

FH JOANNEUM Gesellschaft mbH

**Konzeptionierung einer Kultur- und
Abenteuertrekkingtour in Bosnien-Herzegowina**

**Masterarbeit
zur Erlangung des akademischen Grades eines/einer
Master of Arts in Business**

eingereicht am
Fachhochschul-Master-Studiengang
Gesundheitsmanagement im Tourismus

Betreuer: Prof. (FH) MMag. Dr. Harald A. Friedl

Zweitbegutachter: Prof. (FH) Dr. Jim Miller

eingereicht von: Michaela Niedermayr, BA

Personenkennzahl: 1410370017

August 2016

Eidesstaatliche Erklärung

Ich erkläre hiermit an Eides statt, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Hilfsmittel angefertigt habe; die aus fremden Quellen direkt oder indirekt übernommenen Gedanken sind als solche kenntlich gemacht. Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form keiner anderen Prüfungskommission vorgelegt und auch nicht veröffentlicht.

Wien, 24. August 2016;

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'M. Niedermayr', written in a cursive style.

Niedermayr Michaela

Danksagung

Mit dem Abschluss dieser Masterarbeit endet für mich vorerst meine akademische Laufbahn und damit eine spannende und äußerst lehrreiche Studienzeit. Da solch eine wissenschaftliche Arbeit nie alleiniges Werk des Autors ist, möchte ich zunächst an all diejenigen, die mich bei der Anfertigung unterstützt und motiviert haben, meinen tiefsten Dank aussprechen.

In erster Linie möchte ich meinem Betreuer Herrn Prof. (FH) MMag. Dr. Harald A. Friedl für sein ausgiebiges Engagement in der Betreuung danken. Er hat mich an das Thema herangeführt und mich im Rahmen der Recherchen und Bearbeitung stets unterstützt. Insbesondere seine konstruktive Kritik hat mich dazu gebracht, meinen Horizont für die Thematik zu erweitern und über meine Grenzen hinaus zu denken. Vielen Dank für die Zeit und Mühe.

Ein besonderer Dank gilt auch meinen Interviewpartnern, die ihre Zeit geopfert haben, um mit mir ein interessantes sowie lehrreiches Gespräch zu führen. Ich danke ihnen besonders für die Bereitschaft, ihr fachliches Wissen sowie praktischen Erfahrungen mit mir zu teilen.

Außerdem gilt mein Dank der lieben Magdalena Legerer, die viel Zeit mit der Korrektur der Texte verbracht hat, um meine Arbeit von Fehlern zu befreien.

Auch meiner Familie und meinen Freunden, besonders meinen Eltern und meinem Freund, danke ich dafür, dass sie mich während meines gesamten Studiums mit viel Geduld so moralisch unterstützt und zu jeder Zeit an mich geglaubt haben. Ich bin dankbar dafür, so tolle Menschen auch in schwierigen und stressigen Zeiten an meiner Seite zu haben.

Abstract

The following Masterthesis presents a product concept to a cultural and adventure trekking tour. This touristic offer is illustrated by the example of the destination Bosnia-Herzegovina. The theoretical evaluation contains a research about the history, the elements and the sociology of trekking tourism. In order to create a profile of the potential target group, the customer needs and demand of the trekking travellers were investigated. In addition, insights in the current economic, political, social and ecological situation were given.

The empirical evaluation includes a web-based research about comparable trips at the supply market and to travel and experience reports. Besides, guided expert interviews with specialists from the tour operator industry and professionals in the field of security in Bosnia were conducted. The empirical methodology served as substitute and supplement to the available literature.

As a result, this thesis presents a cultural and adventure trekking tour. During the research, the author has come to the cognition, that a practical implementation of the tour in the examination region Bosnia would not be expected due to the current security situation. The product was outlined using the example of Bosnia. The elaborate outline and its contents could be optionally used for similar destinations. During the development process, the author ensured to meet the needs and desires of the target group. According to that, the author placed importance to the integration of intensive nature experiences, adventurous experiences and cultural activities.

Keywords:

Trekking-, Hiking-, Adventuretourism; customer needs + hiking/trekking; Bosnia-Herzegovina; tourism + Bosnia, safety + tourism, sustainability + trekkingtourism

Zusammenfassung

In der vorliegenden Masterarbeit wird ein Produktkonzept zu einer Kultur- und Abenteuer-trekkingtour vorgestellt. Dieses Angebot wird am Beispiel der Destination Bosnien-Herzegowina skizziert. Im theoretischen Teil der Arbeit werden neben Einblicken in die derzeitige IST-Situation und Sicherheitslage Bosniens außerdem die Ursprünge, Grundlagen sowie die Soziologie des Trekkingtourismus behandelt. Im Zuge dessen werden die Reisemotive und Bedürfnisse von Trekkingreisenden erläutert und auf Basis derer ein Profil der potentiellen Zielgruppe für die entwickelte Tour kreiert. Die empirische Methodik der Arbeit beinhaltet neben einer Internetrecherche zu vergleichbaren Trekkingtouren, sowie Erfahrungs- und Reiseberichten außerdem Interviews mit Experten der Reiseveranstalterbranche und Spezialisten für den Bereich Sicherheit in Bosnien. Die im Rahmen der Arbeit angewandte Methodik diente als Ergänzung und kritische Relativierung der verfügbaren Literatur.

Als Ergebnis der Masterthesis wird im empirischen Teil der Arbeit eine Kultur- und Abenteuer-trekkingtour präsentiert. Im Zuge der Forschung ist die Autorin zu der Erkenntnis gekommen, dass eine praktische Umsetzung der Tour in der Untersuchungsregion Bosnien aufgrund der derzeitigen Sicherheitslage nicht zumutbar wäre. Das Produkt wurde demnach am Beispiel Bosniens skizziert, der ausgearbeitete Entwurf und dessen Inhalte könnten aber gegebenenfalls auf landesähnliche Destinationen umgelegt werden. Bei der Konzeption wurde darauf Wert gelegt, den Bedürfnissen und Sehnsüchten der potenziellen Zielgruppe gerecht zu werden. So flossen vor allem intensive Naturerlebnisse, abenteuerliche Erfahrungen und kulturelle Aktivitäten in den Reiseinhalt mit ein.

Schlüsselwörter:

Trekking-, Wander-, Abenteuer-tourismus; Reisemotive + Wandern/Trekking; Bosnien-Herzegowina; Tourismus + Bosnien; Sicherheit + Tourismus; Nachhaltigkeit + Trekkingreisen

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	10
1.1	Forschungsproblem	10
1.2	Forschungsziel und –limitation	12
1.3	Zentrale Forschungsfrage und Thesen	14
1.4	Aufbau der Arbeit	17
2	Darstellung der Methodik.....	18
2.1	Methodendarstellung Theorie	18
2.2	Methodendarstellung Empirie	21
2.2.1	Internetrecherche	21
2.2.2	Experteninterviews	23
2.2.2.1	Interview-Leitfaden.....	27
2.2.2.2	Auswertung der Experteninterviews	28
3	Ergebnisse	31
3.1	Theoretische Grundlagen.....	31
3.1.1	Tourismus und Trekking	31
3.1.1.1	Historische Entwicklung des Trekkingtourismus.....	31
3.1.1.2	Begriffsdefinitionen und Charakteristik	35
3.1.1.3	Formen des Trekkings	42
3.1.1.4	Elemente einer Trekkingtour.....	43
3.1.1.5	Angebotsstruktur in der Tourismusindustrie und mögliche Einflussfaktoren	55
3.1.1.6	Fazit	59
3.1.2	Soziologie des Trekkingtourismus.....	60
3.1.2.1	Nachfragestruktur	61
3.1.2.2	Zielgruppenanalyse – Profil des Trekkingtouristen	65
3.1.2.3	Spezifische Reisemotive und Bedürfnisse der Trekkingreisenden	72
3.1.3	Tourismus und Abenteuer	78
3.1.3.1	Die Theorie des Abenteuers	78

3.1.3.1.1	Grenzüberschreitung und Risikosuche	82
3.1.3.1.2	Die Motive der potentiellen Zielgruppe	84
3.1.3.2	Das Produkt – Abenteuerreise	87
3.1.3.3	Zielländer des Abenteuerismus	92
3.1.3.3.1	Der Verlust von Abenteuer-Zielen	94
3.1.3.3.2	Südosteuropa als neue Destination	96
3.1.4	Bosnien-Herzegowina als mögliche Destination	98
3.1.4.1	IST-Situation	98
3.1.4.1.1	Wirtschaft und Politik	99
3.1.4.1.2	Soziale Situation und Gesellschaft	102
3.1.4.1.3	Ökologische Situation	103
3.1.4.2	Das touristische Potenzial	105
3.1.4.2.1	Naturräumliche Ressourcen und Potenziale	106
3.1.4.2.2	Kulturräumliche Ressourcen und Potenziale	108
3.1.4.2.3	Infrastrukturelle Ressourcen und Potenziale	109
3.1.4.3	Exkurs: Sicherheit und Tourismus in Bosnien	112
3.1.4.3.1	Historischer Überblick – Bosnienkrieg	113
3.1.4.3.2	Die Bedeutung von Sicherheit im Tourismus im Bezug auf die Reiseentscheidung	115
3.1.4.3.3	Gegenwärtige Gefahren und Risiken	116
3.1.4.3.3.1	Minen	116
3.1.4.3.3.2	Politische Instabilität und sprachliche Barrieren ...	121
3.1.4.3.3.3	Fazit	122
3.2	Empirische Grundlagen	124
3.2.1	Produktkonzeptionierung	124
3.2.1.1	Idee	124
3.2.1.2	Definition der Zielgruppe	125
3.2.1.3	Zieldefinition und Festlegung der Rahmenbedingungen ...	126
3.2.1.4	Planung der Route	133
3.2.1.5	Reiseablauf	135
3.2.1.6	Marketingmaßnahmen	144
3.2.1.7	Profil des Reiseleiters	146

3.2.1.8	Fazit	149
3.2.2	Auswirkungen des Trekkingtourismus auf die Untersuchungsregion	150
3.2.2.1	Ökonomische Effekte	151
3.2.2.2	Soziokulturelle Auswirkungen	151
3.2.2.3	Ökologische Effekte des Trekkingtourismus	152
3.2.2.4	Fazit	153
3.2.3	Chancen, Potentiale und Herausforderungen für Reiseveranstalter und die Destination Bosnien	155
3.3	Diskussion	157
4	Schluss	164
4.1	Beantwortung der Unterfragen	164
4.2	Beantwortung der zentralen Forschungsfrage	167
4.3	Praktische Empfehlungen	167
4.4	Offene Forschungsfragen	169
4.5	Methoden-, und Ergebniskritik hinsichtlich der Validität	171
4.5.1	Kritik an der Methodik	171
4.5.2	Kritik der Ergebnisse	173
4.5.3	Kritik an der Anwendbarkeit der Ergebnisse	174
5	Literaturverzeichnis	175
ANHANG A	- Interviewleitfäden	186
ANHANG A1	– Interviewleitfaden A	186
ANHANG A2	– Interviewleitfaden B	188
ANHANG B	– Transkribierte Experteninterviews	190
ANHANG B1	– Interview 1	190
ANHANG B2	– Interview 2	194
ANHANG B3	– Interview 3	198
ANHANG B4	– Interview 4	204
ANHANG B5	– Interview 5	207
ANHANG C	– Minenkarte Bosnien	215
ANHANG D	– Reisefolder	216

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Nachfrageverhalten Wandern	62
Abbildung 2: Bedürfnispyramide Maslow	70
Abbildung 3: Unterscheidung Abenteuerreise	88
Abbildung 4: Karte - Reiseroute	138
Abbildung 5: Minenkarte Bosnien.....	215
Abbildung 6: Trekk'n Trail Reisefolder	216

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Lodgetrekking	46
Tabelle 2: Zelttrekking	47

Abkürzungsverzeichnis

BIH – Bosnien-Herzegowina

RV – Reiseveranstalter

Zugunsten einer besseren Lesbarkeit wird auf eine gendergerechte Formulierung verzichtet. Gleichwohl gelten alle Formulierungen, die eine Person betreffen, auch für die weibliche Form

1 Einleitung

1.1 Forschungsproblem

Die Freude an der Bewegung, das Erleben von Natur und Landschaft, Erholung, Gesundheit sowie das Anliegen, neue Dinge kennenzulernen, all diese Bedürfnisse sind Beweggründe für das Wandern (Dreyer, Menzel & Endreß, 2010, S. 23). Das klassische Wandern unterscheidet sich vom Spazierengehen dadurch, dass zum einen eine bestimmte Vorbereitung sowie Ausrüstung notwendig ist. Außerdem gilt das Wandern als Sportart und stellt somit eine körperliche Aktivität, zusätzlich zu den notwendigen alltäglichen Bewegungsformen dar. Neben der körperlichen Bewegung steht vor allem der Landschafts- und Naturgenuss im Vordergrund (Dreyer et al., 2010, S.24). Der Begriff Trekking wird dem sportlichen Wandern zugeordnet und wird laut Dreyer, Menzel und Endreß als *„Wandern auf längeren und anspruchsvollen Strecken oftmals in wenig erschlossenen und naturnahen Regionen verstanden“*. Im Gegensatz zum klassischen Wandern, bei welchem primär Erholung und Entspannung die Hauptmotive darstellen, stehen beim Trekking Abenteuer und Naturerlebnisse abseits der gängigen Tourismusrouten im Vordergrund (Dreyer et al., 2010, S. 35). Sowohl sport-, natur- und kulturinteressierte Touristen werden beim Trekking angesprochen. Beim Trekking werden verschiedene Formen unterschieden.

Das Reiseverhalten der Bevölkerung unterliegt einem ständigen Wandel. Das Reisen ist eine gesellschaftliche Praxis und somit auch gleichzeitig geprägt von der gesellschaftlichen Entwicklung (Kagermeier, 2016, S.68). Lange Zeit wurden Reisemuster fast ausschließlich durch sozio-demografische Aspekte analysiert und prognostiziert. Nun wird in den Tourismuswissenschaften verstärkt auch auf soziologische und sozialpsychologische Ansätze zurückgegriffen, welche den gesellschaftlichen und sozialen Wandel erfassen sollen (Kagermeier, 2016, S. 69). Der „Tourist von heute“ charakterisiert sich vor allem durch neue Wertevorstellungen und

Lebensstile (Erlebnisorientierung, hohe Emotionalität, der Wunsch nach Authentizität, Gesundheits- und Umweltbewusstsein), größere Kompetenzen (größere Reiseerfahrung oder spezielle Interessen wie Klettern, Wandern), veränderte demografische Voraussetzungen (mehr Freizeit, flexible Arbeitszeiten) (Schmude & Namberger, 2015, S.67) und durch die Suche nach Individualität (Risikoorientierung, Wunsch nach Individualisierung, Bedürfnis nach Wahl- und Handlungsfreiheit) (Kagermeier, 2016, S. 72). Durch die zunehmende Ausdifferenzierung entstehen also flexible und hybride Nachfragemuster (Kagermeier, 2016, S. 71) und damit neue Typologien mit veränderten Erwartungshaltungen. So entstand auch der Begriff *LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability)*, welcher heute eine wesentliche Rolle im Tourismus spielt. Mit dem Wort *LOHAS* wird eine Gruppe bezeichnet, welche einen hybriden Lebensstil lebt. Bei dieser Lebensart geht es vielfach um Wertebewusstsein, Nachhaltigkeit, Gesundheit, die ganzheitliche Befriedigung von Bedürfnissen und Spiritualität (Troeger-Weiß, 2015, S. 242).

Auch die Branche des Trekkingtourismus bekommt durch die gesamten Veränderungen im Nachfrageverhalten einen neuen Stellenwert in der Gesellschaft und hat somit großes Potential am derzeitigen Tourismusmarkt, da viele dieser Entwicklungen auf das Konzept einer Trekkingreise zutreffen.

Trekking versteht sich als eine besonders sensible Art der Fortbewegung, wobei Körper und Geist vereint werden (Schatzl, 2006, S. 153). Da Trekkingrouten, wie bereits erwähnt, eher abseits des touristischen Gebietes führen, werden für eine solche Reise Destinationen, welche von einem eher geringen touristischen Aufkommen gekennzeichnet sind, gewählt. Im Falle dieser Masterarbeit wird das Land Bosnien-Herzegowina als Destination herangezogen, welches nach Meinung der Autorin die besten Voraussetzungen für die Durchführung solch einer Tour mit sich bringt. Das Land hat vor allem für Liebhaber der Natur und für Menschen, die nach dem Abenteuer suchen, viel zu bieten (*Bosnien und Herzegowina*, o.J.). Viele

naturbelassene Landschaften und Orte bieten eine geeignete Ausgangssituation für die Entwicklung einer Trekkingtour, welche Kultur, Natur und Abenteuer vereint. Fakt ist aber, dass Bosnien immer noch mit vielen Belastungen zu kämpfen hat. Soziale Probleme, wie eine sehr hohe Arbeitslosigkeit, Armut oder politische, religiöse und ethnisch motivierte Spannungen stellen potenzielle Hindernisse für den Tourismus dar. Auch vom Krieg ist Bosnien-Herzegowina gezeichnet. Seit dem Kriegsende im Jahr 1995 wurden zwar zum Teil große Fortschritte im Wiederaufbau gemacht. Trotzdem ist die bosnische Landschaft durch zerschossene Häuser, Trümmer und Ruinen gekennzeichnet. Dieser Aspekt bietet aber wiederum große Potenziale für die Trekkingreise, da die heimische Kultur, die Geschichte und Landschaft eine bedeutende Rolle spielen sollen. Die unzähligen Mienen wiederum, welche durch den Krieg übergeblieben sind, bilden aber eine große Gefahr. Vor allem durch die Überschwemmungen im Frühjahr 2014, welche Erdrutsche zur Folge hatten, wurden zahlreiche Minen aus gekennzeichneten Gebieten fortgetragen (*Reisehinweise für Bosnien und Herzegowina*, 2016).

1.2 Forschungsziel und –limitation

Im Rahmen des praktischen Teils der Arbeit soll ein integriertes natur- und kulturtouristisches Produkt konzeptioniert werden. Ziel der Masterarbeit ist es somit, eine Trekkingtour in Bosnien-Herzegowina zu entwickeln. Bei der geplanten Reise werden vor allem intensive Naturerlebnisse, das Erleben der örtlichen Kultur und der Abenteuercharakter im Fokus stehen.

Grundlage dafür bieten zum einen eine intensive Literaturrecherche, welche im Vorfeld getätigt werden wird, sowie eine teilnehmende Beobachtung, Internetrecherchen und Experteninterviews. Im Hauptfokus der wissenschaftlichen Arbeit steht also die Produktentwicklung einer Trekkingreise in Bosnien-Herzegowina, welche ein gesamtes Reisepaket mit sämtlichen Einzelleistungen wie Anreise, Transport, Unterbringung, Verpflegung, Reiseleitung, etc. beinhaltet. Als Teilziel versteht sich im

Rahmen der Produktkonzeptionierung außerdem die Kooperation mit verschiedensten Unternehmen und Akteuren in Bosnien sowie gegebenenfalls mit einem Reiseveranstalter, welcher die entwickelte Trekkingtour in sein Angebotssortiment aufnehmen könnte. Hierfür wurde bereits der Reiseveranstalter Weltweitwandern ins Auge gefasst.

Um den Umfang der Masterarbeit nicht zu überschreiten, beschäftigt sich die Autorin vor allem mit der Konzeptionierung des Reiseprodukts selbst. Ziel ist es, am Ende der Arbeit eine Tour mit sämtlichen Rahmenbedingungen und Reiseelementen darzustellen. Ein Teilkapitel beschäftigt sich außerdem mit der Vermarktung der Reise, dennoch wird die Autorin nicht detailliert auf die Preisfestsetzung, sowie Vertriebsaktivitäten, etc. eingehen.

1.3 Zentrale Forschungsfrage und Thesen

Im nachfolgenden Teilkapitel werden die sich aus der Problemstellung ergebende Forschungsfrage, daraus abgeleitete Unterfragen, sowie Thesen und deren Begründungen angeführt.

Forschungsfrage:

Wie muss eine Kultur- und Abenteuerrekkingtour in Bosnien-Herzegowina konfektioniert sein, um sich als touristisches Produkt für potenzielle Kunden zu eignen, die nach intensiven Naturerlebnissen in spärlich besiedelten Regionen unter sicheren Reisebedingungen bei bescheidenem Komfort suchen?

Aus der Hauptfrage ergeben sich folgende Unterfragen:

- Welche Bedürfnisse haben Menschen, eine eine Abenteuerrekkingtour unternehmen?

These: Treffen Menschen die Wahl, eine Abenteuerrekkingtour zu unternehmen, dann ist ihre Entscheidung von Bedürfnissen wie der Suche nach Natur und Erlebnis, oder dem Wunsch nach Individualität und Authentizität geprägt.

Begründung: Die Bedürfnisse jener Menschen, welche sich für eine Trekkingreise entscheiden, differenzieren sich wesentlich von den Reisemotiven der Touristen, welche einen „Mainstream-Urlaub“ bevorzugen. Dieser Typ charakterisiert sich vor allem durch neue Wertevorstellungen/Lebensstile, die Suche nach Individualität und ist risikoorientiert und erlebnisorientiert (Kagermeier, 2016, S. 72). Immer mehr Menschen meiden inszenierte Reiseangebote, sind stattdessen vielmehr auf der Suche nach authentischer Selbsterfahrung in fremden Kulturen und sehnen sich nach intensiven Naturerlebnissen (Friedl, 2010).

Methode: Literaturanalyse, Experteninterviews

- Wie sicher ist das auszuwählende Zielgebiet?

These: Sofern die Route der geführten Trekkingtour durch als entmint gekennzeichnete Wege und Strecken führt, ist das Land Bosnien-Herzegowina als Reisedestination weitgehend als sicher einzustufen.

Begründung: Dem Thema Sicherheit muss bei einer Reise in Bosnien-Herzegowina eine große Bedeutung zugeschrieben werden. Weitgehend gilt es als sicheres Reiseland. Abseits der Straßen und Wege ist aber Vorsicht geboten, denn der größte Teil ist von Minen und Blindgängern übersät (Weltweitwandern, o.J.). Besonders gefährlich sind Gebiete entlang der innerbosnischen Grenze. Vor allem zerstörte und unbewohnte Dörfer sollten gemieden werden. Beachtet man aber einige wesentliche Dinge, kann man sich vor dieser Gefahr schützen. Das wichtigste hierbei ist die Aufklärung der Reisenden. Das Deutsche Auswärtige Amt gibt beispielsweise derzeit den Hinweis, dass das gesamte Land gemieden werden sollte. Diese Vorgehensweise ist aber nicht Sinn der Sache, da Bosnien weit mehr als vermint Gebiete zu bieten hat. Deshalb sollte dem Land als Reisedestination mehr Anerkennung geschenkt werden. Experten raten, auf keinen Fall auf eigene Faust alleine das Land zu erkunden. Man sollte auf geführte Touren setzen, welche von ortskundigen Reiseleitern begleitet werden. Wichtig ist es vor allem, die Markierungen der gesicherten Gebiete zu kennen (*Damit es nicht knallt*, o.J.).

Methode: Experteninterviews, Internetrecherche

- Welche Rolle spielt das Image eines Landes bei der Wahl der Reisedestination?

These: Wenn eine Trekkingreise in einem Land wie Bosnien-Herzegowina, (mit weitgehend niedrigem touristischem Aufkommen) angeboten wird, dann spielt das Image des Landes eine wesentliche Rolle für den Entscheidungsprozess des Kunden.

Begründung: Unter einem Image wird „die Gesamtheit aller subjektiven Ansichten und Vorstellungen von einem Gegenstand, also das Bild, das sich ein Konsument von einem Beurteilungsgegenstand macht, verstanden“

(Mundt, 2013, S. 152). Das Image eines Landes hat Einfluss auf die gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und politischen Entscheidungen. Laut Jörn W. Mundt ist das Image eines Reiselandes und nicht die Wirklichkeit handlungsentscheidend und bestimmt die Entscheidung der Reisenden. Grundvoraussetzung für die Steigerung der Attraktivität des Urlaubslandes ist somit ein Konzept für die Pflege des Images (Mundt, 2013, S. 152).

Methode: Literaturanalyse, Experteninterviews

- Welche regionalen Ressourcen müssen im Rahmen der Produktkonzeptionierung in Bosnien genutzt werden, um die Durchführung der Abenteuerrekkingtour zu ermöglichen?

These: Wenn die vorhandenen örtlichen Ressourcen des Landes im Hinblick auf den Transport (z.B. Eseln) und die Beherbergung (z.B. Hütten, Zelte, etc.) der Reisenden genutzt werden, dann wird dem Erfolg der Trekkingtour Folge geleistet werden.

Begründung: Beim Trekking befinden sich die Strecken meist abseits der gängigen touristischen Routen (Dreyer et al., 2009, S. 35). Meist wird auf jegliche Infrastruktur des Landes verzichtet. Man ist mit dem Rucksack unterwegs und trägt alles nötige Material mit sich. Trekker halten sich in der freien Natur auf und nutzen meist nur die wichtigsten örtlichen Ressourcen des Landes im Bezug auf die Beherbergung und Fortbewegung. Die meiste Zeit übernachtet man in Zelten oder Hütten (Bundesamt für Naturschutz, o.J.). Natürlich steht beim Trekking das Gehen im Vordergrund. Dennoch gibt es auch andere Arten der Fortbewegung, welche in eine Trekkingreise integriert werden können. Beispielsweise sind Esel sehr gute Wegbegleiter bei Trekkingtouren. Die Tiere haben dabei nicht die Funktion, den Menschen selbst fortzubewegen, sondern dienen als Lasttiere. Sie strahlen Ruhe und Gelassenheit aus und geben das Tempo vor (*Eseltrekking*, o.J.).

Methode: Literaturanalyse, Experteninterviews

1.4 Aufbau der Arbeit

Nun soll ein kurzer Überblick über den weiteren Verlauf der Masterarbeit gegeben werden. In der vorliegenden Masterthesis wird ein Konzept für eine Abenteuer-trekkingtour entwickelt. Zieldestination für die Tour ist das Land Bosnien-Herzegowina. Wie bereits erwähnt beinhalten **Kapitel 1** und **Kapitel 2** die Einführung in das Thema sowie die Darstellung der Methodik. Anschließend folgt das **Kapitel 3: Ergebnisse**, welches sich in: **3.1. Theoretische Grundlagen**, **3.2. Empirische Grundlagen** und **3.3. Diskussion** teilt. Die Theorie der Arbeit untergliedert sich in vier Hauptbereiche. Zunächst wird das Thema Trekking im Tourismus behandelt. Die behandelten Inhalte wie die Historische Entwicklung, Definitionen und allgemeine Grundlagen ermöglichen dem Leser eine Einführung in die Thematik. Anschließend folgt die Soziologie des Trekkingtourismus, bei welcher anhand der Darstellung verschiedener Reisemotive und Bedürfnisse die potentielle Zielgruppe ausfindig gemacht werden soll. Des Weiteren folgt ein Einblick in die Theorie des Abenteuers und ein Kapitel über Bosnien-Herzegowina. Dieses Kapitel ist besonders wichtig für das geplante Projekt, da durch die Recherchen auch Fragen zum Thema Sicherheit geklärt werden sollen. Die Empirie der Arbeit beinhaltet die Produktkonzeptionierung der Reise, sowie mögliche Auswirkungen, die sich durch das Produkt für die Untersuchungsregion ergeben. Das **Kapitel 4: Schluss** beinhaltet die Beantwortung der zentralen Forschungsfrage und praktische Empfehlungen. Außerdem werden offene Forschungsfragen formuliert und die Methodik sowie das Ergebnis kritisch beleuchtet. Im **Anhang** der Arbeit befinden sich die Interviewleitfäden sowie eine Minenkarte von Bosnien-Herzegowina und ein Informationsfolder für die konzipierte Reise.

2 Darstellung der Methodik

Die wissenschaftliche Arbeit setzt sich aus zwei Hauptteilen zusammen: einem theoretischen sowie einem empirischen Teil. Die in der Masterarbeit angewandte Methodik dient der Beantwortung der Forschungsfragen sowie der Verifikation und Falsifikation der Thesen. Nachfolgend werden die Literatursuchmethode sowie die empirischen Methode näher erläutert.

2.1 Methodendarstellung Theorie

Um eine fundierte Grundlage des geplanten Projektes gewährleisten zu können, bot eine ausführliche Literaturrecherche die theoretische Grundlage. Vor allem Fachbücher, Fachzeitschriften, Reisemagazine und vertrauenswürdige Internetseiten wurden bei der Recherche herangezogen.

In folgenden Bibliothekskatalogen wurde nach einschlägiger Literatur gesucht:

- FH JOANNEUM Bad Gleichenberg
- Österreichische Nationalbibliothek
- Hauptbücherei Wien
- Universitätsbibliothek der Wirtschaftsuniversität Wien
- Universitätsbibliothek der Hauptuniversität Wien
- Österreichischer Universitätsverbund
- Katalog österreichischer Hochschulschriften

Zusätzlich wurde die touristische Datenbank *Science Direct* bei der Recherche herangezogen, da diese Zugang zu zahlreichen wissenschaftlichen Artikeln aus namhaften peer-reviewed Zeitschriften und E-Books aus dem Wirtschafts- und Tourismussektor bietet.

Auch elektronische Medien und Print-Zeitschriften wurden für die Darstellung aktueller Ereignisse gewählt. Bezogen auf die Relevanz des Themas wurden folgende ausgewählt:

- Annals of Tourism Research (<http://www.journals.elsevier.com/annals-of-tourism-research>)
- Tourism Management (<http://www.journals.elsevier.com/tourism-management>)
- International Journal of Leisure and Tourism Marketing

Folgende Suchwörter wurden für die Literatursuche verwendet:

- Trekkingreisen, -tourismus, -tour
- Abenteuer- & Expeditionsreisen
- Kultur- & Naturtourismus
- Wandern
- Bosnien(-Herzegowina)
- Tourismus in Bosnien
- gesellschaftlicher Wandel + Tourismus
- Reisemotive + Wandern/Trekking
- Erlebnisgesellschaft
- Neue Reiseländer (Postkriegsgebiete)
- Sicherheit(sorientierung) + Tourismus
- Reiseorganisation
- Reiseveranstaltung
- Nachhaltigkeit + Trekkingreisen

Mit folgenden Suchwörtern wurde die passende englische Literatur recherchiert:

- Trekking
- Hiking
- Sustainability + Tourism
- Tourism + Trekking

- Tourism + Bosnia
- Cultural- & nature tourism
- Adventure tourism
- Safety + tourism

Inkludierungskriterien:

- sämtliche Literatur, welche die Keywords und Suchbegriffe inkludieren
- sämtliche Literatur, welche sich auf die zu beantwortende Forschungsfrage bezieht und demnach inhaltlich folgende Themengebiete erfasst:
 - Wander-/Trekking-/Abenteuertourismus
 - Soziologie des (Trekking-)Tourismus
 - Bosnien-Herzegowina, Tourismus in BIH
 - Sicherheit im Tourismus
 - Produktentwicklung im Tourismus
 - Nachhaltigkeit im Tourismus
- wissenschaftliche Quellen, welche allgemein zugänglich und nachvollziehbar sind sowie bestimmten Qualitätskriterien entsprechen. Unter anderem wurden folgende Qualitätskriterien für die Literaturrecherche festgelegt:
 - Allgemein wurde bei der Wahl der geeigneten Literatur auf die Kriterien Sachlichkeit, Plausibilität, Widerspruchsfreiheit sowie Schlüssigkeit wertgelegt.
 - **Inhalte:** Spektrum der Inhalte, Objektivität der Darstellung sowie Genauigkeit der Aussagen
 - **Quellentransparenz:** Qualität der Bibliografie
 - **Studien:** strukturierter Abstract, nachvollziehbare Darstellung der Methoden und Ergebnisse, klare Argumentationen und detaillierte Quellenangaben
 - **Aktualität:** Hierbei wurde zwischen den einzelnen Themengebiete differenziert. Grund für diese Differenzierung ist, dass die Aktualität einzelner themenspezifischer Literatur

bedeutender ist als manch andere. Werden in den theoretischen Grundlagen beispielsweise präsenste Themen behandelt, sollte die möglichst aktuellste Quelle herangezogen werden, um die Qualität der wissenschaftlichen Darstellung zu gewährleisten. Demnach hat die Autorin die folgenden Inkludierungskriterien festgelegt:

- sämtliche soziologische Literatur, deren Ausgabe nicht älter als zehn Jahre ist
- sämtliche Literatur über das Land Bosnien-Herzegowina, deren Ausgabe nicht älter als sechs Jahre ist
- sämtliche Literatur zu den Grundlagen des Trekkings, deren Ausgabe nicht älter als 15 Jahre ist
- Aufgrund des sprachlichen Verständnisses wurde nur Literatur aus dem deutschen und englischsprachigen Raum herangezogen.

Ausschlusskriterien:

- nicht vertrauenswürdige Internetquellen. Qualitätskriterium bei der Auswahl war insbesondere die Seriosität des Urhebers. Die Autorin hat ausschließlich Webseiten, welche von wissenschaftlichen Institutionen sowie seriösen/bekannten Unternehmen veröffentlicht wurden, herangezogen.
- Wikipedia als wissenschaftliche Quelle (diente rein dazu, einen Überblick über die Thematik zu verschaffen)

2.2 Methodendarstellung Empirie

Der empirische Teil der Masterarbeit beinhaltet zwei unterschiedliche Methoden: eine Internetrecherche durch relevante, themenspezifische Foren, sowie Experteninterviews. Nachfolgend werden jene Methoden im Detail beschrieben.

2.2.1 Internetrecherche

Neben dem theoretischen Hintergrund ist für die Konzeption der Reise vor allem praktisches Wissen zum Thema Reiseplanung, speziell in Bezug auf

Trekkingreisen, erforderlich. Aus diesem Grund hat die Autorin in diversen Web-Blogs und Internetportalen nach Reiseberichten, in erster Linie von Wanderern oder Trekkern, und nach „Insider-Tipps“ über das Reisen in Bosnien-Herzegowina gesucht. Im Zuge der Recherche wurden außerdem bereits bestehende Touren verschiedener Anbieter, welche sich auf die zentraleuropäische Region bzw. Abenteuerreisen spezialisieren, erfasst und dienten als Hilfestellung für die Reisekonzeption. Auch Informationsmaterial von Tourismusbüros aus den jeweiligen betreffenden Regionen sowie Reiseführer von Bosnien-Herzegowina gaben bei der Konzeption der Reise den entsprechenden Input

Die Autorin ist bei der Recherche mit folgenden deutschsprachigen Suchbegriffen vorgegangen: Wander-/Trekking-/Abenteuerreisen, Wander-/Trekking-/Abenteuerreiseveranstalter, Trekkingtouren, Trekkingportale/Trekkingforum, Erfahrungsberichte + Trekking/Wandern in Bosnien, Balkanreisen, Urlaub + Südosteuropa, Reiseberichte Bosnien, Wanderwege, -routen + Bosnien, Sehenswürdigkeiten/Aktivitäten + Bosnien, Tourismusorganisationen/-verbände + Bosnien. Des Weiteren wurde mit Hilfe von folgenden englischsprachigen Suchbegriffen geforscht: Hiking-/Trekkingtourism + Bosnia, tour operator + Trekking in Bosnia, hiking routes + Bosnia, travelogues, Southeast Europe + travel, Balkan countries + travel, places of interest + bosnia, outdoorpursuits + bosnia. Ein wesentliches Kriterium bei der Auswahl der jeweiligen Webquellen war, wie auch schon im Rahmen der Literaturrecherche erwähnt, die Vertrauenswürdigkeit des Urhebers. Vor allem bei der Suche nach vergleichbaren Touren legte die Autorin darauf Wert, dass es sich um seriöse Anbieter handelte. Aufschluss über die Professionalität der Reiseveranstalter sollten unter anderem Erfahrungsberichte und Bewertungen von Kunden über diverse Bewertungsplattformen wie TripAdvisor oder Holidaycheck bieten.

Die Recherche zu gleichartigen, bereits angebotenen Trekkingtouren diente als Orientierung im Rahmen der Produktkonzeption. Diese Touren fungierten

als praxisbezogene Ergänzung zur theoretischen Literatur über touristische Produktentwicklungen. Reiseführer sowie Infomaterial von Tourismusbüros nützten insbesondere dazu, Kenntnisse und Wissen über das Land Bosnien zu erhalten, sowie dessen touristische Potenziale aufzudecken. Landesspezifische Basisinformationen, jene Rahmenbedingungen, die bei einer Reise in Bosnien beachtet werden müssen, sowie das Wissen über kulturelle Highlights und naturräumliche Gegebenheiten wurden für die Entwicklung der Reise erfasst und auf die hier konzipierte Reise zugeschnitten genutzt.

Auch bosnische Medien wie lokale Zeitungen mit aktuellen Berichten, die Botschaft oder der Tourismusverband waren geeignete Anlaufstellen bei der Recherche. Im Zuge dessen forschte die Autorin regelmäßig nach Dokumentationen zur politischen, wirtschaftlichen sowie sozialen Situation des Landes, um stets am neuesten Stand der Ereignisse und Gegebenheiten zu bleiben.

All diese durch die Internetrecherche gewonnenen Informationen dienen als Ergänzung zur verfügbaren Literatur, um die Forschungsfrage zu beantworten sowie die Kultur- und Abenteuer-trekkingtour realitätsgetreu darzustellen. Jene für die Forschungsarbeit relevanten Erkenntnisse werden für die jeweiligen Problembereiche inhaltlich genutzt und im Zuge der Reisekonzeption eingebaut.

2.2.2 Experteninterviews

Der wichtigste empirische Teil der Arbeit umfasste Interviews mit Experten über eingegrenzte, für die Masterarbeit relevante Themenbereiche. Die gewonnenen Erkenntnisse durch das spezifische Wissen der Interviewpartner, welche sich aus dem Gespräch ergaben, dienten vor allem dazu, eine professionelle und fundierte Grundlage für die Entwicklung der geplanten Reise sicherzustellen. So stellten die Ergebnisse vor allem bei der Produktkonzeptionierung eine hilfreiche und notwendige Unterstützung dar.

Bei der Auswahl der Interviewpartner wurde darauf Wertgelegt, dass sich diese durch ein spezielles praktisches Fachwissen, welches für die Durchführung des Projektes essentiell ist, auszeichnen. Dabei wurde in erster Linie auf die Fachbereiche Tourismus/Reisebranche (Natur- und Abenteuer-tourismus), Sicherheit im Tourismus und mögliche Risiken und Gefahren (speziell in der Region Bosnien-Herzegowina) Wertgelegt, welche im Zusammenhang mit der Forschungsfrage stehen. Das Ziel ist es, praktische sowie besonders aktuelle Erkenntnisse und Informationen zu gewinnen, welche in der Literatur nicht auffindbar sind. Da das Thema Sicherheit eine wesentliche Hauptrolle in der Masterarbeit spielt, war es für die Autorin insbesondere von Bedeutung, Insider dieses Themenbereiches (Minen-Experten) ausfindig zu machen, um das Verständnis für die gegenwärtigen Gefahren in Bosniens zu verbessern.

Je nach zeitlicher sowie örtlicher Erreichbarkeit wurden die Interviews persönlich, telefonisch oder in schriftlicher Form geführt. Die Ermittlung der Interviewpartner erfolgte im Zuge der Recherche und auf Empfehlung von Herrn Friedl. Folgende Personen wurden Interviewt:

Herr Robert Wolf - *Weltweitwandern*

Robert Wolf ist Teil des Teams und Büroleiter des österreichischen Reiseveranstalters *Weltweitwandern* in Graz. Er hat jahrelange praktische Erfahrung als Reiseleiter/Dolmetscher und ist Fachmann für Trekkingreisen und dabei spezialisiert auf den Raum Südosteuropa. Durch das Gespräch wurden der Autorin vor allem fachliche Kenntnisse zu den Themen Trekking und Natur- und Abenteuer-tourismus übermittelt und praktische Hinweise zur Konzeption einer organisierten Tour gegeben. Des Weiteren wurden Fragen zur Soziologie des Trekking-tourismus beantwortet, das Thema Sicherheit angesprochen und das Verständnis für Nachhaltigkeit im Bezug auf solche Reisen gestärkt.

Das Interview wurde telefonisch geführt.

Herr Darek Wylezol – *WIKINGER REISEN*

Darek Wylezol arbeitet als Produktentwickler bei dem Reiseveranstalter *Wikingen Reisen* und hat dort bereits mehr als die Hälfte der angebotenen Trekkingreisen zusammengestellt. In seiner Zeit als Reiseleiter hat er zahlreiche Trekkingtouren und Expeditionen geführt und geleitet und weiß deshalb, worauf es bei der Produktkonzeption und Koordination einer Trekkingreise ankommt. Auch als Autor ist er tätig und schreibt in diversen Büchern und Fachzeitschriften über seine jahrelangen praktischen Erfahrungen über das Thema Trekking. Das Interview mit Herrn Wylezol ist eine einmalige Chance für die Autorin, erforderliches Wissen zur Entwicklung von Trekkingtouren zu erfahren.

Das Interview wurde telefonisch geführt

Herr Hannes Gröbner – *CLEARSKIES Expeditionen & Trekking*

Auch Hannes Gröbner ist Experte auf dem Gebiet. Nach seinem Studium der Naturwissenschaften hat er sich selbstständig gemacht und sein in Innsbruck ansässiges Unternehmen *Clearskies Expeditionen & Trekking* gegründet. Er ist staatlich geprüfter Bergführer und hat alle angebotenen Touren seiner Firma selbst konzipiert und erkundet. Auch als Reiseführer ist er bei den Reisen vor Ort und begleitet seine Gruppen. Da *Clearskies* auf Trekkingreisen spezialisiert ist, kann die Autorin in Sachen Produktkonzeption durch das Fachwissen von Herrn Gröbner sehr profitieren.

Auf Wunsch von Herrn Gröbner wurden die Interview-Fragen in schriftlicher Form von ihm bearbeitet und an die Autorin retourniert.

Herr Gerhard Mayr & Herr Bernd Zöhrer - *AUSTRIAN ARMED FORCES INTERNATIONAL CENTRE - AUTINT | CIMIC UNIT AUSTRIA*

Herr Gerhard Mayr und Herr Bernd Zöhrer sind beim österreichischen Bundesheer in der Spezialeinheit CIMIC „civil-military-cooperation“ tätig. Die Arbeit vor Ort bewegt sich speziell im humanitären Bereich. In Kooperation mit zivilen Organisationen helfen die Teams vor allem beim Wiederaufbau

von Wohnhäusern oder Infrastruktur, die durch Kriege oder Katastrophen zerstört wurden. Bernd Zöhrer ist Fachmann für den Raum Bosnien. Vor allem das Wissen von Herrn Mayr, der sich als speziell ausgebildeter *Mine Awareness Trainer* seit über 30 Jahren mit dem Thema „Minen“ beschäftigt, ist für die Autorin von großer Bedeutung. Durch das Gespräch soll das Verständnis für die Problematik der Minen und die allgemeine Situation in Bosnien geschärft werden. Informationen zu noch verminten und bereits gesicherten Gebieten helfen bei der Planung der Route. Insbesondere von Bedeutung ist es für die Autorin, zu erfahren, wie man sich in solch Gebieten richtig verhält und bewegt. Die aber allerwichtigste Frage ist die nach der Machbarkeit und Realisierung des Projektes. Die Autorin erachtet das Gespräch als enorm wichtig für die Forschungsarbeit, da das Verständnis für das vorliegende Problemfeld und das Bewusstsein für das Ausmaß der Gefahr gestärkt wird.

Das Interview wurde persönlich geführt.

Des Weiteren stand die Autorin in ständigen Austausch mit ihrem Betreuer Herrn **MMag. Dr. Harald A. Friedl**. Als Fachexperte für den Bereich Nachhaltigkeit und durch die langjährige Erfahrung als Reiseleiter von Trekking-Touren in Post-Kriegsgebieten sind Gespräche mit Herrn Friedl Hilfestellung bei der Produktentwicklung sowie –konzeptionierung und zum Ideenfindungsprozess der geplanten Trekkingreise. Auch das Verständnis für nachhaltige Regionalentwicklung durch Tourismus, Reisesicherheit, Tourismusetik und für tourismus- und freizeitsoziologische Themen soll verbessert werden.

Das Interview mit Herrn Friedl wurde in schriftlicher Form geführt.

Primär ging es in all den Gesprächen darum, herauszufinden, wie und ob Bosniens Potenziale für die Reise genutzt werden können und wie diese dann in eine Tour verpackt werden müssen, welche sodann die potenzielle Zielgruppe anspricht.

2.2.2.1 Interview-Leitfaden

Bei den Gesprächen handelt es sich um teilstrukturierte Interviews. Das bedeutet, es wird ein im Vorfeld erstellter Leitfaden zur Hilfe herangezogen. Der Aufbau des Leitfadens gliedert sich in vier Teile: die Einleitung/Begrüßung, die offene Phase mit Einstiegsfragen zur Auflockerung, der Hauptteil mit Frageblöcken und die Schlussphase. Die Einleitung beinhaltet allgemeine Informationen wie die Vorstellung der Forschungsarbeit, die Aufklärung über die Aufzeichnung des Interviews und das Recht, keine Angaben machen zu müssen, die Möglichkeit der Anonymisierung und der grobe Ablauf des Interviews. Einstiegsfragen dienen dazu, „das Eis zu brechen“, also eine lockere und offene Atmosphäre zu schaffen. Die Schlussphase dient dem Rückblick sowie Ausblick. Das Gespräch kann kurz Revue passiert werden lassen und gegebenenfalls können noch offene Fragen geklärt werden.

Dieser Aufbau ist wichtig für das geplante Interview, denn ein gut gegliederter Interview-Leitfaden ist für die Qualität des Ergebnisses ausschlaggebend. Leitfäden dienen primär der Strukturierung, sind also somit der „rote Faden“ des Gespräches und mindern die Gefahr, den Fokus für das Thema zu verlieren (Kaiser, 2014, S. 53). Auch bei der Erstellung der Leitfäden kann das Ausmaß der Strukturierung variieren. Es kann strukturiert bzw. unstrukturiert vorgegangen werden (Halbmayer & Salat, 2011). Die Autorin hat versucht, im Vorfeld eine Vorstrukturierung zentraler Themengebiete mit einzelnen Fragen vorzunehmen. Die Leitfäden beinhalten also einen Pool von möglichen Fragen, welche je nach Situation des Interviews und nach Fachbereich der Experten gestellt werden. Der Leitfaden ist somit flexibel, die Autorin ist offen für neue, unerwartete Themen und Inhalte und muss nicht zwingend eingehalten werden. Die Autorin hat darauf geachtet, kurze sowie einfache und eindeutige Fragen zu formulieren und hat diese auf dem Vorwissen der Befragten aufgebaut. Da ausschließlich offene Fragen gestellt und diese an das fachliche Hintergrundwissen der Experten angepasst wurden, gelang es der Autorin,

einen tiefgehenden Einblick in den jeweiligen Untersuchungsgegenstand zu erlangen.

Die unterschiedlichen Themengebiete, welche bei den Gesprächen diskutiert wurden, erforderten die Erstellung von zwei unterschiedlichen Leitfäden (siehe Anhang A). Zum einen jener, welcher für die Gespräche mit den Experten der Reiseveranstalter herangezogen wurde. Der zweite Leitfaden behandelt Fragen rund um das Thema Sicherheit in Bosnien und kam bei dem Gespräch mit den Minen-Experten Herrn Mayr und Herrn Zöhrer zum Einsatz.

2.2.2.2 Auswertung der Experteninterviews

Zur Analyse der qualitativen Interviews ist es notwendig, von jedem der aufgezeichneten Gespräche eine schriftliche Transkription zu verfassen (Halbmayer & Salat, 2011). Ein Transkript ist eine schriftliche Darstellung von Gesprächen, bei denen die gesprochenen Wortfolgen und redegleitendes, nichtverbales Verhalten abgebildet werden (Bacher & Horwath, 2011, S. 5). Wichtig ist es, eine Transkription nicht ausschließlich als Dokumentation zu betrachten. Sie soll vermehrt als Selektion, Reduktion und Abbildung und somit als theoriegeladener und kreativer Prozess betrachtet werden. Wird eine Transkription zu detailliert durchgeführt, kann dies zu Unübersichtlichkeiten führen. Demnach ist es ratsam, nur diejenigen Inhalte, welche relevant für die Fragestellung und Analyse sind, zu verschriftlichen (Bacher & Horwath, 2011, S. 8-9). Die Transkription erfolgt pro Interview in ein Word-Dokument. Die Autorin hat sich für ein pragmatisches Vorgehen entschieden und folgende Kriterien und Richtlinien für die Transkription ihrer Interviews definiert:

- Die Interviews werden hauptsächlich wörtlich niedergeschrieben. Auf Informationen, welche nicht relevant für den Forschungsbereich sind, wird bei der Transkription verzichtet.

- Den Inhalt nicht betreffende Lautäußerungen, wie „äh“ oder „mhm“ werden nicht mit transkribiert.
- Dialekt wird in normales Schriftdeutsch übertragen.
- Die Gesprächsteilnehmer wurden folgendermaßen kodiert: „I“ für Interviewer und „B“ für Befragter.
- Deutlich längere Gesprächspausen werden durch Auslassungspunkte in runden Klammern markiert: (...)
- Nichtverbales Verhalten wie Lachen oder Seufzen werden in runder Klammer angegeben = (B lacht), sofern diese die Aussage unterstützen.
- Sprecherwechsel werden durch eine Leerzeile gekennzeichnet.

Die Auswertung der Interviews erfolgte auf unterschiedliche Weise. Das Gespräch, welches mit Leitfaden A geführt wurde, beinhaltet konkrete Fragen, die nur von bestimmten Experten, dem Minen-Spezialisten Mayr sowie dem Bosnien Experte Bernd Zöhrer, beantwortet werden konnten. Demnach werden die jeweiligen Aussagen diskursiv bearbeitet, also methodisch fortschreitend und schlussfolgernd. Das bedeutet, dass die Aspekte, welche aus dem Gespräch gewonnen wurden, in die relevanten Abschnitte der Arbeit miteinfließen und unter Verknüpfung mit den erarbeiteten theoretischen Grundlagen diskutiert werden.

Da es sich bei Leitfaden B um Fragen handelt, die von mehreren Personen behandelt wurden, wurden die gemeinsamen Aussagen zunächst in Anlehnung an die qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring ausgewertet. Ziel der qualitativen Inhaltsanalyse ist es, sprachliches Material systematisch zusammenzufassen (Mayring, 2010, S. 47). Mayring unterscheidet zwischen drei Interpretationsvorgängen: Zusammenfassung, Explikation und Strukturierung, wobei hierbei nach der Analysetechnik der Strukturierung vorgegangen wurde. Diese Analyse ist die zentralste inhaltsanalytische Technik, mit dem Ziel, bestimmte Aspekte aus dem Material herauszufiltern und unter vorher festgelegten Kriterien einzuschätzen (Mayring, 2010, S. 47).

Durch die Komplexität der Analyse unterscheidet Mayring auch hier zwischen der formalen, inhaltlichen, typisierenden und skalierenden Strukturierung.

Die Autorin orientierte sich an der inhaltlichen Strukturierung, wobei im Zuge der vorliegenden Arbeit in etwas reduzierter Form vorgegangen wurde. Die inhaltliche Strukturierung verfolgt das Ziel, bestimmte Aspekte des Datenmaterials herauszufiltern und zusammenzufassen. Dafür wird grundsätzlich ein Kategoriensystem entwickelt, in welchem bestimmte Inhalte aus dem Datenmaterial extrahiert und zusammengefasst werden (Mayring, 2011, S. 98). Die Autorin ist folgendermaßen vorgegangen: Jedes Interview wurde zunächst transkribiert und anschließend separat strukturiert. Im Zuge jeder Strukturierung wurden für den Forschungsbedarf relevante Kernaussagen im Sinne von Thesen herausgearbeitet. Bei der Interpretation der Ergebnisse wurde analog, wie bei Leitfaden A, vorgegangen. Die herausgefilterten und für die Autorin relevanten Aspekte wurden anschließend mit der Literatur verglichen und flossen durch wörtliche oder sinngemäße Zitate in die Arbeit mit ein. Entsprechend zu den jeweiligen Problembereichen wurden die Aussagen also im Rahmen der Bearbeitung der Theorie sowie Empirie inhaltlich genutzt.

Wichtig ist es hierbei zu erwähnen, dass all diese Interviews als aktueller Ersatz und Ergänzung, sowie als kritische Relativierung der Literatur dienen. Es handelt sich also um konkrete Fragen zu Themen, die nur von Experten beantwortbar sind, da diese in der vorliegenden Literatur nicht auffindbar sind.

3 Ergebnisse

Nun folgt der Hauptteil der wissenschaftlichen Arbeit, die Darstellung der aus der Literaturrecherche und empirischen Methodik gewonnen Ergebnisse. Bevor sich die Autorin mit der Konzeption der Reise beschäftigt, werden die für den empirischen Teil nötigen theoretischen Grundlagen erarbeitet.

3.1 Theoretische Grundlagen

3.1.1 Tourismus und Trekking

Um in die Materie einzuführen, war es für die Autorin anfangs von zentraler Bedeutung, zu den Ursprüngen des Trekkings zurückzukehren und in weiterer Folge die Verknüpfung zum Tourismus darzustellen. Darum stellte sich zunächst die Frage, wie die Aktivität Trekking entstanden ist, wo die Quelle liegt, und demnach wird im folgenden Kapitel ein Überblick über die historische Entwicklung gegeben.

3.1.1.1 Historische Entwicklung des Trekkingtourismus

Die Entwicklung des Begriffes „Trekking“ als besondere Form des „Fernwanderns“ hat seinen Ursprung in der Historie des Wanderns. Deshalb wird in den nachfolgenden Absätzen ein Abriss über die Geschichte und Entwicklung des Wandertourismus gegeben.

Die Geschichte des Zu-Fuß-Gehens ist so alt wie die Menschheit und hat sich im Laufe der Jahrhunderte von einer allgemeinen Fortbewegungsart zu einer beliebten Freizeitaktivität entwickelt. Früher war das Wandern meist Bestandteil des Alltags- und Arbeitslebens und war weit entfernt davon, als Hobby zu gelten. Erst als auch die touristische Entwicklung einsetzte und das Verreisen in kultureller und bildungstechnischer Hinsicht neue Inhalte bekam, ist mit dieser Evolution das Gehen zu einer vergnüglichen und freiwilligen Form herangewachsen. (Bundesministerium für Wirtschaft und Technik, 2010, S. 16). Der historische Auslöser für das Wandern und somit für die Tradition des Zu-Fuß-Unterwegsseins waren Pilger, Händler und

Handwerker, welche aus religiösen Motiven, zu wirtschaftlichen Zwecken oder um Bildung zu erlangen unterwegs sein mussten (Seifert-Rösing, 2011, S. 74). Bei klassischen bzw. traditionellen Pilgerreisen standen religiöse Motivatoren im Vordergrund. Es ging um die Vertiefung und um die öffentliche Bezeugung des Glaubens (Dreyer et al., 2010, S. 24). Das Pilgern diente auch zur Buße bzw. Bestrafung im Zusammenhang mit persönlichen Lebenskrisen und begangenen Sünden. So sollten Pilgerfahrten dazu dienen, körperliche Strapazen einzugehen um das Leben im Jenseits zu verbessern (Nolte, 2005, S. 26; Brämer, 2010, S. 6). Außerdem spielten Motive wie die Möglichkeit zur Grenzüberschreitung bei solchen Reisen eine große Bedeutung. Pilger legen während ihres Fußmarsches im Tagesdurchschnitt bis zu 40 Kilometer zurück. Diese Situationen bedeuten für den Betroffenen enorme Belastungen, werden aber gleichzeitig als „körperliche Lernprozesse“ angesehen. Die extremen Belastungen werden von den Wanderern akzeptiert und als Teil der Pilgererfahrung betrachtet (Gamper & Reuter, 2012, S. 8.) Die Wallfahrt als früheste Form des Tourismus ist auch heutzutage sehr beliebt. Sie veränderte sich aber über die Jahre tendenziell von einer Reise aus religiösen Motiven zu einer „Reise zum Ich“, bei der vermehrt spirituelle Motivatoren wie das Bedürfnis nach Selbstfindung und die Suche nach dem Sinn des Lebens im Vordergrund stehen und für die Reiseentscheidung ausschlaggebend sind (Dreyer et al., 2010, S. 24, 288). Ab dem 16. Jahrhundert bis zum Beginn der Industrialisierung entwickelte sich ein Wanderzwang für junge Handwerker. Die sogenannten „Wanderjahre“, auch als Gesellenwanderung bezeichnet, dienten den Gesellen nach Abschluss ihrer Lehrzeit dazu, ihre Heimat zu verlassen und sich neue Erfahrungen und Arbeitspraktiken bei verschiedenen Lehrenden anzueignen (Dreyer et al., 2010, S. 15). Zu Beginn des 18. Jahrhunderts war es für die bürgerliche Gesellschaftsschicht nicht üblich, längere Strecken zu Fuß zurückzulegen (Dreyer et al., 2010, S. 17). Die Natur und vor allem die Alpen galten als gefährlich, bedrohlich oder hässlich. Reisende Literaten und Landschaftsmaler, wie Albrecht von Haller oder Johann Wolfgang von

Goethe, veränderten diese Wahrnehmung der Gesellschaft und so vermehrte sich die Anzahl der Wanderer (Bundesministerium für Wirtschaft und Technik, 2010, S. 16).

Ab dem Ende des 18. Jahrhunderts entwickelte sich das Wandern zu einer eigenen Reiseform. Nach und nach wurden die Gipfel der Alpen bestiegen und mit der Erstbesteigung des Großglockners 1799 verloren die Menschen die Furcht vor dem Hochgebirge (Dreyer et al., 2010, S. 17). Das Wandern in der Natur wurde im Zuge der Romantik zu Beginn des 19. Jahrhunderts immer populärer. Von diesem Zeitpunkt an wurde die Tätigkeit nicht mehr mit gefährlicher Natur assoziiert und Motive wie die Suche nach dem Lebenssinn und dem Vergnügen entstanden (Seifert-Rösing, 2011, S. 74). Zu dieser Zeit wurden auch die ersten Wander-, Heimat-, und Tourismusvereine gegründet, welche entlang der Alpen die nötige wanderbezogene Infrastruktur schafften. Wanderwege wurden erschlossen und Übernachtungsmöglichkeiten in der Natur bereitgestellt. Auch das Jugendherbergsnetzwerk wurde gegründet und erstmals Wanderliteratur und -karten herausgegeben (Dreyer et al., 2010, S. 18-19).

