

Masterarbeit

Die Integration von Waldbaden im österreichischen Tourismussektor: Eine Analyse regionaler Unterschiede und Erfolgsfaktoren

verfasst von

Magdalena PHILIPP-ILLÉS, BSc

im Rahmen des Masterstudiums

Umwelt- und Bioressourcenmanagement

zur Erlangung des akademischen Grades

Diplom-Ingenieurin

Wien, April 2026

Betreut von

Assoc. Prof. Dr. Arne Arnberger
Institut für Landschaftsentwicklung, Erholungs-
und Naturschutzplanung
Universität für Bodenkultur Wien

**Die Integration von Waldbaden im
österreichischen
Tourismussektor: Eine Analyse regionaler
Unterschiede und Erfolgsfaktoren**

Verfasst von Magdalena PHILIPP-ILLÈS



Eidesstattliche Erklärung

Ich versichere an Eides statt, dass ich diese Masterarbeit selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel verwendet habe. Alle Gedanken, die im Wortlaut oder in grundlegenden Inhalten aus unveröffentlichten Texten oder aus veröffentlichter Literatur übernommen, oder mit künstlicher Intelligenz generiert wurden, sind ordnungsgemäß gekennzeichnet, zitiert und mit genauer Quellenangabe versehen.

Die vorliegende Arbeit wurde bisher weder ganz noch teilweise in gleicher oder ähnlicher Form an einer Bildungseinrichtung als Voraussetzung für den Erwerb eines akademischen Grades eingereicht. Sie entspricht vollumfänglich den Leitlinien der Wissenschaftlichen Integrität und den Richtlinien der Guten Wissenschaftlichen Praxis.

Wien, 24.03.2026

Magdalena PHILIPP-ILLÉS (eigenhändig)

Diese Masterarbeit ist den Wäldern gewidmet.

*Ich machte einen Spaziergang im Wald und kam größer als die Bäume
heraus.*

Henry David Thoreau, Waldensee, 1854

Danksagung

Ich möchte mich bei all jenen bedanken, die mich während meiner Masterarbeit unterstützt und motiviert haben. Mein besonderer Dank gilt Assoc. Prof. Dr. Arne Arnberger für die Betreuung und Begutachtung dieser Arbeit sowie für die hilfreichen Anregungen und den wertvollen wissenschaftlichen Austausch. Ebenso danke ich Dominik Mühlberger für die fachlichen Impulse und spannenden Einblicke, die er mit mir geteilt hat.

Ein herzlicher Dank gilt allen Interviewpartner*innen, ohne deren Offenheit und Informationsbereitschaft diese Arbeit nicht hätte entstehen können. Vielen Dank für das Vertrauen und die bereichernden Beiträge zu meinen Fragen.

Für das sorgfältige Korrekturlesen möchte ich mich herzlich bei Sophie Schwartz bedanken.

Ein besonderer Dank gilt meinem Ehemann Oliver Illés- für die unzähligen Gespräche, sein offenes Ohr und den Rückhalt, den er mir gegeben hat. Abschließend danke ich meiner Familie, die mich während meines Studiums bedingungslos unterstützt hat.

