

**Analyse des  
Entscheidungsverhaltens von  
Bergsportlern bei der  
Risikobewertung bei der Auswahl  
der Route beim Ausüben von  
Bergsport mit Zuhilfenahme von  
mobilen Applikationen und  
Online-Inhalten**

**Paula Engelberg  
Bachelorarbeit II**

Jahrgang Web Business & Technology 2015





# **Analyse des Entscheidungsverhaltens von Bergsportlern bei der Risikobewertung bei der Auswahl der Route beim Ausüben von Bergsport mit Zuhilfenahme von mobilen Applikationen und Online-Inhalten**

## **Bachelorarbeit**

zur Erlangung des akademischen Grades  
Bachelor of Science in Engineering (BSc.)

Eingereicht an der  
Hochschule Kufstein Tirol  
Studiengang Web Business & Technology

Vorgelegt von  
Paula Engelberg  
1510653183

Gutachter  
Dr. Michael Kohlegger

11. Juni 2017

# Eidesstattliche Erklärung

*Ich erkläre hiermit, dass ich die vorliegende Bachelorarbeit ohne fremde Hilfe selbstständig verfasst und in der Bearbeitung und Abfassung keine anderen als die angegebenen Quellen oder Hilfsmittel benutzt sowie wörtliche und sinngemäße Zitate als solche gekennzeichnet habe. Die vorliegende Bachelorarbeit wurde noch nicht anderweitig für Prüfungszwecke vorgelegt.*

Wien, den 6. Juni 2018

---

Paula Engelberg

# Inhaltsverzeichnis

<b>Tabellenverzeichnis</b>	<b>iv</b>
<b>Abbildungsverzeichnis</b>	<b>v</b>
Abkürzungsverzeichnis . . . . .	vi
<b>1 Einleitung</b>	<b>1</b>
1.1 Ausgangssituation . . . . .	1
1.2 Problemstellung . . . . .	2
1.3 Zielsetzung und Forschungsfrage . . . . .	3
1.4 Aufbau der Arbeit . . . . .	4
<b>2 Grundlagen</b>	<b>5</b>
2.1 Web 2.0 . . . . .	5
2.1.1 Social Web . . . . .	6
2.1.2 User-Generated Content . . . . .	7
2.1.3 Vertrauenswürdigkeit von User Generated Content . . . . .	8
2.2 Mobile Applikationen und mobile Web-Applikationen . . . . .	9
2.3 Entscheidung und Risikobewertung . . . . .	10
2.4 Wandern und Risikobewertung einer Wandertour . . . . .	12
<b>3 Forschungsmethodik</b>	<b>13</b>
3.1 Methodik . . . . .	13
3.2 Beschreibung und Begründung der Methodenwahl . . . . .	13
3.3 Das Experteninterview . . . . .	14
3.3.1 Die Auswahl der Experten . . . . .	15
3.4 Die Leitfadenentwicklung . . . . .	16
3.5 Die Durchführung der Interviews . . . . .	17
3.6 Auswertung . . . . .	18
3.7 Ergebnisse . . . . .	19
3.7.1 Einstiegsfrage - Wandern, fester Bestandteil des Lebens . . . . .	19
3.7.2 Vorbereitung der Wandertour . . . . .	20
3.7.3 Nutzen und Glaubwürdigkeit von User-Generated Content in Bezug auf Wandertouren . . . . .	21

3.7.4	Mobiltelefon, GPS und andere Applikationen . . . . .	23
3.7.5	Bessere Entscheidungen durch Online-Inhalte und Applikationen?	24
<b>4</b>	<b>Zusammenfassung und Ausblick</b>	<b>26</b>
4.1	Limitierung der Arbeit . . . . .	26
<b>A</b>	<b>Ein Anhang</b>	<b>1</b>
<b>B</b>	<b>Noch ein Anhang</b>	<b>29</b>
	<b>Quellenverzeichnis</b>	<b>30</b>

## Tabellenverzeichnis

3.1	Verteilung der Befragten Expertinnen und Experten . . . . .	15
3.2	Probandinnen aufsteigend nach Alter geordnet . . . . .	16
3.3	Probanden aufsteigend nach Alter geordnet . . . . .	16

# Abbildungsverzeichnis

- 1.1 Unverletzte Wanderer, die in den letzten zehn Jahren einen Notruf absetzten 3



# Abkürzungsverzeichnis

CQL	Cassandra Query Language
DBMS	Datenbank Management System
DMS	Data Messaging System
POJO	Plain Old Java Object
SOAP	Simple Object Access Protocol
SQL	Structured Query Language

## **Kurzfassung**

## **Executive Summary**

# 1 Einleitung

Dieses Kapitel gibt eine Einführung in das Thema der Bachelorarbeit. Dabei wird auf die Ausgangssituation und den Aufbau der Arbeit eingegangen. Des weiteren wird die Problemstellung der Arbeit definiert und die Relevanz des Themas beschrieben.

## 1.1 Ausgangssituation

Anfangs war das Internet lediglich eine Informationsquelle für den Menschen. Mitte der 2000er-Jahre trat eine Veränderung ein. Internetnutzer wollten Teil des Webs werden, selbst Inhalte generieren und mit anderen Internetnutzern teilen. So entwickelte sich das Internet zu einem interaktiven Web, welches unter dem Begriff des „Web 2.0“ durch Tim O'Reilly wesentlich geprägt wurde<sup>1</sup>.

Auch hat die Zahl der Mobiltelefone in den letzten 15 Jahren sehr stark zugenommen. Heutzutage sind Mobiltelefone und Internetzugang aus unserem alltäglichen Leben nicht mehr wegzudenken. Aus dem Mobile Communications Report 2017 der Mobile Marketing Assosiation Austria und der MindTake Research geht hervor, dass Stand 2017 bereits 94% der Österreicher ein Smartphone besitzen. 93% der Österreicher nutzen das Internet regelmäßig auf ihrem Smartphone und in der Altersklasse der 15- bis 29-Jährigen, sind es sogar 100%. Die tägliche Nutzung liegt bei über drei Stunden pro Tag<sup>2</sup>.

Die schnell voranschreitende Entwicklung neuer Technologien bietet Menschen sehr viele Möglichkeiten zu kommunizieren und sich mit anderen Menschen auszutauschen. Auch sind Menschen nicht mehr an das Internet zu Hause gebunden, sie können mobiles

---

<sup>1</sup> vgl. O'Reilly

<sup>2</sup> vgl. Austria

Internet auf ihren Mobiltelefonen, Tablets und Wearables unterwegs nutzen und live Informationen einholen. Die Endgeräte sind leistungsfähiger, benutzerfreundlicher, transportabler und intelligenter als je zuvor.

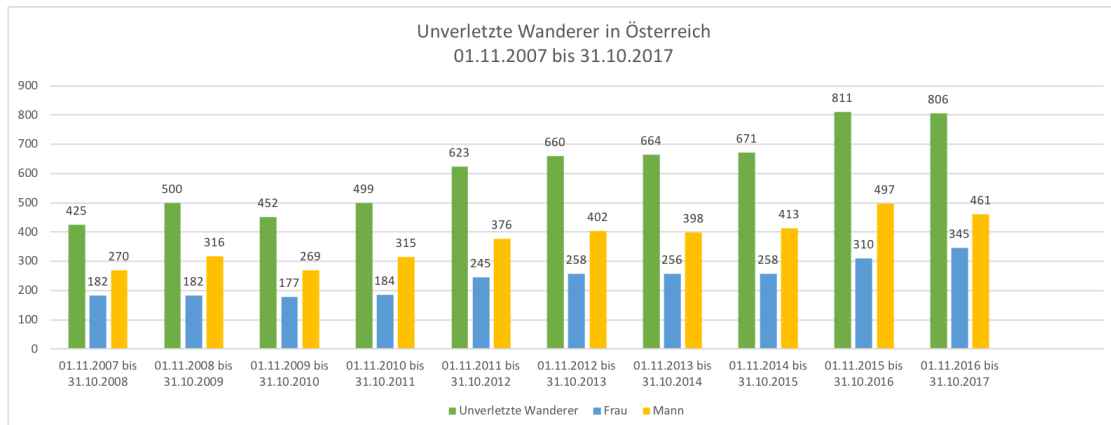
Bergsportlern stehen zahlreichen mobile Applikationen, Internetforen, Plattformen und Blogs für die Tourenplanung zur Verfügung. Touren können online angeschaut und geplant werden. Auf Interessensplattformen und Blogs beschreiben Bergsportler ihre eigenen Touren und berichten über ihre Erlebnisse. Sie schreiben persönliche Reiseberichte mit vielen Details welche von anderen Internetnutzern gelesen und kommentiert werden können. Eine Interaktion zwischen Verfasser und Lesern entsteht. Diese Berichte können Bergsportlern als Motivation und Inspiration für zukünftige Touren dienen. Hier kann jedoch ein Problem lauern, denn nicht jeder Bergsportler ist gleich fit und gleich erfahren.

## 1.2 Problemstellung

Das Angebot für Tourenplanung ist sehr groß, es reicht von gedruckten Tourenführern über Online-Plattformen zu GPS-fähigen Wearables. Bergtouren können heutzutage besser den je geplant werden. Online-Tools und mobile Applikationen geben Auskunft über die Distanz, Höhenmeter, Beschaffenheit der Strecke und Einkehrmöglichkeiten. Auch das Wetter ist jederzeit zeitnah abrufbar. Dennoch lässt sich der Presseaussendung vom Januar 2018 des österreichischen Kuratoriums für alpine Sicherheit entnehmen, dass die Zahl der unverletzten Bergsportler, welche einen alpinen Notruf absetzten, in den vergangenen 10 Jahren stetig anstieg. Im Jahr 2017 machten Unverletzte bereits 37% aller Notrufe aus. Alpine Notrufe werden nicht ausschließlich von tatsächlich Verunfallten oder Verletzten abgesetzt, sondern auch von unverletzten Personen, die sich in einer misslichen Lage befinden<sup>3</sup>. Um im weiteren Verlauf bessere Aussagen treffen zu können, widmet sich diese Arbeit den Wanderern. Wandern ist der beliebteste Bergsport und wird von Personen jeden Alters und Geschlechts ausgeübt. In einer Statistik der letzten 10 Jahre kann man entnehmen, dass die Zahl der Unverletzten von 425 im Zeitraum 01.11.2007 bis 31.10.2008 auf 811 im Zeitraum 01.11.2015 bis 31.10.2016 sich fast verdoppelte (siehe Abbildung 1.1). Die häufigsten Ursachen für einen Notruf von Unverletzten

---

<sup>3</sup> vgl. Österreichisches Kuratorium für Alpine Sicherheit



*Abbildung 1.1: Unverletzte Wanderer, die in den letzten zehn Jahren einen Notruf absetzten*

Personen sind „Verirren und Versteigen“ gefolgt von „Erschöpfung“ und „Wettersturz“. Es gibt durchaus Faktoren, die nicht vorhersehbar sind. Dazu gehören Wettersturz, Blitzschlag, Steinschlag oder Herz-Kreislaufstörungen. Viele Faktoren können jedoch mit richtiger Vorbereitung und Planung durchaus minimiert werden. Recht hohe Zahlen (zwischen 41 und 105) findet man unter dem Kriterium „Sonstiges“. Das bedeutet, dass keines der angegebenen Kriterien für das Absetzen eines Notrufes des Unverletzten zutraf. Hier stellt sich die Frage, ob es sein kann, dass der technische Fortschritt und die Menge an konsumierten Online-Inhalten dazu führt, dass sich Wanderer nach einer Planungsphase und während der Ausübung der Sportart zu sehr in Sicherheit wiegen und sich eher für zu schwierige Touren entscheiden?

### 1.3 Zielsetzung und Forschungsfrage

Das Ziel der Bachelorarbeit ist es zu erforschen, wie weit Wanderer von neuen Technologien und konsumierten Online-Inhalten bei der Risikobewertung einer Bergtour beeinflusst werden. Dabei soll einerseits untersucht werden, wie gut Wanderer, die ihnen zur Verfügung stehenden Technologien anwenden. Andererseits wird erforscht, wie Wanderer mit Online-Inhalten umgehen und die nützlichen Informationen filtern und mit ihren Fähigkeiten abgleichen. In einer qualitativen Umfrage soll herausgefunden werden, welche Technologien und Online-Inhalte Wanderer bevorzugt nutzen, um sich

ein Bild von einer Tour zu machen. Des Weiteren soll herausgefunden werden, welchen Online-Inhalten Wanderer vertrauen und welche Inhalte für die Entscheidungsfindung welche Tour tatsächlich gegangen wird, herangezogen werden.

Daraus lässt sich folgende Forschungsfrage ableiten: *Wie werden Wanderer von Online-Inhalten und neuen Technologien bei der Risikobewertung einer Tour beeinflusst?*

## 1.4 Aufbau der Arbeit

Die vorliegende Bachelorarbeit *Analyse des Entscheidungsverhaltens von Bergsportlern bei der Risikobewertung bei der Auswahl der Route beim Ausüben von Bergsport mit Zuhilfenahme von mobilen Applikationen und Online-Inhalten* besteht aus ##### Kapiteln.

Im ersten Kapitel soll an das Thema der Arbeit herangeführt werden, die Relevanz und Problemstellung werden erläutert und eine Zielsetzung inklusive der Forschungsfrage werden dargestellt.

Die Kapitel ##### enthalten die theoretischen Grundlagen.

In ##### Kapitel wird die Forschungsmethodik erläutert

In ##### Kapitel werden die Ergebnisse vorgestellt und die Arbeit schließt mit einem Fazit und Ausblick in ##### Kapitel ab.

## 2 Grundlagen

Im folgenden Kapitel werden die grundlegenden Begriffe, welche für die Bachelorarbeit relevant sind, erläutert.

### 2.1 Web 2.0

Das Internet wurde in seinen Anfängen für Informations- und Darstellungszwecke benutzt. Dieses Konzept wird als Web 1.0 bezeichnet. Im Web 1.0 gibt es nur wenige Content-Ersteller. Die überwiegende Mehrheit der Internetnutzer agiert lediglich als Konsument von Inhalten<sup>1</sup>. Darauf folgte Anfang der 2000er Jahre das Konzept des Web 2.0. Der Begriff wurde von O'Reilly geprägt, wobei der Begriff bereits zuvor in Gebrauch war. Web 2.0 beschreibt keine neue Technologie sondern vielmehr eine veränderte Nutzung des Internets. O'Reilly beschrieb das Web 2.0 als eine Reihe von Prinzipien und Praktiken, die wie ein Sonnensystem von Websites miteinander verbunden sind, wobei einige oder alle dieser Prinzipien in unterschiedlichem Abstand vom Kern sind<sup>2</sup>. O'Reilly sieht das Web 2.0 als eine von allen nutzbare Plattform mit Fokus auf datenbasierte Dienste. Die Trennung, ob eine Internetseite eine Web 1.0 oder Web 2.0-Seite ist, lässt sich nur bei der Analyse mehrerer Achsen sichtbar machen. Dazu muss man sich die technische, strukturelle und soziologische Achse anschauen. Bei der technischen Achse betrachtet man die Präsentationstechnologie, die sowohl zur Darstellung der Webseite als auch zur Interaktion mit dem Benutzer verwendet wird. An der strukturellen Achse wird der Zweck und das Layout der Seite betrachtet und auf der soziologischen Achse werden die Freunde und Gruppen betrachtet<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> vgl. Cormode und Krishnamurthy, 2008

<sup>2</sup> vgl. O'Reilly

<sup>3</sup> vgl. Cormode und Krishnamurthy, 2008



Durch die neu entstandene kollaborative Zusammenarbeit ist es möglich, das Wissen vieler Internetnutzer der Allgemeinheit zugänglich zu machen. Somit haben sich Webseiten im Web 2.0 so verändert, dass sie für die interaktive und kollaborative Nutzung die geeigneten Plattformen zur Verfügung stellen und die Webseiten laufend durch die Nutzerbeteiligung auf dem aktuellen Stand gehalten werden. Durch die Nutzerbeteiligung wurden Webseiten und deren Inhalte dynamischer und flexibler. Durch neue Technologien und das Verlangen des Internetnutzers, seine Erfahrungen, Kenntnisse und Gedanken mitzuteilen, entstand eine neue Interaktivität.

### 2.1.1 Social Web

Während das Internet genutzt wurde, um die soziale Interaktion zu erleichtern, ermöglichte die Entstehung und schnelle Verbreitung von Web 2.0-Funktionalitäten im ersten Jahrzehnt des 21. Jahrhunderts einen Evolutionssprung in der sozialen Komponente der Webnutzung<sup>4</sup>. Das Internet hat sich von einem Abrufmedium zu einem partizipativen Mitmachmedium<sup>5</sup> entwickelt. Das Social Web kann als Teilbereich des Web 2.0 gesehen werden. WAS ENTWICKELTE SICH? VERSTEH DEN NÄCHSTEN SATZ NICHTES entwickelte sich, da immer mehr Menschen Zugang zum Internet hatten und die Bedeutung des Internets zunahm sowie dem sozio-technischen Wandel der Netznutzung<sup>6</sup>. Einen erheblichen Teil zur Etablierung brachten die geringen technischen Anforderungen hinsichtlich des Betriebes und der Nutzung von Social Software, dazu gehören Programme und Anwendungen. Die Nutzung dieser Software wurde leichter, sodass sie nicht mehr nur von Experten bedient werden konnte. Dies erleichterte die Erstellung von Inhalten und den sozialen Austausch.

Ebersbach et al. teilen das Social Web in die folgenden vier Bereiche ein<sup>7</sup>:

- **Informationsaustausch:** Beim Informationsaustausch geht es um die Verteilung von Objekten, die gewisse Informationen beinhalten. Dies können Texte, Videos, Bilder, Fotos, usw. sein.

---

<sup>4</sup> vgl. Obar und Wildman, S. 745-750

<sup>5</sup> vgl. Panke

<sup>6</sup> vgl. Griesbaum, S. 350

<sup>7</sup> vgl. Anja Ebersbach, S. 35-36

- **Beziehungsaufbau:** Beim Beziehungsaufbau stehen die zwischenmenschlichen Beziehungen im Fokus.
- **Kollaborative Zusammenarbeit:** Die kollaborative Zusammenarbeit besteht aus der Sammlung und Herstellung von neuem Wissen, Aussagen und Erkenntnissen. Hier schließen sich Menschen zu Gruppen zusammen und bearbeiten ein von ihnen ausgewähltes Themengebiet.
- **Kommunikation:** Bei der Kommunikation geht es um den Mitteilungsaustausch zwischen Personen.

