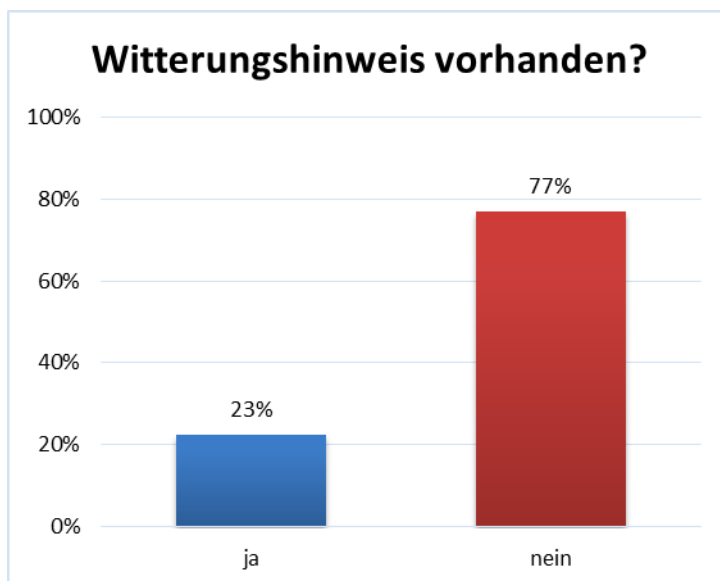


Abb. E- 9: Witterungshinweis (n=236)

Die erhobenen Naturerlebnisangebote wurden den zuvor festgelegten Themenbereichen (siehe Kapitel E-3.3.2) schwerpunktmäßig zugeordnet. Abb. E- 10 zeigt, dass mehr als ein Drittel der Angebote dem Thema Natur (n=92) angehört. Danach folgen mit großem Abstand die Bereiche Geologie (n=38), Mystik & Kultur (n=31) sowie Kulinarik (n=27). In den Bereichen Landnutzung, Landschaftsinszenierung, Energie sowie Gesundheit konnten nur wenige Angebote gefunden werden.

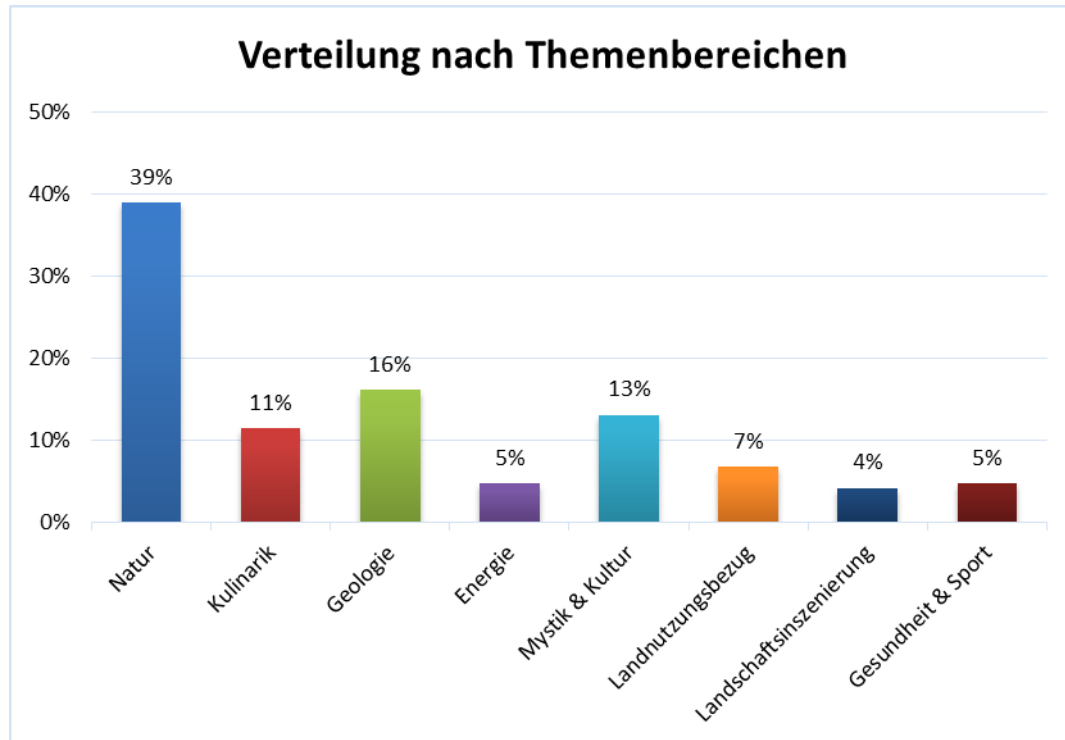


Abb. E- 10: Themenverteilung (n=236)

Wie in Abb. E- 11 dargestellt, traf Wissenserweiterung (n=97) als Motiv bei den meisten der erhobenen Naturerlebnisangebote am besten zu, gefolgt von Spiel, Spaß und Abenteuer (n=62) sowie Bewegung und Sport (n=47). Das Motiv Genuss war bei 18 Angeboten vorherrschend, Erholung und Wohlbefinden lediglich bei 12 Angeboten.

Allerdings könnte dieses Ergebnis auch ein Hinweis darauf sein, dass am Erlebnisreichtum und der attraktiven Inszenierung noch gearbeitet werden könnte. Dies gilt auch für den Bereich Erholung und Wohlbefinden, zu dem auch der Bereich Gesundheit noch ergänzt werden könnte.

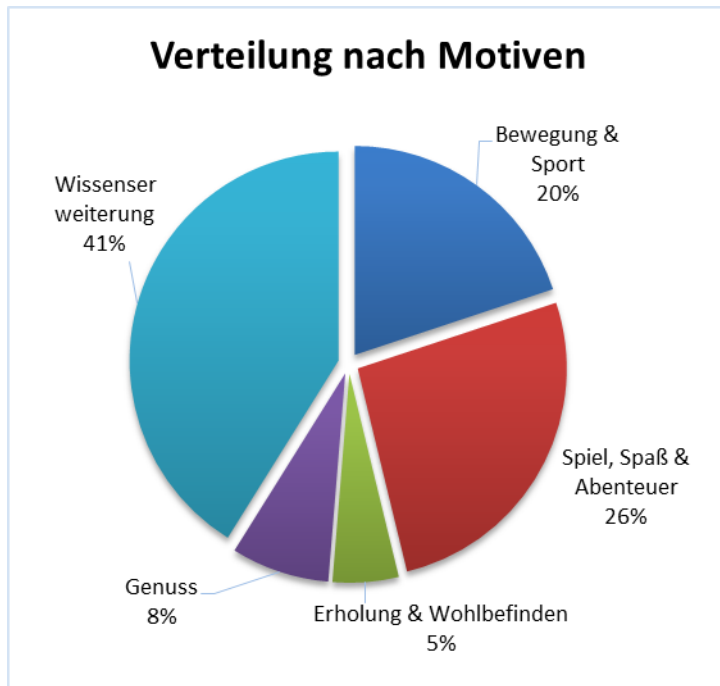


Abb. E- 11: Verteilung nach Motiven (n=236)

Abb. E- 12 veranschaulicht, dass bei etwa der Hälfte aller Angebote (n=119) eine Führung angeboten wird, während ca. 40% (n=93) durch Selbsterkundung erlebt werden. Bei 10% der Angebote (n=24) ist neben der eigenen Erkundung auch eine Führung möglich.

Dieses Ergebnis weist auf einen hohen Anteil klassischer, geführter Angebote hin. Ob und inwieweit hier tatsächlich Erlebnisse vermittelt werden (siehe Müller & Scheurer 2004) ist kritisch zu hinterfragen.

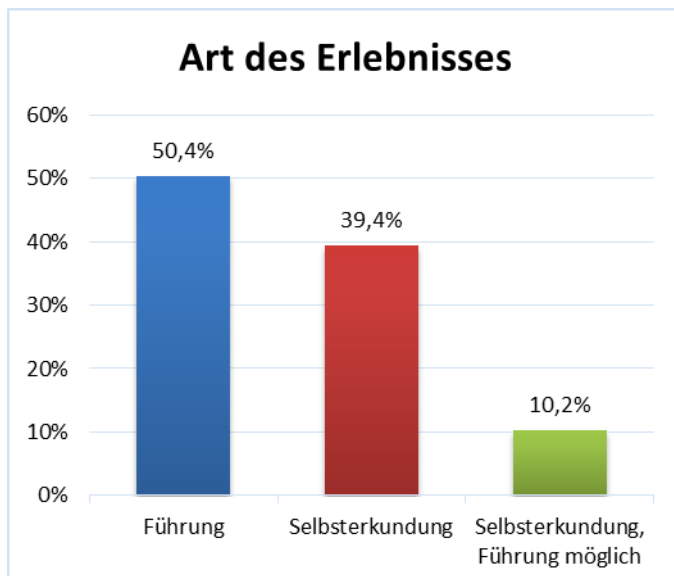


Abb. E- 12: Verteilung nach der Art des Erlebnisses (n=236)

Wie in Abb. E- 13 dargestellt, sind von allen Angeboten etwas mehr als die Hälfte (n=125) für Familien geeignet, während ca. 26% nur für Erwachsene sowie Senioren (n=62) ausgerichtet sind. Die verbliebenen 21% (n=49) beinhalten alle erhobenen Zielgruppen (Erwachsene, Kinder, Familien, Senioren) und sind somit für alle Altersgruppen geeignet. Von allen erhobenen Angeboten sind 46 Angebote nur für Gruppen buchbar.

Forschungsarbeiten zu zielgruppenspezifischen Umweltbildungsarbeiten (Pröbstl & Schuster 2011) zeigen, dass z.B. Angebote für Kinder und Jugendliche deutlich zu unterscheiden sind, und multiple Angebote vielfach die zielgruppenspezifischen Anforderungen nicht erfüllen. Es stellt sich weiterhin die Frage, ob nicht im Sinne eines Life-long learning ein größeres Gewicht auf Senioren gelegt werden sollte, auch im Hinblick auf das Life-long learning und gegebenenfalls neue Angebote im Well-being und Gesundheitsbereich.

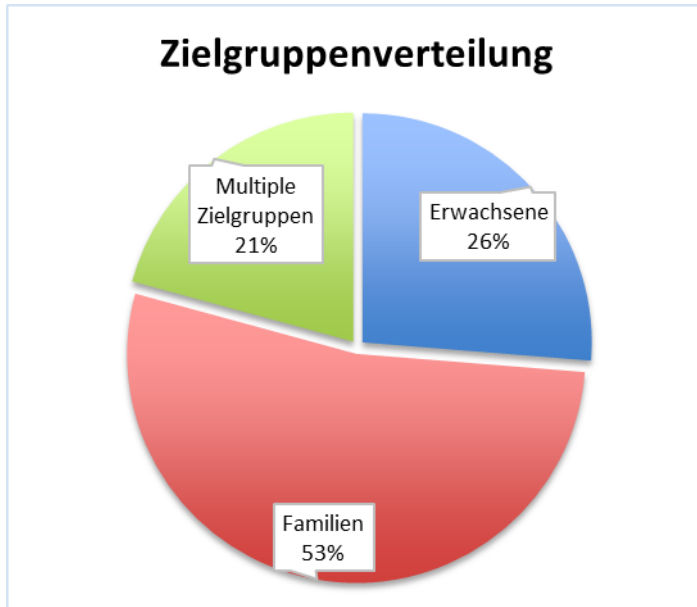


Abb. E- 13: Zielgruppen (n=236)

Wie in Abb. E- 14 dargestellt, sind 60% der erhobenen Naturerlebnisangebote kostenpflichtig (n=141). Das bedeutet, dass diese bereits heute mehrheitlich zur regionalen Wertschöpfung beitragen. Die Beträge liegen zwischen 1,50 Euro und 96,- Euro pro Erwachsenen. Nachdem der Durchschnitt jedoch bei 16,60 Euro (n=129, ohne Gruppenangebote) liegt, ist eine hohe Diskrepanz z.B. zur Wertschöpfung im Winter bei Ski-sport gegeben.