Im Zuge der Industrialisierung bekam das Volk außerdem eine neue Möglichkeit der Fortbewegung. Die Entstehung des Eisenbahnnetzes war ein entscheidender Faktor für die Entwicklung des Tourismus und des Wanderns, da die Menschen dadurch die Möglichkeit bekamen, mobiler zu sein und längere Strecken bequem und schneller zurückzulegen. So war es ihnen möglich, in Gegenden und Gebiete zu reisen, wo sich das romantische Wandern lohnte. Vor allem die städtische Bevölkerung nutzte diese Möglichkeit, um Tage außerhalb ihrer gewohnten Umgebung in der freien Natur zu verbringen. Durch diese Evolution wurde der Grundstein für den modernen Tourismus gelegt und das Wandern bekam einen neuen Stellenwert. Es wurde von einer Notwendigkeit zu einer Aktivität mit freizeitorientierten Motiven (Bundesministerium für Wirtschaft und Technik, 2010, S. 17).

1895 entstanden in Wien die *Naturfreunde* aus der sozialistischen Arbeiterbewegung heraus, um den gesellschaftlichen Klassen und der Schichtenteilung entgegenzuwirken. Diese Gemeinschaft entwickelte das Wandern zu einer Freizeitaktivität, an welcher alle Bevölkerungsschichten teilhaben sollten. Sie legte sehr viel Wert auf die Bildung der Mitglieder und band vor allem sozial benachteiligte Gruppen ein (Seifert-Rösing, 2011, S. 75).

Einen weiteren Aufschwung erlang das Wandern 1900 durch die Gründung der jugendlichen Protestbewegung „Wandervögel“. Die Wandervögel wollten sich von ihrem Elternhaus frei machen und suchten in der Gemeinschaft nach neuen, idealistischen und naturverbundenen Lebensformen, dem Abenteuer und der Abhärtung (Bundesministerium für Wirtschaft und Technik, 2010, S. 17).

Durch den zweiten Weltkrieg und die Machtübernahme der Nationalsozialisten fielen sämtliche Wandervereine unter staatliche Kontrolle und die Reisetätigkeit kam allgemein fast zum Erliegen. Erst nach Ende des Krieges erlebte der Tourismus wieder langsam einen Aufschwung und auch die ehemaligen Wandervereine wurden neu gegründet. Ab dem Jahr 1970 umfasste die Arbeit der Vereine außerdem immer stärker umweltschutzorientierte Angelegenheiten und Themen (Bundesministerium für Wirtschaft und Technik, 2010, S. 18).

Zu Beginn der 1980er Jahre nahm man die Aktivität Wandern in seiner touristischen Bedeutung nicht wahr. Die wandernden Personen wurden als Zielgruppe ohne Bedürfnisse betrachtet und für die Regionen war es selbstverständlich, mit „XXL-Wanderkilometern“ zu werben (Bundesministerium für Wirtschaft und Technik, 2010, S. 18). Erst Ende des 20. Jahrhunderts kam es zu einem Umdenken in der Gesellschaft. Ab diesem Zeitpunkt wurde das Wandern zu einer beliebten und nachgefragten Freizeitaktivität bei Jung und Alt. Die Zahl der Wanderer wuchs und im Laufe

der Jahre entwickelte sich die Aktivität zu einem Outdoor-Trend (Seifert-Rösing, 2010, S. 76). Gründe für diese Trendwende sind vermutlich Entwicklungen wie die fortschreitende Urbanisierung und Digitalisierung. Auch Medien spielen hierbei eine wesentliche Rolle. Durch den medialen Transport von authentischen Naturbildern oder emotionsweckenden Leitsätzen ändert sich die Sichtweise der Menschen. Neue Images entstehen und positive Gefühlszustände werden bei den Zuschauern geweckt. Auch durch gegenwärtige Trends wie die beliebte Tätigkeit Geo-Caching gewinnt das Wandern mehr an Attraktivität und wird vermehrt vom jüngeren Publikum nachgefragt. Aber auch wachsende Bedürfnisse, wie die Suche nach der Gegenwelt und dem Wunsch, dem Alltag, also der sicheren Arbeits- und Lebenswelt, zu entfliehen, geben dem Wandersport einen deutlichen Aufschwung.

Nun wissen wir, wie sich das Wandern entwickelte, wo es seine Ursprünge hat und welche jahrelange Geschichte dahinter steckt. Was steckt aber hinter den Begriffen Wandern und Trekking und wo liegt die Verbindung zueinander? Um diese Frage zu beantworten, wird sich die Autorin folgend den einzelnen Thematiken näher widmen, um eine Charakterisierung des Begriffs Trekking vorzunehmen.

3.1.1.2 Begriffsdefinitionen und Charakteristik

Zum Verständnis der Materie werden nun verschiedene Begriffserläuterungen und Definitionen vorgenommen welche im Zusammenhang mit der Beantwortung der Forschungsfrage stehen.

Bevor die Definition von Trekking erfolgen kann, bedarf es zunächst einiger anderer Begriffserläuterungen, da das Wort in der Literatur meist als Verknüpfung von Wandern und Abenteuerismus angesehen wird.

Das Wandern

Der Begriff Wandern ist ein sehr breitgefächertes und wird heutzutage vielfältig und unterschiedlich verwendet. Aus touristischer Sicht gilt er als

Überbegriff verschiedener Freizeitaktivitäten und wird teilweise mit anderen Aktivitäten kombiniert: Wasserwandern, Wanderreiten, Radwandern. Da es sich dabei um verschiedene Fortbewegungsarten handelt, bei denen unterschiedliche Hilfsmittel verwendet werden, müssen die Begriffe anderen Freizeitaktivitäten zugeordnet werden. So lassen sich beispielsweise das Radwandern dem Radtourismus und das Wanderreiten dem Reittourismus unterordnen. (Dreyer et al., 2010, S. 21). Im Rahmen dieser Forschungsarbeit versteht sich der Begriff aber lediglich als Fortbewegung zu Fuß.

Um den Begriff noch weiter abzugrenzen, ist eine genaue Begriffsbestimmung erforderlich. Das Wandern wird als erweiterte Form des Gehens gesehen. Das **Fußwandern**, welches sich von dem Gehen und von anderen Laufsportarten (Jogging) unterscheidet, ist „zielgerichtet und dient einem Selbstzweck“, welcher sich dadurch von alltäglichen Bewegungsformen, wie dem „Gehen zur Arbeit“, abgrenzt (2010, S. 22). Außerdem muss man hierbei die Frage nach dem Übergang von dem **Spaziergehen** zu dem Wandern stellen, welche sich als Herausforderung darstellt (Dreyer et al., 2010, S. 22). Der Unterschied liegt in den zeitlichen Größenordnungen und unterschiedlichen Streckenlängen. Laut Dreyer et al. liegt die zeitliche Minstdauer einer Wanderung bei zwei Stunden (2010, S. 22). Die Experten stellen hierbei die dahinterstehenden Motive und Bedürfnisse in den Vordergrund und lassen bei der Definition die Entfernungsrelationen außer Acht. Das Erleben von Natur und Landschaft, Entspannung, sowie Gesundheit stehen im Vordergrund (Bundesministerium für Wirtschaft und Technik, 2010, S. 21). Das klassische Wandern unterscheidet sich vom Spaziergehen außerdem dadurch, dass zum Einen eine bestimmte Vorbereitung sowie Ausrüstung notwendig ist. Außerdem gilt das Wandern als Sportart und stellt somit eine körperliche Aktivität zusätzlich zu den notwendigen alltäglichen Bewegungsformen dar (Dreyer et al., 2010, S. 24). Die Begriffsbestimmung des Wanderns lautet nach Dreyer et al.: „Wandern beinhaltet die freiwillige, zielgerichtete und zweckorientierte Fortbewegung

zu Fuß in freier Natur, aus eigener Kraft und ohne weitere Hilfsmittel, wobei mindestens ein Fuß am Boden bleibt“ (2010, S. 24). Diese Definition verdeutlicht auch die Abgrenzung zu anderen Bewegungsformen wie dem Klettern oder Laufen, bei welchen während der Fortbewegung nicht ständig ein Fuß am Boden bleibt. Beim Klettern geht es beispielsweise um die Fortbewegung an Fels- oder Kletterwänden, bei denen verschiedene Griff- und Trittkombinationen zum Auf- oder Abstieg genutzt werden (Dreyer et al. 26).

Im Lexikon der Tourismussoziologie wird der Begriff aus soziologischer Sicht betrachtet und als

„Aktive Freizeitbeschäftigung, die der körperlichen Erholung in der Natur dient (und besonders seit der Romantik) als adäquate Bewegungsform zur Aufnahme naturwissenschaftlicher oder historischer Gegebenheiten auch von speziellen Vereinen (Alpenverein, Wandervereine) und Veranstaltern organisierte Angebote bzw. Formen“ (Kiefel, Bachleitner & Kagelmann, 2005, S. 190)

definiert.

Wie bereits erwähnt, wird das Wandern heutzutage als Überbegriff für verschiedenste Sportarten und Freizeitaktivitäten genutzt, wie dem klassischen Wandern, Pilgern, Bergsteigen oder auch dem Trekking. Demnach bedarf es einer weiteren Differenzierung der einzelnen Formen anhand der Motivationen, um die Begriffe voneinander abzugrenzen (Dreyer et al., 2010, S. 23). Relevant für das vorliegende Forschungsproblem ist es, das Trekking von den jeweiligen anderen Formen abzugrenzen, um die Kultur- und Abenteuerrekkingtour als touristisches Produkt zu konfektionieren. Nur durch eine detaillierte Begriffsdifferenzierung kann das Produkt in der Entwicklungsphase auf den potentiellen Kunden zugeschnitten gestaltet werden. Da das Trekking, wie bereits angesprochen, häufig als Verknüpfung von Wandern und Abenteuerismus eingeordnet wird, geht die Autorin nun zunächst zur Begriffsdefinition des Abenteuerismus über.

Der Abenteuerismus

Abenteuertourismus wurde bisher sehr vielfältig und unterschiedlich definiert. In der „Adventure Tourism Research“, durchgeführt von Ralf Buckley (Professor an der Griffith University) bedeutet der Begriff allgemein: „Guided commercial tours where the principal attraction is an outdoor activity which relies on features of the natural terrain, generally requires specialised sporting or similar equipment, and is exciting for the tour clients“ (Buckley, o.J., S. 3).

Abenteuertourismus beinhaltet somit meist eine Tour, welche in der natürlichen Umgebung stattfindet und bei der der Hauptfokus die körperliche Betätigung ist. Natürliche Umgebung bedeutet hierbei, dass sich die Reisenden meist an Orte in der freien und „wilden“ Natur begeben, die hauptsächlich wenig infrastrukturell erschlossen sind. Es geht also um das Reisen an abgelegene Orten und außerdem um das Kennenlernen von fremden und neuen Kulturen. Demnach darf der Aspekt des kulturellen Austausches mit der einheimischen Bevölkerung bei dieser Definition nicht außer Acht gelassen werden. Der interkulturelle Austausch wird durch Gespräche unter Touristen und Einheimischen gefördert. Akzeptanz für die fremde Kultur wird geschaffen und auch die Wertschöpfung für Ökonomie gefördert. Durch den Abenteuerismus entstehen neue Arbeitsplätze vor allem in ländlichen Regionen und so wird der Bevölkerung Hoffnung auf eine sicherere Zukunft geboten. Zusammenfassend bedeutet das Abenteuer aus touristischer Sicht also, dem eigenen Alltag zu entfliehen, neue Dinge in nicht gewohnten Umgebungen zu erleben und sich dabei außerdem körperlich zu betätigen. (*Was ist Abenteuer-Tourismus?*, 2013).

Betrachtet man die Motive, eine Abenteuerreise anzutreten, aus soziologischer Sicht, stößt man auf das menschliche Bedürfnis nach neuen und aufregenden Erfahrungen und Herausforderungen. Abenteuerurlauber haben das Bedürfnis, ihre physischen und psychischen Grenzen auszutesten. Hierbei scheinen Länder, welche noch kaum touristisch

erschlossen sind, und Gebiete, welche als „gefährlich“ gelten, als ideales Reiseziel (Kiefel, et al., 2005, S. 25).

Früher wurde diese Art von Urlauben eher individuell organisiert und durchgeführt. Durch die steigende Nachfrage haben sich aber im Laufe der Zeit immer mehr Spezialreiseveranstalter auf dem Tourismusmarkt etabliert, welche ihren Hauptfokus auf Abenteuerreisen legen (Kiefel, et al., 2005, S. 25).

Fazit

Sowohl beim Wandern als auch bei den typischen Merkmalen der Abenteuerreisen lassen sich Überschneidungen hinsichtlich der Charakteristika feststellen. Beide Begriffserläuterungen zeigen, dass die körperliche Betätigung in der freien Natur gegeben ist. Die Autorin zieht bis zum jetzigen Zeitpunkt also das Fazit, dass das Wandern bzw. eine Wandertour oder –reise bei der Verknüpfung bestimmter Merkmale eine Abenteuerreise sein kann. Wird eine Wanderreise also in die Kategorie des Abenteuerismus eingeordnet, müssen hierbei nach Ansicht der Autorin einige Charakteristika bzw. Rahmenbedingungen einer Abenteuerreise gegeben sein. Gemeint ist beispielsweise das Bedürfnis nach Herausforderung bzw. Grenzerlebnissen oder der Aspekt des kulturellen Austausches. Was bedeutet diese Schlussfolgerung aber nun für die Konzeption einer Trekkingreise? Welche zusätzlichen Merkmale müssen gegeben sein, um schlussendlich von einer Kultur- und Abenteuer-trekkingtour sprechen zu können? Um diese Gedanken beantworten zu können, wird im Folgenden der Begriff Trekking definiert.

Das Trekking

Der Begriff Trekking wird dem sportlichen Wandern zugeordnet und wird laut Dreyer, Menzel und Endreß als „Wandern auf längeren und anspruchsvollen Strecken, oftmals in wenig erschlossenen und naturnahen Regionen verstanden“ (Dreyer et al., 2010, S. 35). Anders als beim klassischen

Wandern sind Touren beim sportlich orientierten Wandern von einem sportlich-aktiven Charakter geprägt. Die gewählten Routen setzen eine höhere körperliche Belastung voraus, da die Gesamtbelastung durch längere Distanzen, eine intensivere Gehgeschwindigkeit etc. höher ist (Dreyer et al., 2010, S. 34).

In dem Lexikon für Tourismussoziologie wird das Trekking als „Mehrtägige Fahrt oder Wanderung durch unwegsames Gelände“ (Kiefel et al., 2005, S. 178) definiert, da die Strecken meist abseits der gängigen touristischen Wanderrouten liegen und somit auch infrastrukturell kaum erschlossen sind (Dreyer et al., 2010, S. 35). Im Gegensatz zum klassischen Wandern, bei welchem primär Erholung und Entspannung die Hauptmotive darstellen, stehen beim Trekking Abenteuer und Erlebnisse in der freien Natur und in der Wildnis abseits der gängigen Tourismusrouten im Vordergrund (Dreyer et al., 2010, S. 35). Trekking wird als besonders „sensible Art der Fortbewegung“ (Schatzl, 2006, S.154) verstanden. Es geht um die Verbindung von Körper und Geist, um das Entdecken von fremder Kultur und Natur und um Selbstfindung. Der Sport spricht somit sowohl sport-, natur- als auch kulturinteressierte Personen an (Schatzl, 2006, S. 154). Trekkingtouristen suchen nach sportlicher Herausforderung und Entlastung vom gängigen Alltagstress abseits der Zivilisation. Körperliche Grenzen werden ausgelotet und Selbsterfahrung spielt eine tragende Rolle (Dreyer et al., 2010, S. 34). Die Verknüpfung von Abenteuerismus und Trekking lässt sich in der Literatur immer wieder auffinden. Aus touristischer Sicht wird das Trekking beispielsweise laut Dreyer et al. dem Abenteuerurlaub zugeordnet (2010, S. 35). Auch in einer Studie des *CBI – Ministry of Foreign Affairs* ist Trekking eine Form des Abenteuerismus und wird folgendermaßen definiert: „A trek is a long, multiple day, adventurous trip undertaken on foot in mountainous areas where common means of transport are generally not available. Trekking is considered a form of hard adventure tourism“ (CBI Market Information Database, o.J., S. 1). Diese Definition ist insbesondere für die vorliegende Forschungsarbeit von großer Relevanz.

Nach Ansicht der Autorin beinhaltet diese Charakterisierung alle wesentlichen Merkmale zur Beschreibung einer Abenteuerrekkingtour. Sowohl die Bedeutung der körperlichen/sportlichen Betätigung, der Ort des Geschehens, also die natürlichen Gegebenheiten, der Verzicht auf Infrastruktur und der Abenteueraspekt werden hier vereint und beschreiben das Trekking aus touristischer Sicht.

In dem Alpin-Lehrplan von Karl Schrag wird Trekking als „Bergwandern in erweiterten Dimensionen“ verstanden und ist unter anderem durch folgende Faktoren charakterisiert:

- einsame und menschenleere Regionen aus eigener Kraft tage- oder wochenlang bezwingen
- Übernachten in Zelten, Lodges, etc.
- auf sich alleine und seine Gruppe gestellt sein
- fremde Kulturen kennenlernen und das Leben in „seiner einfachen Form“ erleben
- mit vielen Herausforderungen kämpfen, Gefahren überwinden und geringe Ansprüche haben (Schrag, 2006, S. 59)

Fazit

Nach all diesen Begriffserläuterungen zieht die Autorin das Fazit, dass Trekking eine Spezialform des Abenteuerismus ist und diesem untergeordnet wird. Es differenziert sich zum klassischen Wandern dadurch, dass die Aktivität von einem sportlich-aktiven Charakter geprägt ist und eine Trekkingreise somit für Menschen als deutlich anspruchsvoller und herausfordernder einzustufen ist. Außerdem kommt der wesentliche Aspekt hinzu, dass in kaum touristisch erschlossene Gegenden gewandert wird und des Weiteren das Kennenlernen der fremden Kulturen fern des gängigen Alltags bedeutend ist. Welche Konsequenz ergibt sich daraus aber nun für die Forschungsfrage? Bei der Konzeption der Kultur- und Abenteuerrekkingtour müssen folglich im Rahmen der Planung sämtliche hier verknüpften Merkmale der drei Begriffe berücksichtigt werden. Um das

touristische Produkt also marktfähig machen zu können und es für den potentiellen Kunden eignend zu entwickeln, muss die Tour charakteristisch den Eigenschaften einer solchen Reise entsprechen.

Auch bei Trekkingreisen kann aber noch weiter hinsichtlich der Organisationsformen differenziert werden, was nun im folgenden Unterkapitel im Rahmen der Darstellung der unterschiedlichen Formen erfolgen soll.

3.1.1.3 Formen des Trekkings

Beim Trekking unterscheidet man zwischen verschiedenen Formen und Arten. Zunächst soll eine Differenzierung hinsichtlich der unterschiedlichen Organisationsformen erläutert werden. Peter Schatzl unterscheidet in seiner Dissertation „Nachhaltigkeit bei organisierten Trekkingreisen“ folgende Organisationsformen nach Strauss (1996, S.109):

1. Das unabhängige Trekking: Bei dieser Form erfolgt die Trekkingreise individuell und selbstständig. Der Reisende führt die Tour ohne Unterstützung eines Reiseveranstalters durch. Deshalb wird diese Art auch als „privates Trekking“ bezeichnet und lässt mehr Spielraum für Flexibilität offen.
2. Das assistierte Trekking: Das assistierte Trekking ist eine Mischform zwischen dem unabhängigen und dem organisierten Trekking und unterscheidet zwei Arten:
 - a. Der Reisende bucht im Vorfeld Einzelleistungen wie Transport, Beherbergung, Reiseführer, etc. bei einem Reiseveranstalter im Ziel- oder Ursprungsland.
 - b. Der Reisende entscheidet sich vor Ort, auf lokale Ressourcen wie Gepäckträger oder Reiseführer zurückzugreifen.
3. Das organisierte Trekking: Bei dieser Form des Trekkings wird die gesamte Durchführung und Organisation der Reise vom jeweiligen Reiseveranstalter gegen Entgelt übernommen. Der Reisende entscheidet sich hierbei für ein Pauschalangebot, ein Gesamtpaket, in welchem sämtliche Einzelleistungen (Anreise, Transport, Beherbergung,

Verpflegung, Führung) zusammengefasst und inkludiert sind (Schatzl, 2004, S. 10-11). Vor allem für Neueinsteiger und Anfänger auf diesem Gebiet ist diese Form des Trekkings anzuraten, da die Organisation solch einer Reise viel Fachwissen erfordert (Schrag, 2006, S. 61).

Diese Unterscheidung der Organisationformen orientiert sich an dem Schema der Touristen-Typologie nach Cohen. Der Tourismussoziologe hat im Jahre 1972 Touristen in vier verschiedene Gruppen klassifiziert. Zum einen der „Drifter“, welcher sehr abenteuerlich reist und sich ausschließlich in der lokalen Kommune aufhält. Der „Explorer“ ist Alleinreisender, hat aber einen weitaus höheren Anspruch im Hinblick auf die Unterkunft und den Transport während seines Aufenthalts. Der „Individual Mass Tourist“ und der „Organized Mass Tourist“ unterscheiden sich dadurch, dass der erstgenannte an keine Gruppe gebunden ist und keine Reiseleitung in Anspruch nimmt. Beide reisen aber nach einem fixen Zeitplan und einer im Voraus festgelegten Reiseroute (Cohen, 1972).

Im Rahmen des empirischen Teils der Masterthesis wird die Autorin für die Darstellung der Reise die Form des organisierten Trekkings wählen.

3.1.1.4 Elemente einer Trekkingtour

Um das allgemeine Verständnis für das organisierte Trekking zu verbessern, werden im folgenden Unterkapitel die wichtigsten Elemente einer Trekkingtour vorgestellt und deren Inhalte erläutert.

Der Transport

Die erste Leistung und somit das erste Element einer organisierten Trekkingreise, welches der Kunde in Anspruch nimmt, ist der Transfer von der Heimatregion in die Zieldestination. Bei Trekkingreisen, welche von Europa in außereuropäische Regionen führen, ist die Inanspruchnahme eines Flugzeuges unumgänglich. Trekkingreisen, die aber in europäische Gebiete führen, können auch mit anderen Transportmitteln gestartet werden. Hierbei muss aber die Entfernung zur Zielregion mit der Reisedauer vor Ort

in Abhängigkeit gebracht werden, sodass die Anreise selbst die Aufenthaltszeit nicht allzu verringert (Schatzl, 2004, S. 154). Somit könnte die Anreise je nach der Infrastruktur des jeweiligen Landes auch mit dem Zug oder mit dem Bus vom Reiseveranstalter angeboten werden.

Auch eine Selbstanreise wäre unter bestimmten Voraussetzungen eine mögliche Alternative. Somit kann der Kunde nach seinen individuellen Wünschen und Bedürfnissen sein Transportmittel wählen. Bei Touren in Ländern, deren Trekkinggebiet weiter entfernt von den großen Städten sind, die angeflogen werden, muss vor Ort noch ein Transfer zum gewünschten Ziel erfolgen. Hierbei kann der Transfer auch, je nach Entfernung, entweder mit dem Flugzeug oder dem Bus erfolgen.

Hinsichtlich der Transportmittel zur Fortbewegung während der Tour gibt es auch unterschiedliche Möglichkeiten. Die Strecke der Trekkingtour wird hauptsächlich zu Fuß zurückgelegt. Es gibt aber einige alternative Mittel, welche als Ergänzung zum Gehen genutzt werden. Diese sind aber auch stark von der Flexibilität des Reiseveranstalters und der Vernetztheit und regionalen Verfügbarkeit der Zielregion abhängig. In einigen Gebieten wie der Sahara wird beispielsweise Kameltrekking angeboten. Diese Möglichkeiten sind natürlich abhängig von der Kultur des jeweiligen Landes, bringen aber einen enormen Erlebniswert mit sich. Tiere sind wichtige Integrationsfaktoren bei Trekkingreisen, stellen aber eine große organisatorische Herausforderung für den Reiseveranstalter dar (H. Friedl, ehem. Trekking-Reiseleiter, schriftl. Interview, 01. Juni 2016).

Die Unterkunft

Die Beherbergungsarten bei Trekkingreisen variieren meist je nach Art der Trekkingreise und der Zieldestination. Sie sind stark von der Zielgruppe, deren Motivationen und ihrer körperlichen Fitness und Belastbarkeit abhängig. Außerdem kommt es auf den Stil der angebotenen Tour an. Geht es um eine Tour auf der Suche nach Abenteuer, werden eher bescheidenere

Unterkünfte gewählt werden. Handelt es sich aber um eine Erholungswanderung, wird sich der Kunde nicht für ein Zelt als Nächtigungsort entscheiden. Sehr wesentlich ist die Art der Unterkunft aber auch von der Verfügbarkeit in der Zielregion abhängig. Hierbei muss vorab abgeklärt werden, auf welche regional verfügbaren Ressourcen der Veranstalter vor Ort zurückgreifen kann (H. Friedl, ehem. Trekking-Reiseleiter, schriftl. Interview, 01. Juni 2016).

Neben den bereits genannten Formen, welche Trekkingreisen hinsichtlich ihrer Organisation unterscheiden, werden vor allem in bekannten Trekkinggebieten wie Nepal zwei Arten hinsichtlich der Unterkunft unterschieden:

1. Das Lodgetrekking: Diese Art des Trekkings wird auch das Trekking von Hütte zu Hütte bzw. Hüttenwandern in den Alpen auf einfacheren Wegen genannt. Die Beherbergung erfolgt in Unterkünften mit unterschiedlichem Qualitätsstandard, von traditionellen Hütten der Einheimischen bis hin zu Komfortlodges (Hotels). Der positive Aspekt für den Reiseveranstalter hierbei ist, dass die Anzahl der Personen der Begleitmannschaft geringer sein kann, da auf einen großen Teil der mitzutragenden Ausrüstung verzichtet werden kann.
2. Das Zelttrekking: Bei dieser Form nächtigt die Gruppe in Zelten. Die Gruppe ist mit einer Begleitmannschaft unterwegs, welche die gesamte Ausrüstung und Verpflegung trägt, das Essen zubereitet und für den Auf- und Abbau der Zelte verantwortlich ist. Normalerweise werden alle Ausrüstungsgegenstände und Lebensmittel für die gesamte Tour mitgetragen. Nur bei sehr langen Reisen wird auch auf regionale Ressourcen zurückgegriffen (Schatzl, 2004, S. 11).

Beide Formen bringen verschiedene Vor- und Nachteile mit sich, welche die Autorin in Anlehnung an Peter Schatzl (2004, S. 12) zusammenfassend gegenübergestellt hat:

LODGETREKKING	
Vorteile	Nachteile
<ul style="list-style-type: none"> • kleinere Begleitmannschaft • niedrigerer Reisepreis • fix organisierte Unterkunft und Verpflegung • Austausch und Kommunikation mit heimischer Bevölkerung • Förderung der lokalen Wirtschaft (Direkteinnahmen für Besitzer, lokale Produkte) 	<ul style="list-style-type: none"> • kein Naturerlebnis, fehlende Authentizität • fehlender Abenteuercharakter • geringere Privatsphäre • nur bestimmte Routen zum Trekking möglich • keine Kontrolle über Hygienestandards

Tabelle 1: Lodgetrekking

Quelle: Basierend auf Schatzl, P. (2004). *Nachhaltigkeit bei organisierten Trekkingreisen. Anspruch und Wirklichkeit am Beispiel von drei Touren in Nepal*. (Dissertation, Universität Salzburg), S. 12

ZELTTREKKING	
Vorteile	Nachteile
<ul style="list-style-type: none"> • mehr Möglichkeiten hinsichtlich der Trekkingroute, Flexibilität bei der Wahl des Ziels • Abenteuercharakter, Natur „hautnah“ erleben durch das Nächtigen in der freien Natur • größere Begleitmannschaft • Kontrolle über alle Leistungen (Qualität der Beherbergung und Verpflegung) 	<ul style="list-style-type: none"> • weniger/kein Nutzen für die lokale Wirtschaft • Umwelteinflüsse • zu hohe Isolation (man ist nur in der Gruppe, wenig Kontakt zu anderen Menschen) • höhere Kosten • geringer Komfort (Zelt) • fehlende sanitäre Einrichtungen

- Kontrolle über Hygienestandards

Tabelle 2: Zelttrekking

Quelle: Basierend auf Schatzl, P. (2004). *Nachhaltigkeit bei organisierten Trekkingreisen. Anspruch und Wirklichkeit am Beispiel von drei Touren in Nepal*. (Dissertation, Universität Salzburg), S. 12

Diese beiden Tabellen illustrieren, dass beide Unterkunftsmöglichkeiten ihre Vor- sowie Nachteile haben, welche bei der Konzeption der Reise bedacht und im Hinblick auf die Rahmenbedingungen abgewogen werden müssen. Welche Art der Unterkunft für eine Trekkingreise also die geeignetste ist, hängt immer stark von den Bedürfnissen, Präferenzen und Ansprüchen der Kundschaft sowie von der Strategie des Reiseveranstalters und von den verfügbaren Ressourcen der Zieldestination ab. Liegt der Fokus im Zuge der Reisekonzeption vermehrt bei der Integration der Region und Unterstützung der Bevölkerung, so überwiegen die Vorteile des Lodgetrekkings gegenüber jenen des Zelttrekkings, da dadurch die Region aus ökonomischer, ökologischer sowie soziokultureller Hinsicht gefördert wird. Sind diese Unterkunftsmöglichkeiten aber beispielsweise nicht zu genüge verfügbar bzw. wird mehr Flexibilität hinsichtlich der Trekkingroute gewünscht oder geht es bei dem Reisekonzept um das „pure Abenteuer“ und haben die Kunden geringere Ansprüche, so wäre nach Ansicht der Autorin das Zelttrekking vorzuziehen. Zusammenfassend lässt sich also sagen, dass es bei all diesen Überlegungen immer darum geht, zunächst die Rahmenbedingungen zu untersuchen, mit den eigenen Präferenzen und den Bedürfnissen der Kunden abzustimmen und Vor- sowie Nachteile gegenüberzustellen und abzuwägen.

Nach Meinung von Experten wird das Zelttrekking eher als Auslaufmodell angesehen, da die Entwicklung zum einen aufgrund der Bedürfnisse der Kunden eher zu komfortableren Unterkünften hin geht (D. Wylezol, Wikinger Reisen, Interview, 07. Juli 2016). Dies gilt aber nicht für Trekkingregionen wie die Sahara oder Kenia, bei welchen vermehrt der Abenteuercharakter anstatt der Austausch und das Kennenlernen der regionalen Kultur im

Vordergrund der Reisemotivation steht. Warum aber besteht der Trend hin zu komfortableren Unterkünften? Dies ist vermutlich auf die vermehrten Unruhen zurückzuführen. Früher beliebte Trekkingregionen gehen somit aufgrund gegenwärtiger Gefahren durch Aufstände und Terror verloren. So entstehen auch veränderte Bedürfnisse bei den Reisenden, da auf andere Destinationen ausgewichen werden muss.

Die Verpflegung

Das Thema Verpflegung ist ein entscheidender Faktor bei der Planung von Trekkingtouren. Die einzelnen Speisen müssen nahrhaft sein, denn der Verbrauch an Kalorien durch die körperliche Belastung darf keinesfalls unterschätzt werden. Demnach muss darauf geachtet werden, dass jede Mahlzeit, ergänzend mit Snacks für zwischendurch, eingehalten werden sollte, um die Reisenden mit ausreichend Energie für die Trekkingetappen zu versorgen. Die einzelnen Verpflegungsformen bei organisierten Trekkingreisen sind vielfältig und hängen stark vom Charakter der Tour ab. Mögliche Formen der Verpflegung sind:

1. Selbstständiges Kochen: Eine Möglichkeit der Verpflegung während einer Trekkingtour ist das gemeinsame Kochen in der Gruppe. Bei dieser Form handelt es sich meist um Touren mit sehr hohem Abenteuercharakter. Die Reisenden haben sehr geringe Anforderungen und es herrscht ein hoher Grad der Unabhängigkeit. Ein Vorteil dieser Art der Verpflegung ist die Kostenersparnis, da kein zusätzliches Geld für die Einkehr in Gaststätten benötigt wird. Eine große organisatorische Problematik stellt hierbei aber der zusätzliche Transport für das benötigte Equipment dar. Außerdem ist der Aufwand für die Reisenden ein erheblicher Nachteil, da das selbstständige Kochen viel Zeit in Anspruch nimmt.
2. Koch: Fällt der Anspruch der Teilnehmer höher aus, gibt es außerdem die Möglichkeit eines eigenen Begleitkochs, welcher die gesamte Reisedauer über für die Zubereitung der Speisen zuständig ist. Hierbei besteht aber wie auch beim selbstständigen Kochen das

Problem des Transportes der Lebensmittel, der Kochutensilien und des Equipments. Das bedeutet für die Agentur mehr Aufwand und Personal. Die Form der Verpflegung ist im Zuge der Planung stark abhängig von der gewählten Route. Bestehen mangelnde Versorgungsmöglichkeiten durch das Wandern abseits von Infrastruktur, ist es notwendig, sich für einen Begleitskoch oder das selbstständige Kochen zu entscheiden. In diesem Falle müssen die Vor- und Nachteile beider Varianten abgewogen werden. Der Koch bietet zwar Zeitersparnis für die Teilnehmer der Reise, aber dies bedeutet wiederum mehr Kosten durch den zusätzlichen Personalaufwand. Auf der anderen Seite wiederum benötigt die Agentur mehr Personal und muss sich um den Transport sowie die Versorgung und Unterbringung des Kochs kümmern.

3. Lokales Essen: Die dritte Möglichkeit der Verpflegung wäre, lokale Gastronomiebetriebe vor Ort zu nutzen. Somit würde die regionale Bevölkerung durch das Essen in den Dörfern integriert und außerdem die Wirtschaft angekurbelt werden. Folge davon ist ökonomische Nachhaltigkeit. Außerdem bekommen die Teilnehmer dadurch die Möglichkeit zum interkulturellen Austausch, gewinnen Einblicke in die heimische Kultur des Landes und der Erholungsfaktor und Komfort ist höher. Herausforderung für den Veranstalter ist hierbei aber die Verfügbarkeit dieser Gastronomiebetriebe in eher abgelegenen Gegenden und bedeutend weniger Flexibilität für die Gruppe. Es entsteht ein zusätzlicher Organisations- und Mehraufwand in der Planung für den Veranstalter. Auch die Choreographie der Reise wird stark beeinflusst, denn durch diese Art der Verpflegung geht der Abenteuercharakter zum Teil verloren.

Die Praxis zeigt, dass die meisten Reiseveranstalter Vollverpflegung anbieten. Dabei variiert die Art der Mahlzeiten. Meist gibt es Frühstück, oft auch in Form von Lunchpaketen, was wiederum je nach Art der Unterkunft variiert. Je nach Art der Tour und Tagesetappe wird mittags ein Picknick

gegessen oder auch bei längeren Pausen vom Begleitkoch warme Mahlzeiten oder Salate zubereitet. Abends wiederum werden meist vollwertige Mahlzeiten zubereitet oder es wird in heimischen Gaststätten eingekehrt (H. Gröbner, Clearskies, schriftl. Interview, 07. Juli 2016 & R. Wolf, Weltweitwandern, Interview, 24. Juni 2016). Meist werden die Verpflegungsarten in der Praxis also kombiniert. Dies ist darauf zurückzuführen, dass es bei Trekkingreisen während der Etappen häufig keinen Zugang zu heimischen Gaststätten gibt. Es hängt also immer von der Route und der Verfügbarkeit des Zugangs ab.

Fazit

Zusammenfassend kann man also sagen, es geht darum, die richtige Balance zu finden, um mit einem geringen Aufwand wirtschaftlich rentabel für das Unternehmen zu handeln und außerdem den Ansprüchen der Kunden gerecht zu werden. Um diese Balance zu erreichen, ist es für den Organisator entscheidend, im Vorfeld die Ziele der Reise im Rahmen der vorhandenen Gegebenheiten zu definieren. Dementsprechend muss sich der Veranstalter bei der Organisation an einigen wesentlichen Kriterien wie der Verfügbarkeit, der Nachvollziehbarkeit, den Bedürfnissen der Kunden und an der Verhältnismäßigkeit des Aufwandes orientieren. All diese Merkmale hängen von den jeweiligen Anforderungen ab (H. Friedl, ehem. Trekking-Reiseleiter, schriftl. Interview, 01. Juni 2016).

Rahmenbedingungen und Anforderungen an die Trekkinggruppe

Eine maximale Anzahl an Teilnehmern einer Trekkingtour lässt sich schwer beziffern. Die Experten sind sich aber weitgehend einig, denn in der Praxis spricht man von einer maximalen Teilnehmeranzahl von 10-14 Personen (H. Gröbner, Clearskies, schriftl. Interview, 07. Juli 2016, R. Wolf, Weltweitwandern, Interview, 24. Juni 2016 & D. Wylezol, Wikinger Reisen, Interview, 07. Juli 2016). Kleinere und auch größere Reisegruppen haben Vor- sowie Nachteile. Je mehr Teilnehmer sich in einer Gruppe befinden, desto entsprechend höher ist der jeweilige Deckungsbeitrag für den

Reiseveranstalter. Außerdem haben mehr Personen zur Folge, dass unangenehme Begleiter bzw. sogenannte „Störenfriede“ kompensiert werden. Kleinere Gruppen hingegen sind von mehr Persönlichkeit geprägt und haben einen gewissen „familiären Touch“. Außerdem können die Erlebnisse intensiver erfahren werden und die Gruppe ist außerdem weitaus flexibler. Andererseits erhöht sich aber der Reisepreis dadurch entsprechend und durch die geringe Anzahl an Personen könnten mehr Konfrontationen und Streitigkeiten entstehen (H. Friedl, ehem. Trekking-Reiseleiter, schriftl. Interview, 01. Juni 2016). Die Herausforderung für einen Reiseveranstalter ist es, immer einen Kompromiss zwischen dem Blickwinkel der Wirtschaftlichkeit und den Bedürfnissen der Kunden zu finden (D. Wylezol, Wikinger Reisen, Interview, 07. Juli 2016).

Zur Durchführung einer Trekkingreise müssen bestimmte Rahmenbedingungen gegeben sein und erfüllt werden. Zum einen ist eine bestimmte Ausrüstung erforderlich, welche für den Kunden durch die Neuanschaffung einen erheblichen zusätzlichen Kostenpunkt darstellt. Außerdem muss der Reisende über spezielle Fertigkeiten verfügen. Er muss den Anforderungen der Reise sowohl physisch als auch psychisch gewachsen sein. Hierbei kommt es häufig zu einer falschen Selbsteinschätzung des Kunden, da diese sich häufig überschätzen (Schatzl, 2004, S. 16). Die Eignung des Teilnehmers sollte auch vom Reiseveranstalter eingeschätzt werden. Gesundheitliche Voraussetzungen, Kondition, Reiseerfahrung etc. sollten im Vorfeld der Tour überprüft werden. Dies ist in der Praxis aber oft schwierig handzuhaben, da die Fremdeinschätzung zum einen erheblichen wirtschaftlichen Mehraufwand für den Veranstalter darstellt und deren Umsetzung, bezogen auf die Nachvollziehbarkeit, sehr schwierig ist. Somit findet häufig zu wenig Beratung und Aufklärung statt. Dies hat zur Folge, dass auf der Reise selbst immer wieder Probleme auftreten. Befinden sich nun Personen in der Gruppe, die der Herausforderung nicht gewachsen sind, fällt dies auf die ganze Gruppe und vor allem auf den Reiseleiter zurück. Nun gibt es kein frühzeitiges Umkehren oder Zurückreisen mehr. Der

Reiseleiter hat in diesen Fällen die Aufgabe, mit diesen Schwierigkeiten umzugehen und ein Vorankommen der Gruppe mit seinem Führungsstil zu gewährleisten. Um diese Problematik zu verhindern und eine optimale Zusammenstellung der Gruppe zu garantieren ist es essentiell, entsprechende Maßnahmen im Vorfeld zu ergreifen. Zwar bleibt eine Reise immer ein sehr dynamisches Produkt, da man keinen Einfluss auf Zwischenmenschliches etc. hat, dennoch kann mit früher greifenden Methoden zu einer angenehmen Atmosphäre in der Gruppe beigetragen werden (Schatzl, o.J., S. 41).

Einige RV ergreifen, im Hinblick auf diese Problematik, Maßnahmen, die sich in der Praxis bewähren. So beispielsweise auch der RV *Wikinger Reisen*, welcher mit all seinen Kunden vorab ein telefonisches Beratungsgespräch führt. Außerdem gibt es die Möglichkeit, dass sich die Kunden im Vorfeld, im Rahmen einer Online-Umfrage, Empfehlungen für die geeignete Tour aussprechen lassen, um so eine falsche Selbsteinschätzung zu verhindern (D. Wylezol, Wikinger Reisen, Interview, 07. Juli 2016). Durch Maßnahmen wie diese gewinnt man zwar die geeignetsten Kunden für seine Reise, läuft aber Gefahr nicht über genügend zahlende Kunden zu verfügen, um die Tour im Endeffekt wirtschaftlich rentabel durchführen zu können.

In Sachen Beratung und Aufklärung ist es bedeutungsvoll, dem Kunden vor Reiseantritt bestimmte Informationsmaterialien zukommen zu lassen. Selbstverständlich hat der Reiseveranstalter keinen Einfluss darauf, wie intensiv der Reisende sich mit den Materialien beschäftigt. Der Kunde sollte sich mit den erhaltenen Informationen selbstständig auf die Reise vorbereiten. Bei der Art der Materialien lassen sich zwischen den einzelnen Agenturen erhebliche Unterschiede hinsichtlich der Darstellung der Reise und des Informationsgehaltes unterscheiden. Die meisten RV haben hierfür für jede Reise und auch jedes Land individuell zusammengestellte Folder. Neben der Ausrüstungsliste sind auch spezifische Informationen zum Reiseland wichtig, da vor allem bei Fernreisen in Länder mit fremden

Kulturen der jeweilige Umgang mit den Einheimischen dargelegt werden muss (D. Wylezol, Wikinger Reisen, Interview, 07. Juli 2016). Folgende wesentliche Punkte sollte der Informationsfolder enthalten:

- Informationen zum Reiseland
- Reiseroute, -verlauf (Gehzeiten, Höhenangaben, etc.)
- Detaillierter Programmablauf
- Flug- sowie Transferinformationen
- Informationen zur Reiseleitung
- Kontaktadressen (Agentur vor Ort, etc.)
- Sicherheitsinformationen (Gefahren, Risiken)
- Aufklärung – Gesundheit, physische/psychische Belastungen
- Einreisebestimmungen, Versicherung
- Teilnehmerliste (H. Friedl, ehem. Trekking-Reiseleiter, schriftl. Interview, 01. Juni 2016)

Die Infofolder sollten strukturiert und detailgenau aufbereitet werden, denn die einzelnen Unterscheidungsmerkmale und Qualitätskriterien des Info-Materials haben zusätzlich Einfluss auf die Wahl des Reiseveranstalters (Schatzl, o.J., 41).

Bei Touren mit hohem Abenteuergrad bzw. Expeditionscharakter empfiehlt die Autorin außerdem, ein Treffen mit allen Reiseteilnehmern und der Reiseleitung vor Reiseantritt zu veranstalten. Dadurch kann Vertrauen aufgebaut und Verständnis für mögliche schwierige Situationen geschaffen werden. Treffen solcher Art tragen einen positiven Teil zur Aufklärung der Kunden bei und sind immer vorteilhaft für alle Beteiligten, da Informationen in Form von Infofoldern häufig nicht genügend fruchtbar für die Aufklärung sind. Die wichtigsten Infos können meist noch so detailliert und informativ verschriftlicht werden - Face-to-Face Gespräche und persönliche Aufklärung wird immer effektiver sein. Dennoch müssen der Aufwand und der Nutzen abgewogen werden, da diese Treffen oft schwer zu organisieren sind. Sinnvoll sind sie jedenfalls, wenn alle Teilnehmer aus der nahen Region

stammen, weil somit geringere Kosten für das Unternehmen entstehen (H. Friedl, ehem. Trekking-Reiseleiter, schriftl. Interview, 01. Juni 2016 & D. Wylezol, Wikinger Reisen, Interview, 07. Juli 2016).

Der kulturelle und soziale Aspekt

Eine Trekkingreise bedeutet unter anderem einen Aufenthalt in fremden und oftmals schwer zugänglichen Regionen außerhalb der herkömmlichen Umgebung des Urlaubers. Dies bringt einige Herausforderungen, wie infrastrukturelle Mängel (wirtschaftliche, medizinische, Verkehrsanbindung) sowie Abgeschiedenheit und fremde Kultur mit sich. Die Reiseteilnehmer müssen bereit dazu sein, auf einen bestimmten Komfort, bezogen auf die Verpflegung, die Unterkünfte und sanitäre Einrichtungen, zu verzichten. Man lebt in und mit der Natur und muss sich auf die Gegebenheiten des Landes einlassen (Schatzl, 2004, S. 17).

Das Thema interkulturelle Kontakte spielt bei solchen Reisen eine große Rolle. Die Teilnehmer kommen der lokalen Bevölkerung oft sehr nahe, dennoch fehlen häufig die Zeit und der Rahmen, die den direkten Austausch und den Aufbau von persönlichen Beziehungen zwischen Reisenden und Einheimischen möglich machen (Schatzl, o.J., S. 43). Die Praxis zeigt aber, dass das Kennenlernen der fremden Kultur bei vielen RV eine zentrale Rolle im Reiseprozess spielt. So bieten manche Unternehmen ihren Kunden im Verlauf der Reise die Möglichkeit, auf eigene Faust Kontakte zu knüpfen, Dörfer zu besichtigen und so mit Einheimischen in den Austausch zu treten (H. Gröbner, Clearskies, schriftl. Interview, 07. Juli 2016). Auch in Trekkingregionen wie Nepal, wo die Gruppen meist mit einheimischen Guides unterwegs sind, werden die Teilnehmer in Lodges der Bewohner eingeladen und bekommen so einen Einblick in das tagtägliche Leben (D. Wylezol, Wikinger Reisen, Interview, 07. Juli 2016).

Oft beschränken sich aber dennoch die sozialen Kontakte auf den Kontakt zwischen Tourist und Begleitmannschaft bzw. den Gruppenmitgliedern

untereinander. Meist erfolgt die sogenannte „Inneninszenierung“, welche das Knüpfen von Kontakten innerhalb der Gruppe bedeutet, was bedeutet, dass je nach Phase im Gruppenprozess die Mitglieder viel Energie nach innen richten. Oft kommt es aber auch dazu, dass einzelne Mitglieder der Gruppe stark mit sich selbst beschäftigt sind oder einen Kulturschock erleben. Gründe dafür sind das hohe Stresslevel, extreme Belastungen, körperliche Anstrengungen oder Gesundheitsprobleme. Dadurch wird die soziale Interaktion reduziert (Schatzl. o.J., S. 43). Hier bekommt die Funktion des Reiseleiters eine wesentliche Rolle zugeschrieben. Eine der wichtigsten sozialen Kompetenzen eines Reiseleiters ist die, dass er mit Menschen umgehen und richtig kommunizieren kann. Er benötigt das Gespür für die Gruppendynamik und sollte in schwierigen Situationen auf einzelne Individuen eingehen können. Das Knüpfen von Kontakten kann durch bestimmte Methoden bereits frühzeitig gefördert werden. So können Vorstellungsrunden oder Gruppenspiele unter Anleitung des Reiseleiters den Teilnehmern gewisse Kommunikationshemmungen nehmen und die Interaktion untereinander erleichtern.

Wichtig ist es jedenfalls, dass all diese Elemente bei der Planung einer Trekkingreise auf den Charakter der Reise und die Bedürfnisse der Reisenden abgestimmt werden. Es gibt viele mögliche Bausteine, die bei einer organisierten Trekkingtour zusammengewürfelt werden können. Der RV muss aber immer die Balance zwischen der Zufriedenheit seiner Kunden und der Wirtschaftlichkeit für sein Unternehmen finden. Im nächsten Schritt stellt sich die Frage, wo sich diese Angebote finden und wer diese anbietet. Demnach wird das nachkommende Unterkapitel Einblicke in die Angebotsstruktur bieten.

3.1.1.5 Angebotsstruktur in der Tourismusindustrie und mögliche Einflussfaktoren

Allgemein lässt sich sagen, dass das touristische Angebot am Freizeit-Outdoor-Markt über die letzten Jahre deutlich zugenommen hat. Das Wandern und auch das Trekking verzeichneten eine enorme

Medienaufmerksamkeit und wurden zu modernen Trendsportarten (Vogt, 2012, S. 204). Dieses veränderte Marktverhalten ist auf die steigende Nachfrage und den Outdoor-Trend zurückzuführen (Dreyer et al., 2010, S. 13). Im Segment Wandern sprechen Experten sogar von einem „Wanderboom“, da die Zahl der aktiven wandernden Bevölkerung laut einer Untersuchung des Deutschen Wanderverbandes bereits bei 69% liegt. Im Jahre 2010 lag die Zahl bei 56% und 1985 waren es nur durchschnittlich 40% (Project M GmbH, 2014, S. 3). Demnach ergeben sich für Anbieter am Wandermarkt erhebliche Chancen und Potentiale. Wanderdestinationen arbeiten an einer verbesserten Infrastruktur der Wanderwege, anspruchsvolle Qualitätszertifikate werden vergeben, Vermarktungsk Kooperationen werden gegründet und immer mehr Wander- und Trekkingreiseveranstalter werden gegründet. Auch die Medienbranche wird immer mehr genutzt, um das frische Wander-Image zu präsentieren. Neue Wander- und Outdoor-Zeitschriften- wie *Land der Berge*, *trekking-Magazin*, *Wandermagazin*, *Bergsteiger* oder *AllMountain* werden herausgebracht, aufwendige Internet-Portale erstellt und viele Reiseveranstalter nutzen auch Auftritte auf verschiedensten Messen, um ihre Angebote zu vermarkten und zu präsentieren (Deutsches Wanderinstitut, 2012, S. 3).

Auch der Markt des Abenteuerismus ist von einem stetigen Wachstum gezeichnet. Die „Adventure Tourism Market Study 2013“, durchgeführt von der *Adventure Travel Trade Association* und der *George Washington University* hat ergeben, dass der Abenteuerismusmarkt (Europa und Amerika) von 2009 bis 2012 ein jährliches Wachstum von 65% verzeichnen konnte. 2012 haben nahezu 42% der insgesamt 838 befragten Reisenden aus den Untersuchungsregionen angegeben, eine Abenteuer-Freizeit-Aktivität als Hauptmotiv ihrer letzten Reise gewählt zu haben (Adventure Travel Trade Association, 2013, S. 2). Diese Zahlen sprechen für ein deutliches Wachstum der Nachfrage. Dennoch ist hierbei fraglich, ob sich die bei der Umfrage genannten Aktivitäten wirklich alle in die Kategorie

„Abenteuerurlaub“ einstufen lassen bzw. inwiefern der Befragte hierbei mit Ehrlichkeit antwortet. Die Autorin schließt nicht aus, dass die Sehnsucht bzw. der Wille danach besteht, aber meist fehlt es dann an der Umsetzung. Wir leben in einer Zeit der Bequemlichkeit, welche zunehmend von der fortschreitenden Technologisierung dominiert wird. So eröffnen sich unserer Gesellschaft beispielsweise andere Wege, indem Möglichkeiten geschaffen werden (Smartphones, etc.), sich in „virtuelle“ Abenteuer zu begeben. Weil es aber „männlich“ bzw. „sexy“ wirken könnte, Abenteuer-Aktivitäten als Motiv einer Reise anzuführen, kann sich das Antwortmuster bei Befragungen wie jener der „Adventure Tourism Market Study 2013“ verändern. Hierbei sollte aber strikt zwischen dem eigentlichen Wollen und dem wirklichen Tun unterschieden werden.

Destinationen, welche geeignet sind, eine Trekkingreise durchzuführen, sind nahezu weltweit verbreitet. Von Asien bis Nord-, Mittel-, Südamerika, über Afrika bis Australien oder Europa bietet jeder Kontinent die Möglichkeit, eine Trekkingtour zu gehen. Vor allem aber in vielen Entwicklungsländern, wie Nepal, ist der Trekkingtourismus weit verbreitet und hat sich zu einer fixen Einkommensquelle für die heimische Bevölkerung entwickelt (Schatzl, o.J., S. 57). Der klassische Trekkingtourismus begann in Nepal gegen Ende der sechziger Jahre und das Land hat sich im Laufe der Jahrzehnte zu einer der attraktivsten Trekkingdestinationen entwickelt. Aber auch Länder wie Pakistan oder die Andenländer Südamerikas – Bolivien, Peru und Ecuador - zählen zu den schönsten Trekkinggebieten (Schrag, 2006, S. 65). Der österreichische Trekkingreiseveranstalter *Alpinschule Innsbruck (ASI)* hat 2013 für die Zeitung „Die Welt“ die beliebtesten Trekkingrouten weltweit zusammengestellt:

1. Am Adlerweg durchs Karwendelgebirge (Frankreich)
2. Durchquerung der Dolomiten (Tirol)
3. Ruta de Pedra en Sec (Spanien, La Palma)
4. Trekking auf dem Laudavegur (Island)
5. Kungsleden bis nach Nikkaluokta (Schweden)

6. Kilimandscharo – Lemosho-Route (Afrika)
7. Patagonien (Südamerika)
8. Südafrika – Wilde Küste
9. Himalaya – Mount Everest
10. Annapurna und Manaslu-Massiv (Nepal) (*Die zehn schönsten Trekkingrouten der Welt*, 2013)

Diese Auflistung zeigt, dass sich Trekkingrouten in den unterschiedlichsten Regionen der Welt finden. Trekkingtouren können also nahezu weltweit angeboten und durchgeführt werden. Jede dieser Reisen hat ihren eigenen Charakter und spricht somit auch verschiedene Zielgruppen an. Das Hauptziel, nämlich das Trekking selbst, ist zwar immer dasselbe, dennoch variieren die Motive, solch eine Tour zu gehen. In manchen Ländern steht der kulturelle Aspekt und der Austausch mit der heimischen Bevölkerung im Vordergrund, während bei anderen der Abenteuercharakter und der Landschaftsgenuss dominierender sind. So können die jeweiligen verfügbaren Ressourcen der verschiedenen Regionen ausgeschöpft werden und die Produkte für unterschiedliche Zielgruppen entwickelt werden.

Die Angebotsstruktur dieses Marktsegmentes ist von einigen Besonderheiten und Unterschieden gezeichnet. Die gewählten Destinationen und auch touristischen Anbieter unterscheiden sich meist von denen des Massentourismus. Durch den Abenteuertourismus werden einzelne Regionen und Landesteile, wie beispielsweise Bergregionen, touristisch erschlossen, welche bisher für den herkömmlichen Erholungstourismus als uninteressant galten. Grund dafür ist jener, dass der Kunde meist das Bedürfnis hat, Erfahrungen in außergewöhnlichen für sich fremden Regionen abseits seines Lebensraumes zu erleben. Das Erleben fremder Kultur, die Suche nach der Individualität und nach einem authentischen Urlaub sind Reisemotive, die Wettbewerbschancen für den Anbietermarkt des Trekkingtourismus eröffnen (Hannich, 2008, S. 63).

Neben den erwähnten, weltweit verbreiteten Destinationen für den Trekkingtourismus gibt es eine Vielzahl an Unternehmen, welche in diesem Marktsegment vertreten sind. Von Outdoor-/Trekking-Reiseveranstaltern und Reisebüros bis hin zu Outdoor-/Berg- und Kletterschulen und (Wander-) Vereinen bzw. Organisationen gibt es verschiedenste Firmen, welche diesen Markt erschlossen haben. Der Anbietermarkt von Abenteuerreisen und Abenteueraktivitäten ist zum größten Teil von kleinen und mittleren Unternehmen dominiert. Trekkingliebhaber haben sich ihre Leidenschaft für das Gebiet zum Beruf gemacht und in diesem Marktsegment Fuß gefasst. Seit den letzten Jahren gibt es aber auch eine große Anzahl an etablierten Spezialreiseveranstaltern für diesen Markt, sowie bekannte Reiseveranstalter, welche Spezialangebote/-kataloge zu Abenteuerreisen anbieten (Hannich, 2008, S. 63). Im deutschsprachigen Raum sind beispielsweise Veranstalter wie *Weltweitwandern*, *Hauser Exkursionen*, *Wikinger Reisen* oder *Moja-Travel* bekannte Spezialreiseveranstalter.