### 2.1.2 User-Generated Content

Das Web 2.0 hat vielen Nutzern neue Möglichkeiten eröffnet. Einer dieser Möglichkeiten wird User Generated Content (UGC) genannt, also von Nutzern kreierte Inhalte. Genauer wird UGC üblicherweise als: Medieninhalte, die von der Allgemeinheit, statt von bezahlten Professionellen, kreiert oder produziert werden und hauptsächlich im Internet gefunden werden<sup>8</sup>, beschrieben. UGC ermöglicht es allen Internetnutzerinnen und -nutzern ihre eigenen Inhalte zu veröffentlichen, sodass andere Nutzer auf diese Inhalte reagieren und antworten können<sup>9</sup>. Vor allem in einem Marketingkontext wird UGC auch manchmal als das Word-of-Mouth des Internets oder auch als elektronisches Word-of-Mouth<sup>10</sup> bezeichnet.

UGC kann über unzählige Kanäle und in unzähligen Formen veröffentlicht werden. Dabei kann es genauso auditive (z.B.: Podcasts, Lieder) wie auch visuelle (z.B.: Text, Bilder) oder auch audiovisuelle (z.B.: Video) Gestalt annehmen. Genauer gesagt, spricht man bei UGC am häufigsten über Blogs, Social Media, Produktbewertungen und über kollaborative Enzyklopädien wie Wikipedia<sup>11</sup>. UGC ist also ein weites, im Kontext des Internets beinahe allumfassendes, Feld.

Dabei interessiert sich sowohl die Wirtschaft als auch die akademische Forschung vor allem für markenbezogene Inhalte, sogenannten *branded content*. Dies kommt vermutlich daher, dass UGC einen Umbruch im Marketing begonnen hat. Traditionell fand

---

<sup>8</sup> vgl. Daugherty et al.

<sup>9</sup> vgl. Cox et al.

<sup>10</sup> vgl. Morrison et al.

<sup>11</sup> vgl. Chen et al.

markenbezogene Kommunikation als Einwegnachrichten vom Unternehmen an den Konsumenten statt, die durch die Interessen der Unternehmen typischerweise voreingenommen war<sup>12</sup>. Heute ermöglicht es jedoch, dass interaktive Internetnutzerinnen und -nutzer, ihre Meinung anderen direkt und weniger voreingenommen, mitteilen können. Deshalb wurde UGC eine beliebte Quelle für markenbezogene Information, sodass auch Unternehmen UGC inzwischen große Beachtung schenken<sup>13</sup>. Insbesondere Interessant ist UGC als qualitatives Feedback für Marken und Unternehmen sowie für authentische, möglichst positive PR oder Werbung. Besonders die Tourismusbranche wird sehr von UGC beeinflusst, wobei Bewertungen, wie zum Beispiel auf Hotelvergleichsseiten oder Reiseblogs sehr wichtig sind<sup>14</sup>.

### 2.1.3 Vertrauenswürdigkeit von User Generated Content

Generell kann man von drei Arten von Teilnehmern an UGC sprechen: jene, die hauptsächlich Inhalte selbst kreieren, die sogenannten *Posters*, jene, die Inhalte hauptsächlich passiv konsumieren, die *Lurkers* und jene, die bevorzugt beides tun, die *Networkers*<sup>15</sup>. Hier stellt sich die Frage, was diese drei Typen motiviert, UGC zu veröffentlichen beziehungsweise zu konsumieren. Resultate einer Studie zeigen, dass Altruismus eine große Rolle beim Posten von Inhalten spielt, genau wie ökonomische Anreize oder Vorteile<sup>16</sup>. Aber auch das Bedürfnis, dazuzugehören, sein Leben zu teilen und mit anderen Menschen zu interagieren dürfte einflussreich sein<sup>17</sup>. Das Konsumieren kommt dagegen aus einem Gefühl des Vertrauens. Wie zuvor angedeutet, haben einfache Konsumenten weniger Grund, ein Unternehmen beziehungsweise ein Produkt gut darzustellen, als das Unternehmen selbst. Außerdem kann man davon ausgehen, dass die jeweiligen *Posters* das Produkt oder den Service schon getestet haben<sup>18</sup>. Deshalb vertrauen auch rund 68% aller Konsumenten online Empfehlungen, auch wenn sie die Person nicht direkt kennen<sup>19</sup>. Darüber hinaus nimmt bei 20% der Konsumenten UGC einen großen

---

<sup>12</sup> vgl. Ramirez et al.

<sup>13</sup> vgl. Ramirez et al.

<sup>14</sup> vgl. Akehurst

<sup>15</sup> vgl. Morrison et al.

<sup>16</sup> vgl. Poch und Martin

<sup>17</sup> vgl. Akehurst

<sup>18</sup> vgl. Akehurst

<sup>19</sup> vgl. Ramirez et al.

Einfluss auf ihre Urlaubspläne, sodass Konsumenten UGC mehr vertrauen als zum Beispiel professionellen Reiseführern<sup>20</sup>.

Jedoch gibt es wiederholte Besorgnis, dass UGC keine verlässliche Quelle für konstruktive Informationen ist. Das liegt zu einem Großteil an der Anonymität, die das Internet ermöglicht. Ganz egal, ob es sich um eine Empfehlung, eine Kritik oder sonstiges handelt, man kann nur selten zuverlässig bestimmen, wer hinter einem Inhalt steckt. Gerade dadurch ist es möglich, dass sowohl absichtlich als auch unabsichtlich fehlerhafte Inhalte verbreitet werden können. Angestellte eines Unternehmens können Inhalte manipulieren um besser dazustehen oder die Konkurrenz schlecht zu machen. Manche Nutzer dagegen veröffentlichen Inhalte nach bestem Wissen und Gewissen, haben aber nicht die nötige Kompetenz für ein Thema und verbreiten auf diese Art und Weise ebenfalls Fehlinformationen<sup>21</sup>.

Zusammenfassend ergibt sich in User Generated Content eine Möglichkeit für Konsumenten, authentische Meinungen und Empfehlungen sowohl zu veröffentlichen als auch zu konsumieren. Dies macht es für viele Unternehmen interessant, besonders in einem Tourismuskontext, jedoch gibt es auch Gründe, die Zuverlässigkeit von UGC anzuzweifeln.

## 2.2 Mobile Applikationen und mobile Web-Applikationen

Wie bereits in der Ausgangssituation dieser Arbeit erläutert, sind Mobiltelefone und Internetzugang aus unserem alltäglichen Leben nicht mehr wegzudenken. Aus diesem Grund steigt auch das Angebot und die Nachfrage nach mobilen Applikationen. Diese können per Smartphone oder Tablett heruntergeladen werden um sie überall verwenden zu können. Die angebotenen Applikationen können von kleinen Dienstprogrammen, die nur eine kleines Problem lösen bzw. nur eine Funktion haben, bis hin zu großen Programmpaketen, welche komplexe Funktionen haben, reichen. Die Anzahl der Applikationen in den jeweiligen Appstores ist heutzutage schier unüberschaubar. Die Applikationen müssen nach dem zu Grunde liegendem Betriebssystem, auf dem sie laufen müssen, ausgesucht werden. Die zwei größten Betriebssysteme sind Android

---

<sup>20</sup> vgl. Akehurst

<sup>21</sup> vgl. Chen et al.

und iOS, wobei Android im Mai 2018 einen weltweiten Marktanteil von 76,53% und iOS von 18,97% hatte<sup>22</sup>. In Österreich sind die Zahlen etwas anderes, doch auch hier hat Android laut einer Statistik aus März 2018 einen Marktanteil von 64,3% und iOS einen Anteil von 34,7%<sup>23</sup>. Die Applikationen können nach der Zielplattform auf der sie laufen unterschieden werden. Funktionieren diese nur auf einem Betriebssystem, spricht man von nativen Applikationen, funktionieren sie jedoch auf verschiedenen Betriebssystemen, wird von plattformunabhängigen Applikationen gesprochen. Beide haben ihre Vor- und Nachteile, da diese auf die vorliegende Arbeit keinen Einfluss haben, wird nicht näher darauf eingegangen.

Eine weitere Möglichkeit bieten sogenannte mobile Webanwendungen. Diese werden im Gegensatz zu mobilen Applikationen nicht auf dem Gerät der Benutzerin beziehungsweise des Benutzers installiert, sondern über den Webbrowser aufgerufen. Der Vorteil dieser ist, dass sie Betriebssystemunabhängig sind. Ein Nachteil ist, dass für das Abrufen von Daten eine Internetverbindung bestehen muss.

## 2.3 Entscheidung und Risikobewertung

Wir Menschen sind jeden Tag mit vielen Entscheidungen konfrontiert. Es gibt kurzfristige Entscheidungen ohne große Reichweite, wie etwa ob man sich jetzt einen Kräuter- oder doch Grüntee zubereitet, und es gibt Entscheidungen, die den weiteren Verlauf unseres Lebens verändern. Es gibt keine einheitliche Definition was die Entscheidungstheorie ist, denn jeder Mensch trifft Entscheidungen unter anderem aufgrund der bisherigen Erfahrungen, Informationen, Kultur und Einstellung. Wessler fasst es folgendermaßen zusammen:

*„Die Entscheidungstheorie beschäftigt sich mit Verfahren, die einen Überblick über die Möglichkeiten gestatten, die einem Menschen, auf sich allein gestellt oder in einer Gruppe, in einer bestimmten Situation, an einem bestimmten Ort, zu einer bestimmten Zeit zur Verfügung stehen. Sie beschreibt und vergleicht darüber hinaus, welche*

---

<sup>22</sup> vgl. statcounter

<sup>23</sup> vgl. Österreichische Webanalyse

*Methoden und Konzepte der Mensch hat, um sich für eine dieser Möglichkeiten zu entschieden.“<sup>24</sup>*

Grundsätzlich geht es darum, die optimale Lösung für eine Entscheidung oder Problemstellung zu finden. Um diese Entscheidung treffen zu können, müssen einerseits Handlungsalternativen vorliegen, sowie die Kenntnis über den Umweltzustand bekannt sein. Ist der Umweltzustand bekannt, wird von einer Entscheidung unter Sicherheit gesprochen, hier ist die eintretende Situation bekannt. Ist dieser Umweltzustand nicht bekannt, spricht man von einer Entscheidung unter Unsicherheit, diese kann weiter in Entscheidung unter Risiko und Entscheidung unter Ungewissheit aufgeteilt werden. In beiden Entscheidungen ist der Umweltzustand sowie die Eintrittswahrscheinlichkeit nicht bekannt. Die Entscheidungssituation kann durch eine Ergebnismatrix dargestellt und die Wahrscheinlichkeiten ausgerechnet werden.

Entscheidungen können mit verschiedenen Entscheidungsregeln gelöst werden. Da es viele Entscheidungsregeln gibt, jedoch in dieser Arbeit nicht alle betrachtet werden können, werden zwei Regeln erläutert. Das Maxi-Max-Prinzip wird eher von risikofreudigen Menschen eingesetzt, wohingegen pessimistische und risikoscheue Menschen eher nach dem Mini-Max-Prinzip entscheiden. Bei der Mini-Max-Regel orientiert der Mensch die Entscheidung nach dem ungünstigsten aller möglichen Fälle wohingegen jeweils der günstigste Umweltzustand, welcher eintreten kann, bei der Maxi-Max-Regel, beurteilt wird. Natürlich sind das zwei Extreme, die nicht alle möglichen Entscheidungssituationen abdecken, denn bei diesen beiden Regeln werden jeweils entweder das beste oder schlechteste Ergebnis einer Alternative herausgegriffen.

Die Entscheidungstheorie unterscheidet drei Verhaltenstypen bei einer Risikosituation. Es gibt risikoscheue Menschen, diese wählen aus den verschiedenen Alternativen immer die Alternative mit dem geringst möglichen Verlust. Risikoaffine Menschen wählen hingegen die Alternative, die mit dem höchsten Risiko verbunden ist, aber wo auch der höchstmögliche Gewinn möglich ist, auch wenn dieser sehr unsicher ist. Dann gibt es noch die Gruppe der risikoneutralen Menschen, diese wählen weder die sicherste noch die unsicherste Alternative, sondern leiten sich nur am mathematischen Erwartungswert.

---

<sup>24</sup> vgl. Wessler, S. 1

## 2.4 Wandern und Risikobewertung einer Wandertour

Heute stehen den Wanderern zahlreiche Möglichkeiten für die Planung und Risikobewertung einer Wandertour zur Verfügung. Wenn sich Wanderer noch vor 50 Jahren auf gedruckte Wanderführer und Mundpropaganda verlassen mussten um zu entscheiden, ob eine Wandertour ihren Kenntnissen und Erwartungen entspricht, so können Wanderer heute aus einer Fülle von Online-Inhalten und Applikationen zur Unterstützung der Planung wählen. Es gibt sehr umfangreiche Online-Portale zum Thema Wandern, welche nicht nur die Wandertouren beschreiben, wie das die Wanderführer machen, sondern den Wanderer weitere interaktive Möglichkeiten bieten. Darunter fallen zum Beispiel die Bewertung einer Tour, das kommentieren einer Tour oder auch eine individuelle Tourenplanung. Kommentare können zum Beispiel auf aktuelle Schwierigkeiten hinweisen oder die Wandertour aus der Perspektive einer Wanderin oder eines Wanderers beschreiben. Bezüglich der Glaubwürdigkeit dieser Inhalte siehe Kapitel 2.3.1, Vertrauenswürdigkeit von User-Generated Content.

Da, wie bereits in der Einleitung beschrieben, 94% der Österreicherinnen und Österreicher bereits ein Smartphone besitzen, ist anzunehmen, dass Wanderer dieses auch während der Wandertour mit sich führen. Somit haben sie Zugriff auf das Internet (wenn auch nicht zu 100% flächendeckend im Hochgebirge) und können mobile Applikationen nutzen. Der Kartendienst Google Maps steht den Wanderer sowohl online - zur Planung - wie auch als Applikation für das Mobiltelefon zur Verfügung. Die Online-Version von Google Maps bietet verschiedene Kartentypen zum Anzeigen der Erdoberfläche an. Man kann aus Straßenkarte, Luftbild, Satellitenbild oder in dreidimensionaler Ansicht wählen. In der mobilen Version gibt es die Kartentypen: Standard, Satellit und Gelände. Gerade die Geländekarte ist für Wanderer sehr praktisch, da hier die Höhenlinien eingezeichnet sind und die Steigung des Geländes eingeschätzt werden kann. Auch gibt es die Option, ausgewähltes Kartenmaterial vor einer Wanderung zu speichern und es später ohne Internetzugang zu nutzen.

All diese Möglichkeiten stehen den Wanderern für die Risikobewertung sowohl in der Planungsphase als auch während der Wandertour zur Verfügung.

## **3 Forschungsmethodik**

Der empirische Teil der Arbeit befasst sich mit der Frage, wie Wanderer die Entscheidung treffen, ob eine Wandertour für sie machbar oder doch zu risikoreich ist.

### **3.1 Methodik**

Der folgende Teil der Arbeit beschäftigt sich mit der Methodik der Studie und soll einige grundlegende Informationen zu dieser bieten. Einleitend wird beschrieben, welche Art der Datenerhebung gewählt wurde und wie die Probandinnen und Probanden ausgesucht und kontaktiert wurden. Anschließend wird das Konzept des Interviews vorgestellt und beschrieben.

### **3.2 Beschreibung und Begründung der Methodenwahl**

Die Auswahl der richtigen Forschungsmethodik ist sehr wichtig und die Forschungsergebnisse werden stark von der Wahl der Interviewmethode beeinflusst<sup>1</sup>. In der Sozialforschung wird zwischen qualitativen und quantitativen Forschungsmethoden unterschieden. Ein großer Unterschied zwischen den beiden Forschungsmethoden ist unter anderem die Art und Weise der Datenerhebung und die darauf folgende Interpretation beziehungsweise Analyse. Der qualitative Ansatz charakterisiert die Merkmalsausprägungen sprachlich, es werden Einzelfälle beschrieben wohingegen bei der quantitativen Forschung die Erfahrungsrealität numerisch beschrieben wird.

Zur Untersuchung der Forschungsfrage, wie Wanderer von Online-Inhalten und neuen Technologien bei der Risikobewertung einer Wandertour beeinflusst werden, wird im

---

<sup>1</sup> vgl. Kruse, S. 186



empirischen Teil dieser Arbeit das qualitative Verfahren in Form eines Leitfadeninterviews angewendet. Die qualitative Forschungsmethode wurde gewählt, da diese helfen, Sinnzusammenhang von Phänomenen zu erfassen und dabei Wirkungsmechanismen aufzeigen<sup>2</sup>.

Der Grund für die Entscheidung, qualitative und nicht quantitative Interviews zu führen, ist dass der Befragte im Mittelpunkt steht. Dadurch wird versucht, diesen möglichst selbst zu Wort kommen zu lassen, damit subjektive Sichtweisen erfasst werden können. Diese Offenheit im Forschungsprozess dient der Entdeckung neuer, bislang unbekannter Phänomene oder Sachverhalte. Die Aussage von Mayring:

*„Sobald Zahlbegriffe und deren In-Beziehung-setzen durch mathematische Operationen bei der Erhebung oder Auswertung verwendet werden, sei von quantitativer Analyse zu sprechen, in allen anderen Fällen von qualitativer Analyse.“<sup>3</sup>*

bestätigt die Wahl der qualitativen Forschungsmethode, um die gestellte Forschungsfrage beantworten zu können.

### 3.3 Das Experteninterview

Zur Erhebung der Daten wurde das Experteninterview gewählt.

*„Für die methodologische Einordnung von qualitativen Experteninterviews müssen nun vor allem zwei zentrale Aspekte kritisch reflektiert werden: die Frage, wer überhaupt als Experte gelten kann sowie die Frage, welche Arten von Wissen durch Experteninterviews generiert werden können.“<sup>4</sup>*

Doch wer als Experte gilt und über welches Wissen dieser verfügen muss, wird in der Literatur oft diskutiert und es gibt verschiedene Definitionen dieses Begriffs. Die Methodenliteratur der qualitativen Sozialforschung vertritt die Annahme, dass jeder zumindest Experte seines eigenen Lebens sein kann<sup>5</sup>.

---

<sup>2</sup> vgl. Przyborski und Wohlrab-Sahr, S. 117-133

<sup>3</sup> vgl. Mayring, S. 17

<sup>4</sup> vgl. Kaiser, S. 35

<sup>5</sup> vgl. Przyborski und Wohlrab-Sahr, S. 116

### 3.3.1 Die Auswahl der Experten

Für diese Arbeit wird die Definition nach Mayer verwendet. Für Mayer ist jeder Experte, der auf einem begrenzten Gebiet über gutes und abrufbares Wissen verfügt, welches sich auf sichere Behauptungen stützt<sup>6</sup>. Der Forscher beziehungsweise die Forscherin muss letztendlich selbst entscheiden, wer als Experte für ein Fachgebiet in Frage kommt<sup>7</sup>. Es ist anzunehmen, dass auch ein Experte nicht über ein gesamtes Wissen verfügen kann, das zur Rekonstruktion eines Sachverhaltes notwendig ist<sup>8</sup>. Auf Grund der genannten Erklärungen müssen Expertinnen und Experten aus unterschiedlichen Bereichen zu dem spezifischen Thema der Bachelorarbeit befragt werden, damit die notwendigen Daten erhoben werden können.