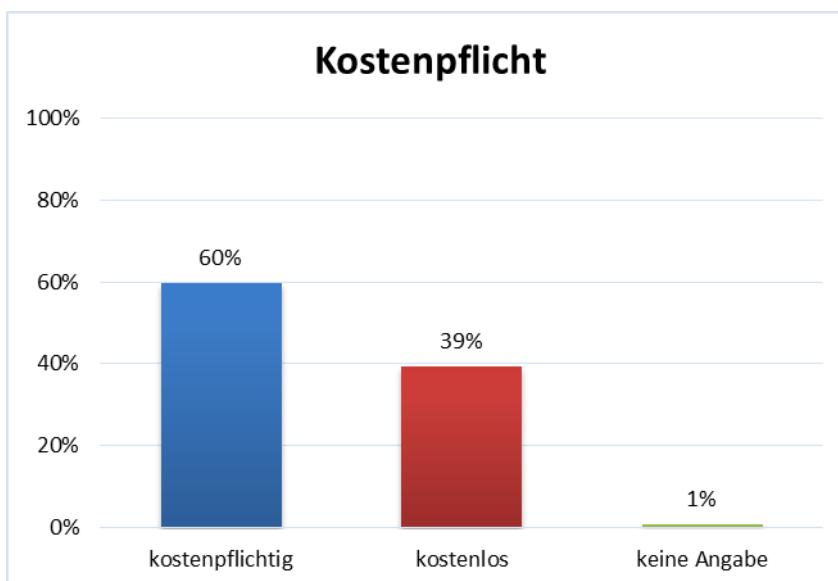


Abb. E- 14: Kostenpflicht (n=236)

Genauere Auswertungen zur Kostenpflicht weisen geringfügige, nicht signifikante Unterschiede auf, die zeigen, dass von den 62 Angeboten, die sich an Erwachsene und Senioren richten, 66% kostenpflichtig sind, 32% kostenlos und bei 2% konnte kein Preis erhoben werden. Bei den 125 Angeboten für Familien ist der kostenpflichtige Anteil mit 59% ein wenig geringer als bei den Erwachsenen. Hier sind 40% kostenlos und bei 1% lag keine Angabe vor. Bei den Angeboten für multiple Zielgruppen, die Erwachsene, Kinder, Familien und Senioren einschließen (n=49), ist der Anteil der kostenlosen Angebote mit 47% am größten. Hier ist für 53% der Angebote ein Kostenbeitrag zu bezahlen.

Weitere Auswertungen ergaben signifikante Ergebnisse (chi-square <0,001) hinsichtlich Kostenpflicht und Erlebnisart. Es zeigte sich, dass von den 119 Angeboten, die als Führung angeboten werden, 98,3% (n=117) kostenpflichtig sind. Bei 1,7% (n=2) lag keine Angabe bezüglich Kostenpflicht vor. Bei jenen Angeboten (n=93), die selbst erkundet werden können, sind hingegen nur 16,1% (n=15) kostenpflichtig, während 83,9% (n=78) kostenlos erlebt werden können. Bei den übrigen 24 Angeboten, bei denen sowohl Selbsterkundung, als auch Führung möglich ist, sind 37,5% kostenpflichtig und 62,5% kostenlos. Dieses Ergebnis zeigt, dass für geführte Angebote häufig ein Kostenbeitrag zu leisten ist, während Angebote, die selbst erkundet werden können, oftmals kostenlos sind.

Um die regionalwirtschaftliche Bedeutung der Angebote noch detaillierter zu betrachten, wurde erhoben, ob ein direkter oder indirekter Beschäftigungseffekt besteht oder ob ein Beschäftigungseffekt unwahrscheinlich erscheint. Abb. E- 15 zeigt, dass ca. 60% (n=144) der Angebote einen direkten Beschäftigungseffekt aufweisen.

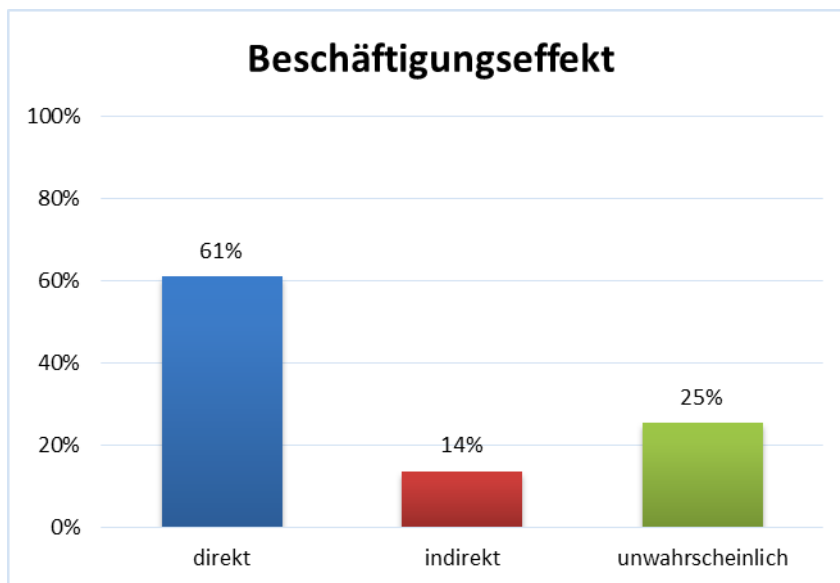


Abb. E- 15: Beschäftigungseffekt (n=236)

Betrachtet man die Beschäftigungseffekte genauer (Abb. E- 16), lassen sich signifikante Unterschiede zwischen den Themenbereichen erkennen (chi-square <0,001). Der höchste direkte Beschäftigungseffekt (80%) ergibt sich beim Thema Landschaftsinszenierung. Abgesehen von den Themen Energie (18%) und Mystik & Kultur (42%) sorgen alle anderen Themenbereiche (Natur 67%, Kulinarik 67%, Geologie 66%, Landnutzung 63% und Gesund & Sport 55%) für mehr als die Hälfte direkte Beschäftigungseffekte. Der größte indirekte Beschäftigungseffekt lässt sich beim Thema Energie (73%) beobachten. Unwahrscheinlich sind Beschäftigungseffekte hauptsächlich im Bereich Mystik & Kultur (52%).

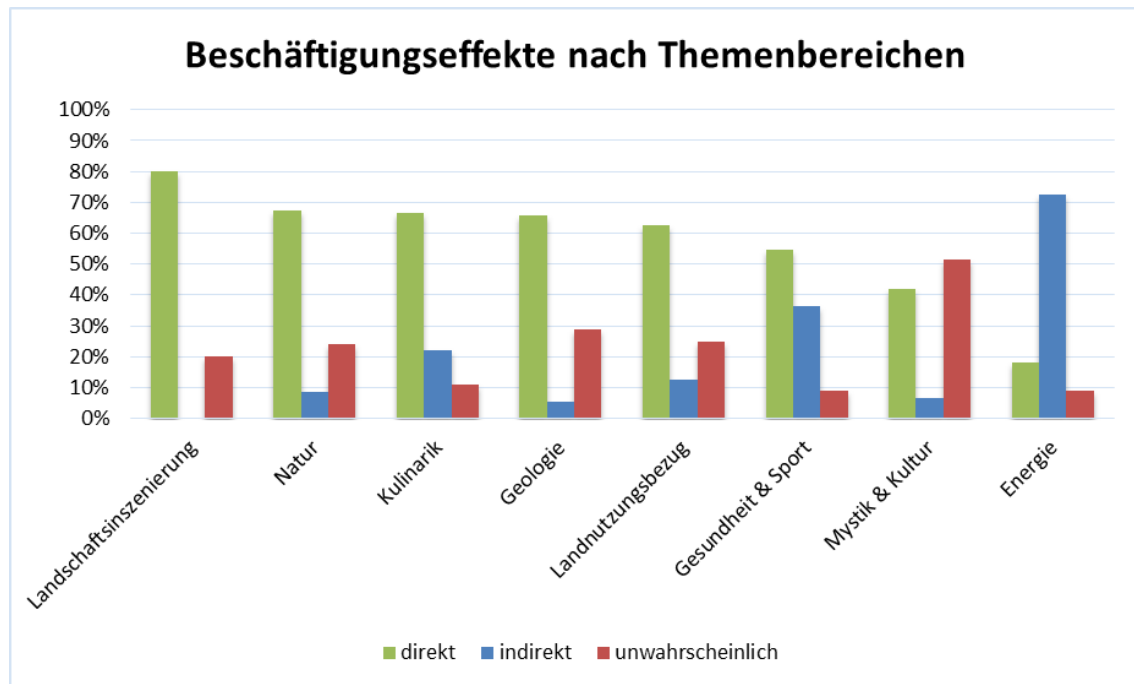


Abb. E- 16: Beschäftigungseffekte nach Themenbereichen (n=236)

E-4.2 Vorstellung von Good-Practice-Beispielen

Im Folgenden werden einige Good-Practice-Beispiele aus der Recherche vorgestellt, um zu verdeutlichen, wie ein erfolgreiches Naturerlebnisangebot aufgebaut sein kann. Exemplarisch für Österreich wurden die St. Martins Therme & Lodge, die Salzwelten Hallein, der Talschluss Saalbach Hinterglemm sowie die Gruppenangebote der Donau Niederösterreich Tourismus GmbH ausgewählt. Es wird jeweils ein spezielles Angebot der fünf Anbieter ausgewählt und anhand eines selbst entwickelten Erhebungsbogens beschrieben.

1. Die **St. Martins Therme** im Burgenland ist ein Thermalbad mit Sauna und integrierter Lodge, die zusätzlich zum Wellness- und Spa-Angebot auch umfangreiche Aktivitäten in der Natur anbietet. Das Angebot umfasst verschiedene Entdeckungstouren, die von fachkundigen Rangern geführt werden. Das Programm wird wöchentlich aktualisiert und thematisch an die verschiedenen Jahreszeiten angepasst. Einige Touren sind ganzjährig erlebbar.
2. Die **Salzwelten Hallein** in Salzburg sind das älteste Besucherbergwerk der Welt und können im Rahmen einer Führung entdeckt werden. Es gibt auch spezielle Programme für Familien und Schulen sowie Gruppenangebote. Das Salzwelten-Ticket berechtigt auch zum Eintritt in das Keltendorf Salina, das Keltenmuseum in Hallein und das Stille-Nacht-Museum in Hallein.
3. Der **Talschluss Saalbach Hinterglemm** liegt in Salzburg im Tal der Spiele und besteht aus mehreren touristischen Attraktionen. Dazu gehören das Teufelswasser, ein Baumzipfelweg, ein Holzpark, ein Hochseilpark und die Lindlingalm. Die einzelnen Attraktionen haben unterschiedliche Öffnungszeiten.
4. Die **Donau Niederösterreich Tourismus GmbH** bietet verschiedene Gruppenangebote zu unterschiedlichen Themen an. Die Angebote werden als Packages angeboten und beinhalten mehrere Attraktionen.

Die Good-Practice-Beispiele werden anschließend im Kapitel E-4.3 auch anhand von Erfolgsfaktoren bewertet.

E-4.2.1 St. Martins Therme & Lodge (Burgenland)

Name des Angebots	Große Entdeckertour
Auswahlkriterien beachtet	<input checked="" type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein, es besteht jedoch Potential (Outdoor, mind. 8 Monate, nicht überall umsetzbar, witterungsunabhängig, breite Zielgruppe)
Bundesland	W <input type="checkbox"/> NÖ <input type="checkbox"/> BGLD <input checked="" type="checkbox"/> OÖ <input type="checkbox"/> SBG <input type="checkbox"/> STMK <input type="checkbox"/> KTN <input type="checkbox"/> T <input type="checkbox"/> VBG <input type="checkbox"/>
Öffnungszeiten	Die große Entdeckertour kann ganzjährig gebucht werden.
Jänner <input checked="" type="checkbox"/> Februar <input checked="" type="checkbox"/> März <input checked="" type="checkbox"/> April <input checked="" type="checkbox"/> Mai <input checked="" type="checkbox"/> Juni <input checked="" type="checkbox"/> Juli <input checked="" type="checkbox"/> August <input checked="" type="checkbox"/> September <input checked="" type="checkbox"/> Oktober <input checked="" type="checkbox"/> November <input checked="" type="checkbox"/> Dezember <input checked="" type="checkbox"/>	
Hinweis zur Witterung	Die Safaris finden bei jedem Wetter statt. Auf wettergemäße Ausrüstung ist zu achten. Wichtig sind v.a. windfeste Kleidung, feste Schuhe und eine Kopfbedeckung.
Ja <input checked="" type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/>	
Bezug zu Schutzgebiet	Teile des Seewinkels – dem Gebiet, in dem die Safaris stattfinden – gehören zum Nationalpark Neusiedler See-Seewinkel.
Ja <input checked="" type="checkbox"/> Nein <input type="checkbox"/>	
Thema	Das vorrangige Thema bei der großen Entdeckertour ist Natur. Es werden mindestens zwei Stationen in Teilgebieten des Nationalparks in Form von kurzen Spaziergängen sowie von Hochständen aus erkundet.
Natur <input checked="" type="checkbox"/> Kulinarik <input type="checkbox"/> Geologie <input type="checkbox"/> Energie <input type="checkbox"/> Mystik & Kultur <input type="checkbox"/> Landnutzungsbezug <input type="checkbox"/> Landschaftsinszenierung <input type="checkbox"/> Gesundheit & Sport <input type="checkbox"/>	
Motive	Das Hauptmotiv bei der großen Entdeckertour ist Spiel, Spaß & Abenteuer. Im Seewinkel gibt es viel zu entdecken – vor allem die Landschaft und die faszinierende Tier- und Pflanzenarten werden im Rahmen der Führung entdeckt. Hochwertige Ferngläser stehen währenddessen zur Verfügung.
Bewegung & Sport <input type="checkbox"/> Spiel, Spaß, Abenteuer <input checked="" type="checkbox"/> Erholung & Wohlbefinden <input type="checkbox"/> Genuss <input type="checkbox"/> Wissenserweiterung <input type="checkbox"/>	