Magdalena Philipp-Illés

Wien, 24.03.2026

Inhaltsverzeichnis

Eidesstattliche Erklärung	i
Danksagung	iv
Kurzfassung	vii
Abstract	viii
1 Einleitung	1
2 Diffusion von Innovationen	4
2.1 Begriffsbestimmung und theoretische Grundlagen.....	4
2.2 Theoretische Grundlagen der Adoptionsbereitschaft.....	6
2.2.1 Die fünf Merkmale einer Innovation	7
2.2.2 Die fünf Adopterkategorien	7
2.2.3 Die Diffusionskurve	8
2.3 Der Innovationsentscheidungsprozess	9
2.4 Waldbaden im Kontext der Diffusionstheorie	10
3 Der Wald als Erholungs- und Gesundheitsraum	12
3.1 Die soziale Bedeutung des österreichischen Waldes	12
3.2 Waldmedizinische Evidenz	14
3.2.1 Attention Restoration Theory.....	14
3.2.2 Stress Recovery Theory.....	15
3.2.3 Biophilia-Hypothese	16
3.2.4 Physiologische Waldmedizin.....	16
3.2.5 Klinische Naturtherapie	17
4 Tourismus und Wald in Österreich	19
4.1 Der Wald in Österreich	19
4.2 Begriffseinordnung Erholung und Tourismus	21
4.3 Tourismus in Österreich	22
4.4 Waldbaden und LEADER in Österreich.....	24
4.5 Waldbaden-Angebote Österreichs.....	24
4.5.1 Wien und Niederösterreich	25
4.5.2 Burgenland.....	27
4.5.3 Oberösterreich.....	27
4.5.4 Salzburg.....	28
4.5.5 Steiermark	29
4.5.6 Tirol	30
4.5.7 Vorarlberg.....	31
4.5.8 Kärnten	32
4.6 Fazit der Analyse der Waldbaden-Angebote	33
5. Methodik	35
5.1. Literaturrecherche	35
5.2. Forschungsdesign der qualitativen Forschung	36
5.3. Stichprobe und Expert*innenauswahl.....	37
5.4 Datenerhebung.....	38
5.4.1. Operationalisierung des Leitfadens	38

5.4.2 Durchführung und Setting der Interviews	39
5.5 Datenauswertung und Transkription	39
5.5.1 Codierprozess und Clustering.....	40
5.5.2 Gütekriterien	40
5.5.3 Ergebnismatrix	41
6 Ergebnisse der empirischen Untersuchung	43
6.1 Quantitativer Überblick Hauptkategorie A	43
6.2 Qualitative Analyse der zentralen Themenfelder Kategorie A.....	45
6.2.1 Zusammenarbeit	45
6.2.2 Nachfrage und Marktchance	47
6.2.3 Waldbaden-Angebot.....	49
6.2.4 Waldbaden als Innovation	51
6.2.5 Zukunft des Waldbadens	53
6.2.6 Beginn von Waldbaden in der eigenen Region	56
6.2.7 Erfolgsfaktoren für die Umsetzung von Waldbaden	59
6.3 Quantitativer Überblick Hauptkategorie B	60
6.3.1 Massentourismus.....	61
6.3.2 Wording Waldbaden	62
6.3.3 Esoterik und Spiritualität.....	63
7 Diskussion.....	65
7.1 Waldbaden als Innovation	65
7.2 Qualität und Adoptionskontexte von Waldbaden.....	68
7.3 Standortanforderungen für Waldbaden.....	70
7.4 Soziale Systeme und Waldbaden.....	73
7.5 Perspektiven für Waldbaden in Österreich	75
7.6 Limitation der Arbeit.....	76
8 Conclusio	77
Literaturverzeichnis	80
Erklärung zum Einsatz von generativen KI-Tools	91
Tabellenverzeichnis	92
Abbildungsverzeichnis.....	92
Anhang A: Fragebogen	93
Anhang B: Prioritätenliste.....	95
Anhang C: Code-Analyse	96
Anhang D: Waldbaden-Angebote Bundesländer	98