3.1.1.6 Fazit

Auf den letzten Seiten hat sich die Autorin den Ursprüngen und Grundlagen des Trekkings gewidmet und versucht, dem Leser ein Gespür für die Thematik zu vermitteln. Die Geschichte des Trekkings reicht viele Jahre zurück und hat ihren Ursprung in der Fortbewegung durch das Wandern. Nach Ansicht der Autorin lässt sich der Begriff aus touristischer Sicht eindeutig als Verknüpfung von Wander- und Abenteuerismus einordnen. Trekking zeichnet sich charakteristisch also dadurch aus, dass es gleich wie bei dem Wandern um das Zu-Fuß-Gehen in der freien Natur geht, aber anspruchsvollere Strecken, meist abseits von Infrastruktur, gewählt werden. Außerdem sind der Abenteuercharakter und der kulturelle Aspekt zu erwähnen und meist geht es darum, sich persönlichen Herausforderungen zu stellen. Hinsichtlich der Organisation der Trekkingreise muss der jeweilige Veranstalter bei der Koordination der einzelnen Reiseelemente wie Transport, Beherbergung oder Verpflegung auf einige wesentliche Dinge Rücksicht nehmen. Anders als bei Cluburlaubs- bzw. All-Inclusive-Pauschalreisen in typischen Sommerregionen wie Mallorca gibt es im

Rahmen der Konzeption solch einer Reise durchaus mehr Rahmenbedingungen und Aspekte, die zu berücksichtigen sind. Es gilt immer, sich an den Anforderungen der Urlauber und den natürlichen sowie infrastrukturellen Ressourcen der jeweiligen Zieldestination zu orientieren und mit diesen Informationen die Balance zwischen Kundenwünschen und Wirtschaftlichkeit für das Unternehmen abzuwägen. Der Anbietermarkt für den Trekkingtourismus hat nach Ansicht der Autorin großes Potenzial, noch weiter zu wachsen. Die Nachfrage nach Outdoor-Aktivitäten steigt und immer mehr Destinationen werden für diese Schiene genutzt. Im Hinblick auf die zu beantwortende Forschungsfrage lässt sich bis zu diesem Punkt sagen, dass für die Konfektion einer Kultur- und Abenteuer-trekkingtour in BIH die einzelnen Reiseelemente auf die Destination zugeschnitten, gewählt und koordiniert werden müssen. Wie bereits kurz angesprochen, ändern sich die Reisemotive der Touristen, denn Werte wie Authentizität und Ursprünglichkeit gewinnen vermehrt an Bedeutung. Diese Trendwende muss vom Anbietermarkt rechtzeitig aufgegriffen werden und im Rahmen der Produktentwicklung neuer Outdoor-Angebote genutzt werden. Wichtig ist jedenfalls, im Vorfeld die Bedürfnisse und Wünsche der Kunden zu kennen und die Zielgruppe für das eigene Produkt detailliert zu definieren. Dann erst ist das Fundament für die touristische Produktkonzeption geschaffen. Demnach wird sich die Autorin in weiterer Folge mit der Soziologie des Trekkingtourismus beschäftigen.

3.1.2 Soziologie des Trekkingtourismus

Die Grundlage für die Entwicklung von jeglichen Produkten ist die Kenntnis über die Wünsche, Bedürfnisse und Sehnsüchte ihrer Zielgruppe. Jene Motive, welche zur Reiseentscheidung führen, stehen im Fokus der Produktgestaltung. Um somit das Produkt marktfähig zu machen, muss es zielgruppenorientiert gestaltet werden. Deshalb wird im folgenden Kapitel die Soziologie des Trekkingtourismus näher erläutert. Einblicke in die derzeitige Nachfragestruktur des Wander-, Abenteuer sowie Trekkingtourismus und

eine Zielgruppenanalyse sollen dazu dienen, das Produkt zu formen, um den Anforderungen der potenziellen Kunden später gereicht zu werden.

3.1.2.1 Nachfragestruktur

Für eine bedarfsgerechte Entwicklung von touristischen Produkten und Angeboten ist es erforderlich, Kenntnis über das Nachfrageverhalten seines Kundensegmentes zu haben. Folgend wird deshalb die Kaufkraft der Freizeit- und Urlaubsaktivitäten Wandern und Trekking beleuchtet und untersucht.

Die Forschung des Nachfrageverhaltens zeigt, dass das Wandern schon lange nicht mehr als verstaubtes Auslaufmodell gilt und sich steigender Nachfrage erfreut. Die Aktivität von heute wird mit Landschaftsgenuss, ganzheitlichem Gesundheitsbewusstsein und dem intensiven Natur- und Körpererlebnis assoziiert. Wandern gilt als eine der wenigen Outdoor-Aktivitäten, welche die zunehmenden Wünsche nach Selbsterfahrung, Naturerlebnis, sozialen Kontakten und Individualität erfüllt und verbindet (Sänger, 2014, S. 1-3). Ein Projektteam der PROJECT M GmbH (2014) hat in Kooperation mit zwei Fachhochschulen und dem Deutschen Wanderverband eine Studie mit repräsentativen Daten zur Struktur des Wandermarktes sowie zum Nachfragevolumen herausgebracht. Die folgende Grafik zeigt die aktuellen Daten zum Nachfrageverhalten des Wanderns.

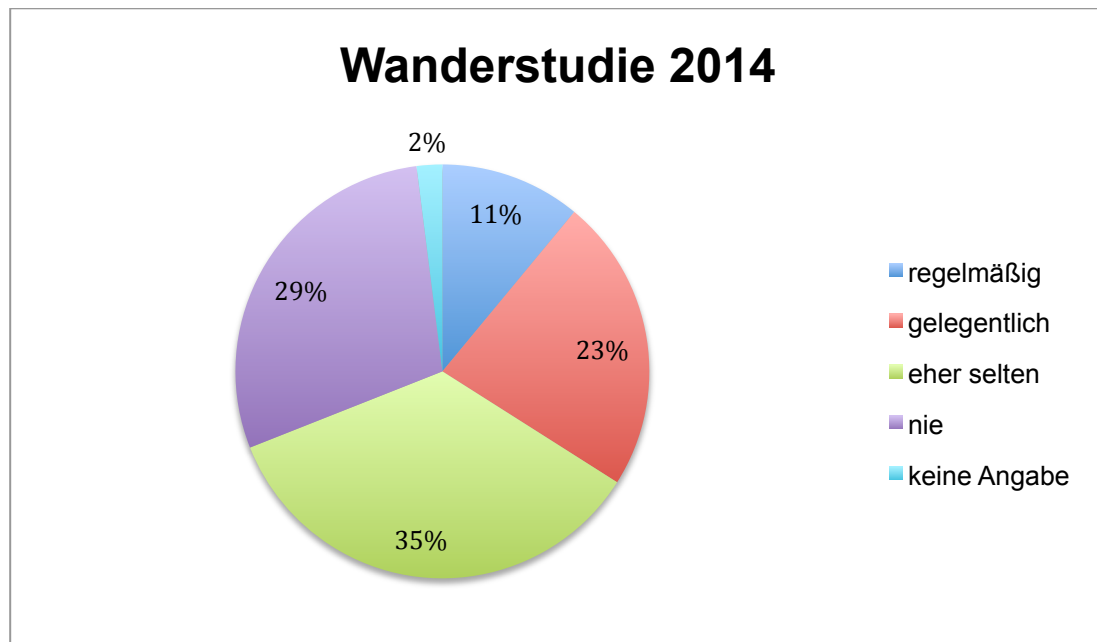


Abbildung 1: Nachfrageverhalten Wandern

Quelle: Basierend auf ProjectM GmbH. (2014). *Wanderstudie. Der deutsche Wandermarkt 2014*. Download vom 25. April, 2016, von <http://www.projectm.de/project-m/downloads/project-m-wanderstudie-der-deutsche-wandermarkt-2014.pdf>

Aus der Grafik ist ersichtlich, dass 11% der Befragten angegeben haben, regelmäßig zu wandern. 23% der Teilnehmer hingegen üben die Aktivität gelegentlich aus und 35% eher selten. Laut Interpretationen des Projektteams der Studie „Der deutsche Wandermarkt 2014“ können somit rund 69% der deutschsprachigen Bevölkerung als aktive Wanderer bezeichnet werden. Vergleicht man hierbei die Zahlen aus der Grundlagenuntersuchung 2010, in welcher die Prozentzahl der wandernden Bevölkerung bei 56% lag, so stieg der Anteil der Gesamtnachfrage um 13%. Auch der Anteil der nicht-wandernden Personen, ist um 15% gesunken und liegt aktuell bei 29% (ProjectM GmbH, 2014, S. 3). Die Ergebnisse der Studie sind aber kritisch zu betrachten. Fraglich hierbei ist die Interpretation, denn können wirklich 69% als aktive Wanderer bezeichnet werden, wenn 35% davon eher selten wandern? Nach Ansicht der Autorin können lediglich 33%, also rund die Hälfte, als aktive Wanderer bezeichnet werden. Trotzdem zeigt sich durch den Vergleich zu den Zahlen des Jahres 2010 eine Steigerung des Nachfrageverhaltens. Somit folgt daraus, dass sich die Zahlen dennoch positiv entwickeln.

Heutzutage ist das Wandern in fast allen Bevölkerungsschichten vertreten. Auch die jüngere Generation hat über die vergangenen Jahre hinweg ihr Interesse für den Sport entdeckt. Dominiert wird die Freizeitaktivität aber trotzdem von der älteren Generation. Betrachtet man die Regelmäßigkeit, lässt sich feststellen, dass die Bereitschaft zum Wandern mit zunehmendem Alter steigt (Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, 2010, S. 25). Das Durchschnittsalter liegt bei 47 bis 50 Jahren (Dreyer et al., 2010, S. 79).

Für die Entwicklung von Produkten sind aber nicht nur quantitative Daten von Bedeutung. Vor allem auch qualitativ erhobene Daten zum Image der Aktivität oder den Motiven der Kunden sind hierbei von Interesse. Der Ruf des Wanderns, beispielsweise, hat sich laut einer Grundlagenuntersuchung zum Freizeit- und Urlaubsmarkt Wandern in den letzten Jahren positiv verändert. Im Rahmen der durchgeführten Studie wurden Experteninterviews mit Vertretern aus den Bereichen Tourismus, Wandervereine, Gesundheitswissenschaft oder Mobilität geführt. Die Experten sind sich einig, dass sich das Image des Wanderns positiv verändert und heute immer mehr mit Modernität und Lifestyle assoziiert wird. Dies ist auch der Grund für das fortschreitende Wachstum der Zielgruppe. Natürlich ist dieser Imagewandel zum einen den Akteuren des Wandertourismus zu verdanken, welche stetig neue Angebote auf den Markt bringen. Die Aktivität Wandern profitiert durch eine positivere Reputation aufgrund der Inszenierung dieser neuartigen Produkte. So wird auch das Interesse bei den potentiellen Nachfragenden geweckt. Aber auch die Medien spielen bei der Imagefrage eine sehr bedeutende Rolle. Zahlreiche neue Magazine und Publikationen werden auf den Markt gebracht und fördern das Image des Wanderns positiv. Zusätzlich ist der Imagewandel auch auf den Wertewandel der Bevölkerung und vor allem auf den erhöhten Stellenwert eines gesundheitsbewussten Lebensstils zurück zu führen (Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, 2010, S. 32).

Aus diesen Fakten ergibt sich nun die Schlussfolgerung, dass das positive Image einer Aktivität eine wesentliche Rolle bei der Nachfrage spielt. Menschen werden in ihrer Entscheidung von gewissen Einflüssen, wie dem Angebotsmarkt oder den Medien, bewegt. Außerdem tragen veränderte Werte und Lebensstile zu einer steigenden Nachfrage bei. Für die erfolgreiche Produktkonzeption touristischer Angebote ist es demnach essentiell, die gegenwärtigen Bedürfnisse seiner potenziellen Zielgruppe zu kennen und aufzugreifen. Außerdem sollte bei der Produktplatzierung stets darauf geachtet werden, für ein positives Image zu sorgen. In den Kapiteln 3.1.2.2. und 3.1.2.3. wird die Autorin näher auf die Reisemotive und Bedürfnisse der Kunden eingehen.

Auch der Abenteuerurlaub etabliert sich immer mehr am weltweiten Tourismusmarkt. Zurückzuführen auf den Trend der Erlebnisgesellschaft (siehe Kap. 3.1.2.3.), verstärkt sich die Nachfrage nach solch Reisen immer mehr. Nach einer Studie der Hamburger Stiftung für Zukunftsforschung buchen beispielsweise bereits 10% der Deutschen eine Abenteuerreise, wovon fast doppelt so viele Urlaube vom männlichen Geschlecht gebucht werden (*Reisestudie: Der Reiz von extremen Abenteuerreisen*, 2012). Im Gegensatz zum Wandertourismus wurden früher Abenteuerreisen eher von der jüngeren Generation nachgefragt. Über die vergangenen Jahre stieg die Nachfrage aber auch bei den älteren Generationen und die Altersgruppe vergrößerte sich. Dennoch liegt das durchschnittliche Alter bei 36 Jahren. Außerdem werden Abenteuerreisen eher von Menschen mit durchschnittlich höherem Einkommen durchgeführt. Auch das Bildungsniveau bei Abenteuerreisenden ist höher. Laut der Adventure Tourism Market Study aus dem Jahr 2013 interessieren sich Abenteuerreisende außerdem für Fachmagazine wie *National Geographic*, *National Geographic Traveler* oder *Men's Health* (Adventure Travel Trade Association, 2013, S. 9).

Fazit

Aufgrund der Recherchen zur Nachfrage des Wander- sowie Abenteuerismus können bereits zum jetzigen Zeitpunkt Annahmen zu soziodemografischen Daten der Zielgruppe des Trekkingtouristen gegeben werden. Wir können davon ausgehen, dass sich unsere Zielgruppe in der mittleren Altersgruppe bewegt und die Tendenz eher zum männlichen Geschlecht geht. Das Durchschnittsalter der Wanderer liegt wie bereits erwähnt bei 47 bis 50 Jahren, wobei immer vermehrt jüngere Generationen wandern. Abenteuerurlauber sind durchschnittlich 36 Jahre alt, über die letzten Jahre stieg die Nachfrage aber auch bei der älteren Generation. Betrachtet man lediglich das Alter, so sprechen wir hierbei von einer sehr breiten Zielgruppe. Da die Untersuchungen aber außerdem ergeben haben, dass vermehrt gebildete Personen mit höherem Einkommen Abenteuerreisen in Anspruch nehmen, so lassen sich die Nachfrager wiederum eingrenzen.

Zur allgemeinen Nachfrage nach Trekkingreisen konnte die Autorin im Zuge ihrer Recherchen keine spezifischen Studien ausfindig machen. Da Trekking aber als Kombination aus Wander- und Abenteuerreisen angesehen wird und bei beiden Reiseformen eine Steigerung der Nachfrage ersichtlich ist, wird hier der Schluss gezogen, dass auch der Trekkingtourismus im Aufschwung ist. Somit ergeben sich Chancen und Potentiale für Abenteuer-trekkingreisen in diesem Marktsegment, da die Nachfrage, wie hier ersichtlich, vorhanden ist, solch Angebote in Anspruch zu nehmen. Nachdem ein Einblick in die Nachfragestruktur gegeben wurde, soll im Folgenden die Zielgruppe der Trekkingtouristen definiert, sowie Aufschluss über deren Reisemotive und Bedürfnisse gegeben werden.

3.1.2.2 Zielgruppenanalyse – Profil des Trekkingtouristen

Da das Trekking, wie bereits erwähnt, eine Form des Wanderns ist, wird zunächst ein Überblick über die unterschiedlichen Wandertypologien gegeben. Aufbauend darauf folgt dann eine schrittweise Annäherung an ein detailliertes Profil des Trekkingtouristen.

Das Wandern schließt verschiedene Zielgruppen mit ein. Die Bedürfnisse der Wanderer sind vielfältig und die Aktivität wird aus den unterschiedlichsten Motiven ausgeübt. Allgemein lassen sich vier Grundtypen im Wandertourismus unterscheiden (Dreyer et al., 2010, S. 81):

TYP „High Tech-High Touch“ der „zielstrebige Gesundheitswanderer“	TYP „Wellness“ der „Regenerationswanderer“
<ul style="list-style-type: none"> • Nordic Walking • Coaches, Betreuung • in Kleingruppen • ausrüstungsorientiert 	<ul style="list-style-type: none"> • Wandern in Verbindung mit: Wellness, Meditation, Kulinarik, Natur, etc. • Regeneration und Entspannung • Kurzwanderungen (1-2h) • Komfort
TYP „Adventure“ Wandern als „Ventil“	TYP „Friends“ Wandern als „Naturerlebnis, Geselligkeit“
<ul style="list-style-type: none"> • Trekking, Klettersteige, Bergwandern • klare Planung • „Survival“ • anspruchsvoll 	<ul style="list-style-type: none"> • Wandern = Spazieren • Wandern mit Familie, Freunden • Horizonterweitern

Tabelle 3: Grundtypen Wandertourismus

Quelle: Basierend auf Menzel, A. & Dreyer, A. (2009). Wandern – die neue Lust. In Bastian, H., Dreyer, A. & Groß, Sv. (Hg). Tourismus 3.0. Fakten und Perspektiven. (S. 263-290)

Die vier Typen unterscheiden sich stark hinsichtlich ihrer Bedürfnisse, die Aktivität auszuüben. Vom Gesundheits- oder Erholungs- bis hin zum leistungsorientierten Wandern sind die Motive vielfältig. Wie aus der Tabelle ersichtlich, wird der Trekkingtourist dem Typus „Adventure“ zugeordnet. Er charakterisiert sich dadurch, dass er an seine physischen Grenzen gehen möchte und außerdem sieht er das Wandern als körperliche

Herausforderung. Er ist auf der Suche nach sogenannten „Survival-Erlebnissen“, die er mit Gleichgesinnten teilen kann. Außerdem sieht er die Aktivität als „Ventil“ und erhofft sich eine Art Selbstfindung durch die Tätigkeit (Menzel & Dreyer, 2009, S. 274). Für das Produkt Kultur- und Abenteuer-trekkingreise bedeutet es, diese genannten Charakteristiken aufzugreifen, im Rahmen der Reiseplanung gezielt zu nutzen und den Charakter der Tour auf Basis dieser Bedürfnisse aufzubauen. Das Angebot muss bei dem Reiseteilnehmer Begeisterung hervorrufen. Er soll sich mit dem Reisecharakter identifizieren können und sich im Rahmenprogramm wiederfinden. Wichtig im Zuge der Angebotserstellung ist es, fordernde bzw. abenteuerliche Aktivitäten miteinzubauen und diese bewusst anregend und attraktiv zu bewerben.

Eine aktuelle Studie des „CBI Ministry of Foreign Affairs“ hat im Rahmen einer Untersuchung ein Profil eines Trekkingtouristen erstellt. Die Autorin hat die prägnantesten Aussagen zusammenfassend darstellt: Betrachtet man die Geschlechter der Trekker, liegen Männer sowie Frauen nahezu gleich auf. Die Männer (52%) liegen mit nur 4% Unterschied vor den weiblichen Trekkerinnen (48%). Sie alle sind, in verschiedenem Ausmaß, auf der Suche nach einer physischen und mentalen Herausforderung und nach authentischen Erlebnissen. Diese möchten sie gerne vor Ort in der Zielregion mit der lokalen Bevölkerung verbinden und teilen. Das Thema Nachhaltigkeit und verantwortungsbewusstes Handeln im Tourismus spielt eine sehr bedeutende Rolle. Außerdem sehnen sie sich nach außergewöhnlichen Erfahrungen. Neben diesen generellen Charakteristiken werden in der Studie zwei Arten von Trekkingreisenden, die „Leisure trekkers“ und die „Trekking enthusiasts“ genannt. Diese beiden Personenkreise unterscheiden sich nach dem Level der Begeisterung für die Aktivität. Folgend werden beide Segmente kurz charakterisiert (CBI Market Information Database, o.J., S. 1).

„Leisure trekkers“

Dieses Segment der Freizeit-Trekker bildet das größte. Die Routen, welche von den Reisenden dieser Gruppe gewählt werden, haben meist einen weniger hohen Schwierigkeitsgrad. Trekking ist zwar das Hauptmotiv und die Hauptaktivität ihres Urlaubes, aber dennoch werden vermehrt kulturelle Aktivitäten in das Programm inkludiert. Auch die Erholung kann eine Rolle spielen, denn am Ende der Trekkingtour buchen die Reisenden häufig einige Tage am Strand, etc. um die Reise ausklingen zu lassen. Allgemein kann man sagen, dass ihre Touren sehr sicher sind und keine extrem hohe psychische und physische Herausforderung und Belastung darstellen (CBI Market Information Database, o.J., S. 2).

„Trekking enthusiasts“

Die Gruppe der Trekking- Enthusiasten bildet ein weitaus kleineres Segment als die Gruppe der Freizeit-Trekker. Betrachtet man die Aktivitäten unter den einzelnen Gruppen, sind sie aber die am meisten Aktiven. Trekking ist immer der Hauptgrund und steht somit im Fokus der Reise. Wichtig ist ihnen, im Zuge ihrer Trekkingtour sowohl körperlich als auch mental herausgefordert zu werden (CBI Market Information Database, o.J., S. 2).

Beide Segmente, sowohl die Freizeit-Trekker als auch die Trekking-Enthusiasten, würden im Grunde in das Profil des Trekkingtouristen für eine Kultur- und Abenteuer-trekkingtour in Bosnien-Herzegowina passen. Dennoch würde sich die Autorin bei der Reisekonzeption zunehmend an dem Naturell der „Trekking enthusiasts“ orientieren, da diese dem angestrebten Charakter der Tour mehr entsprechen. Schwerpunkt der Abenteuer-tour in Bosnien ist nun mal das Trekking und auch die körperliche sowie psychische Herausforderung soll im Fokus der Reise stehen.

Vorab lässt sich nun also das Fazit ziehen, dass es sich bei Abenteuer-trekkingreisenden durchschnittlich um männliche sowie weibliche Personen im Alter von 30 bis 55 Jahren handelt, wobei nach Meinung der

Autorin eher die Tendenz hin zum menschlichen Geschlecht geht. Sie alle bewegen sich in der höheren Einkommensschicht. Außerdem kann davon ausgegangen werden, dass sie nach körperlicher und seelischer Herausforderung suchen, risikofreudig und abenteuerlustig sind und bereit dazu sind, an die eigenen Grenzen zu gehen. Sie sind auf der Suche nach abenteuerlichen Erlebnissen, die sie mit Verbündeten teilen können.

Die aus der Studie zusammengefassten Charakteristiken geben aber lediglich einen groben Einblick über die soziodemografischen Daten der Kunden und ihre Bedürfnisse und Motive. Wie kann man also seine Zielgruppe anhand ihrer Motive analysieren und eingrenzen? Um dies zu beantworten, stellt sich zunächst die Frage, was eigentlich ein Motiv ist. Nach Scheffer ist ein Motiv das, was Menschen bewegt. Es selektiert und orientiert ihre Wahrnehmung und ihr Verhalten (2009, S. 29). Bedürfnisse entwickeln sich aus dem subjektiven Empfinden in Mangelsituationen, sie stellen ein „Gefühl des Mangels“ dar. Dabei besteht der Wunsch, diesen Mangel zu beseitigen. Bedürfnisse lassen sich grob in primäre (angeborene, naturbedingte) und sekundäre (aus gesellschaftlichem Kontakt erworbene) Bedürfnisse untergliedern. Eine weitere Unterscheidung kann nach der Wichtigkeit in verschiedene Bedürfnisebenen erfolgen (Freyer, 2011, S. 71). Die ersten Klassifikationen der menschlichen Bedürfnisse erfolgten 1954 von dem Psychologen Abraham Maslow, in seinem Stufenmodell der menschlichen Motivation. Er entwickelte ein hierarchisch aufgebautes Konzept in Form einer Pyramide, das davon ausgeht, dass die Bedürfnisse der Menschen stufenweise angestrebt werden.



Abbildung 2: Bedürfnispyramide Maslow

Quelle: Basierend auf Boeree, G. (2006). Persönlichkeitstheorien: Abraham Maslow. Download vom 06. Juni 2016, von http://www.social-psychology.de/do/PT_maslow.pdf

Basis der Pyramide bilden die physiologischen Grund- und Existenzbedürfnisse, die grundlegende, überlebensnotwendige Bedürfnisse wie Sauerstoff, Schlaf, Nahrung, etc. beinhalten. Diese bilden das Fundament und sind die mächtigsten aller Bedürfnisse. Danach folgen die Sicherheitsbedürfnisse. Darunter sind Sicherheit, Stabilität, Geborgenheit, sowie das Verlangen nach Strukturen und Ordnungen zu verstehen. Auf der dritten Ebene befinden sich die sozialen Bedürfnisse. Dabei geht es um die Sehnsucht nach Zugehörigkeit, Liebe und Zuneigung. Das Bedürfnis nach Wertschätzung umfasst die Suche nach der Selbstachtung. Maslow unterscheidet bei dieser Ebene zwei verschiedene Versionen von Achtung. Zum einen die niedrigere Form, bei der der Mensch danach strebt, respektiert zu werden und einen gewissen Status, guten Ruf und Anerkennung zu haben. Die höhere Form ist die Selbstachtung, bei der es um Selbstvertrauen, Kompetenz, Professionalität und Freiheit geht. Maslow unterscheidet bei seiner Theorie die Defizitbedürfnisse, welche die vier genannten Stufen einschließen, und die Wachstumsbedürfnisse, die erst eintreffen können, wenn die Defizitbedürfnisse erfüllt sind. Eines dieser

Bedürfnisse ist die Selbstverwirklichung, welche an oberster Stelle der Pyramide steht. Maslow verwendet unter anderem auch Begriffe wie „Bedürfnisse des Seins“ oder „die Motivation, sich zu entwickeln“ dafür, denn hierbei geht es darum, seine eigenen Potentiale auszuschöpfen (Boeree, 2006, S. 4). Kurz vor Maslows Tod hat der Psychologie sein Modell noch um eine sechste Stufe, die Transzendenz ergänzt. Dabei geht es, um das menschliche Streben nach etwas Höherem (*Bedürfnisse nach Maslow*, o.J.).

Vom touristischen Kontext aus betrachtet lassen sich die von Maslow ranggeordneten Bedürfnisse auf das Reisen übertragen. Früher war das Reisen oft Teil der Grundbedürfnisse, da es für die Menschen notwendig war um den Bedarf an Essen oder Wohnen zu sichern. Die höheren Ebenen schließen Reisen zu Kontakt- und Kommunikationsmotiven ein und auf der höchsten Ebene lässt sich die heutige Form des Tourismus einstufen. Immer mehr Menschen verfügen über die nötigen finanziellen Ressourcen und reisen aus Prestigegründen oder zur Selbstverwirklichung (Freyer, 2011, S. 73). Nach Meinung der Autorin schließen die Ebene der Selbstverwirklichung und vor allem die der Transzendenz, Bedürfnisse wie die Suche nach Höherem, dem Entfliehen des Alltags und Grenzüberschreitung ein.

Im Falle der Zielgruppe der Trekkingtouristen treffen die genannten Eigenschaften zu, deshalb kann in diesem Kontext das Fazit gezogen werden, dass sich diese Personen an der obersten Stelle der Pyramide befinden. Trekkingreisende sehnen sich also nach der Überschreitung von Grenzen und streben danach, sich auf die Suche nach dem Übersinnlichen zu begeben. Auch das Bedürfnis nach Selbstverwirklichung ist vorhanden, welches nach Ansicht der Autorin mit der Erkennung und Umsetzung der individuellen Potentiale und Talente in Verbindung steht. Das Bedürfnis nach Wertschätzung sowie die sozialen Bedürfnisse sind abgedeckt, da sich Trekkingreisende mutmaßlich einer bestimmten sozialen Gruppe zugehörig fühlen bzw. darin integriert sind. Außerdem kann der Schluss gefasst werden, dass sich diese Zielgruppe in einer höheren Einkommensschicht

bewegt und Trekkingreisende „gut situierte“ Personen sind, da auch die physiologischen- sowie Sicherheitsbedürfnisse abgedeckt sind.

Die Bedürfnispyramide nach Maslow ist nach Meinung der Autorin aber lediglich als Basis für die Suche nach den Reisemotivationen von Trekkern anzusehen. In der touristischen Motivationsforschung werden fünf Motivationsgruppen des Reisens unterschieden, welche nicht wie die Bedürfnisse von Maslow hierarchisch dargestellt werden, sondern nebeneinander auf einer Ebene stehen:

1. Das Bedürfnis nach physischer und psychischer Entspannung und Erholung
2. Das Motiv nach Abwechslung, Erlebnis und Sport
3. Das Bedürfnis nach sozialen Kontakten, Geselligkeit und Kommunikation
4. Das Bedürfnis nach Bildung, Entdeckung und Kultur
5. Das Bedürfnis nach Naturerlebnissen (Freyer, 2011, S. 75)

Betrachtet man die genannten Motivationsgruppen im Gesamten, sieht die Autorin bei den Interessen der Trekkingtouristen ähnliche Überschneidungen hinsichtlich der Motivation nach solch Reisen. Um ein detailliertes Profil der Zielgruppe zu erstellen, werden demnach folgend die spezifischen Reisemotive der Trekkinginteressierten beleuchtet.

3.1.2.3 Spezifische Reisemotive und Bedürfnisse der Trekkingreisenden

Braun definiert Reisemotive als:

..die Gesamtheit der individuellen Beweggründe, die dem Reisen zugrunde liegen. Psychologisch gesehen handelt es sich um Bedürfnisse Strebungen, Wünsche, Erwartungen, die Menschen veranlassen, eine Reise ins Auge zu fassen bzw. zu unternehmen. Wie andere Motive auch, sind sie individuell verschieden strukturiert und von der soziokulturellen Umgebung beeinflusst (1993, S.199).

Auch die Entscheidung, eine Trekkingreise zu unternehmen, ist von einer Vielzahl an spezifischen Reisemotiven beeinflusst, welche je nach Charakter der Reise, sowie den Bedürfnissen, Sehnsüchten und Erwartungen der

Nachfrager individuell ausgeprägt sind. Allgemein lässt sich, wie bereits erwähnt, feststellen, dass sich die Motivationen der heutigen Reisenden über die letzten Jahre stark verändert haben. Die Reisemotive der modernen Gesellschaft lassen sich anhand der Charakteristik des „heutigen Touristen“ erkennen. Dieser beschreibt sich vor allem durch neue Wertevorstellungen und Lebensstile (Erlebnisorientierung, hohe Emotionalität, der Wunsch nach Authentizität, Gesundheits- und Umweltbewusstsein), größere Kompetenzen (größere Reiseerfahrung oder spezielle Interessen wie Klettern, Wandern), veränderte demografische Voraussetzungen (mehr Freizeit, flexible Arbeitszeiten) (Schmude & Namberger, 2015, S.67) und durch die Suche nach Individualität (Risikoorientierung, Wunsch nach Individualisierung, Bedürfnis nach Wahl- und Handlungsfreiheit) (Kagermeier, 2016, S. 72). Nahezu alle der genannten Charakterisierungen passen auf das Profil des Trekkingtouristen. Welche sind aber nun im Detail die möglichen Motivationen, die Auslöser für die Reiseentscheidung sein können? Um diese Frage zu beantworten, hat die Autorin einzelne, auf das Profil des Trekkingtouristen zugeschnittene Motive zusammengefasst:

Zunächst ist das Motiv **der Begegnung mit Natur und der Konfrontation mit schöner Landschaft** zu erwähnen. Der entscheidendste Beweggrund für das Wandern ist beispielsweise der Naturgenuss. Nach einer Studie zum Thema Wandermotive haben 86% der Befragten angegeben, dass das Genießen der freien Natur einen besonders wichtigen Grund zum Wandern darstellt (Dreyer et al., 2010, S. 80). Auch für Trekkingtouristen ist das Erlebnis in der freien Natur und Wildnis einer der Beweggründe bei der Reiseentscheidung (Dreyer et al., S. 35). Vor allem für Menschen, die im städtischen Raum leben, treffen diese Beweggründe zu. Einige Naturräume und Landschaftsformen haben positive Auswirkungen auf Personen, welche sich in diesen Gegenden aufhalten. Demnach steigern sie das Wohlergehen der Wahrnehmenden und rufen positive Gefühlszustände hervor.

Die Autorin möchte in diesem Kontext auch das Thema **Authentizität** erwähnen. Beeinflusst von unserer beschleunigten Gesellschaft und der Komplexität des Alltags, sehnt sich der Mensch immer mehr nach Ursprünglichkeit, nach dem Authentischen und Unverfälschten. Der Begriff Authentizität wird in der Tourismusliteratur seit langer Zeit diskutiert und findet in den unterschiedlichsten Kontexten Verwendung (Brown, 2013, S.176). Allgemein spricht man bei Authentizität im Kontext des Tourismus von „der Echtheit von Erlebnissen und Erfahrungen“. Bezieht sich der Begriff auf eine Destination, so bedeutet er „die Echtheit des Ortes“ bzw. „die Echtheit der Szenerie“. Außerdem zählen auch die Interaktion zwischen Reisenden und Einheimischen sowie die Darstellung von Brauchtümern und Tradition hierzu. Aufgrund der Überhäufung mit Virtualität und Künstlichkeit sehnen sich Menschen danach, tiefgründige Erfahrungen zu erleben (Zehrer, 2010, S. 261). Die Bewahrung von Authentizität wird also im Tourismus zunehmend zur Priorität. Problematisch hierbei ist es, dass Authentizität ein soziales Konstrukt ist und von jedem unterschiedlich wahrgenommen wird. So kann ein touristisches Produkt für den einen Urlauber als authentisch und für den anderen als inszeniert erachtet werden (Backhaus, 2006, S.108). Wahre Werte zu erleben wird aber zu einem wesentlichen Aspekt in der Tourismuswirtschaft, so stellt eine optimale Inszenierung bei der Erhaltung der gewünschten Authentizität die jeweiligen Akteure vor große Herausforderungen (Zehrer, 2010, S. 260). Für die Entwicklung von touristischen Angeboten, insbesondere aber für Reisen, bei denen das Bedürfnis nach Authentizität ein wesentliches Kriterium der Reiseentscheidung ist, wie es auch bei Trekkingreisen der Fall ist, gilt es, mit großer Sensibilität in der Planung vorzugehen. Trekkingreisende möchten Länder authentisch erleben (D. Wylezol, Wikinger Reisen, Interview, 07. Juli 2016) und sehnen sich nach authentischen Erfahrungen in unverfälschter und echter Umgebung. Fraglich ist aber nun, ob sich Authentizität im Tourismus richtig inszenieren lässt, denn nach Ansicht der Autorin stehen die beiden Begriffe Authentizität und Inszenierung im Widerspruch miteinander. Denn auch Opaschowski sagte schon: „Die Künstlichkeit der Inszenierung

steht allerdings im Gegensatz zu einer wachsenden Sehnsucht nach Natürlichkeit und Ursprünglichkeit“ (2006, S. 55). Allgemein bedeutet Inszenierung im Tourismus „die marktgerechte Umsetzung eines tourismusrelevanten Themas“ und dient in erster Linie zur Profilierung. Es soll also ein einzigartiges Erlebnis kreiert werden und dadurch ein Alleinstellungsmerkmal gegenüber Wettbewerbern geschaffen werden (Zehrer, 2010, S. 265). Die Inszenierung im Tourismus nimmt aber als Erfolgsfaktor durch den zunehmenden Wettbewerb eine immer bedeutendere Rolle ein. Inszenierung hat also die Aufgabe, Atmosphären zu schaffen, in welchen der Reisende die Möglichkeit bekommt, Erlebnisse zu kompilieren. Die Herausforderung ist es jedenfalls hierbei, das Spannungsfeld zwischen Authentizität und Inszenierung möglichst zu nutzen und im Sinne eines „sowohl-als-auch“-Denkens beide Begriffe zu vereinen und in das touristische Angebot zu integrieren (Zehrer, 2010, S. 270). Auch für die Konzeption einer Abenteuerrekkingtour erfordert dies Feingefühl in der Planung. Es kann dann von einem authentischen Produkt gesprochen werden, wenn die kommunizierten und beworbenen Informationen der Reise schlussendlich dem tatsächlichen Inhalt und der Leistung der Tour gleichen.

An zweiter Stelle steht hierbei das Motiv nach **Gesundheit** und **Entlastung vom Alltagsstress** (Dreyer et al., 2010, S. 80). Die Alltagsflucht ist vermutlich allgemein der Hauptgrund, warum Menschen Urlaub machen (Bittner, 2006, S. 45.) Auch bei Trekkingreisen spielt diese Sehnsucht nach Meinung der Autorin eine bedeutende Rolle. Ausgelöst durch alle Rahmenbedingungen, welche solch eine Tour mitbringen, gelingt es dem Menschen, den Stresssituationen und Belastungen des Alltags zu entfliehen (H. Gröbner, Clearskies, schriftl. Interview, 07. Juli 2016). Trekking kann hierbei als Überschreitung des Alltags und als die Suche nach sowie die Erkundung der Gegenwelt angesehen werden. Zum Thema Gesundheit lässt sich sagen, dass das allgemeine Interesse sowie das Erhalten des eigenen Wohlbefinden und der Gesundheit einen immer höheren Stellenwert in unserer Gesellschaft erlangen (Menzel & Dreyer, 2009, S. 277). Dem Thema

Gesundheit wird vermehrt Aufmerksamkeit geschenkt und es durchdringt immer mehr unserer Lebensbereiche. So gewinnt Gesundheit auch als Urlaubsmotiv immer mehr an Bedeutung. Der Begriff Gesundheit erweitert sich also und wird nicht mehr nur mit Abwesenheit von Krankheit in Verbindung gebracht. Stattdessen geht es auch um Sinnstiftung (Illing, 2010, S. 37) und Gesundheit wird zu einem Mittel, um mehr Lebensqualität zu erlangen (Olsen, 2011, S. 462). Nach Ansicht der Autorin bedeutet eine Trekkingreise also Entlastung von Alltag und Stresssituationen und kann so zu mehr Lebensqualität und persönlichem Wohlbefinden beitragen.

Im Gegensatz zum Wandern, bei dem das Gesundheitsmotiv eher im Kontext der Prävention und Gesundheitsvorsorge steht, geht es beim Trekking vor allem um das Bedürfnis nach dem **sportlichen Erlebnis, körperlicher Leistung, dem Abenteuer** und auch um **die Suche nach dem Sinn des Lebens**. Es geht nicht darum, sich körperlich zu erholen und auszuruhen, sondern vielmehr um das Kennenlernen und Austesten der eigenen Grenzen. Demnach greifen Reisende immer mehr zu Angeboten für Abenteuerreisen oder Extremsportarten, bei denen teilweise Risiken eingegangen werden, um gewisse Glücksgefühle, die sogenannten *Flow*-Zustände (siehe Kap. 3.1.3.1.2.), zu erreichen. Gleichzeitig sind diese Bedürfnisse aber nicht nur als körperliche Ausgeglichenheit aufzufassen, denn wie bereits erwähnt ist auch das seelische sowie soziale Wohlergehen bedeutsam. Demnach suchen Menschen nach dem Sinn des Lebens weit entfernt von unserer individualisierenden Gesellschaft, sehnen sich nach Ausgleich und Reduktion, um unter anderem der Komplexität des Alltags zu entfliehen. Die Bevölkerung sehnt sich nach spirituellen Erlebnissen, nach Selbstfindung, also der Rückbesinnung auf die eigenen Wurzeln (Dreyer et al., 2010, S. 277). Hierfür ist eine Trekkingtour in der Natur geeignet, da mehrstündiges Gehen und Wandern sehr meditativ wirken können (H. Gröbner, Clearskies, schriftl. Interview, 07. Juli 2016). Grund für diese Motivationen ist vermutlich die wachsende Sinnorientierung in unserer Gesellschaft. Menschen suchen nach Erlebnissen, die Sinn stiften. Viele

Forscher sprechen immer wieder von einer Erlebnisgesellschaft, deren Mitglieder die Maximierung des Erlebens als oberstes Ziel haben. Friedl ist der Ansicht, dass es hierbei um das Prinzip der Erlebnismaximierung, also um „das permanente Streben nach stetiger Intensivierung von außergewöhnlichen Erfahrungen geht“ (2013, S. 5).

Abschließend ist noch ein weiteres Motiv zu erwähnen: das Bedürfnis nach **Kultur** und **Bildung**. Das Erleben der fremden Kultur spielt bei Wanderreisen eine bedeutende Rolle. Die Attraktivität einer Wander- oder Trekkingregion ist also auch von fremder Kultur abhängig (Dreyer, 2010, S. 279). Hierbei sind neben Kulturstädten, Denkmälern oder Bauwerken auch Kulturlandschaften, welche durch uralte bäuerliche Kulturen gestaltet sind, nennenswert. Bei den genannten Motivationen handelt es sich nach Meinung der Autorin aber nicht rein um Aktivitäten und den Besuch kultureller Orte im Rahmen einer Reise. Hier sind eher bildungsorientierte Reisen, im Zusammenhang mit dem Kennenlernen fremder Kulturen und mit dem Austausch mit der lokalen Bevölkerung gemeint. Es geht um das hautnahe erfahren der Tradition, Lebenskultur und regionaler Identität der Zieldestination. Für Trekkingreisende steht das Erleben der fremden Kultur im Fokus. Dies bietet für die Reisenden auch eine Möglichkeit, einen „neuen“ bzw. veränderten Blick auf die eigene Kultur bzw. persönliche Lebensweise zu erlangen (H. Gröbner, Clearskies, schriftl. Interview, 07. Juli 2016). Es geht also viel mehr um Bildung im ganzheitlichen Sinne. Trekkingreisende streben danach, ihre Kompetenz zur Lebensbewältigung zu erweitern. Es geht um die Identifikation von persönlichen Hindernissen und im weiteren Sinne darum, Strategien zu entwickeln diese zu bewältigen. Nach Meinung der Autorin können im Zuge solcher Reisen Kompetenzen gebildet werden, welche im Hinblick auf die persönliche Lebensweise zur Bewältigung von Herausforderungen genutzt werden.

Der Grundstein für die Konzeption einer Abenteuer-trekkingtour ist gelegt, da wir nun wissen, anhand welcher menschlichen Bedürfnisse wir die Elemente

der Reise abstimmen müssen. Wir haben den Kundenkreis charakterisiert und eingegrenzt, aber der Autorin stellt sich gegenwärtig noch die Frage, was sich genau hinter dem Begriff Abenteuer verbirgt. In unserer Gesellschaft findet er für unterschiedlichste Bedeutungen Verwendung, aber was konkret bedeutet er im Kontext mit dem Tourismus und unter welchen Rahmenbedingungen spricht man von einer Abenteuerreise?

3.1.3 Tourismus und Abenteuer

Das folgende Kapitel behandelt die Theorie des Abenteuers und gibt in weiterer Folge einen Überblick über die Komponenten des Produkts „Abenteuerreise“. Im Rahmen der theoretischen Aufbereitung wird speziell den Motiven und Sehnsüchten der Abenteuer- und Risikosuchenden große Beachtung geschenkt. Auch Zieldestinationen des Segments, sowie die Gründe für den Verlust von Abenteuerdestinationen werden dargelegt.

3.1.3.1 Die Theorie des Abenteuers

Um zu begreifen was den Abenteuer tourismus charakteristisch macht und wo die Grenzen zu anderen Formen des Tourismus liegen, müssen wir zunächst auf die Ursprünge des Begriffs *Abenteuer* zurückkehren. Viele Menschen nutzen das Wort im Sinne von unterschiedlichen Bedeutungen. Produkte, die mit Abenteuer in Verbindung stehen, werden in Magazinen und Broschüren mit Wörtern wie Nervenkitzel, Adrenalin, Angst, Reise, Expedition, Risiko, Erfolg, Kühnheit, Herausforderung, Euphorie, etc. genutzt und assoziiert (Swarbrooke et al., 2003, S. 7). Diese Beispiele zeigen, dass der Begriff sowohl mit positiver als auch negativer Behaftung genutzt wird.

Was bedeutet aber nun *Abenteuer*, und gibt es eine gängige Definition? Swarbrooke et al. (2003, S. 8) glauben nicht an eine einzige Eigenschaft, das Wort zu beschreiben. Es wurden von den AutorInnen aber zehn verschiedene Charakteristika eruiert, die zusammengesprochen das *Abenteuer* als Begriff definieren (Swarbrooke et al., 2003, S. 9-14). Folgend werden die einzelnen Eigenschaften erläutert:

- **Ungewisser Ausgang**

Einer der wesentlichsten Merkmale des Abenteuers ist der, dass der Ausgang immer ungewiss ist. Durch diese Situation wird bei dem Betroffenen Hingabe und Begeisterung/Aufregung ausgelöst. Diese Ungewissheit eröffnet eine gewisse Herausforderung und kann beispielsweise durch Gefahr/Risiko oder durch Neuheit (das Ausüben von etwas Neuem/Fremden) hervorgerufen werden.

- **Gefahr und Risiko**

Diese beiden Begriffe stehen mit der Ungewissheit in Zusammenhang und beeinflussen sich jeweils gegenseitig. Die Ungewissheit ruft beispielsweise ein gewisses Risiko hervor. Risikosituationen wiederum stehen immer in Verbindung mit Personen, die sich in eine gewisse Gefahr begeben. Die Fähigkeit, ein Risiko oder eine Gefahr zu tolerieren, ist von Individuum zu Individuum unterschiedlich. Die idente Situation kann bei einem Menschen Freude und gleichzeitig bei einem anderen Angst auslösen.

- **Herausforderung**

Das gemeinsame Auftreten von Faktoren wie ein ungewisser Ausgang, Gefahr, Risiko und das Bewusstsein, mit schwierigen Verhältnissen umzugehen, stellen eine Herausforderung dar. Diese Herausforderung kann von individueller, moralischer, spiritueller, emotionaler oder physischer Natur sein. Der Grad der Herausforderung hängt von der persönlich empfundenen Intensität der Erfahrung ab. Sie ist nicht nur von dem Level der Gefahr, sondern auch stark von den physischen und psychischen Fähigkeiten des Betroffenen abhängig.

- **Erwartete Belohnung**

Jedes erlebte Abenteuer bringt die Erwartung einer gewissen Erfahrung/Belohnung mit sich. Am Beginn wird meist ein bestimmtes Ziel angestrebt, das aber am Ende der Tätigkeit oft gar nicht erreicht wird. Bei der erwarteten Belohnung geht es aber nicht um diese Ziele, sondern die Befriedigung des Abenteurers erfolgt nach dem Motto „der Wille zählt!“. Der Betroffene ist meist schon mit seiner Leistung zufrieden und empfindet

dadurch Freude. Auch Fotos oder Geschichten werden als „Trophäen“ oder „Siegeszeichen“ assoziiert und stellen eine Belohnung dar.

- **Neuartigkeit**

Bei einem Abenteuer wird meist etwas erlebt, das für den Teilnehmer etwas völlig Neues und Frisches ist. Swarbrooke et al. sind der Ansicht, dass eine wiederholte oder vorhersehbare Erfahrung niemals ein richtiges Abenteuer sein kann.

- **Stimulation und Aufregung**

Ein Abenteuer ist eine stimulierende und intensive Erfahrung. Während eines Abenteuers sind Menschen gewissen Umgebungen und Situationen ausgesetzt, die ihre Sinne, Emotionen, den Intellekt und den Körper stimulieren. Abenteuer lösen oft erhöhte Wahrnehmungen und Lebendigkeit aus und werden durch Adrenalin verursacht. Auch dieses Phänomen ist von Mensch zu Mensch unterschiedlich. Zum einen kreieren diese Erfahrungen Aufregung/Begeisterung beim Einen und gleichzeitig Unruhe beim Anderen.

- **Welt- und Realitätsflucht**

Die von dem Abenteuer ausgelöste Stimulation und Intensität geben den Auslöser, aus dem Alltag und die Routine des Lebens für einen Augenblick zu entfliehen. Neue Umgebungen und Aktivitäten geben die Möglichkeit, in eine Art Paralleluniversum einzutauchen.

- **Erkundung und Entdeckung**

Durch das Begegnen neuer Plätze, fremder Kulturen etc. gewinnt der Betroffene an Selbsterkenntnis und Erfahrung. In dem Zusammenhang wird außerdem angenommen, dass der Wille, aus neuen Situationen zu lernen, oft Motiv bei (Abenteuer-)Reisen ist.

- **Aufnahme und Konzentration**

Es gibt eine Vielzahl an mentalen und emotionalen Zuständen, die während eines Abenteuers durchlebt werden können. Dazu gehören auch die Aufnahme und die Konzentration. Eine Herausforderung beispielsweise erfordert bestimmte Fähigkeiten und völlige Konzentration bei der Durchführung.

- **Variierende Gefühle**

Abenteuer sind immer emotionale Erfahrungen. Bereits vor dem Beginn des eigentlichen Abenteuers investieren Menschen häufig viel emotionale Energie. Dabei geht es oft um Träumereien, Gegrübel, Hoffnungen und das Bilden von Selbstvertrauen. Das Abenteuer selbst gleicht oft einer Achterbahn der Gefühle. Die Betroffene erleben wechselnd gegensätzliche Emotionen wie: Terror und Euphorie, Freude und Verzweiflung oder Angst und Genuss (Schwarbrooke et al. 2003, S. 9-14).

Abenteuer sind also Situationen, in denen sich der Betroffene in unbekannte Zustände begibt und dabei mit gewissen Herausforderungen konfrontiert wird. Diese Zustände sind mehr von den individuellen mentalen und emotionalen Wahrnehmungen des Betroffenen abhängig, anstelle von seiner körperlichen Leistungsfähigkeit (Swarbrooke, 2003, S. 14). All diese genannten Begriffe beschreiben also den Begriff *Abenteuer* im Gesamten. Abenteuer ist etwas Subjektives und wird von jedem Menschen anders empfunden. Was bedeuten diese empfundenen Faktoren aber im Kontext des Tourismus? Bei diesen Gefühlszuständen, speziell bei dem Empfinden von Gefahr, Risiko und Herausforderung, handelt es sich bei den Betroffenen eher um Illusionen, also um falsche Wahrnehmungen der Wirklichkeit. Meist sind diese „Gefahrensituationen“ also eher Sinnestäuschungen. Der Reisende wird in Umstände gebracht, in denen er an seine persönlichen Grenzen gebracht wird. Diese werden, wie bereits erwähnt, von jeder Person individuell und in verschiedenem Ausmaß empfunden. Letztendlich ist der Ausgang jedes Abenteuers im Tourismus aber vom Reisevertrag abhängig. Der Reiseveranstalter entscheidet also über die jeweiligen Grenzen, an welche die Teilnehmer im Zuge der Reise herangeführt werden. Somit ist bei der Planung von solch Reisen entscheidend, die Balance zwischen richtiger Inszenierung des Abenteuers und dem Thema Sicherheit zu finden, da der RV für seine Kunden haftet.

Nach persönlicher Meinung der Autorin sind die Charakteristika „Gefahr“ und „Risiko“ einige der Bedeutendsten, wenn es um die Beschreibung des Begriffs Abenteuer geht. Auch das Wort „Grenzüberschreitung“ erscheint immer wieder im Zusammenhang mit Abenteuern. Aber was bedeuten diese Assoziationen im Detail und in welcher Art und Weise unterscheiden sie sich? Dieser Frage soll im folgenden Unterkapitel nachgegangen werden.

3.1.3.1.1 Grenzüberschreitung und Risikosuche

Menschen begeben sich immer wieder freiwillig in Situationen, bei denen sie sich Risiken aussetzen. Diese empfundenen Zustände ermöglichen es ihnen, ihre Kompetenzen zu erweitern und ihren Handlungsspielraum zu erschließen. Risikosituationen sind entscheidend für unsere Entwicklung. Sie fördern unsere Persönlichkeit, das Selbstbewusstsein und die Wahrnehmung. Wer nie lernt, Strategien im Umgang mit dem „Scheitern“ zu erlernen, kann auch nie Verantwortung für seine Handlungen übernehmen und wird Probleme in der Gesellschaft und mit seinem sozialen Umfeld haben (Einwanger, 2007, S. 12-13). Im Allgemeinen kann man sagen, dass Risikosituationen förderlich für unsere Gesundheit sind. Bereits vor über 150 Jahren hat der Arzt Rössler Gesundheit folgendermaßen beschrieben: „Gesundheit ist nicht die Abwesenheit von Problemen, sondern der Mut, mit ihnen umzugehen“. Das bedeutet, dass wir nicht dann gesund sind, wenn wir keine Schwierigkeiten haben, sondern dann, wenn wir mutig genug sind, uns ihnen zu stellen. Es geht also um Auseinandersetzung als Möglichkeit zur persönlichen Entwicklung (Koller, 2007a, S. 32). In diesem Kontext ist auch der Begriff der Resilienz erwähnenswert, welcher sich aus dem englischen Wort „resilience“ ableitet. Wörtlich übersetzt bedeutet dieser „Spannkraft“ oder „Widerstandsfähigkeit“. Von Resilienz spricht man also, wenn Menschen belastenden Lebenssituationen ausgesetzt sind, sich aber trotzdem psychisch gesund entwickeln (Fröhlich-Gildhoff & Rönna-Böse, 2014, S. 9). Wustmann definiert Resilienz als „die psychische Widerstandsfähigkeit gegenüber biologischen, psychologischen und psychosozialen Entwicklungsrisiken“ (2004, S. 18). Resilientes Verhalten tritt dann ein, wenn eine Person eine Risikosituation positiv bewältigt hat.

Demnach ist Resilienz keine Charaktereigenschaft, die eine Person besitzt oder im Laufe ihres Lebens entwickelt, sondern versteht sich als Interaktionsprozess zwischen dem Individuum und seiner physischen und sozialen Umwelt (Wustmann, 2004, S. 28). Die Fähigkeit zu resilientem Verhalten erfolgt somit nicht nur auf individueller Ebene, sondern ist stark an den Einfluss des sozialen Umfelds (Erziehung, Bildung, Familie) gebunden (Fröhlich-Gildhoff & Rönna-Böse, 2014, S. 11). Resilienz verändert den Menschen also im Laufe seines Lebens. Bestimmte Risiko- und Krisensituationen werden genutzt, um die persönliche Entwicklung zu fördern und die psychische Gesundheit zu erhalten.

Der Grad zwischen dem „Risiko“ und der „Gefahr“ ist sehr schmal und demnach muss hier strikt unterschieden werden, denn in Gefahrensituationen ist die Existenz des Betroffenen unmittelbar bedroht (Einwanger, 2007, S. 12). In unserer heutigen Gesellschaft wird die Bedeutung der beiden Begrifflichkeiten in den Medien oder auch in wissenschaftlichen Studien häufig gleichgestellt. Diese Gleichsetzung ist aber gefährlich, denn Risiko bedeutet, „sich auf eine Erfahrung mit unsicherem Ausgang einzulassen“, und ist eng mit der Wagnis (sich zu trauen) verbunden. Gefahr bedeutet hingegen, das eigene Leben aufs Spiel zu setzen (Koller, 2007a, S. 33). Dabei sind wir an dem Punkt, an dem die Grenzüberschreitung ins Spiel kommt. Häufig ist Personen die differenzierte Bedeutung von Risiko und Gefahr nicht bewusst, bzw. können sie die jeweilige Situation, in der sie sich befinden, nicht einschätzen. Dann neigen sie dazu, die Grenze vom Risiko hin zur Gefahr zu übertreten und begeben sich in gefährliche Situationen.

Betrachtet man die Thematik aus soziologischer Sicht, ergibt sich die Frage, warum unsere Gesellschaft Risiko- und Grenzerfahrungen machen. Koller beschreibt eine Grenze als „einen Raum besonderer Bewusstheit und Wahrnehmung“ (2007a, S. 36). Grenzen sind sensible Zonen, in denen sich Intensität und Austausch ereignen.“ Vor allem bei Jugendlichen ist die Suche

nach Grenzerfahrungen durch von der Gesellschaft ausgesprochene Verbote ausgeprägt. Dabei geht es um das Reaktanz-Phänomen, sie reagieren auf gewisse Vorschriften mit sehr phantasievollem Trotzverhalten. Außerdem hängen Grenzerfahrungen eng mit dem Gesundheitsbewusstsein zusammen. Gesundheit steht im Zusammenhang mit der Frage des persönlichen Lebenssinns und ist erst dann wertvoll, wenn sie für gewisse Dinge einsetzbar ist. Menschen, die ihren Alltag als sinnvoll empfinden, neigen oft dazu, ihre Gesundheit für Erfahrungen aufs Spiel zu setzen, bei denen sie kurzfristige Höhepunkte ihres Lebens empfinden (Koller, 2007a, S. 36-37).

Fazit

Abschließend kann für die Konzeption von Abenteuerreisen das Fazit gezogen werden, dass das Erleben von Grenzerfahrungen als Bedürfnis der Kunden im Rahmen der Planung durchaus berücksichtigt werden sollte, hierbei aber strikt zwischen ernstzunehmender Gefahrensituation und abenteuerlichem Erlebnis zu unterscheiden ist. Wie bereits angesprochen, muss der RV im Sinne der Haftung darauf achten, den Kunden nicht in lebensbedrohliche Umstände zu bringen. Nach Meinung der Autorin ist schon das Heranführen an die persönlichen Grenzen ausreichend, um im Zuge dieser Prozesse Befriedigung zu erfahren. Die Herausforderung für den Produktentwickler ist somit, das Gleichgewicht zwischen den Sehnsüchten der Kunden und gleichzeitig dem Grad der Gefahr bei der Auswahl der Aktivitäten zu finden.

Nachdem nun die Frage nach der Unterscheidung zwischen Risiko und Gefahr geklärt wurde, wird der folgende Abschnitt einen Einblick in die Motive und Sehnsüchte der Abenteuerreisenden bieten.

3.1.3.1.2 Die Motive der potentiellen Zielgruppe

Die Motivationen für Abenteuererfahrungen sind vielfältig und hängen stark von der individuellen Persönlichkeit und der ausgeübten Tätigkeit ab. Hall und Weiler nannten bereits 1992 Motive wie der Kontakt mit der Natur,

Stimulation, Selbstverwirklichung und sozialen Kontakt als Beweggründe für Abenteuerfreizeitaktivitäten. In rund 50 durchgeführten Studien wurden 14 verschiedene Kategorien von Motivationen für den Abenteuertourismus identifiziert. Buckley hat diese dann 2012 in seiner Studie „Rush as a key motivation in skilled adventure tourism“ zusammengefasst und nach drei Motivgruppen klassifiziert:

1. **Intern: Leistung und Aktivität:** Nervenkitzel, Angst, Kontrolle, Fähigkeiten, Erfolg, Fitness und Risiko
2. **Intern/extern: Ort und Natur:** Natur, Kunst und Seele
3. **Extern: Soziale Position:** Freunde, Image, Flucht und Wettbewerb (Buckley, 2012)

Nach Schlegelmilch und Ollenburg stellen das Risiko, der Nervenkitzel und die Angst Hauptmotivationen dar, welche die Entscheidung, eine Abenteueraktivität auszuführen, beeinflussen (2013). Auch die Autorin schließt sich dieser Auffassung an und würde die Abenteuerreisenden in die von Buckley entwickelte Gruppe 1 einordnen. Natürlich spielen auch meist die Motive der anderen Gruppen eine Rolle bei der Reiseentscheidung, vor allem weil bei den Betroffenen meist mehrere Sehnsüchte zusammenspielen. Wie bereits erwähnt, ist es für die erfolgreiche Vermarktung von Produkten aber essentiell, seine Zielgruppe exakt zu definieren. Demnach möchte die Autorin im anschließenden Schritt die wichtigsten Motive zusammenfassen und kurz erläutern.