<p>Art des Erlebnisses</p> <p>Führung <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Selbsterkundung <input type="checkbox"/></p> <p>Führung+Selbsterkundung <input type="checkbox"/></p>	<p>Alle Safaris finden in kleinen Gruppen mit 4-8 Personen statt und werden von fachkundigen, kompetenten St. Martins Rangern geleitet.</p>
<p>Zielgruppen</p> <p>Erwachsene <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Kinder <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Familien <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Senioren <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>Die große Entdeckertour ist für alle Zielgruppen geeignet. Ein spezieller Hinweis zur Eignung für ältere Personen bzw. Menschen mit Beeinträchtigungen ist angeführt.</p>
<p>Preis</p> <p>Kostenpflichtig <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Kostenlos <input type="checkbox"/></p>	<p>Der Preis pro Person beträgt für Erwachsene 29,- Euro und für Kinder 15,- Euro. Dabei sind u.a. Ferngläser und Mineralwasser inkludiert.</p>
<p>Beschäftigungseffekt</p> <p>Direkt <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Indirekt <input type="checkbox"/></p> <p>Unwahrscheinlich <input type="checkbox"/></p>	<p>Die Angebote der St. Martins Therme erzeugen einen direkten Beschäftigungseffekt, da fachlich kompetente Ranger für das Safari-Programm angestellt werden.</p>
<p>Informationsbeschaffung</p> <p>Webseite(n) <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Broschüre(n) <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>Auf der Webseite der St. Martins Therme steht das aktuelle Safari Handbuch zum Download zur Verfügung.</p>
<p>Kontakt zum Angebot</p>	<p>St. Martins Therme & Lodge Im Seewinkel 1, 7132 Frauenkirchen</p>
<p>Link zum Angebot</p>	<p>www.stmartins.at</p>
<p>Innovation/Anmerkungen zur Produktentwicklung (Potential):</p> <p>Das außergewöhnliche Konzept der St. Martins Therme verbindet Wellness mit Naturerlebnis. Das Safari-Angebot der St. Martins Therme ist vielfältig und das ganze Jahr über erlebbar. Die Touren sind professionell aufbereitet und gut organisiert. Sie finden in kleinen Gruppen statt und werden von fachkundigen Rangern begleitet.</p>	

E-4.2.2 Salzwelten Hallein (Salzburg)

Name des Angebots	Salzwelten Hallein
Auswahlkriterien beachtet	<input checked="" type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein, es besteht jedoch Potential (Outdoor, mind. 8 Monate, nicht überall umsetzbar, witterungsunabhängig, breite Zielgruppe)
Bundesland	W <input type="checkbox"/> NÖ <input type="checkbox"/> BGLD <input type="checkbox"/> OÖ <input type="checkbox"/> SBG <input checked="" type="checkbox"/> STMK <input type="checkbox"/> KTN <input type="checkbox"/> T <input type="checkbox"/> VBG <input type="checkbox"/>
Öffnungszeiten	Die Salzwelten Hallein haben das ganze Jahr über mit Ausnahme von Revisionsarbeiten im Jänner geöffnet. Öffnungszeiten im Jahr 2015: 24.01.-20.03.2015 10:00-15:00 21.03.-02.11.2015 09:00-17:00 (22.+23.10.2015 geschlossen) 03.11.-31.12.2015 10:00-15:00 11.01.-29.01.2016 geschlossen (Revision)
Hinweis zur Witterung	Die Salzwelten Hallein können bei jedem Wetter besucht werden. Warme Kleidung und festes Schuhwerk werden empfohlen.
Bezug zu Schutzgebiet	Die Salzwelten Hallein stehen in keinem Zusammenhang zu einem Schutzgebiet.
Thema	Die Salzwelten Hallein sind das älteste Besucherbergwerk der Welt. Erwachsene jeden Alters und Kinder ab vier Jahren können im Rahmen einer Schatzsuche die Geheimnisse der Bergmänner in den uralten Stollen der mystischen Bergwelt entdecken.
Motive	Die Salzwelten Hallein bieten spannende Angebote für jede Altersklasse. Der Spaß beim Entdecken und Erleben steht im Vordergrund.

Art des Erlebnisses Führung <input checked="" type="checkbox"/> Selbsterkundung <input type="checkbox"/> Führung+Selbsterkundung <input type="checkbox"/>	Die Führungen dauern ca. 70 Minuten. Das Bergwerk kann nur im Rahmen einer Führung besichtigt werden.
Zielgruppen Erwachsene <input checked="" type="checkbox"/> Kinder <input checked="" type="checkbox"/> Familien <input checked="" type="checkbox"/> Senioren <input checked="" type="checkbox"/>	Die Salzwelten Hallein eignen sich für die ganze Familie, aber auch für Senioren und Gruppen.
Preis Kostenpflichtig <input checked="" type="checkbox"/> Kostenlos <input type="checkbox"/>	Der Preis für einen Erwachsenen beträgt 19,- Euro, für Kinder von 4-15 Jahren 9,50 Euro. Es gibt Ermäßigungen für Senioren, Studenten, Gruppen und Familien.
Beschäftigungseffekt Direkt <input checked="" type="checkbox"/> Indirekt <input type="checkbox"/> Unwahrscheinlich <input type="checkbox"/>	Das Angebot der Salzwelten Hallein erzeugt einen direkten Beschäftigungseffekt durch die Angestellten.
Informationsbeschaffung Webseite(n) <input checked="" type="checkbox"/> Broschüre(n) <input type="checkbox"/>	Die Webseite der Salzwelten bietet Informationen zu den Salzwelten Hallein, Hallstatt und Altaussee.
Kontakt zum Angebot	Salzwelten Bad Dürrnberg Ramsaustraße 3, 5422 Bad Dürrnberg
Link zum Angebot	www.salzwelten.at
Innovation/Anmerkungen zur Produktentwicklung (Potential): Die Salzwelten Hallein vermitteln Wissen über die Geschichte des Bergwerks und den Salzabbau im Rahmen einer abenteuerlichen Führung, die nicht nur Kindern, sondern auch Erwachsenen Spaß macht. Der Kauf eines Salzwelten-Tickets beinhaltet auch den kostenlosen Besuch des Keltenhofes am Dürrnberg, des Keltenmuseums Hallein und des Stille Nacht Museums Hallein.	

E-4.2.3 Talschluss Saalbach Hinterglemm/Lindlingalm (Salzburg)

Name des Angebots Teufelswasser	
Auswahlkriterien beachtet <input type="checkbox"/> Ja <input checked="" type="checkbox"/> Nein, es besteht jedoch Potential (Outdoor, mind. 8 Monate, nicht überall umsetzbar, witterungsunabhängig, breite Zielgruppe)	
Bundesland W <input type="checkbox"/> NÖ <input type="checkbox"/> BGLD <input type="checkbox"/> OÖ <input type="checkbox"/> SBG <input checked="" type="checkbox"/> STMK <input type="checkbox"/> KTN <input type="checkbox"/> T <input type="checkbox"/> VBG <input type="checkbox"/>	
Öffnungszeiten	Die Öffnungszeiten des Teufelswassers sind von Mitte Mai bis Mitte Oktober.
Jänner <input type="checkbox"/>	
Februar <input type="checkbox"/>	
März <input type="checkbox"/>	
April <input type="checkbox"/>	
Mai <input checked="" type="checkbox"/>	
Juni <input checked="" type="checkbox"/>	
Juli <input checked="" type="checkbox"/>	
August <input checked="" type="checkbox"/>	
September <input checked="" type="checkbox"/>	
Oktober <input checked="" type="checkbox"/>	
November <input type="checkbox"/>	
Dezember <input type="checkbox"/>	
Hinweis zur Witterung	Auf der Webseite wird kein Hinweis zur Witterung genannt.
Ja <input type="checkbox"/>	
Nein <input checked="" type="checkbox"/>	
Bezug zu Schutzgebiet	Der Talschluss Hinterglemm steht in keinem Zusammenhang mit einem Schutzgebiet.
Ja <input type="checkbox"/>	
Nein <input checked="" type="checkbox"/>	
Thema	Da das Teufelswasser seinen Namen von der Sage des Teufelssprungs in Hinterglemm hat, ist das vorrangige Thema Mystik & Kultur.
Natur <input type="checkbox"/>	
Kulinarik <input type="checkbox"/>	
Geologie <input type="checkbox"/>	
Energie <input type="checkbox"/>	
Mystik & Kultur <input checked="" type="checkbox"/>	
Landnutzungsbezug <input type="checkbox"/>	
Landschaftsinszenierung <input type="checkbox"/>	
Gesundheit & Sport <input type="checkbox"/>	
Motive	Die Stationen des Teufelswassers bestehen aus erfrischenden Felsenpools, wohltuenden Kneippbecken und Mühlrädern, aber auch Teufels- und Waldgeister-Figuren.
Bewegung & Sport <input type="checkbox"/>	
Spiel, Spaß, Abenteuer <input checked="" type="checkbox"/>	
Erholung & Wohlbefinden <input type="checkbox"/>	
Genuss <input type="checkbox"/>	
Wissenserweiterung <input type="checkbox"/>	

Art des Erlebnisses Führung <input type="checkbox"/> Selbsterkundung <input checked="" type="checkbox"/> Führung+Selbsterkundung <input type="checkbox"/>	Das Teufelswasser mit seinen verschiedenen Stationen kann selbst von den Besuchern erkundet werden.
Zielgruppen Erwachsene <input checked="" type="checkbox"/> Kinder <input checked="" type="checkbox"/> Familien <input checked="" type="checkbox"/> Senioren <input type="checkbox"/>	Das Angebot richtet sich vor allem an Erwachsene, Kinder und Familien.
Preis Kostenpflichtig <input type="checkbox"/> Kostenlos <input checked="" type="checkbox"/>	Das Teufelswasser kann kostenlos besucht werden.
Beschäftigungseffekt Direkt <input type="checkbox"/> Indirekt <input type="checkbox"/> Unwahrscheinlich <input checked="" type="checkbox"/>	Ein direkter Beschäftigungseffekt ist nicht zu erwarten.
Informationsbeschaffung Webseite(n) <input checked="" type="checkbox"/> Broschüre(n) <input type="checkbox"/>	Die Informationen zum Teufelswasser stammen von der Webseite der Lindlingalm.
Kontakt zum Angebot	Lindlingalm GmbH & Co KG Talschlussweg 367, 5754 Hinterglemm
Link zum Angebot	www.lindlingalm.at
Innovation/Anmerkungen zur Produktentwicklung (Potential): Im Talschluss von Saalbach Hinterglemm liegt rund um die Lindlingalm neben dem Teufelswasser auch ein Baumzipfelweg mit der Golden Gate Bridge der Alpen, ein Hochseilpark und ein Holzpark. Der Baumzipfelweg und die Golden Gate Bridge sind ganzjährig erlebbar. Hier besteht eventuell das Potential, das Teufelswasser ebenfalls länger geöffnet zu halten, auch wenn dann aufgrund der Temperaturen oder Schneelage die Wasserstationen nicht auf ihre ursprüngliche Weise erlebt werden können. Denkbar wäre hier eine abgeänderte Erlebbarkeit der Stationen bzw. könnten auch manche Stationen geschlossen bleiben.	