Kurzfassung

Vor dem Hintergrund des Klimawandels und den Belastungen des Massentourismus gewinnen nachhaltige, naturbasierte Angebote an Bedeutung. Waldbaden gilt als gesundheitsfördernd, steht in Österreich jedoch uneinheitlichen Qualitätsstandards und Integrationshürden gegenüber. Diese Masterarbeit analysiert die Integration von Waldbaden im österreichischen Tourismus mithilfe der Diffusionstheorie nach Rogers. Untersucht wird, welche Faktoren die erfolgreiche Integration von Waldbaden als innovatives Tourismusangebot in Österreich beeinflussen. Dazu wurden sieben leitfadengestützte Expert*inneninterviews mit Waldbaden-Anbieter*innen, Tourismusverbänden, Ausbilder*innen sowie zertifizierten Waldbaden-Trainer*innen in fünf Bundesländern sowie österreichweit geführt. Die Auswertung erfolgte als qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring. Die Kategorien wurden theoriegeleitet entlang der Diffusionstheorie von Innovationen entwickelt und ausdifferenziert (MAXQDA). Die Ergebnisse zeigen: Waldbaden wird vorrangig im Kontext des Gesundheitstourismus verankert. Erfolgsfaktoren sind, im Sinne Rogers' (i) relativer Vorteil durch evidenzbasierte, klare Kommunikation gesundheitlicher Wirkungen, (ii) Kompatibilität durch passendes Zielgruppen-Framing, (iii) geringe wahrgenommene Komplexität durch hohe Qualifikations- und Ausbildungsstandards, sowie (iv) erhöhte Erprob- und Beobachtbarkeit durch Pilotformate und Einbettung in bestehende Strukturen. Hemmnisse sind unklare Begriffsverständnisse, Vorbehalte sowie uneinheitliche Qualitätsleitlinien. Daraus resultieren praxisnahe Handlungsempfehlungen für Anbieter*innen und Destinationen zur qualitätsgesicherten Implementierung von Waldbaden im nachhaltigen Tourismus. Der Markt befindet sich im Übergang vom frühen zum späten Early-Adopter-Stadium; stärkere medizinische Einbindung und Kombinationen mit komplementären Formaten können die Adoption beschleunigen und Unsicherheiten reduzieren.

Abstract

In the context of climate change and destructive overtourism more sustainable and natural alternatives are becoming increasingly attractive. The concept of forest bathing represents such an alternative. Although considered highly beneficial for health, it is a comparatively novel concept in Austrian tourism and characterised by inconsistent quality standards as well as a lack of integration into existing frameworks. This master's thesis analyses the adoption of forest bathing in Austrian tourism using E.M. Rogers Diffusion Theory and analyses what factors contribute to its success. For this purpose seven experts (forest bathing providers, certified trainers as well as representatives of tourism associations, operating across Austria) were consulted in semi-structured interviews. These were then analysed using qualitative methods according to P. Mayring using qualitative analysis software (MAXQDA) as well as analytical categories deriving from innovation theory. The results show that forest bathing is primarily offered in the context of health and wellness tourism. The success factors this thesis identified were (i) a relative advantage in terms of clear and evidence-based communication of health benefits, (ii) compatibility due to appropriate framing for target groups, (iii) perception of low complexity due to a high standard of qualification and training, as well as (iv) heightened visibility thanks to pilot projects and embeddedness in existing structures. The main obstacles identified were (i) unclear terminology, (ii) misgivings and (iii) inconsistent quality standards. Based on these findings, practical recommendations for providers and destinations regarding the quality-assured implementation of forest bathing in sustainable tourism can be derived. The market is currently transitioning from a nascent state to a more mature early-adopter stage; a stronger medical focus and integration into complementary frameworks can speed up adoption and reduce uncertainties.

.