Bei qualitativen Interviews werden kleinere Stichproben gezogen, da Repräsentativität nur eine untergeordnete Rolle spielt. Es wurden Expertinnen und Experten für Interviews gewählt, die einen erkennbaren Bezug zum Thema Wandern haben, um wertvolle Ergebnisse hinsichtlich der Fragestellung dieser Bachelorarbeit generieren zu können. Des Weiteren wurde versucht, Expertinnen und Experten aus möglichst verschiedenen Altersgruppen zu befragen, um zu sehen, ob Entscheidungen beziehungsweise Risikobewertung vom Alter abhängig sind. Weiters soll erforscht werden, wie die Befragten bei der Auswahl der Wandertour und deren Risikoeinschätzung vorgehen, welche Online-Inhalte und Applikationen ihr Entscheidungsverhalten beeinflussen und ob es Unterschiede bei den einzelnen Altersgruppen, zum Beispiel auf Grund von längerer Erfahrung, gibt. Insgesamt wurden neun Expertinnen und Experten befragt.

Die nachfolgenden Tabellen zeigt die Verteilung der befragten Expertinnen und Experten.

Frauen	5
Männer	4
<b>Gesamt</b>	<b>9</b>

***Tabelle 3.1:** Verteilung der Befragten Expertinnen und Experten*

Die ersten vier Befragungen fanden auf dem Parkplatz des Gasthofs Naturparkstüberl

---

<sup>6</sup> vgl. Mayer, S. 41

<sup>7</sup> vgl. Kaiser, S. 39

<sup>8</sup> vgl. Gläser und Laudel, S. 113

Probandin E	22 Jahre
Probandin G	23 Jahre
Probandin A	32 Jahre
Probandin D	51 Jahre
Probandin C	53 Jahre

**Tabelle 3.2:** *Probandinnen aufsteigend nach Alter geordnet*

Proband H	36 Jahre
Proband F	39 Jahre
Proband B	43 Jahre
Proband I	58 Jahre

**Tabelle 3.3:** *Probanden aufsteigend nach Alter geordnet*

Hohe Wand in einem Fahrzeug statt. Zwei Interviews wurden in einem Restaurant in Wien geführt und drei Interviews über Skype. Allen Probandinnen und Probanden wurden vor dem Interview entweder persönlich oder per E-Mail über den Inhalt des Interviews informiert. Jeder Probandin und jedem Probanden wurden die Fragen entweder in ausgedruckter Form zum Mitlesen ausgehändigt oder als Anhang in der E-Mail, vor dem Interview, mitgeschickt.

### 3.4 Die Leitfadenentwicklung

Laut Kaiser ist ein hoher Grad der Strukturierung mittels eines Interviewleitfadens zur Gewinnung von Sachinformationen bei der Durchführung von Experteninterviews notwendig<sup>9</sup>.

Ein Leitfaden ist zur Unterstützung ebenfalls wichtig, damit die Interviews in die gewünschte Richtung verlaufen und trotz möglichen Abschweifens der Probandin oder des Probanden bei Erzählen wieder in eine gewisse Richtung lenken zu können, damit am Ende geeignete Ergebnisse zustande kommen. Weiters ermöglicht ein Leitfaden die Strukturierung des Interviews. Mayer empfiehlt den Fragebogen so zu erstellen, dass dieser Themenkomplexe beinhalten solle, denen Nachfrage-Themen zugeordnet

---

<sup>9</sup> vgl. Kaiser, S. 3

werden<sup>10</sup>.

Der erstellte Fragebogen wurde in die folgenden Blöcke:

- Einstiegsfragen
- Wanderportale und User Generated Content
- Smartphones und Wearables
- Applikationen
- Entscheidung
- Nicht korrekte Risikobewertung sowie
- Statistische Fragen und Fragen zur Computer-Self-Efficacy

gegliedert.

Für die Gestaltung der Fragen (ausgenommen statistische Fragen) wurden größtenteils offen formulierte Fragen gewählt, die keinerlei Hinweise auf die Art der Beantwortung oder gar Antwortvorgaben beinhalten. So kann der Befragte subjektiv die Fragen nach dem *wie* und *warum* er so und nicht anders handelt, beantworten.

### 3.5 Die Durchführung der Interviews

Da die vorliegende Bachelorarbeit das Entscheidungsverhalten von Wanderern bezüglich der Risikobewertung von Wandertouren untersucht, wurde als Ort der Befragung zunächst der Parkplatz des Gasthofs Naturparkstüberl Hohe Wand gewählt. Hier wurden Personen, welche offensichtlich Wandern gehen oder vom Wandern kommen, angesprochen. Nach dem Ansprechen und einer kurzen Vorstellung, wurde den Personen zunächst das Thema erläutert, danach wurden sie gefragt, ob sie regelmäßig wandern gehen. Wenn die Person Interesse zeigte und die Frage bejaht wurde, wurde sie in weiterer Folge gefragt, ob sie für die Teilnahme an einem Interview bereit wäre und Zeit dafür hätte. Fünf Probanden stimmten zu, wobei mit vier Probanden vor Ort das Interview geführt wurde und mit dem fünften Probanden E-Mailadressen getauscht wurde. Später wurde ein Skype-Interview durchgeführt.

---

<sup>10</sup> vgl. Mayer, S. 45

Die weiteren vier Probandinnen und Probanden kommen aus dem Bekannten- und Freundeskreis, wobei weitere Personen zusätzlich als Expertinnen und Experten empfohlen wurden. Diese Personen wurden per E-Mail kontaktiert und es wurden in weiterer Folge entweder Treffen ausgemacht oder ein Skype-Interview durchgeführt.

Bei der Durchführung der Interviews hatten die Interviewten den Fragebogen vor sich und konnten die Fragen bereits durchlesen und sie während des Interviews auch mitlesen. Die Antworten der Probandinnen und Probanden wurden zeitgleich, so gut wie möglich, auf einem Laptop von der Forscherin mitgeschrieben. Kleine Zwischenfragen, wenn sich diese ergaben, wurde in die Antwort bereits integriert. Am Ende des Interviews wurden die Antworten gemeinsam mit den Interviewten nochmals durchgegangen und auf Richtigkeit der Mitschrift überprüft. Somit handelt es sich bei der Aufzeichnung nicht um ein wörtliches Transkript sondern um eine sinngemäße, jedoch sehr gesprächsnahe Zusammenfassung der Antworten. Die Zusammenfassung erfolgte in Hochdeutsch.

### 3.6 Auswertung

Zur Auswertung der Interviews stehen verschiedene Modelle zur Verfügung<sup>11</sup>. In dieser Bachelorarbeit erfolgt die Auswertung der Interviews nach Lamnek in vier Phasen<sup>12</sup>. Bei der ersten Phase handelt es sich um die Transkription der Interviews welche bereits während der Interviews erfolgte. Dabei werden auch die nonverbalen Elemente wie unter anderem Pausen und Lachen niedergeschrieben, da sie für die Interpretation von großer Bedeutung sein können<sup>13</sup>. Da diese nonverbalen Elemente für die Beantwortung der Forschungsfrage der Forscherin als nicht relevant erschienen, wurden sie nicht berücksichtigt und aus diesem Grund bei der Verschriftlichung ausgelassen.

In der zweiten Phase werden die Interviews einzeln analysiert. Dies soll zu einer Konzentration des Materials führen<sup>14</sup>. Dabei wurden die Textstellen, welche eine Antwort auf die entsprechenden Fragen des Leitfadens geben, markiert und die irrelevanten Aspekte entfernt.

---

<sup>11</sup> vgl. Mayer, S. 47

<sup>12</sup> vgl. Lamnek, S. 367

<sup>13</sup> vgl. Lamnek, S. 367

<sup>14</sup> vgl. Lamnek, S.368

In der dritten Phase, der generalisierenden Phase, werden die allgemeinen Erkenntnisse erlangt wobei auch nach Gemeinsamkeiten der einzelnen Interviews gesucht wird.

*„Erhält man unterschiedliche Typen von Befragten, Aussagen, Informationen etc., so werden diese unter Bezugnahme auf die konkreten Einzelfälle dargestellt und interpretiert.“<sup>15</sup>*

Bei diesem Prozess wird das erhobene Material laufend verringert. So sind Fehlinterpretationen nicht auszuschließen<sup>16</sup> und aus diesem Grund, werden in der letzten Phase dieses Auswertungsverfahrens, der sogenannten Kontrollphase, die entweder als Selbst- oder Fremdkontrolle durchgeführt werden kann. FEHLT DA NICHT WAS?

### 3.7 Ergebnisse

Im vorliegenden Kapitel werden die Ergebnisse der Expertinnen- und Experteninterviews dargestellt.

#### 3.7.1 Einstiegsfrage - Wandern, fester Bestandteil des Lebens

*Sie wandern sehr gerne. Wie kam es dazu und war Wandern schon immer ein fester Bestandteil ihres Lebens?*

Bereits die Einstiegsfrage zeigt, wie unterschiedlich die Interviewten zum Wandern kamen und was es ihnen bedeutet. Wandern ist aus der Freizeitgestaltung sehr vieler Familien nicht wegzudenken. Kinder werden bereits von klein auf mit auf den Berg genommen und dadurch nach und nach für das Wandern begeistert. Die Beweggründe reichen von mit Freunden und Familie Zeit verbringen, zu sportlichen Betätigung beziehungsweise Herausforderung oder einfach nur, um den Kopf frei zu bekommen.

*„Schon als Kind bin ich immer mit meinen Eltern und einer Freundin mit deren Eltern wandern gegangen, mal mehr mal weniger freiwillig, aber wenn man in Kufstein wohnt, ist das halt die Freizeitbeschäftigung.“ (vgl. Anhang - Probandin E, Zeile 3-4)*

---

<sup>15</sup> vgl. Lamnek, S. 369

<sup>16</sup> vgl. Lamnek, S. 369

Hier erkennt man, dass die Bedeutung von Wandern einem Wandel unterliegt. Als Kind wird es nicht so gemocht, wie im späteren Leben.

### 3.7.2 Vorbereitung der Wandertour

Im theoretischen Teil der Arbeit wurden verschiedene Möglichkeiten zum Sammeln von Informationen beschrieben, unter anderem die Interessensplattformen wie zum Beispiel Wanderportale. Auf diesen können Tourenbeschreibungen sowie Bewertungen und Kommentare vorgefunden werden. Bei den durchgeführten Interviews lassen sich zwei Phänomene zu diesem Thema erkennen. Zum einen geben drei der Interviewten an, keine oder sehr wenige Informationen bezüglich ihrer Wandertouren generell im Internet zu recherchieren. Auffällig ist, dass diese Personen alle über 50 Jahre sind. Als Gründe werden folgende Aussagen gegeben: Organisation anderen überlassen, sich auf die Begleitperson verlassen oder nur bereits auf bekannten Wanderwegen zu gehen.

Die restlichen sechs Interviewten gaben an, fast immer oder immer vor einer geplanten Tour auf Wanderportalen zu recherchieren. Das Alter dieser Personen ist zwischen 22 und 43 Jahren. Vor allem bei geplanten Wanderungen in neuen noch unbekannten Regionen werden Wanderportale zur Wandertourfindung herangezogen. Als Hauptquellen werden [www.bergfex.at](http://www.bergfex.at), [www.alpenvereinaktiv.com/de](http://www.alpenvereinaktiv.com/de) und [www.outdooractive.com/de/](http://www.outdooractive.com/de/) genannt, wobei Bergfex das beliebteste Wanderportal zu sein scheint. Durch den Probanden F werden gleich weitere Vorteile aufgezählt:

*„Ja, ich benutze oft Bergfex, dort sind alle Touren meistens sehr gut beschrieben. Auf der Seite findet man auch das Wetter und in vielen Regionen auch Webcams. Das ist eine tolle all-in-one Seite.“ (vgl. Anhang - Proband F, Zeile 16-17)*

Als weitere Informationsquelle wird die Suche über die Internetsuchmaschine Google (vgl. Anhang - Probandin A, Zeile 16) aufgezählt sowie regional betriebene Webseiten (vgl. Anhang - Proband H, Zeile 18-19).

### 3.7.3 Nutzen und Glaubwürdigkeit von User-Generated Content in Bezug auf Wandertouren

Die Probandinnen und Probanden wurden zu Ihrer Einstellung zu Kommentaren und Berichten von Privatpersonen, also dem User-Generated Content befragt. In diesem Zusammenhang wurde sie auch zu ihrer Meinung nach Glaubwürdigkeit und Entscheidungsbeeinflussung gefragt.

Hier werden folgende Wörter von den Probandinnen und Probanden zur Beschreibung verwendet: skeptisch, kritisch, subjektive Meinung und mit Vorsicht zu genießen.

*„Ohne den Menschen dahinter zu kennen, bin ich dem eher skeptisch eingestellt. Kann ja jeder sein!“* (vgl. Anhang - Probandin G, Zeile 34)

*„Ich bin sehr skeptisch, vor allem in der heutigen Zeit, wo jede Person- egal ob qualifiziert oder nicht - die eigene subjektive Meinung abgeben kann.“* (vgl. Anhang - Proband F, Zeile 31-32)

Es ist eine gewisse Skepsis bezüglich User-Generated Content zu erkennen, da der Mensch hinter diesen Berichten/Kommentaren, seine Qualifikation und Erfahrungen, nicht bekannt sind. Hier erkennt man die bereits im Grundlagenteil beschriebene Besorgnis, dass manche Nutzer Inhalte zwar nach besten Wissen und Gewissen veröffentlichen, nicht aber die nötige Kompetenz für dieses Thema haben und auf diese Art und Weise mögliche Fehlinformationen verbreiten. Dies ist durchwegs allen Probandinnen und Probanden bewusst. Probandin E hat sogar bereits schlechte Erfahrung mit einer Wandertour, welche durch Privatpersonen beschrieben wurde, gemacht:

*„Bin schon mal auf eine vermeintlich einfache Route gestoßen, die dann unbegehrbar war ohne Ausrüstung und ohne sein Leben zu riskieren. Mussten dann umkehren, sehr ärgerlich.“* (vgl. Anhang - Probandin E, Zeile 33-35)

Die gleiche Probandin meint aber weiter, dass sie durchaus Kommentare liest, weil sie dabei *„[...] öfter mal Geheimtipps, wo nicht jeder 0815-Tourist hinkommt [...]“* (vgl. Anhang - Probandin E, Zeile 43) erfährt. Somit ist User-Generated Content durchaus willkommen, muss aber durch das Lesen vieler Kommentare (vgl. Anhang - Probandin E, Zeile 38) auf Richtigkeit überprüft werden, was durchaus zeitaufwändig ist.



In einer weiteren Frage wurden die Probandinnen und Probanden gefragt, ob sie User-Generated Content persönlicher und authentischer finden als Beschreibungen in gedruckten Tourenbüchern. Hier sind die Meinungen gespalten. Probandin G beschreibt ihre Meinung folgendermaßen:

*„Nein. Wanderführer sind oftmals von jahrelangen Alpinisten geschrieben, die schon öfters als Guides gearbeitet haben. [...] Aber im Internet kann jeder, der sich Wanderschuhe zulegt und einmal im Jahr auf einen Hügel rennt eine Tour beschreiben, das ist wirklich nicht gut.“* (vgl. Anhang - Probandin G, Zeile 40-44)

Hier wird die Person, welche die Inhalte ins Internet stellt als nicht kompetent und objektiv dargestellt, wobei die gleiche Probandin angibt, dass sie durchaus gerne Kommentare liest und diese ihr bei der Einschätzung der Wandertour helfen:

*„Unter den Kommentaren sind meist sowohl Anfänger und Ab- und Angeher sowie auch Alpinisten, die mehr Zeit der Woche irgendwo auf 2000 Meter Höhe verbringen. Ich kann meine Stärken mit denen von verschiedenen Personen vergleichen und dadurch besser Abwägen ob die Tour für mich gemacht ist.“* (vgl. Anhang - Probandin G, Zeile 50-53)

Bei diesen Aussagen merkt man die ambivalente Haltung der Probandin zu dieser Art von Inhalten, denn einerseits ist sie froh über User-Generated Content in Form von Kommentaren, sie liest sie, aber sie zweifelt die Vertrauenswürdigkeit dieser trotzdem an.

Einen anderen Einblick gibt Probandin E und spricht auch einen weiteren wichtigen Punkt an, nämlich den des Erstellers:

*„Privatpersonen schreiben vielleicht eher die Wahrheit, Reiseveranstalter schreiben eher nur die guten Sachen, da sie ja auf Besucher hoffen.“* (vgl. Anhang - Probandin E, Zeile 57-58)

Die gleiche Probandin gibt weiter an, dass sie durch viele positive Kommentare in ihrer Auswahl einer Wandertour bestärkt wird, da sie sich auf die Beschreibung verlassen kann und keine bösen Überraschungen erleben wird. Wenn negative Kommentare vorhanden sind, werden diese genauer angesehen, denn sie können auf Probleme hinweisen.

Auch Proband F schätzt negative Kommentare und begründet es damit, dass diese wertvolle Informationen auf schwere Passagen oder unzureichende Beschilderung geben können. Auf die Frage, welchen Content-Erstellern, ob Reiseveranstaltern, Sportlern oder Privatpersonen, der Proband mehr vertraue, gibt er an:

*„Das ist schwer zu sagen. Heutzutage können alle drei einfach nur gesponsert sein.“*  
(vgl. Anhang - Proband F, Zeile 61)

Damit spricht der Proband an, was im Grundlagenteil bereits angesprochen wurde. Da User-Generated Content von sehr vielen Menschen geschätzt wird, da hier die Berichte beziehungsweise Kommentare authentischer sind, wird er mittlerweile von vielen Unternehmen, vor allem in der Tourismusbranche, geschätzt und genutzt. Dies macht es zunehmend schwieriger für Wanderer „echten“ Content von gesponserten Content zu unterscheiden. Das ist aber den Probandinnen und den Probanden durchaus klar und sie betrachten User-Generated Content nur mit Bedacht und vergleichen gegebenenfalls verschiedene Berichte miteinander, damit sie ihre eigene Meinung bilden können.