E-4.2.4 Donau Niederösterreich Tourismus GmbH (Niederösterreich)

Name des Angebots	Weinerlebnis Carnuntum
Auswahlkriterien beachtet <input checked="" type="checkbox"/> Ja <input type="checkbox"/> Nein, es besteht jedoch Potential (Outdoor, mind. 8 Monate, nicht überall umsetzbar, witterungsunabhängig, breite Zielgruppe)	
Bundesland	W <input type="checkbox"/> NÖ <input checked="" type="checkbox"/> BGLD <input type="checkbox"/> OÖ <input type="checkbox"/> SBG <input type="checkbox"/> STMK <input type="checkbox"/> KTN <input type="checkbox"/> T <input type="checkbox"/> VBG <input type="checkbox"/>
Öffnungszeiten	Das Weinerlebnis Carnuntum ist ganzjährig buchbar und dauert den ganzen Tag.
Jänner <input checked="" type="checkbox"/>	
Februar <input checked="" type="checkbox"/>	
März <input checked="" type="checkbox"/>	
April <input checked="" type="checkbox"/>	
Mai <input checked="" type="checkbox"/>	
Juni <input checked="" type="checkbox"/>	
Juli <input checked="" type="checkbox"/>	
August <input checked="" type="checkbox"/>	
September <input checked="" type="checkbox"/>	
Oktober <input checked="" type="checkbox"/>	
November <input checked="" type="checkbox"/>	
Dezember <input checked="" type="checkbox"/>	
Hinweis zur Witterung	Auf der Webseite der Donau Incoming ist kein Hinweis zur Witterung angegeben.
Ja <input type="checkbox"/>	
Nein <input checked="" type="checkbox"/>	
Bezug zu Schutzgebiet	Das Weinerlebnis Carnuntum steht in keinem Zusammenhang mit einem Schutzgebiet.
Ja <input type="checkbox"/>	
Nein <input checked="" type="checkbox"/>	
Thema	Das vorrangige Thema dieses Angebots ist Kulinarik. Das Erlebnis besteht aus 3 Stationen:
Natur <input type="checkbox"/>	
Kulinarik <input checked="" type="checkbox"/>	- Spaziergang am Weinlehrpfad mit einem Winzer
Geologie <input type="checkbox"/>	
Energie <input type="checkbox"/>	
Mystik & Kultur <input type="checkbox"/>	- Weinkost und 3-gängiges warmes Winzerbuffet
Landnutzungsbezug <input type="checkbox"/>	
Landschaftsinszenierung <input type="checkbox"/>	
Gesundheit & Sport <input type="checkbox"/>	- Besuch des Weinbaumuseums, Weinverkostung und kalte Hauerplatte
Motive	Bei diesem Angebot geht es vor allem um den kulinarischen Genuss.
Bewegung & Sport <input type="checkbox"/>	
Spiel, Spaß, Abenteuer <input type="checkbox"/>	
Erholung & Wohlbefinden <input type="checkbox"/>	
Genuss <input checked="" type="checkbox"/>	
Wissenserweiterung <input type="checkbox"/>	

Art des Erlebnisses Führung <input checked="" type="checkbox"/> Selbsterkundung <input type="checkbox"/> Führung+Selbsterkundung <input type="checkbox"/>	Das Weinerlebnis Carnuntum wird als Führung angeboten.
Zielgruppen Erwachsene <input checked="" type="checkbox"/> Kinder <input type="checkbox"/> Familien <input type="checkbox"/> Senioren <input type="checkbox"/>	Dieses Angebot richtet sich an Erwachsene. Es findet ab einer Mindestteilnehmerzahl von 20 Personen statt.
Preis Kostenpflichtig <input checked="" type="checkbox"/> Kostenlos <input type="checkbox"/>	Der Preis pro Person beträgt 36,- Euro und beinhaltet auch Verpflegung und Weinverkostung.
Beschäftigungseffekt Direkt <input checked="" type="checkbox"/> Indirekt <input type="checkbox"/> Unwahrscheinlich <input type="checkbox"/>	Die Angebote der Donau Incoming erzeugen durch die Angestellten und die Personen, die die Führungen begleiten, direkte Beschäftigungseffekte.
Informationsbeschaffung Webseite(n) <input checked="" type="checkbox"/> Broschüre(n) <input type="checkbox"/>	Die Webseite der Donau Incoming bietet Informationen zu den Gruppenangeboten.
Kontakt zum Angebot	Donau Niederösterreich Tourismus GmbH Schlossgasse 3, 3620 Spitz
Link zum Angebot	http://www.donau.incoming.at/
Innovation/Anmerkungen zur Produktentwicklung (Potential): Die Donau Incoming bietet verschiedene Gruppenangebote zu verschiedenen Themen (z.B. Kulinarik, Sport, Natur), die sich immer aus mehreren Stationen zusammensetzen. Diese Angebote können auch zu einer Übernachtung in der Region anregen, da sie als ganztätiges Erlebnis geplant sind.	

E-4.3 Evaluierung der Angebote hinsichtlich Relevanz und Bedeutung

Der Workshop mit der ÖHV baute auf einer Präsentation der Ergebnisse auf. Dabei zeigte sich, dass für die Bewertung der Naturerlebnisangebote aus der Sicht der Vereinigung weitere Kriterien relevant sind, die bei der gewählten Definition (siehe Kapitel E-2.1) nicht enthalten waren. Aus der Sicht der ÖHV sollten Angebote berücksichtigt werden, die in oder in der Nähe zu Gebieten liegen, die

- Nächtigungsangebote zur Verfügung stellen können oder in denen sich Betriebe mit Service befinden.
- regionale Stärken und touristische Schwerpunktsetzung bzw. authentische Angebote unterstützen.
- Naturerlebnisangebote professionell präsentieren und managen, sodass sich die touristischen Betriebe auch darauf verlassen können, dass das Angebot stattfindet und mit vermarktet werden kann.

Umgekehrt ist es weniger wichtig, ob und inwieweit die Angebote selbst Beschäftigungseffekte auslösen. Andere Kriterien, wie die Dauer, insbesondere die Verfügbarkeit in Frühjahr und Herbst, werden dagegen sehr befürwortet. Auch die thematische Ausrichtung entspricht einem zunehmenden Interesse der Kunden und wurde als positiv erachtet. Das Naturerlebnis wurde als wichtiges Motiv der Gäste gesehen. Angebote, die daran anknüpfen und dieses Motiv positiv aufgreifen, werden daher begrüßt. Aus der Sicht der Betriebe wäre auch eine abgestimmte Berücksichtigung der jeweiligen Zielgruppen wünschenswert.

Die in Kapitel E-4.2 vorgestellten Good Practice Beispiele entsprechen großteils den oben genannten Kriterien. Alle Betreiber (Therme Seewinkel Betriebsgesellschaft m.b.H., Salzwelten GmbH, Donau Niederösterreich Tourismus GmbH, Lindlingalm GmbH & Co KG) sind alle als Gesellschaften mit beschränkter Haftung oder Mischformen professionell organisiert. Zudem ist in allen Regionen Tourismus bzw. touristische Infrastruktur vorhanden und auch die Vernetzung mit Partnern aus der Region ist gegeben. Die Good-Practice-Angebote sind darüber hinaus authentisch inszeniert und fügen sich in die regionalen und naturräumlichen Besonderheiten ein.

Zusammenfassend können daher für erfolgreiche Angebotsgestaltung und -entwicklung in Richtung Ganzjahrestourismus folgende Erfolgsfaktoren genannt werden: Authentizität, Erlebnisinszenierung, Professionalität und Kooperation. Angebote müssen gut und authentisch inszeniert werden. In diesem Fall ist auch eine kooperative Bewerbung denkbar. Zudem ist die Verschränkung mit Partnern in der Region essentiell, damit die Angebote in die Region eingebunden werden und so auch die Möglichkeit besteht, individuelle Packages zu gestalten, die beispielsweise eine Wanderung mit einer Verkostung verbinden. Allerdings ist nach Auskunft der ÖHV unklar, wer hier auf wen zugeht, um Professionalisierung, Produktentwicklung und gemeinsame Bewerbung voranzutreiben. In diesem Zusammenhang spielt das Thema „Destination Leadership“ (Pröbstl-Haider et al. 2014a) eine entscheidende Rolle. Dabei geht es darum, wer im Falle einer möglichen Kooperation die Initiative zur Produktentwicklung ergreift, z.B. eine Führungsrolle übernimmt und/oder ein Netzwerk herstellt, um für die notwendige Verschränkung der Betriebe in der Region zu sorgen.

Weiterhin stellte sich im Workshop die Frage nach neuer innovativer Produktentwicklung. Wie bereits angesprochen, sind hier mehrere Themen nicht oder unzureichend abgedeckt. Hierzu zählen

- Naturerlebnis und Gesundheit
- Naturerlebnis und erneuerbare Energie
- Naturerlebnis mit spezifischer thematischer Aufbereitung für verschiedene Zielgruppen, einschließlich neuer integrativer Angebote

Im Rahmen des Workshops zeigte sich, dass viele Angebote, die zu den Themen Natur, Geologie, Mystik & Kultur sowie Kulinarik gehören, scheinbar gut organisiert sind. Kritisch zu betrachten sind die Angebote im Bereich Landschaftsinszenierung, da Aussichtsplattformen oder Hängebrücken zwar oft spektakulär wirken, jedoch oft „überinszeniert“ sind. Kritiker bezeichnen solche Attraktionen auch als „Alpen-Piercing“.

Das Thema Energie ist ein relativ neues im Hinblick auf touristische Angebote in Österreich. Dieses Thema hat großes Potential im Zusammenhang mit der Produktentwicklung. Bestehende Anlagen (wie z.B. Kraftwerke oder Stauseen) könnten durch eine entsprechende Angebotsgestaltung touristisch aufgewertet werden (vgl. Pröbstl-Haider 2015).

E-4.4 Evaluierung der Angebote hinsichtlich alpenspezifischer Zielgruppen

Ziel war es, die Angebote auch hinsichtlich ihrer Eignung für alpenspezifische Zielgruppen zu untersuchen. Aufgrund der gewählten Methode einer Internetrecherche gestaltete sich dies jedoch als schwierig. Es konnte zwar eine subjektive Einschätzung der Autoren erfolgen, für welche Zielgruppen sich die jeweiligen Angebote eignen bzw. konnte dies auch teilweise aus der Internetrecherche herausgelesen werden, jedoch wären für eine genauere Einschätzung detailliertere Analysen notwendig. Um die geeigneten Zielgruppen genauer ermitteln zu können, wären Interviews mit den Betreibern oder Gästestatistiken mit demographischen Informationen erforderlich gewesen.

Allerdings zeigt die aktuelle Tourismusforschung, dass das Konzept „unser Angebot ist für alle gut“ wenig erfolgversprechend ist. In diesem Sinne ist es wichtig, als Teil einer erfolgreichen Kooperation mit Tourismusbetrieben, aber auch für die eigene Attraktivität der Naturerlebnisangebote, hierauf mehr zu achten und dies nach außen zu vermitteln.

E-4.5 Evaluierung der Angebote hinsichtlich Produktentwicklung und Innovation

Uneinigkeit bestand darin, ob Naturerlebnisangebote Potential für die Klimawandelanpassung haben. Dies ist bei der Heterogenität der Angebote nachvollziehbar. Angeboten wurde dieses Potential jedoch dann zugesprochen, wenn diese professionell und dauerhaft angeboten werden. Allerdings wird hierbei auch Potential für Innovation gesehen.

Die Entwicklung neuer bzw. die Adaption bestehender touristischer Produkte als Anpassungsstrategie an den Klimawandel wird in Zukunft notwendig werden. Daher ist eine Zusammenarbeit erforderlich. Beim Workshop mit der ÖHV wurde neben den oben genannten Erfolgsfaktoren auch über die zukünftige Produktentwicklung diskutiert.

Grundsätzlich ist Innovation bezogen auf

- Management und Leadership bzw. co-creative Produktentwicklung,
- die Inhalte und
- die Vermarktung denkbar.

Dem Bereich Bewegung sowie dem Bereich Erholung und Wohlbefinden wird großes Potential beigemessen. Der Trend geht in Richtung Wetterunabhängigkeit, das bedeutet, dass auch Schlechtwetter kein Hindernis mehr für Freiluftaktivitäten ist. Sportliche Aktivitäten werden als gutes Angebot gesehen, um die Randsaisonen im Frühling und

Herbst zu unterstützen. Bezogen auf Erholung und Wohlbefinden wurde die Situation so eingeschätzt, dass es hier in Richtung Rückzug und bewusster Entspannung abseits vom Alltag geht. Hier findet auch eine Inszenierung statt, die sich in Richtung Gesundheit und Lebensstiländerung bewegt. Dazu gehören beispielsweise Angebote, bei denen man sich zurückzieht, bewusst nicht für andere erreichbar ist und entspannende Aktivitäten durchführt.

Wie bereits in der Problemstellung erwähnt, ist es auch möglich, bei ungünstigen Witterungsbedingungen durch richtige Inszenierung interessante Angebote zu kreieren. Das bereits erwähnte Hotel The Wickaninnish Inn hat sich die stürmischen und niederschlagsreichen Wetterbedingungen im Winter zu Nutze gemacht und das Package des „Sturmbeobachtens“ entwickelt. Den Gästen wird entsprechende Regenkleidung zur Verfügung gestellt und es gibt Möglichkeiten, unterwegs einzukehren und dort die Kleidung zu trocknen. Für die Gäste, die dennoch nicht ins Freie möchten, gibt es die Option, den Sturm und die Wellen vom kaminbeheizten Hotelzimmer aus zu beobachten.