1 Einleitung

Der österreichische Tourismus steht an einem Wendepunkt. Angesichts der ökologischen Grenzen des Massentourismus und der sich verschärfenden Klimakrise sind neue, nachhaltige Modelle gefragt. Der Klimawandel beeinflusst touristische Aktivitäten (Bischof et al., 2017) und fungiert somit als entscheidender Treiber einer strategischen Neuausrichtung der gesamten Branche, da er die strukturellen Rahmenbedingungen des Tourismus nachhaltig verändert. Klimatische Bedingungen zählen zu den wichtigsten Einflussfaktoren für die Attraktivität touristischer Destinationen und können daher die touristische Nachfrage maßgeblich beeinflussen (Hamilton, 2003). Insbesondere ist eine deutliche Zunahme von Extremwetterereignissen zu beobachten, die für den Tourismussektor erhebliche Konsequenzen bedeuten: Schneemangel auf den Skipisten, ein erhöhtes Aufkommen von Stechmücken und Zecken sowie eine Abnahme der Luftqualität (Lindner, 2022). Über den Wintersport hinaus sieht sich zunehmend auch der Städtetourismus mit klimatischen Herausforderungen konfrontiert, wie etwa einer signifikanten Zunahme von Hitzetagen während der Sommermonate. Diese Belastung stellt ein ernst zu nehmendes Gesundheitsrisiko für vulnerable Gästegruppen dar, insbesondere für Kinder, ältere Menschen sowie Personen mit gesundheitlichen Vorbelastungen (Leal Filho, 2022). Die Verfügbarkeit von kühlen, naturnahen Rückzugsräumen gewinnt an Bedeutung für die touristische Attraktivität einer Region. In diesem Spannungsfeld zwischen klimatischer Belastung und dem Bedürfnis nach gesundheitlicher Regeneration kann der Wald als resilientes Ökosystem eine bedeutende Rolle im Tourismus spielen. Das Konzept des Waldbadens mit gezielten Techniken zur Stressprävention ist ein innovatives Angebot, das optimal zu zukünftigen Tourismusbedingungen passt (Farkic et al., 2021).

In Europa hat sich ein Trend etabliert, der die gesundheitsfördernden Effekte der Erholungswirkung des Waldes nutzt: das Waldbaden. In Japan wird die Praxis „Shinrin Yoku“ genannt und beschreibt den bewussten Aufenthalt im Wald und seine positiven Auswirkungen auf den Menschen, also das Erfahren der Umgebung mit allen Sinnesorganen (Japan National Tourism Organization, o.D.). Während Waldbaden in Japan bereits ein integrierter Bestandteil des Gesundheitssystems ist, findet es in Europa zunehmende Verbreitung (Föhn, 2022). Die Relevanz des Waldbadens resultiert maßgeblich aus den krisenhaften Begleiterscheinungen der modernen Lebensführung. In einer zunehmend digitalisierten und beschleunigten Gesellschaft ist der Alltag vieler Menschen von permanenter Erreichbarkeit, urbaner Reizüberflutung und einer fortschreitenden Entfremdung von natürlichen Rhythmen geprägt (Naturfreunde Internationale, 2015).

Die Umwelt, in der sich der Mensch befindet, beeinflusst das psychische und physische Wohlbefinden; Naturerfahrungen haben hierbei eine gesundheitsstiftende Wirkung (Lirsch, 2020).

Der Wald wird hier zum notwendigen Gegenraum des technischen Alltags. Waldbaden adressiert dieses Bedürfnis nach einer Rückbesinnung auf das Analoge und Sinnliche. Es bietet einen niederschweligen Zugang zur Stressprävention, bei dem das bewusste Wahrnehmen der Waldatmosphäre als Korrektiv zur digitalen Überforderung dient (Denche-Zamorano et al., 2024). Für den Tourismus gibt es ein wachsendes Interesse an naturbasierten gesundheitstouristischen Angeboten, das ein Umdenken im Gesundheitssystem fördert (Mosedale, 2019).

Dieses neue touristische Selbstverständnis bettet das Konzept des Waldbadens ideal ein: Es bedient die wachsende Sehnsucht nach authentischen, klimaschonenden Naturerlebnissen und bietet gleichzeitig eine Antwort auf die steigende psychische Belastung in der Gesellschaft (Buckley & Cooper, 2022). Im österreichischen Tourismus verläuft die Adoption dieses Angebots jedoch nicht linear. In den verschiedenen Regionen Österreichs unterscheidet sich das Waldbaden-Angebot sowohl in seinen Ausrichtungen als auch in seinem Integrationsstatus. Die vorliegende Arbeit nutzt die Diffusionstheorie von Everett M. Rogers (2003), um diesen Prozess zu durchleuchten. Es stellt sich die Frage, welche spezifischen Erfolgsfaktoren die Ausbreitung von Innovationen fördern und welche Barrieren die Integration bislang schwächen. Dabei wird Waldbaden nicht als isoliertes Produkt, sondern als touristische Innovation betrachtet. Die Diffusionstheorie von Rogers (2003) beschreibt den Prozess, in dem Innovationen über bestimmte Kommunikationskanäle im Zeitverlauf innerhalb eines sozialen Systems verbreitet werden (Karnowski & Kümpel, 2016).