Die Suche nach Grenzerlebnissen

Im Kapitel 3.1.3.1.1. wurde die Thematik der Grenzerfahrungen bereits diskutiert. Was bedeuten sie aber im touristischen Kontext? Im Segment des Abenteuertourismus wird der Begriff Grenzerlebnis, im Englischen „Borderline-Experiences“ genannt, genutzt. Speziell im Bereich des Extremsports sind diese Erlebnisse zur Formung der eigenen Persönlichkeit, zur Schulung des Selbstbewusstseins und zur Weiterentwicklung angesehen. Abenteuerreisende sind auf der Suche nach Grenzerfahrungen, um die eigenen Leistungsgrenzen, ihre Selbstkontrolle und Risikogrenzen

auszutesten (Peters & Müller, 2011, S. 32). Experten aus der Reiseveranstalterbranche beschreiben Grenzerfahrungen im Zusammenhang mit Abenteuer- bzw. Trekkingreisen im physischen Sinne (D. Wylezol, Wikinger Reisen, Interview, 07. Juli 2016). Hierbei geht es durchaus um Grenzerfahrungen, aber nicht mit dem Ziel, diese zu überschreiten. Meist reicht es schon, wenn Kunden an ihre Grenzen herangeführt werden, um den eigenen Körper zu spüren und die individuelle Leistungsfähigkeit auszutesten, denn überschreitet man seine Grenzen, lernt man auch seine Leidensfähigkeit kennen (H. Gröbner, Clearskies, schriftl. Interview, 07. Juli 2016).

Die Lust zu Abenteuern: Das Flow Erlebnis

Personen loten also durch das Eingehen von bestimmten Risiken ihre Grenzen aus. Es geht darum, sich selbst zu erfahren, was ihnen durch die Langeweile im Alltag oft nicht möglich ist. Aus dieser Erlebnisarmut hervorgerufen entsteht die Lust nach Abenteuern und die Sehnsucht nach außergewöhnlichen Emotionszuständen, wie dem *Flow*-Erlebnis. Csikszentmihalyi et al. definiert Flow wie folgt: „Flow is a subjective state that people report when they are completely involved in something to the point of forgetting time, fatigue, and everything else but the activity itself.“ (2005, S. 600). Menschen entwickeln den Flow, wenn sie ihre Fähigkeiten einsetzen oder herausgefordert werden. Das Flow-Erlebnis löst eine Reihe von positiven Gefühlen in uns aus. In diesem Zustand ist unsere gesamte Aufmerksamkeit auf eine bestimmte Tätigkeit gerichtet. Wir fühlen uns hemmungslos und blenden die Außenwelt und unsere Umgebung für einige Zeit aus (Engelke, 2012, S. 6). Menschen sehnen sich nach diesen Flow-Erlebnissen, da dabei Spannung von uns fällt und wir von Glücksgefühlen überströmt werden.

Natur erleben

Abenteuerreisen spielen sich meist im Freien ab. Demnach ist das Erleben der Natur ein zentrales Element bei der Ausübung der Aktivitäten. Die Natur

hat einen enormen Einfluss auf die Reisenden, denn sie stehen den ungezähmten Naturgewalten machtlos gegenüber. Das Setting wird, mit all seinen Gegebenheiten, zu einem abenteuerlichen Erlebnisort und ruft beim Kunden gelegentlich auch Ängste hervor (Bittner, 2006, S. 79). Diese Angst ist wiederum aber nicht nur negativ behaftet und vermittelt durch den Zustand auch gewisse Erlebniswerte.

All die hier aufgelisteten Sehnsüchte sowie die im Rahmen des Kapitels 3.1.2.3. dargestellten Bedürfnisse dienen der Definition der potenziellen Zielgruppe im Rahmen der Produktentwicklung. Die Charakterisierung seiner Zielgruppe ist immer der Grundstein für die Konzeption von Reisen und steht somit am Beginn des Arbeitsprozesses. Hierbei stellt sich nun die Frage, wie der Prozess der touristischen Produktentwicklung aussieht und welche Schritte dabei zu beachten sind. Ein erfolgreiches und marktfähiges Produkt erfordert zunächst immer eine gut durchdachte Strategie, sowie ein strukturiertes Konzept. Wie solch ein Konzept aussehen könnte und welche wesentlichen Elemente dabei berücksichtigt werden sollten, wird im folgenden Unterkapitel illustriert.

3.1.3.2 Das Produkt – Abenteuerreise

Bevor sich die Autorin dem Prozess der touristischen Produktentwicklung widmet, soll zunächst der Frage nachgegangen werden, wie sich das Abenteuer im touristischen Kontext manifestiert und welche Rahmenbedingungen für die Konzeption einer Abenteuerreise wesentlich sind. Da der Abenteuerismus ein sehr breites Konzept ist, soll zunächst versucht werden, den Markt etwas einzugrenzen. Die beiden Begriffe Abenteuerismus und Abenteuerreise wurden bereits erläutert (siehe Kapitel 3.1.1.2.).

Es gibt eine Vielzahl an Konzepten, die den Abenteuerismus nach Kategorien oder Typologien eingrenzen. Die Unterscheidung in „Hard Adventure“ and „Soft Adventure“ schien der Autorin am logischsten und für die Thematik der Master-Thesis am geeignetsten. Dieses von Forschern

entwickelte Konzept beschreibt das Kundenverhalten von Abenteuerreisenden, beginnend mit dem milden/sanften Abenteuer am einen Ende der Skala bis hin zu dem anderen Extrem, dem harten/schwierigen Abenteuer (Swarbrooke et al, 2003, S. 33).

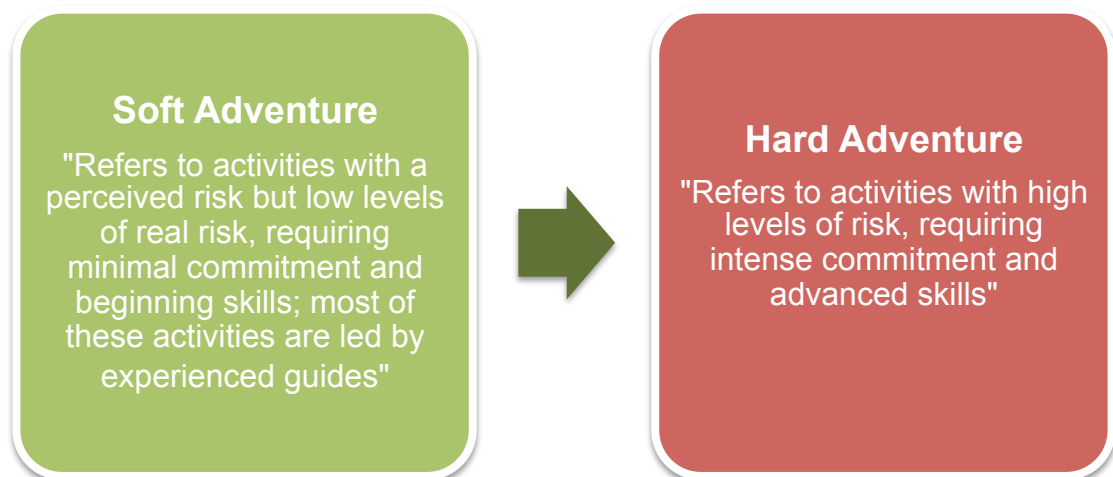


Abbildung 3: Unterscheidung Abenteuerreise

Quelle: Basierend auf Swarbrooke, J., Beard, C., Leckie, S., Promfret, G. (2003). Adventure Tourism. The new frontier. Oxford: Butterworth-Heinemann, S. 33

Eine „Soft Adventure“ Aktivität wird dadurch charakterisiert, dass sie sicher ist und keinen übermäßig körperlichen Anspruch stellt. In diesen Bereich fallen Tätigkeiten wie Radfahren, Camping oder Wasserskifahren. „Hard Adventure“ ist eine größere körperliche Herausforderung und erfordert mehr Leistungsfähigkeit und Fitness. Aktivitäten wie Klettern, Trekking oder Kayaking bringen ein höheres Risikolevel mit sich und treiben die Betroffenen aus ihrer Komfortzone. Die Unterscheidung auf simplem Wege würde bedeuten, dass „Hard Adventure“ Aktivitäten eine gewisse Erfahrung und Kompetenz für die jeweiligen Tätigkeiten voraussetzen, was auf der anderen Seite bei „Soft Adventure“ Trips nicht zwingend notwendig ist. Das Kontinuum vom einen Extrem ins andere beinhaltet unterschiedliche Grade der Herausforderung, Einstellung, Vertrautheit, persönliche Fähigkeiten sowie Intensität und Wahrnehmung der Kontrolle (Swarbrooke et al., 2003, S. 32-33). Abenteuerismus beinhaltet immer zwei Komponenten. Die

Reise selbst und Freizeitaktivitäten, von denen sich der Urlauber eine belohnende oder bereichernde Abenteuererfahrung erhofft. Diese Erfahrungen involvieren eine Bandbreite an Emotionen und ziehen intellektuelle, spirituelle, physische oder emotionale Risiken und Herausforderungen mit sich. Das Produkt „Abenteuerreise“, welches die Abenteuer tourismuserfahrung umschließt, ist aus den grundlegenden Bestandteilen einer Reise, wie dem Setting, den Hauptaktivitäten oder dem Transport aufgebaut und alle oder ausgewählte Teile können das Thema Abenteuer beinhalten.

Wie wird nun aber eine solche Reise entwickelt und welche Schritte müssen dabei beachtet werden? Allgemein ist zu sagen, dass es für die gelungene Entwicklung von jeglichen Tourismusprodukten und –angeboten gilt, ein strukturiertes Konzept zu erarbeiten. Tourismusprodukte müssen marktfähig geformt werden, damit sie auch wirtschaftlich sind. Auch bei der Planung von touristischen Touren ist es sinnvoll, zunächst einen „Aufgabenplan“ zu erstellen, der dann Schritt für Schritt abgearbeitet werden kann. In Anlehnung an den Aufgabenplan einer naturtouristischen Produktentwicklung nach H. Friedl hat die Autorin die wesentlichen Kernbereiche einer Tour-Entwicklung dargestellt.

1. Definition der Zielgruppe

Der erste Schritt ist immer die Festlegung und Charakterisierung seiner Zielgruppe. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse über das Milieu, in dem sich der Kunde aufhält, und über seine Interessen, bietet die Ausgangslage für die inhaltliche Kreation der Reise. Nach Ansicht der Autorin ist es vor allem bei Abenteuerreisen besonders wichtig, das Programm und Angebot dem Niveau der Kunden anzupassen. Der Reisende muss das Gefühl haben, die Situation kontrollieren zu können, andererseits, wird er das Erlebnis mit negativen Erfahrungen verbinden. Er darf weder unter- noch überfordert sein, denn dann besteht die Gefahr, dass Langeweile eintritt bzw. Erschöpfungszustände entstehen.

2. Zieldefinition und Festlegung der Rahmenbedingungen

Als nächsten Schritt müssen Ziele für das Endprodukt definiert werden. Der Produktentwickler muss sich die Frage stellen, wo er am Ende stehen möchte. Was möchte er erreichen und in welchem Rahmen? Außerdem ist es bedeutsam, sein Image zu kreieren und zu spezifizieren. Wie sieht meine Positionierung am Markt aus und wie will ich auf meine Kunden und Wettbewerber wirken? Des Weiteren werden im Zuge dieses Schrittes die für die Tour relevanten Rahmenbedingungen festgelegt. Habe ich meine Idee geboren und weiß ich was meine Kunden wollen, muss ich das geeignete Setting dazu finden. Wohin soll die Reise führen, zu welcher Jahreszeit? Die wesentlichste Frage bei der Wahl der Destination ist aber jene nach der Sicherheit. Welche Gefahren könnten mich im Zielland erwarten und ist es mir möglich, damit umzugehen? Das Thema Sicherheit wird im Kapitel 3.1.4.3. noch ausführlicher behandelt. Außerdem ist hierbei auch die Budgetfrage wichtig. Ich muss im Vorfeld abklären, in welchem finanziellen Rahmen ich mich befinde und welche Mittel ich zur Konzeption zur Verfügung habe.

3. Planung der Route

Sind die Rahmenbedingungen festgelegt, kann die partizipative Zieldefinition erfolgen, die Planung der Route. Das Festlegen der idealen Route zur Verbindung von kulturellen Attraktionen, Highlights und gegebenenfalls diversen Programmpunkten, der Unterkünfte und Verpflegung ist mitunter eine der größten Herausforderungen. Diese Planung erfordert viel Koordination und eine detaillierte Zeitplanung.

4. Transport

Wie bereits erwähnt, unterscheiden wir hierbei zwei Arten von Transport; das Transportmittel, welches für die Anreise in die Zielregion genutzt wird, und die Mittel zur Fortbewegung während der Tour. Hier sind im Vorfeld auch die einzelnen Möglichkeiten und gegebenenfalls Alternativen abzuklären. Der

Transport muss für den Kunden angenehm gestaltet werden, da damit seine Reise beginnt und, wie man so schön sagt, der erste Eindruck zählt.

5. Unterkunft

Die einzelnen Möglichkeiten, welche für die Beherbergung in Frage kommen, sind auf den Charakter der jeweiligen Tour und auf die Bedürfnisse und Ansprüche der Urlauber abzustimmen. Auch hier muss darauf Acht gegeben werden, in welchem finanziellen Rahmen sich die Reise bewegt. Es gibt hierbei beträchtliche Qualitätsunterschiede, von der Nächtigung im Zelt bis hin zur Unterbringung in guten Hotels.

6. Verpflegung

Gleich wie bei der Frage nach der Unterkunft wird die Form der Verpflegung auf den Charakter der Tour, die Kunden und auch auf die lokalen Möglichkeiten der Destination abgestimmt.

7. Programmdarstellung

Die Programmfestlegung der Tour erfordert die Kenntnis über die lokalen Gegebenheiten der Zieldestination. Hierbei ist eine intensive Recherche über diverse Angebote vor Ort ratsam. Hat man Programmpunkte ins Auge gefasst, müssen in einem weiteren Schritt die Verfügbarkeit, der Zeitbedarf, sowie die Kosten geklärt werden. Wesentlich hierbei ist es, die jeweiligen Programmpunkte mit der festgelegten Route zu koordinieren. Die Durchführung muss mit den Rahmenbedingungen der Tour übereinstimmen, damit garantiert werden kann, dass der Zeitplan eingehalten wird.

8. Marketingmaßnahmen - Kommunikationsinstrumente

Um den potentiellen Kunden zielgerecht zu erreichen, müssen die geeigneten Kommunikationsinstrumente für die Vermarktung der Tour gewählt werden. Diese Auswahl verlangt auch danach, das Verhalten seiner Zielgruppe zu kennen. Welche Medien nutzen sie? Verbringen sie viel Zeit vor dem Computer? Sind sie somit technisch affin? Hat man beispielsweise

die Generation 60+ als Zielgruppe, sollte man bei der Wahl der Kommunikationsschienen eher auf indirekte Vermarktung über Reisebüros oder in Form von Katalogen etc. setzen.

9. Vertriebswege

Dieser Schritt steht in engem Zusammenhang mit Nummer acht, denn auch hier ist zu beachten, welche Vertriebschienen für den Kunden am einfachsten sind. Wo halten sie sich auf? Und welcher Vertriebsweg erreicht welche Standorte? Hierbei gibt es zahlreiche Möglichkeiten, vom Eigen-/ Direktvertrieb (Standort, Homepage, etc.), dem Fremdvertrieb (über Partner wie Reisebüros) bis hin zum Vertrieb über diverse Internetportale und Buchungsplattformen.

10. Budgetplanung - Kalkulation

Ein wesentlicher Schritt im Prozess der Produktkonzeption ist außerdem die Budgetplanung. Sämtliche Einzelkosten müssen kalkuliert werden, um am Ende des Tages dem Reisenden einen Pauschalpreis für die Reise zu nennen. Diese Aufgabe erfordert Exaktheit und Feingefühl in der Arbeitsweise. Hierbei sollte darauf Acht gegeben werden, zu einem möglichst frühen Zeitraum bereits eine Grobkalkulation zu erstellen. Erfolgt diese nämlich erst am Ende des Prozesses, läuft der Produktentwickler Gefahr, dass das Produkt aufgrund der Gegebenheiten für die Zielgruppe zu hoch und somit unverkäuflich ist.

Dieser 10-Schritte-Plan gibt einen Überblick über die zentralsten Elemente bei der Tour-Entwicklung. Im empirischen Teil der Arbeit wird sodann der Praxisbezug zu den einzelnen Schritten hergestellt. In Form von Checklisten werden die jeweiligen Kernbereiche am Beispiel der Destination Bosnien-Herzegowina detaillierter bearbeitet.

3.1.3.3 Zielländer des Abenteuerismus

Anders als beim herkömmlichen Erholungsurlaub spielt die Wahl der Zieldestination beim Abenteuerismus eine entscheidendere Rolle. Bei

Strandurlaubern ist das Urlaubsland meist zweitrangig, denn für die meisten ist es nicht von Bedeutung, ob sie in Griechenland oder Spanien am Strand liegen und das Meer genießen. In nahezu allen Arten und Formen des Abenteuerismus ist die Destination selbst das Herz des Erlebnisses. Die Gegebenheiten, vor allem die naturräumlichen Ressourcen, die die jeweiligen Regionen zu bieten haben, geben dem Reisenden die Motivation zum Abenteuerurlaub. Bei Outdoor-Reisen zum Thema Bergsteigen, Klettern, etc. ist das Ziel, beispielsweise das Erklimmen einer Bergspitze, oder hohe Gebirgszüge zu erreichen. Demnach können für diese Art von Trips nur Destinationen gewählt werden, die über die benötigten Gegebenheiten wie herausragende Gebirge verfügen. Die Destinationen müssen aber nicht nur über die von den Touristen gewünschten Attraktionen verfügen, sondern auch über die Services die der Reisende während seines Aufenthalts benötigt. Dazu zählen Unterkünfte, Equipment, Verpflegung und Transport (Swarbrooke, Beard, Leckie & Pomfret, 2003, S. 122).

Wo genau ist es aber nun möglich, einen Abenteuerurlaub zu machen? Nahezu alle Regionen der Welt haben ihre eigenen individuellen Möglichkeiten, für ein Abenteuer attraktiv zu sein. Dabei kommt es nur auf den Typus der Reise und auf die Bedürfnisse der Kunden an. Einzelne Länder, wie Thailand beispielsweise, bieten eine große Bandbreite an verschiedenen Arten, wie Wildnis-Abenteuer Destinationen oder religiöse Pilger-Zufluchtsstätten. Folgend wird eine kurze Übersicht über die typischen Abenteuerreiseregionen und ihre Potentiale gegeben. Zentral- und Südamerika sowie die Karibik sind ein sehr beliebtes Ziel. Die weitläufigen tropischen Regenwälder, Wasserfälle und Berge sind der perfekte Ort für eine Reise in die Natur. Die meisten Aktivitäten in der Karibik drehen sich um das Thema Wasser. Auch Europa bietet einige der besten Möglichkeiten für solch eine Reise, nicht nur aufgrund der gut entwickelten Infrastruktur. Länder wie Irland, Schottland, England oder Frankreich sind sehr gefragte Ziele für einen Wander- oder Radurlaub. Der Nahe Osten ist bekannt für seine kulturellen Destinationen. In Teilen des Irans oder Turkmenistans ist

Trekking beispielsweise sehr gefragt. Vor allem auch in weiten Teilen Asiens ist der Trekkingtourismus stark verbreitet (Swarbrooke et al., 2003, S. 123-124). Diese Auflistung zeigt, dass jede genannte Region über individuelle und spezifische Ressourcen verfügt, um für den Markt des Abenteuerismus attraktiv zu sein. Die potentiellen Urlauber verfügen somit über eine große Auswahl an Destinationen, welche nach ihren persönlichen Bedürfnissen für eine Abenteuerreise gewählt werden. Theoretisch wäre dies für alle Tourismusakteure durchaus wünschenswert, dennoch ist der Tourismus in seiner Arbeit durch einige unbeeinflussbare Situationen eingeschränkt. Von welchen Barrieren die Autorin in diesem Zusammenhang spricht, wird im folgenden Kapitel erläutert.

3.1.3.3.1 Der Verlust von Abenteuer-Zielen

Wir wissen jetzt, dass Abenteuerismusdestinationen weltweit verbreitet sind. Wo ist es dem Kunden aber noch möglich, dieses Abenteuer auf authentischem und vor allem sicherem Wege zu erleben? In den letzten Jahren kam es immer wieder vermehrt zu Terroranschlägen auf touristische Ziele. Dabei stellt man sich allgemein die Frage, wo man eigentlich überhaupt noch sicher Urlaub machen kann.

Der Blick auf die letzten Jahre zeigt, dass die Zahl der weltweiten Konflikte und damit auch die der Opfer und der Flüchtlinge seit fünf Jahren steigt. Auch ein Ende ist auch in den nächsten Jahren nicht in Sicht. Im Jahre 2016 sind Konflikte in Ländern wie Syrien und dem Irak, dem Südsudan, Afghanistan, Jemen, Libyen, dem Tschadsee-Becken und der Türkei auf der Liste der Fälle mit der größten humanitären Tragweite (Guéhenno, 2016). Der Aufstieg des „Islamistischen Staats“ IS und der Arabische Frühling, der sich über Regionen des Nahen Ostens und Nordafrika ausbreitete und zahlreiche Rebellionen, Aufstände und somit Bürgerkriege auslöste (Bundeszentrale für politische Bildung, o.J.), löst Ängste in unserer Bevölkerung aus. Auch der Bereich Energie ist in diesem Zusammenhang ein Zukunftsthema, denn jede Energiekrise bedeutet deutliche Engpässe in der Versorgung unserer Gesellschaft. Durch die Bevölkerungsentwicklung

werden vorhandene Energiequellen wie Öl und Kohle exzessiv genutzt. Auch die Zahl der Autos ist in den letzten 30 Jahren nahezu um das Dreifache gestiegen. Der weltweite Energieverbrauch hat sich also praktisch fast verdoppelt. Grund dafür ist der Konsum in den Industriestaaten, da die Menschen immer mehr Wohlstand wollen (*Energiekrise*, o.J.). Diese Thematik ist auch dazu prädestiniert, Unstimmigkeiten und Konflikte in der Welt auszulösen. Studien zeigten, dass die Angst der Bevölkerung irrational ist. Beispielsweise fürchten 60 Prozent der Deutschen, dass es in naher Zukunft einen Anschlag im Land geben würde und 14 Prozent, dass sie Opfer davon sein würden. Laut den Untersuchungen liegt aber die Wahrscheinlichkeit, in einem europäischen Staat Opfer eines Terroranschlages zu werden, nur bei 0,002 Prozent. Wie gering das Ausmaß der Gefahr wirklich ist, zeigen auch Daten des Statistischen Bundesamtes, denn jährlich sterben zwischen 10 und 40 Menschen an den Folgen eines Wespenstiches. Seit dem Anschlag auf das World Trade Center 2001 starben zwei Tote bei einem Anschlagsversuch der Islamisten in Deutschland (Ehrich, 2015).

Ist unsere Welt also wirklich so gefährlich? Sind die Gefahren viel größer als noch vor einigen Jahren oder konstruieren wir uns diese „Scheinwelt“ auf Basis unseres täglichen Medienkonsums? Die Antwort ist ganz einfach. Ja, Medien verstärken das Gefahrenbewusstsein der Bevölkerung. Dieser Fakt ist auch empirisch erwiesen, denn nach Ergebnissen verschiedener Studien halten Menschen, die öfter Medien konsumieren, unsere Welt für einen gefährlicheren Ort, als er tatsächlich ist. Berichte zu den Themen Terror, Gewalt und Leid kommen in der Berichterstattung überproportional oft vor (Ehrich, 2015). Trotzdem ist diese Thematik bei Reisen, egal ob mit oder ohne Abenteuercharakter, nicht zu unterschätzen. Sicherheit ist ein Grundbedürfnis der Konsumenten und ein entscheidender Bestandteil bei der Reiseentscheidung. Das Reiseverhalten der Menschen entsteht in einer Wechselwirkung zwischen Mensch, Massenmedien und dem Tourismus. Der Reisende wird also von äußeren Faktoren, wie den Tourismusbetrieben und

Destinationen, dem sozialen Umfeld und durch Berichterstattungen in den Massenmedien in ihrer Entscheidung beeinflusst. Wird beispielsweise eine Reise in eines der genannten Krisengebiet geplant, hinterlassen Meldungen der Medien, welche über die lokalen Ereignisse berichten, enorme Wirkungen in den Köpfen der Menschen (Dreyer, 2004, S. 151-152). Diese Mechanismen wirken in der menschlichen Psyche (Ehrich, 2015) und haben meist den Verzicht auf die Reise oder eine Änderung des Reiseziels zur Folge.

Die Tourismuswirtschaft früher beliebter Urlaubsländern muss sich auf die präsenten Situationen einstellen. Destinationen, die bislang noch als beliebte Abenteuerreiseziele galten, treten jetzt also in Vergessenheit bzw. werden gemieden, da die Gefahren zu groß sind. Dadurch bekommen aber andere Regionen der Welt, die bislang als unbekannt für solch Reisen galten, neue Chancen und Potenziale, sich in diesem Segment zu etablieren.

3.1.3.3.2 Südosteuropa als neue Destination

Länder wie Kroatien und Bulgarien haben sich schon vor einigen Jahren als Tourismusdestinationen etablieren können und sind beliebte Reiseziele. Der Tourismus ist in diesen Regionen eine wichtige Einnahmequelle, speziell in Kroatien, wo 2014 gut 20 Prozent des BIP im Tourismussektor erwirtschaftet wurden (Wirtschaftskammer Österreich, 2016). Wie sieht es aber mit den bisher unentdeckten Ländern wie Serbien, Montenegro, Mazedonien, Rumänien, Bosnien oder Albanien aus? Die Karl-Franzens-Universität Graz hat sich einem Projekt angeschlossen und ein Entwicklungskonzept für den Raum Südosteuropa kreiert. Im Rahmen der Forschung wurden zahlreiche touristische Projekte in Kooperation mit Partnerinstitutionen aus dem südosteuropäischen Raum ins Leben gerufen. Der Instituts-Leiter Univ.-Prof. Dr. Zimmermann sieht speziell für die Region Südosteuropa im Tourismus das höchste Potenzial für eine nachhaltige Entwicklung (Karl-Franzens-Universität Graz, o.J.). Die Regionen haben also enorme Chancen, sich am Tourismusmarkt zu etablieren. Dies erfordert aber vor allem die Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Akteuren. Aufgrund der

weitgehend unberührten Landschaften hat speziell das Segment des Natur- und Abenteuerismus große Potentiale. Auch die zentrale Lage in Europa bietet einen erheblichen Wettbewerbsvorteil, da die Anreise für die meisten Kunden kosten- und zeitgünstiger ist. Auch die Autorin sieht bei den Destinationen große Entwicklungschancen und erachtet sie als Geheimtipp für die Zielgruppe der Trekkingreisenden.

Trotzdem ist auch in dieser Region Vorsicht geboten. Sind diese Destinationen für Reisende wirklich sicher? Viele Länder der Region Südosteuropa sind Postkriegsgebiete. Der Krieg ist zwar schon seit Jahren vorüber, Frieden ist weitgehend eingekehrt. Dennoch haben diese Länder mit Problematiken zu kämpfen, die sie im Rahmen der Tourismuswirtschaft einschränken. Die Regionen sind teilweise vom Krieg gezeichnet. Die Autorin spricht hier nicht nur von zerstörten Gebieten, Armut und dem mühevollen Aufbau der Infrastruktur. Die Gefahr lauert viel unscheinbarer durch die vom Krieg zahlreich übriggebliebenen Minen. Diese Gefahren sind im Bewusstsein der Menschen nicht so verankert, da sie nicht Teil von gegenwärtigen Ereignissen sind. Das Thema Sicherheit im Tourismus und im Speziellen die Problematik der Minen wird im Kapitel 3.1.4.3. näher bearbeitet. Nach Meinung der Autorin brauchen diese Länder des Ostblocks noch etwas Zeit. Zunächst muss sich etwas in den Köpfen der Menschen tun, denn all diese Länder kämpfen aufgrund ihrer Vorgeschichten noch mit einem schlecht behafteten Image (D. Wylezol, Wikinger Reisen, Interview, 07. Juli 2016).

Zum derzeitigen Stand kann das Fazit gezogen werden, dass die Tourismusindustrie zwar keinen Einfluss auf die derzeitigen Gefahren in unserer Welt und auch nicht auf die Wirkungsmacht der Medien hat, aber trotzdem im Rahmen des Destinationsmanagements Maßnahmen ergreifen kann, um den Kunden das Gefühl von Sicherheit zu vermitteln. Kontraproduktiv wäre hierbei das Werben mit besonders hohen Sicherheitsstandards, da dadurch das Gefühl von Unsicherheit in der

Zielregion vermittelt wird. Die Maßnahmen müssen sachlich nachvollziehbar sein und dabei ist die eindeutige und richtige Aufklärung der Kunden im Vorfeld entscheidend (Dreyer, 2004, S. 151).

3.1.4 Bosnien-Herzegowina als mögliche Destination

Der Staat Bosnien-Herzegowina liegt im Südosten Europas, im westlichen Teil der Balkanhalbinsel. Das Land grenzt an drei Nachbarstaaten: Kroatien, Serbien und Montenegro. Die Hauptstadt ist Sarajevo und am tiefsten Punkt des Landes grenzt die 21 km lange Adriaküste an Kroatien (Botschaft von Bosnien und Herzegowina, o.J.). Es sind drei verschiedene Völker/Ethnien angesiedelt: Serben, Bosniaken und Kroaten, welche unterschiedlichen Religionsgemeinschaften (muslimisch, katholisch, serbisch-orthodox oder jüdisch) angehören (Gschaider, 2006, S. 15). Bis zum Jugoslawienkrieg in den 1990er Jahren hieß die Landessprache Serbokratisch. Heute werden viele verschiedene Sprachen in Bosnien gesprochen, wobei die drei Hauptsprachen der Völker Bosnisch, Kroatisch und Serbisch sind (Gschaider, 2006, S. 18). Die junge Republik Bosnien hat erst 1992 seine Unabhängigkeit erlangt. Nach dem Bosnienkrieg 1995, welchen die Vereinten Nationen und die NATO beendeten, gaben die Kriegsparteien ihr Einverständnis zum Friedensabkommen Dayton, in welchem die Verfassung des Landes festgelegt ist. Seitdem besteht der Staat aus zwei geografischen Gebieten: Bosnien, welches nach dem Fluss Bosna benannt ist und Herzegowina, das seinen Namen vom Adelstitel Herceg = Herzog (Hercegovina = Herzogsland) hat. Diese Teilung ist unabhängig von der politischen Aufteilung in die zwei Entitäten Föderation Bosnien und Herzegowina und der Republika Srpska (Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, 2016).

3.1.4.1 IST-Situation

Um einen Einblick in die derzeitigen Situationen des Staates zu erlangen, werden in den folgenden Unterkapiteln sowohl die wirtschaftliche, die politische als auch die ökologische und soziale Lage des Landes dargelegt.

Über 20 Jahre nach Ende des Bosnienkrieges ist die Situation des Landes immer noch durch Spannungen unter den drei großen Volksgruppen Bosniaken, Kroaten und Serben gezeichnet. In Unmengen an Berichten und Artikeln, wird Bosniens Prozess des Friedens, seit dem Abschluss des Dayton-Vertrages, immer wieder von internationalen Organisationen als Geschichte des Erfolgs bezeichnet. Fakt ist aber, dass der Staat bis heute viele ungelöste Probleme zu bewältigen hat (Bundeszentrale für politische Bildung, 2015). Nach Ende des Krieges war das Land weitgehend zerstört. Das Land stand vor einer großen Herausforderung; dem Wiederaufbau und der Beseitigung der Kriegsschäden. Bosnien befindet sich außerdem seit dem Kriegsende in einem enormen Reformprozess in Sachen Wirtschaft, Bildung, Gesetzgebung und Verwaltung (Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, 2016). Blickt man in die Zukunft und die Entwicklung des Landes, sollte das vorrangige Ziel sein, unabhängig von Religionen oder Nationalitäten gemeinsam einen Raum des friedlichen Zusammenlebens für alle Bewohner zu schaffen.

3.1.4.1.1 Wirtschaft und Politik

BIH ist seit dem Friedensabkommen von Dayton 1995 in zwei Entitäten eingeteilt: die Föderation Bosnien und Herzegowina, welche in zehn verschiedene Kantone eingeteilt ist (ähnlich der Bundesländer Österreichs) und die Republika Srpska (Serbische Republik), welche sich auch in mehrere Verwaltungseinheiten teilt (Gschaider, 2010, S. 19). Des Weiteren gibt es noch den Distrikt Brcko, der dem Gesamtstaat direkt unterliegt. Die beiden Entitäten haben jeweils eine eigene Exekutive und Legislative, sowie eine gemeinsame Regierung und ein gemeinsames Parlament (Abgeordnetenhaus mit 42 Sitzen und Kammer der Völker mit 15 Sitzen) (*Politik*, o.J.). Die Verwaltung und die Gesetzgebung der Entitäten sind selbstständig, wobei Außen- und Verteidigungspolitik, Geldpolitik, Einwanderungsfragen und Außenwirtschaftsbeziehungen in der Hauptstadt Sarajevo von den gesamtstaatlichen Institutionen entschieden werden (KSV1870 Holding AG, 2014, S. 3). Durch den Abschluss des Dayton-Vertrages wurde das Land zur Privatisierung von Staatsfirmen, der

Einführung der Marktwirtschaft und der Anpassung an die internationale Finanzsituation verpflichtet (Bundeszentrale für politische Bildung, 2015). Es gibt kein alleiniges Staatsoberhaupt, die Präsidentschaft ist dreigeteilt. Der Vorsitz wechselt alle acht Monate (Gschaider, 2010, S. 19). Die Parteien und Volksgruppen der einzelnen Teilregionen stehen in keinem guten Verhältnis zueinander. Alle drei Hauptbevölkerungsgruppen, Kroaten, Bosniaken und Serben, blockieren sich in der gemeinsamen Regierungsführung gegenseitig. Es ist bisher keine einheitliche Vision des Staates ersichtlich, demnach bleiben wichtige Beschlüsse und Reformen, wie die Schaffung eines gemeinsamen Wirtschaftsraumes und die Bekämpfung der Arbeitslosigkeit, auf der Strecke (Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, 2016).

Die Wirtschaft Bosniens gehört bis heute zu den schwächsten Volkswirtschaften im gesamten europäischen Raum. Das Hauptproblem ist die ethnopolitische Spaltung, welche mangelnde Rechtsstaatlichkeit und eine verflochtene Verwaltungsstruktur durch die drei selbstständigen Einheiten Föderation, Republik und Brcko mit sich bringt (KSV1870 Holding AG, 2014, S. 4). Bis zum heutigen Zeitpunkt war es nicht möglich, einen einheitlichen und gemeinsamen Wirtschaftsraum für das Land zu bilden. Die derzeitige wirtschaftliche Entwicklung leidet sehr unter dem enormen informellen Sektor, den ineffizient wirtschaftenden Staatsbetrieben und bürokratischen Hürden und dem Thema Korruption. Aufgrund dieser Hürden fließen kaum Direktinvestitionen aus dem Ausland nach Bosnien. Auch die hohe Arbeitslosenrate, welche im Jahre 2014 bei rund 28 Prozent lag und bei der Jugend sogar bei 60 Prozent, sind immer wieder Herausforderungen, die der Staat zu bewältigen hat (Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, 2016). Vor dem Bosnienkrieg, setzte sich die Wirtschaft des Landes aus den Bereichen Schwer-, Metall-, und Rüstungsindustrie, sowie Holz- und Möbelindustrie zusammen (Gschaider, 2010, S. 20). Weitere Wirtschaftszweige waren außerdem die chemische Industrie und die Nahrungsmittelverarbeitung. Durch den Krieg wurden viele

Betriebe und Industrieanlagen zerstört, die Inflation nahm drastisch zu und die Zahl der Arbeitslosen stieg auf nahezu 50% (Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, 2016). Daten aus dem Jahre 2013 deuteten auch auf eine sehr schwache Wirtschaftsleistung für die kommenden Jahre hin. Gründe dafür sind zum Einen die hohe Arbeitslosigkeit, Lohnabzüge durch Kürzungen der Sozialleistungen, sowie die geringe Inflation durch niedrigere Öl- und Nahrungsmittelpreise (KSV1870 Holding AG, 2014). Durch die Verknüpfung zur EU führte die Krise in der Euro-Zone zu einem BIP Einbruch im Jahre 2012, jedoch lassen sich seitdem Steigerungen feststellen. Die wichtigsten Wirtschaftsstandorte sind Sarajevo, Banja Luka, Tuzla, Zenica und Mostar, wobei sich die größten Betriebe des Landes im Raum Sarajevo und Mostar befinden. Die wichtigsten Exportpartner des Landes sind Kroatien, Slowenien, China, Italien und Deutschland, in welche Metalle, Holzprodukte und Textilien exportiert werden. Der Export aus diesen Ländern macht 50% aus. Beim Import handelt es sich vor allem um Produkte wie Maschinen, Chemikalien und Nahrungsmittel (KSV1870 Holding AG, 2014, S. 5). Derzeit liegt Bosnien auf dem Ranking der Weltbank „Doing-Business“ nach neuesten Angaben im Jahre 2016 auf Platz 79 und ist in der Balkanregion somit der schwächste Staat seit der Auflösung Jugoslawiens. Das Land hätte vor allem in dem Bereich Energiewirtschaft, in Industriesektoren wie Holz, Bau, Textilien und auch im Transportsektor und in der Tourismuswirtschaft enormes Entwicklungspotential (Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, 2016), welches aber insbesondere durch die Problematik der immer noch vielfach verminten Gebiete stark gehemmt wird.

Fazit

Eine Möglichkeit, die Wirtschaft Bosniens anzukurbeln, ist es, mehr in die Entwicklung der Tourismuswirtschaft des Landes zu investieren. So würde vor allem die Arbeitslosenrate sinken, indem mehr Arbeitsplätze im Tourismussektor geschaffen werden. Die Folge wäre außerdem eine

Aufwertung des Images. Dies würde zu mehr Besucherströmen führen und somit zu einer Mehrauslastung der Tourismusstandorte. Hemmend bei der Entwicklung könnte die ethnopolitische Spaltung sein, da dadurch Meinungsverschiedenheiten auftreten könnten. Nach Ansicht der Autorin wäre für den Erfolg in Sachen Tourismusplanung ein gemeinsam erarbeitetes Konzept erforderlich, bei welchem alle Parteien mitwirken.

3.1.4.1.2 Soziale Situation und Gesellschaft

Die soziale Lage in BiH ist gegenwärtig sehr schlecht und von Unruhen und Unzufriedenheit gezeichnet. Die Bevölkerung fühlt sich unverstanden, umgangen und nicht gerecht behandelt. Wie bereits erwähnt, ist der Unmut der Gesellschaft auf die komplexe Struktur des Staates zurückzuführen. Das Abkommen von Dayton war als Friedensvertrag sehr erfolgreich, jedoch für die Verfassung des Landes eher ungeeignet und komplex. Der Vertrag wurde nach dem Waffenstillstand nicht weiterentwickelt und entspricht so auch nicht den Bedürfnissen der heimischen Bevölkerung. Die politischen Parteien haben sich an die Struktur angepasst, in der Bevölkerung herrschen aber gravierende Meinungsverschiedenheiten. Die Kroaten streben mehr Eigenständigkeit an und auch die Serben wollen sich mit Srpska vom Staat ablösen. Auf der anderen Seite setzten sich die Muslime aber für eine stärkere Zentralisierung ein (*Ein Staat vor dem Scheitern*, 2014). Abgesehen von den Meinungsverschiedenheiten der einzelnen Volksgruppen, fühlt sich das Volk von den Regierungsoberhäuptern übergangen. Im Februar 2014 eskalierte die Lage und es bildeten sich massive Bürgerproteste. Verschiedene gesellschaftliche Schichten und ethnische Gruppen vereinten sich erstmals seit Ende des Krieges, um gemeinsam gegen die schlechte Wirtschaftslage, die verbreitete Korruption und die soziale Desintegration zu protestieren (*Unruhen in Tuzla*, 2014). Bei den Ausschreitungen kam es zu schweren Auseinandersetzungen mit der Polizei und viele Menschen wurden schwer verletzt. Regierungsgebäude wurden gestürmt, verwüstet und Brände gelegt. Nachhaltig konnten die Proteste aber bisher keine positive Wirkung erzielen. Erstrebenswert für alle Beteiligten wäre die Überwindung

der ethnopolitischen Grenzen und der Aufbruch der verrosteten politischen Strukturen des Landes (Bundeszentrale für politische Bildung, 2015).

Fazit

Nach Meinung der Autorin sollte der Staat speziell bei der jungen Generation anknüpfen. Perspektiven müssen geschaffen werden, um die fortschreitende Radikalisierung zu stoppen. Die Potenziale der Entwicklung müssen erhalten bleiben, indem Maßnahmen gegen die florierende Jugendarbeitslosigkeit geschaffen werden. Die Unterstützung der Jugendlichen sollte gefördert werden, um die Auswanderung in andere Länder zu verhindern (Bundeszentrale für politische Bildung, 2015). Wie bereits erwähnt, kann das Ankurbeln der Tourismuswirtschaft hierbei förderlich sein. Bevor der Fokus aber auf die Positionierung des Landes am Tourismusmarkt gelegt und Marketingaktivitäten dafür geschaffen werden, um mehr Touristen zu gewinnen, sollte zunächst die Bevölkerung für das Thema Tourismus sensibilisiert werden. Die Wichtigkeit der Entwicklung muss von Seiten der Politik klar kommuniziert werden und vertrauensschaffende Maßnahmen gemeinsam mit den Mitbürgern erarbeitet werden. Die Bewohner sollten ein Bewusstsein dafür entwickeln, dass der Tourismus nicht die Kultur und Tradition des Landes negativ beeinflusst, sondern positive Effekte mit sich bringt. Die Autorin ist der Ansicht, dass insbesondere der Natur- bzw. Trekkingtourismus in wirtschaftlicher Hinsicht, aber vor allem auch aus gesellschaftlicher Sicht sehr fruchtbar sein kann, da dadurch nur gering in den Lebensraum der Bewohner eingedrungen wird. Nochmals soll aber betont werden, dass die Auflösung des starren und engstirnigen Denkens der Grundstein für eine positive Entwicklung des Landes wäre.

3.1.4.1.3 Ökologische Situation

Die ökologische Situation des Staates ist derzeit zwiegespalten. Zum Einen ist BIH noch immer damit beschäftigt, das Land von den verbliebenen Kriegsschäden zu befreien. Der Wiederaufbau, die Festigung und Steigerung des Lebensstandards der Bevölkerung, sowie die Sanierung der Industrieanlagen, stehen an erster Stelle. Demnach wird dem Thema

Umweltschutz derzeit und vermutlich auch in naher Zukunft keine große Bedeutung zugeschrieben. Vor allem auch, weil die finanziellen Ressourcen dafür nicht vorhanden sind. Bosnien ist, alleine schon für den Wiederaufbau, auf finanzielle Unterstützung aus dem Ausland angewiesen. Aber auch schon vor dem Ausbruch des Krieges hat man diesem Thema keine große Beachtung geschenkt. Das Bewusstsein für die Erhaltung der natürlichen Ressourcen des Landes ist bei der heimischen Bevölkerung bis heute nicht verankert. Es existierte schon damals keine Mülltrennung und Papier- und Glaswiederverwertung, Altöl wurde in der Natur entsorgt und Autos einfach irgendwo an der Straße abgestellt. Selbst die Müllabfuhr lädt ihre „Tagesausbeute“ in der freien Natur ab. Grund dafür ist die fehlende Anzahl an Mülldeponien, denn die wenigen vorhandenen sind nicht in der Lage, die beträchtlichen Mengen an Müll zu bewältigen. Der Staat selbst belächelt umweltschädliches Verhalten als Kavaliersdelikt. Auch in Sachen Abwasserentsorgung ist Bosnien hintennach. Dies hat zur Folge, dass die Umwelt speziell in Industriezentren stark leidet, da viele Fabriken ihre Abwässer ungeklärt in Flüsse leiten. Vor allem in den vielen Raffinerien der Industriebetriebe des Landes, welche sich immer noch im Wiederaufbau befinden und um das eigene Überleben kämpfen, spielt der Schutz der Natur kaum eine Rolle (Plesnik, 2016, S. 36). Die zahlreich im Krieg ausgelegten Landminen stellen außerdem nicht nur für die Bevölkerung, sondern auch für die Umwelt eine große Gefahr dar. Trotz all dieser negativer Umweltbelastungen ist das Ausmaß der Naturbelastung in anderen Gebieten Europas deutlich größer (Plesnik, 2016, S. 38). BIH hat zum Teil auch durch die geringe Bevölkerungsdichte (wenige Ballungsräume und größere Städte) weitgehend seinen ursprünglichen Charakter erhalten.

Fazit

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Bosnien ein junger Staat mit viel Entwicklungspotential ist, aber auch noch einiges an Arbeit vor sich hat. Um ein wirtschaftliches Wachstum, politische Stabilität und ein friedliches Zusammenleben aller Volksgruppen in BIH zu erreichen, ist es unumgänglich

an einem einheitlichen Rechtsstaat mit festen Strukturen zu arbeiten. Maßnahmen zur Verhinderung der weitverbreiteten Korruption müssen geschaffen werden und die öffentliche Gesellschaft mehr in Entscheidungen des Staates integriert werden. In weiterer Folge muss die ökologische Situation stabilisiert bzw. erhalten werden, denn Bosniens ursprüngliche Landschaft, Nationalparks, etc. bieten beträchtliche Chancen für die Tourismuswirtschaft.

3.1.4.2 Das touristische Potenzial

Die unterschiedlichen Machthaber, welche über die Jahrzehnte das Land besiedelten, haben einen erheblichen Teil zur kulturellen Vielfalt geleistet. Bereits 1180 kamen die ersten „Touristen“ (Franziskanermönche und Bergleute) nach BIH. In der Zeit Jugoslawiens wurde Bosnien von vielen Touristen aus Westeuropa besucht. Nach dem Bürgerkrieg ging der Tourismus stark zurück und es gab keine Art von touristischen Angeboten, die international Anerkennung finden konnten. Erst im 21. Jahrhundert entstand das Interesse an der Entwicklung der Tourismuswirtschaft und mit der Hilfe einiger internationaler Organisationen konnte damit begonnen werden, in den heimischen Tourismus zu investieren (Jozic, 2008, S. 30-31).

Bisher ist BIH als touristische Destination nicht besonders etabliert. Dennoch ist das Potential sehr groß. Erst 2014 wurde das Land vom World Economic Forum aus 140 Ländern unter die Top Ten der gastfreundlichsten Länder der Welt gewählt. Beim Gesamt-Ranking, bei welchem die Konkurrenzfähigkeit aller Länder nach bestimmten Kriterien (Sehenswürdigkeiten, touristische Infrastruktur, etc.) bewertet wurde, hat Bosnien lediglich den durchschnittlichen Platz 90 belegt. Dennoch ist BIH in Punkto Gastfreundschaft nach Montenegro das zweitbeste Land unter den Balkanstaaten. Das Wachstum des Tourismus macht sich an aktuellen Umsätzen des Fremdenverkehrs bemerkbar. 2014 wurden eine Milliarde KM (500 Millionen Euro) in der Tourismuswirtschaft umgesetzt. Nach Angaben des Tourismusverbands BIH sei ein positiver Trend zu erkennen und der

Tourismus ist mittlerweile zu einem in der Privatwirtschaft wichtigen Wirtschaftszweig geworden (*Bosnien: Wachstum im Tourismus*, 2014).

Auch in der Zukunftsplanung des Staates macht sich die Tourismusedwicklung bemerkbar. BHI hat gemeinsam mit der EU den Ausbau des paneuropäischen Bahn- und Straßenkorridors und die Erneuerung des Flughafens Sarajewo geplant. Dies bietet auch Wachstumschancen für den Tourismus (*Bosnien: Wachstum im Tourismus*, 2014). Im Hinblick auf die touristischen Angebotsformen bilden der Wintertourismus, der Sommertourismus im Badeort Neum und der Kulturtourismus vor allem in den Städten Sarajevo und Mostar die Schwerpunkte des Landes (Jozic, 2008, S. 31). Die Hauptstadt Sarajevo verzeichnete über die letzten Jahre eine steigende Anzahl an ausländischen Besuchern und auch der Wintersporttourismus soll durch den geplanten Ausbau und die Errichtung von entsprechender Infrastruktur gesteigert werden. Betreffend den internationalen Massentourismus lebt Bosnien derzeit lediglich von Tagesausflügen, beispielsweise von der kroatischen Küste nach Mostar. Die touristische Entwicklung wird immer noch von der bestehenden Gefahr der Minen (Auswärtiges Amt, 2016) und dem negativ behafteten Image des Landes gehemmt.

3.1.4.2.1 Naturräumliche Ressourcen und Potenziale

BIH wird in zwei Natur- sowie Klimagebiete eingeteilt. Im Hauptteil von Herzegowina und entlang der Küste herrscht ein mediterranes Klima mit weitgehend gemäßigten Temperaturen. Die Landschaft ist eben, der Boden fruchtbar und eignet sich als Ackerland und zum Anbau von Obst und Gemüse. Der größere Teil des Landes ist für die Landwirtschaft ungeeignet, da dieser von steinigen und karstigen Böden gekennzeichnet ist. Durch die dicht bewaldeten Flächen im Norden profitiert die Bevölkerung hier von der Holzwirtschaft. In diesen Teilen des Landes herrscht kontinentales Klima mit längeren Wintern und milden Sommern. Es gibt Niederschlag zu jeder Jahreszeit (Plesnik, 2016, S. 21). Die Oberfläche von BIH ist von einer

gebirgigen Landschaft geprägt, dem Dinarischen Gebirgsblock, welcher quer durch das Land verläuft. Das Gebirge nimmt den größten Teil der bosnisch-herzegowinischen Landesfläche ein und ist charakterisiert durch seine starke Verkarstung und seine schwere Zugänglichkeit. Demnach ist der Aufbau einer profitablen Wirtschaft sehr schwierig (Plesnik, 2016, S. 21). Der ursprüngliche und unberührte Charakter des Dinarischen Gebirges ist aber bisher, trotz zahlreicher Bemühungen einer vermehrt wirtschaftlichen Nutzung, erhalten geblieben und bietet damit große Potentiale für den Trekkingtourismus. Besonders wichtig für den Wander-/Trekkingtourismus sind die zahlreichen Berge des Landes. Der höchste Berg des Landes ist der Maglic mit einer Höhe von 2.386m. Nennenswert sind außerdem die Visocica Berge, der Bjelasnic, das Prenj-, oder das Cabulja Gebirge. Bosnien hat viele verschiedene Naturschönheiten zu bieten. Der Nationalpark Kravice, das Naturreservat Hutovo Blato, der Perucica-Urwald oder der Sutjeska-Nationalpark, all das sind Plätze, von denen Naturliebhaber träumen (*Sehenswürdigkeiten von Bosnien-Herzegowina*, o.J.).

Des Weiteren sind im Hinblick auf die naturräumlichen Ressourcen des Landes die zahlreichen Gewässer zu erwähnen. Die fünf größten Flüsse des Landes sind die Save, die Drina im Osten, die Bosna, der Vrbas in Mittelbosnien und die Una im Westen. Durch die spannenden Strecken der Flüsse, durch Schluchten und Stromschnellen, ist das Rafting als Freizeitaktivität sehr gefragt. Auch das Angebot an Seen ist herausragend. Von großen Seen, wie dem Busko, dem Prokoskosee bis hin zu zahlreichen Stauseen, wie dem Jablanicasee. Außerdem finden sich viele Wasserfälle an unterschiedlichen Orten im Land, wie die Kravica-Wasserfälle, die eine der bekanntesten Attraktionen des Landes sind. Bosnien grenzt außerdem bei der Küste an Kroatien, auf einer Länge von nur 20 km an das Adriatische Mittelmeer.

3.1.4.2.2 Kulturräumliche Ressourcen und Potenziale

Die Kultur Bosniens ist über Jahrhunderte von altrömischen, byzantinischen, slawischen und türkischen Einflüssen der unterschiedlichen Machtherrschaften geprägt und wurde dadurch zu einem kulturell wertvollen Land. Die Kultur Bosniens ist Teil verschiedener Bereiche, von der Musik, dem Film, über die Literatur, bis hin zur Kunst und der Architektur. Der Staat ist neben Ungarn der einzige in der gesamten Region, in dem es zwei Nobelpreisträger gibt: Vladimir Prelog, der Preisträger im Bereich Chemie wurde und Ivo Andric, der den Nobelpreis für Literatur bekommen hat. Den Kulturtourismus des Landes präsentiert besonders die Hauptstadt Sarajevo. Als kulturelles Zentrum von Bosnien bietet die Stadt ein herausragendes Angebot, geprägt von jahrhundertalter Tradition. Nicht weit voneinander entfernt befinden sich Bauwerke aus 500 Jahren und Architektur von vier Weltreligionen (Gschaider, 2010, S. 95). Sarajevo ist die einzige Stadt, in der man auf einer Straße eine katholische, eine orthodoxe Kirche, eine Moschee und eine Synagoge findet. Kulturinteressierte finden zahlreiche Galerien, Theater und Museen, die alle dazu einladen, die Tradition des Landes hautnah zu erleben (Jozic, 2008, S. 36).

Neben Sarajevo ist die wichtigste kulturelle Stadt des Landes Mostar; das kulturelle, politische und wirtschaftliche Zentrum von Herzegowina. Die wichtigsten kulturellen Sehenswürdigkeiten des Landes sind: die Mehmed-Paša-Sokolović-Brücke in Višegrad und die Brücke und Altstadt von Mostar, welche beide UNESCO Weltkulturerbestätten sind; die Akademie der Bildenden Künste, die Nationalbibliothek und das Nationalmuseum in Sarajevo, sowie die König-Fahd Moschee, die Kaisermoschee und die alte orthodoxe Kirche in Sarajevo.

Besonders wichtig in Hinblick auf die kulturellen Ressourcen des Landes zu erwähnen, sind die touristisch verwertbaren historischen Ereignisse und Personen, wie die Ermordung des Thronfolgers Franz Ferdinand, welche den ersten Weltkrieg auslöste oder die Ausrichtung der olympischen Winterspiele

im Jahr 1984 (Jozic, 2008, Sm 14). Das reiche Kulturerbe Bosniens stellt durch die Kreuzungen verschiedenster Zivilisationen großes Potential für den Tourismus in Bosnien dar. Vor allem auch, weil sich das Kulturerbe mit dem Naturerbe stark in Verbindung steht. Diese beiden Dinge sind fast unmöglich zu trennen, da ein großer Teil der Tradition des Landes aus der unberührten Natur entstanden ist.

3.1.4.2.3 Infrastrukturelle Ressourcen und Potenziale

Bosniens Infrastruktur ist auch heute noch vom Krieg gezeichnet. Im Rahmen des Projektes „Länderdaten“, durchgeführt von dem Unternehmen *Eglitis-Media*, hat das Land Bosnien im weltweiten Infrastruktur-Gesamtranking lediglich Platz 93 belegt. Im Vergleich dazu belegten europaweit Österreich Platz 32, Deutschland Platz 67 und Montenegro Platz 43, was bedeutet, dass Bosnien im Gegensatz zu anderen europäischen Staaten deutlich schlechter abschnitt (*Verkehr und Infrastruktur in Bosnien und Herzegowina*, o.J.). Die Straßen sind teilweise in schlechtem Zustand, dennoch ist der Staat auf dem Weg der Besserung und weist Entwicklungspotential hinsichtlich dieser Problematik auf. BIH verfügt über insgesamt 27 Flughäfen. Davon haben lediglich acht Flughäfen gepflasterte Start- und Landebahnen. Die vier internationalen Flughäfen des Landes befinden sich in Sarajevo, Banja Luka, Mostar und Tuzla. Die Flugverbindungen in das Land sind sehr gut, denn alleine vom Flughafen der Hauptstadt Sarajevo starten und landen 10 Fluggesellschaften zu 13 Reisezielen (*Flughäfen und Airlines in Bosnien und Herzegowina*, o.J.). Das Eisenbahnnetz ist rund 1000 Kilometer lang, befindet sich aber, wie bereits erwähnt, in weiterer Planung und Ausbau. Das Straßennetz Bosniens hat eine Länge von rund 22.900 Kilometer. Etwas mehr als die Hälfte der Kilometeranzahl führt über asphaltierte Straßen, der Rest sind Schotterstraßen (*Verkehr und Infrastruktur in Bosnien und Herzegowina*, o.J.).

Die Anreise nach Bosnien ist somit für ausländische Besucher auf verschiedensten Wege möglich. Viele österreichische Touristen nutzen den Individualverkehr und reisen mit dem eigenen PKW an. Auch die Anreise mit dem Flugzeug, der Bahn oder dem Bus ist durch das Angebot verschiedenster Airlines (Austrian Airlines, Lufthansa, Adria Airways, etc), Busanbieter (Eurolines, Blaguss, Pan-Reisen) unbeschwert. Hinsichtlich der Beförderung im Land sind Busse die wichtigsten Verkehrsmittel Bosniens. Das Busnetz ist sehr gut ausgebaut, man erreicht jede Ortschaft und die Busse fahren nach fixen Zeiten. Auch die rund 1000 Schienenkilometer können für die Fortbewegung mit dem Zug genutzt werden, jedoch ist das Reisen mit der Bahn bisher nicht besonders verbreitet (Plesnik, 2016, S. 15).

Nach Ergebnissen eines Projektes des Studiengangs „Architektur und Bauwesen“ der FH JOANNEUM, welcher Projektentwicklungen im Infrastrukturberiech mit Schwerpunkt Südosteuropa untersuchte, weist das Land Potentiale in der Entwicklung, Planung und Umsetzung für ausländische Unternehmen bei infrastrukturellen Vorhaben auf. Grund dafür ist die Gastfreundschaft für ausländische Firmen und Investoren und das Ziel der Weiterentwicklung im Transportwesen (Schmied, Möstl, Ulrich, Stempkowski & Walcher, 2009, S. 23). Davon wiederum zieht auch die Tourismuswirtschaft ihre Profite, da es durch den Ausba ausländischen Gästen immer einfacher wird, das Land zu bereisen. Außerdem steigert eine intakte Infrastruktur die Attraktivität des Landes für Touristen.