Betrachtet man die Produkt-Markt-Matrix (siehe Tab. E- 1), so können im Tourismus mehrere Strategien angewendet werden. Verstärkte Werbemaßnahmen sind ein Beispiel für die Marktdurchdringungs-Strategie, bei der mit Hilfe von Marketingmaßnahmen höhere Marktanteile erreicht werden sollen, ohne das Produkt selbst zu verändern. Wenn Anbieter von touristischen Produkten, wie Hotels oder Destinationen, diese neuen Zielgruppen anbieten (z.B. einer anderen Altersklasse als bisher) oder in neuen Gebieten (regional, national oder international) bewerben, dann spricht man von Marktentwicklung. Dabei kann das Produkt leicht verändert werden, um den Bedürfnissen der zukünftigen Gäste zu entsprechen. Wenn Anbieter beispielsweise neue Führungen in ihr Programm aufnehmen, dann wenden sie die Produktentwicklungs-Strategie an, da sie neue Produkte für den bestehenden Markt entwickeln. Bei der Produktdiversifikation entwickeln Unternehmen völlig neue Produkte und bieten diese auf neuen Märkten, d.h. für neue Kunden an. Alle Strategien zielen auf Wachstum ab, jedoch ist die Produktdiversifikation die riskanteste Strategie, bietet jedoch auch die größte Chance für Wachstum. Betriebe sollten sich je nach Risikoverhalten überlegen, welche Strategien sie für ihre zukünftige Entwicklung anwenden wollen.

E-5 Schlussfolgerungen

Die vorliegende Studie zeigt, dass witterungsunabhängiger, naturerlebnisorientierter Tourismus in Österreich ganzjährig möglich ist. Die Recherche ergab aber auch, dass viele Angebote nur an einzelnen Terminen und nicht dauerhaft angeboten werden. Die Ergebnisse weisen darauf hin, dass die Randsaisonen im Frühjahr und Herbst verstärkt werden können. Die hohe Bedeutung von Schutzgebieten zeigt sich darin, dass 56% der Naturerlebnisangebote in Bezug zu einem Schutzgebiet stehen. Ein hoher Anteil (60%) an kostenpflichtigen Angeboten macht deutlich, dass diese bereits heute zur Wertschöpfung in den Regionen beitragen. Fast alle Themenbereiche (Landschaftsinszenierung, Natur, Kulinarik, Geologie, Landnutzungsbezug, Gesundheit & Sport) weisen relativ hohe direkte Beschäftigungseffekte über 50% auf und könnten somit Potential im Hinblick auf Produktentwicklung und Innovation aufweisen. Dem relativ neuen Thema Energie wird ebenfalls großes Potential zugesprochen, da hier bestehende Anlagen touristisch aufgewertet werden können (vgl. Pröbstl-Haider 2015). Das Thema Landschaftsinszenierung weist zwar den höchsten direkten Beschäftigungseffekt auf, ist jedoch zu hinterfragen, da solche Angebote von Kritikerin oft als nicht authentisch angesehen werden.

Beim Workshop mit der Österreichischen Hotelierversammlung (ÖHV) stellte sich heraus, dass eine Erweiterung der zuvor gewählten Definition für witterungsunabhängige Naturerlebnisangebote notwendig war. Solche Angebote sollten zusätzlich zu den bereits gewählten Kriterien (siehe Kapitel E-2.1.2) darüber hinaus in Gebieten liegen, in denen ein Nächtigungsangebot vorhanden ist, die authentische Angebote fördern, und wo Naturerlebnisangebote professionell vermarktet werden.

Hinsichtlich der geplanten Evaluierung der Zielgruppen zeigte sich eine Schwäche in der gewählten Methode der Internetrecherche. Für eine genauere Einschätzung der Zielgruppen, auf die die erhobenen Naturerlebnisangebote abzielen, wären detailliertere Analysen notwendig. Jedoch ergab der Workshop mit der ÖHV, dass Angebote zielgruppenspezifisch ausgerichtet werden sollten, was verschiedene Forschungsarbeiten (Pröbstl & Schuster 2011, Pröbstl-Haider et al. 2014b) bestätigen. Darüber hinaus wäre es wünschenswert, dass die Angebote einer Destination von den Betrieben untereinander auf die jeweiligen Zielgruppen abgestimmt werden.

Als wesentliche Faktoren für erfolgreiche Angebotsgestaltung und -entwicklung stellten sich – wie in Abb. E- 17 dargestellt – Authentizität, Erlebnisinszenierung, Professionalität und Kooperation heraus. Auch eine gemeinsame Bewerbung der Angebote wäre sinnvoll.



Abb. E- 17: Erfolgsfaktoren für witterungsunabhängige Naturerlebnisangebote

Es stellt sich jedoch die Frage, wer die Initiative ergreift, wenn es darum geht, eine Destination touristisch voranzubringen und im Hinblick auf Innovation weiter zu entwickeln. In diesem Zusammenhang wäre es sinnvoll, wenn sich die unterschiedlichen Akteure wie Tourismusverbände, Betriebe, etc. mehr mit dem Thema „Destination Leadership“ auseinandersetzen (siehe Pröbstl-Haider et al. 2014a).

Im Hinblick auf den Klimawandel wurde diskutiert, ob Naturerlebnisangebote zur Klimawandelanpassung beitragen können. Dieses Potential wurde Naturerlebnisangeboten dann zugesprochen, wenn sie dauerhaft und professionell angeboten werden. Trends, die in Richtung Wetterunabhängigkeit gehen, sind vorhanden und bieten somit die Möglichkeit für Innovationen.

Diese Arbeit liefert erste Erkenntnisse, wie Destinationen unabhängiger von Witterungsbedingungen sein können und sich somit an die Auswirkungen des Klimawandels anpassen können. Von den vorgestellten Good-Practice-Beispielen und dem internationalen Beispiel aus Tofino in Kanada können Betriebe lernen, wie witterungsunabhängiger Tourismus inszeniert werden kann. Mit solchen Angeboten, die ganzjährig erlebbar sind, können vor allem die Randsaisonen im Frühling und im Herbst gestärkt werden.

Kritische Stimmen könnten die Frage aufwerfen, warum sich Regionen, in denen die Wintersaison genügend Umsatz bringt, mit einer Angebotsentwicklung in Richtung Ganzjahrestourismus beschäftigen sollen. Darauf ist zu antworten, dass von den Destinationen vorausschauend geplant werden muss, damit, wenn derzeitigen Szenarien folgend ab dem Jahr 2035 die Wintersaisonen durch den Klimawandel negativ beeinflusst werden sollten, bereits ein Alternativangebot für die Gäste etabliert ist.

Literaturverzeichnis

- Abegg, B. (1996). Klimaänderung und Tourismus. Klimafolgenforschung am Beispiel des Wintertourismus in den Schweizer Alpen. vdf Hochschulverlag an der ETH Zürich, Zürich.
- Ansoff, I. (1957): Strategies for Diversification. *Harvard Business Review* 35, 113-124.
- APCC (2014): Österreichischer Sachstandsbericht Klimawandel 2014 (AAR14). Austrian Panel on Climate Change (APCC), Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaften, Wien, Österreich, 1096 S.
- Benur, A.M., Bramwell, B. (2015): Tourism product development and product diversification in destinations. *Tourism Management* 50, 213-224.
- Bürki, R., Elsasser, H., Abegg, B. (2003): Climate change –impacts on the tourism industry in mountain areas. 1st International Conference on Climate Change and Tourism, Djerba, Tunisia, 9-11 April. Online: <http://breiling.org/snow/djerba.pdf>(Zugriff 04.05.2015)
- Gössling, S., Scott, D., Hall, M.C., Ceron J-P., Dubois, G. (2012): Consumer behaviour and demand response of tourists to climate change. *Annals of Tourism Research* 39(1), 36-58.
- Holloway, J.C., Robinson, C. (1995): Marketing for tourism. Third edition. London: Longman.
- Komppula, R. (2001): New-product development in tourism companies - case studies on nature-based activity operators. 10th Nordic Tourism Research Symposium, October 18-20 2001, Vasa, Finland.
- Lichtenecker, A., Eder, R., Restetzki, G. (2009): Natur, Erlebnis, Region: Ein Leitfaden zur Etablierung von nachhaltigen Naturerlebnisangeboten für Gemeinden und Regionen. Naturfreunde Internationale (Hrsg.), 58 S.
- Moen, J., Fredman, P. (2007): Effects of Climate Change on Alpine Skiing in Sweden. *Journal of Sustainable Tourism* 15(4), 418-437.
- Moshammer, H., Prettenhaler, F., Damm, A., Hutter, H.P., Jiricka, A., Köberl, J., Neger, C., Pröbstl-Haider, U., Radlherr, M., Renoldner, K., Steiger, R., Wallner, P., Winkler, C. (2014): Gesundheit und Tourismus. In: Österreichischer Sachstandsbericht Klimawandel 2014 (AAR14). Austrian Panel on Climate Change (APCC), Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaften, Wien, Österreich, S. 933-978.
- Müller, H., Scheurer, R. (2004): Tourismus-Destination als Erlebniswelt. Ein Leitfaden zur Angebots-Inszenierung. FIF Universität Bern, Bern.
- Pröbstl, U. (2011): Tourismus, Natur und Klimawandel –Herausforderungen durch den Klimawandel für naturtouristische Angebote. *Natur und Landschaft* 86(12), 534-538.
- Pröbstl, U., Schuster, S. (2011): Naturpark Pöllauer Tal. Eine Bilanz nach 20 Jahren Entwicklung im ländlichen Raum. *zoll+ Österreichische Schriftenreihe für Landschaft und Freiraum* 18, Wien. 13-17.
- Pröbstl, U., Prutsch, A., Dallhammer, E., Formayer, H., Grabler, K., Haas, P., Jesch, M., Krajasits, C., Kulnig, A., Stanzer, G. (2008): Endbericht STRATEGE. Strategien zur nachhaltigen Raumentwicklung von Tourismusregionen unter dem Einfluss der globalen Erwärmung am Beispiel der Wintersportregion um Schladming. 81 S.
- Pröbstl-Haider, U. (2015): Energie im Tourismus: Bevorzugt erneuerbar, kostengünstig & unsichtbar. *Tourismus Wissen - quarterly* 1, 8-13.
- Pröbstl-Haider, U. (2013): Regionalwirtschaftliche Effekte von Naturparks. In: Verband der Naturparke Österreichs (VNÖ), Naturparke und nachhaltige Regionalentwicklung, 149 S.
- Pröbstl-Haider, U., Melzer, V., Jiricka, A. (2014a): Rural tourism opportunities: Strategies and requirements for destination leadership in peripheral areas. *Tourism Review* 69(3), 216-228.

- Pröbstl-Haider, U., Wirth, V., Haider, W. (2014b): Wie viel "Natur" suchen deutsche Urlauberinnen und Urlauber in den Alpen? Eine Quellgebietsstudie bezogen auf den Sommertourismus. *Natur und Landschaft* 1/2014, 26-32.
- Scott, D., Jones, B., Konopek, J. (2007): Implications of climate and environmental change for nature-based tourism in the Canadian Rocky Mountains: A case study of Waterton Lakes National Park. *Tourism Management* 28, 570-579.
- Scott, D., McBoyle, G. (2007): Climate change adaptation in the ski industry. *Mitig Adapt Strat Glob Change* 12, 1411-1431.
- Siegrist, D., Gessner, S., Ketterer Bonnelame, L. (2015): Naturnaher Tourismus. Qualitätsstandards für sanftes Reisen in den Alpen. Zürich, Bristol-Stiftung; Bern, Haupt, 309 S.
- UNWTO and UNEP and WMO (2008): Climate Change and Tourism: Responding to Global Challenges, (prepared by Scott, D., Amelung, B., Becken, S., Ceron, JP., Dubois, G., Gössling, S., Peeters, P. and Simpson, M.C.), UNWTO, Madrid, and UNEP, Paris.
- Wirth, V. (2010): Entwicklungsperspektiven für den Alpentourismus unter Berücksichtigung von Klimawandel und geschützter Landschaft: Modellierung von Destinationsentscheidungen, Dissertation am Institut für Landschaftsentwicklung, Erholungs- und Naturschutzplanung, Universität für Bodenkultur, Wien, 212 S.
- Zeithaml, V.A., Bitner, M.J. (1996): Services Marketing. Integrating customer focus across the firm. 2nd Edition. US: McCraw-Hill Higher Education.