### **3.7.4 Mobiltelefon, GPS und andere Applikationen**

Während dem Interview wurden alle Probandinnen und Probanden gefragt, ob sie immer das Mobiltelefon auf Wandertouren mitnehmen und wie sie es einsetzen. Alle Interviewten geben an, ihr Mobiltelefon immer auf Wandertouren mitzunehmen, außer es handelt sich um kurze und bereits bekannte Wanderwege, da bleibt das Mobiltelefon schon mal zu Hause oder im Fahrzeug liegen. Zu den aufgezählten genutzten Funktionen zählen vor allem die Anruhfunktion im Falle eines Notfalls (von keinem Probanden bisher benötigt), Fotofunktion sowie GPS Benutzung zur Feststellung des aktuellen Standortes. Probandin G gibt an, vor einer Wanderung immer Offlinekarten auf ihr Mobiltelefon zu laden:

*„Ich benutze Offlinekarten mittels GPS Signal, [...] Ohne die richtigen Karten vorher runterzuladen, gehe ich nie los. Das gibt mir Sicherheit.“* (vgl. Anhang - Probandin G, Zeile 70, 75-76)

Als Grund gibt sie an, dass es in den Bergen nicht überall guten Netzempfang gibt und sie beim Wandern ihr Mobiltelefon auf Flugzeugmodus stellt, da so weniger Akku

verbraucht wird. Des Weiteren gibt die Probandin an, dass ihr die Möglichkeit, bei spärlichen Wegbeschreibungen oder wenn Schilder mit Schnee bedeckt sind, sie mittels Karte und GPS ihren Standort ermitteln kann und nach Alternativwegen schauen kann. Diese Möglichkeit gibt der Probandin eine gewisse Sicherheit.

### 3.7.5 Bessere Entscheidungen durch Online-Inhalte und Applikationen?

Um die Forschungsfrage beantworten zu können, wurden die Probandinnen und Probanden gefragt, ob sie das Gefühl haben, dass der Konsum von Online-Medien, Inhalten und Applikationen ihnen bei der Risikobewertung der Wandertour hilft und ob sie dadurch das Gefühl haben, besser informiert zu sein, also ohne Zuhilfenahme dieser Medien.

Hier lassen sich zwei Arten von Menschen erkennen, die die Herausforderungen bevorzugen und risikobereit sind und die, die keine Herausforderungen suchen und Wandern eher als sportliche Betätigung sehen und nicht risikobereit sind. Proband H gibt an, im konditionellen Bereich, also Höhenmeter und Länge, Herausforderungen zu suchen. Ob ihm der Konsum der oben genannten Medien bei der Risikobewertung der Wandertour hilft, wir vom Probanden bejaht:

*„Ja, auf jeden Fall, früher hatte man zu einer betreffenden Gegend ein oder zwei Wanderbücher. Heutzutage bietet das Internet viel mehr Möglichkeiten und mit GPS noch dazu hat man immer eine genaue Positionsbestimmung beim Wandern.“*  
(vgl. Anhang - Proband H, Zeile 106-108)

Ob der Proband dadurch bessere Entscheidungen fällt:

*„Ja, aufgrund von Informationen und Beschreibungen haben wir schon geplante Touren auch wieder verworfen, da sie als zu schwierig erkannt wurden. Es ist einfach viel mehr Information da und die Informationen sind auch sehr frisch, vor allem bei den Kommentaren.“* (vgl. Anhang - Proband H, Zeile 112-114)

Proband H fühlt sich nach dem Konsum dieser Medien besser informiert und er kann dadurch bessere Entscheidungen treffen. Dafür nennt er die Fülle der unterschiedlichen Inhalte sowie auch die Kommentare von anderen Wanderern, welche auf mögliche

aktuelle Probleme oder Gefahren hindeuten. Ob ihn die vielen Informationen dazu verleiten, risikoreichere Touren zu wählen:

*„Nein, eher gegenteilig, da man durch die Fülle der Informationen Schwierigkeiten recht gut abschätzen kann, [...]“* (vgl. Anhang - Proband H, Zeile 124)

Durch Fülle an Informationen gibt Probanden H an, die Touren besser einschätzen zu können und deshalb bessere Entscheidungen zu treffen und er wird nicht dazu verleitet, schwierigere Wandertouren zu wählen. Als Kontrast dazu ist Probandin E. Sie gibt an, Herausforderungen zu suchen und liebt vor allem schroffe Felsen und steile Abgründe. Ob der Probandin der Konsum von Online-Medien, Inhalten und Applikationen bei der Risikobewertung von Wanderungen helfen:

*„Ja, auf jeden Fall. Nach dem Lesen der Routenbeschreibung und den Kommentaren, fühle ich mich um einiges sicherer.“* (vgl. Anhang - Probandin E, Zeile 112-113)

Auch die Fragen, ob sie sich besser informiert fühlt und dadurch bessere Entscheidungen trifft, wird bejaht, da die Probandin dadurch besser entscheiden kann, ob ihre Ausdauer und Kraft für diese Wandertour ausreichen. Die Frage, ob die Probandin das Gefühl hat, dass dadurch dazu verleitet wird, risikoreichere Wandertouren zu wählen, antwortet sie folgendermaßen:

*„Eher schon ja. Ich denke mir dann, das könnte ich schon wagen.“* (vgl. Anhang - Probandin E, Zeile 131)

Probandin E sucht Herausforderungen beim Wandern und ist deshalb auch bereit mehr Risiko einzugehen.

Die weiteren Probanden erzählten, dass sie aufgrund besserer Informationen auf besser die Risikobewertung von Wandertouren einzuschätzen können. Sie beschreiben sich jedoch nicht als risikofreudig, weshalb sie nicht dazu verleitet werden, schwierigere beziehungsweise risikoreichere Wandertouren nach dem Konsum von Online-Medien sowie Applikationen zu wählen.

## **4 Zusammenfassung und Ausblick**

### **4.1 Limitierung der Arbeit**

## **A Ein Anhang**

## 01 Probandin A

### **Sie wandern sehr gerne. Wie kam es dazu und war Wandern schon immer ein fester Bestandteil Ihres Lebens?**

Ja, ich wandere gerne. Leider scheitert es oft an der Organisation von Wochenend-Wandertouren. Wäre gerne öfter unterwegs. Als Kind waren wir im Sommer öfter wandern, wobei das eher „mit der Gondel rauffahren und eine Runde spazieren gehen, bis wir eine Hütte mit Kaiserschmarrn finden“ war. Da mochte ich es nicht immer so sehr. Aber bin froh, dass wir es gemacht haben.

### **Wie oft pro Jahr gehen Sie wandern?**

Wenn die Wiener Stadtwanderwege auch gelten, dann etwa einmal alle ein bis zwei Monate.

---

## **Wanderportale/User Generated Content**

### **Nutzen Sie Wanderportale? Das sind Seiten auf denen Tourenbeschreibungen gelesen werden können sowie Personen Wandertouren bewerten und oft auch kommentieren können. Wenn ja, welche?**

Nur zur Recherche, welche Tour wir gehen könnten. Ich google meist einfach „Wandertour rund um Wien“. Meine Geschwister befassen sich damit meist genauer. Ich sehe sie oft Bergfex benutzen.

### **Die Möglichkeit, dass jeder einen Eintrag kommentieren kann, ist ein wesentliches Merkmal von Portalen.**

#### **- Kommentieren Sie selbst?**

Nein.

#### **- Lesen Sie die Kommentare anderer?**

Nicht oft.

### **Haben Sie schon einmal Ihre eigene Wandertour beschrieben und online gepostet? Wenn ja, wo?**

Nein.

### **Wie stehen Sie zu User Generated Content (von Privatpersonen erstellte Inhalte und Kommentare)?**

Auf Bewertungen und Feedback von Wohnungen, AirBnB, Restaurants greife ich gern zurück, wenn ich im Urlaub bin. Bei Wanderungen habe ich mich diesbezüglich noch nie informiert, weil ich mich gerne auf Mitwandernde verlasse.

### **Vertrauen Sie dem Inhalt von User Generated Content?**

Meistens ja, obwohl man sich in Foren durchaus bewusst sein muss, dass es auch Content sein kann, der nur so tut, als wäre er usergenerated. Bei Wanderrouten würde ich mir da aber nicht so viele Sorgen machen.

### **Finden Sie den Inhalt von User Generated Content persönlicher und authentischer als Tourenbeschreibungen in gedruckten Wanderführern?**

Nicht unbedingt, weil ich bei „echten Tourenbeschreibungen“ eher davon ausgehe, dass es erfahrene Wanderer sind. Also wenn es um die Gegebenheiten oder Gefahren auf Touren geht, oder wie sehr man mit dem Wetter aufpassen muss, ist mir wichtiger, dass ich mich auf die Richtigkeit der Informationen verlassen kann, als ob es jetzt eine nette und persönliche Erfahrung ist.

### **Ist eine Tour, mit vielen positiven Kommentaren ansprechender als eine ohne oder mit sehr wenigen Kommentaren?**

Das kommt ganz auf die Kommentare an und ob sie für mich relevant sind.

### **Welche Kommentare beeinflussen Sie mehr, die Positiven oder die Negativen?**

Das kommt wirklich auch ganz darauf an, was es ist. Es kann ja sein, dass jemand schreibt, ihm war die Tour zu anstrengend. Aber er war mit Kindern unterwegs. Und das wäre ja für mich vielleicht eine positive Sache, weil ich eine herausfordernde Route möchte und sportlich gut dabei bin. Wie gesagt, es kommt immer drauf an.

### **Welchen Erstellern von Inhalten vertrauen Sie mehr und warum? Denn Reiseveranstaltern, Sportlern oder doch Privatpersonen?**

Heute ist es glaube ich egal, da auch Privatpersonen oft gesponsert werden. Es können alle drei bezahlt werden für das Video.

---

## Smartphones/Wearables

**Haben Sie bei Wanderung immer ihr Smartphone bei sich?**

Ja, immer.

**Wenn Sie Ihr Smartphone bei Wanderungen benutzen, wie benutzen Sie es bzw. welche Funktionen benutzen Sie?**

So, wie ich es im Alltag benutze. Im Vorhinein zur Recherche, Maps, Routen und Wetterbericht anschauen.

**Benutzen Sie regelmäßig GPS auf Wanderungen?**

Nein.

**Laden Sie vor Ihren Wanderungen Offline-Karten hinunter?**

Nein, hab aber ehrlicherweise noch nie dran gedacht. Könnte ich das nächste Mal machen, wenn es eine größere Wanderung ist.

**Fühlen Sie sich durch die Benutzung von GPS sicherer?**

Nutze nur die GPS Funktion vom Handy, die funktioniert ja im Gelände nicht immer. Ich kann mir schon vorstellen, dass man sich mit einem richtigen GPS-Gerät sicherer fühlt, gerade, wenn man nicht nur auf klassischen, gut markierten Wanderwegen unterwegs ist.

**Nutzen Sie Wearables, zum Beispiel Smartwatches mit GPS-Funktion?**

Nur das Handy, sonst nichts.

---

## Applikationen

**Welche Applikationen nutzen Sie für die Risikobewertung ihrer Tour?**

Ich benutze nur die Wetterapp Morecast für die Wettervorhersage und das aktuelle Wetter.

**Legen Sie die Wanderroute zuvor online oder in der Applikation fest?**

Nein, ich überlasse das meinen Freunden oder Geschwistern. Bisher war immer jemand dabei, der das freiwillig übernommen hat.

---

## Blogs

**Holen Sie sich Inspiration für die nächste Wanderung oder den nächsten Wanderurlaub aus Blogs?**

Nicht bewusst, aber kann sein, dass ich hin und wieder durch Blogs zu Urlaub oder Wanderungen inspiriert werde.

---

## Entscheidung

**Suchen Sie Herausforderungen beim Wandern?**

Schon eher. Meistens handelt es sich um Länge oder Steigung.

**Was sind die Kriterien, nach denen Sie entscheiden, ob eine Tour für Sie gut bewältigbar ist? Was schauen Sie sich genau an?**

Länge, Steigung, Begebenheiten, wenn ich mir unsicher bin, eventuell schon auch Bewertungen und Kommentare oder Geschichten von anderen-

**Haben Sie das Gefühl, dass der Konsum von online Medien, Inhalte und Applikationen Ihnen bei der Risikobewertung einer Wandertour hilft?**

Nicht so sehr, wie ein erfahrener Bergführer helfen würde, aber ja denke schon.

**Haben Sie das Gefühl, durch die Verwendung dieser online Medien, Inhalte und Applikationen bessere Entscheidungen zu treffen?**

Bessere, als ohne Recherche sicher.



116 **Fühlen Sie sich durch das Heranziehen dieser online Medien, Inhalte und Applikationen besser informiert?**  
117 Klar bin ich besser informiert, wenn ich mich ein bisschen informiert habe. Aber wie gesagt, dass überlasse ich  
118 eher meinen Freunden.

119  
120 **Gibt Ihnen der Konsum dieser Medien, Inhalte und Applikationen ein gewisses Sicherheitsgefühl?**  
121 Schon ein bisschen, einfach, weil man sich damit auseinandersetzt.  
122

123 **Haben Sie das Gefühl, dass Sie die Fülle an Inhalten dazu verleitet, eher risikoreichere Wandertouren zu wählen?**

124  
125 Nein, glaube ich nicht. Wüsste nicht wieso?  
126

---

### Nicht korrekte Risikobewertung

127  
128  
129 **Haben Sie schon einmal das Risiko einer Wandertour falsch eingeschätzt? Wie kam es dazu?**

130 Nein. Aber war mal in der Nähe, als eine Frau im Gebirge abgestürzt ist, weil sie das falsche Schuhwerk anhatte  
131 und das Wetter sich rasch verändert hat und das Gelände beim Gewitter rutschig wurde.  
132

133 **Haben Ihnen zu dem Zeitpunkt Online-Inhalte oder Apps weitergeholfen?**

134 -  
135

136 **Haben Sie jemals Unterstützung von der Bergrettung benötigt?**

137 Ich nicht, die Frau, die ich vorher erwähnt habe, hat laut meiner Info, die Bergrettung leider auch nicht mehr  
138 helfen können geholfen.  
139

---

### Statistische Fragen

140  
141  
142 **Sind sie weiblich oder männlich?** ☒ weiblich ☐ männlich  
143

144 **Wie alt sind Sie?**

145 32  
146

147 **Nutzen Sie gerne elektronische Geräte?**

148 Ja, schon.  
149

150 **Fällt es Ihnen leicht, sich mit einer neuen Applikation/Software (ohne Bedienungsanleitung) zurechtzufinden?**

151 Das kommt ganz auf die App, Software an. Ich bin Apple-Nutzer, da sind sämtliche Geräte, Apps meist sehr  
152 einfach und intuitiv zu bedienen. Wenn mir etwa zu kompliziert erscheint, lass ich es gerne mal bleiben.  
153

154 **Probieren Sie gerne neue Geräte und Applikationen aus?**

155 Klar.  
156

157 **Wie viele Stunden verbringen Sie geschätzt pro Tag im Internet?**

158 Ich sitze den ganzen Tag vor dem Rechner, Internet läuft nebenbei und wird regelmäßig für Arbeit oder  
159 Recherche genutzt, abends für Information oder Social Media. Schätze aktiv wahrscheinlich etwa 5 bis 7 Stunden.

## 02 Probandin C

### **Sie wandern sehr gerne. Wie kam es dazu und war Wandern schon immer ein fester Bestandteil Ihres Lebens?**

Ja, schon als Kind haben wir jedes Wochenende in Knickerbockern und rotkarierten Hemden die Berge unsicher gemacht. Damals habe ich es aber nicht so gerne gehabt. Aufgewachsen bin ich in Kärnten, da gibt es genug Wald und Wiesen und unglaublich viele schöne Wanderwege. Meinem Kind versuchte ich dann, die Berge ebenfalls schmackhaft zu machen, denn zu diesem Zeitpunkt war ich schon restlos fasziniert vom Wandern. In Wien ist es schon um einiges schwieriger, da man immer irgendwohin fahren muss aber trotzdem nehme ich mir oft am Wochenende ein oder gleich beide Tage Zeit und gehe wandern. In der Natur sein, entspannt mich und lässt mich meinen sehr stressigen Job in der Bank vergessen und was gibt es schöneres, als am Gipfel zu stehen und ins Tal zu blicken?

### **Wie oft pro Jahr gehen Sie wandern?**

Phuuuu, schwer zu sagen, aber so 20 mal wird schon hinkommen.

---

## Wanderportale/User Generated Content

### **Nutzen Sie Wanderportale? Das sind Seiten auf denen Tourenbeschreibungen gelesen werden können sowie Personen Wandertouren bewerten und oft auch kommentieren können. Wenn ja, welche?**

Nein, nicht wirklich, da bin ich altmodisch. Ich habe schon einmal etwas im Internet nachgeschaut oder gesucht aber normal mache ich das nicht.

### **Die Möglichkeit, dass jeder einen Eintrag kommentieren kann, ist ein wesentliches Merkmal von Portalen.**

#### **- Kommentieren Sie selbst?**

Nein.

#### **- Lesen Sie die Kommentare anderer?**

Naja, ich habe die Kommentare damals nur überflogen, aber interessiert haben sie mich nicht.

### **Haben Sie schon einmal Ihre eigene Wandertour beschrieben und online gepostet? Wenn ja, wo?**

Nein, noch nie, ich werde es auch nie tun. In meiner Freizeit sitze ich nur sehr ungern vor meinem Computer.

### **Wie stehen Sie zu User Generated Content (von Privatpersonen erstellte Inhalte und Kommentare)?**

Wenn ich sie mal lese, dann genieße ich sie mit Vorsicht.

### **Vertrauen Sie dem Inhalt von User Generated Content?**

Naja, ich habe mich damit noch nie wirklich auseinandergesetzt, somit kann ich die Frage nicht beantworten.

### **Finden Sie den Inhalt von User Generated Content persönlicher und authentischer als Tourenbeschreibungen in gedruckten Wanderführern?**

Nein, das finde ich nicht. Die Personen, die Wanderführer schreiben, wissen was sie tun, das ist ja schließlich ihr Job. Die haben sicher Richtlinien an die sich halten müssen. Wenn ein Wanderer etwas selbst beschreibt, dann ist das ja sehr subjektiv. Deshalb vertraue ich dem Wanderführer mehr.

### **Ist eine Tour, mit vielen positiven Kommentaren ansprechender als eine ohne oder mit sehr wenigen Kommentaren?**

Das ist mir egal. Ich lege keinen Wert darauf.

### **Welche Kommentare beeinflussen Sie mehr, die Positiven oder die Negativen?**

Gar keine, ich hole mir meine Infos aus persönlichen Eindrücken.

### **Welchen Erstellern von Inhalten vertrauen Sie mehr und warum? Reiseveranstaltern, Sportlern oder Einzelpersonen?**

Den Reiseführern!

---

## Smartphones/Wearables

**Haben Sie bei Wanderung immer ihr Smartphone bei sich?**

Nicht immer, aber meistens

**Wenn Sie Ihr Smartphone bei Wanderungen benutzen, wie benutzen Sie es bzw. welche Funktionen benutzen Sie?**

Mein Handy benutze ich grundsätzlich nur zum Telefonieren, Nachrichten schreiben und auf alle Fälle zum Fotografieren. Ab und zu schaue ich aber schon auf Google Maps wegen der Orientierung, aber die meisten Wege sind heutzutage super beschildert. Da braucht man das Handy nicht wirklich.

**Benutze Sie regelmäßig GPS auf Wanderungen?**

Ganz selten bis nie.