Die Untersuchung und Darstellung der Daten zeigt zwar, dass BIH neben anderen europäischen Staaten in Sachen Infrastruktur zum jetzigen Zeitpunkt deutlich schlechter abschneidet. Projekte, wie das von der FH JOANNEUM durchgeführte, zeigen aber die Chance auf eine positive Entwicklung. Betrachtet man die Thematik aus dem Kontext der Trekkingreise, ist zu erwähnen, dass hierbei die intakten infrastrukturellen Möglichkeiten zur Ein- und Ausreise der Reisenden bedeutend sind. Da im Rahmen von Trekkingreisen nur in geringem Ausmaß Transportmittel wie

Auto, Bahn oder Zug zur Fortbewegung genutzt werden und die Strecken hauptsächlich zu Fuß zurückgelegt werden, ist Bosniens gegenwärtige Infrastruktur für eine Reise in Bosnien durchaus annehmbar. Wie bereits angesprochen, bieten die naturräumlichen Ressourcen des Landes die besten Voraussetzungen für eine Wander- oder Trekkingreise. Zahlreiche Wanderrouten führen durch die Bergregionen, Wälder und Nationalparks des Landes. In zahlreichen Internetportalen finden sich seriöse Wanderrouten mit unterschiedlichen Schwierigkeitsgraden. Diese Informationen enthalten außerdem meist übersichtliche Karten mit GPS- Daten, Streckenangaben und Details zu Höhenmetern, genauen Wegbeschreibungen und Sicherheitshinweisen. Dennoch führen die meisten Routen, laut Erfahrungsberichten, an sehr wenig nennenswerter Infrastruktur (in Form von Städten, größeren Unterkünften, etc.) vorbei. Nach Meinung der Autorin stellt diese Tatsache aber für Trekkingreisen kein großes Hindernis dar, da diese Touren meist jenseits von Infrastruktur führen und durch das ursprüngliche Naturerlebnis der Abenteuercharakter garantiert wird.

Die Autorin zieht demnach das Fazit, dass im Hinblick auf die infrastrukturellen Gegebenheiten des Landes der Durchführung einer Trekkingreise in BIH keine Hindernisse gestellt werden. Somit gibt es in Punkto An- und Abreise sowie der Beförderung im Inland keine nennenswerten Barrieren, welche die erfolgreiche Abwicklung der Reise gefährden könnten.

Fazit

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass das touristische Angebot Bosniens zwar vielfältig ist und großes Potential hat, dennoch ist bisher kaum eines der Tourismusprodukte als qualitativ hochwertig anzusehen. Aus touristischer Sicht ist in Sachen Entwicklung noch einiges zu tun, vor allem im Hinblick auf die richtige Positionierung. Das Land wird derzeit noch ungenügend, sowohl am nationalen als auch am internationalen Markt, präsentiert. Nach Ansicht der Autorin ist für die künftige Steigerung der

Tourismuszahlen ein Imagewandel vorrangig. Der Staat kämpft immer noch mit seiner Vorgeschichte. In diesem Zusammenhang wirft sich außerdem die Frage der Sicherheit auf. Unter den Voraussetzungen von genügend finanzieller Ressourcen und dem richtigen Engagement können zwar Maßnahmen zur Imagesteigerung getroffen werden, aber wie steht es um die Sicherheit der Touristen und ist eine Reise nach Bosnien zum derzeitigen Zeitpunkt zumutbar? Um diesen Gedanken nachzugehen, wird im Folgenden ein Exkurs zum Thema Sicherheit im Tourismus ausgeführt.

3.1.4.3 Exkurs: Sicherheit und Tourismus in Bosnien

Ein *Risiko* steht immer im Zusammenhang mit einer gegenwärtigen oder künftigen Bedrohung. Im Tourismus wird zwischen ökonomischen, sozialen, ökologischen, technischen, psychologischen und politischen Risiken unterschieden. *Sicherheit* bedeutet die Vorbeugung und Vermeidung von bestimmten negativen Ereignissen. Völlige Sicherheit gibt es aber nicht. Der Begriff beschreibt keinen realisierbaren Zustand, er wird angestrebt. Die weitere Differenzierung kann mit den beiden Begriffen *Safety* und *Security* erfolgen. *Security* umschreibt sämtliche Sicherheits- und Schutzelemente vor potentiellen Gefahren, speziell durch menschliches Verhalten, wie Diebstahl oder Zerstörung. *Safety* bezieht sich eher auf die Technik. Hierbei spricht man beispielsweise von touristischer Infrastruktur wie Verkehrssysteme, Beherbergung oder medizinischen Einrichtungen (Petermann, Revermann & Scherz, 2006, S. 119).

Wie bereits angesprochen, gewinnt das Themenfeld Sicherheit und Risiko für den Tourismus eine immer bedeutendere Rolle. Dies ist nicht zuletzt auf die Zunahme von Terroranschlägen, Naturkatastrophen, kriegesischen Auseinandersetzungen oder politisch herbeigeführten Unruhen zurückzuführen. Wie steht es aber im speziellen um die Sicherheit in Bosnien? Laut dem *Österreichischen Außenministerium* herrscht im ganzen Land erhöhtes Sicherheitsrisiko (Sicherheitsstufe 2). Die größte Gefahr bilden die unzähligen nicht geräumten Minenfelder, die sich über das ganze Land erstrecken. Warnschilder sind oft nicht sichtbar platziert, so kann das

Verlassen der befestigten Straßen im gesamten Land lebensgefährlich sein (BMIEA, 2016). Im Unterkapitel 3.1.4.3.3.1. wird diese Problematik im Detail aufgegriffen und diskutiert, aber zunächst sollen die Ursprünge dieser Belastung eruiert werden.

3.1.4.3.1 Historischer Überblick – Bosnienkrieg

Die ersten Bewohner, welche BIH bewohnt haben, war das Volk der Illyrer. Ende des 3. Jahrhunderts v. Chr. gelangen die illyrischen Gebiete in das Blickfeld der Römer und wurden in das Römische Reich eingegliedert. Ab dem Ende des 6. Jahrhunderts begann die Besiedelung der Slawen. Im 9. Jahrhundert bildeten sich die frühmittelalterlichen serbischen und kroatischen Fürstentümer. Ab den Beginn des 10. Jahrhunderts gelang es Bosnien, zu einer eigenen politischen Einheit zu werden. Die Region stand aber trotzdem weiterhin unter der Macht verschiedener Staatsoberhäupte von Ungarn, dem Byzantinischen Reich, dem serbischen Königreich und den kroatischen Herzogtümern. Im Jahre 1463 wurde Bosnien vollständig von den Türken erobert und stand seitdem unter Osmanischer Herrschaft (Gschaider, 2010, S. 12). Mit der Eroberung wendete sich der Großteil der Bevölkerung dem Islam zu und somit entstand die ethnische Einheit der Bosniaken (bosnische Muslime). Ende des 19. Jahrhunderts kam es zu einem Aufstand der bosnischen Serben und damit schlossen sich die Bosniaken der Befreiungsbewegung von Serbien und Kroatien an. Dies war das Ende der Osmanischen Herrschaft.

Nach der Herrschaft der Türken begann die österreich-ungarische Zeit in BIH, denn auf dem Berliner Kongress im Jahre 1878 wurde Österreich-Ungarn das Recht zur Besetzung in BIH eingeräumt und Bosnien stand von nun an unter deren Verwaltung. Anfang des 20. Jahrhunderts wurde BIH von der Doppelmonarchie offiziell eingenommen. Diese Annexion durch Erzherzog Franz Josef I. löste die Bosnische Annexionskrise aus. Im Juni 1914 wurde der österreichische Thronfolger Erzherzog Franz Ferdinand in der Hauptstadt Sarajevo erschossen. Nach dem ersten Weltkrieg 1918 war Bosnien bis zum Jahre 1941 Teil des Königreiches der Serben, Kroaten und

Slowenen. Während des zweiten Weltkrieges gehörte Bosnien zum größten Teil dem faschistischen Unabhängigen Kroatischen Staat an.

Nach dem Ende des zweiten Weltkrieges wurde BIH zur Teilrepublik der wiederhergestellten Republik Jugoslawien. Jugoslawien wurde in eine sozialistische Bundesrepublik umgewandelt und zwischen den sechs Teilrepubliken Slowenien, Kroatien, Bosnien-Herzegowina, Montenegro, Mazedonien und Serbien kam es nach der Staatsgründung oft zu Auseinandersetzungen aufgrund der unterschiedlichen Ziele und Wertevorstellungen. Der Staat wurde handlungsunfähig und 1991 kam es zur Abspaltung der einzelnen Republiken. BIH erklärte seine Unabhängigkeit und wurde zum internationalen Mitglied der Vereinten Nationen. Im April 1992 kam es schließlich zum Bosnienkrieg, welcher bis ins Jahre 1995 andauerte. Es kam zu brutalen Auseinandersetzungen zwischen den Bosniaken/Kroaten und den Serben, später auch zum Krieg zwischen den Kroaten und der Armee von BIH. Der Krieg nahm mit der Unterzeichnung des Friedensabkommen von Dayton am 14. Dezember 1995 sein Ende (WKO Außenwirtschaft Austria, 2014, S. 9). Seit dem ist Bosnien-Herzegowina eine eigenständige Republik, mit den zwei Entitäten Föderation Bosnien-Herzegowina und Republika Srpska (Gschaider, 2010, S. 12).

Fazit

Durch das Abkommen von Dayton kehrte in Bosnien zwar weitgehend Frieden ein, trotzdem waren die Auswirkungen der Feindschaften verheerend und die Bevölkerung kämpft auch heute noch mit den Kriegsfolgen. Neben der wirtschaftlichen Katastrophe und der immensen Zerstörung an Infrastruktur, Wohngebäuden und Industriebetrieben müssen sich die Mitbürger mit der durch den Krieg entstandenen Problematik der militärischen Minen auseinandersetzen. Während des Krieges wurden unzählige Strengkörper im gesamten Land zum Eigenschutz und zur Abwehr der Gegner verteilt. Die Minenfelder werden kontinuierlich geräumt, fraglich ist aber, ob das Land je ganz von der Problematik befreit werden kann. Dies

stellt ein enormes Sicherheitsrisiko für Bewohner und Touristen dar. Diese Thematik wird im Kapitel 3.1.4.3.3. näher aufgegriffen und untersucht. Bevor die Autorin aber auf die gegenwärtig lauernden Gefahren in Bosnien eingeht, soll zunächst der allgemeinen Bedeutung von Sicherheit im Bezug auf die Reiseentscheidung der Konsumenten, aus soziologischer Sicht, Beachtung geschenkt werden.

3.1.4.3.2 Die Bedeutung von Sicherheit im Tourismus im Bezug auf die Reiseentscheidung

Allgemein ist zu sagen, dass all diese Risiken und Krisen das Tourismussystem immens beeinflussen und außerdem ein wesentliches Entscheidungskriterium bei der Reiseentscheidung der Urlauber darstellen. Wie kann also die Tourismusbranche, angefangen von den Destinationen, und natürlich die RV selbst, auf dieses heikle Thema reagieren? Beginnen wir mit einem ganz wesentlichen Punkt: dem Destinationsimage. Geht man von der Reisescheidung eines Urlaubers aus, wird der Zieldestination und seiner Vorstellung eine zentrale Rolle zugeschrieben. Menschen bilden sich durch bestimmte Erwartungen und Motive eine gewisse Meinung über eine Region. Diese Erwartungen werden durch Emotionen und kognitive Komponenten geprägt. Auch die Sicherheit stellt hierbei einen wesentlichen Aspekt dar, so werden Regionen in denen Risiken als höher eingeschätzt werden, eher gemieden und anstelle ihrer ähnliche Destinationen gewählt (Petermann et al., 2006, S, 141). Sicherheit ist also ein grundlegendes Bedürfnis der Menschen. Wie sicher jemand ein Reiseland empfindet, ist von dem „wahrgenommenen Risiko“ abhängig. Diese Wahrnehmung ist von zwei wesentlichen Dingen beeinflusst: durch die individuelle Risikoneigung der Person selbst und durch die Art der Informationsvermittlung seitens der Destination oder des Reiseveranstalters. Aus Sicht der Reisenden lässt sich sagen, dass die Einschätzung der Sicherheit vom subjektiv empfundenen Gefahrenpotenzial abhängt, welches je nach Persönlichkeit auf eignen Vorurteilen, Ängsten oder Hoffnungen beruht. Lebensrisiken werden also unterschiedlich beurteilt. So begeben sich manche Menschen freiwillig auf

eine Abenteuerreise, demnach wird das Risiko durch jene Personen als geringer betrachtet (Dreyer, 2004, S. 151).

Eine Abenteuerreise ist zwar mit einem gewissen Nervenkitzel und Risiken verbunden, aber kann man Bosnien als Abenteuerreiseregion nun ohne schlechtem Gewissen empfehlen? Diese Überlegung wird im Laufe der nächsten Seiten versucht zu beantworten.

3.1.4.3.3 Gegenwärtige Gefahren und Risiken

Wie wir bereits wissen, hat BIH immer noch mit vielen Belastungen, Gefahren und Risiken zu kämpfen. Soziale Probleme, Armut oder politische, religiöse und ethnisch motivierte Spannungen stellen potenzielle Hindernisse für den Tourismus dar. Aber vor allem vom Krieg ist Bosnien-Herzegowina gezeichnet. Seit dem Kriegsende im Jahr 1995 wurden zwar zum Teil große Fortschritte im Wiederaufbau gemacht. Trotzdem ist die bosnische Landschaft durch zerschossene Häuser, Trümmer und Ruinen gekennzeichnet. Dieser Aspekt würde aber, von der anderen Seite betrachtet, wiederum große Potenziale für die Durchführung einer Trekkingreise bieten, da ja der heimischen Kultur, der Geschichte und Landschaft, eine bedeutende Rolle zugeschrieben werden soll (*Reisehinweise für Bosnien und Herzegowina*, 2016).

3.1.4.3.3.1 Minen

Die wohl größte Gefahr in Bosnien stellen die unzähligen militärischen Sprengminen, welche vom Krieg übrig geblieben sind, dar. Nach Angaben von militärischen Spezialisten des österreichischen Bundesheeres sind weltweit ca. 110 Millionen Minen in 76 betroffenen Ländern verlegt. Diese Zahl betrifft aber nur jene Länder, bei denen man dies mit Sicherheit sagen kann. Vermutlich sind weit mehr Regionen von der Problematik betroffen. Jährlich werden 100.000 Minen beseitigt, das bedeutet, dass 1000 Jahre zur vollständigen Befreiung notwendig wären. Auch die Kosten, die für die Räumung nötig sind, sind gigantisch. Insgesamt wären 33 Milliarden US-Dollar notwendig (G. Mayr, Mine Awareness Trainer, Interview, 01. Juli

2016). Im Schnitt wird alle 30 Minuten ein Zivilist durch eine Mine verletzt oder getötet, das wären rund 18.000 Menschen pro Jahr (Beurden, 2007, S. 4). Allein im Jahre 2009 gab es ca. 5200 Vorfälle weltweit, davon 1266 mit tödlichem Ausgang und mehr als die Hälfte davon betraf Kinder. Diese Fakten betreffen meist keine Soldaten, sondern zu 90 Prozent Zivilisten, denn diese wissen meist nicht, wie man sich in diesen Gebieten richtig verhält (G. Mayr, Mine Awareness Trainer, Interview, 01. Juli 2016).

Auch Bosnien-Herzegowinas Zahlen sind erschütternd. Das Land zählt heute zu dem am stärksten mit Minen verseuchten Gebiet der Welt (G. Mayr, Mine Awareness Trainer, Interview, 01. Juli 2016). Zur Zeit des Bosnienkrieges zwischen 1992 und 1995 haben sich Sprengkörper auf einer Strecke von 1100 Kilometer in der Länge bis 4 Kilometer in der Breite verteilt. Diese Strecke trennt heute die beiden Entitäten Föderation BiH und die Republik Srpska. Nach Daten des Minenaktionszentrums wurden nach Kriegsende lediglich ein Drittel der Minen geborgen (*Das Ausmaß ist einfach gigantisch*, 2014). Die Minenfelder werden kontinuierlich geräumt, dennoch sind nach Angaben des österreichischen Bundesheeres 1.600 km², also rund drei Prozent der Fläche Bosniens, verseucht (siehe Anhang – Minenkarte). Davon sind ca. 1500 Gemeinden und 0,9 Millionen Personen betroffen. Nach Angaben des *Bosnia Herzegovina Mine Action Center* (BHAC), kamen bis zum Jahre 2007 rund 5000 Menschen durch Sprengkörper ums Leben, davon 1520 seit dem Kriegsende (Beurden, 2007, S. 4).

Das Ausmaß der Gefahr eines solchen Sprengkörpers erscheint gigantisch. Was aber verbirgt sich genau hinter dem Ausdruck *Mine*, und warum sind sie so gefährlich für den Menschen?

Nach dem Bundesgesetzblatt ist eine Mine „ein Kampfmittel, das dazu bestimmt ist, unter, auf oder nahe dem Erdboden oder einer anderen Oberfläche angebracht und durch die Gegenwart, Nähe oder Berührung einer Person oder eines Fahrzeuges zur Explosion gebracht zu werden“

(Bundeskanzleramt Österreich, 2016). Es gibt eine Vielzahl unterschiedlichster Minen, die sich in der Produktion, in der Erscheinung und nach ihren Einsatzzwecken unterscheiden. Sie sind sehr billig in der Herstellung. So kostet eine Mine im Durchschnitt lediglich 2,50 Euro in der Produktion. Die meisten Minen im Raum Bosnien sind sogenannte Antipersonenminen, die mit einem geringen Auslösegewicht von nur 1,5 kg in die Luft gehen. Auch Panzerminen mit einem Auslösegewicht von rund 200-400 kg sind vielfach vorhanden.

Eine Mine hat kein Verfallsdatum, im Gegenteil, sie werden von Jahr zu Jahr gefährlicher. Wasser sammelt sich in den Sollbruchstellen und die Mine beginnt zu rosten, so verliert sie an Handhabungssicherheit, das Auslösegewicht verringert sich und auch Panzerminen können für Menschen tödlich sein. Der Minen- Spezialist Gerhard Mayr vom österreichischen Bundesheer, welcher sich seit über 30 Jahren mit der Thematik beschäftigt, beschreibt Minen als „einer der primitivsten Gegenstände“. Nach seiner Meinung gibt es nichts Gemeineres oder Neutraleres als diese Art von Sprengkörpern. Allgemein ist militärischer Sprengstoff, im Gegensatz zu dem, der im Bergbau verwendet wird, komplett auf Zerstörung ausgerichtet. Man kann mit sehr geringer Menge einen erheblichen Schaden anrichten (G. Mayr, Mine Awareness Trainer, Interview, 01. Juli 2016).

Mehr als 36 Organisationen sind seit Jahren vor Ort in Bosnien tätig und an dem Aufsuchen und der Entschärfung der Minen beteiligt (*Das Ausmaß ist einfach gigantisch*, 2014). Unter diesen 36 aktiven Organisationen arbeiten auch Einsatzkräfte des Österreichischen Bundesheeres im Bereich der professionellen Räumung. Hilfestellung und Entlastung bietet dabei außerdem der Einsatz speziell trainierter Minensuchhunde. Neben der professionellen Räumung gibt es eine Vielzahl an lokalen Unternehmen, welche sich an der Suche beteiligen. Einige davon nutzen spezielle Geräte zur mechanischen Räumung. Die Räumung mit Hilfe dieser Geräte ist aber sehr ungenau, da diese äußerst grob arbeiten. Dies stellt eine enorme

Problematik dar, da auf diese Weise keine effiziente und strukturierte Säuberung des Landes erfolgen kann. Viele Gebiete werden von sogenannten *Selbsternannten Minenspezialisten* „geräumt“ und anschließend als „gesichert“ benannt. Diese Personen arbeiten für ein weit geringeres Budget und demnach nicht professionell und ungenau. Die 100%ige Sicherheit ist erst dann gegeben, wenn die Arbeit von einem Profi durchgeführt wird. Um dieser Problematik vorzubeugen, wurden Projekte wie „Mine clearly, mine action“ ins Leben gerufen. Die Spezialeinheiten des österreichischen Bundesheeres haben Trainingsprogramme entwickelt, die vor Ort kommuniziert und an die lokale Bevölkerung weitergegeben werden. So entsteht permanenter Austausch und die Suche kann effizienter gestaltet werden (G. Mayr, Mine Awareness Trainer, Interview, 01. Juli 2016).

Noch nicht freigegebene Gebiete werden auf bestimmte Art gekennzeichnet. Hierbei wird auch zwischen der professionellen Kampfmittelkennzeichnung (durch Minentafeln oder Umzäunung) seitens der Soldaten und zwischen der behelfsmäßigen Kennzeichnung (Bänder, Pflöcke, gekreuzte Äste, Farbmarkierungen, Steine, etc.) seitens der Einheimischen unterschieden. Bewegt man sich als Zivilist in solchen Gebiete, muss man immer die Augen offen und nach Hinweisen Ausschau halten. Anzeichen für Minengefahr sind beispielsweise: Verpackungsmaterial, zerstörte Fahrzeuge, aus dem Boden ragende Metall-, Holz- oder Kunststoffteile, Drähte, Schnüre oder unnatürliche Gräben im Gelände (G. Mayr, Mine Awareness Trainer, Interview, 01. Juli 2016).

Aber wo trifft man hauptsächlich auf diese Anzeichen, und in welchen Regionen ist besondere Vorsicht geboten? Grundsätzlich wurden Minen während des Krieges zum Eigenschutz ausgelegt. Ein Blick auf die Minenkarte Bosniens zeigt (siehe Anhang C), dass die meisten Minen entlang der Kampflinien und um die Ballungszentren verlaufen. Die Menschen haben sich „Gürtel“ zum Schutz um ihre Städte gebaut um Gegner fern zu halten. Vor allem auch Passstraßen, Brücken und Engen

sind Anzeichen dafür, dass man sich gegenwärtig in vermintem Gebiet befindet. Des Weiteren wurden auch Quellen und Wasserstellen mit Minen versehen, da die Menschen damals um ihre Grundbedürfnisse kämpften (G. Mayr, Mine Awareness Trainer, Interview, 01. Juli 2016).

Es gibt einige Grundsätze zum Verhalten in minengefährdeten Gebieten. Vorrangig gilt es, sich ausschließlich auf freigegebene Straßen zu bewegen. Befestigte Straßen sollten unter keinen Umständen verlassen werden, da an jedem Straßenrand die Gefahr lauern kann. Bewegt man sich in Bosnien, ist es anzuraten, immer im Vorfeld eine Routenplanung zu machen. Außerdem ist es sinnvoll, eine Minenkarte mit sich zu führen, die man ohne weiteres über die Botschaft oder das österreichische Außenministerium anfordern kann.

Zur Routenplanung ist zu sagen, dass die Minenkarte zwar die jeweiligen stark verminten Gebiete kennzeichnet, dennoch gibt sie keine Garantie auf Vollständigkeit. Teile des Nordens in Bosnien sind beispielsweise laut der aktuellen Karte nahezu frei von Minen. Das bedeutet aber nicht, dass das genannte Gebiet nicht auch von Minen übersäht ist. Grund dafür ist, dass sich dort keine Ballungszentren finden und somit auch nicht viele Menschen bewegen. Bewegen sich keine Menschen in einem Gebiet, können also auch keine Minen gefunden werden. Garantie gibt die Karte also nur für die Kennzeichnung von verminten Regionen. Die Gefahr kann aber durchaus auch im Rest des Landes sein (G. Mayr, Mine Awareness Trainer, Interview, 01. Juli 2016).

Hinzu kommt noch eine weitere Problematik. Durch die kürzlich aufgetretenen Überschwemmungen im Frühjahr 2014, welche immense Erdbeben zur Folge hatten, wurden Minen aus gekennzeichneten Gebieten fortgetragen und somit hat sich die Gefahr drastisch verschärft (*Reisehinweise für Bosnien und Herzegowina*, 2016). Rund 60 Prozent der Gefahrenzone waren von dem Hochwasser betroffen. Die Problematik ist

natürlich zum einen, dass man nicht mehr genau sagen kann, wo die Sprengkörper durch das Wasser hinfort gespült wurden. Die durch die Katastrophe ausgelösten Erdrutsche hatten außerdem zur Folge, dass an den meisten Stellen auch die Warnschilder und Kennzeichnungen der bereits geräumten Gebiete vernichtet wurden (*Das Ausmaß ist einfach gigantisch*, 2014). Aber nicht nur die Überschwemmungen verzerren das Bild, denn auch die Witterungen und vor allem der Schnee „verfrachtet“ Minen. So sind einst gesäuberte Gebiete wieder unsicher (G. Mayr, Mine Awareness Trainer, Interview, 01. Juli 2016).

3.1.4.3.3.2 Politische Instabilität und sprachliche Barrieren

Die Minen stellen zwar das größte, aber nicht das einzige Hindernis für eine nachhaltige Tourismusentwicklung dar. Hinzu kommt außerdem die Frage, wie es um die sprachlichen Möglichkeiten und die medizinische Versorgung in diesen Ländern aussieht, sollte es zu einer Gefahrensituation kommen. Österreich verfügt über ein effizientes Rettungssystem, auf welches sich die Bürger in jeder Lebenslage verlassen können. Feuerwehr, Polizei und Rettung sind miteinander vernetzt und arbeiten zusammen. Wählt man in Bosnien einen Notruf, wird es mit großer Wahrscheinlichkeit passieren, dass man jemanden erreicht, der nur in seiner Landessprache spricht. Außerdem ist das Rettungssystem vor Ort sehr konträr zu Österreich aufgezogen. Wurde Hilfe gerufen, kann es vorkommen, dass kein Notarzt erscheint, sondern unbekannte oder unseriöse „Unternehmungen“ oder Personen, bei denen man nicht mit Sicherheit sagen kann, dass man wirklich sicher in das nächste Krankenhaus gebracht wird. Hierbei spielt auch die politische Instabilität des Landes eine bedeutende Rolle. Durch die Zweiteilung Bosniens, durch die beide Entitäten eine eigene Verwaltung haben, kann es beispielsweise vorkommen, dass nicht nach dem Wohl des Verletzten gehandelt wird. Passiert ein Unfall in der Nähe der Grenze und das nächstgelegene Krankenhaus ist nur wenige Kilometer entfernt, kann es vorkommen, dass die Rettung aber trotzdem in die entgegengesetzte Richtung, zu einem Spital, das eventuell 30 Kilometer entfernt liegt, fährt.

Grund dafür ist der, dass das andere Spital nicht in ihre Verwaltungsregion fällt (B. Zöhrer, CIMIC, Interview, 01. Juli 2016).

Reist man in Länder wie Bosnien, ist man somit ernsthaften Gefahren ausgesetzt. Es kommt natürlich immer darauf an, welches Ziel man bei einer Reise in das Land verfolgt. Die Autorin kann nach ihren Recherchen mit gutem Gewissen eine Städtereise oder eine geführte Wanderreise nach Bosnien empfehlen, aber wie steht es letztendlich um eine Abenteuerrekkingtour vor Ort?

3.1.4.3.3 Fazit

Die intensive Auseinandersetzung mit der Thematik und die Recherchen zur Region Bosnien haben der Autorin die gegensätzliche Seite des Tourismus aufgezeigt. Nun stellt sich an diesem Punkt die Frage, wo man überhaupt noch Urlaub machen kann. Wo kann man mit gutem Gewissen hinreisen, ohne sich einem gewissen Risiko auszusetzen? Natürlich spricht man hier weniger vom Mainstreamtourismus, wie einem All-Inklusive-Urlaub in Mallorca, aber im Bezug auf Abenteuerreisen ist diese Überlegung durchaus berechtigt. Muss man also wirklich so risikofreudig sein um seine Bedürfnisse nach Abenteuer, Erlebnis und unberührter Natur zu stillen? Vor allem das intensive Gespräch mit dem Minen-Spezialisten Gerhard Mayr war für die weitere Forschung der Autorin von enormer Wichtigkeit. Dabei hat sich ein extremer Wandel der persönlichen und subjektiven Wahrnehmung zu den Themen Sicherheit und Risiko ergeben. Beschäftigt man sich nicht intensiv mit dieser Thematik, ist einem das Ausmaß nicht bewusst.

Außerdem ist im Rahmen dessen zu erwähnen, dass noch so gut geplante Regionalentwicklungskonzepte für eine Region an gewissen Gefahren scheitern. Auch im Bezug auf Bosnien trifft dies zu, denn das Land würde, abgesehen von der enormen Gefahr der militärischen Sprengkörper, über die nötigen Ressourcen verfügen, um wirtschaftlich in vielerlei Hinsicht aktiv zu sein. So ist vor allem die Holz- und Agrarwirtschaft durch die Gefahr der Minen enorm eingeschränkt. Auch ein gewaltiges touristisches Potential ist

vorhanden. So sagt auch ein Mitarbeiter des *Bosnia Herzegovina Mine Active Center - BHMAC*, in einem Interview: „We also have a high potential for tourism in Bosnia Herzegovina because of the intact natural resources and preserved traditions. This could ease our fight against the post-war poverty, but without a safe, mine free environment tourism is not possible“ (Beurden, 2007, S. 4).

Nach Erfahrungsberichten gibt es einige Wanderwege und -routen in Bosnien, auf denen man sich ohne Weiteres bewegen kann. Sich abseits der Routen zu bewegen oder querfeldein zu gehen kann aber tödlich sein, vor allem auch durch die Problematik der nicht eindeutigen und unscheinbaren Markierungen. Lediglich das Wandern auf befestigten Straßen, mit ortskundigen Führern ist in Bosnien zu verantworten (B. Zöhrer, CIMIC, Interview, 01. Juli 2016). Abgesehen davon kommen dem noch das ineffiziente Rettungssystem vor Ort und die sprachlichen Barrieren hinzu.

Die Autorin zieht demnach für ihre Forschungsarbeit die Konsequenz, dass die Durchführung einer Trekkingtour in der gesamten Region Bosnien-Herzegowina zum derzeitigen Zeitpunkt nicht umsetzbar und vor allem nicht verantwortbar ist. Auch die Prognosen der militärischen Spezialeinheit des österreichischen Bundesheeres zur Dauer der vollständigen Sicherung des Landes sprechen nicht für eine Umsetzung in naher Zukunft. Denn auch Expertenmeinungen besagen, dass das Bewegen abseits des asphaltierten Bereiches und von viel befahrenen Schotterstraßen unter keinen Umständen zu empfehlen ist (verantworten (B. Zöhrer, CIMIC, Interview, 01. Juli 2016). Aufgrund der geänderten Rahmenbedingungen wird im folgenden empirischen Teil der Arbeit ein Entwurf für eine Abenteuer-Trekkingtour am Beispiel von BIH als Zieldestination gegeben. Speziell dem Thema Sicherheit und möglichen Maßnahmen zur Aufklärung der Reisenden wird in Form von Checklisten Beachtung geschenkt.

3.2 Empirische Grundlagen

Auf den theoretischen Grundlagen basierend sollen im folgenden Kapitel nun alle Rahmenbedingungen dargestellt werden, welche für die Konzeption einer Trekkingtour erforderlich sind. Da die Umsetzung einer konkreten Reise in Bosnien aufgrund der derzeitigen Situation nicht möglich ist, wird das genannte Land nun lediglich als Beispieldomination herangezogen. Im Falle eines Wandels der Gegebenheiten in der Untersuchungsregion (weitgehende Stabilisierung der Lage und Reduktion der Gefahren), kann der hier ausgearbeitete Entwurf Hilfestellung bei der weiteren Entwicklung und praktischen Umsetzung einer solchen Trekkingtour sein. Gegebenenfalls könnten die Inhalte aber auch auf andere landesähnliche Destinationen wie Bulgarien oder Rumänien umgelegt werden. Ziel ist es somit, eine Art „Raster“ zu kreieren und alle für eine Trekkingtour nötigen Rahmenbedingungen darzustellen, die dann auch auf andere Regionen übertragbar sind.

3.2.1 Produktkonzeptionierung

3.2.1.1 Idee

Jedes Produkt entsteht durch eine zündende Idee. Mit der Unterstützung und nötigem Input von Herrn Harald A. Friedl entstand die Idee, eine Trekkingtour für das Land Bosnien-Herzegowina zu konzeptionieren. Die Bearbeitung der theoretischen Grundlagen und Gespräche mit Experten der Reiseveranstalterbranche haben gezeigt, dass sich unsere Gesellschaft immer mehr nach authentischen Reiseerlebnissen sehnt. Der Urlaubstrend geht hin zu emotionalen Erlebnissen, Grenzerfahrungen und der Suche nach dem Sinn des Lebens und weg vom herkömmlichen „Mainstreamtourismus“. Es geht vielfach um die Suche nach der Herausforderung und darum, sich in fremde Gebiete weit entfernt vom Alltagstrott zu begeben. So stellte sich die Frage, wo dem Kunden dieses Erlebnis geboten werden kann. Bosnien gilt bisher, wie viele andere Länder Südosteuropas, als unentdecktes und touristisch wenig erschlossenes Land. Aufgrund der weitgehend unberührten

Natur und vielfältigen Kultur bietet die Region die geeigneten Bedingungen eine Kultur- und Abenteuerrekkingtour zu entwickeln.

Der Hauptfokus der Reise ist die Trekkingerfahrung. Im Vordergrund steht also die Bewegung bzw. körperliche Betätigung in unberührten Naturlandschaften. Da das Abenteuer und die Kultur im Titel der Tour verankert ist, bilden diese beiden Begriffe den Themenfokus der Reise. Neben der intensiven Trekkingerfahrung werden somit verschiedene Aktivitäten mit Abenteuercharakter und kulturelle Highlights in das Rahmenprogramm der Reise miteingebaut.

Das folgende Kapitel ist in Form einer Checkliste für die Produktkonzeption der Trekkingtour strukturiert. Die Autorin erhebt dabei keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Sämtliche Überlegungen stellen lediglich eine Empfehlung bzw. eine Skizze einer Trekkingtour in Bosnien-Herzegowina dar. Im Falle der weiteren Forschung bzw. Weiterentwicklung des Konzeptes ist die Identifikation mit dem Produkt von Seiten des Produktentwicklers entscheidend für den Erfolg. Falls dann die Idee einer Kultur- und Abenteuerrekkingtour von einem Reiseveranstalter übernommen wird, möchte die Autorin in diesem Kontext außerdem ein weiteres wesentliches Kriterium erwähnen. Das angebotene Produkt muss immer der Unternehmenskultur und Philosophie des jeweiligen Anbieters entsprechen. Um dem Kunden die versprochene Reiseerfahrung zu bieten, müssen die Werte und Normen des Unternehmens stets mit dem Konzept der Reise übereinstimmen.

3.2.1.2 Definition der Zielgruppe

Wie bereits mehrmals erwähnt, ist die Definition der Zielgruppe einer der bedeutendsten Schritte und zeitgleich Grundlage für die Entwicklung der Reise. Im Rahmen der theoretischen Grundlagen wurde bereits ein Profil eines Abenteuerrekkingreisenden erstellt (siehe Kapitel 3.1.2.4), welches folgend von der Autorin nochmalig zusammengefasst und um einige Punkte

ergänzt wird. Potenzielle Kunden der Kultur- und Abenteuerrekkingtour in Bosnien-Herzegowina sind:

- Frauen sowie Männer
- mittlerer Altersgruppe (durchschnittlich im Alter von 30-55 Jahren)
- Personen mit höherem Bildungsniveau
- Personen, die über ein durchschnittlich höheres Einkommen verfügen
- risikofreudig, abenteuerlustig und bereit an die eigenen Grenzen zu gehen

Sie sind auf der Suche nach:

- physischer und psychischer Herausforderung,
- ursprünglicher, unberührter Natur und Landschaft und
- authentischen und naturnahen Erlebnissen.

Außerdem haben sie großes Interesse an:

- der Kultur, Tradition und Geschichte von Bosnien-Herzegowina,
- dem Knüpfen von interkulturellen Kontakten,
- dem Austausch mit fremder Kulturen und
- dem Thema Nachhaltigkeit und verantwortungsbewusstem Handeln im Tourismus

Wurde eine Zielgruppenanalyse durchgeführt, kann sich auf Basis derer der Untersuchung und Festlegung der Rahmenbedingungen genähert werden.

3.2.1.3 Zieldefinition und Festlegung der Rahmenbedingungen

Die Destination

Einer der entscheidendsten Schritte bei der Produktkonzeptionierung einer Tour ist die Festlegung der geeigneten Zieldestination. Die Recherchen zur Angebotsstruktur haben gezeigt, dass Trekkingtouren grundsätzlich in weiten Teilen der Welt angeboten werden können. Der Markt in Südosteuropa ist bisher im Gegensatz zu anderen bekannten Trekkingregionen wie Nepal

kaum erschlossen. Die Region verspricht aber viel Potential, sich vermehrt am Tourismusmarkt zu etablieren. Dies würde auch aus wirtschaftlicher Sicht beträchtliche Entwicklungschancen für die Balkanländer bedeuten. Demnach wurde auch im Falle der Masterthesis, wie bereits erwähnt, Bosnien-Herzegowina gewählt. Viele Kriterien, wie die natürlichen Ressourcen, die zahlreich vorhandenen Kulturgüter und die Lage im Herzen Europas sprachen für die Durchführung in dem Land der Balkanhalbinsel.

Die Autorin hat sich bei der Darstellung der Reise für den südöstlichen Teil Bosniens, für den Raum der Dinarischen Gebirgsregion, entschieden. In dieser Landschaftszone finden sich, neben zahlreichen Bergen, außerdem viele der kulturellen Zentren des Landes. Ein weiterer Grund dafür ist der, dass die Ausgangslage der Reise die Hauptstadt Sarajevo sein soll. Neben der Recherche über die einzelnen vorhandenen Ressourcen des Landes, wie die naturräumlichen Gegebenheiten, die vorhandene Infrastruktur, etc., gerät die wesentlichste Frage zur Durchführung der Reise häufig in Vergessenheit. Bevor sich der Konzeption der Reise im Detail gewidmet werden kann, muss zunächst immer die Frage der Sicherheit geklärt werden.

Die Frage der Sicherheit

Fasst man eine geeignete Zieldestination ins Auge, sollten vor Beginn der Planung in jedem Fall vorerst die sicherheitsrelevanten Bedingungen erforscht werden. Oberste Priorität für den Reiseveranstalter ist es, seinen Kunden das höchste Maß an Sicherheit zu gewährleisten, da gesetzt dem Fall eines Ereignisses nicht nur der Ruf des Unternehmens, sondern auch das Leben eines Menschen aufs Spiel gesetzt werden kann. Der Reiseveranstalter trägt, im Gegensatz zum Reisemittler, die Verantwortung für die gesamte Reisekette (Petermann et al., 2006, S. 148). Demnach muss sich der Produktentwickler im Vorfeld intensiv mit der Geschichte der Destination, den gegenwärtigen Umständen und der sozialen und politischen Situation auseinandersetzen. Speziell bei der Durchführung einer Trekkingreise in Postkriegsgebieten ist ein erheblicher Mehraufwand nötig.

Wurden die Risiken abgewogen, mögliche potentielle Gefahren aufgedeckt und entschließt sich der Reiseveranstalter trotzdem für die Entwicklung der Reise vor Ort, müssen bestimmte Maßnahmen zur Aufklärung der Reisenden getroffen werden. Da dieser Fall speziell für die Region Bosnien-Herzegowina zutrifft, hat die Autorin folgend einige Überlegungen dazu zusammengefasst:

Im Allgemeinen umfasst das Krisenmanagement für Reiseveranstalter in der Vorbereitungsphase einige wesentliche Schritte wie die:

- Prüfung der Sicherheit bei den jeweiligen Leistungsträgern (Beherbergung, Transport)
- Beschaffung von sicherheitsrelevanten Informationen durch das auswärtige Amt, örtlichen Kooperationspartnern, etc.
- die Auswertung sämtlicher Reisehinweise oder -warnungen
- die gezielte Ausbildung und regelmäßige Schulung der Reiseführer (Petermann et al., 2006, S. 149)

Eine der wesentlichsten Maßnahmen ist wohl jene, Dramatisierung zu vermeiden. Wie in den theoretischen Grundlagen bereits angesprochen, wird unsere Gesellschaft zum Teil durch Medienberichte geblendet bzw. verunsichert. Demnach muss versucht werden, dieser Dramatisierung entgegenzuwirken. Das Tabu, nämlich Dinge zu kommunizieren, muss aus der Welt geschaffen werden. Der Schlüssel ist es, eine Balance zwischen Vertrauen schaffenden Maßnahmen und Strategien zur Darlegung präsenter Gefahren zu finden (Ortlepp, 2009, S. 44). Es muss darüber gesprochen werden, dass es bestimmte Gefahren und Risiken gibt. Die Kommunikation muss transparent und sachlich erfolgen, es darf kein Herunterspielen der Tatsachen geben und Risiken müssen sachlich durchdacht werden (Schilling, Nöthinger, & Ammann, 2005, S. 66-68). So müssen die Ängste der Reisenden mit den richtigen Strategien aufgegriffen und ihnen diese mit richtiger und ehrlicher Kommunikation genommen werden.

Der Aufklärung wird hierbei eine zentrale Bedeutung zugeschrieben. Das Mindeste an Aufklärung ist es, den Reiseteilnehmern detailliertes Material über die in der Region lauernden Gefahren und Risiken vor Reiseantritt zukommen zu lassen. Im Falle der Region Bosnien hat die Autorin, wie bereits erwähnt, zu einer gegenwärtigen Durchführung einer Trekkingtour aufgrund der enormen Gefahr der Minen abgeraten. Entschließt man sich aber dennoch, solch eine Tour vor Ort durchzuführen, rät die Autorin in jedem Fall, zu einem verpflichtenden Treffen mit allen Teilnehmern vor Reiseantritt. Diese Zusammenkunft sollte eine Art *Mine Awareness Training* durch einen geschulten Spezialisten beinhalten. Hierbei erhalten die Teilnehmer wichtige Informationen rund um das Thema Minen und erlernen das richtige Verhalten in solch Gebieten.

Abschließend zu dieser Thematik, möchte die Autorin noch auf die Wichtigkeit der Interaktion zwischen Reiseveranstalter und Destination hinweisen. Unter den Experten herrscht weitgehende Einigkeit darüber, dass die Wahrnehmung von Sicherheit und Risiko durch Urlauber das Image eines Landes wesentlich beeinflusst (Petermann et al., 2006, S. 133). Demnach kann solch eine Reise auch, durch die richtige Aufklärung im Vorfeld, einen Beitrag zum positiven Imagewandel beitragen.

Die Anreise

Die Autorin empfiehlt eine individuelle An- und Abreise zum Ausgangspunkt Sarajevo. Das Pauschalpaket beinhaltet somit keinen Transport von der Heimregion nach Bosnien und wieder retour, um dem Kunden einen gewissen Spielraum in der Planung und Flexibilität zu ermöglichen. Die Autorin rät dem Reiseveranstalter aber, Kooperationen mit diversen Fluggesellschaften, Bahn- sowie Busunternehmen zu schließen, um dem Kunden bei Bedarf die Möglichkeit einer zusätzlichen Buchung der An- und Abreise zu bieten. Ist die Nachfrage dazu hoch, könnten dem Kunden auf diesem Wege auch günstigere Gruppenbuchungen angeboten werden. Die Autorin möchte hierbei aber betonen, dass der Reiseveranstalter bei der

Empfehlung des Transportes umweltschonend denken sollte. Demnach sollten Distanzen und Aufenthaltsdauer in Relation gesetzt werden und so auf Kurzstreckenflüge verzichtet werden.

Die Reisedauer und Reisezeit

Ein Blick auf den Anbietermarkt zeigt, dass die meisten vergleichbaren Touren eine Reisedauer von zehn bis zwölf Tagen haben. Die Autorin rät eine Dauer von zwölf Tagen für die Kultur- und Abenteuerrekkingtour. An acht Tagen soll sich die Gruppe intensiv dem Trekking widmen und vier weitere Tage dienen als Ruhetage und bieten Raum für kulturelle Highlights und optionale Programmpunkte. Grund dafür ist zunächst, dass die Autorin die Dauer von zehn Tagen zu kurz für eine solche Reise erachtet. Im Fokus einer Abenteuerrekkingtour steht das intensive Erlebnis von Körper, Seele und Natur. Demnach benötigt man eine gewisse Zeit, um dieses Ereignis auch zufriedenstellend zu erfahren und davon befriedigt heimzukehren. Je länger eine Tour ist, desto intensiver kann sich der Teilnehmer auf das Abenteuer einlassen, aber desto dementsprechend teurer wird auch das Angebot.

Außerdem könnte bei einer sehr langen Reise die Nachfrage darunter leiden. Vielen Menschen ist es seitens der Arbeitgeber nicht möglich, eine Urlaubsbewilligung für solch einen langen Zeitraum zu bekommen (H. Friedl, ehem. Trekking-Reiseleiter, schriftl. Interview, 01. Juni 2016). Außerdem könnte der Kunde eine zu hohe körperliche Belastung bei einer längeren Reise sehen. Um aber eine größere Anzahl an Nachfragern zu akquirieren, schlägt die Autorin die Möglichkeit vor, Verlängerungstage anzubieten. Dabei kann der Kunde nach seinen individuellen Wünschen weitere zusätzliche Ausflüge im Anschluss an die Reise in Form von Zusatzpaketen buchen. Da die Anreise individuell gestaltet werden soll, sollte es auch hierbei keine Probleme hinsichtlich der Organisation der Rückreise (fixe Flugzeiten etc.) für den Reiseveranstalter geben. Trotzdem ist die Autorin aber der Ansicht, dass sich vermutlich der Großteil der Reisenden für eine Anreise mit dem

Flugzeug entscheiden würde. Demnach empfiehlt sie dem Produktentwickler, die Reisdauer möglichst am Rhythmus der Flugverbindungen zu orientieren, um genügend Teilnehmer zu erhalten.

Grundsätzlich kann eine Trekkingtour zu jeder beliebigen Jahreszeit durchgeführt werden. Ausschlaggebend bei der Wahl der Reisezeit ist immer die Region, in der die Tour erfolgen soll. Demnach muss man sich bei der Konzeption dem herrschenden Klima, den Ausprägungen der Jahreszeiten und den regionsspezifischen Gegebenheiten der Region anpassen. Des Weiteren ist bei der Wahl der Reisezeit, auch die Belastbarkeit der Zielgruppe abzuwägen (H. Friedl, ehem. Trekking-Reiseleiter, schriftl. Interview, 01. Juni 2016). Speziell für die Region Bosnien möchte die Autorin vorerst die Wintermonate für die Durchführung ausschließen. Grund dafür ist zum einen die steigende Gefahr der Landminen durch die Witterungsverhältnisse im Winter. Minen lassen sich durch Schneeeverhältnisse noch schwerer erkennen und auch die korrekte Kennzeichnung der Gefahrengebiete leidet darunter. Dem hinzukommend sprechen die aktuellen Daten eher für eine Durchführung in den Frühlings- und Herbstmonaten, da sich bisher der Großteil der Touristen im Sommer oder Winter in Bosnien aufhalten.

Die Autorin würde die Monate Mai/Juni oder September/Oktober als geeignet erachten, da die Klimaverhältnisse zu dieser Zeit vermutlich am idealsten sind. Während dieser Periode ist mit keiner extremen Hitze zu rechnen. Trotzdem können die Ressourcen des Landes ausgeschöpft werden, da die zahlreichen Gewässer Möglichkeit zu verschiedensten Aktivitäten bieten. Auch aus Sicht der Natur und Landschaft spricht mehr für die Durchführung in der Vor- bzw. Nachsommerzeit. Neben gemäßigteren Temperaturen bekommt die Landschaft besondere Reize durch verschiedene Naturschauspiele.

Infrastrukturelle Rahmenbedingungen

Zur erfolgreichen Umsetzung der Reise müssen die infrastrukturellen Rahmenbedingungen des Landes, welche im Zuge der Planung genutzt werden können, erforscht werden. Bei diesen Rahmenbedingungen spricht die Autorin vor allem über die Beherbergungsmöglichkeiten, Gastronomiebetriebe und auch Mobilitätsmöglichkeiten. Nach Abwägen der Vor- und Nachteile und Meinungen von Experten, empfiehlt die Autorin die Unterbringung in Gaststätten und Hotels, anstatt der Nächtigung im Zelt. Bosnien verfügt über viele kleine, gemütliche und authentische Privatunterkünfte und familiäre Gaststätten. Im Rahmen der Reiseplanung könnten hierbei zahlreiche Kooperationen geschlossen werden. Im Hinblick auf die Verpflegung befürwortet die Autorin, je nach Verfügbarkeit, heimische Gasthöfe zu besuchen. Dies bedeutet in der Planung zwar einen größeren Organisationsaufwand und höhere Abhängigkeit, aber auch gleichzeitig mehr ökonomische Nachhaltigkeit. So wird die Region durch das Essen in Dörfern integriert und zusätzlich der interkulturelle Austausch zwischen Einheimischen und der Gruppe gefördert.

Befindet sich die Gruppe in abgelegenen Gegenden, wo solche Gasthöfe nicht zur Verfügung stehen, werden im Vorfeld Lunchpakete organisiert. Hierbei ist auch zu betonen, dass diese Pakete von lokalen Lebensmittelproduzenten bezogen werden sollen, um einen wirtschaftlichen Beitrag zur Existenzsicherung der Unternehmer zu leisten. Da außerdem bei dem Mitführen eines Begleitkoches die Transportanforderungen steigen, kann so auch ein Beitrag zur ökologischen Nachhaltigkeit geleistet werden.

Wie bereits erwähnt, verfügt Bosnien über ein intaktes öffentliches Verkehrssystem. Da dieses für Trekkingtouren aber weniger von Relevanz ist, werden für die Beförderung während der Reise Kooperationen mit Kleinbusunternehmen oder Jeep-Vermietungen geschlossen. Die Beförderung mit Fahrzeuge betrifft lediglich Transporte von beispielsweise

Sarajevo nach Mostar, da diese Entfernungen in der kurzen Zeit unmöglich zu Fuß zurückgelegt werden könnten.

Die Gruppe

Wie bereits in der Theorie behandelt, sprechen Experten von Gruppengrößen von maximal 14 Personen. Nach Ansicht der Autorin ist eine Anzahl von zehn Personen, exklusive einem Reiseleiter, ideal für die Abenteuer-trekkingtour. Wirtschaftlich für den Reiseleiter wären selbstverständlich mehr Teilnehmer und auch mit einer Gruppengröße von 14 Personen wäre die Reise durchaus umsetzbar. Trotzdem sind kleinere Gruppen persönlicher, intensiver und außerdem flexibler (H. Friedl, ehem. Trekking-Reiseleiter, schriftl. Interview, 01. Juni 2016). Gerade bei solchen emotionalen Touren, ist es wichtig ein Gemeinschafts- bzw. „Wir“-Gefühl im Laufe der Reise zu entwickeln und das kann eher durch diese familiäre Atmosphäre erreicht werden. Demnach muss der Reiseveranstalter den Reisepreis höher ansetzen um wirtschaftlich rentabel zu bleiben. Dadurch könnte das Risiko bestehen, eine geringere Nachfrage für das Produkt zu erhalten. Die Autorin schätzt dieses Risiko aber nicht besonders hoch ein, da es sich bei der Zielgruppe der Trekkingreisenden um Personen aus der oberen Schicht mit durchschnittlich höherem Einkommen handelt. Wichtig für den Reiseveranstalter ist dann jedenfalls, bereits bei der Planung auf höchste Qualität für alle Reiseelemente zu setzen. Wenn das Preis-Leistungsverhältnis im Einklang ist, wird auch der Kunde bereit dazu sein, mehr für sein Abenteuer zu zahlen.

3.2.1.4 Planung der Route

Allgemein müssen bei der Planung der Trekkingroute mehrere Aspekte bedacht werden. Dabei spielen Einflüsse wie die Anzahl der geplanten Tage, die Beschaffenheit des Geländes/Weges oder die körperliche Verfassung der Teilnehmer eine wesentliche Rolle. Grundsätzlich müssen aber die drei folgenden Aspekte bei der Planung berücksichtigt werden:

1. Das Gelände (Infrastruktur, Höhenmeter, Schwierigkeiten)

2. Die Verhältnisse (wie das Wetter, auf das man aber selbst keinen Einfluss hat)
3. Die Teilnehmer (Gruppendynamik, Erfahrung, Kondition, körperliche Leistungsfähigkeit) (*Tourenplanung*, o.J.)

Prinzipiell finden sich in zahlreichen Bergführern Angaben zu Wegverläufen, Entfernungen, Gehzeiten und Höhenunterschieden von verschiedensten Routen. Die jeweiligen Daten beziehen sich auf Erfahrungswerte und können demnach von der tatsächlichen Gehzeit abweichen. Demnach empfiehlt die Autorin, bei jeder Tour-Konzeption eigene Routenplanungen vorzunehmen. Dazu gibt es in der Literatur Erfahrungswerte zum Berechnen von Gehzeiten. Nach diesen Angaben legen kleinere Gruppen mit trainierten Trekkern 500 Höhenmeter im Aufstieg, 800 Höhenmeter im Abstieg und 5 km Horizontalentfernung innerhalb einer Stunde zurück. Die Gehzeit der tatsächlichen Strecke errechnet sich wie folgt: Zunächst muss die geplante Strecke jeweils für die horizontale Entfernung und die Höhenmeter getrennt berechnet werden. Dann wird das kleinere Ergebnis halbiert (erfahrungsgemäß die horizontale Strecke) und zu dem größeren Wert addiert. So erhalte ich meine gesamte Gehzeit. Zusätzlich müssen Ruhe-, sowie Mittagspausen und auch ungeplante Umstände wie schlechte Konditionen oder Unfälle bei der Planung der Route berücksichtigt werden (Schrag, 2006, S. 39). Hierfür empfiehlt die Autorin das Anlegen eines detaillierten Zeitplanes, welcher eingehalten werden sollte. Der Reiseleiter sollte den Zeitplan stets im Auge behalten. Sollten solch ungeplante Umstände auftreten, müssen Änderungen vorgenommen werden, um das Reiseprogramm einzuhalten.

Vor allem bei Trekkingrouten, welche abseits markierter bzw. gängiger Routen führen, ist es von Vorteil, ortskundige Personen bei der Planung der Route miteinzubeziehen. Im Falle von Bosnien erfordert die Planung einen deutlichen organisatorischen und zeitlichen Mehraufwand. Hierbei rät die Autorin zur Arbeit mit verschiedenen Spezialisten, da eine sichere

Geländebeurteilung notwendig ist. Heimische Guides mit hochalpiner Bergerfahrung, Förster und auch Minenspezialisten sollten bei der Routenplanung miteingebunden werden. Auch die Planung mit Hilfe einer aktuellen Minenkarte ist unumgänglich.

3.2.1.5 Reiseablauf

Grundsätzlich wird die Reise in drei wesentliche Abschnitte unterteilt. Neben der eigentlichen Tour, welche natürlich den wichtigsten Teil darstellt, sollte bei der Konzeptionierung auch Raum für die Vor- sowie Nachbereitung gelassen werden.

Die Phase der Vorbereitung besteht aus zwei wesentlichen Schritten. Zum einen sollte sich jeder Reisende nach der Buchung mit den erhaltenen Informationsmaterialien (Länderinfos, Ausrüstungsliste, Gefahren etc.) individuell auf die Reise vorbereiten. Bei Unklarheiten oder Fragen kann der RV natürlich jederzeit kontaktiert werden. Der zweite Teil der Vorbereitungsphase ist eine Zusammenkunft aller Gruppenmitglieder mit der Reiseleitung. Wenn es für den RV und den Mitgliedern organisatorisch möglich ist, empfiehlt die Autorin ein solches Treffen im Vorfeld, eventuell in Form eines Informationsabends. Dieses Treffen dient vorrangig dem ersten Kennenlernen aller Mitglieder. Auch für den Reiseleiter ist diese Zusammenkunft von Bedeutung, da dieser erstmals ein Gespür für die Gruppendynamik bekommt. Des Weiteren können im Rahmen des Abends die Route und das Reiseprogramm vorgestellt und offene Fragen geklärt werden. Da solche Treffen meist sehr schwer organisatorisch handzuhaben sind, könnte dieser Abschnitt auch auf den ersten Reisetag verlegt werden.

Vor allem aber die Zeit nach der Reise möchte die Autorin hier betonen, da diese Bestandteil eines qualitativ hochwertigen Angebots ist. Häufig gerät diese Phase in Vergessenheit, da für viele Menschen das Produkt mit der Wiederankunft in der Heimatregion abgeschlossen ist. Die Nachbereitung soll Zeit und Raum für die Reflexion der Reise geben. Möglich wäre beispielsweise, ein gemeinsames Zusammentreffen der Reisemitglieder im

Anschluss an die Reise zu organisieren. So können die Teilnehmer zunächst die Erlebnisse der Reise auf sich persönlich wirken lassen. Falls dies aber aus zeitlichen und organisatorischen Gründen nicht möglich ist, könnte diese Phase auch für den letzten Tag der Reise genutzt werden. Diese Situation soll primär dem Austausch über die Erlebnisse und gesammelten Erfahrungen/Eindrücke während der gemeinsamen Zeit dienen. Speziell bei Reisen mit Abenteuercharakter, wo Grenzerfahrungen erlebt werden und sich die Teilnehmer in ungewohnten/neuen Situationen befinden, bieten solche Gespräche Raum, die emotionalen Momente Revue passieren zu lassen.

Wichtig bei all diesen Treffen ist das Prinzip der Freiwilligkeit. Jeder Reisende sollte für sich individuell entscheiden, ob er daran teilnehmen möchte oder nicht.