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildungen

Abb. E- 1:	Kriterien zur Definition von witterungsunabhängigen Naturerlebnisangeboten.....	9
Abb. E- 2:	Urlaubende mit und ohne Alpenerfahrung: Zielgruppen und deren Interesse an Naturerlebnisangeboten (verändert nach Pröbstl-Haider et al. 2014b) .	10
Abb. E- 3:	Datenbank zur Erhebung der Naturerlebnisangebote.....	15
Abb. E- 4:	Bundesländerverteilung (n=236)	16
Abb. E- 5:	Position der erhobenen Naturerlebnisangebote (CartoDB attribution © Mapbox © OpenStreetMap)	18
Abb. E- 6:	Witterungsunabhängigkeit (n=236).....	19
Abb. E- 7:	Öffnungszeiten (n=236).....	19
Abb. E- 8:	Bezug zu Schutzgebiet (n=236)	20
Abb. E- 9:	Witterungshinweis (n=236).....	20
Abb. E- 10:	Themenverteilung (n=236)	21
Abb. E- 11:	Verteilung nach Motiven (n=236)	22
Abb. E- 12:	Verteilung nach der Art des Erlebnisses (n=236)	22
Abb. E- 13:	Zielgruppen (n=236).....	23
Abb. E- 14:	Kostenpflicht (n=236)	23
Abb. E- 15:	Beschäftigungseffekt (n=236).....	24
Abb. E- 16:	Beschäftigungseffekte nach Themenbereichen (n=236).....	25
Abb. E- 17:	Erfolgsfaktoren für witterungsunabhängige Naturerlebnisangebote.....	38

Tabellen

Tab. E- 1:	Produkt-Markt-Matrix nach Ansoff (Komppula 2001:9, nach Zeithaml & Bitner 1996:201, Holloway & Robinson 1995:82; übersetzt und verändert)	10
------------	---	----

Copyright Abb. E- 5/copyright for the map in Fig. E- 5:

Map tiles by © [CartoDB](#). MapData © [OpenStreetMap contributors](#). Licensed under the Open Data Commons Open Database License. Design © [Mapbox](#). Licensed according to the Mapbox Terms of Services.

Anhang

Tab. E Anhang 1: Erhebung der Naturerlebnisangebote (Name des Angebots, Anbieter/Kontakt, PLZ, Ort, Bundesland und Öffnungszeiten)

ID	Name des Angebots	Anbieter/Kontakt	PLZ	Ort	Bundesland	Öffnungszeiten																
						Jänner	Februar	März	April	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Dezember	Monate gesamt				
1	Schauhöhlenführung Naturdenkmal Spannagelhöhle - Tour 1	Familie Anfang	6293	Tux	Tirol	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
2	Höhrentrekking Naturdenkmal Spannagelhöhle - Tour 2	Familie Anfang	6293	Tux	Tirol	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
3	Schaubergwerk Terra Mystica und Terra Montana	SBW Terra Mystica & Montana Schaubergwerks GmbH	9530	Bleiberg-Nötsch	Kärnten	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
4	Seegrotte Hinterbrühl	Seegrotte Hinterbrühl Schaubergwerk GmbH	2371	Hinterbrühl	Niederösterreich	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
5	Salzweilen Hallein	Salzweilen Bad Dürrenberg	5422	Bad Dürrenberg	Salzburg	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
6	Salzweilen Altaussee	Salzweilen Altaussee	8992	Altaussee	Steiermark	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
7	Natur Eis Palast - Regular Tour	Zillertaler Gletscherbahnen GmbH & CO KG	6293	Tux	Tirol	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
8	Natur Eis Palast - Grande Tour	Zillertaler Gletscherbahnen GmbH & CO KG	6293	Tux	Tirol	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
9	Schwazer Silberbergwerk	Schwazer Silberbergwerk Besucherführung GmbH	6130	Schwaz	Tirol	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
10	Wanderungen in die Lobau	Nationalpark Donauauen (Nationalparkhaus Wien lobAU)	1220	Wien	Wien	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
11	Natur entdecken - Wanderungen im NÖ Nationalparkteil	Nationalpark Donauauen	2304	Orth an der Donau	Niederösterreich	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
12	Ihr persönlicher Ranger - individuell geführte NP Wanderung	Nationalpark Donauauen	2304	Orth an der Donau	Niederösterreich	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
13	Mit dem NationalparkBoot von der City in die Au	Nationalpark Donauauen	1220	Wien	Wien					1	1	1	1	1	1	1						6
14	"Wildnis schnuppern" im Nationalpark Thayatal	Nationalpark Thayatal	2082	Hardegg	Niederösterreich	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
15	Wildnis - Wanderung zum Umlaufberg	Nationalpark Thayatal	2082	Hardegg	Niederösterreich	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
16	Vom militärischen Sperrgebiet zum grenzüberschreitenden Schutzgebiet	Nationalpark Thayatal	2082	Hardegg	Niederösterreich	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
17	Wanderung zum Einsiedler	Nationalpark Thayatal	2082	Hardegg	Niederösterreich	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
18	Persönliches Naturerlebnis	St. Martins Therme	7132	Frauenkirchen	Burgenland	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
19	Persönliche Vogeltour	St. Martins Therme	7132	Frauenkirchen	Burgenland	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
20	Persönliches Foto-Guiding: Motivsuche & Testen	St. Martins Therme	7132	Frauenkirchen	Burgenland	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
21	Foto-Safari für Einsteiger	St. Martins Therme	7132	Frauenkirchen	Burgenland	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
22	Kleine Entdeckertour	St. Martins Therme	7132	Frauenkirchen	Burgenland	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
23	Große Entdeckertour	St. Martins Therme	7132	Frauenkirchen	Burgenland	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
24	Auf Entdeckertour in Ungarn	St. Martins Therme	7132	Frauenkirchen	Burgenland			1	1	1	1	1	1									6
25	Birdwatching	St. Martins Therme	7132	Frauenkirchen	Burgenland	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
26	Familien-Safari	St. Martins Therme	7132	Frauenkirchen	Burgenland	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
27	Themen-Safaris (z.B. Artenvielfalt-, Großtrappenbalzsafaris)	St. Martins Therme	7132	Frauenkirchen	Burgenland	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
28	Hakuna Matata	St. Martins Therme	7132	Frauenkirchen	Burgenland			1	1	1	1	1	1									6
29	Keltenbaumweg	Tourismusverband St.Georgen/Straß/Berg	4880	Sankt Georgen im Attergau	Oberösterreich				1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8
30	Keltenbaumweg - Standardführung	Tourismusverband St.Georgen/Straß/Berg	4880	Sankt Georgen im Attergau	Oberösterreich				1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8
31	Keltenbaumweg - Kurzführung	Tourismusverband St.Georgen/Straß/Berg	4880	Sankt Georgen im Attergau	Oberösterreich				1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8
32	Kellergassenführung Poysdorf	Vinoversum Poysdorf	2170	Poysdorf	Niederösterreich				1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8
33	Kellergassenführung Sierndorf an der March	Leopoldine Rauscher	2264	Sierndorf an der March	Niederösterreich	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
34	Kellergassenführung Zellerndorf	Tourismusverein Zellerndorf	2051	Zellerndorf	Niederösterreich	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
35	Glemmtaler Baumwipfelweg	Glemmtaler Baumwipfelweg GmbH	5754	Hinterglemm	Salzburg	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
36	WeinWegGols	Weinbauverein Gols	7122	Gols	Burgenland	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12

Witterungsunabhängige Tourismusangebote basierend auf Naturerlebnisangeboten

ID	Name des Angebots	Anbieter/Kontakt	PLZ	Ort	Bundesland	Öffnungszeiten																
						Jänner	Februar	März	April	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Dezember	Monate gesamt				
37	Rund um's Moor Erlebnisweg Große Trekking-Tour	Verein "rund um's moor"	7551	Rohr im Burgenland	Burgenland					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	7
38	Rund um's Moor Erlebnisweg Streifzug durchs Moor	Verein "rund um's moor"	7551	Rohr im Burgenland	Burgenland					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	7
39	Rund um's Moor Erlebnisweg Moorspezial	Verein "rund um's moor"	7551	Rohr im Burgenland	Burgenland					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	7
40	Rund um's Moor Erlebnisweg Garten der Sinne	Verein "rund um's moor"	7551	Rohr im Burgenland	Burgenland					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	7
41	Rund um's Moor Erlebnisweg Ochs & Frosch	Verein "rund um's moor"	7551	Rohr im Burgenland	Burgenland					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	7
42	Führung durch die Themengärten Pöllauberg	Tourismusverband Naturpark Pöllauer Tal	8225	Pöllau	Steiermark					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	7
43	Themengärten Pöllauberg	Tourismusverband Naturpark Pöllauer Tal	8225	Pöllau	Steiermark					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	7
44	Krimmler Wasserfallweg	OeAV Sektion Warnsdorf/Krimml	5743	Krimml	Salzburg					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	7
45	Krimmler Wasserfallweg + WasserWelten Krimml	Großlockner Hochalpenstraßen AG	5743	Krimml	Salzburg					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	6
46	Eisriesenwelt Werfen	Eisriesenwelt GmbH	5450	Werfen	Salzburg					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	6
47	Tropfsteinhöhle Alland	Marktgemeinde Alland	2534	Alland	Niederösterreich					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	7
48	Natur- und Erlebnispark Buchenberg Waidhofen a. d. Ybbs - Tierpark	Naturpark Buchenberg Betriebs GmbH	3340	Waidhofen an der Ybbs	Niederösterreich					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	7
49	Natur- und Erlebnispark Buchenberg Waidhofen a. d. Ybbs - Kletterwald	Naturpark Buchenberg Betriebs GmbH	3340	Waidhofen an der Ybbs	Niederösterreich					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	7
50	Der Hollensteiner Sagenweg	Gemeinde Hollenstein/Ybbs	3343	Hollenstein an der Ybbs	Niederösterreich	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
51	Erlebniswanderungen	Naturpark Föhrenberge	2340	Mödling	Niederösterreich	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
52	Moorlehrpfad Heidenreichsteiner Moor	Naturparkverein Heidenreichsteiner Moor	3860	Heidenreichstein	Niederösterreich	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
53	Moor & More	Naturparkverein Heidenreichsteiner Moor	3860	Heidenreichstein	Niederösterreich					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5
54	Moor & Moon	Naturparkverein Heidenreichsteiner Moor	3860	Heidenreichstein	Niederösterreich					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	5
55	Im Reich des Fischotters/Spürnasen bei den Fischottern	UnterWasserReich Naturpark Hochmoor Betriebs GmbH	3943	Schrems	Niederösterreich					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	7
56	Torfmoos, Sonnentau und Co - die Spezialisten im Moor	UnterWasserReich Naturpark Hochmoor Betriebs GmbH	3943	Schrems	Niederösterreich					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	7
57	Spaziergang ins Moor	UnterWasserReich Naturpark Hochmoor Betriebs GmbH	3943	Schrems	Niederösterreich					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	7
58	Die Moore und Teiche des Waldviertels	UnterWasserReich Naturpark Hochmoor Betriebs GmbH	3943	Schrems	Niederösterreich					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	7
59	Wanderung durchs Schremser Moor	UnterWasserReich Naturpark Hochmoor Betriebs GmbH	3943	Schrems	Niederösterreich					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	7
60	Himmelsleiter	UnterWasserReich Naturpark Hochmoor Betriebs GmbH	3943	Schrems	Niederösterreich					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	7
61	Moorgeschichte-Weg	UnterWasserReich Naturpark Hochmoor Betriebs GmbH	3943	Schrems	Niederösterreich					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	7
62	Themenweg GRANIT-TOUR	Verein Naturpark Blockheide Gmünd-Eibenstein	3950	Gmünd	Niederösterreich	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
63	MYTHologieTOUR	Verein Naturpark Blockheide Gmünd-Eibenstein	3950	Gmünd	Niederösterreich	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
64	LANDSCHAFTSkuITOUR	Verein Naturpark Blockheide Gmünd-Eibenstein	3950	Gmünd	Niederösterreich	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
65	Klosterneuburger Weinerlebnisweg	Verein Naturpark Eichenhain	3400	Klosterneuburg	Niederösterreich	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
66	Humorvolle Weinwanderung	Wienerwald Incoming c/o Mondial GmbH & Co. KG	2500	Baden	Niederösterreich	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
67	Erlebnisweg Roßblockklamm	Naturpark Mürzer Oberland	8692	Neuberg an der Mürz	Steiermark					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	6
68	Wald der Sinne - Natur und Abenteuer	Naturpark Mürzer Oberland	8691	Altenberg an der Rax	Steiermark	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
69	Wald der Sinne	Naturpark Mürzer Oberland	8691	Altenberg an der Rax	Steiermark					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	6
70	Besuch beim Imker	Naturpark Mürzer Oberland	8692	Neuberg an der Mürz	Steiermark	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
71	Sternenwanderung	Naturpark Mürzer Oberland	8692	Neuberg an der Mürz	Steiermark					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	6
72	Wassererlebniswanderweg - Aquazelle Altenberg - Führung	Naturpark Mürzer Oberland	8691	Altenberg an der Rax	Steiermark					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	6
73	Wassererlebniswanderweg - Aquazelle Altenberg - Führung+Mühlenvorführung	Naturpark Mürzer Oberland	8691	Altenberg an der Rax	Steiermark					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	6
74	Wassererlebniswanderweg - Aquazelle Altenberg - Führung+Mühlenvorführung+Sterz und Milch	Naturpark Mürzer Oberland	8691	Altenberg an der Rax	Steiermark					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	6
75	Wassererlebniswanderweg - Aquazelle Altenberg	Naturpark Mürzer Oberland	8691	Altenberg an der Rax	Steiermark					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	6
76	Wildnis & Wein	Waldviertel Incoming - Buchungsstelle Waldviertel	3970	Weitra	Niederösterreich					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	6
77	Kamptaler Panorama-Weinrundwanderweg	Naturpark Kampthal-Schönberg	3562	Schönberg am Kamp	Niederösterreich	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
78	Waldlehrpfad Schönberg am Kamp	Naturpark Kampthal-Schönberg	3562	Schönberg am Kamp	Niederösterreich					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
79	Flusslehrpfad Kampthal	Naturpark Kampthal-Schönberg	3562	Schönberg am Kamp	Niederösterreich					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
80	Erlebniswelt Mendlingtal "Auf dem Holzweg"	Tourismusverein Göstlinger Alpen	3345	Göstling an der Ybbs	Niederösterreich					1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	6
81	Moorpfad Hochmoor Leckermoos	Tourismusverein Göstlinger Alpen	3345	Göstling an der Ybbs	Niederösterreich	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
82	Biosphärenpark Erlebnisführung	Österreichische Bundesforste AG	3002	Purkersdorf	Niederösterreich	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
83	Kellergassenführung mit Weinprobe in der "Leithaberg Vinothek"	Haus am Kellerplatz	7083	Purbach am Neusiedlersee	Burgenland	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12