**Laden Sie vor Ihren Wanderungen Offline-Karten hinunter?**

Nein, habe ich noch nie gemacht.

**Fühlen Sie sich durch die Benutzung von GPS sicherer?**

Ja, im Anlassfall schon. Es ist einfach gut zu wissen, dass ich jederzeit nutzen kann.

**Nutzen Sie Wearables, zum Beispiel Smartwatches mit GPS-Funktion?**

Nein, wozu?

---

## Applikationen

**Welche Applikationen nutzen Sie für die Risikobewertung ihrer Tour?**

Nein, naja nur Google Maps aber auch nur selten.

**Legen Sie die Wanderroute zuvor online oder in der Applikation fest?**

Nein, wenn dann schaue ich mir die Route auf einer Wanderkarte an.

---

## Blogs

**Holen Sie sich Inspiration für die nächste Wanderung oder den nächsten Wanderurlaub aus Blogs?**

Nein, auf die Idee bin ich nicht gekommen.

---

## Entscheidung

**Suchen Sie Herausforderungen beim Wandern?**

Ein wenig schon, das Verweilen in der Natur, die gute Luft, die Bewegung und das Gefühl, am Gipfel zu stehen ist für mich einzigartig. Ich bin aber nicht waghalsig, als Herausforderung sehe ich zum Beispiel eine längere Wanderung, die über fünf oder sechs Stunden geht. Ich bin nicht jemand, der auf den allerhöchsten Gipfel hinauf muss.

**Was sind die Kriterien, nach denen Sie entscheiden, ob eine Tour für Sie gut bewältigbar ist? Was schauen Sie sich genau an?**

Da ich Höhenangst habe, dürfen die Touren nicht ausgesetzt sein. Ich lese dann in meinen Wanderführern die Beschreibung und frage auch in meinem Freundeskreis, ob jemand die Tour schon gegangen ist. Ich habe sehr viele wanderbegeisterte Freunde, meistens findet sich jemand, der in der Region bereits war und sie erzählen mir davon.

Steigungen und größere Höhenunterschiede machen die Tour aber erst interessant.

**Haben Sie das Gefühl, dass der Konsum von online Medien, Inhalte und Applikationen Ihnen bei der Risikobewertung einer Wandertour hilft?**

Die wenigen Male, wo ich nach Touren gesucht habe, würde ich mit ja beantworten.

**Haben Sie das Gefühl, durch die Verwendung dieser online Medien, Inhalte und Applikationen bessere Entscheidungen zu treffen?**

Ja schon.

115  
116 **Fühlen Sie sich durch das Heranziehen dieser online Medien, Inhalte und Applikationen besser informiert?**  
117 Im Anlassfall ja.  
118  
119 **Gibt Ihnen der Konsum dieser Medien, Inhalte und Applikationen ein gewisses Sicherheitsgefühl?**  
120 Bedingt, aber ich habe mich mit dieser Frage noch nie auseinandergesetzt.  
121  
122 **Haben Sie das Gefühl, dass sie die Fülle an Inhalten dazu verleitet, eher risikoreichere Wandertouren zu**  
123 **wählen?**  
124 Nein, ganz bestimmt nicht, darauf achte ich penible. Es gab schon Wandertouren, da mussten wir umkehren, da  
125 es für mich zu gefährlich beziehungsweise zu ausgesetzt wurde.  
126  

---

  
127 **Nicht korrekte Risikobewertung**  
128  
129 **Haben Sie schon einmal das Risiko einer Wandertour falsch eingeschätzt? Wie kam es dazu?**  
130 Ja, einmal im Urlaub in Frankreich, wir sind einfach drauflos gegangen und haben zuvor keine Informationen  
131 eingeholt. Der Weg war dann schon sehr steil und anstrengend aber wir haben es geschafft.  
132  
133 **Haben Ihnen zu dem Zeitpunkt Online-Inhalte oder Apps weitergeholfen?**  
134 Nein  
135  
136 **Haben Sie jemals Unterstützung von der Bergrettung benötigt?**  
137 Nein, Gott sei Dank noch nicht.  
138  

---

  
139 **Statistische Fragen**  
140  
141 **Sind sie weiblich oder männlich?** ☒ weiblich ☐ männlich  
142  
143 **Wie alt sind Sie?** 54  
144  
145 **Nutzen Sie gerne elektronische Geräte?**  
146 Eingeschränkt, wenn ich mir einen Vorteil bringen dann ja. Ich interessiere mich nicht für Technik.  
147  
148 **Fällt es Ihnen leicht, sich mit einer neuen Applikation/Software (ohne Bedienungsanleitung) zurechtzufinden?**  
149 Nein, gar nicht. Ich bin damit nicht aufgewachsen.  
150  
151 **Probieren Sie gerne neue Geräte und Applikationen aus?**  
152 Nicht wirklich.  
153  
154 **Wie viele Stunden verbringen Sie geschätzt pro Tag im Internet?**  
155 Am Arbeitsplatz mehr, da ich das Internet beruflich verwende. In der Freizeit maximal eine Stunde am Tag.

1 **03 Probandin D**

2  
3 **Sie wandern sehr gerne. Wie kam es dazu und war Wandern schon immer ein fester Bestandteil Ihres Lebens?**  
4 Eine Freundin wollte gerne gemeinsam mit mir öfters Wandern gehen. Nachdem ich dann endlich Schuhe  
5 gefunden habe, in denen ich keine Blasen bekomme, wurde das Berggehen zum festen Bestandteil meines  
6 Sportprogramms.  
7

8 **Wie oft pro Jahr gehen Sie wandern?**

9 Mindestens 1x pro Woche.  
10

---

11 **Wanderportale/User Generated Content**

12  
13 **Nutzen Sie Wanderportale? Das sind Seiten auf denen Tourenbeschreibungen gelesen werden können sowie**  
14 **Personen Wandertouren bewerten und oft auch kommentieren können. Wenn ja, welche?**

15 Nein. Ich gehe hauptsächlich mir bekannte Routen. Bei neuen Routen gehe ich mit jemandem, der sich auskennt.  
16

17 **Die Möglichkeit, dass jeder einen Eintrag kommentieren kann, ist ein wesentliches Merkmal von Portalen.**

18 - **Kommentieren Sie selbst?**

19 Nein, ich benutze keine Wanderportale.  
20

21 - **Lesen Sie die Kommentare anderer?**

22 Nein.  
23

24 **Haben Sie schon einmal Ihre eigene Wandertour beschrieben und online gepostet? Wenn ja, wo?**

25 Nein, bin eine altmodische Frau!  
26

27 **Wie stehen Sie zu User Generated Content (von Privatpersonen erstellte Inhalte und Kommentare)?**

28 Ich benutze zwar keine Wanderportale. Ich würde allerdings keine von Privatpersonen beschriebenen Routen  
29 gehen, dem vertraue ich nicht, bin da ein Feigling.  
30

31 **Vertrauen Sie dem Inhalt von User Generated Content?**

32 Nein und ich lese es auch nicht.  
33

34 **Finden Sie den Inhalt von User Generated Content persönlicher und authentischer als Tourenbeschreibungen**  
35 **in gedruckten Wanderführern?**

36 Nein, ich verwende grundsätzlich nur Wanderführer bei Bedarf. Ich bin nicht häufig im Internet.  
37

38 **Ist eine Tour, mit vielen positiven Kommentaren ansprechender als eine ohne oder mit sehr wenigen**  
39 **Kommentaren?**

40 Auf jeden Fall ist das von Vorteil. Die Route wurde also schon mehrfach positiv getestet. Ich kann mich also auf  
41 die Beschreibung verlassen, wenn viele Kommentare vorhanden sind.  
42

43 **Welche Kommentare beeinflussen Sie mehr, die Positiven oder die Negativen?**

44 Positive. Wenn ich mir die Route bereits vorgenommen habe, wird mein Vorhaben durch die positiven  
45 Kommentare bestärkt.  
46

47 **Welchen Erstellern von Inhalten vertrauen Sie mehr und warum? Reiseveranstaltern, Sportlern oder**  
48 **Privatpersonen?**

49 Darüber habe ich noch nicht nachgedacht aber vermutlich Reiseveranstaltern.  
50

---

51 **Smartphones/Wearables**

52  
53 **Haben Sie bei Wanderung immer ihr Smartphone bei sich?**

54 Ja, für den Notfall.  
55

56 **Wenn Sie Ihr Smartphone bei Wanderungen benutzen, wie benutzen Sie es bzw. welche Funktionen benutzen**  
57 **Sie?**

Ausschließlich zum Telefonieren und wegen der Uhrzeit.

**Benutze Sie regelmäßig GPS auf Wanderungen?**

Nein, nie. Ich gehe nur mir bekannte Routen oder neue mit Freunden, die sich dort auskennen. Sie können mir dann genau sagen, ob die Route für mich geeignet ist oder nicht.

**Laden Sie vor Ihren Wanderungen Offline-Karten hinunter?**

Nein, wie gesagt, ich benutze mein Handy nur zum Telefonieren!

**Fühlen Sie sich durch die Benutzung von GPS sicherer?**

Nein, verwende ich nicht.

**Nutzen Sie Wearables, zum Beispiel Smartwatches mit GPS-Funktion?**

Nein, bin da sehr altmodisch.

---

## Applikationen

**Welche Applikationen nutzen Sie für die Risikobewertung ihrer Tour?**

Meine eigene Erfahrung auf der Tour. Bei fremden Routen die Erfahrung einer Freundin und ansonsten einen Wanderführer in Buchform.

**Legen Sie die Wanderroute zuvor online oder in der Applikation fest?**

Nein. Ich verwende nur Wanderkarten.

---

## Blogs

**Holen Sie sich Inspiration für die nächste Wanderung oder den nächsten Wanderurlaub aus Blogs?**

Was ist ein Blog? ..... Nein. Inspiration hole ich mir nur vom Wanderführer und durch die Nachfragen bei Bekannten.

---

## Entscheidung

**Suchen Sie Herausforderungen beim Wandern?**

Nein. Für mich ist Wandern nur für sportliche Betätigung. Anstrengung ohne Nervenkitzel!

**Was sind die Kriterien, nach denen Sie entscheiden, ob eine Tour für Sie gut bewältigbar ist? Was schauen Sie sich genau an?**

Wenn Schwindelfreiheit und Trittsicherheit gefordert werden, dann ist die Route nichts für mich. Und auch die angegebene Gehzeit, ich gehe ungern längere Routen als 6 Stunden reiner Gehzeit.

**Haben Sie das Gefühl, dass der Konsum von online Medien, Inhalte und Applikationen Ihnen bei der Risikobewertung einer Wandertour hilft?**

Nein, verwende ich nicht.

**Haben Sie das Gefühl, durch die Verwendung dieser online Medien, Inhalte und Applikationen bessere Entscheidungen zu treffen?**

Verwende ich nicht.

**Fühlen Sie sich durch das Heranziehen dieser online Medien, Inhalte und Applikationen besser informiert?**

-

**Gibt Ihnen der Konsum dieser Medien, Inhalte und Applikationen ein gewisses Sicherheitsgefühl?**

-

**Haben Sie das Gefühl, dass sie die Fülle an Inhalten dazu verleitet, eher risikoreichere Wandertouren zu wählen?**

Nein, auf keinen Fall. Ich bin nicht risikofreudig.

115 **Nicht korrekte Risikobewertung**  
116  
117 **Haben Sie schon einmal das Risiko einer Wandertour falsch eingeschätzt? Wie kam es dazu?**  
118 Nein. Bis jetzt haben die Empfehlungen von Freunden und die Beschreibung im Wanderführer immer gepasst.  
119

120 **Haben Ihnen zu dem Zeitpunkt Online-Inhalte oder Apps weitergeholfen?**  
121 -  
122

123 **Haben Sie jemals Unterstützung von der Bergrettung benötigt?**  
124 Nein, gottseidank nicht.  
125

---

## 126 **Statistische Fragen**

127  
128 **Sind sie weiblich oder männlich?** ☒ weiblich ☐ männlich  
129

130 **Wie alt sind Sie?**  
131 51  
132

133 **Nutzen Sie gerne elektronische Geräte?**  
134 Den Fernseher und das iPad für den Wetterbericht und zum Rezepte suchen. Sonst nicht.  
135

136 **Fällt es Ihnen leicht, sich mit einer neuen Applikation/Software (ohne Bedienungsanleitung) zurechtzufinden?**  
137 Nein.  
138

139 **Probieren Sie gerne neue Geräte und Applikationen aus?**  
140 Nein, ich verwende lieber nur mir bekannte Sachen.  
141

142 **Wie viele Stunden verbringen Sie geschätzt pro Tag im Internet?**  
143 Halbe Stunde maximal!

## 1 04 Probandin E

### 2 Sie wandern sehr gerne. Wie kam es dazu und war Wandern schon immer ein fester Bestandteil Ihres Lebens?

3 Schon als Kind bin ich immer mit meinen Eltern und einer Freundin mit deren Eltern wandern gegangen, mal  
4 mehr mal weniger freiwillig, aber wenn man in Kufstein wohnt, ist das halt die Freizeitbeschäftigung! So wurde  
5 ich daran gewöhnt und seit zwei bis drei Jahren bin ich extrem fanatisch, was Aktivitäten in den Bergen angeht,  
6 da ich die Klettersteige für mich entdeckt habe und mich vor allem über spektakuläre Aussichten und Felsen  
7 freue.

### 9 Wie oft pro Jahr gehen Sie wandern?

10 Sehr oft. Im Sommer natürlich öfter, da bin ich meistens jede Woche unterwegs. Im Winter weniger, vielleicht  
11 einmal im Monat. Da gehe ich eher Schifahren.

---

## 13 Wanderportale/User Generated Content

### 15 Nutzen Sie Wanderportale? Das sind Seiten auf denen Tourenbeschreibungen gelesen werden können sowie 16 Personen Wandertouren bewerten und oft auch kommentieren können. Wenn ja, welche?

17 Ja sehr häufig. Rund um Kufstein kenne ich schon sehr viele Wanderwege und Klettersteige. Ich studiere aber in  
18 Oberösterreich, wenn ich hier Wandern gehen will, dann suche ich neue Touren gerne auf Alpenverein-Aktiv und  
19 Bergfex. Dort ist die Auswahl wirklich groß und sie sind auch gut beschrieben.

### 21 Die Möglichkeit, dass jeder einen Eintrag kommentieren kann, ist ein wesentliches Merkmal von Portalen.

#### 22 - Kommentieren Sie selbst?

23 Nein, ich lese mir nur die Kommentare durch.

#### 25 - Lesen Sie die Kommentare anderer?

26 Ja, um die Route besser einschätzen zu können und nicht nur auf die Beschreibung einer einzigen Person  
27 vertrauen muss.

### 29 Haben Sie schon einmal Ihre eigene Wandertour beschrieben und online gepostet? Wenn ja, wo?

30 Nein, noch nie. Hab mir noch nie Gedanken darüber gemacht und hab auch nicht das Bedürfnis dazu.

### 32 Wie stehen Sie zu User Generated Content (von Privatpersonen erstellte Inhalte und Kommentare)?

33 Eher kritisch. Bin dann froh um Kommentare anderer. Bin auch schon mal auf eine vermeintlich einfache Route  
34 gestoßen, die dann unbegehrbar war ohne Ausrüstung und ohne sein Leben zu riskieren. Mussten dann umkehren,  
35 sehr ärgerlich.

### 37 Vertrauen Sie dem Inhalt von User Generated Content?

38 Nur wenn ausreichen Kommentare anderer Nutzer vorhanden sind, die die Beschreibung bestätigen.

### 40 Finden Sie den Inhalt von User Generated Content persönlicher und authentischer als Tourenbeschreibungen 41 in gedruckten Wanderführern?

42 Auf jeden Fall, allerdings ist das ist für mich nicht wichtig. Allerdings findet man bei User Generated Content wie  
43 zum Beispiel bei den Kommentaren, öfter mal Geheimtipps, wo nicht jeder 0815-Tourist hinkommt, was mir  
44 persönlich sehr gefällt.

### 46 Ist eine Tour, mit vielen positiven Kommentaren ansprechender als eine ohne oder mit sehr wenigen 47 Kommentaren?

48 Auf jeden Fall, dann kann ich mich auf die Beschreibung verlassen und erlebe keine bösen Überraschungen.

### 50 Welche Kommentare beeinflussen Sie mehr, die Positiven oder die Negativen?

51 Die negativen. Positive bestätigen nur die Beschreibung und werden nicht unbedingt gelesen. Sobald aber  
52 negative dabei sind, sehe ich mir diese schon genauer an. Hier listen die Leute dann vor allem Probleme auf, das  
53 ist dann vor einer Tour schon gut zu wissen.

### 55 Welchen Erstellern von Inhalten vertrauen Sie mehr und warum? Reiseveranstaltern, Sportlern oder 56 Privatpersonen?



Das ist unterschiedlich, das kommt immer auf den Zusammenhang drauf an. Privatpersonen schreiben vielleicht eher die Wahrheit, Reiseveranstalter schreiben eher nur die guten Sachen, da sie ja auf Besucher hoffen. Sportler können auch bezahlt werden, um Werbevideos zu machen und sagen es im Video aber nicht, damit es so aussieht, als hätten sie es von sich aus gemacht.

---

## Smartphones/Wearables

### Haben Sie bei Wanderung immer ihr Smartphone bei sich?

Ja, so gut wie immer. Sollte sich jemand verletzen oder man sich doch mal verläuft.

### Wenn Sie Ihr Smartphone bei Wanderungen benutzen, wie benutzen Sie es bzw. welche Funktionen benutzen Sie?

Telefonfunktion, GPS, Alpenverein-Aktiv App zur Wegbeschreibung.

### Benutze Sie regelmäßig GPS auf Wanderungen?

Nein, zuhause nicht. Nur wenn ich neue Touren ausprobieren und dann auch nur wenn ich mir nicht mehr sicher ist, ob das der richtige Weg ist. Die ganze Zeit an habe ich es nicht.

### Laden Sie vor Ihren Wanderungen Offline-Karten hinunter?

Nein, eigentlich nie. Ganz gelegentlich auf meine GPS-Uhr, aber nur als Spaß, weil ich die Möglichkeit habe.

### Fühlen Sie sich durch die Benutzung von GPS sicherer?

Auf neuen Routen ja, man verläuft sich nicht.

### Nutzen Sie Wearables, zum Beispiel Smartwatches mit GPS-Funktion?

Ja ich habe eine Uhr mit GPS, aber ich verwende sie hauptsächlich zum Routentracking und nicht zum Navigieren.

---

## Applikationen

### Welche Applikationen nutzen Sie für die Risikobewertung ihrer Tour?

Routenbeschreibungen im Internet, Kommentare anderer.

### Legen Sie die Wanderroute zuvor online oder in der Applikation fest?

Ich suche mir online oder in der App eine Route aus, lade sie aber nicht herunter sondern lese nur die Wegbeschreibung und sehe mir die Bilder an.