Die Kultur- und Abenteuerrekkingtour

Nun soll die Tour exemplarisch skizziert werden, um einen möglichen Ablauf der Reise beispielhaft darzulegen. Hierfür wird die Autorin im Folgenden die Reise am Beispiel eines Informationsfolders (siehe dazu auch Anhang D) für die Teilnehmer darstellen. Sie möchte aber darauf hinweisen, dass hierbei lediglich Ausschnitte eines solchen Informationsmaterials aufgezeigt werden. Drei Tage der Reise (Tag 1, Tag 2 und Tag 4) werden im Detail beschrieben und dargestellt, um dem Leser die genauen Abläufe solch einer Reise aufzuzeigen. Die weiteren Reisetage werden, analog zu einer Katalogseite, mit den wesentlichen Leistungen grob skizziert. Auch eine Karte Bosniens, auf welcher die Tour grob eingezeichnet wurde, soll Überblick schaffen. Die Autorin möchte betonen, dass die Ausarbeitung der Unterlagen, welche dem Kunden nach der Buchung zugesandt werden, in der Praxis detaillierter erfolgen müsste (siehe dazu Kapitel 3.1.1.4).

„Unentdeckte Ursprünglichkeit und kulturelle Vielfalt“

„Abenteuertrekking im Herzen des Dinarischen Gebirges“

Erleben Sie Bosnien-Herzegowina während einer 12-tägigen Reise von seiner schönsten und ursprünglichsten Seite. Das Land Bosnien assoziiert man vermutlich nicht ad hoc mit Bergschuhen und Rucksack. Dabei lädt gerade das imposante Dinarische Gebirge zu einer spannenden Trekkingreise ein. An acht abwechslungsreichen Wandertagen begegnen wir Naturschönheiten, traditionsreicher Kultur, Brauchtum und ehrlicher balkanesischer Herzlichkeit. Wir begeben uns in Ehrfurcht gebietende Gebirgslandschaften, besteigen die höchsten Gipfel des Landes und lassen bei abenteuerlichen Aktivitäten das Adrenalin in unseren Adern steigen. Auf der Suche nach der Ursprünglichkeit entdecken wir Bosniens Herz und Seele und fühlen uns einen kurzen Moment als Teil dieses kulturellen Landes. Ihnen ein unvergessliches Erlebnis gleichermaßen aufregend für Körper und Geist zu vermitteln – das ist unser Anliegen.

Reisedauer: 12 Tage

Trekkingtage: 8 Tage

Teilnehmeranzahl: maximal 12 Personen

Durchschnittliche Gehzeit pro Tag: 6 Stunden

INKULDIERTE LEISTUNGEN:

Transfer: sämtliche Gruppentransfers vor Ort (Jeep, Minibus)

Reiseleitung: deutschsprachiger Reiseleiter (+ heimischer Guide)

Verpflegung: Halbpension + Lunchpakete an allen Wandertagen

Beherbergung: 11 Übernachtungen

Sonstiges: alle Eintrittsgelder und Aktivitäten laut Programm

EXKLUSIVE LEISTUNGEN:

Anreise: Gerne buchen wir den passenden Flug oder Zug-/Busverbindungen für Sie (Preis variiert je nach Nachfrage).

Ausrüstung: Diese ist bei Bedarf und auf Wunsch bei uns ausleihbar.

Reiseversicherung

Optionale Ausflüge und Aktivitäten

Trinkgelder

ANFORDERUNGEN UND HINWEISE:

- gute Kondition und Ausdauer für mehrstündige Trekkingetappen (bis zu 7 Stunden Gehzeit und 2000 Höhemeter Gipfelbesteigung)
- Wander- bzw. Trekking Erfahrung von Vorteil
- Interesse und Toleranz für andere Kulturen
- Begleitmannschaft trägt das Gepäck von Unterkunft zu Unterkunft, Teilnehmer tragen lediglich ihren Tagesrucksack mit sich

DIE ROUTE:



Abbildung 4: Karte - Reiseroute

1. Tag: Orientierung

Wie bereits erwähnt, erfolgt die Anreise nach Sarajevo individuell. Treffpunkt ist um 12 Uhr im kleinen authentischen Hotel *İsa Begov Hamam* in Sarajevo, in welchem die Teilnehmer die erste Nacht verbringen werden. Sobald alle Reisegäste eingetroffen sind, werden diese von der Reiseleitung empfangen und begrüßt. Dann erfolgt die Vorstellung der Route und des gesamten Reiseablaufes. Nach der Einführung und dem ersten Kennenlernen haben die Teilnehmer die Möglichkeit, sich eine kleine „Verschnaufpause“ zu gönnen. Um 15 Uhr ist wieder Treffpunkt vor dem Hotel, wo die gemeinsame Tour durch die Stadt Sarajevo gestartet wird. Die Autorin hat bewusst keine Trekkingetappe am ersten Tag geplant, da dieser vor allem dazu dienen soll, Orientierung und Sicherheit zu schaffen. Die „neue“ Umgebung wird gemeinsam mit dem heimischen Guide erkundet, um so ein erstes Gespür für das Land zu bekommen und sich mit den Gegebenheiten vor Ort vertraut zu machen. Der Abend wird dann bei einem gemeinsamen Abendessen im Hotel ausklingen gelassen.

Die Autorin empfiehlt außerdem vor der Bettruhe einen gemeinsamen Austausch in Form eines interaktiven Gespräches zu Erwartungen oder Ängsten für die bevorstehende Reise. Diese Überlegungen sollten bei Gelegenheit auch festgehalten werden, um das Gespräch am Ende der Reise Revue passieren zu lassen und zu reflektieren. Die Autorin erachtet solche Methoden als enorm wichtig für eine zufriedenstellende Durchführung der Reise, da der Reiseleiter zum einen ein erstes Gespür für die einzelnen Charaktere und die Gruppendynamik erhält und die Teilnehmer sich gegenseitig auf sich einstellen können.

2. Tag: Olympia

Für den Vormittag des heutigen Tages ist eine Wanderung auf den 1502m hohen Igman geplant, auf welchem im Jahr 1984 Teile der Olympischen Wintersportspiele ausgetragen wurden. In den Nachmittagsstunden haben die Teilnehmer die Möglichkeit, ihre Kletterkünste gemeinsam mit speziell

geschulten Klettertrainern unter Beweis zu stellen. Sowohl für Anfänger als auch geübte Kletterer bieten die Felsen des Igman die besten Gegebenheiten zu einem aufregenden Kletterabenteuer.

3. Tag: Auf den Fußstapfen von Winnetou

An Tag drei wandeln wir entlang der Fußstapfen des weltberühmten Apachenhäuptlings Winnetou, welcher seine Abenteuer in der einzigartigen Landschaft Bosniens gedreht hat. Nach dem gemeinsamen Frühstück beginnt die erste Trekkingetappe. Wir begeben uns in das Bjelasnica-Gebirge, wo wir bis zum höchsten Gipfel der Region wandern (2067m). Dabei begeben wir uns in mystische Wälder und überqueren karstige Landstriche. Unser Ziel für die Mittagszeit, ist eines der ursprünglichen Bergdörfer, Umoljani. Auf unserem Weg dahin kommen wir bei sieben alten Wassermühlen und den Studeni Potok Wasserfällen vorbei. Angekommen im Hochlanddorf Umoljani, bewundern wir die mittelalterlichen Grabsteine und kehren anschließend in die kleine Berghütte von Emin, einem Dorfbewohner ein. Dort gönnen wir uns eine Ruhepause und genießen hausgemachte, landestypische Gerichte. Anschließend wandern wir weiter nach Lukomir, dem abgeschiedenen und höchstgelegenen Dorf in den Bergen Bosniens und Herzegowina, wo unsere Tagesetappe schließlich endet. In Lukomir werden wir von herzlichen Bergbauernfamilien empfangen, bei der wir nach der kräfteraubenden Tour für die Nacht unterkommen können. Nach einer kleinen Erholungspause ist es auch schon wieder Zeit für das Abendessen. Um tiefe Einblicke in die kulinarischen Traditionen Bosniens zu erhalten, wird an diesem Tag gemeinsam gekocht. Das gemeinschaftliche Zubereiten von regionalen Speisen ist eine weitere Möglichkeit, die Gruppe zu stärken.

4. Tag: Magische Wälder und Hoch hinaus!

Heute geht es weiter in den Sutjeska Nationalpark, wo sich auch der Maglic, der höchste Gipfel Bosniens befindet. Sutjeska ist einer der ältesten Nationalparks in Bosnien und bietet die besten Voraussetzungen, das Land von seiner authentischsten Seite zu erleben. Wir wandern durch einen der

beiden letzten Urwälder Europas, dem Perucica, passieren schroffe Felsen und gläserne Seen bis wir den berühmten Maglic erreichen. Bevor wir uns der Herausforderung stellen, den Gipfel zu erklimmen, werden wir uns eine Mittagspause gönnen. Nachdem wir Kräfte getankt haben, beginnt die Wanderung entlang steiler Klippen und schroffer Flanken. Diese Etappe ist eine der anspruchsvollsten der gesamten Trekkingreise und kann auch für manch erfahrene Trekker eine Herausforderung darstellen.

Dieser Trekkingtag kann für die Teilnehmer der Reise enorme körperliche Anstrengung bedeuten. Steile Bergpfade und Höhen bis zu 2000m werden überwunden. Diese herausfordernde Etappe wurde für den Tag 4 gewählt, da man sich bereits an die Wanderungen gewöhnen konnte und die Gruppe zusammengewachsen ist. Da das Ziel bei der Reise unter anderem auch das Erleben von Abenteuern ist, werden an diesem Tag psychische sowie physische Grenzen der Reisenden ausgetestet. Besonders bei Situationen, bei denen Reisende an Grenzerfahrungen herangeführt werden, wird die Rolle des Reiseleiters eine noch wichtigere. Er muss den Teilnehmern vertrauen schenken, Sicherheit vermitteln und sich an dem schwächsten Glied der Gruppe orientieren.

Nach der rund siebenstündigen Tageswanderung zur heutigen Unterkunft bekommen die Reisenden Gelegenheit, die Erlebnisse des Tages und die damit verbundenen Gefühle zu überdenken und nachzusinnen. Die Zeit nach dem gemeinsamen Abendessen kann der gemeinsamen Reflexion der Tagesgeschehnisse dienen.

5. Tag: Bezaubernde Naturschauspiele

Nach den erlebnisreichen und kräfteraubenden Ereignissen des Vortages, wird am heutigen Tag eine Trekkingpause eingelegt. Der Tag wird aber trotzdem im Freien verbracht und dazu genutzt, die Natur Bosniens zu erkunden. Wir begeben uns in den Sutjeska Nationalpark, wo wir unter anderem den „Wasserfall Skakavac“ besichtigen und das „Tal der Helden“

besuchen. Im eindrucksvollen Tal finden sich zahlreiche eindrucksvolle Denkmäler und Monumente, die an die Schlacht an der Sutjeska im Zweiten Weltkrieg erinnern.

6. Tag: Glitzernde und glasklare Schönheit

Heute geht es an die Grenze zu Montenegro, auf eine Höhe von 1517m. Ziel unserer Wanderung ist der Gletschersee Trnovacko, welcher zwischen den Bergmassiven des Volujak und Maglic liegt. Angelangt am smaragdgrünen Gewässer gibt es ein gemeinsames Picknik und Mutige können sich im eisigen Wasser eine Erfrischung holen.

7. Tag: Wilde Gewässer und Adrenalin pur!

An Tag sieben haben wir eine kürzere Trekkingetappe geplant, da wir uns unsere Kräfte für ein weiteres Abenteuer am Wasser aufsparen wollen. Nach der Wanderung geht es zunächst in das kleine Dorf Glavatičevo. Wir stärken uns bei einem gemeinsamen Mittagessen. Nach dem wir Energie getankt haben, kann es auch schon losgehen. Nach einem kurzen Fußmarsch erreichen wir unser Ziel, die Neretva, dem größten Karstfluss Bosniens, mit einer Länge von 280km. Dort wird uns bereits ein Rafting-Instruktor des Unternehmens *RaftKor* erwarten, der uns durch die wilden Stromschnellen der Neretva führen wird. Während dem insgesamt sechs-stündigen Rafting-Abenteuer werden wir Wasserfälle passieren, natürliches Quellwasser trinken und von Klippen in das frostige Wasser der Neretva springen. Außerdem erwartet uns als Belohnung an unserem Ziel ein köstliches Barbecue, dass wir gemeinsam am Ufer des Flusses bei Sonnenuntergang genießen werden.

8. Tag: Balkanesische Traditionen und kulturelles Erbe

Nach den vergangenen abenteuerlichen Tagen in der Wildnis Bosniens steht heute keine Trekkingetappe am Programm. Dieser Tag bietet Zeit und Raum, die Kultur des Landes zu entdecken. Wir begeben uns in die wundervolle kulturreiche Stadt Mostar, in der es viel zu entdecken gibt. Die

Stari most (alte Brücke), welche das namensgebende Wahrzeichen der Stadt ist, stellt das Herz der Stadt dar. Bei einer Stadtführung erkunden wir die osmanische Altstadt und verkosten balkanesishe Spezialitäten auf einigen der vielen Märkte. Das heutige Abendessen wird in einem kleinen authentischen familiengeführten Gasthof stattfinden.

9. Tag: Einsame Kalksteinreliefe

Es geht wieder in die Natur. Unser Ziel ist das Prenji-Gebirge, in welchem wir den höchsten Gipfel, den *Zelena Glava* bei einem Aufstieg von über 2000m erklimmen werden. Dabei müssen wir schroffe Oberflächen überwinden und unsere Kletterkünste unter Beweis stellen. Die Landschaft ist von Einsamkeit und Ruhe geprägt, da das Gebiet kaum besiedelt ist. Die Wanderer haben die Möglichkeit, die beeindruckenden Naturschauspiele auf sich wirken zu lassen und so kann die Zeit zur Besinnung genutzt werden. Die heutige Nacht wird in dem kleinen Bergdorf Ruista verbracht.

10. Tag: Die Schönheit der Kiefernwälder

Heute geht es in den Blidinje Naturpark, dessen Täler von wildem Thymian und zahlreichen wilden Blumenarten bedeckt sind. Unser heutiges Ziel ist der Cvrsnica, einer der höchsten Berge des dinarischen Gebirges. Wir wandern über Bergabhänge, welche von dichten Kiefernwäldern bedeckt sind. Nachdem wir unser Ziel erreicht haben, picknicken wir mit herausragender Sicht auf die beeindruckende Stadt Mostar. Nach dem gemeinsamen Abstieg kann das heutige Nachmittagsprogramm individuell gestaltet werden. Die Zeit vor dem gemeinsamen Abendessen bietet Raum, den Blidinje Naturpark auf eigene Faust zu erkunden.

11. Tag: Die bosnischen Pyramiden bei Visoko

Bevor am nächsten Tag bereits die Heimreise ansteht, möchten wir das Trekkingherz unserer Teilnehmer noch einmal schneller schlagen lassen. Die finale Trekkingetappe ist der Aufstieg zum Vito Gipfel in den Visocia Bergen. Dabei wandern wir durch dicht bewachsene Buchenwälder und

durchkreuzen grüne Wiesen. Eine weitläufige 360 Grad- Sicht auf die herausragende Landschaft Bosniens erwartet uns am 1960m hohen Gipfel. Bei unserem Abstieg passieren wir außerdem die Rakitnica Schlucht, welche eine der unberührtesten Schluchten der gesamten Region ist. Die letzte Nacht wird in Sarajevo verbracht. Am Abend wird zum letzten Mal typisch bosnisch gespeist. Nach dem gemeinsamen Essen trifft sich die Gruppe mit dem Reiseleiter, um die Reise zu reflektieren und Revue passieren zu lassen.

12. Tag: Die Heimreise

Am Morgen nach dem letzten gemeinsamen Frühstück in Sarajevo heißt es Abschied nehmen.

Wir möchten auf die Möglichkeit hinweisen, Verlängerungstage in Form von Zusatzpaketen in Anspruch zu nehmen. Gerne können Sie bei uns noch weitere Leistungen buchen und somit noch etwas länger Teil des Landes sein. Informationen dazu entnehmen sie bitte unserer Homepage. Gerne werden Ihnen unsere Mitarbeiter auch Auskunft diesbezüglich geben.

Diese Erläuterungen zeigen einen möglichen Ablauf und Aufbau einer Kultur- und Abenteuerrekkingreise. Zu dieser Darstellung hat die Autorin im Zuge der Produktentwicklung außerdem einen passenden Werbefolder für die konzipierte Reise erstellt (siehe Anhang D). Dazu hat sie einen fiktiven Reiseveranstalter, mit dem Namen „*Trekk´n Trail – Ihr Reisebegleiter ins Abenteuer Bergwandern*“ kreiert, um den Reisefolder möglichst realitätsgetreu zu erstellen. Im nächsten Schritt werden nun weitere mögliche Kommunikationsmaßnahmen aufgelistet, welche im Zuge der Vermarktung des Produkts eingesetzt werden können.

3.2.1.6 Marketingmaßnahmen

Die Akquirierung der Kunden und Ansprache der Zielgruppe kann auf unterschiedlichste Methoden erfolgen. Allgemein muss dem Marketing bei Produktneuheiten eine große Bedeutung geschenkt werden. Insbesondere

wenn es sich um Reisen handelt, die ein kleineres bzw. spezifisches Kundensegment ansprechen sollen, müssen Kommunikationsmittel gewählt werden, die die potentiellen Kunden gezielt ansprechen und erreichen. Folgend hat die Autorin einige mögliche Marketingmaßnahmen aufgelistet und knapp erläutert, welche wichtigen Aspekte bei der Vermarktung des Produkts beachtet werden sollten. Dabei beschränkt sich die Auswahl auf Instrumente der Kommunikationspolitik, da ein detaillierter Marketingplan den Umfang der Arbeit überschreiten würde.

Printmedien und Flyer

Um das Produkt publik zu machen, empfiehlt die Autorin zunächst, Anzeigen in diversen Printmedien zu schalten. Denkbar wären hierfür fachspezifische Zeitschriften zu Wander-/Trekking-, Outdoor- oder Adventure-Themen. Auch Reise- und Lifestyle-Magazine sowie Journale im Bereich Gesundheit oder Nachhaltigkeit könnten genutzt werden. Ansonsten könnten Flyer oder Flugblätter, jedoch in geringeren Mengen, produziert werden, da diese heutzutage nicht mehr so großen Anklang finden. Trotzdem sieht die Autorin im Falle der Abenteuer-trekkingtour gute Möglichkeiten, auf diese Weise an den potenziellen Kunden heranzutreten. Da es sich bei der Zielgruppe um sehr körperlich aktive und sportliche Personen handelt, sollten die Flyer in verschiedenen Sport- und Outdoor-geschäften sowie Fitness Studios aufgelegt werden.

Internet und Social Networks

Neben den jeweiligen Reisekatalogen der Reiseveranstalter, die das Produkt gegebenenfalls anbieten, sollte eine detaillierte Beschreibung des Reiseprodukts auf der firmeneigenen Homepage zu finden sein. Außerdem könnte die Tour über die Internetseiten des Tourismusverbands Bosnien und über die Botschaft beworben werden. Des Weiteren sollten Social Networks zur Vermarktung des Produkts herangezogen werden. Vor allem in den letzten Jahren stieg der Gebrauch von sozialen Netzwerken wie Facebook, Xing oder Twitter. Die Bedeutung wuchs auch im Marketing, da die

Handhabung einfach ist und Produkte sehr kostengünstig platziert werden können. Mit geringem Aufwand kann somit schnell eine breite Masse erreicht werden.

Events

Vor allem die direkte Kommunikation sieht die Autorin als enorm wichtig an, um Interesse beim Kunden für das neue Produkt zu wecken. Hierfür wäre ein Kick-Off-Event für geladene Gäste (Stammkunden) in den Räumlichkeiten des Reiseveranstalters möglich, um das Neuprodukt speziell bei den Bestandskunden zu bewerben. Auch die Präsenz bei themenspezifischen Messen ist eine geeignete Chance, Neukunden anzusprechen und diese persönlich von der neuen Tour zu überzeugen. Vorschläge seitens der Autorin wären: die Ferienmesse Wien sowie die Erlebnisreisemesse „Reisen & Caravan“ und die Leitmesse für Wanderreisen „TourNatur“ in Deutschland. Da es sich bei Trekkingtouren um Reisen handelt, die von Seiten der Kunden einen bestimmten Planungsaufwand und spezielle Anforderungen erfordern, empfiehlt die Autorin außerdem, das Produkt in Form von Multimediavorträgen zu bewerben. So können sich die Interessenten durch die vermittelten Informationen und Bildmaterial auf die Reise einstellen und wissen im Vorfeld detailliert, was sie auf einer Kultur- und Abenteuer-trekkingtour erwarten wird.

3.2.1.7 Profil des Reiseleiters

Der Reiseleiter, welchem die Rolle der Führungs- und Leitperson bei der geplanten Trekkingtour zukommt, spielt eine zentrale Rolle bei der erfolgreichen Durchführung der Reise. Zudem trägt er die Verantwortung dafür, dass der Trekkingverlauf wie geplant eingehalten wird. Außerdem hat er die Verpflichtung, für die Zufriedenheit der Kunden zu sorgen und eine positive Atmosphäre in der Gruppe aufrechtzuerhalten. Auch die Informationen vor Ort/aus dem Zielland liegen in seinen Händen. Er ist ein Mitglied der Gruppe, welches sich an die verschiedenen Charaktere anpassen muss. Dennoch sollten sich seine Entscheidungen stets nach dem schwächsten Mitglied der Gruppe orientieren (Schatzl, 2006, S. 157).

Der Reiseleiter trägt nicht nur die Verantwortung für die erfolgreiche Durchführung der Tour, er repräsentiert auch das gesamte Unternehmen, da er meist die erste Person ist, welche persönlichen Kontakt zum Kunden hat. Als qualifizierter Leiter der Gruppe ist er gleichzeitig Gast und Gastgeber und fungiert als Vorbildfunktion für alle Teilnehmer. Vor allem aber das Vertrauen ist der wichtigste Punkt bei der Funktion eines Reiseleiters. Bei Trekkingtouren begeben sich Menschen in unbekannte, touristisch nicht erschlossene Gebiete fern von ihrem Zuhause. Bei diesen Touren ist somit das Vertrauen der Kunden zum Reiseleiter unumgänglich, da er derjenige ist, der das gesamte Wissen über die Tour, das Land, die Organisation und alle damit verbundenen Informationen hat (Hauser Exkursionen, 2012, S. 3).

Ein erfolgreicher Abenteuer-Reiseveranstalter hat in einem Handbuch folgende Leitlinien für die Tätigkeit als Reiseleiter festgehalten:

- Loyales Verhalten gegenüber dem Unternehmen und allen Partnern
- Die Voraussetzungen für die Funktion des Reiseleiters und sämtliche damit verbundenen Fähigkeiten, Konditionen und Wissen werden erfüllt
- Respektvolles Handeln gegenüber Menschen und Natur (Reisegäste, Partner, Reiseland und Bewohner)
- Der Reiseleiter trägt die gesamte Verantwortung für die Sicherheit der gesamten Reisegruppe (inkl. Begleitmannschaft)
- Verantwortung für die Einhaltung des Programms
- Alle Reisegäste werden gleichwertig von dem Reiseleiter behandelt
- Antizipation: Vorausschauendes Handeln und Einschätzung möglicher auftretender Schwierigkeiten
- Selbstständige (nicht von der Gruppe abhängige) Entscheidung in problematischen Situationen, klare Kommunikation mit der Gruppe
- Begeisterung der Gruppe durch Näherbringen des Landes, der Region, der Bevölkerung und deren Kultur
- Notfälle haben immer Priorität – Verantwortung (Hauser Exkursionen, 2012, S. 3).

Die Autorin hat im Folgenden die wichtigsten sozialen, sowie fachlichen Kompetenzen eines Reiseleiters zusammengefasst und eine Art Profil des Kultur- und Abenteuer-trekkingtouren-Reiseleiters erstellt:

Nach Ansicht der Autorin ist das Gespür für die Gruppendynamik eines der wichtigsten Dinge im Hinblick auf die Sozialkompetenz eines Reiseleiters. Er muss gruppenaffin und offen für Kommunikation sein und Freude am Umgang mit Menschen haben. Nach Meinung von Harald A. Friedl, welcher jahrelange Erfahrung als Trekking-Reiseleiter hat, sind außerdem soziale Kompetenzen wie Empathie, Geduld, Führungs- sowie Entscheidungskompetenz und Kritikfähigkeit entscheidende Kriterien (ehem. Trekking-Reiseleiter, schriftl. Interview, 01. Juni 2016).

Entscheidend sind außerdem Kenntnisse und Interesse für das bereiste Land und dessen Kultur, um sein Wissen den Teilnehmern weitergeben und vermitteln zu können. Herr Gröbner bezeichnet seine Reiseleiter als Brückenbauer zwischen der bereisten Kultur, deren Menschen und seinen Teilnehmern (Clearskies, schriftl. Interview, 07. Juli 2016). Zudem muss er bergerfahren und überdurchschnittlich körperlich sowie mental belastbar sein. Er sollte die Gabe haben, in Stress- und Krisensituationen einen klaren Kopf zu bewahren und seine eigenen Bedürfnisse und Emotionen im Griff haben (H. Friedl, ehem. Trekking-Reiseleiter, schriftl. Interview, 01. Juni 2016). Da es sich um eine Abenteuerreise handelt, muss er natürlich auch abenteuerlustig und risikofreudig sein. Auch ein gewisses Organisations- sowie Koordinationstalent sind Voraussetzungen, um den Reiseablauf nicht zu gefährden.

Neben den sozialen Kompetenzen sind speziell bei Abenteuer-trekkingreisen einige spezifische Fachkompetenzen unumgänglich. Zunächst ist eine gewisse länderspezifische Sachkompetenz zu erwähnen. Dabei spricht die Autorin über Kenntnisse zur Geschichte und Kultur des Landes, Orts- und Objektkenntnisse wie örtliche Sehenswürdigkeiten sowie Klima- und

Wetterverhältnisse, gegenwärtige Ereignisse und vieles mehr. Auch rhetorische Fähigkeiten sowie ein bestimmtes methodisches Können (Erzählkompetenz, Gesprächstechniken) sind von Vorteil (Schmeer-Sturm, 1997, S. 16).

Da sich Trekkingreisen in der freien Natur und meist in Gebirgsregionen abspielen, sollte der Reiseführer, ähnlich wie bei Bergführern, speziell für diese Outdoor-Bedingungen ausgebildet werden. Beispiele dazu sind das sichere Umgehen mit Karten, Kompass sowie GPS-Systemen, das Gehen auf schwierigem und unwegsamem Gelände oder Kenntnisse zur Höhentaktik. Besonders bei Trekkingreisen in Postkriegsgebieten ist nach Ansicht der Autorin eine umfassende Sicherheitskompetenz zwingend. Dabei ist freilich eine Erste-Hilfe-Ausbildung Voraussetzung für jeden Reiseleiter. Schwerpunkt sollten außerdem der Umgang mit Risiken und Gefahren und Maßnahmen zur Bergung und Rettung sein. Wie bereits erwähnt, empfiehlt die Autorin im Rahmen einer Trekkingreise in Bosnien zwei wesentliche Dinge: einerseits eine spezielle Schulung für Reiseleiter und in weiterer Folge auch für die Teilnehmer durch staatlich geprüfte Mine Awareness Trainer. Außerdem sollte ein lokaler Guide engagiert werden, welcher die Trekkingtour die gesamte Reise über begleitet.

3.2.1.8 Fazit

Eine erfolgreiche Konzeption einer Reise ist ein sehr komplexer Prozess und erfordert zudem viel Zeitaufwand sowie Genauigkeit und Kreativität in der Planung. Entscheidend für den Produkterfolg ist es, nach einem strukturierten Schema vorzugehen und die Arbeit in Form von Checklisten Schritt für Schritt abzuarbeiten. Nochmals möchte die Autorin auf die Wichtigkeit der Untersuchung der Zielregion hinweisen. Die Frage der Sicherheit sollte an oberster Stelle stehen und sehr ernst genommen werden. Wesentlich dabei ist auch die richtige Aufklärung der Kunden.

Auch die Person, welche die Position als Reiseleiter einnimmt, muss gut überlegt ausgewählt werden. Um Professionalität dabei zu gewährleisten, rät

der Produktentwickler Darek Wylezol zu regelmäßigen Fortbildungen durch staatlich geprüfte Bergführer für Trekkingreiseleiter (Wikinger Reisen, Interview, 07. Juli 2016). Durch die Beschreibung der Zielregion, Erläuterung der Rahmenbedingungen sowie beispielhafte Darstellung des Reiseprogramms bzw. –ablaufs, wirft sich nun die Frage auf, ob eine Trekkingtour in Bosnien auch den Kriterien der Nachhaltigkeit entspricht. Deshalb wird sich die Autorin im abschließenden Kapitel den ökonomischen, sozialen sowie ökologischen Effekten widmen.

3.2.2 Auswirkungen des Trekkingtourismus auf die Untersuchungsregion

Im Rahmen dieses Kapitels werden die verschiedenen Auswirkungen, welche sich durch die Umsetzung einer Trekkingreise in der Untersuchungsregion Bosnien ergeben, dargestellt.

Nachhaltiges Handeln verlangt immer das Zusammenspiel aller relevanten Akteure, vom Reiseveranstalter und seinen Leistungsträgern bis hin zu deren Konsumenten, den Reisenden selbst. Das Erfolgskonzept, vor allem für Spezialreiseveranstalter, ist ständige nachhaltige Weiterentwicklung im Rahmen von verantwortungsvoller Unternehmensführung und Produktgestaltung (Schatzl, 2006, S. 155). Nur solche Produktkonzepte rechnen sich langfristig und haben den Sinn, jene Ressourcen aus ökologischer, sozialer und ökonomischer Sicht zu erhalten. Demnach ist es der Autorin ein besonderes Anliegen, dass durch eine Trekkingtour in Bosnien-Herzegowina ein Beitrag zur Regionalentwicklung geleistet wird. Vor allem der heimische Tourismus soll einen erheblichen Nutzen aus dem Angebot tragen. Geplant ist die Einbindung vieler heimischer Unternehmen vom Freizeit- und Kultursektor, bis hin zur Gastronomie und dem Beherbergungsbereich.

3.2.2.1 Ökonomische Effekte

Genaue Angaben zu ökonomischen Effekten durch Trekkingreisen in Bosnien können nicht getroffen werden, da diese Art von Reisen bislang in der Region nur zu einem sehr geringen Anteil vertreten sind. Würde eine Trekkingreise aber wie von der Autorin beschrieben umgesetzt werden, sind positive ökonomische Effekte zu erwarten. Da die Autorin Kooperationen mit vielen heimischen Unternehmen vom Beherbergungs-, Verpflegungs-, und Freizeitsektor empfiehlt, würden jedenfalls Beiträge zur Beschäftigung und Stärkung der regionalen Wirtschaft geleistet werden. Speziell die Unterstützung von kleinen Betrieben und Landwirten soll hierbei im Vordergrund stehen. Durch die Einbindung lokaler Guides wird außerdem ein Beitrag zur Sicherung von Arbeitsplätzen geleistet. Eventuell könnten neue Ausbildungsmöglichkeiten, speziell für Jugendliche, in diesem Segment geschaffen werden, um auch der starken Jugendarbeitslosigkeit in Bosnien vorzubeugen.

Gesamtwirtschaftlich betrachtet würde der Trekkingtourismus einerseits zu einer generellen Mehrauslastung der Frühjahrs- oder Herbstmonate beitragen, da die Hauptsaison des Tourismus in den Winter- und Sommermonaten liegt. So würden die bestehenden Infrastrukturen (Beherbergungs- und Gastronomiestätten, Freizeitanbieter, Verkehrsbetriebe) ganzjährig mehr Umsatz verzeichnen. Andererseits würde ein Beitrag zur allgemeinen Arbeitsplatzsicherung geleistet werden, da Trekkingreisen grundsätzlich zu jeder Jahreszeit angeboten werden können. Im Hinblick auf die intangiblen Effekte, ist außerdem die Steigerung des Bekanntheitsgrades sowie Aufwertung des Destinationsimages positiv zu bewerten.

3.2.2.2 Soziokulturelle Auswirkungen

Zu den positiven sozialen Effekten zählen zum einen die geringere Abwanderungstendenz durch die Entstehung neuer- sowie durch die Sicherung bestehender Arbeitsplätze. Außerdem trägt das Produkt, durch die Einbindung verschiedenster kultureller Programmpunkte, zur

Kommerzialisierung des kulturellen Erbes bei. Einige Reiseveranstalter engagieren sich zudem im humanitären Bereich und rufen eigene Stiftungen ins Leben, um bestimmte Länder finanziell zu unterstützen. Der Spezialreiseveranstalter *Wikinger Reisen* unterstützt mit einigen Projekten Schulen in Entwicklungsländern. Diese Projekte werden auch häufig gemeinsam mit der Trekkinggruppe besucht. Das Ziel dabei ist es, den Reisenden einen authentischen Bezug zum bereisten Land und dessen Kultur zu vermitteln (D. Wylezol, Wikinger Reisen, Interview, 07. Juli 2016). Der interkulturelle Austausch, also die Interaktion zwischen Reisenden und der heimischen Bevölkerung wird gestärkt und somit ein vermehrtes Verständnis für die fremde Kultur gefördert.

Im Bezug auf die sozialen Effekte lassen sich aber auch negative Auswirkungen feststellen. So kann es zum Beispiel zu fehlendem Respekt der Touristen gegenüber der Lebensweise der Einheimischen kommen. Auch die Authentizität traditioneller Bräuche könnte gefährdet werden, da häufig die Traditionen des Landes durch Touristenattraktionen verfälscht oder modifiziert dargestellt werden, um so die Ansprüche der Touristen zu erfüllen.

Die Autorin ist der Meinung, dass im Bezug auf Bosnien die positiven soziokulturellen Auswirkungen gegenüber den negativen überwiegen. Bosnien ist zum einen, aus touristischer Hinsicht, ein sehr junges Land und hat aus gesellschaftlicher Hinsicht mit vielen sozialen Spannungen zu kämpfen. Die Interaktion mit fremden Kulturen kann zu einer Auflösung erstarrter Sozialstrukturen, einer Wiederbelebung von Tradition und zu einem Wertewandel beitragen.

3.2.2.3 Ökologische Effekte des Trekkingtourismus

Schatzl ist der Ansicht, dass der Trekkingtourismus vermehrt auf die ökologische Dimension aufbaut und außerdem charakteristisch Eigeninteresse aufweist, diese zu erhalten (Schatzl, o.J. b S. 58).

Nach Ansicht der Autorin ist im Allgemeinen der negative ökologische Effekt von Trekkingreisen im Gegensatz zu anderen touristischen Reisen als sehr gering einzustufen. Die Natur bleibt durch die Aktivität des Trekkings weitgehend unverfälscht, da unter anderem keine weiteren Mittel zur Fortbewegung genutzt werden.

Im Hinblick auf die An- und Abreise bei Trekkingreisen sind jedoch beträchtliche Umweltbelastungen zu erwähnen. Ein Großteil der Trekkingreisen führt europäische Reisende in Ferndestinationen, bei welchen eine Anreise mit dem Flugzeug unumgänglich ist. Flugzeuge sind aus umweltbelastender Sicht nicht nur enorme „Energiefresser“, sondern setzen zudem in Unmengen Schadstoffe frei. Dies bedeutet nicht nur Luftverschmutzung, sondern trägt außerdem zur Klimaerwärmung bei. Da Bosnien aber in Europa liegt, können so Kurzflüge vermieden und auf alternative Transportmittel zugegriffen werden.

Dennoch werden auch beim Trekking einige Aspekte kritisch betrachtet, welche die Umwelt belasten. Dazu zählen die Verdichtung des Bodens durch Trampelpfade, die Umweltverschmutzung durch persönliche Abfälle, Erosionsschäden durch Tritt, die Zerstörung von Kleinlebewesen und Pflanzen und der touristische Flächenverbrauch (Schatzl, o.J. b, S. 58, Bremer, 2001). Aber auch diese Einwirkungen schätzt die Autorin bei der Durchführung einer Trekkingreise in Bosnien eher gering ein. Der touristische Flächenverbrauch beispielsweise würde sehr gering ausfallen, da die Gruppe in Gaststätten und Privatunterkünften nächtigen wird und keine großen Flächen für Zeltlager genutzt werden müssen.

3.2.2.4 Fazit

Der Mensch ist Gestalter der Tourismuspolitik, das bedeutet, dass alle Akteure gleichberechtigt in die Entscheidungsprozesse miteinbezogen werden sollen (Baumgartner, 2008). Nachhaltiges Handeln verlangt immer die Interaktion zwischen allen Beteiligten. Beginnend beim Veranstalter, über die Leistungsträger bis hin zum Kunden.

Nach Ansicht der Autorin ist vor allem die Bereitschaft der Kunden ein sehr entscheidendes Kriterium. Demnach müssen diese von Seiten der Reiseveranstalter mobilisiert werden und ihnen das Ausmaß der möglichen Schäden bzw. die Wichtigkeit des Themas vermittelt werden. Ein rücksichtvoller Umgang mit der Natur und Gesellschaft muss in das Bewusstsein der Reiseteilnehmer treten. Hierzu ist verstärkte Aufklärung im Vorfeld erforderlich. Notwendig ist jedenfalls eine verringerte Anspruchshaltung der Trekker und Verzicht auf bestimmte Produkte. Die Autorin spricht hierbei zum Beispiel vom Gebrauch ökologisch bedenklich verpackter Produkte, oder dem Umgang mit persönlichem Müll (Schatzl, o.J. b, 58-59).

Auch im Hinblick auf die An- und Abreisemöglichkeiten kann ein erheblicher Beitrag zur Verringerung der Umweltbelastung geleistet werden. Reiseveranstalter sind dazu aufgerufen, ihren Kunden vermehrt umweltfreundlichere Transportmittel zu empfehlen. So sollten Kurzstreckenflüge gemieden und zunehmend Bus- oder Zugverbindungen zur An- und Abreise genutzt werden. Auch von Seiten der Bevölkerung muss das Bewusstsein für die Erhaltung der natürlichen Ressourcen wachsen. Eine intakte Naturlandschaft vorzuweisen zeichnet eine (Trekking-) Destination aus und ist ein wesentliches Attraktivitätsmerkmal aus Sicht des Kunden.

Für die Praxis bedeutet es also, sich an den Stärken und Schwächen der einzelnen Effekte zu orientieren. Welchen negativen Auswirkungen muss erhebliche Beachtung geschenkt werden, welche bedrohen meine Existenz und welche erfordern geringeren Handlungsbedarf? In weiterer Folge werden Ansatzpunkte gesetzt und Maßnahmen definiert um die Region sowohl in ökologischer, ökonomischer als auch soziokultureller Hinsicht nachhaltig zu unterstützen.

3.2.3 Chancen, Potentiale und Herausforderungen für Reiseveranstalter und die Destination Bosnien

Die Autorin ist der Ansicht, dass das Produkt Kultur- und Abenteuerrekkingtour sowohl für Reiseveranstalter als auch die Destination Bosnien-Herzegowina, große Chancen bietet. Aus Sicht der Reiseveranstalter ist ein Produkterfolg anzunehmen, da die Recherchen der Autorin eine deutliche Nachfrage nach vergleichbaren Angeboten ergeben hat. Wie bereits zahlreich angesprochen, geht der Reisetrend hin zu authentischen und erlebnisorientierten Urlaubserlebnissen und weg vom gängigen „Mainstreamtourismus“. Der Urlauber von heute sehnt sich nach ursprünglicher Natur und ist auf der Suche nach körperlicher und mentaler Herausforderung, um sich Ausgleich zum Alltagsstress zu schaffen. Auch die Problematik, dass Urlaubsdestinationen durch verbreitete Unruhen und Terror für Reisen momentan nicht mehr in Frage kommen, öffnet touristisch bisher unentdeckten Ländern neue Türen. Speziell Südosteuropa als Zieldestinationswahl ermöglicht es Reiseveranstaltern, sich am Wettbewerbermarkt zu etablieren. Nochmalig möchte die Autorin hierbei auf die Wichtigkeit der Interaktion zwischen Reiseveranstalter und den Akteuren der Destination Bosnien hinweisen, da beide Parteien nur durch Zusammenarbeit profitieren können.

Die Planung und Durchführung einer Trekkingtour in Bosnien ergeben auch einige Herausforderungen für die betreffenden Parteien. Beispielsweise könnte das Szenario entstehen, nicht genügend Teilnehmer für das Produkt zu akquirieren. Hauptgrund hierfür erachtet die Autorin das derzeitige Image des Landes. Um demnach genügend Nachfrage für das Produkt zu erhalten, ist eine gut durchdachte und professionelle Kommunikation entscheidend. Speziell bei einer Destination wie Bosnien, die bislang durch ihre Geschichte als Postkriegsgebiet mit sehr vielen Vorurteilen kämpfen musste, sind Maßnahmen erforderlich, um einen Imagewandel seitens der Reisenden zu bewirken. Hierbei muss auf die schönen Seiten des Landes, wie die wunderschönen Naturlandschaften und das herausragende kulturelle Erbe,

hingewiesen werden. Kunden müssen gezielt angesprochen und für das Thema Sicherheit sensibilisiert werden

Eine weitere Herausforderung für den Reiseveranstalter ist die Gestaltung des Reisepreises. Wie bereits erwähnt, empfiehlt die Autorin eine Gruppengröße von rund zehn Personen, wodurch sich der Reisepreis dementsprechend erhöht, da das Angebot für den Veranstalter rentabel sein muss. Da sich die Zielgruppe der Reise aber in einer höheren Einkommensschicht bewegt und dieser Kundenkreis außerdem Wert auf Qualität in der Betreuung legt, sieht die Autorin hierbei eine größere Bereitschaft mehr Geld für das Produkt zu bezahlen. Da die Autorin aber im Rahmen ihrer Forschungsarbeit keine detaillierte Kostenkalkulation vorgenommen hat, sind diese Aussagen lediglich Annahmen. Somit muss jeder Reiseveranstalter auf Basis seiner Kostenkalkulation individuell die Größe der Gruppe entscheiden, um für das Unternehmen wirtschaftlich rentabel zu handeln.

Eine weitere Schwierigkeit im Rahmen der Planung stellt sich bei der Wahl des richtigen Reiseleiters. Wie bereits erwähnt, wird diesem die wichtigste Rolle zugeschrieben. Ein Reiseleiter muss über bestimmte soziale sowie fachliche Kompetenzen verfügen (siehe dazu Kapitel 3.2.1.7), aber speziell bei der Abenteuerrekkingtour in Bosnien sind zusätzliche Qualifikationen ratsam. Der Reiseleiter muss vollstes Vertrauen vermitteln und das höchste Maß an Sicherheit sicherstellen. Demnach empfiehlt die Autorin den Reiseveranstaltern, ihren Reiseleitern zusätzliche Weiterbildungsmöglichkeiten anzubieten. Neben den für die Reise notwendigen Ausbildungen sollte hierbei aber immer das Prinzip der Freiwilligkeit gelten.

3.3 Diskussion

Ziel dieses Kapitels ist es, die Inhalte der theoretischen sowie empirischen Grundlagen zusammenzuführen. Demnach werden die Ergebnisse der Literaturrecherche folgend mit denen im Zuge des empirischen Teils erarbeiteten Elementen verknüpft und diskutiert.

Die Literaturrecherche zu den Grundlagen des Trekkingtourismus ergab, dass die Aktivität Trekking aus touristischer Sicht als Verknüpfung von den beiden Segmenten Wander- und Abenteuerismus anzusehen ist. Im Hinblick auf die touristische Produktentwicklung ergeben sich für den Reiseveranstalter im Zuge der Konzeption solch einer Reise deutlich mehr Herausforderungen im Gegensatz zur Organisation einer „All-Inklusive“-Pauschalreise in einer typischen Sommer-/Badedestination. Grundsätzlich ist die Wahl der Reiseelemente immer von den Kundenwünschen sowie der Strategie des RV abhängig. Sämtliche Elemente müssen aber auch mit den jeweiligen infrastrukturellen, natürlichen und kulturellen Ressourcen der Zieldestination koordiniert werden.

Diese Thematik ergab auch bei den Experten Einigkeit. Erfolgsversprechend ist nämlich dann ein Produkt, wenn die Konzeption auf Basis der Kundenwünsche, in Orientierung an den Rahmenbedingungen des Ziellandes und im Hinblick auf die Wirtschaftlichkeit für das Unternehmen erfolgt. Dies zeigt sich beispielsweise auch an der Entscheidung zur maximalen Größe einer Trekkinggruppe. Je mehr Teilnehmer in einer Gruppe, desto rentabler ist es natürlich für den Reiseveranstalter. Dennoch wäre es für einen RV nicht erfolgsversprechend, eine Gruppengröße von mehr als 15 Personen zu wählen, da sich dadurch sicherlich Einbußen hinsichtlich der Nachfrage ergeben würden. Trekkingreisende bevorzugen persönlichere und intensivere Gruppen und legen mehr Wert auf Individualität und Qualität. Demnach empfiehlt die Autorin auch eine Gruppengröße von maximal zehn Personen, da so besser auf die Bedürfnisse der Kunden eingegangen wird. Der Reisepreis kann

dementsprechend höher angesetzt werden, da davon auszugehen ist, dass die Zahlungsbereitschaft der definierten Zielgruppe höher ist.

Die theoretischen Grundlagen haben außerdem ergeben, dass die Nachfrage im Wander- sowie Abenteuersegment steigt. Das ist zum einen auf verändernde Werthaltungen und Lebensstile in unserer Gesellschaft zurückzuführen. Die Zunahme der Nachfrage ist aber auch von Fremdeinflüssen gesteuert. So spielen die jeweiligen Akteure des Tourismus sowie Medien für die Entscheidungsfindung der Kunden eine bedeutende Rolle. Durch die strategische Platzierung von Produkten in diversen Medienkanälen können potenzielle Kunden gezielt angesprochen werden.

Die Reiseveranstalterpraxis zeigt, dass die Kommunikation bei Trekkingangeboten auf verschiedenste Kanäle erfolgt. Vor allem bei Reisen, die ein kleineres Kundensegment ansprechen, können durch direktes Marketing gezielt Kunden angesprochen werden. So empfiehlt sich insbesondere die Bewerbung des Produktes durch die Präsenz auf themenspezifischen Events sowie Messen. Für sehr wichtig erachtet die Autorin aber auch das Thema Mundpropaganda. So können zufriedene Kunden und auch Mitarbeiter des Reiseveranstalters die Reise in ihrem Freundes- und Bekanntenkreis weiterempfehlen, um Neukunden zu akquirieren. Allgemein sollte die Bewerbung der Angebote jedenfalls Neugierde und Interesse beim potenziellen Kunden wecken, Begeisterung hervorrufen und Lust auf mehr machen. Grundlage dafür ist es aber auch, seine Zielgruppe im Vorfeld zu definieren, ihre Wünsche und Sehnsüchte zu kennen und diese im Rahmen der Entwicklung zu berücksichtigen.

In Betrachtung auf die Bedürfnisse der Trekkingreisenden ergab sich beispielsweise aus den theoretischen Grundlagen, dass sich Trekkingreisende danach sehnen, an ihre Grenzen zu gehen bzw. auch bereit dazu sind, diese zu überschreiten. Des Weiteren ist auch das Erleben der fremden Kultur und das Knüpfen von interkulturellen Kontakten ein

verbreitetes Reisemotiv. Zunächst ist zu sagen, dass das Erleben von Grenzerfahrungen als Bedürfnis der Kunden im Rahmen der Planung durchaus berücksichtigt werden sollte. So können Aktivitäten in das Rahmenprogramm miteinfließen, die Menschen in Situationen bringen, die sie herausfordern und ein gewisses Gefühl von Risiko in ihnen hervorrufen. Hierbei muss aber stets darauf geachtet werden, die Balance zwischen richtiger Inszenierung des Abenteuers und dem Thema Sicherheit zu finden, da der RV für seine Kunden haftet.

Auch die Experteninterviews haben verdeutlicht, dass solche Erfahrungen Teil von Abenteuerreisen sein sollten, um den Kunden in seinem Gesamterlebnis zufriedenzustellen. Die Fachmänner sind sich aber einig, dass schon das Heranführen an die persönlichen Grenzen ausreichend ist, im Zuge des Prozesses Befriedigung zu erfahren. Auch den kulturellen Austausch zwischen Reisenden und Einheimischen sehen Experten als zentrales Element bei Trekkingreisen. Auch die Autorin erachtet es als enorm wichtig, diese Interaktion im Rahmen des Reiseprozesses zu fördern und miteinzubauen. Durch das Nächtigen in kleinen Dörfern und Maßnahmen wie gemeinsame Kochabende mit Einheimischen kann der Austausch zwischen Reisenden und der heimischen Bevölkerung gefördert werden. Auch bei der Wahl der Reiseleiter sollte der Reiseveranstalter bevorzugt darauf achten, einheimische Guides für diese Position zu wählen. Diese Personen kennen das Land „wie ihre Westentasche“ und können den Teilnehmern durch ihr Hintergrundwissen tiefere Einblicke in das Leben, die Kultur und Tradition des Landes bieten.

Die Literaturrecherchen zum Angebotsmarkt des Trekkings haben ergeben, dass die Aktivität in verschiedensten Regionen der Welt durchgeführt werden kann. Jede dieser Regionen verfügt über individuelle Ressourcen, die für den Markt des Trekkingtourismus attraktiv sind. Die Besonderheit ist vor allem, dass es sich meist um weniger touristisch erschlossene Regionen handelt bzw. einzelne Regionen im Zuge des Trekkingtourismus erschlossen

werden, welche bisher für den herkömmlichen Erholungstourismus als uninteressant galten. Theoretisch hätte der Trekkingbegeisterte also eine enorme Auswahl an unterschiedlichsten Trekkingregionen, die für seine Reise in Frage kommen. Fakt ist aber, dass es einige Barrieren bzw. unbeeinflussbare Situationen in unserer Welt gibt, die den Kunden in seiner Entscheidung einschränken. Destinationen, welche vor einigen Jahren noch als beliebte Reiseziele galten, kämpfen nun mit gegenwärtigen Unruhen, Terroranschlägen und Bürgerkriegen. Demnach werden sie als Urlaubsdestinationen gemieden und müssen mit beträchtlichen Einbußen in der Tourismuswirtschaft kämpfen. So treten andere Länder der Welt, wie auch Bosnien-Herzegowina, in den Vordergrund und bekommen die Möglichkeit, sich am Tourismusmarkt zu etablieren. Die intensive Recherche hat ergeben, dass das besagte Land enormes touristisches Potential aufweist sich am Tourismusmarkt zu etablieren. Jegliche infrastrukturellen, natürlichen sowie kulturellen Ressourcen sind dafür gegeben. Aber auch dieses Land, als Postkriegsgebiet, ist in seiner Entwicklung gehemmt. Die Regionen sind immer noch weitgehend vom Krieg gezeichnet. Neben der herrschenden Armut und zerstörten Gebieten ist das Land noch immer von unzähligen Minen übersät, welche nicht nur eine Gefahr für Touristen sondern auch für die heimische Bevölkerung darstellen.

Auch im Zuge des Interviews mit dem Minen-Spezialisten des österreichischen Bundesheeres hat sich herausgestellt, dass die Durchführung einer Trekkingtour in Bosnien zum gegenwärtigen Zeitpunkt nicht umsetzbar bzw. zumutbar wäre. Sich abseits der gängigen Routen zu bewegen ist nicht anzuraten, ist enorm gefährlich und kann sogar tödlich enden. Nur Wandern auf befestigten Straßen, mit ortskundigen Führern ist gegenwärtig zu verantworten, wobei auch hierbei keine Sicherheitsgarantie gegeben ist. Der Problematik der Minen kommen außerdem noch ein ineffizientes Rettungssystem vor Ort, welches auch auf die politische Instabilität sowie komplexe Struktur des Staates zurückzuführen ist, und sprachliche Barrieren hinzu.

Die Recherchen haben außerdem gezeigt, dass das Thema Sicherheit für den Tourismus eine immer bedeutendere Rolle einnimmt, was, wie bereits angesprochen, nicht zuletzt auf die Zunahme der weltweiten Unruhen zurückzuführen ist. Sicherheit ist ein grundlegendes Bedürfnis der Menschen und stellt demnach auch einen wesentlichen Entscheidungsfaktor bei der Reiseentscheidung dar. Das bedeutet für RV im ersten Schritt, immer die sicherheitsrelevanten Bedingungen der Zieldestination zu klären. Entscheidet sich der RV für Destinationen wie Bosnien, welche Postkriegsgebiete sind, so müssen bestimmte Maßnahmen zur Aufklärung der Reisenden getroffen werden. Neben dem Minimum an Aufklärung durch das Zusenden detaillierter Informationsmaterialien, ist ein persönliches Treffen vor Reiseantritt zu empfehlen. Im Zuge dessen kann ein spezielles *Mine Awareness Training* durchgeführt werden, um dem Kunden so die Wichtigkeit der Thematik zu vermitteln. Dies ist auch neben dem Beitrag zur Sicherheit der Kunden essentiell für die Absicherung des RV, da dieser für all seine Teilnehmer haftet.

Wichtig ist es jedenfalls, Dramatisierung zu vermeiden. In unserer heutigen Zeit leistet die Reizüberflutung der Medien einen erheblichen Beitrag zur negativen Imagebildung von Destinationen. Die Tourismusindustrie hat zwar keinen Einfluss auf die verbreitenden Gefahren und auch nicht auf die Wirkungsmacht der Medien, dennoch kann seitens der Tourismusakteure ein Beitrag dazu geleistet werden, dem potentiellen Kunden ein Gefühl von Sicherheit zu vermitteln. Vor allem Postkriegsgebiete kämpfen mit einem negativ behafteten Image.

Auch Experten sind sich dieser Thematik betreffend einig. Sämtliche Länder der Balkanregion bieten für den Trekkingtourismus enormes touristisches Potenzial, aber sind in ihrer Entwicklung gehemmt. Durch die Zusammenarbeit zwischen RV und Destination können aber gemeinsame Maßnahmen gesetzt werden, um zu einem künftigen Imagewandel der Regionen beizutragen. Mit den richtigen Marketingmethoden kann ein

Wandel in den Köpfen der Menschen erzielt werden und die Betroffenen so für das Thema Sicherheit sensibilisiert werden. Wichtig ist es, mit den richtigen Kommunikationsmaßnahmen auf die schönen Seiten des Landes hinzuweisen, die ursprüngliche Landschaft, die Kultur und Herzlichkeit zu illustrieren und zu betonen. Hierbei darf es aber keinesfalls um das Herunterspielen von Tatsachen gehen, denn entscheidend ist eine transparente sowie sachliche Kommunikation. Der Reiseveranstalter muss dem potentiellen Kunden somit präsente Gefahren durch vertrauensschaffende Maßnahmen darlegen und ihn mit richtiger Aufklärung sensibilisieren.

Zum Thema Regionalentwicklung lässt sich sagen, dass ständige nachhaltige Weiterentwicklung im Sinne der Erhaltung der ökologischen, sozialen und ökonomischer Ressourcen im Rahmen von Produktkonzeptionierungen erfolgsversprechend sind. Dieser Erfolg erfordert aber das Zusammenspiel aller Akteure, beginnend beim Veranstalter über die Leistungsträger bis hin zum Kunden selbst.

Auch die Durchführung der Experteninterviews hat gezeigt, dass dieser Thematik bei Abenteuer- bzw. Trekkingreiseveranstalter Beachtung geschenkt wird. So wird insbesondere die Integration der einheimischen Bevölkerung als enorm wichtig angesehen, um möglichst hohe Nachhaltigkeitseffekte zu erzielen. Maßnahmen in der Praxis sind hierbei beispielsweise humanitäre Projekte speziell in Entwicklungsländern sowie die finanzielle Unterstützung der Bewohner durch die Wahl von Gästehäusern bzw. „Homestays“ als Unterkunftsform. Außerdem wird vermehrt darauf Wert gelegt, einheimische Reiseführer zu wählen, um einen Beitrag zur Arbeitsplatzsicherung zu leisten.

Nach Meinung der Autorin ist es auch insbesondere wichtig, dass das Thema Nachhaltigkeit in die Unternehmenskultur verankert ist. So soll auch den Mitarbeitern das Bewusstsein für nachhaltiges Handeln vermittelt

werden. Die Werte müssen gelebt und auch nach außen getragen werden. Auch die Bereitschaft der Kunden ist ausschlaggebend für die nachhaltige Tourismusentwicklung. Um dies zu erzielen, bedarf es vor allem der Mobilisierung sowie Aufklärung im Vorfeld.

4 Schluss

Im folgenden Kapitel wird die zentrale Forschungsfrage der Arbeit beantwortet. Außerdem werden praktische Empfehlungen ausgesprochen, sowie Anregungen für weitere Forschungsfragen formuliert. Abschließend werden die angewandte Methodik sowie die Ergebnisse der Forschungsarbeit hinsichtlich der Validität kritisch reflektiert.

4.1 Beantwortung der Unterfragen

Bevor es um die Beantwortung der zentralen Forschungsfrage geht, sollen im nächsten Schritt zunächst die Unterfragen beantwortet sowie die zuvor aufgestellten Thesen verifiziert bzw. falsifiziert werden.

Beantwortung der Unterfrage 1

Welche Bedürfnisse haben Menschen, eine Abenteuerrekkingtour zu unternehmen?

Die Forschungsarbeit hat gezeigt, dass Menschen, welche eine Abenteuerrekkingtour unternehmen, Bedürfnisse wie die Begegnung und Konfrontation mit ursprünglichen Naturlandschaften, das Erleben fremder Kultur und Tradition, sowie den Wunsch nach ganzheitlicher Bildung haben. Auch die Sehnsucht nach Authentizität sowie Entlastung vom Alltagsstress, das Bedürfnis nach sportlichem Erlebnis, körperlicher Leistung sowie Abenteuer und Grenzerfahrungen sind Motive bei der Reiseentscheidung (siehe dazu Kap. 3.1.2.3. und Kap. 3.1.3.1.2.). Die These zur Unterfrage 1 kann somit verifiziert werden:

Treffen Menschen die Wahl, eine Abenteuerrekkingtour zu unternehmen, dann ist ihre Entscheidung von Bedürfnissen wie der Suche nach Natur und Erlebnis oder dem Wunsch nach Individualität und Authentizität geprägt.

Beantwortung der Unterfrage 2

Wie sicher ist das auszuwählende Zielgebiet?