ID	Name des Angebots	Anbieter/Kontakt	PLZ	Ort	Bundesland	Öffnungszeiten												Monate gesamt	
						Jänner	Februar	März	April	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Dezember		
84	Wild- und waldpädagogische Naturerlebnisführungen für Familien und Gruppen	Werkstatt-Natur	7221	Marz	Burgenland	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
85	Erlebniswelt Granit St. Martin - Steinlehrpfad	Kulturverein Erlebniswelt Granit	4114	Plöcking	Oberösterreich	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
86	Teufelswasser	Lindlingalm GmbH & Co KG	5754	Hinterglemm	Salzburg					1	1	1	1	1	1			6	
87	Astroweg Peuerbach	Tourismusverband Peuerbach	4722	Peuerbach	Oberösterreich	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	
88	Im Tal des Holzes	Nationalpark Kalkalpen (Besucherzentrum Ennstal)	4462	Reichraming	Oberösterreich					1	1	1	1	1	1			6	
89	Wasser-Spuren im Bodinggraben	Nationalpark Kalkalpen (Nationalparkzentrum Molln)	4591	Molln	Oberösterreich					1	1	1	1	1	1	1		7	
90	Naturschutzgebiet Koaserin - Führung	Tourismusverband Peuerbach	4722	Peuerbach	Oberösterreich	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	
91	Dachstein Rieseneishöhle	Dachstein Tourismus AG	4831	Obertraun	Oberösterreich					1	1	1	1	1	1			6	
92	Mammuthöhle	Dachstein Tourismus AG	4831	Obertraun	Oberösterreich					1	1	1	1	1	1			6	
93	Five Fingers Dachstein	Dachstein Tourismus AG	4831	Obertraun	Oberösterreich					1	1	1	1	1	1	1		6	
94	Welterbespirale	Dachstein Tourismus AG	4831	Obertraun	Oberösterreich					1	1	1	1	1	1			6	
95	Heilbronner Rundwanderweg	Dachstein Tourismus AG	4831	Obertraun	Oberösterreich					1	1	1	1	1	1			6	
96	Salzweiten Hallstatt	Salzweiten GmbH	4830	Hallstatt	Oberösterreich					1	1	1	1	1	1	1		7	
97	Baumkronenweg	Verein Baumkronenweg	4794	Kopfling im Innkreis	Oberösterreich					1	1	1	1	1	1	1		7	
98	Bodenlehrpfad am Taferlklausee	Bundesforschungs- und Ausbildungszentrum für Wald, Naturerfahren und Landschaft	4814	Neukirchen	Oberösterreich	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	
99	Themenweg "Leben am Traunsee einst und jetzt"	Tourismusbüro Altmünster	4813	Altmünster	Oberösterreich					1	1	1	1	1	1	1	1	9	
100	Themenweg Erlebnislandschaft Weißbach bei Lofer	Gemeindeamt Weißbach bei Lofer	5093	Weißbach bei Lofer	Salzburg					1	1	1	1	1	1	1		8	
101	Vorderkaserklamm	Gemeindeamt Weißbach bei Lofer	5093	Weißbach bei Lofer	Salzburg					1	1	1	1	1	1			6	
102	Lamprechtshöhle	Gemeindeamt Weißbach bei Lofer	5093	Weißbach bei Lofer	Salzburg					1	1	1	1	1	1			6	
103	Seisenbergklamm	Gemeindeamt Weißbach bei Lofer	5093	Weißbach bei Lofer	Salzburg					1	1	1	1	1	1			6	
104	Almwanderweg	Naturpark Riedingtal	5584	Zederhaus	Salzburg					1	1	1	1	1	1			6	
105	Bärenweg Lidaun	Tourismusverband Faistenau	5324	Faistenau	Salzburg					1	1	1	1	1	1			7	
106	Aussichtsplattform Glocknerblick + Hängebrücke	Gasteiner Bergbahnen Aktiengesellschaft	5630	Bad Hofgastein	Salzburg	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	
107	Themenweg Das gläserne Tal	Gemeindeamt Weißenkirchen im Attergau	4890	Weißenkirchen im Attergau	Oberösterreich	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	
108	Grasslhöhle Schauhöhlenführung	Johann Reisinger	8160	Weiz	Steiermark					1	1	1	1	1	1			7	
109	Grasslhöhle Sagenführung	Johann Reisinger	8160	Weiz	Steiermark					1	1	1	1	1	1			7	
110	Katerloch Schauhöhle	Mag. Fritz Geissler	8160	Weiz	Steiermark					1	1	1	1	1	1			7	
111	Lugrotte Semriach	Familie Schinnerl	8102	Semriach	Steiermark	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	
112	Lugrotte Peggau	Lurgrotte Peggau	8120	Peggau	Steiermark	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	
113	Kesselfall-Rundweg Semriach	Tourismusverband Semriach	8102	Semriach	Steiermark					1	1	1	1	1	1			7	
114	Gipfelwelt 3000	Gletscherbahnen Kaprun AG	5710	Kaprun	Salzburg	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	
115	Moorlehrpfad Teichalm	Tourismusverband Almenland	8163	Fladnitz an der Teichalm	Steiermark					1	1	1	1	1	1	1		9	
116	Bärenschutzklamm	Tourismusverband Pernegg-Mixnitz	8131	Mixnitz	Steiermark					1	1	1	1	1	1			6	
117	Raabklamm	Verein Infozentrum Gutenberg-Raabklamm & Natur- und Landschaftskundliche Führungen - Franz Schlägl	8160	Weiz	Steiermark	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	
118	Erlebnis-Führung Stollenkäse	Almenland Stollenkäse GmbH	8162	Passail	Steiermark	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	
119	Schaubergwerk und Heimatmuseum Arzberg	Gemeinde Arzberg	8162	Passail	Steiermark					1	1	1	1	1	1			7	
120	Geologischer Themenweg	Naturpark Sölktaier	8961	Stein an der Enns	Steiermark					1	1	1	1	1	1			6	
121	Klammwanderung Wasserlochklamm	Wasserlochklamm Palfau	8923	Palfau	Steiermark					1	1	1	1	1	1			7	
122	Themenweg Wilde Wasser	Tourismusverband Schladming-Rohrmoos	8970	Schladming	Steiermark					1	1	1	1	1	1			6	
123	Hängebrücke mit „Treppe ins Nichts“	Tourismusverband Ramsau am Dachstein	8972	Ramsau	Steiermark	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	
124	Kraushöhle Gams	Gemeinde Gams	8922	Gams bei Hieflau	Steiermark					1	1	1	1	1	1			7	
125	Weinlehrpfad Silberberg	FS Silberberg	8430	Leibnitz	Steiermark	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	
126	Spuren – Spiritueller Weg	Touren auf den Spuren - spirit of regions	8330	Feldbach	Steiermark	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	
127	Weinweg der Sinne	Marktgemeinde St. Anna am Aigen	8354	Sankt Anna am Aigen	Steiermark					1	1	1	1	1	1	1	1	9	
128	Graggerschlucht	Naturpark Zirbitzkogel - Grebenzen	8820	Neumarkt	Steiermark	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	
129	Erlebniswanderung um das Hörfeldmoor	Naturpark Zirbitzkogel - Grebenzen	8820	Neumarkt	Steiermark	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	
130	Ab durch die Grundmoräne	Naturpark Zirbitzkogel - Grebenzen	8820	Neumarkt	Steiermark	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	