---

## Blogs

### Holen Sie sich Inspiration für die nächste Wanderung oder den nächsten Wanderurlaub aus Blogs?

Nein, eigentlich nie. Wie gesagt verwende ich dafür Bergfex und Alpenverein-Aktiv.

---

## Entscheidung

### Suchen Sie Herausforderungen beim Wandern?

Auf jeden Fall. Ich liebe schroffe Felsen und steile Abgründe. Am besten sind lange Touren, nach denen man richtig ausgepowert ist.

### Was sind die Kriterien, nach denen Sie entscheiden, ob eine Tour für Sie gut bewältigbar ist? Was schauen Sie sich genau an?

Die Gehzeit, Höhenmeter und bei Klettersteigen zusätzlich die Schwierigkeitsbewertung. Ich habe auch schon mal Videos auf YouTube gesucht, um die Schwierigkeit von einem Klettersteig einzuschätzen. Das war dann schon sehr hilfreich.

### Haben Sie das Gefühl, dass der Konsum von online Medien, Inhalte und Applikationen Ihnen bei der Risikobewertung einer Wandertour hilft?

Ja auf jeden Fall. Nach dem Lesen der Routenbeschreibung und den Kommentaren, fühle ich mich um einiges sicherer.

**Haben Sie das Gefühl, durch die Verwendung dieser online Medien, Inhalte und Applikationen bessere Entscheidungen zu treffen?**

Ja, ich kann dann entscheiden, ob meine Ausdauer und Kraft für diese Route ausreicht. Grad bei Klettersteigen sind die Angaben zur Schwierigkeit nicht sehr einheitlich. Ich war schon mal auf einem Klettersteig mit der Schwierigkeit D und der war gar nicht so schwer und dann gibt es welche, wo man ewig braucht und es Stellen gibt, die viel schwieriger als D sind. Wenn man dann Kommentare liest und Videos anschaut, kann man schon besser einschätzen, ob man das auch gehen kann. Wenn viele schreiben, dass es schwierige Passagen gab, dann weiß ich, dass die Schwierigkeit höher einzustufen ist als angegeben.

**Fühlen Sie sich durch das Heranziehen dieser online Medien, Inhalte und Applikationen besser informiert?**  
Definitiv ja.

**Gibt Ihnen der Konsum dieser Medien, Inhalte und Applikationen ein gewisses Sicherheitsgefühl?**

Ja, ich kann die Gesamtsituation besser einschätzen und meinem Körper entsprechende Entscheidungen fällen.

**Haben Sie das Gefühl, dass sie die Fülle an Inhalten dazu verleitet, eher risikoreichere Wandertouren zu wählen?**

Eher schon ja. Ich denke mir dann, das könnte ich schon wagen. Auch würde ich ohne Internet nie alle diese Routen kennen. Online sind viel mehr Routen beschrieben als in Wanderführern.

---

### Nicht korrekte Risikobewertung

**Haben Sie schon einmal das Risiko einer Wandertour falsch eingeschätzt? Wie kam es dazu?**

Ja. Ich habe mich auf eine Beschreibung auf Alpenverein-Aktiv verlassen. Es waren auch 3 Kommentare anderer dabei, die ebenfalls sehr begeistert von der Tour waren. Die Route war allerdings ohne Kletterausrüstung nicht bewältigbar, ohne sich einem extremen Absturzrisiko auszusetzen. Es war wirklich eine Frechheit diese Tour als leichte Kletterei und ohne Ausrüstung zu begehen zu beschreiben. Wir mussten dann umkehren, da haben wir uns wirklich geärgert.

**Haben Ihnen zu dem Zeitpunkt Online-Inhalte oder Apps weitergeholfen?**

Nein, wir mussten umkehren. Auf eine andere Route umzuschwenken wäre zu weit und zu zeitintensiv gewesen.

**Haben Sie jemals Unterstützung von der Bergrettung benötigt?**

Gottseidank nicht.

---

### Statistische Fragen

**Sind sie weiblich oder männlich?** ☒ weiblich ☐ männlich

**Wie alt sind Sie?**

22

**Nutzen Sie gerne elektronische Geräte?**

Ja, sehr.

**Fällt es Ihnen leicht, sich mit einer neuen Applikation/Software (ohne Bedienungsanleitung) zurechtzufinden?**

Sehr leicht.

**Probieren Sie gerne neue Geräte und Applikationen aus?**

Ja.

**Wie viele Stunden verbringen Sie geschätzt pro Tag im Internet?**

Wenn man die Sachen für das Studium mitberechnet, dann so 5 Stunden, manchmal auch mehr.

## 05 Probandin G

### **Sie wandern sehr gerne. Wie kam es dazu und war Wandern schon immer ein fester Bestandteil Ihres Lebens?**

Ich wandere seit ich denken kann. Meine Mutter ist am Berg aufgewachsen und meine ganze Familie ist ziemlich Sport- und vor allem Alpinaffin. Ich bin schon als ich noch sehr klein war in so einem Wandertragerl am Rücken mitgenommen worden. Ich hatte quasi nie die Option Berge nicht zu mögen.

### **Wie oft pro Jahr gehen Sie wandern?**

Im Winter wenn gerade nicht allzu viel Schnee liegt vielleicht maximal einmal im Monat. Im Sommer kommt es darauf an wie viel Zeit ich habe und wie das Wetter ist. Wenn ich schätzen müsste mindestens einmal alle zwei Wochen. Das kann sich aber auf dreimal pro Woche steigern. Wie schon gesagt, es ist sehr variabel aber ich liebe es. Ich bin einfach sehr gerne in der Natur und vor allem in den Bergen.

---

## **Wanderportale/User Generated Content**

### **Nutzen Sie Wanderportale? Das sind Seiten auf denen Tourenbeschreibungen gelesen werden können sowie Personen Wandertouren bewerten und oft auch kommentieren können. Wenn ja, welche?**

Ich benutze hauptsächlich Bergfex und Alpenverein-Seiten.

### **Die Möglichkeit, dass jeder einen Eintrag kommentieren kann, ist ein wesentliches Merkmal von Portalen.**

#### **- Kommentieren Sie selbst?**

Eigentlich nein.

#### **- Lesen Sie die Kommentare anderer?**

Ja, ich lese gerne die Kommentare anderer.

### **Haben Sie schon einmal Ihre eigene Wandertour beschrieben und online gepostet? Wenn ja, wo?**

Nein. Das traue ich mir nicht zu. Das sollen schon Leute machen, die eine Ahnung davon haben.

### **Wie stehen Sie zu User Generated Content (von Privatpersonen erstellte Inhalte und Kommentare)?**

Ich finde, dass die mit Vorbehalt zu genießen sind. Lieber habe ich Beschreibungen von Guides oder Tourführern, die wissen worauf es bei der Beschreibung ankommt und sie bleiben sachlich.

### **Vertrauen Sie dem Inhalt von User Generated Content?**

Nicht immer. Die Einschätzungen der Leute sind sehr variabel und oft schreiben Menschen sogar Touren oder auch nur Kommentare, die die Schwierigkeit nicht richtig einschätzen können.

### **Finden Sie den Inhalt von User Generated Content persönlicher und authentischer als Tourenbeschreibungen in gedruckten Wanderführern?**

Nein. Wanderführer sind oftmals von jahrelangen Alpinisten geschrieben, die schon öfter als Guides gearbeitet haben. Zum Beispiel Mitarbeiter von Alpenverein oder andere. Natürlich muss man da auch noch aufpassen und nicht einfach allem vertrauen. Aber im Internet kann jeder, der sich Wanderschuhe zulegt und einmal im Jahr auf einen Hügel rennt eine Tour beschreiben, das ist wirklich nicht gut. Diese Person ist dann überhaupt nicht objektiv, wie soll sie es denn auch sein, wenn sie einmal im Jahr wandern geht? Sie kann nicht vergleichen und hat auch sonst keine Ahnung, was wichtig ist.

### **Ist eine Tour, mit vielen positiven Kommentaren ansprechender als eine ohne oder mit sehr wenigen Kommentaren?**

Ja. Dadurch habe ich eine viel breiter gefächerte Einschätzung. Unter den Kommentaren sind meist sowohl Anfänger und Ab- und An-Geher sowie auch Alpinisten, die mehr Zeit der Woche irgendwo auf 2000 Meter Höhe verbringen. Ich kann meine Stärken mit denen von verschiedenen Personen vergleichen und dadurch besser Abwägen ob die Tour für mich gemacht ist.

### **Welche Kommentare beeinflussen Sie mehr, die Positiven oder die Negativen?**

Von denen mehr da sind. Ich lese dann so viele, bis ich den Eindruck habe zu verstehen, was die Schwierigkeiten und was die positiven und negativen Seiten der Wanderung sind. Ich finde Kommentare sehr gut.

**Welchen Erstellern von Inhalten vertrauen Sie mehr und warum? Reiseveranstaltern, Sportlern oder Privatpersonen?**

Darüber habe ich noch nicht nachgedacht, tut mir leid.

---

## Smartphones/Wearables

**Haben Sie bei Wanderung immer ihr Smartphone bei sich?**

Ja, immer aber ich gehe sonst auch nie ohne Handy aus der Wohnung.

**Wenn Sie Ihr Smartphone bei Wanderungen benutzen, wie benutzen Sie es bzw. welche Funktionen benutzen Sie?**

Ich nutze immer Offlinekarten mittels GPS Signal, sonst zum Fotografieren und für Notfälle. In den Bergen habe ich es aber eigentlich immer im Flugmodus, da sonst der Akku viel zu schnell leer ist, weil nicht überall guter Empfang ist.

**Benutze Sie regelmäßig GPS auf Wanderungen?**

Fast immer. Für davor heruntergeladene Offline-Karten. Ohne die richtigen Karten vorher runterzuladen, gehe ich nie los. Das gibt mir schon Sicherheit.

**Laden Sie vor Ihren Wanderungen Offline-Karten hinunter?**

Ja, habe ich vorhin schon gesagt.

**Fühlen Sie sich durch die Benutzung von GPS sicherer?**

Ja, viel sicherer. Oftmals sind die Wegbeschreibungen eher spärlich oder man übersieht was oder es ist von Schnee bedeckt. Wenn ich dann irgendwo im Nirvana lande, kann ich mit guten Karten einen Alternativweg finden.

**Nutzen Sie Wearables, zum Beispiel Smartwatches mit GPS-Funktion?**

Nein. Ich besitze keine Wearables.

---

## Applikationen

**Welche Applikationen nutzen Sie für die Risikobewertung ihrer Tour?**

Online Plattformen um die Schwierigkeit einzuschätzen, für mögliche Notunterkünfte bei plötzlichem Wettereinbruch und natürlich ob es Hütten gibt und ob diese offen haben.

Die Wettervorhersage schaue ich mir auch immer über mehrere Quellen an.

**Legen Sie die Wanderroute zuvor online oder in der Applikation fest?**

Wenn möglich, ja. Oft gibt es schon Karten mit dem Weg eingezeichnet. Dann benutze ich die. Früher haben wir immer die Karten, auch mit Anfahrt und Wegbeschreibung, ausgedruckt und mitgenommen.

---

## Blogs

**Holen Sie sich Inspiration für die nächste Wanderung oder den nächsten Wanderurlaub aus Blogs?**

Nein, das habe ich noch nicht gemacht.

---

## Entscheidung

**Suchen Sie Herausforderungen beim Wandern?**

Ja, schon. Vor allem, wenn es Kletterpassagen gibt oder es sich um eine lange Tour handelt. Ich gehe auch sehr gerne Klettersteige oder habe auf der Wanderung leichte Kletterpassagen.

**Was sind die Kriterien, nach denen Sie entscheiden, ob eine Tour für Sie gut bewältigbar ist? Was schauen Sie sich genau an?**

Höhenmeter, Kilometerlänge, ob Kletterpassagen dabei sind und das Höhenprofil sind so die wichtigsten Punkte die ich mir vor jeder Wanderung anschau.

**Haben Sie das Gefühl, dass der Konsum von online Medien, Inhalte und Applikationen Ihnen bei der Risikobewertung einer Wandertour hilft?**

Ja. Wie ich am Anfang schon gesagt habe, über die Userkommentare kann ich dann vermuten ob eine Wandertour klappt oder nicht oder ob es irgendwo irgendwelche Probleme gibt. Auch sind zum Beispiel die Kommentare bestimmt aktueller als Beschreibungen.

**Haben Sie das Gefühl, durch die Verwendung dieser online Medien, Inhalte und Applikationen bessere Entscheidungen zu treffen?**

Ja. Sie geben mir mehr Sicherheit, als wenn ich mich einfach auf den Weg mache.

**Fühlen Sie sich durch das Heranziehen dieser online Medien, Inhalte und Applikationen besser informiert?**

Ja. Wegbeschreibungen und eventuell schwierigere Passagen werden oft erwähnt. Außerdem erfahre ich oft ob bestimmte Utensilien wie zum Beispiel Klettersteigset empfohlen werden. Auch welches Schuhwerk, ob fest oder ob normale Turnschuhe ausreichen. Ist die Tour ausgesetzt oder nicht und gibt es Notunterkünfte sind immer Fragen, die ich mir vorher stelle und die durch diese Portale meist beantwortet werden können.

**Gibt Ihnen der Konsum dieser Medien, Inhalte und Applikationen ein gewisses Sicherheitsgefühl?**

Ja. Das habe ich grad beschrieben.

**Haben Sie das Gefühl, dass sie die Fülle an Inhalten dazu verleitet, eher risikoreichere Wandertouren zu wählen?**

Nein, da ich durch die Informationen und Kommentare und die Beschreibung die Tour besser einschätzen kann.

---

## Nicht korrekte Risikobewertung

**Haben Sie schon einmal das Risiko einer Wandertour falsch eingeschätzt? Wie kam es dazu?**

Einmal durch eine falsche Wettervorhersage, es war dann aber nicht so schlimm. Wir sind nur ordentlich nass geworden und wir hatten nichts zum Umziehen dabei und einmal haben wir uns verlaufen aber das ist sehr lang her, ich kann mich gar nicht mehr erinnern warum.

**Haben Ihnen zu dem Zeitpunkt Online-Inhalte oder Apps weitergeholfen?**

Nein. Damals hatten wir die Apps noch nicht und meist findet man sich auch mittels fragen und Schilder zurecht. Außerdem hatten wir zu diesem Zeitpunkt immer eine ausgedruckte Karte dabei.

**Haben Sie jemals Unterstützung von der Bergrettung benötigt?**

Nein, noch nie.

---

## Statistische Fragen

**Sind sie weiblich oder männlich?** ☒ weiblich ☐ männlich

**Wie alt sind Sie?**

23

**Nutzen Sie gerne elektronische Geräte?**

Ja. Vor allem Computer und Handy für sämtliche Organisation und Freizeitbeschäftigung.

**Fällt es Ihnen leicht, sich mit einer neuen Applikation/Software (ohne Bedienungsanleitung) zurechtzufinden?**

Ja. Ich finde, dass die oft sehr ähnlich aufgebaut sind.

**Probieren Sie gerne neue Geräte und Applikationen aus?**

Ja. Ständig, ich mag es, Neues auszuprobieren.

**Wie viele Stunden verbringen Sie geschätzt pro Tag im Internet?**

Ich würde sagen, 3 Stunden meiner Freizeit.

**20 Proband B**

**Sie wandern sehr gerne. Wie kam es dazu und war Wandern schon immer ein fester Bestandteil Ihres Lebens?**

Früher dachte ich immer, Wandern wäre langweilig, zu anstrengend und dass es eher nur etwas für Pensionisten wäre. Ich war zwar früher schon sportlich, aber nach der Schulzeit habe ich mich immer weniger bewegt. Auch in der Arbeitszeit saß ich die meiste Zeit vor dem PC. Zum Wandern kam ich durch meine Freundin, jetzt Frau. Die liebt das Wandern. Sie hat mich auf Wanderungen mitgenommen und so meine Leidenschaft entfacht. Jetzt sind wir regelmäßig unterwegs.

**Wie oft pro Jahr gehen Sie wandern?**

Ich versuche 2 mal im Monat zu gehen, das gelingt natürlich nicht immer. Ein Wanderurlaub im Jahr ist auch eigentlich immer eingeplant. Da bin ich 2 bis 4 Tage mit meiner Frau unterwegs.

---

**Wanderportale/User Generated Content**

**Nutzen Sie Wanderportale? Das sind Seiten auf denen Tourenbeschreibungen gelesen werden können sowie Personen Wandertouren bewerten und oft auch kommentieren können. Wenn ja, welche?**

Ja, immer. Vor allem Bergfex ist sehr nützlich.

**Die Möglichkeit, dass jeder einen Eintrag kommentieren kann, ist ein wesentliches Merkmal von Portalen.**

- **Kommentieren Sie selbst?**

Nein, habe ich noch nicht gemacht.

- **Lesen Sie die Kommentare anderer?**

Ich überfliege sie zumindest.

**Haben Sie schon einmal Ihre eigene Wandertour beschrieben und online gepostet? Wenn ja, wo?**

Nein an der Erstellung ausführlichen Beschreibungen habe ich kein Interesse.

**Wie stehen Sie zu User Generated Content (von Privatpersonen erstellte Inhalte und Kommentare)?**

Ohne den Mensch dahinter zu kennen, bin ich dem eher skeptisch eingestellt. Kann ja jeder sein!

**Vertrauen Sie dem Inhalt von User Generated Content?**

Ja und nein, das kommt sehr auf den Zusammenhang an. Wenn es plausibel klingt und nicht zu, wie soll ich sagen – künstlich, dann eher schon.

**Finden Sie den Inhalt von User Generated Content persönlicher und authentischer als Tourenbeschreibungen in gedruckten Wanderführern?**

Persönlicher schon. Auf Wanderführer kann ich mich aber besser verlassen.

**Ist eine Tour, mit vielen positiven Kommentaren ansprechender als eine ohne oder mit sehr wenigen Kommentaren?**

Hängt vom Erstellungsdatum ab. Aktuelle sind wertvoller.

**Welche Kommentare beeinflussen Sie mehr, die Positiven oder die Negativen?**

Hängt auch vom Erstellungsdatum ab. Ohne die Person dahinter zu kennen beeinflussen mich Kommentare kaum. Ansonsten eher die negativen.

---

**Smartphones/Wearables**

**Haben Sie bei Wanderung immer ihr Smartphone bei sich?**

Ja

**Wenn Sie Ihr Smartphone bei Wanderungen benutzen, wie benutzen Sie es bzw. welche Funktionen benutzen Sie?**

Fotos, GPS mit Offline Karte

**Benutze Sie regelmäßig GPS auf Wanderungen?**

Ja

**Laden Sie vor Ihren Wanderungen Offline-Karten hinunter?**

Bei mir bekannten Touren nein, sonst eigentlich immer, ja.

**Fühlen Sie sich durch die Benutzung von GPS sicherer?**

Ja, da kann ich immer meinen Standort sehen.