Die intensive Auseinandersetzung mit der Region Bosnien (Kap. 3.1.4.) sowie das Gespräch mit militärischen Spezialisten zum Thema militärische Sprengminen hat verdeutlicht, dass die Region Bosnien-Herzegowina für die Durchführung einer Trekkingreise auf naturbelassenen Strecken abseits gesicherter Straße und Wege aufgrund der immensen Verbreitung von scharfen Antipersonenminen und aufgrund von politischer Instabilität für Touristen und auch für die Bewohner als nicht sicher einzustufen ist. Solch eine Tour ist somit zum gegenwärtigen Zeitpunkt in der gesamten Region BIH nicht umsetz- bzw. verantwortbar. Die These zur Unterfrage 2 muss somit falsifiziert werden:

Sofern die Route der geführten Trekkingtour durch als entmint gekennzeichnete Wege und Strecken führt, ist das Land Bosnien-Herzegowina als Reisedestination weitgehend als sicher einzustufen.

Zwar werden zum gegenwärtigen Zeitpunkt Wandertouren in Bosnien angeboten, doch führen deren Routen weitgehend nur über befestigte und asphaltierte Straßen. Da aber, wie in den theoretischen Grundlagen bereits erläutert, Trekkingrouten abseits der gängigen touristischen Wanderrouten durch infrastrukturell wenig erschlossene Regionen führen sollten, um von potenziellen Kunden als naturnahe Abenteuer erlebt werden zu können, wäre eine solche Reise aufgrund der beschriebenen Umstände zu gefährlich.

Beantwortung der Unterfrage 3

Welche Rolle spielt das Image eines Landes bei der Wahl der Reisedestination?

Generell kann gesagt werden, dass das Image eines Landes eine sehr bedeutende Rolle bei der Wahl der Reisedestination spielt. Ein positiver Ruf;

sowohl aus wirtschaftlicher, politischer, sozialer sowie ökologischer Sicht, ist Grundlage für den touristischen Erfolg. Speziell bei Destinationen wie Bosnien, welche aufgrund ihrer Vorgeschichte als Postkriegsdestination mit vielen Vorurteilen zu kämpfen haben, ist es für alle Akteure, vom Reiseveranstalter, dem Destinationsmanagement, bis hin zu den einzelnen Leistungsträgern, erforderlich, gemeinsame Maßnahmen zu entwickeln, um einen positiven Imagewandel zu fördern. So kann dem Touristen Vertrauen geschenkt und ein Gefühl von Sicherheit vermittelt werden. Die These zur Unterfrage 3 kann somit verifiziert werden:

Wenn eine Trekkingreise in einem Land wie Bosnien-Herzegowina (mit weitgehend niedrigem touristischem Aufkommen) angeboten wird, dann spielt das Image des Landes eine wesentliche Rolle für den Entscheidungsprozess des Kunden.

Beantwortung der Unterfrage 4

Welche regionalen Ressourcen müssen im Rahmen der Produktkonzeptionierung in Bosnien genutzt werden, um die Durchführung der Abenteuerrekkingtour zu ermöglichen?

Die Recherchen haben ergeben, dass Bosniens touristisches Potential vorhanden ist. Das Land verfügt sowohl über geeignete naturräumliche, kulturräumliche sowie infrastrukturelle Ressourcen, welche es möglich machen, eine Abenteuerrekkingtour durchzuführen. So sind speziell hinsichtlich der Ein- und Ausreise der Touristen sowie in Bezug auf die Beherbergung und Verpflegung geeignete Rahmenbedingungen gegeben, welche im Zuge der Konzeptionierung genutzt werden müssen, um dem Produkterfolg Folge zu leisten. Die These zur Unterfrage 4 kann somit ebenfalls verifiziert werden:

Wenn die vorhandenen örtlichen Ressourcen des Landes in Hinblick auf den Transport und die Beherbergung der Reisenden genutzt werden, dann wird dem Erfolg der Trekkingtour Folge geleistet werden.

4.2 Beantwortung der zentralen Forschungsfrage

In diesem Kapitel soll die zentrale Forschungsfrage der Masterarbeit beantwortet werden.

Wie muss eine Kultur- und Abenteuerrekkingtour in Bosnien-Herzegowina konfektioniert sein, um sich als touristisches Produkt für potenzielle Kunden zu eignen, die nach intensiven Naturerlebnissen in spärlich besiedelten Regionen unter sicheren Reisebedingungen bei bescheidenem Komfort suchen?

Grundsätzlich kann gesagt werden, dass die Konzeption einer Reise ein sehr komplexer Prozess ist, welcher Strukturiertheit, Genauigkeit, sowie Kreativität in der Planung erfordert. Grundlage für jede Produktentwicklung ist aber die Definition seiner potenziellen Zielgruppe. Eine Kultur- und Abenteuerrekkingtour kann sich also nur dann als touristisches Produkt für den potenziellen Kunden eignen, wenn das Endprodukt an die Bedürfnisse und Wünschen der Zielgruppe angepasst wird. Oberste Priorität und an erster Stelle der Planung sollte aber die Untersuchung der Zieldestination sein. Somit ist es essentiell, im Vorfeld die sicherheitsrelevanten Gegebenheiten der Region zu untersuchen.

4.3 Praktische Empfehlungen

Von dieser Arbeit profitieren grundsätzlich Unternehmen der Reiseveranstalterbranche. Speziell Spezialreiseveranstalter, welche ihren Fokus auf Abenteuer- sowie Trekkingreisen legen, können einen Nutzen aus der vorliegenden Forschungsarbeit ziehen. Wie bereits erwähnt, ist die Kultur- und Abenteuerrekkingtour nur ein Prototyp. So wurden

beispielsweise Vorschläge zur Festlegung der Rahmenbedingungen sowie zum Reiseinhalt dargelegt. Die praktische Umsetzung würde aber jedenfalls ein detaillierteres Reisekonzept erfordern.

Demnach wäre beispielsweise ein professionell erarbeitetes Marketingkonzept als Grundlage für den Reiseerfolg anzusehen. Die Autorin hat im Zuge des empirischen Teils der Arbeit Überlegungen zu einzelnen möglichen Kommunikationsmaßnahmen zusammengefasst. Für die Praxis wären aber weitere Ausführungen nötig. So müsste vor allem der Distributions- sowie Preispolitik vermehrt Beachtung geschenkt werden. Dafür erachtet die Autorin die richtige Balance zwischen den Kundenbedürfnissen und der wirtschaftlichen Rentabilität für das Unternehmen als enorm wichtig. Der Anspruch der Kunden muss somit mit der Strategie des RV abgewogen werden. Auch die Profilierung des Images einer Reisedestination kann mit den passenden Marketingstrategien gefördert werden.

Außerdem stellt die Wahl des richtigen Reiseleiters eine weitere Herausforderung für den Reiseveranstalter dar. Demnach sollte dieser Aufgabe große Aufmerksamkeit geschenkt werden. Diese Person sollte sich nicht nur durch soziale Kompetenzen wie Gruppenaffinität, Kommunikationsfreude sowie Entscheidungskompetenz, sondern außerdem durch fachliche Kenntnisse auszeichnen. So muss der Reiseleiter bergerfahren sein, eine gewisse länderspezifische Sachkompetenz aufweisen und im Bereich Erste Hilfe gut geschult sein.

Neben den Akteuren der Reiseveranstalterbranche profitiert zudem außerdem der heimische Tourismus in der jeweiligen Untersuchungsregion vom konzipierten Produkt. Das Produkt wurde zwar im Rahmen der vorliegenden Forschungsarbeit am Beispiel der Destination Bosnien skizziert, doch könnte das Konzept auch auf andere Länder übertragen werden, welche ähnliche landestypische Gegebenheiten aufweisen. Durch

die Einbindung heimischer Unternehmen vom Freizeit- und Kultursektor bis hin zur Gastronomie und dem Beherbergungsbereich würde die jeweilige Region regionalwirtschaftlich unterstützt werden. Im Zuge dessen würde auch die Beschäftigung gefördert und so mehr Arbeitsplätze geschaffen werden. Generell kann durch die Durchführung von Trekkingtouren außerdem ein Beitrag zur ganzjährigen Mehrauslastung sowie zur Steigerung des Bekanntheitsgrades und zur Aufwertung des Destinationsimages geleistet werden.

Nicht nur Tourismusanbieter, sondern auch der potenzielle Kundenkreis profitiert von dem Angebot einer Kultur- und Abenteuer-trekkingtour. Zwar haben die Recherchen gezeigt, dass bereits vergleichbare Produkte existieren, dennoch ist der Markt bisher noch nicht besonders erschlossen.

In Hinblick auf den gegenwärtigen Terror sowie Katastrophen und weltweiten Unruhen treten immer mehr touristische Destinationen in Vergessenheit. So eröffnen sich aber wiederum neue Türen für andere Regionen, wie Südosteuropa, welche sich am Trekkingtourismusmarkt etablieren können.

4.4 Offene Forschungsfragen

Folgend sollen Überlegungen sowie Anregungen für weitere Forschungsarbeiten erläutert werden.

Die im Rahmen des empirischen Teils entwickelte Reise beinhaltet lediglich Überlegungen und Empfehlungen zur Konzeption einer Kultur- und Abenteuer-trekkingtour. Somit stellt das Produkt, welches am Beispiel der Destination Bosnien-Herzegowina illustriert wurde nur eine „Skizze“ bzw. einen Prototypen einer vergleichbaren Reise dar. Die Autorin hat die wesentlichen Kernbereiche der Produktkonzeption in Form einer strukturierten Checkliste erarbeitet und die Inhalte und Arbeitsschritte dazu beschrieben. Teil weiterer Forschung könnten somit ausführlichere Erarbeitungen sowie Ergänzungen der jeweiligen Arbeitsbereiche sein.

Vor allem die Gestaltung der Preispolitik solch einer Reise könnte Teil weiterer Forschung sein, da diese Frage bislang offen blieb. In weiterer Recherche könnte demnach die Zahlungsbereitschaft der potenziellen Kunden untersucht werden und unter welchen Rahmenbedingungen das Reiseprodukt für den Reiseveranstalter wirtschaftlich rentabel wäre.

Ursprünglich plante die Autorin im Rahmen ihrer empirischen Methode eine teilnehmende Beobachtung durchzuführen. Aufgrund der Umstände zur Sicherheitslage in Bosnien musste die Forschungsreise aber abgesagt werden, da die Testung der Tour viel zu gefährlich gewesen wäre. Für eine konkrete Umsetzung solch einer Tour wäre eine teilnehmende Beobachtung aber Grundvoraussetzung. Im Rahmen der Forschungsreise würden die Gegebenheiten vor Ort untersucht werden und Kontakte mit potentiellen Leistungsträgern und anderen Kooperationen geschlossen werden.

Aufgrunddessen empfiehlt die Autorin für die weitere Entwicklung der Kultur- und Abenteuer-trekkingtour jedenfalls eine andere Region als Zieldestination zu wählen. Aufgrund der Prognosen des österreichischen Bundesheeres zur vollständigen Beseitigung der Minen ist es fraglich, ob die Umsetzung einer Trekkingtour in Bosnien-Herzegowina auch in ferner Zukunft je möglich sein wird. Deshalb rät die Autorin für die weitere Forschung, andere vergleichbare Länder wie Bulgarien oder Rumänien ins Auge zu fassen.

Die Forschung hat zudem ergeben, dass das Image einer Destination wesentliches Kriterium für die Reiseentscheidung ist. Demnach könnte ein Imagekonzept, bzw. Strategien zur Image-Profilierung speziell für Postkriegsgebiete, Bestandteil weiterer Forschungsarbeiten sein.

Die Forschung der Reisemotive hat ergeben, dass sich die Menschen im Zuge ihrer Reisen immer mehr nach authentischen sowie erlebnisorientierten Urlauben sehnen und den gängigen „Mainstreamtourismus“ meiden. Hierzu

wären Forschungen zum Spannungsfeld der beiden Themen „Authentizität“ und „Inszenierung“ im Tourismus für die Praxis von großem Interesse.

Die ökonomischen, soziokulturellen sowie ökologischen Auswirkungen des Trekkingtourismus, welche sich für die Untersuchungsregion ergeben, wurden in der Forschungsarbeit nur grob angeschnitten. Die weitere Entwicklung und Umsetzung solch einer Reise erfordert aber eine intensive Auseinandersetzung mit den einzelnen Aspekten der nachhaltigen Entwicklung. Demnach könnte eine Nachhaltigkeitsevaluierung Angelegenheit weiterer Forschungsarbeiten sein. Im Falle einer hohen Nachfrage zum Reiseprodukt könnten beispielsweise Maßnahmen definiert werden, um das Fundament von Trekkingreisen - nämlich die intakte Natur - nicht zu gefährden. Auch gezielte Vorkehrungen bzw. Projekte könnten kreiert werden, um durch eine ausgewogene Integration der Bevölkerung die Region in ökonomischer Hinsicht zu unterstützen.

4.5 Methoden-, und Ergebniskritik hinsichtlich der Validität

4.5.1 Kritik an der Methodik

Die vorliegende Forschungsarbeit setzt sich, wie zu Beginn schon erwähnt, aus einem Methodenmix zusammen. Zur Beantwortung der Forschungsfrage haben neben einer umfangreichen Literaturrecherche außerdem fünf Experteninterviews und eine Internetrecherche beigetragen.

Bezüglich der Auswahl der Literatur ist kritisch anzumerken, dass die Autorin in zu geringem Ausmaß wissenschaftliche Quellen aus Datenbanken herangezogen hat. Eine größere Anzahl an wissenschaftlichen Studien und Artikeln hätten jedenfalls zu einer höheren Aktualität der theoretischen Grundlagen beigetragen. Die Aussagekräftigkeit des Ergebnisses wird nach Ansicht der Autorin dadurch aber nicht verzerrt, da im Zuge der Recherchen stets darauf geachtet wurde, themenrelevante und aktuelle Literatur zu wählen, welche sich durch eine hohe wissenschaftliche Fundiertheit

auszeichnet. Auch auf die Kriterien Widersprüchlichkeit, Sachlichkeit, Plausibilität und Vertrauenswürdigkeit der verwendeten Quellen hat die Autorin geachtet.

Die Autorin führte, wie bereits erwähnt, fünf Experteninterviews durch, vier davon mit Fachmännern für Trekkingreisen aus der Reiseveranstalterbranche. Da sich bei der Beantwortung der Fragen Überschneidungen hinsichtlich der Aussagen und Meinungen ergaben, stuft die Autorin die Anzahl der Interviewpartner im Sinne der Aussagekraft der Ergebnisse als ausreichend ein. Auch das Interview mit dem Minen-Spezialisten des österreichischen Bundesheeres war für die Aussagekraft des Ergebnisses ausreichend und von außerordentlicher Bedeutung. Im Hinblick auf die Wahl der Interviewpartner gäbe es aber dennoch eine Angelegenheit, welche kritisch anzumerken wäre. Aufgrunddessen, dass keine Forschungsreise durchgeführt werden konnte, wäre es nämlich von Vorteil gewesen, zusätzliche Gespräche mit ortskundigen Personen, wie Mitarbeitern der bosnischen Botschaft oder des bosnischen Tourismusverbandes, zu führen, um tiefere Einblicke in die örtlichen Rahmenbedingungen zu bekommen.

Dies bringt uns auch schon zum nächsten Punkt. In Bezug auf die empirische Methode der Arbeit möchte die Autorin kritisch anzumerken, dass keine teilnehmende Beobachtung durchgeführt wurde. So wurde eine Marktanalyse hauptsächlich durch eine Internetrecherche durchgeführt. Eine teilnehmende Beobachtung in Form einer Forschungsreise nach Bosnien hätte aber zu einer noch größeren Aussagekraft des Ergebnisses beigetragen. Ursprünglich war solch eine Reise in Planung, diese musste aber aufgrund der Erkenntnis über die gegenwärtigen Sicherheitslage in BiH abgesagt werden. Die Autorin stuft die Auswirkung dieser Umstände für die Aussagekraft des Ergebnisses aber als gering ein, da die Destination Bosnien lediglich zur beispielhaften Illustration der Reise diente. Bei der Ausarbeitung der Tour wurde vermehrt auf allgemeine Aspekte einer

touristischen Produktentwicklung für Trekkingreisen Wert gelegt, die gegebenenfalls auf verschiedenste Trekkingregionen umgelegt werden können.

4.5.2 Kritik der Ergebnisse

Grundsätzlich bietet die Masterarbeit brauchbare Ergebnisse für Reiseveranstalter, die eine Kultur- und Abenteuerrekkingtour in der Region Südosteuropa in ihr Angebotssortiment aufnehmen möchten.

Die Autorin hat im Zuge der Reisekonzeption auf die Wichtigkeit der Untersuchung der örtlichen Rahmenbedingungen hingewiesen. Dies war bei der vorliegenden Forschungsarbeit im Rahmen der Ausarbeitung des empirischen Teils aber nur bedingt möglich. Die Autorin hat die einzelnen Reiseelemente zum Großteil auf Basis von Internetrecherchen und mit Hilfe von Materialien von Tourismusbüros dargestellt. Wie bereits angesprochen, wäre für eine realitätsgetreue Abbildung, eine Forschungsreise in die besagte Region, zu empfehlen. So könnten die örtlichen Gegebenheiten und Rahmenbedingungen gezielt untersucht und Gespräche mit potentiellen Kooperationspartnern geführt werden.

Anhand einer Forschung zum Nachfrageverhalten und einer Zielgruppenanalyse wurde versucht, ein potentielles Kundensegment für die Trekkingtour zu definieren. Dafür wurde die Bedürfnispyramide von Maslow herangezogen und in weiterer Folge spezifische Reisemotive und Bedürfnisse erläutert. Die Definition der Zielgruppe basierte auf den Motiven von Trekking- bzw. Abenteuerreisenden. Hierbei könnte kritisiert werden, dass die Autorin bei der Benennung des Klientels im Hinblick auf die Interessen nicht speziell für die Region Bosnien bzw. Südosteuropa geforscht hat. Somit wäre eine intensivere Recherche in Web-Foren und Reiseblogs mit Schwerpunkt (Wander-/Abenteuer-)Tourismus in der Region Bosnien-Herzegowina von Interesse gewesen, um die Zielgruppe noch präziser charakterisieren zu können. Demnach dürfen die Ergebnisse hierbei nicht als allgemeine Gültigkeit angesehen werden.

4.5.3 Kritik an der Anwendbarkeit der Ergebnisse

Die Ergebnisse der Forschungsarbeit liefern eine Sammlung an Ideen, Vorschlägen und Anhaltspunkten zur Konzeption einer Kultur- und Abenteuerrekkingtour. Dieses Konzept ist primär für Spezialreiseveranstalter nützlich.

Hierbei ist aber die Realisierbarkeit des Konzepts zu hinterfragen. Im Hinblick auf die Destination BIH steht jedenfalls fest, dass der Entwurf in der vorliegenden Form aufgrund der örtlichen Sicherheitslage nicht eins zu eins übernommen werden kann. Die Ausarbeitung der Konzeption beinhaltet aber allgemeine Überlegungen wie beispielsweise die Festlegung der Rahmenbedingungen (geeignete Reisedauer, Gruppengröße, etc.) oder Vorschläge zu möglichen Marketingmaßnahmen. Demnach bot die Destination Bosnien lediglich die Möglichkeit, den Entwicklungsprozess der Trekkingtour realitätsgetreu zu skizzieren. So könnte das Konzept, wie bereits erwähnt, auf andere Länder, zum Beispiel in der Region Südosteuropa umgelegt werden.

Die Autorin erachtet die Ergebnisse als durchaus anwendbar und nützlich für Touristiker, kann aber keine Gewährleistung für den Erfolg des Produkts geben. Um das Konzept in die Praxis umzusetzen, bedarf es einer detaillierteren Ausarbeitung der einzelnen Bereiche. So liegt die Verwirklichung im Handlungsbereich des Reiseveranstalters.

5 Literaturverzeichnis

Adventure Travel Trade Association. (2013). *Adventure Tourism Market Study 2013*. Download vom 15. Mai 2016, von <http://files.adventuretravel.biz/docs/research/adventure-tourism-market-study-2013-web.pdf>

Auswärtiges Amt. (2016). *Wirtschaft*. Download vom 30. Mai 2016, von http://www.auswaertiges-amt.de/DE/Aussenpolitik/Laender/Laenderinfos/BosnienUndHerzegowina/Wirtschaft_node.html

Bacher, J. & Horwath, I. (2011). *Einführung in die Qualitative Sozialforschung. Teil 2*. Download vom 20. Juni 2016, von http://www.jku.at/soz/content/e94921/e95830/e202629/e202931/SkriptTeil2ws11_12_ger.pdf

Backhaus, N. (2006). „Nicht-Ort Dschungel“ – Herstellung von Authentizität in Nationalparks von Malaysia. In Wöhler, K (Hg.), *Erlebniswelten. Herstellung und Nutzung touristischer Welten*. Münster: LIT Verlag, S. 107-120

Bastian, H., Dreyer, A. & Groß, Sv. (Hg). (2009). *Tourismus 3.0. Fakten und Perspektiven*. Hamburg: ITD-Verlag

Bedürfnisse nach Maslow. (o.J.). Download vom 06. Juni, 2016, von <http://www.seele-verstehen.de/grundlagen/bedürfnisse-nach-maslow/>

Beurden, D. (2007). *Landmines in Bosnia and Herzegovina. A visit to the Bosnia Herzegovina Mine Action Center, BHMAC*. Download vom 26. Juni 2016, von https://www.essex.ac.uk/armedcon/story_id/Landmines_in_Bosnia_and_Herzegovina.pdf

Bittner, R. (2006). *Tourismus der Zukunft. Boomende Urlaubsformen. Dominierende Zielgruppen. Verändertes Reiseverhalten*. Saarbrücken: VDM Verlag.

Boeree, G. (2006). Persönlichkeitstheorien: Abraham Maslow. Download vom 06. Juni 2016, von http://www.social-psychology.de/do/PT_maslow.pdf

Bosnien und Herzegowina. (o.J.). Download vom 11. Jänner 2016, von <http://www.bhtourism.ba/ger/yournextadventure.wbsph>

Bosnien: Wachstum im Tourismus. (2014). Download vom 30. Mai 2016, von <http://archiv.kosmo.at/news/Bosnien-Wachstum-im-Tourismus>

Brämer, R. (2010). *Heile Welt zu Fuß. Empirische Befunde zum spirituellen Charakter von Pilgern und Wandern*. Download vom 01. August 2016, von <http://www.wanderforschung.de/files/heile-welt-zu-fuss1265034962.pdf>

Bremer, K. (2001). *Wandertourismus auf Mallorca. Alternative zum Massentourismus oder absehbarer Nutzungskonflikt?* (Diplomarbeit, Geographisches Institut der Georg-August-Universität, Göttingen). Download vom 10. Juli 2016, von <https://kathrinbremer.files.wordpress.com/2015/02/diplomarbeit-kathrin-bremer-wandertourismus-auf-mallorca.pdf>

Brown, L. (2013). *Tourism: A catalyst for existential authenticity*. *Annals of Tourism Research*, Vol. 40, 176-190

Buckley, R. (2012). *Rush as a key motivation in skilled adventure tourism: Resolving the risk recreation paradox*. Download vom 15. Juni 2016, von http://www98.griffith.edu.au/dspace/bitstream/handle/10072/46933/75883_1.pdf?sequence=1

Bundesamt für Naturschutz. (o.J.). *Trekking*. Download vom 03. März 2016, von http://www.natursportinfo.de/nsi_trekking.htmlh

BMEIA - Bundesministerium für Europa, Integration und Äußeres. (2016). *Bosnien und Herzegowina*. Download vom 25. Mai 2016, von <https://www.bmeia.gv.at/reise-aufenthalt/reiseinformation/land/bosnien-und-herzegowina/>

Bundeskanzleramt Österreich. (2016). *Bundesrecht konsolidiert: Gesamte Rechtsvorschrift für Verbot von Anti-Personen-Minen*. Download vom 05. Mai 2016, von <https://www.ris.bka.gv.at/GeltendeFassung.wxe?Abfrage=Bundesnormen&Gesetzesnummer=10005994>

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie. (2010). *Grundlagenuntersuchung Freizeit- und Urlaubsmarkt Wandern*. Download vom 26. April 2016, von <https://www.bmwi.de/BMWi/Redaktion/PDF/Publikationen/Studien/grundlagenuntersuchung-freizeit-und-urlaubsmarkt-wandern,property=pdf,bereich=bmwi,sprache=de,rwb=true.pdfh>

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung. (2016). *Mittel-, Ost- und Südosteuropa. Bosnien und Herzegowina*. Download vom 24. Mai 2016, von http://www.bmz.de/de/laender_regionen/Mittel-Ost-und-Suedosteuropa/bosnien_herzegowina/index.html

Bundeszentrale für politische Bildung. (2015). *Bosnien-Herzegowina*. Download vom 29. Mai 2016, von <http://www.bpb.de/internationales/weltweit/innerstaatliche-konflikte/54780/bosnien-herzegowina>

CBI Market Information Database. (o.J.). *CBI Product Factsheet: Trekkingtourism from the EU to Asia*. Download vom 30. April 2016, von

<https://www.cbi.eu/sites/default/files/study/product-factsheet-trekking-tourism-europe-asia-tourism-2014.pdf>

Cohen, E. (1972). Towards a sociology of international tourism. *Social Research*, 39(1), 164-182

Damit es nicht knallt. (o.J.). Download vom 03. März 2016, von <http://www.stille-ist-geraeusch.de/2minen.htmh>

Das Ausmaß ist einfach gigantisch. (2014). Download vom 30. Mai 2016, von <http://www.sueddeutsche.de/panorama/minen-in-bosnien-herzegowina-das-ausmass-ist-einfach-gigantisch-1.1970638>

Deutsches Wanderinsitut (2012). *Megamarkt Wandern. Ein Schnelldurchgang.* Download vom 15. Mai 2016, von <http://www.wanderforschung.de/files/querschnitt-2011wachau-kompatibilitaetsmodus1327348381.pdf>

Die zehn schönsten Trekkingtouren weltweit. (2013). Download vom 15. Mai 2016, von <http://www.welt.de/reise/article115798516/Die-zehn-schoensten-Trekkingtouren-der-Welt.html>

Dreyer, A., Menzel, A., Endreß, M. (2010). Wandertourismus. Kundengruppen, Destinationsmarketing, Gesundheitsaspekte. München: Oldenbourg Verlag

Ehrich, I. (2015). *Innere Unsicherheit. Die Angst vor Terror ist paradox.* Download vom 1. Juli 2016, von <http://www.n-tv.de/politik/Die-Angst-vor-Terror-ist-paradox-article14870751.html>

Ein Staat vor dem Scheitern. (2014). Download vom 30. Mai 2016, von <https://www.tagesschau.de/ausland/bosnien144.html>

Einwanger, J. (Hg.). (2007). *Mut zum Risiko. Herausforderungen für die Arbeit mit Jugendlichen*. München: Ernst Reinhardt, GmbH & Co KG, Verlag

Einwanger, J. (2007). Theoretische Grundlagen. In Einwanger (Hg.). *Mut zum Risiko. Arbeit mit Jugendlichen*. (S. 12-31)

Energiekrise. (o.J.). Download vom 02. Juli 2016, von <http://www.energiekrise.eu/energiekrise.htmlh>

Engelke, A. (2012). *Das Flow-Konzept nach Mihaly Csikszentmihalyi*. Download vom 20. Juni 2016, von <http://www.learning2.de/wp-content/uploads/2012/10/Flow-Skript.pdf>

Eseltrekking. (o.J.). Download vom 03. März 2016, von <http://www.ia-eseltrekking.de/home.html>

Flughäfen und Airlines in Bosnien und Herzegowina. (o.J.). Download vom 08. Juni 2016, von <https://www.laenderdaten.info/Europa/Bosnien-und-Herzegowina/flughafen.php>

Friedl, H. (2010). *Nachhaltiges Reisen*. Download vom 02. März 2016, von <http://www.dandc.eu/de/article/entwicklungschancen-und-ethische-herausforderungen-im-tourismus>

Friedl, H. (2013). Recht auf Erlösung? Der Anspruch aufs Paradies als postmoderne Paradoxie. In Russ, G. et al. (Hg.), *Steiermark: Innovation: 2013. Recht haben*. Graz: Leykam, S. 19-23

Fröhlich-Gildhoff, K. & Rönna-Böse, M. (2014). *Resilienz*. (3. Aufl.). München: Ernst Reinhardt, GmbH & Co KG

- Gamper, M. & Reuter, J. (2012). „Sinnsuche per pedes“. Pilgern als körperliche Herausforderung und spirituelles Erlebnis. *Sozialwissenschaften und Berufspraxis*, 35 (1), 2-18
- Guéhenno, J. (2016). *Die Kriege des Jahres 2016. Von Afghanistan bis zum Tschadsee-Becken*. Download vom 1. Juli 2016, von <https://zeitschrift-ip.dgap.org/de/ip-die-zeitschrift/themen/die-kriege-des-jahres-2016>
- Halbmayer, E. & Salat, J. (2011). *Qualitative Methoden der Kultur- und Sozialanthropologie*. Download vom 29. Juni 2016, von <http://www.univie.ac.at/ksa/elearning/cp/qualitative/qualitative-31.html>
- Hannich, F. (2008). *Destinationsmarken im Special Interest Tourismus. Dargestellt am Beispiel des Klettertourismus*. (1. Aufl.). Wiesbaden: GWV Fachverlage GmbH
- Hiermansperger, P. & Greindl, S. (o.J.). *Durchführung qualitativer Interviews und Auswertung. Am Fallbeispiel: Opportunistisches Verhalten im Ein- und Verkauf von Obst und Gemüse*. Download vom 29. Juni 2016, von http://www.wanas.at/wp-content/uploads/2013/01/Qualitative_Interviews_und_Auswertung.pdf
- Illing, K. (2010). *Gesundheitstourismus und Spa-Management*. München: Oldenbourg Verlag
- Invent-Tourismus. (o.J.). *Zielgruppenmodell*. Download vom 14. Jänner 2016, von <http://www.invent-tourismus.de/html/projekt02.htm>
- Jozic, J. (2008). *Touristische Entwicklung und zukünftige Chancen des Tourismus in Bosnien-Herzegowina*. (Projektarbeit, Wirtschaftsuniversität, Wien).
- Kaiser, R. (2014). *Qualitative Experteninterviews. Konzeptionelle Grundlagen und praktische Durchführung*. Wiesbaden: Springer Fachmedien

Kagermeier, A. (2016). *Tourismusgeographie. Einführung*. Konstanz und München: UVK Verlagsgesellschaft mbH

Karl-Franzens-Universität Graz. (o.J.). *Schwerpunkt Südosteuropa*. Download vom 01. Juli 2016, von https://static.uni-graz.at/fileadmin/bib/downloads/service/broschueren/presse/bibwww_beilage_uz_soe_web.pdf

Kiefl, W., Bachleitner, R., Kagelmann, J. (2005). *Lexikon zur Tourismussoziologie*. München, Wien: Profil Verlag GmbH

KSV1870 Holding AG. (2014). *Country Report für Investoren und Exporteure Bosnien & Herzegowina*. Download vom 27. Mai 2016, von <https://www.ksv.at/sites/default/files/assets/documents/925-laenderleitfaden-bosnien-herzegowina.pdf>

Koller, G. (2007a). Warum Jugendliche Grenzen suchen und darin Gesundheit finden. In Einwanger (Hg.). *Mut zum Risiko. Arbeit mit Jugendlichen*. (S. 32-37)

Koller, G. (2007b). Risiko und Pädagogik: Grundlagen, Modelle, Praxisforschung. In Einwanger (Hg.). *Mut zum Risiko. Arbeit mit Jugendlichen*. (S. 99-108)

Mayring, P. (2010). *Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken*. (11. Aufl.). Weinheim, Basel: Beltz Verlag.

Menzel, A. & Dreyer, A. (2009). Wandern – die neue Lust. In Bastian, H., Dreyer, A. & Groß, Sv. (Hg.). *Tourismus 3.0. Fakten und Perspektiven*. (S. 263-290)

Nolte, C. (2005). Identität der Wallfahrer. In Häußling, J. (Hg.). *Auf dem Weg nach Santiago de Compostela. Der Jakobsweg – Kulturstrasse Europas*. (2. Aufl.). Münster: LIT Verlag. (S. 17-32)

Olsen, D. (2011). Book review: Wellness and Tourism: Mind, Body, Spirit, Place, R. Bushell, P.J. Sheldon. *Tourism Management*. 32 (457-462)

Opaschowski, H. (2006). *Freizeitwirtschaft. Die Leitökonomie der Zukunft*. Hamburg: LIT Verlag

Ortlepp, R. (2009). Eine Krisenbeziehung: Terror und Tourismus unter medialer Mitwirkung. In Bastian, H., Dreyer, A. & Groß, Sv. (Hg). *Tourismus 3.0. Fakten und Perspektiven*. (S. 37-46)

Petermann, T., Revermann, C. & Scherz, C. (2006). *Zukunftstrends im Tourismus*. Berlin: edition sigma

Peters, M. & Müller, S. (2011). Zur Motivation von Extremsportlern: Eine empirische Analyse. In Bocksberger, B & Schuckert, M. (Hg.). *Innovationen in Tourismus und Freizeit. Hypes, Trends und Entwicklungen*. (S. 29-42). Berlin: Erich Schmidt Verlag.

Plesnik, M. (2016). *Bosnien und Herzegowina: Unterwegs zwischen Adria und Save*. (5. Aufl.). Berlin: Trescher Verlag.

Politik. (o.J.). Download vom 24. Mai 2016, von <http://bosnienherzegowina.npage.de/politik.html>

ProjectM GmbH. (2014). Wanderstudie. Der deutsche Wandermarkt 2014. Download vom 25. April, 2016, von <http://www.projectm.de/project-m/downloads/project-m-wanderstudie-der-deutsche-wandermarkt-2014.pdf>

Reisehinweise für Bosnien und Herzegowina. (2016). Download vom 05. Februar 2016, von <https://www.eda.admin.ch/eda/de/home/vertretungen-und-reisehinweise/bosnien-und-herzegowina/reisehinweise-fuerbosnienundherzegowina.html>

Reisestudie: Der Reiz von extremen Abenteuerreisen. (2012). Download vom 15. Juni, 2016, von <http://www.marcopolo.de/reise-news/detail/reisestudie-der-reiz-von-extremen-abenteuerreisen.html> - [.V2fjamNTOG_E](#)

Sänger, M. (2014). *Geht doch! Wandern bleibt aktuell. Wandern als Natur- und Selbsterfahrung.* Download vom 02. August, 2016, von http://www.wanderforschung.de/files/wandern-aktuell_1407221327.pdf

Seifert-Rösing, I. (2011). *Wanderwissen von A-Z.* Stuttgart: Pietsch Verlag

Schatzl, P. (2004). *Nachhaltigkeit bei organisierten Trekkingreisen. Anspruch und Wirklichkeit am Beispiel von drei Touren in Nepal.* (Dissertation, Universität Salzburg)

Schatzl, P. (2006). Gebuchte Berge. Nachhaltigkeit bei organisierten Trekkingreisen. In Baumhackl, H., Habinger, G., Kolland, F. & Luger, K. (Hg.), *Tourismus in der „Dritten Welt“. Zur Diskussion einer Entwicklungsperspektive.* (1. Aufl., S. 153-165). Wien: Promedia Verlag

Schatzl, P. (o.J. a). Gebuchte Berge (1). *Bergundsteigen* 3(06). 40-46

Schatzl, P. (o.J. b). Gebuchte Berge (2). *Bergundsteigen*. 1(07). 56-61

Scheffer, D. (2009). Implizite und Explizite Motive. In Brandstätter, V. & Otto, J. (Hg.). *Handbuch der Allgemeinen Psychologie. Motivation und Emotion.* (S. 29-36). Göttingen: Hogrefe Verlag GmbH & Co. KG

Schilling, A., Nöthinger, C. & Ammann, W. (2005). Naturgefahren und Tourismus in den Alpen – Die Krisenkommunikation bietet Lösungsansätze. In Pechlaner, H. & Glaeßer, D. (Hg.). *Risiko und Gefahr im Tourismus. Erfolgreicher Umgang mit Krisen und Strukturbrüchen.* (S. 61-74). Berlin: Erich Schmidt Verlag

Schlegelmilch, F. & Ollenburg, C. (2013). *Marketing the adventure: Utilizing the aspects of risk/fear/thrill to target the youth traveller segment*. Download vom 15. Juni 2016, von http://epublications.bond.edu.au/business_pubs/758/h

Schmied, C., Möstl, B., Ulrich, S., Stempkowski, R. & Walcher, A. (2009). Infrastrukturprojekte in Südosteuropa. Analyse Planungsablauf und Risiken. Ergebnisse des F&E-Projekts der FH JOANNEUM. *Netzwerk Bau. 11*, 16-31

Schmeer-Sturm, M. (1997). Reiseleitung. (3. Aufl.). München, Wien: Oldenbourg Verlag

Schmude, J. & Namberger, P. (2015). *Tourismusgeographie*. (2. Aufl.). Darmstadt: WBG (Wissenschaftliche Buchgesellschaft)

Schrag, K. (2006). Bergwandern-Trekking. *Alpin-Lehrplan 1*. (7. Aufl.). München: BLV Buchverlag GmbH & Co. KG

Sehenswürdigkeiten von Bosnien-Herzegowina. (o.J.). Download vom 08. Juni 2016, von <http://www.goruma.de/Laender/Europa/BosnienHerzegowina/Sehenswuerdigkeiten/>

Swarbrooke, J., Beard, C., Leckie, S., Promfret, G. (2003). *Adventure Tourism. The new frontier*. Oxford: Butterworth-Heinemann

Tourenplanung. (o.J.). Download vom 03. Juli 2016, von <http://www.trekkingguide.de/knowhow/tourenplanung.htmh>

Troeger-Weiß, G. (2015). Freizeit und Tourismus in ländlichen Räumen. Trends – Entwicklungen – Steuerungsmöglichkeiten. In Freericks, R. & Brinkmann D. (Hg.), *Handbuch Freizeitsoziologie*. (S. 233-254). Wiesbaden: Springer Fachmedien

Unruhen in Tuzla. (2014). Download vom 30. Mai 2014, von <http://www.spiegel.de/politik/ausland/proteste-in-bosnien-herzegowina-mehr-als-hundert-verletzte-in-tuzla-a-952033.html><http://www.spiegel.de/politik/ausland/proteste-in-bosnien-herzegowina-mehr-als-hundert-verletzte-in-tuzla-a-952033.html>

Verkehr und Infrastruktur in Bosnien und Herzegowina. (o.J.). Download vom 08. Juni 2016, von <https://www.laenderdaten.info/Europa/Bosnien-und-Herzegowina/verkehr.php>

Vogt, L. (2012). *Megatrend hiking and trekking? – A narrative synopsis of market research data, media reports and further presumable indicators.* Download vom 15. Mai 2016, von http://mmv.boku.ac.at/refbase/files/mmv6_206_206.pdf

Was ist Abenteuer-Tourismus?. (2013). Download vom 29. April 2016, von <http://www.az.com.na/tourismus/was-ist-abenteuer-tourismus.413011h>

Wirtschaftskammer Österreich. (2016). *Länderprofil Kroatien.* Download vom 01. Juli 2016, von <http://wko.at/statistik/laenderprofile/lp-kroatien.pdfh>

Weltweitwandern. (o.J.). *Bosnien Herzegowina.* Download vom 03. März 2016, von <http://www.weltweitwandern.at/europa/bosnien-herzegowina/>

Wustmann, C. (2004). *Resilienz. Widerstandsfähigkeit von Kindern in Tageseinrichtungen* ordern. Weinheim: Berlitz

Zehrer, A. (2010). Authentizität – Inszenierung. Die subjektive Wahrnehmung des touristischen Produkts. In Egger, R. & Herdin, T. (Hg.), *Tourismus im Spannungsfeld von Politaritäten.* (1. Aufl.). Wien, Berlin: LIT Verlag

ANHANG A - Interviewleitfäden

ANHANG A1 – Interviewleitfaden A

Name der Einrichtung: CIMIC UNIT AUSTRIA

1. EINLEITUNG, BEGRÜSSUNG

- Begrüßung und Bedankung für die Unterstützung und Zeit
- Vorstellung der Masterarbeit
- Aufklärung über die Aufzeichnung des Interviews
- Aufklärung über das Recht, keine Angaben zu machen
- Möglichkeit der Anonymisierung
- Ablauf des Interviews

2. OFFENE PHASE INKLUSIVE EINSTIEGSFRAGEN

- Wie wurden Sie Minen-Experte bei CIMIC?
- Arbeiten Sie auch in Minengebieten aktiv vor Ort? Wenn ja, wie gehen Sie mit der gefährlichen Arbeit um?

3. HAUPTFRAGEN: THEMENBLÖCKE

Themenblock: Minen

- Was genau ist eine Mine?
- Wie lange ist eine Mine haltbar?
- Wo liegen die Schwierigkeiten bei der Suche und Entschärfung der Minen?
- Wie werden gesicherte Gebiete gekennzeichnet?

Themenblock: Situation in Bosnien

- Wie weit wurde das Land bisher „gesichert“?
- Wer arbeitet an der Minensuche/-entschärfung vor Ort? Von welcher Seite gibt es Unterstützung? (EU, UNO, ..)

- Was passierte bei den Überschwemmungen im Jahre 2014?
- Wie schützen sich die Bewohner des Landes vor der Gefahr? Wie gehen diese damit um? Gibt es Unterstützung für die Opfer?
- Glauben Sie, dass das Land je frei von Minen sein wird? Wenn ja, wie lange wird es dauern?
- Inwiefern wird die Bevölkerung in ihrem Alltag bzw. die Wirtschaft von der Situation der Minen eingeschränkt?

Themenblock: (Trekking-)Tourismus in Bosnien

- Ist Trekking in Bosnien zum jetzigen Zeitpunkt empfehlenswert/erlaubt? Wenn ja wo?
- Wie bewegt man sich in solch Gebieten richtig? Was ist wichtig zu beachten?
- Was halten Sie persönlich von Trekkingtouren in Bosnien? Glauben Sie, dass das Land/die Bevölkerung von dem Tourismus profitieren würde? (aus wirtschaftlicher Sicht)
- Ist man bei Notfällen gerüstet? Im Sinne von medizinischer Versorgung/Bergung von Verletzten.
- Kann sich Bosnien je als Tourismusdestination am internationalen Markt etablieren? Wenn ja, in welchem Bereich?
- Ist es möglich sich gegen die Gefahr zu schützen? Welche Maßnahmen werden für die Aufklärung getroffen?

4. SCHLUSSPHASE: OFFENE FRAGEN, AUSBLICK, RÜCKBLICK, DANK

ANHANG A2 – Interviewleitfaden B

Name der Einrichtung: Weltweitwandern, Wikinger Reisen, Clearskies

5. EINLEITUNG, BEGRÜSSUNG

- Begrüßung und Bedankung für die Unterstützung und Zeit
- Vorstellung der Masterarbeit
- Aufklärung über die Aufzeichnung des Interviews
- Aufklärung über das Recht, keine Angaben zu machen
- Möglichkeit der Anonymisierung
- Ablauf des Interviews

6. OFFENE PHASE INKLUSIVE EINSTIEGSFRAGEN

- Wie wurden Sie Trekking-Experte?
- Was fasziniert Sie an Trekking-Tourismus gegenüber anderen Abenteuer-tourismus-Formen?

7. HAUPTFRAGEN: THEMENBLÖCKE

Themenblock: Trekking (Produktkonzept)

- Welche Personenanzahl sollte die maximale Gruppengröße Ihrer Ansicht nach nicht überschreiten?
- Wie sieht die Routenplanung bei (...) aus? Welche maximale Gehzeit und Kilometeranzahl sollte pro Tag nicht überschritten werden?
- Wie sieht die Verpflegung bei Trekking-Touren von (...) aus?
- Welche fachlichen und sozialen Kompetenzen muss ein Reiseleiter unbedingt mitbringen?
- Wie bereiten Sie Ihre Kunden auf die Reise vor? Wie erfolgt die Information vor Reiseantritt?
- Welche Rolle spielt das Kennenlernen der Kultur des Landes bei Ihren Reisen? Fördern Sie das Knüpfen von interkulturellen Kontakten?

Bzw. integrieren Sie die heimische Bevölkerung in das Rahmenprogramm Ihrer Reisen?

Themenblock: Soziologie des Trekking (Zielgruppe)

- Welche Bedürfnisse haben Menschen, Ihrer Ansicht nach, eine Abenteuerreise, -trekkingtour zu unternehmen?
- Im Zusammenhang mit Abenteuerreisen hört man immer wieder von dem Begriff „Grenzüberschreitung“. Was bedeutet der Begriff, aus Ihrer persönlichen Erfahrung? Sowohl körperlich als auch spirituell.
- Wie kann man den potenziellen Kunden, Interessenten am besten erreichen? Welche Arten von Kommunikationsschienen, Marketingmaßnahmen nutzen Sie?
- Die Menschen suchen immer mehr nach Individualität, dem Ursprünglichen Erlebnis, Authentizität, Selbstfindung, etc. Das Segment des Trekkingtourismus bietet hierfür die besten Voraussetzungen. Ist der Trekkingtourismus Ihrer Ansicht nach ein Zukunftsmarkt?

Themenblock: Destination (Bosnien-Herzegowina)

- Unter welchen Bedingungen würde eine Trekkingtour ihrer Ansicht nach einen Beitrag zur Regionalentwicklung leisten? Welche konkreten Maßnahmen müssen Ihrer Erfahrung nach berücksichtigt werden, damit möglichst hohe Nachhaltigkeitseffekte erzielt werden können?
- In Ländern wie Bosnien gibt es einige Gefahren und Risiken (Minen, politische Instabilität) Wie muss ein Reiseveranstalter mit diesen Gefahren umgehen? Welche Maßnahmen zur Aufklärung der Reisenden sind notwendig? Erfordert die Planung in Ländern wie diesen mehr Aufwand?

8. SCHLUSSPHASE: OFFENE FRAGEN, RÜCKBLICK, AUSBLICK, DANK

ANHANG B – Transkribierte Experteninterviews

ANHANG B1 – Interview 1

Datum des Interviews: 01.06.2016

Name des Interviewpartners: Herr Harald Friedl, ehemaliger Trekking-Reiseleiter

Das Interview wurde schriftlich geführt.

I: Michaela Niedermayr

B: Harald Friedl

I: Welche Jahreszeit ist die am meisten geeignete um eine Trekkingtour durchzuführen?

B: Das hängt vor allem von der Region, somit von dem dort herrschenden Klima und den Ausprägungen der Jahreszeiten, von der Belastbarkeit der Zielgruppe, aber auch von den regionsspezifischen Besonderheiten ab: Will ich sonnensicheres Wetter, und nehme dafür Hitze in Kauf, oder will ich das Aufblühen der Region im Frühling erleben, und nehme dafür zeitweilige Kälte und Regen in Kauf... Oder ziehe stabiles, aber milderes Wetter vor, und mache dafür eine bereits verblühende, verwelkende Natur (mit anderen Reizen) zur Attraktion.

I: Welche ist die geeignete Reisedauer für eine Abenteuer-trekkingtour?

B: Hängt von Zielgruppe ab, wie weit ich den Markt öffnen will. Denn je kürzer die Tour, desto größer die praktische Möglichkeit Urlaub zu bekommen. Je länger, desto teurer, aber auch desto intensiver kann man sich in ein Abenteuer einlassen. Zwischenlösung: Tour als Puzzle organisieren, mit Verlängerungsvariante zu kulturellen Höhepunkten. Nachteil: Gruppe wird zerteilt. Weitere Determinante: Anreiseform: Wer anfliegt, muss sich an Flügen orientieren. Flexibler, wenn Entscheidung gegen Flug.

I: Welche Personenanzahl sollte die maximale Gruppengröße nicht überschreiten?

B: Für und wider: Je mehr Personen, desto höher der Deckungsbeitrag, aber auch desto lauter, desto schwerfälliger... Größere Gruppen sind wiederum eher geeignet „unpassende“ Reisegäste „aufzusaugen“ und zu kompensieren. Je weniger Personen, desto persönlicher, intensiver, flexibler, dafür umso teurer – und verletzbarer durch „Ungünstln“.

I: Wie erfolgt die Routenplanung bei Trekkingtouren? Wie berechnet sich die Gehzeit/Distanz pro Tag?

B: Hängt stark von der Belastbarkeit der Gruppe ab; wird durch die Qualifizierung der Tour zur Orientierung für die unterschiedlichen Kunden mit unterschiedlicher Kondition und Erfahrung gelöst. Hierzu sollten entsprechende Kategorisierungen – wie bei Bergspecht, WWW, Hauser etc. üblich – entwickelt werden.

I: Welche Dauer und Kilometeranzahl sollte nicht überschritten werden?

B: Wesentlich vom Gelände – Steigung, Wegqualität – sowie von der Routenführung (reine Gehstrecken oder zahlreiche Attraktionen, Fotomöglichkeiten etc.) abhängig.

I: Welche Transportmittel sind bei einer Trekkingtour üblich/sinnvoll?

B: Abhängig von Region, also von regionaler Verfügbarkeit (kultureller und sozioökonomischer Kontext), Flexibilität des Veranstalters, Vernetztheit mit Region etc. ab. Tiere stellen einen wichtigen regionalen Integrationsfaktor dar, steigern zudem den Erlebniswert einer Tour, aber bringen organisatorische Herausforderungen mit sich.

I: Welche Arten von Unterkünften werden bei Trekkingreisen genutzt/ sind geeignet?

B: Abhängig von Zielgruppe, deren Ansprüche und Belastbarkeit; von Charakter der Tour (passend zum Tour-Stil – Abenteuer tour oder „Genuss-Wandern“), und wesentlich von der Verfügbarkeit...

I: Wie sieht die Verpflegung bei solch Touren aus?

B: Abhängig vom erwünschten Charakter der Tour: hoher Abenteuercharakter = hoher Grad der Unabhängigkeit; dann geringere Anforderungen, also u.U. auch gemeinsam kochen; oder höherer Anspruch, aber einfacheres, gutes Essen: dann mit Koch (hier stellt sich das Transportproblem; je höher der Anspruch, desto höher die Transportanforderungen...); oder aber Integration der Region durch Essen in Dörfern; Herausforderung: Verfügbarkeit solcher Gasthöfe in abgelegenen Gegenden; welches Angebot; ausreichend? Öffnungszeiten? Hier also höherer Organisationsaufwand, höhere Abhängigkeit, auch schwierigere Kalkulation von Zeit... dafür mehr Erholung... und mehr ökon. Nachhaltigkeit

I: Welche fachlichen und sozialen Kompetenzen muss ein Reiseleiter unbedingt mitbringen?

B: Lange Liste...
Aus meiner Sicht:

Empathie, Kommunikationskompetenz, Geduld, Interesse an eigenen und fremden Kulturen; Abenteuerlust, körperliche und mentale Belastbarkeit; Organisationstalent; Beherrschung von eigenen Bedürfnissen und Emotionen; Gelassenheit in Stress- und Krisensituationen; Führungs- bzw. Entscheidungskompetenz; Kritikfähigkeit.

Von Vorteil: Fähigkeiten wie Erzählkompetenz, Rhetorik, gewisse Grundkenntnisse des Service, Orientierung, Kochen, Erste Hilfe, Krisenmanagement; fachliche Kenntnisse zu Land und Leuten...

I: Ist Ihrer Meinung nach ein Treffen/Informationsabend mit der Reiseleitung und allen Teilnehmern vor Reiseantritt sinnvoll?

B: Abhängig vom „Abenteuergrad“ der Tour sowie von Aufwändigkeit eines Treffens; wenn viele Kunden aus naher Region = leichter machbar, dann geringere Kosten für Reiseleiter; Unternehmen; wenn Pioniertour oder expeditionshafte Tour, dann vorteilhaft, weil Vertrauen aufgebaut, Vorfreude geschürt und Verständnis für schwierige mögliche Situationen schaffbar; Faustregel: immer vorteilhaft, aber Frage der Verhältnismäßigkeit von Aufwand und Nutzen; Trägt tendenziell zu mehr Trinkgeld bei...
Ich hab es bei meinen selbst entwickelten Tuareg-Touren im Niger immer angeboten...

I: Wie sollte die Information vor Reiseantritt erfolgen und welche wichtigen Daten müssen unbedingt enthalten sein?

B: Hier habe ich Ihnen einige Info-Materialien zu meiner Algerien-Trekking-Tour beigelegt. Hier können Sie analog vorgehen.

I: Wie wichtig ist es, Hinweise über die persönlichen Anforderungen an den potentiellen Kunden vor Reiseantritt zu geben?

B: Essentiell

I: Welche Bedürfnisse haben Menschen, Ihrer Ansicht nach, eine Abenteuerrekkingtour zu unternehmen?

B: Hängt vom Milieu ab:

ältere Männer: sich etwas beweisen, Symbolkapital anhäufen; etwas Besonderes machen; Frauen gehobenen Alters: Naturnähe, Gesundheit, Gemeinschaftsgefühl, Spiritualität; jüngere gebildete Männer: ein bisschen Abenteuer; Abstand zum Job; etwas beweisen...

LOHAS-Typen: „Authentizität“, etwas Besonders, Naturnähe; nachhaltiger Tourismus; Erlebnisse und die Welt retten...

I: Wie kann man den potenziellen Kunden, Interessenten am besten erreichen?

B: Notwendige Antwort:

Das kommt darauf an – auf das anzusprechende Milieu. Auch: Immer leichter, wenn man bereits einen Kundenstock hat – hier kann man wieder anknüpfen (leider werden meine ehemaligen Kunden langsam alt). Hier: persönliche Ansprache, wesentlicher Antriebsfaktor ist auch Beziehung zum RL (Vertrauen, Erfahrung mit diesem...) Variante: Integration des Programms in einen Anbieter, somit Nutzung von dessen Marketing-Schienen... Je weniger gebunden die Klientel (also vom offenen Markt zu beziehen), desto weniger einschätzbar die zielsichere Erreichbarkeit der Klientel.

I: Welche regionalen Ressourcen (bezogen auf Transport, Beherbergung, etc.) können im Rahmen einer Trekkingtour in Bosnien-Herzegowina genutzt werden?

B: Auch wenn's langsam redundant klingt: Hängt sehr von der Region ab; auch hier gibt es stärker urbanisierte Regionen und wiederum extrem ländliche, unterentwickelte Gegenden... vom Krieg mitgenommen, aber auch vermint...

I: Wie bedeutend ist die Rolle des Images eines Urlaubslandes bei der Reiseentscheidung/Auswahl der Urlaubsdestination?

B: Gegenfrage: Was sind denn Images, wenn nicht Verknüpfungen von bestimmten Bildern mit bestimmten Emotionen? Doch woran sollten sich Menschen anderweitig orientieren können? Nur: Aufgeklärte Menschen wissen, dass Images eben nur... Images sind. Analogie des Schminkens und des attraktiven Anziehens, wenn man ausgeht: Natürlich zeigt dies nicht die „wahre“ Seite, aber eine Seite, die bestimmte Emotionen auslöst – und somit (wie auch im Regenwald) ein Lockruf, damit überhaupt mal im Chaos des Universums Kommunikation beginnen kann...

ANHANG B2 – Interview 2

Datum des Interviews: 24.06.2016

Name der Einrichtung: Weltweitwandern

Name des Interviewpartners: Herr Robert Wolf

Das Interview wurde telefonisch geführt

I: Michaela Niedermayr

B: Robert Wolf

I: Welche Personenanzahl sollte die maximale Gruppengröße Ihrer Ansicht nach nicht überschreiten?

B: Nach meiner persönlichen Meinung wäre das eine Anzahl von 12 Personen. Die wirtschaftlichen Erfordernisse machen die Gruppen dann unterschiedlich groß. Wenn der Fahrer der Guide ist, dürfen maximal 8 Personen dabei sein. Die Zahl variiert auch je nach Busgröße.

I: Wie sieht die Routenplanung bei WWW aus? Wer stellt die Route zusammen?

B: Die Agenturen vor Ort.

I: Welche maximale Gehzeit und Kilometeranzahl sollte pro Tag nicht überschritten werden?

B: Das ist sehr unterschiedlich, welche Zielgruppe man ansprechen möchte. Wir haben die Zielgruppe 50+ und bei uns ist da die Gehzeit ungefähr vier bis fünf Stunden am Tag. Also das ist der Richtwert von WWW, natürlich gibt es da Spezialreiseveranstalter die wollen ein bisschen mehr gehen, dann gibt es manche Veranstalter, da reichen zwei Stunden aber bei uns ist am meisten so vier bis fünf Stunden gewollt.

I: Wie sieht die Verpflegung bei Trekking-Touren aus?

B: Unterschiedlich. Wenn man wirklich abseits geht braucht man eine Kochmannschaft. Und ansonsten in Europa, da kehren die Gruppen ein, bzw. bekommen sie in der Früh ein Lunchpaket, das sie sich die Leute dann selbst mitnehmen können.

I: OK, aber ist es auch üblich in heimischen Gaststätten vor Ort Verpflegung zu beziehen?

B: Gaststätten gibt es auch, allerdings meistens (...) Es kommt natürlich immer darauf an wo die Reise ist. Also wenn die Gruppe irgendwo am Himalaya rum läuft, da gibt es dann keine Gaststätte, da geht ein Koch mit. Und ansonsten schaut man natürlich schon, gerade in Europa, dass in der

Nähe eine bzw. Trattoria ist, wo die Leute dann Mittagessen gehen können. Wenn das nicht möglich ist, gibt es ein Jausenpaket.

I: Welche fachlichen und sozialen Kompetenzen muss ein Reiseleiter unbedingt mitbringen?

B: Wichtig ist, dass er das Gespür für die Gruppendynamik hat und dass er sich selbst nicht zu wichtig nehmen darf. Es ist schwierig, Guide zu sein kann man schwer lernen. Also je länger ich dabei bin, desto schwieriger und anspruchsvoller wird es. Es gibt manche Destinationen, da verzeihen die Kunden alles und bei manchen gar Nichts. Je näher, je europäischer desto besser muss der Guide sein. In anderen Gebieten reicht es schon wenn er anders aussieht, da sind die Kunden hin und weg weil er so nett ist, aber je näher, je europäischer, desto mehr fachlich kompetenter muss er sein. Es ist schwierig ein guter Guide zu sein. Bei den gleichen Reisen haben wir manchmal Nicht Genügend beurteilt und andere Sehr gut. Das hängt auch ausschließlich am Guide. Der ist quasi der Wichtigste bei der Tour. (4:38)

I: Wie bereiten Sie Ihre Kunden auf die Reise vor? Wie erfolgt die Information vor Reiseantritt?