Witterungsunabhängige Tourismusangebote basierend auf Naturerlebnisangeboten

ID	Name des Angebots	Anbieter/Kontakt	PLZ	Ort	Bundesland	Öffnungszeiten												
						Jänner	Februar	März	April	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Dezember	Monate gesamt
131	Der Gletscher in der Sackgasse	Naturpark Zirbitzkogel - Grebenzen	8820	Neumarkt	Steiermark	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
132	Lehrpfad Hartelsgraben	Nationalpark Gesäuse GmbH	8911	Admont	Steiermark					1	1	1	1	1	1		6	
133	Erlebnisweg "Der wilde John"	Nationalpark Gesäuse GmbH	8911	Admont	Steiermark					1	1	1	1	1	1		6	
134	Themenweg „Lettmair Au“	Nationalpark Gesäuse GmbH	8911	Admont	Steiermark	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	
135	Embacher Berggolfweg	Tourismusverband Lend - Embach	5651	Embach	Salzburg					1	1	1	1	1	1		6	
136	Baumlehrpfad im Alpendorf	Tourismusverband St. Johann-Alpendorf	5600	Sankt Johann im Pongau	Salzburg	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	
137	Montanhistorische Wanderung Leoben	Tourismusverband Leoben	8700	Leoben	Steiermark				1	1	1	1	1	1	1	1	8	
138	Romantischer Bründlweg	Verein Romantischer Bründlweg	8625	Turnau	Steiermark	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	
139	Kraftpfad	Tourismusverband Joglland Waldheimat	8254	Wenigzell	Steiermark				1	1	1	1	1	1	1		7	
140	Montanrundweg Altenberger Erzberg	Tourismusverband Mürzer Oberland	8691	Altenberg an der Rax	Steiermark	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	
141	Genussplatzwanderung "Voller Genuss"	Tourismusverband „Die besten Lagen.Südsteiermark“	8430	Leibnitz	Steiermark	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	
142	Naturlehrpfad Raubboden	Tourismusverband Alpenregion Nationalpark Gesäuse	8911	Admont	Steiermark			1	1	1	1	1	1	1	1		9	
143	Stanzer Sonnenweg	Tourismusverband Mürztaler Streuobstregion	8653	Stanz im Mürztal	Steiermark			1	1	1	1	1	1	1	1		8	
144	"Der Edlseer" HOAMAT-Wanderweg	Tourismusverband Joglland Waldheimat	8190	Birkfeld	Steiermark				1	1	1	1	1	1			6	
145	Riegersburger Genussweg	Tourismusverband Riegersburg	8333	Riegersburg	Steiermark			1	1	1	1	1	1	1	1		9	
146	Käsewanderung der Steirischen Milchstrasse	Tourismusverband Lipizanerheimat	8583	Edelschrott	Steiermark			1	1	1	1	1	1	1			8	
147	Pürgschachen Moor Rundweg	Tourismusverband Alpenregion Nationalpark Gesäuse	8911	Admont	Steiermark			1	1	1	1	1	1	1	1		9	
148	Vogelbeer-Panoramaweg	Tourismusverband Almenland	8171	Sankt Kathrein am Offenegg	Steiermark	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	
149	Haller Salzlehrpfad	Tourismusverband Alpenregion Nationalpark Gesäuse	8911	Admont	Steiermark			1	1	1	1	1	1	1	1		9	
150	Waldweg der Lebensfreude	Tourismusverband Unterprenstätten	8141	Unterprenstätten	Steiermark	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	
151	Montanlehrpfad - Kogelbergbau	Tourismusverband Joglland Waldheimat	8673	Ratten	Steiermark	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	
152	GeoPfad mit Nothklammsteg und Steinkugelmühle	Tourismusverein Gams bei Hiefflau	8922	Gams bei Hiefflau	Steiermark					1	1	1	1	1	1		6	
153	GeoPfad Führung	Tourismusverein Gams bei Hiefflau	8922	Gams bei Hiefflau	Steiermark					1	1	1	1	1	1		6	
154	GeoPfad Führung + GeoZentrum	Tourismusverein Gams bei Hiefflau	8922	Gams bei Hiefflau	Steiermark					1	1	1	1	1	1		6	
155	Holz- und Walderlebnisweg Alpi	Tourismusverband Waldheimat-Steirischer Semmering	8671	Alpi	Steiermark	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	
156	Sagenweg Oberwölz	Tourismusverband Oberwölz-Lachtal	8832	Oberwölz	Steiermark	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	
157	Obersdorfer Rundweg	Tourismusverband Ausseerland-Salzkammergut	8983	Bad Mitterndorf	Steiermark	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	
158	Geotrail Grundlsee	Tourismusverband Ausseerland-Salzkammergut	8993	Grundlsee	Steiermark					1	1	1	1	1	1		7	
159	Keltenweg	Tourismusverband Kapfenberg	8605	Kapfenberg	Steiermark	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	
160	Öztaler Sagenweg	Naturpark Ötztal	6444	Längenfeld	Tirol	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	
161	Hexenwasser Hochsöll	Berg & Skilift Hochsöll GmbH & Co. KG	6306	Söll	Tirol					1	1	1	1	1	1		6	
162	Geotrail Laas	GeoPark Karnische Alpen	9635	Dellach	Kärnten					1	1	1	1	1	1		6	
163	Barbara-Weg	Biosphärenpark Nockberge	9565	Ebene Reichenau	Kärnten					1	1	1	1	1	1		6	
164	Weg der Skilegenden	Biosphärenpark Nockberge	9565	Ebene Reichenau	Kärnten	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	
165	Weg der Elemente	Biosphärenpark Nockberge	9565	Ebene Reichenau	Kärnten					1	1	1	1	1	1		6	
166	Barbarossaschlucht	Gemeinde Mühlendorf	9814	Mühlendorf	Kärnten					1	1	1	1	1	1		6	
167	Groppensteinschlucht	Info- & Buchungszentrum Obervellach	9821	Obervellach	Kärnten	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	
168	Walderlebniswelt Lesachtal	Tourismusverein Liesing	9653	Liesing	Kärnten					1	1	1	1	1	1	1	8	
169	„Werkstatt Natur“ 3h	Naturpark Rosalia - Kogelberge	7221	Marz	Burgenland	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	
170	„Werkstatt Natur“ 5h	Naturpark Rosalia - Kogelberge	7221	Marz	Burgenland	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	
171	Waldlehrpfad Kobersdorf	Naturpark Landseer Berge	7332	Kobersdorf	Burgenland	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	
172	„Kräuter Wanderung“ im Naturpark	Naturpark Landseer Berge	7341	Landsee	Burgenland	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	
173	„Von Kaiserlingen und Totentrompeten“ Erlebnis Pilzlehrpfad	Naturpark Geschriebenstein	7464	Markt Neuhodis	Burgenland				1	1	1	1	1	1	1		7	
174	„Geführte Wanderungen durch den Naturpark“	Naturpark Geschriebenstein	7442	Lockenhaus	Burgenland	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	
175	„Bei den Köhlern“	Naturpark Geschriebenstein	7435	Unterkohlstätten	Burgenland	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	
176	„Die Kalkbrenner“	Naturpark Geschriebenstein	7435	Unterkohlstätten	Burgenland	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	
177	„Streifzug durch den Wald!“	Naturpark Geschriebenstein	7471	Rechnitz	Burgenland	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	
178	Baumwipfelweg Althodis	Naturpark Geschriebenstein	7464	Markt Neuhodis	Burgenland				1	1	1	1	1	1	1		7	
179	Kutschenfahrt durch die Weindylle	Naturpark in der Weindylle	7540	Moschendorf	Burgenland	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	

ID	Name des Angebots	Anbieter/Kontakt	PLZ	Ort	Bundesland	Öffnungszeiten												
						Jänner	Februar	März	April	Mal	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Dezember	Monate gesamt
180	Mit dem E-Bike ins Zentrum der Artenvielfalt	Naturpark in der Weindylle	7540	Moschendorf	Burgenland	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
181	Clusius Naturlehrpfad	Naturpark in der Weindylle	7540	Güssing	Burgenland	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
182	Grenzerfahrungsweg Bildein	Naturpark in der Weindylle	7521	Bildein	Burgenland	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
183	Kellerviertel Heiligenbrunn	Naturpark in der Weindylle	7522	Heiligenbrunn	Burgenland	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
184	Biogas-Themenweg Strem	Naturpark in der Weindylle	7522	Strem	Burgenland	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
185	Schlamm am Zeh und Gras im Ohr	Naturpark Raab-Örség-Goričko	8380	Jennersdorf	Burgenland					1	1	1	1	1	1	1	1	8
186	Von schlaun Füchsen und diebischen Elstern	Naturpark Raab-Örség-Goričko	8380	Jennersdorf	Burgenland					1	1	1	1	1	1	1	1	8
187	Von Christen und Osmanen	Naturpark Raab-Örség-Goričko	8380	Jennersdorf	Burgenland					1	1	1	1	1	1	1	1	8
188	Vielfalt der Natur	Naturpark Raab-Örség-Goričko	8380	Jennersdorf	Burgenland	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
189	„In Vielfalt geeint“	Naturpark Raab-Örség-Goričko	8380	Jennersdorf	Burgenland	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
190	„Bei den Straußen“	Naturpark Raab-Örség-Goričko	8385	Neuhaus am Klausenbach	Burgenland	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
191	Das Hohe Gericht beim Galgenkreuz	Naturpark Raab-Örség-Goričko	8385	Neuhaus am Klausenbach	Burgenland					1	1	1	1	1	1	1	1	9
192	Der Mostspaziergang in der Natur	Mostviertel Incoming	3250	Wieselburg	Niederösterreich					1	1	1	1	1	1	1	1	7
193	Vom Most zur Kost	Mostviertel Incoming	3321	Ardagger Stift	Niederösterreich					1	1	1	1	1	1	1	1	6
194	Königsberger Erlebnisgärten	Mostviertel Incoming	3343	Hollenstein an der Ybbs	Niederösterreich					1	1	1	1	1	1	1	1	6
195	Vom Schienenradl zum Backerlebnis	Mostviertel Incoming	3244	Ruprechtshofen	Niederösterreich					1	1	1	1	1	1	1	1	7
196	Waldolympiade Buchenberg	Mostviertel Incoming	3340	Waidhofen an der Ybbs	Niederösterreich					1	1	1	1	1	1	1	1	6
197	Auf den Spuren des Eisens	Mostviertel Incoming	3341	Ybbsitz	Niederösterreich					1	1	1	1	1	1	1	1	6
198	Blühendes Gold an der Donau	Donau Niederösterreich Tourismus GmbH	3620	Spitz	Niederösterreich					1	1	1	1	1	1	1	1	7
199	Mit dem Winzer auf Du & Du	Donau Niederösterreich Tourismus GmbH	3620	Spitz	Niederösterreich					1	1	1	1	1	1	1	1	8
200	Weinerlebnis Carnuntum	Donau Niederösterreich Tourismus GmbH	2460	Bruck an der Leitha	Niederösterreich	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
201	Sagenhaftes Dürnstein	Donau Niederösterreich Tourismus GmbH	3601	Dürnstein	Niederösterreich					1	1	1	1	1	1	1	1	7
202	Die faszinierende Welt der Donau-Auen	Donau Niederösterreich Tourismus GmbH	2304	Orth an der Donau	Niederösterreich					1	1	1	1	1	1	1	1	7
203	Mit der Carnuntum-Draisine zu den alten Römern	Donau Niederösterreich Tourismus GmbH	2460	Bruck an der Leitha	Niederösterreich					1	1	1	1	1	1	1	1	6
204	Weissenkirchner Weinblicke-Achleiten und Klaus	Donau Niederösterreich Tourismus GmbH	3610	Weissenkirchen an der Donau	Niederösterreich					1	1	1	1	1	1	1	1	7
205	Weit- und Weinblick	Donau Niederösterreich Tourismus GmbH	3133	Trisau	Niederösterreich	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
206	Harte Schale mit regionalem Genuss	Donau Niederösterreich Tourismus GmbH	3470	Kirchberg am Wagram	Niederösterreich	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
207	Vom Thayatal ins Retzer Land	Waldviertel Incoming	2095	Drosendorf	Niederösterreich	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
208	Gibt's den Hecht im Karpfenteich	Waldviertel Incoming	3910	Zwettl	Niederösterreich	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
209	Erdäpfel - Genuss am Ursprung	Waldviertel Incoming	3931	Schweggers	Niederösterreich	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
210	Erlebnis Gärten-Wein.Gärten	Waldviertel Incoming	3553	Schiltern	Niederösterreich					1	1	1	1	1	1	1	1	7
211	Nordische Urkraft des Waldviertels	Waldviertel Incoming	3911	Rappottenstein	Niederösterreich					1	1	1	1	1	1	1	1	6
212	Tier & Papier	Waldviertel Incoming	3972	Bad Großpertholz	Niederösterreich					1	1	1	1	1	1	1	1	6
213	Bike & Fun - Abenteuer ohne Grenzen	Waldviertel Incoming	3874	Litschau	Niederösterreich	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
214	10-Mühlen-Wanderweg	Museums- und Mühlenwegverein Reichenenthal	4193	Reichenenthal	Oberösterreich	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
215	Abenteuer Wasser Weg Liebenfels	Marktgemeinde Liebenfels	9556	Liebenfels	Kärnten	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
216	Bioenergiedorf Japons	Marktgemeinde Japons	3763	Japons	Niederösterreich	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
217	energie.wege Route 1	Vorarlberger Illwerke AG	6794	Partenen	Vorarlberg	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
218	Energieforscherweg Biberbach	Gemeinde Biberbach	3353	Biberbach	Niederösterreich	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
219	Was(s)erleben	Tourismusverband Inneres Salzkammergut	4824	Gosau	Oberösterreich					1	1	1	1	1	1	1	1	6
220	Kirchbacher Energieweg	Marktgemeinde Kirchbach in Steiermark	8082	Kirchbach in Steiermark	Steiermark	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
221	Sonnenlehrpfad Mariapfarr	Tourismusverband Mariapfarr	5571	Mariapfarr	Salzburg					1	1	1	1	1	1	1	1	9
222	Zammer Lochputz	Zammer Lochputz Freizeit- und Veranstaltungs-OG	6511	Zams	Tirol					1	1	1	1	1	1	1	1	6
223	Bad Gasteiner Wasserfallweg	Gasteinertal Tourismus GmbH	5640	Bad Gastein	Salzburg	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
224	KWB Energie-Schaugarten + Unternehmensführung	KWB - Kraft und Wärme aus Biomasse GmbH	8321	Sankt Margarethen an der Raab	Steiermark	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
225	Golmis Forschungspfad	Bewegungsberg Golm	6773	Vandans	Vorarlberg	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
226	Tour 1 Das Holzmuseum	Holzwelt Murau	8850	Murau	Steiermark					1	1	1	1	1	1	1	1	7
227	Tour 3 Holzkultur, Mühlen & Museen	Holzwelt Murau	8850	Murau	Steiermark					1	1	1	1	1	1	1	1	7
228	Tour 4 Bau trifft Architektur	Holzwelt Murau	8850	Murau	Steiermark					1	1	1	1	1	1	1	1	7

Witterungsunabhängige Tourismusangebote basierend auf Naturerlebnisangeboten

ID	Name des Angebots	Anbieter/Kontakt	PLZ	Ort	Bundesland	Öffnungszeiten												Monate gesamt	
						Jänner	Februar	März	April	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Dezember		
229	Tour 5 Holz & Wirtschaft	Holzweit Murau	8850	Murau	Steiermark				1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	7
230	Tour 6 Holz & Energie	Holzweit Murau	8850	Murau	Steiermark				1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	7
231	Tour 7 Holzgemeinde	Holzweit Murau	8850	Murau	Steiermark				1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	7
232	Tour 8 Wanderlust & Jausenbrettl	Holzweit Murau	8850	Murau	Steiermark				1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	7
233	Tour 9 Holzstadtpaziergang	Holzweit Murau	8850	Murau	Steiermark				1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	7
234	Würfelspielwanderweg	Marktgemeinde Frankenburg a.H.	4873	Frankenburg am Hausruck	Oberösterreich	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
235	Kneipp- und Fitnessweg Rannatal	Tourismusverband Oberkappel	4144	Oberkappel	Oberösterreich	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
236	NaturKRAFTpark	Tourismusverband Naturpark Pöllauer Tal	8225	Pöllau	Steiermark	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12