**Nutzen Sie Wearables, zum Beispiel Smartwatches mit GPS-Funktion?**

Nein

---

## Applikationen

**Welche Applikationen nutzen Sie für die Risikobewertung ihrer Tour?**

Google Maps und die Wetterapp

**Legen Sie die Wanderroute zuvor online oder in der Applikation fest?**

Offline, dann lade ich sie mir auf mein Handy.

---

## Blogs

**Holen Sie sich Inspiration für die nächste Wanderung oder den nächsten Wanderurlaub aus Blogs?**

Ich nicht aber ich denke, dass meine Frau das macht.

---

## Entscheidung

**Suchen Sie Herausforderungen beim Wandern?**

Nein ich suche Entspannung gepaart mit sportlicher Aktivität.

**Was sind die Kriterien, nach denen Sie entscheiden, ob eine Tour für Sie gut bewältigbar ist? Was schauen Sie sich genau an?**

Dauer und Höhenmeter.

**Haben Sie das Gefühl, dass der Konsum von online Medien, Inhalte und Applikationen Ihnen bei der Risikobewertung einer Wandertour hilft?**

Ein wenig. Kommt darauf an ob ich den Erstellern traue.

**Haben Sie das Gefühl, durch die Verwendung dieser online Medien, Inhalte und Applikationen bessere Entscheidungen zu treffen?**

Ja. Umso mehr Information, umso besser. Außerdem kann man, wenn doch etwas Unerwartetes passiert, schnell nachschauen und analysieren, was man machen sollte. Ob weitergehen oder doch zurückkehren.

**Fühlen Sie sich durch das Heranziehen dieser online Medien, Inhalte und Applikationen besser informiert?**

Ja, wie gesagt, je mehr man sieht und liest, desto besser.

**Gibt Ihnen der Konsum dieser Medien, Inhalte und Applikationen ein gewisses Sicherheitsgefühl?**

Kommt wieder darauf an, wie sehr ich den Erstellern vertraue bzw. auf welchem Level sich derjenige bewegt.

**Haben Sie das Gefühl, dass sie die Fülle an Inhalten dazu verleitet, eher risikoreichere Wandertouren zu wählen?**

Bei Leuten die einfach alles glauben ja. Dadurch, dass ich kein risikobereiter Mensch bin, nein.

---

## Nicht korrekte Risikobewertung

115 **Haben Sie schon einmal das Risiko einer Wandertour falsch eingeschätzt? Wie kam es dazu?**  
116 Nein. Ich kann es am Berg ganz gut einschätzen, denke ich.

117  
118 **Haben Ihnen zu dem Zeitpunkt Online-Inhalte oder Apps weitergeholfen?**  
119 -

120  
121 **Haben Sie jemals Unterstützung von der Bergrettung benötigt?**  
122 Nein

123  
124

---

### 125 **Statistische Fragen**

126  
127 **Sind sie weiblich oder männlich?**    ☐ weiblich    ☒ männlich

128  
129 **Wie alt sind Sie?**  
130 43

131  
132 **Nutzen Sie gerne elektronische Geräte?**  
133 Sehr gerne

134  
135 **Fällt es Ihnen leicht, sich mit einer neuen Applikation/Software (ohne Bedienungsanleitung)**  
136 **zurechtzufinden?**  
137 Ja

138  
139 **Probieren Sie gerne neue Geräte und Applikationen aus?**  
140 Ja

141  
142 **Wie viele Stunden verbringen Sie geschätzt pro Tag im Internet?**  
143 3 Stunden



## 21 Proband F

### **Sie wandern sehr gerne. Wie kam es dazu und war Wandern schon immer ein fester Bestandteil Ihres Lebens?**

Ja, wandern ist für mich einfach befreiend und beruhigt mich, wenn es mal wieder sehr hektisch zugeht. Angefangen hat das eigentlich schon ziemlich früh, mein Opa wandert sehr gerne und ist auch jetzt noch im hohen Alter super fit. Daher hat er mich schon ziemlich früh mitgenommen und mittlerweile gehe ich auch gern mal alleine los, um den Kopf frei zu bekommen.

### **Wie oft pro Jahr gehen Sie wandern?**

Ich versuche einmal im Monat zu gehen, wenn ich mehr Zeit habe oder im Urlaub, dann schon auch öfter.

---

## **Wanderportale/User Generated Content**

### **Nutzen Sie Wanderportale? Das sind Seiten auf denen Tourenbeschreibungen gelesen werden können sowie Personen Wandertouren bewerten und oft auch kommentieren können. Wenn ja, welche?**

Ja, ich benutze oft Bergfex, dort sind die Touren meistens sehr gut beschrieben. Auf der Seite findet man auch das Wetter und in vielen Regionen auch Webcams. Das ist eine tolle all-in-one Seite.

### **Die Möglichkeit, dass jeder einen Eintrag kommentieren kann, ist ein wesentliches Merkmal von Portalen.**

#### **- Kommentieren Sie selbst?**

Nein, ich kommentiere nicht selbst.

#### **- Lesen Sie die Kommentare anderer?**

Ja, eigentlich immer. Es gibt mir einen ungefähren Überblick und man findet immer wieder tolle Tipps.

### **Haben Sie schon einmal Ihre eigene Wandertour beschrieben und online gepostet? Wenn ja, wo?**

Nein, der Gedanke ist mir bisher noch nicht gekommen aber vielleicht werde ich das bei einer besonderen Wandertour machen.

### **Wie stehen Sie zu User Generated Content (von Privatpersonen erstellte Inhalte und Kommentare)?**

Ich bin sehr skeptisch, vor allem in der heutigen Zeit, wo jede Person - egal ob qualifiziert oder nicht - die eigene subjektive Meinung abgeben kann. Ich lese daher wenn möglich, so viele Kommentare wie möglich und vergleiche diese mit anderen Seiten. Natürlich nicht immer, bei kleineren Wanderungen zählt sich das gar nicht aus.

### **Vertrauen Sie dem Inhalt von User Generated Content?**

Wie vorher schon gesagt, nur sehr eingeschränkt. Man muss halt immer wissen, wie man gewisse Dinge interpretieren sollte und bedenken, dass das subjektive Meinungen von vielleicht sehr unerfahrenen Personen sind.

### **Finden Sie den Inhalt von User Generated Content persönlicher und authentischer als Tourenbeschreibungen in gedruckten Wanderführern?**

Authentischer vielleicht nicht, aber in jedem Fall persönlicher. Was eben seine Vor- und Nachteile hat.

### **Ist eine Tour, mit vielen positiven Kommentaren ansprechender als eine ohne oder mit sehr wenigen Kommentaren?**

Das kommt für mich immer auf die entsprechende Route und meine Präferenzen an. Wenn ich beispielsweise nur den Kopf freibekommen möchte, dann achte ich eher auf Touren mit wenig bis gar keinen Kommentaren. Dann hoffe ich, dass sie von wenigen Menschen begangen werden. Wenn ich mir aber nur die Landschaft ansehen möchte, lege ich auch viel Wert auf viele positive Kommentare bezüglich der Aussicht.

### **Welche Kommentare beeinflussen Sie mehr, die Positiven oder die Negativen?**

Ich gebe es ungern zu, aber es sind definitiv die negativen Kommentare. Auch wenn mir eigentlich klar sind, wie verzerrt diese sein können. Sie weisen in den meisten Fällen aber auf Negatives hin oder sehr schwere Passagen oder unzureichende Beschilderung. Das sind alles wertvolle Infos vor einer anspruchsvolleren Tour. Bei sehr einfachen oder mir bereits bekannten Touren lese beziehungsweise suche ich sie gar nicht im Internet und lese auch keine Kommentare.

**Welchen Erstellern von Inhalten vertrauen Sie mehr und warum? Reiseveranstaltern, Sportlern oder Einzelpersonen?**

Das ist schwer zu sagen. Heutzutage können alle drei einfach nur gesponsert sein. Daher versuche ich die Informationen möglichst von allen zu bekommen und mir meine eigene Meinung bilden zu können.

---

## Smartphones/Wearables

**Haben Sie bei Wanderung immer ihr Smartphone bei sich?**

Das kommt drauf an, wenn ich abschalten will, lasse ich auch das Smartphone schon mal im Auto oder gar Zuhause. Auf längeren oder anspruchsvolleren Wanderungen habe ich es aber immer mit.

**Wenn Sie Ihr Smartphone bei Wanderungen benutzen, wie benutzen Sie es bzw. welche Funktionen benutzen Sie?**

Hauptsächlich die Kamera zum Fotografieren oder Karten beziehungsweise das GPS. Wenn ich Netzeempfang habe, schaue ich auch manchmal nach Hütten.

**Benutze Sie regelmäßig GPS auf Wanderungen?**

Kann man so sagen, ja.

**Laden Sie vor Ihren Wanderungen Offline-Karten hinunter?**

Ja, vor allem wenn ich eine Tour im Ausland mache, möchte ich auf Nummer sicher gehen.

**Fühlen Sie sich durch die Benutzung von GPS sicherer?**

Ja, damit kann ich mich einfach nahezu überall zurechtfinden.

**Nutzen Sie Wearables, zum Beispiel Smartwatches mit GPS-Funktion?**

Bisher noch nicht, aber ich habe vor einiger Zeit über geniale Wanderjacken beziehungsweise Rucksäcke mit tollen Features gelesen und möchte mir sowas irgendwann mal zulegen. Das wird aber sicher noch viele Jahre dauern, bis diese Sachen wirklich gut funktionieren und auf den Markt kommen.

---

## Applikationen

**Welche Applikationen nutzen Sie für die Risikobewertung ihrer Tour?**

Bisher noch gar keine. Eventuell ein Fehler?

**Legen Sie die Wanderroute zuvor online oder in der Applikation fest?**

Online oder ganz altmodisch per Karte.

---

## Blogs

**Holen Sie sich Inspiration für die nächste Wanderung oder den nächsten Wanderurlaub aus Blogs?**

Ich würde es tun, kenne aber keine interessanten. Ich habe allerdings auch noch nie aktiv danach gesucht.

---

## Entscheidung

**Suchen Sie Herausforderungen beim Wandern?**

Eigentlich nicht, mir geht es mehr um mein geistiges und körperliches Wohlbefinden und um abschalten zu können.

**Was sind die Kriterien, nach denen Sie entscheiden, ob eine Tour für Sie gut bewältigbar ist? Was schauen Sie sich genau an?**

Ich bin kein besonders guter Kletterer, also sollten die Touren möglichst sicher sein und nicht zu gefährlich. Die Länge und Höhe sind dabei eher nebensächlich, da mein konditioneller Zustand sehr gut ist. Ich leide aber ein wenig unter Höhenangst. Wenige Meter machen mir nichts aber ich möchte nicht in 20 Metern Höhe in der Wand hängen oder ganz ausgesetzte Passagen überqueren müssen.

**Haben Sie das Gefühl, dass der Konsum von online Medien, Inhalte und Applikationen Ihnen bei der Risikobewertung einer Wandertour hilft?**

Das tut es auf jeden Fall, aber ich denke, dass man sich nie ganz sicher sein kann. Dennoch bekomme ich erste Eindrücke und fühle mich nicht komplett verloren, wenn ich vor Ort bin.

**Haben Sie das Gefühl, durch die Verwendung dieser online Medien, Inhalte und Applikationen bessere Entscheidungen zu treffen?**

Darüber habe ich eigentlich noch nie nachgedacht .... ich glaube schon, da ich mir zwangsläufig mehr Gedanken mache. Hoffentlich halt auch über die Dinge, die wirklich entscheidend sind. Aber da hilft mir auch meine Erfahrung.

**Fühlen Sie sich durch das Heranziehen dieser online Medien, Inhalte und Applikationen besser informiert?**

In jedem Fall, ja.

**Gibt Ihnen der Konsum dieser Medien, Inhalte und Applikationen ein gewisses Sicherheitsgefühl?**

Nur indirekt. Es bleibt immer dieses Gefühl im Kopf, dass man vielleicht doch etwas vergessen hat aber es ist definitiv weniger, als ganz ohne online Informationen.

**Haben Sie das Gefühl, dass sie die Fülle an Inhalten dazu verleitet, eher risikoreichere Wandertouren zu wählen?**

Nein, da ich keinen Wert auf sehr risikoreiche Touren lege.

---

### Nicht korrekte Risikobewertung

**Haben Sie schon einmal das Risiko einer Wandertour falsch eingeschätzt? Wie kam es dazu?**

Ja, als Teenager. Ich habe damals einfach nicht auf das Wetter geachtet und bin in ein schweres Gewitter, mitten in einem Wald gekommen. Das war eine eher ungute Erfahrung und seitdem bin ich viel vorsichtiger und wenn eine größere Tour geplant ist, beobachte ich das Wetter schon einige Tage im Voraus.

**Haben Ihnen zu dem Zeitpunkt Online-Inhalte oder Apps weitergeholfen?**

Damals hatte ich noch kein Handy, danke ich. Das ist schon sehr lange her.

**Haben Sie jemals Unterstützung von der Bergrettung benötigt?**

Nein, zum Glück nicht. Aber daher versuche ich auch sehr schwierige Touren zu vermeiden.

---

### Statistische Fragen

**Sind sie weiblich oder männlich?**    ☐ weiblich    ☒ männlich

**Wie alt sind Sie?**

39

**Nutzen Sie gerne elektronische Geräte?**

ja

**Fällt es Ihnen leicht, sich mit einer neuen Applikation/Software (ohne Bedienungsanleitung) zurechtzufinden?**

ja

**Probieren Sie gerne neue Geräte und Applikationen aus?**

ja

**Wie viele Stunden verbringen Sie geschätzt pro Tag im Internet?**

Wenn ich meinen Beruf dazu nehme, dann bestimmt an die 10 Stunden täglich.

## 22 Proband H

### **Sie wandern sehr gerne. Wie kam es dazu und war Wandern schon immer ein fester Bestandteil Ihres Lebens?**

Ja es war immer fester Bestandteil meines Lebens, da ich bereits als Kind mit meinen Eltern jedes Jahr zumindest eine Woche einen Wanderurlaub gemacht haben und auch sonst an Wochenenden wandern am Programm stand. Im den Sommerferien sind wir meistens nach Osttirol, Tirol oder Salzburg gefahren und dort wandern gegangen. Mein Sohn ist jetzt fast sieben Monate alt und wir waren auch schon zweimal mit ihm unterwegs, natürlich jetzt noch kleinere Wanderungen aber später möchte ich ihn auch für die Berge begeistern.

### **Wie oft pro Jahr gehen Sie wandern?**

Bis mein Sohn auf die Welt kam, waren es schon so zehn bis 15 Touren im Jahr. Dieses Jahr werden es aber weniger sein.

---

## Wanderportale/User Generated Content

### **Nutzen Sie Wanderportale? Das sind Seiten auf denen Tourenbeschreibungen gelesen werden können sowie Personen Wandertouren bewerten und oft auch kommentieren können. Wenn ja, welche?**

Ich benutze gerne Alpenverein, Bergfex, Outdooractive aber auch regional betriebene Webseiten wie zum Beispiel gesäuse.at und dachstein.at. Auf diesen Seiten sind sehr viele Informationen vorhanden und man kann mit ihnen wirklich gut seine Touren planen und sich inspirieren lassen.

### **Die Möglichkeit, dass jeder einen Eintrag kommentieren kann, ist ein wesentliches Merkmal von Portalen.**

#### **- Kommentieren Sie selbst?**

Selber nicht, nein.

#### **- Lesen Sie die Kommentare anderer?**

Ja, auf jeden Fall.

### **Haben Sie schon einmal Ihre eigene Wandertour beschrieben und online gepostet? Wenn ja, wo?**

Nein, dafür bin ich zu faul.

### **Wie stehen Sie zu User Generated Content (von Privatpersonen erstellte Inhalte und Kommentare)?**

An sich nicht schlecht, da viele persönliche Meinungen vertreten werden.

### **Vertrauen Sie dem Inhalt von User Generated Content?**

Teilweise, da die Meinungen und Erfahrungen sehr subjektiv sind und jeder andere Erwartungen an eine Wandertour hat aber sie geben einen guten Überblick über die Situation.

### **Finden Sie den Inhalt von User Generated Content persönlicher und authentischer als Tourenbeschreibungen in gedruckten Wanderführern?**

Persönlicher und authentischer ja, teilweise genauere Beschreibungen als in Druckwerken, jedoch immer mit den bereits erwähnten subjektiven Einflüssen.

### **Ist eine Tour, mit vielen positiven Kommentaren ansprechender als eine ohne oder mit sehr wenigen Kommentaren?**

Teilweise, viele Kommentare bedeuten viel Besucher an dem Platz. Das kann dann seine Vor- und Nachteile haben.

### **Welche Kommentare beeinflussen Sie mehr, die Positiven oder die Negativen?**

Negative, weil dann mit der Beschreibung irgendwas nicht passt.

### **Welchen Erstellern von Inhalten vertrauen Sie mehr und warum? Reiseveranstaltern, Sportlern oder Privatpersonen?**

Ich weiß nicht, darüber habe ich mir noch nie Gedanken gemacht.

---

## Smartphones/Wearables

58 **Haben Sie bei Wanderung immer ihr Smartphone bei sich?**

59 Ja, der Vorteil ist, dass man, natürlich je nach Netzempfang, immer für sich oder andere Hilfe organisieren kann  
60 beziehungsweise im Falle eines Verirrrens auf GPS zurückgreifen kann, damit man sich wieder zurechtfinden kann.