B: Es gibt Länderinfos zu jeder Reise. Also einfach ein Skriptum zusammengeschrieben, mit einer Packliste und was die Kunden halt so beachten müssen.

I: Für das jeweilige Land individuell nehme ich an?

B: Ja, für die jeweilige Reise eigentlich, also nicht nur für das Land, für die individuelle Reise. Das ist sehr unterschiedlich bei welcher Reise. Es ist eine grundsätzliche Unterscheidung ob sie im Zelt schlafen oder ohne Zelt schlafen. Das ist mal die grobe Unterscheidung. Das ist das Wichtigste, und wenn sie ohne Zelt schlafen ist eigentlich, hohe Schuhe, mehr brauchen sie dann nicht. Und mit Zelt, da brauchen sie etwas mehr, eine Unterlegsmatte, in manchen Zielen gibt es eine, bei manchen müssen es die Kunden selbst mitnehmen. Aber wenn sie nur zum Hotel gehen, dann brauchen sie eigentlich nicht besonders viel. Da wollen die Leute dann eher (...) es gibt ja auch Unterschiede ob die Leute so eine Art „Lebensreise“ mache, weil sie immer schon mal wohin wollten oder ob sie einfach Urlaub machen wollen. Das sind schon zwei grobe Unterscheidungen. Auch von den Erwartungen her. Ob sie mal schnell, zwei Wochen Resturlaub in Menorca machen wollen.. Das ist eine ganz wichtige Unterscheidung.

I: Kurz zur Zielgruppe der Trekker. Welche Bedürfnisse haben Menschen, Ihrer Ansicht nach eine Trekkingtour zu unternehmen?

B: Da gibt es unterschiedliche Veranstalter. Also wir sind in der Zielgruppe sicher keine Bergsteiger, also wir haben nicht die Trekker als richtige Zielgruppe. Wir haben zwar auch ein paar dabei aber die Hauptzielgruppe ist

so die „Nachhaltigen“, was auch immer das bedeutet (B lacht). So auf die Art „Land und Leute verstehen“ und „sozial verträglich Reisen“ und schon wandern aber sich nicht verausgaben.

I: Ok, also mehr die Suchenden nach Erholung und Ausgleich zum Alltag!?

B: Genau und mehr die schön ausgeschmückten und detaillierten Programme. Also es gibt auch welche mit Bergsteigertouren, die haben wir gar nicht mehr. Das ist ja ein ganz anderes Publikum. Die gehen dann mit Höhenmesser und denen sind andere Dinge wichtig. Also die passen auch gar nicht zusammen die zwei verschiedenen Typen. Das haben wir auch lange nicht gewusst aber das sind zwei verschiedene Paar Kunden. Und wir bei WWW konzentrieren uns auf die „softeren“ Wanderer (B lacht).

I: Wie kann man den potenziellen Kunden, Interessenten am besten erreichen? Welche Arten von Kommunikationsschienen, Marketingmaßnahmen nutzen Sie?

B: Wir nutzen sehr viel verschiedene Schienen. Also Direkt Marketing und indirektes Marketing. Das indirekte ist natürlich über das Reisebüro. Und das direkte, alle großen Dinge die es eben so gibt von Pressereisen, bis Katalog, Kooperationspartner mit Katalogauslage, Internet natürlich, das ist das Wichtigste, Suchmaschinen-generierung, dann Filmabende, Diavorträge oder auch Vorträge auf Messen oder allgemein Messen, die Ferienmessen im deutschsprachigen Raum.

Das Wichtigste beste ich die zweite Empfehlung. Deshalb schauen wir auch das unsere Reisen tip top sind.

I: Ich möchte noch kurz auf den Aspekt der Nachhaltigkeit eingehen, da das bei WWW ja ein sehr wichtiger Bereich ist. Unter welchen Bedingungen würde eine Trekkingtour ihrer Ansicht nach einen Beitrag zur Regionalentwicklung leisten? Welche konkreten Maßnahmen müssen Ihrer Erfahrung nach berücksichtigt werden, damit möglichst hohe Nachhaltigkeitseffekte erzielt werden können?

B: Puh (B seufzt), ja das ist ein Thema, das ist jetzt schon ein Bisschen außerhalb von all dem. Das ist schon bisschen abgelutscht das Thema Nachhaltigkeit. Also ich weiß es nicht, ich persönlich habe da nie viel damit anzufangen gewusst. Also (...) (B seufzt) persönlich, jetzt meiner Meinung nach .. Also es ist immer so, ich habe auch mal vor über 20 Jahren in Mittelamerika versucht Community-based Tourismus aufzubauen, das ist idealistisch. Da macht man den Leuten aber dann große Hoffnungen, die verschulden sich, renovieren irgendetwas, dann zieht die Meute weiter und es kommt nie ein Tourist und die bleiben dann zusätzlich in ihrem Jungle dort auf Schulden auch noch sitzen. Also ich hab da wirklich sehr schlechte Erfahrungen mit diesem Community-based Tourismus, manchmal denke ich mir am gescheitesten ist es einfach, nette Familienhotels vor Ort zu beziehen, also als Maßnahme, dass die Leute dort unterkommen. (...). Und

auch mit dieser Anreise und Nachhaltigkeit, umweltschonend Reisen und um die halbe Welt fliegen, das passt auch nicht. Der Begriff wird so weitläufig genutzt. Es ist alles Marketing, war immer schon Marketing. Was halt wirklich nach meiner Meinung wichtig ist, dass man schaut, dass die Leute (...) (B seufzt), das ist natürlich auch je nach Land unterschiedlich, aber bezüglich der Guides. Es gibt Länder da ist Guide ein angesehener Beruf, und es gibt Länder da ist Guide quasi „ich mache schnell Geld damit ich, danach etwas gescheites lernen kann“. Aber es gibt auch Länder, wo Guide etwas wirklich Angesehenes ist, was aber nicht besonders viele Länder sind.

Es ist auch immer schwierig mit der Nachhaltigkeit, denn was ist Nachhaltigkeit? Grundsätzlich also, mir halt mal ein Tui-Manager gesagt, das nachhaltigste ist, wenn ich einen Robinsson-Club in der Dom-Rep errichte. Da habe ich dann 1000 Leute die kommen nicht aus, bleiben in ihrer Anlage und die zerstören dann am wenigsten von der Umwelt. Das ist eigentlich das nachhaltigste (B lacht). Ich kenne die Rucksacktouristen auch, also die sind auch nicht alle nachhaltig. Es gibt solche und solche. Also mit dem, sehe ich da nicht, dass man da so viel machen kann bzw. sollte, heutzutage. Die Leute wollen ja auch landestypische Hotels, landestypische haben alle Länder, aber die wollen die Touristen ja nicht.. Es ist schwierig. (12:59)

I: WWW geht im August erstmals eine geführte Wanderreise in Bosnien. Muss man in einem Land wie diesem, wo die Gefahr größer ist (gerade jetzt nach den erst kürzlich aufgetretenen Überschwemmungen), besondere Dinge in der Planung beachten/bzw. erfordert die Planung mehr Aufwand?

B: Gar nicht. Da gibt es sicherlich Ziele, die viel dramatischer sind als Bosnien. Also die Überschwemmungen das ist ja eigentlich schon vorbei. Das Einzige was in Bosnien gefragt wären sind die Minen und deshalb geht man ja mit uns, deshalb geht Bosnien bei WWW so gut, weil die Leute schon einen Guide dort brauchen, weil sie Angst vor versteckten Minen haben. Weil das steht ja auf der Außenministeriumsseite, dass man nicht abseits des Weges gehen soll. Und da haben wir aber gerade in Bosnien einen guten Partner, der lebt schon sehr lange dort, der ist ein Bergsteiger und da verlasse ich mich voll auf den. Die haben schon lange italienische und holländische Kunden, wir sind der erste deutschsprachige Partner, da mache ich mir keine Sorgen

I: Ok und bei Ihnen ist die Route ja eine gängige und bekannte Wanderroute oder?

B: Genau, das ist keine unbekannte Route, das bucht ja dann auch Keiner. Die Leute wollen, schon auch die Highlights haben. Die wollen schon alles dabei haben was man so anschauen kann, wie Mostar, etc.

ANHANG B3 – Interview 3

Datum des Interviews: 07.07.2016

Name der Einrichtung: Wikinger Reisen

Name des Interviewpartners: Herr Darek Wylezol

Das Interview wurde telefonisch geführt.

I: Michaela Niedermayr

B: Darek Wylezol

I: Wie wurden Sie Produktentwickler und Trekking-Experte bei Wikinger Reisen?

B: Ich habe zunächst sehr lange als Reiseleiter gearbeitet, unsere Trekking-Touren geführt beispielsweise zum Kilimandscharo, viel in Nepal, in Europa und auch viel in den Alpen. Durch diese Schiene bin ich dann danach in den Innendienst hineingerutscht und da wir zu dem Zeitpunkt auch einen neuen Katalog aufgelegt haben, nämlich den Trekkingkatalog, dann hat sich das so angeboten, dass ich dann diese neuen Reisen weiterentwickle, so hat sich das ergeben.

I: Ah sehr interessant, und sind Sie selbst jetzt auch noch als Reiseleiter aktiv? Führen Sie noch Touren?

B: Ich bin ab und zu auch noch als Reiseleiter unterwegs, aber zur Zeit sind es zu 99% eher Produktentwicklungseinsätze. Ich bin zwar viel unterwegs, aber weniger mit den Gruppen. Es ist vielleicht eine Gruppe im Jahr.

I: Ok, dann komme ich auch gleich zu meiner ersten allgemeinen Frage zum Thema Trekkingtouren. Welche Personenanzahl sollte die maximale Gruppengröße Ihrer Ansicht nach nicht überschreiten?

B: Ja, man muss es aus zwei Blickwinkeln sehen. Als Teilnehmer möchte man natürlich eine möglichst kleine Gruppe haben. Unsere Teilnehmer sind gerne in Gruppen mit ca. 12 Teilnehmern unterwegs wobei wir da eben auch aus dem wirtschaftlichen Blickwinkel das ganze sehen müssen. Bei uns sind eben viele Gruppen mit der Teilnehmerzahl von 12 Personen so wie sich unsere Kunden das dann auch wünschen. Die maximale Teilnehmerzahl sind dann 14 Personen, das heißt es weicht nicht so stark von den Wünschen unserer Kunden ab. Da haben wir eigentlich einen guten Kompromiss gefunden, so zwischen Wirtschaftlichkeit und dass wir auch mit der Gruppengröße unseren Kunden entgegen kommen.

I: Welche maximale Gehzeit und Kilometeranzahl sollte pro Tag nicht überschritten werden? Ich nehme, es kommt natürlich auch stark auf das Gelände, die Region und die Höhenkilometer etc. an, aber gibt es da bei Ihnen einen ungefähren Richtwert?

B: Ja genau, sehr richtig. Es kommt sehr auf die Höhe an. Wenn man beispielsweise in Nepal 1000 Höhenmeter pro Tag macht, das fühlt sich anders an als wenn man in den Alpen, im flachen Gelände unterwegs ist. Aber sagen wir mal so, wir haben das auch kategorisiert, das heißt die Stiefelkategorie ist ausschlaggebend für den Schwierigkeitsgrad einer Reise. Unser Reisen beginnen bei 3 Stiefel, das heißt es sollten jetzt keine Spaziergänge mehr sein, eher im Bereich 5-6 Stunden, da geht es los. Die höchsten bzw. schwierigsten Trekkingtouren die wir im Programm haben, im Bereich 4 Stiefel oder 3-4 Stiefel, das sind dann schon so kleine Trekking-Expeditionen, da wird dann schon ein kleiner Trekkinggipfel wie der Kilimandscharo bestiegen, da sind das natürlich dann etwas längere Tage, wobei sich das nicht auf die ganze Reise bezieht sondern die Gipfeltage, wo die Gruppe dann Richtung Kilimandscharo um 10 Uhr abends loszieht und dann um 6 Uhr den Gipfel besteigt, dann geht es am gleichen Tag noch wieder hinunter und nach einer kleinen Unterbrechung geht es weiter zur nächsten Hütte. Ja und da ist man dann schon mal 10, 12 oder 18 Stunden unterwegs, aber das sind dann wirklich schon Ausnahmen.

I: Ok und kann bei diesen „extremen“ Reisen, jeder Beliebige mitfahren? Oder unterscheiden Sie als Reiseveranstalter da schon bezüglich der körperlichen Voraussetzungen und geben Empfehlungen ab bzw. raten bestimmten Personen, dann von der Tour ab?

B: Also wir sind sehr stark kunden- und serviceorientiert, das bedeutet die Kunden rufen bei uns an, werden dann auch dementsprechend beraten. Wir beraten dann tatsächlich auch ab, wenn sich jemand unterschätzt. Dann schlagen wir auch immer eine andere, auf die Person passendere Reise vor. Es besteht auch noch die Möglichkeit bei uns, einen Wandertypentest online bei uns zu machen. Das ist dann so eine Art Umfrage, wo gefragt wird: „Was habe ich bisher gemacht?“, „Welche Tour finde ich gut?“. Und am Ende bekommt man dann ein Ergebnis mit der Empfehlung welche Stiefelkategorie für den jeweiligen passend wäre. Das ist auch damit, dass wir als Reiseveranstalter uns da ein Bisschen absichern. Ich weiß, dass viele Trekking-Reiseveranstalter verschiedene Tourenlisten erwarten, das machen wir nicht. Ich denke ein ehrliches Beratungsgespräch und diese Umfrage reicht vollkommen und die Anzahl der Fehlbuchungen hat sich auf jeden Fall sehr stark reduziert.

I: Welche fachlichen und sozialen Kompetenzen muss ein Reiseleiter unbedingt mitbringen? Welche wichtigsten Punkte fallen Ihnen in dem Zusammenhang spontan ein?

B: Das ist bei uns sehr wichtig, wir legen da viel Wert drauf. Vielleicht erzähle ich Ihnen da gleich ein Bisschen mehr dazu. Wir schreiben jedes Jahr die Reiseleiterstellen aus. Es bewerben sich im Jahr, im Schnitt so um die 400 Kandidaten, davon laden wir um die 100 Leute zu einem Assessment Center ein und von diesen 100 Leuten entscheiden wir uns für ca. 20-25 Personen. Die Kriterien sind sehr streng und genau die Punkte, die

Sie angesprochen haben: soziale Kompetenz. Die Leute müssen mit Gruppen umgehen können. Gerade wenn Sie auf so Reisen in Nepal unterwegs sind, da ist nichts, da ist man immer zusammen. Sie müssen also sehr gruppenaffin sein. Also fachlich nicht Wichtig, dass man Doctor, Docter .. ist. Man muss, vieles vermitteln können. Das bringen wir den Leuten auch bei aber man muss dann auch offen für Kommunikation sein, das heißt wenn man vor der Gruppe steht, da ist wichtig, dass man dann nicht seine Schuhspitzen anschaut, sondern auch die Gruppe ansieht und Freude daran hat, mit Menschen zu agieren und zu kommunizieren und das ist garantiert ein wichtiges Kriterien. Bei den Trekkingreisen selbstverständlich Fachwissen, was das Wetter betrifft, Gehen auf schwierigerem, unwegsamem Gelände. Wir haben auch eine Fortbildung nur für unsere Trekkingreiseleiter. Die dauert eine Woche, findet in den Alpen statt und wird von Bergschulen, also staatlich geprüften Bergführern durchgeführt damit die Leute auch tatsächlich mit Kompass, Karten umgehen können, das Wetter lesen können. Alles was eigentlich so ein Bergführer braucht. Natürlich jetzt nicht eine extreme 3-jahres Ausbildung wie bei den Bergführern aber angepasst auf unsere Bedürfnisse und ergänzend dazu sind viele unserer Trekkingreiseführer auch privat in den Bergen unterwegs, in Alpenvereinen in den Sektionen als Gruppenführern tätig. Da legen wir sehr viel Wert drauf. Jedes Jahr haben wir eine Fortbildung für unsere Reiseleiter, damit diese immer UpToDate sind.

I: Ja ich erachte das auch als sehr wichtig, vor allem weil ja der Reiseleiter im Prinzip die aller wichtigste Person bei der Tour ist.

B: Ja genau das ist das Entscheidende. Es gibt ja Reiseveranstalter wie Sand am Meer und ich denke der Service macht den Unterschied. Mit einem Reiseleiter selbst, steht oder fällt die Reise. Das ist immer noch so und deshalb betreiben wir da auch so viel Aufwand, was unsere Reiseleiter betrifft.

I: Welche Rolle spielt das Kennenlernen der Kultur des Landes bei Ihren Reisen? Fördern Sie das Knüpfen von interkulturellen Kontakten? Bzw. integrieren Sie die heimische Bevölkerung in das Rahmenprogramm Ihrer Reisen?

B: Also es ist auch stark von dem bereisten Land abhängig. Es ist so, nehmen wir mal Nepal als Beispiel. Man ist da dann mit den einheimischen Guides unterwegs. Da bieten wir sehr selten Reiseleiter aus Deutschland, da gehen wir immer mit einheimischen Guides und zusätzlich haben wir dann auch noch ein Team aus Deutschland unterwegs. Wir versuchen das dann auch noch so zu organisieren, dass man während der Reise, Einheimische selbst besucht. Es ist wirklich häufig so, dass der einheimische Guide, dann die Gruppe irgendwo in eine Lodge einlädt oder in ein Haus wo sie leben. Wir haben auch eine eigene Stiftung: Georg-Kraus-Stiftung. Diese Stiftung unterstützt einige Projekte in Entwicklungsländern. Kleine Projekte wo das Geld dann wirklich direkt an die Betroffenen geht, also Beispielsweise an

Schulen. Wir besuchen, dann auch häufig diese Projekte, auch mit den Gruppen, sei es in Nepal oder in diesen Ländern, dass man dann wirklich auch einen Bezug zu dem Land bekommt und dass man sieht, dass Wikinger Reisen etwas Gutes tut im Land. Dass wir nicht nur nehmen, sondern auch dem Land wieder etwas zurück geben, von den Entwicklungsprojekten

I: Sehr schön! Jetzt möchte ich kurz zu der Zielgruppe der Trekker kommen. Welche Bedürfnisse haben Menschen, Ihrer Ansicht nach, eine Abenteuerreise, -trekkingtour zu unternehmen?

B: Wissen Sie, es gibt tatsächlich so einen Oberbegriff Abenteuerreisen. Ich würde sagen, das hat sich etwas relativiert. Ich würde das als kontrolliertes Abenteuer beschreiben, also „ich will etwas erleben!“ Das Zielpublikum kommt auch auf den Schwierigkeitsgrad an, aber sagen wir mal so im Rahmen der 2-3 Stiefel-Reisen, das sind Menschen die so zwischen 30 und 50 sind. Da gibt es natürlich auch etwas Ältere dabei. Aber die möchten etwas erleben und möchten nicht den Mainstreamtourismus, also im Bus fahren und aus dem Bus ein paar Fotos schießen. Die wollen tatsächlich zu Fuß das Land erleben, auch in einfacheren Unterkünften übernachten, wobei das Zelt mittlerweile bei uns ein Auslaufmodell ist. Wir haben kaum Zeltreisen, es gibt zwar noch einige Destinationen wo wir Zelten, aber die Menschen wollen immer mehr komfortable Unterkünfte, auch im Himalaya. Die bestlaufenden Reisen, sind dann die, die eine gute Unterkunft aufweisen, mit Zimmer, Dusche, Bad, WC. Und da geht die Entwicklung hin. Zusammengefasst also in einem Satz vielleicht: Diese Zielgruppe sind eher Kunden mittleren Alters, die auch sicheres Einkommen haben, mit höherem Bildungsstand und die tatsächlich ein Land authentisch erleben möchten.

I: Im Zusammenhang mit Abenteuerreisen hört oder liest man immer wieder von dem Begriff „Grenzüberschreitung“. Was bedeutet der Begriff, aus Ihrer persönlichen Erfahrung?

B: Ich denke, dass es bei bestimmten Sachen tatsächlich darum geht. Das sind Menschen die sich zum ersten Mal auf einem 6000er wagen. Ich würde jetzt Grenzüberschreitung eher im physischen Sinne beschreiben. Die Menschen sind sich nicht sicher, ob sie das alleine schaffen bzw. wollen das vielleicht auch nicht selbst organisieren. In der Gruppe sind sie sich da dann sicher. Und dann wollen sie endlich mal z.B. einen 6000er erleben, bisher haben sie eher Wanderungen in den kleineren Alpen gemacht. Das sind so Grenzerfahrungen, und natürlich die haben noch nie so einen Gipfel bei Nacht bestiegen. Für viele Menschen spielt das dann bestimmt eine Rolle, die wollen dann so nach dem Motto: Höher, Schneller, Weiter. Da gibt es Leute die so Ziele haben. Das sind auch hauptsächlich mehr Männer. Nicht immer, es gibt auch Frauen und es sind allgemein Menschen denen das Bergsteigen und Wandern Spaß bereitet aber auch unter einem sportlichen Aspekt. Nicht nur das landschaftliche Erlebnis, sondern auch mit einem sportlichen Ziel als Hintergrund.

I: Wie kann man den potenziellen Kunden, Interessenten am besten erreichen? Welche Arten von Kommunikationsschienen, Marketingmaßnahmen nutzen Sie?

B: Also, alles Mögliche. Wir benutzen praktisch alle Kanäle, da wo wir unsere Kunden am Besten erreichen können. Egal ob soziale Netzwerke, Presse, fachspezifische Zeitschriften. Auch eben Printmedien, aber viel im Internet. Wir sind auch viel auf Veranstaltungen vertreten, wie z.B. auf Multimediavorträgen, oder Festivals wo man über das Wochenende, 8 oder 9 Referenten aus dem Bereich Trekkingreisen zeigen. Da sind wir sehr präsent. Wir gehen auch mit einer Roadshow zu den 6 größten Städten in Deutschland. Also wie sie sehen, sehr bunt und wir versuchen so natürlich auf allen Kanälen unsere Kunden und auch Neukunden zu erreichen.

I: Wie bereiten Sie bei Ihre Kunden bei Wikinger Reise auf die Reise vor? Also, wie erfolgt die Information vor Reiseantritt, nachdem der Kunde bei Ihnen gebucht hat?

B: Also wir haben eine recht ausführliche Reisebeschreibung im Internet und auch in den Katalogen. Wir arbeiten teilweise doppelseitige Reisetexte aus, damit die Kunden anständig informiert werden. Nach der Buchung bekommen sie dann Reiseinformationen zugesandt. Da ist ausführlich beschrieben, was man alles braucht, eben eine Ausrüstungsliste beispielsweise. Dann wird auch das jeweilige Land beschrieben, wie man mit den Einheimischen auch umgehen soll. Wir organisieren keine Vortreffen, weil wir Kunden aus ganz Deutschland und auch Österreich und der Schweiz haben. Das wäre viel zu umständlich zu organisieren. Also von daher, macht das nicht so viel sinn für uns. Auf jeden Fall aber auch ausführliche telefonische Beratung oder per E-Mail wenn dann noch Fragen offen sind.

I: In Ländern wie Bosnien gibt es einige Gefahren und Risiken (Minen, politische Instabilität) Erfordert die Planung in Ländern wie diesen mehr Aufwand? Bzw. vor allem welche Maßnahmen zur Aufklärung der Reisenden sind notwendig?

B: Ja also wissen Sie, wir hatten Bosnien schon einmal im Programm, jetzt nichtmehr. Ich denke das braucht noch Zeit. Länder wie Mazedonien, Serbien, Bosnien, allgemein viele Länder des ehemaligen Jugoslawien. Ich habe selbst die Länder bereist, beispielsweise Mazedonien ist noch ein sehr armes Land, aber landschaftlich wunderschön, auch Montenegro hat wunderschöne Berge. Ich denke, das braucht Zeit. Auch in Serbien kann man überall dort wandern. Ich beobachte das in allen Ländern des Ostblocks. Auch Polen, wo ich selbst herkomme, hat sich am Anfang sehr schwer mit dem Tourismus getan. Da muss ich einfach in den Köpfen der Touristen etwas ändern, vor allem der Europäer. Viele trauen sich auch nicht in die Regionen, das hat auch viel mit dem Image eines Landes zu tun. Ich denke, dass es eben die nächsten Jahre noch dauern wird, vor allem in

Ländern wie Bosnien oder Serbien. Kroaten beispielsweise braucht keine Werbung, das läuft automatisch, an der Adria, dort wo es einen Strand gibt, wo es warm ist. Da sind die Leute dann gleich begeistert. Da braucht man nicht viel Aufwand betreiben. Aber Bosnien und Serbien, mit ihrer Vorgeschichte, das wird dauern bis wir da volle Gruppen bekommen.

I: Ja das ist wirklich eine Problematik. Ich habe mich dann auch intensiv mit dem Land Bosnien beschäftigt und ich war begeistert. Die Region ist landschaftlich wunderschön und hätte für den Tourismus, vor allem für den Naturtourismus wahnsinnige Potenziale. Nur durch die Gefahren, vor allem durch die Minen, ist das Land in seiner Entwicklung total eingeschränkt.

B: Ja das ist sehr schade und das war aber direkt nach dem Krieg auch in Kroatien genau das Selbe. Da waren teilweise Schilder wo darauf stand „Vorsicht Minen!“. Da haben sich die Reiseleiter dann auch nicht hin getraut. Also ich kann nur nochmals sagen, das Ganze wird noch einige Zeit dauern und wichtig ist dann vom Land selbst aus ein positives Image zu erarbeiten. Mit der Zeit wird das dann auch funktionieren. Wir persönlich werden aber trotzdem in Bosnien keine Reisen anbieten. Wir beobachten das. Das gleiche war auch in Albanien. Das läuft momentan super gut, wir haben Trekkingreisen, Studienreisen oder Radreisen. Aber das hat auch seine Zeit gebraucht.

I: Genau und die Sie richtig gesagt haben, es muss ich auch etwas in den Köpfen der Menschen tun. Das Image ist entscheidend und nur wenn sich das wendet, kann auch das Land touristisch mehr davon profitieren.

B: Richtig, richtig! Es muss sich dann herumsprechen, man muss auch viel mit Bildern arbeiten und zeigen, dass es nicht nur Bunker gibt, sondern dass es eine tolle Landschaft, Küsten und Berge gibt und dann läuft das. Aber wie gesagt, das ist dann einfach eine Frage der Zeit.

ANHANG B4 – Interview 4

Datum des Interviews: 07.07.2016

Name der Einrichtung: Clearskies Expeditionen & Trekking

Name des Interviewpartners: Herr Hannes Gröbner

Auf Wunsch von Herrn Gröbner wurden die Interview-Fragen in schriftlicher Form von Ihm bearbeitet und an die Autorin retourniert.

I: Michaela Niedermayr

B: Hannes Gröbner

I: Welche Personenanzahl sollte die maximale Gruppengröße Ihrer Ansicht nach nicht überschreiten?

B: ca. 10-12 Personen sollten es maximal sein!

I: Wie sieht die Routenplanung bei CLEARSKIES aus? Welche maximale Gehzeit und Kilometeranzahl sollte pro Tag nicht überschritten werden?

B: Je nach Schwierigkeitsgrad... Sie können sich als Leitfaden unsere Schwierigkeitsbewertung auf der Homepage anschauen... Es sollten die Teilnehmer nicht überfordert werden sondern die einzelnen Tagesetappen gut zu schaffen sein, damit die Tour auch genossen werden kann.

I: Wie sieht die Verpflegung bei Trekking-Touren von CLEARSKIES aus?

B: Auf Trekkingtouren bieten wir Vollverpflegung mit einem guten Frühstück, je nach Etappe wird zu Mittag ein Picnic gegessen oder es wird wiederum eine längere Pause gemacht, während unser Koch eine Mahlzeit vorbereiten kann. Auch das hängt von den verschiedenen Touren und auch Tagesetappen ab. Am Abend dann wiederum eine vollwertige Mahlzeit. Wir können Vegetarier und die meisten Allergiker (z.B. Glutenunverträglichkeit u.ä.) gut verköstigen, unsere Köche sind hierfür erfahren!

I: Welche fachlichen und sozialen Kompetenzen muss ein Reiseleiter unbedingt mitbringen?

B: Der Reiseleiter muss das Land und die Kultur kennen und entsprechend weltoffen und interessiert sein, damit er sein Wissen und sein Interesse an der fremden Kultur und den Menschen weitergeben und vermitteln kann. Unsere RL sind Brückenbauer zwischen der bereisten Kultur und deren Menschen und unseren Teilnehmern. Ein RL muss Bergerfahren sein, konditionell stark, gelassen um auch in eventuellen Notsituationen einen klaren Kopf zu behalten... Erste-Hilfe Ausbildung usw. sind ebenfalls Voraussetzung. Natürlich muss ein RL auch Freude am Arbeiten mit Menschen mitbringen, neue Menschen kennenlernen usw...

I: Wie bereiten Sie Ihre Kunden auf die Reise vor? Wie erfolgt die Information vor Reiseantritt?

B: Wir senden unsere detaillierten Unterlagen zu. Vor allem aber sind wir in unserem Büro alles Fachmänner und –Frauen, die unsere Destinationen aus erster Hand kennen, selbst Touren führen und leiten... somit sind wir als ständiger Ansprechpartner für unsere Kunden im Vorfeld der Reise immer für etwaige Fragen da...

I: Welche Rolle spielt das Kennenlernen der Kultur des Landes bei Ihren Reisen? Fördern Sie das Knüpfen von interkulturellen Kontakten? Bzw. integrieren Sie die heimische Bevölkerung in das Rahmenprogramm Ihrer Reisen?

B: Die fremde Kultur usw. spielt in unseren Reisen eine SEHR GROßE Rolle! Deshalb bieten wir unseren Kunden im Verlauf der Reise immer die Möglichkeit, auf eigene Faust Kontakte zu knüpfen, Dörfer zu besichtigen usw... Teilweise machen wir dies in der Gruppe (z.B. Marktbesuch) aber erfahrungsgemäß ist es für die meisten unsere Kunden schön sich alleinständig zu bewegen...

I: Welche Bedürfnisse haben Menschen, Ihrer Ansicht nach, eine Abenteuerreise, -trekkingtour zu unternehmen?

B: Natur zu spüren, Bewegungsdrang, den Alltag hinter sich zu lassen. Bewegung, vor allem mehrstündiges Gehen und Wandern wirkt sehr meditativ. Das Kennenlernen einer fremden Kultur ermöglicht oftmals einen „neuen“ bzw. aufgefrischten Blick auf die eigene Kultur bzw. Lebensweise und –Umstände.

I: Im Zusammenhang mit Abenteuerreisen hört man immer wieder von dem Begriff „Grenzüberschreitung“. Was bedeutet der Begriff, aus Ihrer persönlichen Erfahrung? Sowohl körperlich als auch spirituell.

B: In erster Linie ist dieser Begriff im Marketing sehr beliebt. Wir wollen nicht, dass unsere Kunden Grenzen ÜBERSchreiten, es reicht meistens schon, an seine eigenen Grenzen herangeführt zu werden, um den eigenen Körper und seine Leistungsfähigkeit zu spüren. Bei einer wirklichen Grenzüberschreitung lernt man auch seine Leidensfähigkeit zu kennen. Da die Grenzen und die Wahrnehmung der Grenzen etwas sehr persönliches ist vermischen sich diese Konzepte bei den einzelnen Teilnehmern. Ich denke, wenn wir unsere Teilnehmer in Richtung ihrer Grenzen gebracht haben, ohne diese zu überschreiten haben wir eine gute Arbeit bei der Beratung der Kunden im Vorfeld der Buchung geleistet...

I: Wie kann man den potenziellen Kunden, Interessenten am besten erreichen? Welche Arten von Kommunikationsschienen, Marketingmaßnahmen nutzen Sie?

B: Wir sind auf Messen präsent, machen ab und an Vorträge, ab und an haben wir einen Artikel in Zeitungen bzw. Online... Für uns ist Mundpropaganda und persönliche Weiterempfehlung die wichtigste Art und Weise neue Kunden zu akquirieren.

I: Unter welchen Bedingungen würde eine Trekkingtour ihrer Ansicht nach einen Beitrag zur Regionalentwicklung leisten? Welche konkreten Maßnahmen müssen Ihrer Erfahrung nach berücksichtigt werden, damit möglichst hohe Nachhaltigkeitseffekte erzielt werden können?

B: Die einheimische Bevölkerung muss aktiv eingebunden werden und vor allem finanziell von einer solchen Reise profitieren. Z.B. einheimische RL, Gästehäuser bzw. „Homestays“

I: In Ländern wie Bosnien gibt es einige Gefahren und Risiken (Minen, politische Instabilität) Wie muss ein Reiseveranstalter mit diesen Gefahren umgehen? Welche Maßnahmen zur Aufklärung der Reisenden sind notwendig? Erfordert die Planung in Ländern wie diesen mehr Aufwand?

B: Die Risiken müssen klar angesprochen werden, die Teilnehmer müssen sich aber auch gut und vor allem kompetent betreut fühlen. Aufklärung ist hier die Beste Maßnahme. Ich denke nicht, dass der Aufwand viel größer ist, da man üblicherweise mit einheimischen Partnern zusammenarbeitet, die diese Risiken kennen...

ANHANG B5 – Interview 5

Datum des Interviews: 01.07.2016

Name der Einrichtung: CIMIC

Name der Interviewpartner: Herr Gerhard Mayr & Herr Bernd Zöhrer

Das Interview wurde persönlich geführt.

I: Michaela Niedermayr

B1: Gerhard Mayr

B2: Bernd Zöhrer

Vortrag von Gerhard Mayr

B1: Vorweg, verzeihen Sie mir meine raue Ausdrucksweise, denn ich möchte nichts beschönigen. Ich konzentriere mich jetzt ausschließlich auf die Mine, denn in Bosnien sind die Sprengfallen nicht üblich. Bosnien ist übrigens eines der meistverminten Länder weltweit. Aber kommen wir zurück auf die Mine. Was macht die Mine? Ich sage es Ihnen ganz ehrlich, ich kenne nichts Neutraleres und nichts Gemeineres als eine Mine. Der Mine ist es völlig egal, ob Mann, Frau, .. wenn Sie darauf steigen detonieren Sie. Wozu sind diese Minen erfunden worden? Sie sind wahnsinnig billig in der Herstellung, Massenproduktion. Ich brauche sehr wenig Sprengmittel um eine große Wirkung zu erzielen. Da ist schnell mal so ein Fuß weg. Wenn ich auf eine Panzermine steige, ist es mir eh lieber, weil da bleibe ich wenigsten nicht als geschädigter Krüppel übrig. Das Gemeine an diesen Minen ist, dass sie nicht kaputt werden. Es gibt zwar Minen der jüngsten Generation aus Österreich, diese Mine hat 30 Tage Lebensdauer, dann deaktiviert sie sich von selbst. Das wäre schön, aber diese Minen liegen nicht zu Millionen durch die Gegend. Diese sind primitivste Gegenstände, von der Holzschachtel angefangen und die wird mit jedem Tag schlechter. Die meisten alten Minen sind aus Metall gemacht, und da sammelt sich das Wasser in den Rillen/Sollbruchstellen die auslösen. Das Wasser rostet und je mehr das rostet, desto weniger wird der Auslösedruck. Wo früher 400 kg nötig waren, sind dann für ein Reh gefährlich, denn sie liegen seit Jahren herum.

Das nächste Problem, das wir sehr stark haben, wenn wir uns Bosnien generell ansehen. Diese Punkte da auf der Karte (B1 zeigt auf die Minenkarte), das sind alles Gebiete wo wir es wissen. Das sind alles bekannte Gebiete, das Problem mit dem Hochwasser aber ist das, die wurden alle ausgewaschen, die Mine liegt also nicht mehr dort, die ist irgendwo anders.

Mein Sohn fährt heute nach Bosnien jagen, ich habe ihn gebrieft so gut es geht, nicht von der Straße zu gehen. Ich persönlich gehe in Bosnien, auch nicht in Kroatien (viele Gebiete und Nationalparks dort sind auch noch nicht geräumt) von den Straßen, auch nicht zum „pinkeln“ da es zu gefährlich ist. Einer Urlauberin ist es passiert, sie ist von einer Mine erfasst worden. Das

Problem bei dem Räumen ist das, es gibt Maschinen die räumen. Das ist aber nicht sicher, es gilt erst als sicher, wenn der Minensucher den Boden alle 2 cm abgestochert hat, im vollem Anzug. Arbeitsleistung: 35 Minuten, dann muss er abgelöst werden. Und das gilt dann wirklich als geräumt. Es gelten viele Flächen als sicher, die von „Selbsternannten Minenspezialisten“ geräumt wurden, denn derjenige macht es um 300 Euro, statt um 3000 Euro, was der Profi kostet. Der schafft 20 Meter in der Stunde, unsere Männer schaffen in 35 Minuten einen halben Meter, wenn überhaupt. Aber das ist dann wirklich sicher.

Es gibt eine sogenannte Record Chart, da sind alle Minen aufgelistet, mit Distanzen. Das bedeutet so weit muss ich mich von den jeweiligen Minen fern halten, dass ich nicht mehr in Gefahr bin. Wenn Sie als Zivilist etwas finden, einfach liegen lassen. Nicht hingehen und angreifen.

Ich habe eine Power Point vorbereitet. Die zeige ich Ihnen nun. Das wurde speziell für Zivilisten zusammengestellt. (1 Folie mit aktuellen Zahlen). 76 Länder sind von der Problematik betroffen, das sind aber nur die Länder wo wir es wissen, es sind vermutlich noch viel mehr. Auf diesen Zahlen ist ein Stempel darauf. Wenn wir jährlich Minen beseitigen würden, würden wir insgesamt 1000 Jahre arbeiten. Und da spricht man nur von Leuten, die es wirklich können, Spezialisten, Profis. Nur im Jahr 2009 haben wir 1269 Tote gehabt. Die Zahl betrifft nicht Soldaten, sondern Zivilisten, denn Soldaten haben da mehr „Glück“ weil sie sich nicht oder anders hinbewegen. 5200 Vorfälle waren es insgesamt an Verletzten und Toten. Das sind Fakten. Diese Minen sind oft Stiftgroß, kleine Schachterl, bunt, bewusst bunt gemacht, damit es Kinder finden. Zwei Minuten kann das Kind spielen damit, in der nächsten Minute geht sie hoch, es ist schrecklich.

Wie bereits erwähnt kennt die Mine kein Verfallsdatum. Je älter sie wird und länger sie liegt desto gefährlicher wird sie. Normalerweise sind diese Dinge so handhabungssicher, dass man mit ihnen Fußball spielen kann. Aber je älter sie werden umso weniger Handhabungssicherheit habe ich. Es zerbröselst mir, es geht bei einem geringeren Schlag in die Luft. Kommen wir zur Minenkarte zurück. Die Karte kennt kein Datum. Wenn ich eine Karte aus dem Jahr 2007 habe, dann ist das die aktuelle und dann halte ich mich an das. Eventuell habe ich einzelne Nachträge, wir fragen nach bevor wir in ein neues oder unbekannteres Gebiet fahren: „Gibt es etwas Neues“, dann bekommen wir ein Update. Ansonsten ist diese Karte gültig, also lassen Sie sich nicht schockieren, wenn hier Juli 2007 steht.

Was haben wir noch? 39 Opfer, davon 6 Sucher im Jahre 2008. Diese Zahlen bleiben ungefähr seit 2006 annähernd die Selben. 36 Firmen sind allein in Bosnien unterwegs, die das professionell betreiben. Das kostet alles eine Menge. Da ist ein Haufen Kohle dahinter, Krieg ist immer mit Geld verbunden, während dessen und auch danach. Bei der Suche werden jetzt auch schon Ratten eingesetzt die erschnüffeln, weil die kostet weniger als ein Mensch und es ist auch ein wesentlich geringerer Schaden. Man sieht

hier auf der Karte, dass die meisten Minen um die Ballungsräume verlaufen. Das diente zum Schutz der Städte, ich habe einen Ring herum gezogen, damit der Gegner nicht hinein kommt. Das war die beste und billigste Möglichkeit mich zu schützen. Die Lager sind immer noch mit nicht ausgelegten Minen voll.

Was ist eine Mine? (offizielle Definition auf der Power Point Präsentation). Die neuen Minen sind nicht so gefährlich, es gibt welche, aber die liegen nicht so viel herum, weil sie viel zu teuer sind. Wir sprechen von ganz Kleinen Dingen, 200g, das ist eine professionell Gebaute aus Kunststoff (zeigt auf einen kleinen schwarzen Kasten), das selbe Modell gibt es aus Holz. Die Materialien sind sehr witterungsbeständig. Das Schlimme an den Antipersonenminen, die haufenweise in der Balkanregion liegen, da geht die Verletzung meist bis zur Hüfte. Zurück zu den Minen aus Holz. Diese Holzschachteln sind nicht das gefährliche, wenn ich auf die darauf steige passiert gar nichts. Einige Zentimeter daneben, ist ein winziger Auslöser, der wie eine kleine Pflanze aussieht. An diesen Dingen geht man an einem Trampelpfad, jahrelang vorbei. Es gibt auch Minen die mit Drahtseilen versehen werden. Das sind ganz dünne unscheinbare Seile die von Mine zu Mine gespannt werden. So kann es sein, dass mein Kollege einige Meter entfernt von mir die Mine auslöst und ich dabei in die Luft gehe.

Allgemein ist es so, dass militärischer Sprengstoff komplett auf Zerstörung ausgerichtet ist. Im Gegensatz zu dem der im Bergbau verwendet wird, der eine schiebende Wirkung hat, der drückt das Gestein auseinander. Aus meiner Sicht, und ich bin jetzt seit über 30 Jahren hier dabei, gibt es nichts Schlimmeres als Minen. Panzerminen haben übrigens alle einen Auslösedruck von 200-400 kg. Jedoch wie gesagt, durch den Rost etc. vermindert sich dieser Auslösedruck über die Jahre und sie werden auch für einen einzelnen Menschen gefährlich. Antipersonenminen haben einen Auslösedruck von 1,5 kg.

Wo sind diese Minen? - Hauptsächlich sind diese Minen zum Eigenschutz ausgelegt werden. Ich habe mir also einen Gürtel gebaut und da geht mir keiner darüber und es geht dann auch keiner darüber. Was sind militärisch wichtige Geländeteile? – Passübergänge, Brücken, Engen, also dort wo ich nicht aus kann, wo ich keine andere Möglichkeit habe mich zu bewegen im Gelände. Im Umkreis von Passstraßen, Brücken etc. können sie sicher sein, dass es vermintes Gebiet ist. Dort also mit äußerster Vorsicht bewegen, nicht die befestigten Straßen verlassen. Ich sage absichtlich nicht betonierte Straßen, denn es ist nicht jede Schotterstraße gefährlich. Denn wenn sie sich in Bosnien bewegen und sie sehen dass diese Schotterstraßen immer ganz normal befahren sind, kann ich dort kann normal gehen.

Auch bei Quellen und Wasserstellen, natürlich, denn es ging um die Grundbedürfnisse. Bei Privateigentum, das wurde auch so geschützt.

Jetzt kommen wir zu etwas Tollem, der Kennzeichnung. Grundsätzlich wissen wir, dass Motive wie Totenköpfe, immer etwas Gefährliches bedeutet.

Diese Schilder hängen oft auf kleinen Bändchen etc. da kann es auch passieren, dass die Schilder in die verkehrte Richtung hängen. Nun kann ich also nicht mehr unterscheiden ob ich auf der guten oder auf der bösen Seite bin. Wer kennzeichnet? Also das machen die Soldaten und alle anderen Menschen die sich auskennen und etwas finden. Und zu diesen anderen Menschen, den Einheimischen, komme ich jetzt. Es gibt Unterschiede in der Kennzeichnung – temporär oder permanent. Z.B. mit Pflöcken, aufgestellte Äste mit einer Dose oben darauf, übereinandergestapelte Steine (in Syrien, im Libanon), aufgehängte Fetzen, etc. Man muss immer darüber nachdenken, was mir diese Hinweise sagen können, man muss unterscheiden zwischen Müll und bewusst aufgestellter Warnhinweise. Aber auch wenn es Müll ist, ich gehe nicht hin und sehe nach. Alles was nicht ins Gelände gehört könnte Gefahr für mich bedeuten, ich bleibe auf der Straße, gehe nicht abseits um mein „Geschäft“ zu machen, ich verrichte es auf der Straße, ABER ich komme gesund nach Hause. Auch zerstörte Fahrzeuge sind Hinweise, das sehe ich auch als Zivilist, wenn da etwas passiert ist. Die Sprengkörper sind nicht immer in einer Farbe, sie sind nicht immer schwarz. Die Zivilen sind grau, grün und gelb. Für Kinder verlockend zu spielen. Was sind noch Hinweise für mich? Sogenannte unnatürliche Gräben und Mulden im Gelände. Da ist aber nichts angebaut worden oder verrichtet worden. Das sind Detonationstrichter. Viele dieser abgeworfenen Materialien gehen nicht in die Luft. Die liegen dann um diese „Trichter“ herum. Sie werden irgendwie unplanmäßig abgeworfen und liegen dann verstreut herum. Die könnten jederzeit hoch gehen. Sie sind einfach nicht in die Luft gegangen, das bedeutet nicht dass sie ungefährlich sind, im Gegenteil sie sind gefährlicher. Viele dieser Dinge sind auch Gelb, da gibt es Fallschirme, die fallen vom Himmel einfach so runter, bleiben auch in den Bäumen hängen. So ein Fallschirm, ist für ein Kind ein Spielzeug. Hoffentlich findet er nur den Fallschirm, der andere Teil liegt aber vielleicht am Boden darunter. Das sind teuflische Dinge.

Das ist jetzt etwas Wichtiges für Sie. Freigegebene Straßen sind freigegeben, da kann ich mich bewegen, da brauche ich nicht nervös werden, da kann ich auch einmal ein paar Zentimeter auf die Seite hinaus fahren. Auf freigegebenen Straßen bewegen sich alle. Bei kleinen Nebenstraßen ist es wieder etwas anderes, aber solange es freigegebene Hauptstraßen sind und sich die Bevölkerung dort auch überall bewegt besteht keine Gefahr. Machen Sie immer eine Routenplanung. Wenn sie eine Minenkarte haben, die Zivilisten normalerweise ja nicht besitzen, benutzen Sie diese. Wie komme ich als Zivilist zu so einer Karte? Über die Botschaft. Oder auch in Österreich über das Außenministerium. Die sind alle kooperativ. Ich muss es nur früh genug planen. Oder wenn ich einen sehe, wo ich die Uniform kenne kann ich den auch ansprechen, Soldaten oder Polizisten. Wichtig ist es auch auf Drähte, Trichter und Auffälligkeiten zu Achten wenn man sich in diesen Gebieten bewegt. Drähte werden Sie ganz selten sehen. Das sind hauchdünne, 1-2 cm starke, grauweiß oder braune Drähte, auch wie Fischerschnüre. Das sollte eine Warnung sein, auch aufgrund dessen, dass man sie nicht immer sieht.

So und das war der Unterricht für Zivilisten.

I: Vielen herzlichen Dank, es ist wirklich erschrecken und ich finde ja, dass das alles viel mehr kommuniziert gehört. Ich habe selbst etwas nachgelesen, aber das meiste, dass man findet ist die Warnung der Außenministeriumsseite, dass man nur auf befestigten Straßen gehen sollte.

B1: Das ist aber schon viel geholfen. Das ist schon etwas und ich bin froh, dass zumindest das dort steht. Also ich muss schon sagen, auf den gesicherten Straßen kann man ohne weiteres Spazierenfahren. Da lege ich meine Hand ins Feuer, das haben Profis gemacht. Ich gehe halt in keine anderen Routen mehr rein. Z.B. bei Ausflugszielen, da sind meist ganz schmale Wege, da muss ich halt dann wirklich schauen, dass ich mich daran halte und nicht abseits gehe. Wenn ich geführt gehe, bin ich ja auch sichere, aber auf eigene Faust... Und da kommen so einfache Dinge wie „jetzt muss ich auf die Toilette“, dabei fängt es an.

I: Kann man ungefähr sagen, wie weit das Land bisher „gesichert“ wurde?

B1: Das gibt es in dem Sinne nicht, also als Zahlen wert. Aber sie können das ganze umdrehen: „So Viele gibt es noch! Das ist noch übergeblieben!“ Es wird ständig daran gearbeitet, das ist ein ununterbrochener Prozess. An allen Ecken und Enden, je nach Wichtigkeit des Gebietes. Halten Sie sich an die Karte, auch wenn sie von 2007 ist. Damals war es so und das ist dann auch ihr heutiger Stand. Es mag sein, dass bei manchen Stellen nichts mehr ist, das ist ja auch etwas Positives, aber damals war dort etwas, daher muss ich davon ausgehen und diese Karte als Fakt nehmen und dann habe ich nichts Besseres. Aber das habe ich und das ist gesichert. So weit sind wir ja noch nicht gekommen, aber daran wird tagtäglich gearbeitet.

I: Wie lange dauert es eine Mine zu entschärfen?

B1: Zu entschärfen, das dauert nur ein paar Sekunden. Aber diese Minen zu finden, das dauert.

I: Wie viele Leute haben Sie ungefähr, die an der Suche beteiligt sind?

B1: Wir haben in Salzburg, Villach, Graz und Wien Spezialisten. In Salzburg einen Kampfmittelabwehrzug, von diesem Kampfmittelabwehrzug (40 Mann), sind aber nur 3 echte Spezialisten drinnen. In ganz Österreich, mit den ganzen Auslandsgehern von der Pioniertruppende, haben wir echt ausgebildete nur 35 Personen. Die Ausbildung dauert 8 Monate, so dass das Militär sagt, dass wir ihn in den Einsatz schicken. Die Ausbildung wurde ja auch verschärft. Man bekommt immense Gewichte an den Körper gehängt und man muss eine gewisse Distanz in einer gewissen Zeit zurücklegen. Wenn man das körperlich nicht schafft, braucht man gar nicht raus gehen, denn dann hält man die Arbeit in dem Schutzanzug sowieso nicht aus.

I: Inwiefern arbeiten Sie mit der Bevölkerung vor Ort zusammen?

B1: Da gibt es ganz einfache Projekte: „Mine clearly, mine action“ etc. Die Zusammenarbeit ist so entstanden: Man ist hingegangen und hat das angeboten. Das haben die Leute natürlich angenommen. Dann haben wir uns ein Trainingsprogramm ausgedacht, ähnlich wie ich es bei Ihnen jetzt mache, auch kindergerecht. Und das ist auch sehr viel angenommen worden. So angenommen, dass auch Lehrer dort als Trainer gearbeitet haben, die das Wissen weiter geben. Weil die Gefahr ja immer noch da ist, es hat kein Ablaufdatum. Ja schon, aber 1000 Jahre würden wir dafür brauchen.

(B2 kommt bei der Tür herein)

I: Also ganz allgemein, Sie würden also Niemandem empfehlen in Bosnien Trekking zumachen?

B1: Nein ganz so ist es nicht. Ich würde Niemandem empfehlen eine Trekkingtour durch Bosnien zu machen, ohne sich genügend und intensiv darauf vorzubereiten und natürlich mit einem Experten. Sie müssen alle Leute fragen, sich informieren, bis alles geklärt ist! Wenn ich meine Hausaufgaben gemacht habe, dann ist es durchaus möglich, nur blauäugig auf keinen Fall. Nicht hingehen ist einmal die Grundregel. Und die Schwierigkeit dabei ist, dass es alle in der Gruppe wissen. Irgendeiner denkt einmal nicht daran. Und je größer die Gruppe, desto größer die Gefahr, des Blödelns, der Gedankenlosigkeit. Wichtig ist eben auch die Schulung jedes einzelnen Teilnehmers.

B2: Wenn ich kurz etwas einwerfen darf. Ich weiß nicht inwieweit Sie das schon diskutiert haben. Es ist sich auch immer zu fragen, wie es denn mit den sprachlichen Möglichkeiten aussieht. Bei uns, Feuerwehr, Polizei und Rettung, OK. Die sind alle miteinander vernetzt. Da unten sieht es anders aus. Da rufe ich an und keiner spricht deutsch und englisch. Die sprachliche Barriere als also ein großes Hindernis. Und ich hab das mal in Bosnien erlebt: Das Rettungssystem ist dort anders aufgezogen. Da ist ein Unfall, dann kommt jemand hin, der Verletzte wird geschnappt, in das Auto geschmissen und sie fahren. Da ist nichts mit Notarzt etc. Die andere Geschichte ist die: Wie kann ich dort wo ich unterwegs bin überhaupt sicher stellen, dass der zum nächsten Krankenhaus fährt. Und wir haben natürlich, wir haben immer so Checklisten mit Notrufnummern etc., trotzdem kann es sein, dass man niemanden erreicht. Beim Militär ist es natürlich gut, wir haben nämlich einen eigene medizinische Versorgung, wir haben Hubschrauber, die dann gerufen werden. Die Problematik ist ja auch eine politische. Durch die Teilung Föderation und die andere Republik, kann es sein, dass ein Unfall direkt an der Grenze passiert, es wäre gleich ein Spital nur 1 Kilometer entfernt, sie fahren aber trotzdem 25 km in die andere

Richtung weil es nicht in ihrer Republik liegt. Da gibt es ja noch zwei Verwaltungen.

I: 2014 waren ja die schlimmen Überschwemmungen in Bosnien, inwiefern waren hier die Auswirkungen auf die Lage vor Ort?

B1: Diese Überschwemmungen hatten gewaltige Auswirkungen. Jetzt wussten wir (zeigt auf die Minenkarte), dass sie dort liegt. Überschwemmungsgebiet, jetzt sind wir uns nicht mehr sicher. Sie liegt irgendwo ein Stück weiter. Sie könnte natürlich noch dort sein, aber man weiß es nicht, eher nein. Das ganze hat auch nicht nur etwas mit den Überschwemmungen zu tun. Auch der Schnee verfrachtet oft Dinge. Und so sind dann gesäuberte Gebiete wieder unsicher.

B2: Es ist ja auch so in Banja Luka z.B., die Region kenne ich sehr gut. Die versuchen ja den Tourismus dort. Mit Aktivitäten in den Gewässern wie Canyoning, oder eben auch beim Wandern, wo wirklich gesicherte Gebiete gewählt werden, die streng überprüft wurden. In Mostar gibt es ja auch das Gipfelkreuz, und die Brücke von Mostar, da daneben gibt es einen schönen Berg. Da sind wir auch einmal rauf gefahren. Der Schotterweg hinauf ist ja überhaupt nicht das Problem. Nur wie ich dann dort oben war, hab ich selbst einmal gesehen, da gibt es viele Markierungen auf der Seite, „Null-acht-fünfzehn“ Markierungen, total unscheinbar. Also wie gesagt, Weg hinauf kein Problem, aber wehe du gehst einen Schritt abseits oder Quer-Feld ein.

I: Ja genau, diese Tatsache ist ja auch die, wo ich mir so schwer getan habe im Rahmen der Routenplanung. Wie gesagt, natürlich gibt es Wanderwege in Bosnien, die ohne Gefahr zu gehen sind. Aber Trekking bedeutet ja „Wandern abseits der gängigen Routen“. Auf jeden fall Danke ich Ihnen aber für den wahnsinnig Interessanten Vortrag. Sie haben mir im Bezug auf die Thematik wirklich die Augen geöffnet und ich finde man sollte das Thema wirklich mehr kommunizieren, es ist aber natürlich schwierig. Denn Bosnien selbst muss ja auch versuchen zu überleben bzw. versucht seit einiger Zeit intensiver die Tourismuswirtschaft anzukurbeln.

B2: So ist es und beispielsweise in Dubrovnik unten, da wird man nie hören, dass es da eine Gefahr gibt, obwohl es nach wie vor dort unten viele Minen gibt. Auf einzelnen Inseln gibt es überall die Gefahren. Natürlich gibt es in Bosnien auch Alpenvereine mit Wanderwege die man ohne weiteres gehen kann, nur das sind lediglich Ausschnitte und man kann nie dafür garantieren, dass wirklich nichts sein kann. Ja, das kann man in Österreich auch nicht, aber da habe ich zumindest ein gutes und effizientes Rettungssystem.

I: Haben Sie dauerhaft Einsatzkräfte vor Ort platziert, die vor Ort arbeiten?

B1: Wir haben ständig 1300 Österreich in der ganzen Welt platziert.

B2: Also in Bosnien ist es so, die Masse ist in Sarajevo. Ein paar andere sind verstreut, auch im Norden oben. Man muss ja auch sagen, es sind nicht alle

Gebiete so heiß umkämpft worden. Aber durch die Überschwemmungen, ist eben auch Geröll mitgewandert.

B1: Vielleicht noch kurz ein Thema (B1 zeigt auf der Minenkarte, auf ein stark vermintes Gebiet). Warum sind denn hier so viele? Das sind diese Ballungszentren, die Kampflinien und der gleichen. Warum sind diese anderen Gebiete weiß? (B1 zeigt auf der Karte, auf nicht vermintes Gebiet). Weil wir nicht wissen, dass hier welche sind. In den Ballungszentren bewegen sich die Menschen. Dort finden Sie Minen und melden es, von dort weiß ich es. Dort oben geht kein Mensch. Es ist also nicht gesagt, dass dort oben keine Gefahren sind. Das einzige was wir daraus schließen können ist, wir wissen es von dort nicht. Ich möchte jetzt keine Panik machen, natürlich könnte man eine Trekkingtour in Bosnien machen. Man muss nur die Gefahr abwägen und das Wichtigste ist die Vorbereitung und bei bestehender Gefahr das richtige Verhalten. Normalverhalten: Halt und warten auf Hilfe.

B2: Das ist ja eine Karte von Bosnien, es gibt aber andere Gebiete wie Jugoslawien und Kroatien, dort ist es ähnlich. Die Gefahren sind nahezu überall im Balkanbereich. Aber Kroatien lebt ja vom Tourismus, da wissen es die Menschen nur nicht.

Eines noch zu der Karte. Der Anspruch auf Vollständigkeit ist auch so ein Thema. Wie der Kollege gesagt hat, nur weil da oben alles weiß ist, keine Minen eingezeichnet sind, heißt es nicht dass es wirklich so ist. Wie gesagt, der asphaltierte Bereich ok, viel befahrende Schotterweg, hm, naja, schon besser. Alles abseits, nicht zu empfehlen, nie und nimmer!

ANHANG C – Minenkarte Bosnien



Abbildung 5: Minenkarte Bosnien