61 **Wenn Sie Ihr Smartphone bei Wanderungen benutzen, wie benutzen Sie es bzw. welche Funktionen benutzen Sie?**

62 Für kleinere Navigationstätigkeiten zum Beispiel an schlecht markierten Weggabelungen oder eben für Notfälle.  
63  
64

65 **Benutze Sie regelmäßig GPS auf Wanderungen?**

66 Nein, nur selten da ich meistens auf markierten Wegen unterwegs bin beziehungsweise eine Wanderkarte mit  
67 habe, GPS habe ich nur als backup.  
68

69 **Laden Sie vor Ihren Wanderungen Offline-Karten hinunter?**

70 Ja, Vorteil dass man sie auch ohne netzempfang nutzen kann. Im Ausland ist das sehr praktisch.  
71

72 **Fühlen Sie sich durch die Benutzung von GPS sicherer?**

73 Ja, vor allem im Hinblick auf Notsituationen wie Unfall oder Schlechtwetter.  
74

75 **Nutzen Sie Wearables, zum Beispiel Smartwatches mit GPS-Funktion?**

76 Nein, da für meinen Einsatzbereich das Smartphone völlig ausreicht.  
77

---

78 **Applikationen**

79  
80 **Welche Applikationen nutzen Sie für die Risikobewertung ihrer Tour?**

81 Ich lese immer die Beschreibungen und Bewertungen auf Bergfex und Outdooractive.  
82

83 **Legen Sie die Wanderroute zuvor online oder in der Applikation fest?**

84 Ich verwende meist fixe Routenvorschläge aus Internet oder Wanderbüchern  
85

---

86 **Blogs**

87  
88 **Holen Sie sich Inspiration für die nächste Wanderung oder den nächsten Wanderurlaub aus Blogs?**

89 Nein, da bevorzuge ich eher Fernsehsendungen wie das Wetterpanorama, Land der Berge, Universum und so  
90 beziehungsweise über Mundpropaganda von Freunden und Bekannten.  
91

---

92 **Entscheidung**

93  
94 **Suchen Sie Herausforderungen beim Wandern?**

95 Ja, vor allem im konditionellen Bereich, also Höhenmeter und Länge. Weniger im technischen Bereich, leichte  
96 Kraxelein im Schwierigkeitsgrad 1, die ohne technische Ausrüstung begehbar sind reichen aus um viele schöne  
97 Touren zu gehen.  
98

99 **Was sind die Kriterien, nach denen Sie entscheiden, ob eine Tour für Sie gut bewältigbar ist? Was schauen Sie sich genau an?**

100 Genaues betrachten von Schlüsselstellen, weiters Höhenmeter und Einkehrmöglichkeiten. Ich schaue mir auch  
101 an, ob ich Ausrüstung, wie Klettersteigset und Helm brauche.  
102  
103

104 **Haben Sie das Gefühl, dass der Konsum von online Medien, Inhalte und Applikationen Ihnen bei der Risikobewertung einer Wandertour hilft?**

105 Ja, auf jeden Fall, früher hatte man zu einer betreffenden Gegend ein oder zwei Wanderbücher. Heutzutage  
106 bietet das Internet viel mehr Möglichkeiten und mit GPS noch dazu hat man immer eine genaue  
107 Positionsbestimmung beim Wandern.  
108  
109

110 **Haben Sie das Gefühl, durch die Verwendung dieser online Medien, Inhalte und Applikationen bessere Entscheidungen zu treffen?**

111 Ja, aufgrund von Informationen und Beschreibungen haben wir schon geplante Touren auch wieder verworfen,  
112 da sie als zu schwierig erkannt wurden. Es ist einfach viel mehr Information da und die Informationen sind auch  
113 sehr frisch, vor allem bei den Kommentaren.  
114

115 **Fühlen Sie sich durch das Heranziehen dieser online Medien, Inhalte und Applikationen besser informiert?**  
116 Ja, gerade im hochalpinen Bereich ist jede Form der Vorabinformation wie Länge, Schlüsselstellen, Steigung,  
117 Beschaffenheit des Weges und das aktuelle Wetter sehr viel wert.  
118

119 **Gibt Ihnen der Konsum dieser Medien, Inhalte und Applikationen ein gewisses Sicherheitsgefühl?**  
120 Ja, man fühlt sich besser informiert.  
121

122 **Haben Sie das Gefühl, dass sie die Fülle an Inhalten dazu verleitet, eher risikoreichere Wandertouren zu wählen?**  
123  
124 Nein, eher gegenteilig, da man durch die Fülle der Informationen Schwierigkeiten recht gut abschätzen kann, es  
125 wurden dadurch etliche Tourvorhaben auch wieder verworfen.  
126

---

127 **Nicht korrekte Risikobewertung**  
128

129 **Haben Sie schon einmal das Risiko einer Wandertour falsch eingeschätzt? Wie kam es dazu?**  
130 Ja, ich habe mal das alpine Könnens meines Wanderpartners überschätzt, für mich war die Schlüsselstelle genau  
131 wie erwartet beziehungsweise wie beschrieben, nur habe ich nicht daran gedacht, dass mein Mitwanderer etwas  
132 weniger Bergerfahrung hat und wir mussten einen anderen Weg suchen.  
133

134 **Haben Ihnen zu dem Zeitpunkt Online-Inhalte oder Apps weitergeholfen?**  
135 Nein, wir mussten umkehren und einen alternativen Weg gehen, es war dort aber alles gut beschildert.  
136

137 **Haben Sie jemals Unterstützung von der Bergrettung benötigt?**  
138 Nein, zum Glück nicht  
139

---

140 **Statistische Fragen**  
141

142 **Sind sie weiblich oder männlich?** ☐ weiblich ☒ männlich  
143

144 **Wie alt sind Sie?**  
145 36  
146

147 **Nutzen Sie gerne elektronische Geräte?**  
148 Ja  
149

150 **Fällt es Ihnen leicht, sich mit einer neuen Applikation/Software (ohne Bedienungsanleitung) zurechtzufinden?**  
151 Ja, meistens schon.  
152

153 **Probieren Sie gerne neue Geräte und Applikationen aus?**  
154 ja  
155

156 **Wie viele Stunden verbringen Sie geschätzt pro Tag im Internet?**  
157 2 Stunden, würde ich sagen.

23 Proband I

**Sie wandern sehr gerne. Wie kam es dazu und war Wandern schon immer ein fester Bestandteil Ihres Lebens?**

Ich bin seit meiner Kindheit wandern gegangen, ich liebe die Natur und das nicht nur, weil ich Botaniker bin. Meine Eltern haben mich schon immer mit zum Wandern genommen. Außerdem ist das Wandern für mich perfekt um Zeit mit Familie und Freunden zu verbringen.

**Wie oft pro Jahr gehen Sie wandern?**

Schwer zu schätzen, mal mehr mal weniger. Aber wenn ich schätzen müsste, dann so zehnmal.

---

**Wanderportale/User Generated Content**

**Nutzen Sie Wanderportale? Das sind Seiten auf denen Tourenbeschreibungen gelesen werden können sowie Personen Wandertouren bewerten und oft auch kommentieren können. Wenn ja, welche?**

Nein, ich gehe oft in Gruppen wandern und ich bin nie derjenige der sich um das Organisatorische kümmert. Ich habe viele Freunde, die aus den Bergregionen kommen, die übernehmen die Planung eigentlich immer.

**Die Möglichkeit, dass jeder einen Eintrag kommentieren kann, ist ein wesentliches Merkmal von Portalen.**

**- Kommentieren Sie selbst?**

Nein, ich nehme mir selten die Zeit und fühle mich oft nicht so als könnte ich einen wertvollen Beitrag leisten.

**- Lesen Sie die Kommentare anderer?**

Eher nicht, weil ich ja solche Portale nicht wirklich nutze.

**Haben Sie schon einmal Ihre eigene Wandertour beschrieben und online gepostet? Wenn ja, wo?**

Nein, ich poste selber generell wenig im Internet und Wanderseiten besuche ich eigentlich überhaupt nie. Wie gesagt, für mich ist Wandern eine gute Zeit mit Freunden.

**Wie stehen Sie zu User Generated Content (von Privatpersonen erstellte Inhalte und Kommentare)?**

Finde ich generell sehr gut und ich machen meine Entscheidungen oft von solchen Kommentaren abhängig. Aber nicht bei Wanderrouten sondern eher bei Kaufentscheidungen.

**Vertrauen Sie dem Inhalt von User Generated Content?**

Ja, ich denke, dass man offensichtliche „fake“ Nachrichten von unzufriedenen Usern erkennen kann.

**Finden Sie den Inhalt von User Generated Content persönlicher und authentischer als Tourenbeschreibungen in gedruckten Wanderführern?**

Ja, vor allem scheinen sie mir ehrlicher zu sein, weil sie nicht daran interessiert sind etwas zu verkaufen.

**Ist eine Tour, mit vielen positiven Kommentaren ansprechender als eine ohne oder mit sehr wenigen Kommentaren?**

Ja, das zeigt, dass die Wanderer wirklich sehr zufrieden sind.

**Welche Kommentare beeinflussen Sie mehr, die Positiven oder die Negativen?**

Das interessiert mich beim Wandern nicht, weil die Organisation nicht ich mache.

**Welchen Erstellern vertrauen Sie mehr und warum? Reiseveranstaltern, Sportlern oder Privatpersonen?**

Darüber habe ich bei Wanderinhalten noch nicht nachgedacht.

---

**Smartphones/Wearables**

**Haben Sie bei Wanderung immer ihr Smartphone bei sich?**

Ja, ich gehe eigentlich nie ohne Handy aus dem Haus.

**Wenn Sie Ihr Smartphone bei Wanderungen benutzen, wie benutzen Sie es bzw. welche Funktionen benutzen Sie?**

Die Kamera und etliche Pflanzenbestimmungssapps.

**Benutze Sie regelmäßig GPS auf Wanderungen?**

Kaum, mein Handy hat sehr geringe Akkulaufzeit und ich muss immer sparen.

**Laden Sie vor Ihren Wanderungen Offline-Karten hinunter?**

Nein, ich bin ja eigentlich nie die Person die sich dafür verantwortlich fühlt.

**Fühlen Sie sich durch die Benutzung von GPS sicherer?**

Ja, so kann man die Orientierung viel leichter behalten und ich navigiere viel lieber mit dem Handy als mit normalen Karten.

**Nutzen Sie Wearables, zum Beispiel Smartwatches mit GPS-Funktion?**

Nein, das erscheint mir alles als unnötiger Schnick-Schnack.

---

## Applikationen

**Welche Applikationen nutzen Sie für die Risikobewertung ihrer Tour?**

Keine, ich vertraue auf die Leute in meiner Gruppe, dass sie sich um alles gekümmert haben.

**Legen Sie die Wanderroute zuvor online oder in der Applikation fest?**

Weder noch, ich kümmere mich nicht um solche Sachen.

---

## Blogs

**Holen Sie sich Inspiration für die nächste Wanderung oder den nächsten Wanderurlaub aus Blogs?**

Nein, ich mache das nicht.

---

## Entscheidung

**Suchen Sie Herausforderungen beim Wandern?**

Nein, ich nutze Wanderung in erste Linie um Zeit mit Freunden zu verbringen. Herausforderungen habe ich in meinem Alltag genug.

**Was sind die Kriterien, nach denen Sie entscheiden, ob eine Tour für Sie gut bewältigbar ist? Was schauen Sie sich genau an?**

Ich entscheide spontan, wichtig sind Tagestouren und ohne Klettersteige, da ich nicht schwindelfrei bin.

**Haben Sie das Gefühl, dass der Konsum von online Medien, Inhalte und Applikationen Ihnen bei der Risikobewertung einer Wandertour hilft?**

Ja, wenn ich so was anschauen um mich über das Risiko zu informieren dann denke ich schon, dass es mir hilft. Aber ich mache so etwas nie.

**Haben Sie das Gefühl, durch die Verwendung dieser online Medien, Inhalte und Applikationen bessere Entscheidungen zu treffen?**

Ich denke, dass Entscheidungen schon besser sind wenn man sich vorher an verschiedenen Stellen informiert.

**Fühlen Sie sich durch das Heranziehen dieser online Medien, Inhalte und Applikationen besser informiert?**

Wenn man sich online informiert, dann ist man bestimmt besser informiert als wenn man sich gar nicht informiert. Aber ob online besser ist als offline, kann ich nicht beurteilen.

**Gibt Ihnen der Konsum dieser Medien, Inhalte und Applikationen ein gewisses Sicherheitsgefühl?**

Ja, schon.

**Haben Sie das Gefühl, dass sie die Fülle an Inhalten dazu verleitet, eher risikoreichere Wandertouren zu wählen?**



115 Nein, das wäre schon ziemlich dumm, wenn ich mich zuerst informiere um dann eine falsche Entscheidung zu  
116 treffen.  
117

---

### 118 Nicht korrekte Risikobewertung

119  
120 **Haben Sie schon einmal das Risiko einer Wandertour falsch eingeschätzt? Wie kam es dazu?**

121 Nein, die Wanderungen die ich mache sind nicht mit Risiko verbunden.  
122

123 **Haben Ihnen zu dem Zeitpunkt Online-Inhalte oder Apps weitergeholfen?**

124 Ich war noch nie in so einer Situation.  
125

126 **Haben Sie jemals Unterstützung von der Bergrettung benötigt?**

127 Nein.  
128

---

### 129 Statistische Fragen

130  
131 **Sind sie weiblich oder männlich?** ☐ weiblich ☒ männlich  
132

133 **Wie alt sind Sie?**

134 58  
135

136 **Nutzen Sie gerne elektronische Geräte?**

137 Ja  
138

139 **Fällt es Ihnen leicht, sich mit einer neuen Applikation/Software (ohne Bedienungsanleitung)**  
140 **zurechtzufinden?**

141 Es kommt drauf an aber meistens schon.  
142

143 **Probieren Sie gerne neue Geräte und Applikationen aus?**

144 Ja  
145

146 **Wie viele Stunden verbringen Sie geschätzt pro Tag im Internet?**

147 2 Stunden.

## **B Noch ein Anhang**

# Quellenverzeichnis

## Akehurst

AKEHURST, Gary: User Generated Content: the Use of Blogs for Tourism Organisations and Tourism Consumers. (zitiert auf den Seiten 8 und 9).

## Österreichisches Kuratorium für Alpine Sicherheit

ALPINE SICHERHEIT Österreichisches Kuratorium f.: *Alpinunfälle in Österreich 2017, Berichtszeitraum: 01.01. bis 31.12.2017* (zitiert auf Seite 2).

## Anja Ebersbach

ANJA EBERSBACH, Markus Glaser und Richard H.: *Soial Web*. 3. Auflage. UVK Verlagsgesellschaft mbH. – ISBN 978–3–8252–3933–6 (zitiert auf Seite 6).

## Austria

AUSTRIA, Mobile Marketing A.: *Mobile-Marketing-Studie: Österreicher interagieren mit ihrem Mobiltelefon bereits mehr als drei Stunden pro Tag*. <https://www.mmaaustria.at/single-post/2017/10/18/Mobile-Marketing-Studie-Österreicher-interagieren-mit-ihrem-Mobiltelefon-bereits-mehr-als-drei-Stunden-pro-Tag> (zitiert auf Seite 1).

## Chen et al.

CHEN, Jianqing ; XU, Hong ; WHINSTON, Andrew B.: Moderated Online Communities and Quality of User-Generated Content. 28:2 (zitiert auf den Seiten 7 und 9).

## Cormode und Krishnamurthy 2008

CORMODE, Graham ; KRISHNAMURTHY, Balachander: Key differences between Web 1.0 and Web 2.0. In: *First Monday* 13 (2008), Nr. 6. <http://dx.doi.org/10.5210/fm.v13i6.2125>. – DOI 10.5210/fm.v13i6.2125. – ISSN 13960466 (zitiert auf Seite 5).

## Cox et al.

COX, Carmen ; BURGESS, Stephen ; SELLITTO, Carmine ; BUULTJENS, Jeremy: The Role of User-Generated Content in Tourists' Travel Planning Behavior. 18:8 (zitiert auf Seite 7).

---

**Daugherty et al.**

DAUGHERTY, Terry ; EASTIN, Matthew S. ; BRIGHT, Laura: Exploring Consumer Motivations for Creating User-Generated Content. (zitiert auf Seite 7).

**Gläser und Laudel**

GLÄSER, Jochen ; LAUDEL, Grit: *Experteninterviews und qualitative Inhaltsanalyse als Instrumente rekonstruierender Untersuchungen*. VS Verlag für Sozialwissenschaften (zitiert auf Seite 15).

**Griesbaum**

GRIESBAUM, Joachim: Social Web: Überblick, Einordnung, informationswissenschaftliche Perspektiven. (zitiert auf Seite 6).

**Kaiser**

KAISER, Robert: *Qualitative Experteninterviews - Konzeptionelle Grundlagen und praktische Durchführung*. Springer VS. – ISBN 978–3–658–02478–9 (zitiert auf den Seiten 14, 15 und 16).

**Kaplan und Haelein**

KAPLAN, Andreas M. ; HAELEIN, Michael: Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. (nicht zitiert).

**Kietzman et al.**

KIETZMAN, J.H. ; HERMKENS, K. ; MCCARTHY, I.P. ; SILVERSTONE, B.S.: Social Media? Get Serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media. (nicht zitiert).

**Kruse**

KRUSE, Jan: *Qualitative Interviewforschung - Ein integrativer Ansatz*. Beltz Juventa. – ISBN 978–3–7799–2901–7 (zitiert auf Seite 13).

**Lamnek**

LAMNEK, Siegfried: *Qualitative Sozialforschung*. 5. Auflage (zitiert auf den Seiten 18 und 19).

**Mayer**

MAYER, Horst O.: *Interview und schriftliche Befragung - Grundlagen und Methoden empirischer Sozialforschung*. Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH (zitiert auf den Seiten 15, 17 und 18).

**Mayring**

MAYRING, Philipp: *Qualitative Inhaltsanalyse: Grundlagen und Techniken*. Beltz Verlag (zitiert auf Seite 14).

---

**Morrison et al.**

MORRISON, Margaret A. ; CHEONG, Hyuk J. ; MCMILLAN, Sally J.: Posting, Lurking, and Networking: Behaviors and Characteristics of Consumers in the Context of User-Generated Content. 13:2 (zitiert auf den Seiten 7 und 8).

**Obar und Wildman**

OBAR, Jonathan A. ; WILDMAN, Steve: Social Media Definiton and the Governance Challenge: An Introduction to the Special Issue. (zitiert auf Seite 6).

**O'Reilly**

O'REILLY, Tim: What Is Web 2.0 - Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html> (zitiert auf den Seiten 1 und 5).

**Panke**

PANKE, Stephanie: *Unterwegs im Web 2.0: Charakteristiken und Potenziale*. <https://www.e-teaching.org/didaktik/theorie/informelleslernen/Web2.pdf> (zitiert auf Seite 6).

**Poch und Martin**

POCH, Rebecca ; MARTIN, Brett: Effects of Intrinistic and Extrinistic Motivation on User-Generated Content. (zitiert auf Seite 8).

**Przyborski und Wohlrab-Sahr**

PRZYBORSKI, Aglaja ; WOHLRAB-SAHR, Monika ; N. BAUR, J. B. (Hrsg.): *Forschungsdesigns für die qualitative Sozialforschung - Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung*. – ISBN 978-3-531-17809-7 (zitiert auf Seite 14).

**Ramirez et al.**

RAMIREZ, Edward ; GAU, Roland ; HADJIMARCOU, John ; XU, Zhenning (.: User-Generated Content as Word-of-Mouth. (zitiert auf Seite 8).

**statcounter**

STATCOUNTER: *Mobile Operating System Market Share Worldwide*. <http://gs.statcounter.com/os-market-share/mobile/worldwide> (zitiert auf Seite 10).

**Österreichische Webanalyse**

WEBANALYSE Österreichische: *Anteile der genutzten mobilen Betriebssysteme in Österreich von Dezember 2015 bis März 2018*. <https://de.statista.com/bibproxy.fh-kufstein.ac.at/statistik/daten/studie/303829/umfrage/genutzte-mobile-betriebssysteme-in-oesterreich/> (zitiert auf Seite 10).

---

**Wessler**

WESSLER, Markus: *Entscheidungstheorie - Von der klassischen Spieltheorie zur Anwendung kooperativer Konzepte* (zitiert auf Seite 11).