Ziel dieser Masterarbeit ist es, im Kontext der Diffusionstheorie nach Rogers (2003) zu untersuchen, wie das Konzept Waldbaden sich als innovative Praxis im österreichischen Tourismussektor entwickelt hat und welches Potenzial dieser Bereich birgt. Dabei soll analysiert werden, welche Faktoren die Umsetzung in den österreichischen Regionen begünstigen oder hemmen können. Daraus bildet sich folgende Forschungsfrage:

„Welche Faktoren beeinflussen die erfolgreiche Integration von Waldbaden als innovatives Tourismusangebot in Österreich?“

Das Phänomen Waldbaden wird systematisch im österreichischen Kontext erfasst und analysiert. Waldbaden hat in den letzten Jahren zunehmend an Bekanntheit in Österreich gewonnen, daher sollen seine Verbreitung und Etablierung im österreichischen Tourismussektor ebenfalls untersucht werden. Es besteht das Erkenntnisinteresse zu verstehen, wie sich

Waldbaden als innovative Praxis im Sinne der Diffusionstheorie entwickelt hat. Auf Basis der qualitativen Untersuchung mittels Expert*inneninterviews werden zentrale Erkenntnisse gewonnen und in einem theoretischen Bezugsrahmen eingeordnet. Die systematische Aufarbeitung dieser Perspektiven schafft eine Grundlage für zukünftige tourismusstrategische Entwicklungen und ermöglicht dadurch eine Einschätzung des Potenzials naturbasierter Tourismusangebote in Österreich.

Um eine umfassende Beantwortung der Forschungsfrage zu gewährleisten, folgt die vorliegende Arbeit einem zweistufigen empirischen Forschungsdesign. Im ersten Schritt wird eine systematische Bestandsaufnahme der aktuellen Waldbaden-Angebote in den österreichischen Bundesländern durchgeführt. Diese quantitative Annäherung dient dazu, die regionale Diffusionsdichte sowie strukturelle Unterschiede im bestehenden Angebot aufzuzeigen. Darauf aufbauend wird im zweiten, qualitativen Forschungsschritt eine Serie von leitfadengestützten Expert*inneninterviews mit Akteur*innen aus dem Tourismussektor durchgeführt. Dieser methodische Zugang ermöglicht es, tieferliegende Erfolgsfaktoren sowie Barrieren im Adoptionsprozess zu identifizieren, die über rein statistische Daten nicht erfassbar sind. Die Verknüpfung dieser beiden Ebenen bildet eine ganzheitliche Analyse der Integration von Waldbaden in den österreichischen Tourismussektor.

In *Kapitel 2* der Arbeit wird die Diffusionstheorie dargestellt und die Innovationsdiffusion definiert. Ziel des Kapitels ist das Verständnis der Theorie sowie des Innovations-Entscheidungsprozesses nach Rogers (2003) zu vermitteln. Außerdem wird Waldbaden in Bezug auf die Diffusionstheorie eingeordnet. *Kapitel 3* behandelt den Wald als Erholungs- und Gesundheitsraum, wobei die soziale Bedeutung des Waldes als auch die waldmedizinischen Evidenzen bekannter Theorien dargestellt werden. *Kapitel 4* beschreibt den Tourismus und Wald in Österreich und ordnet die Begriffe Erholung und Tourismus ein. Darüber hinaus wird die Rolle von Wald und Tourismus in Österreich erläutert, wobei bereits bestehende Waldbaden- Angebote in den österreichischen Bundesländern aufgezeigt werden. In *Kapitel 5* wird die Methodik der Arbeit beschrieben. Diese beinhaltet die Literaturrecherche, das Forschungsdesign der qualitativen Forschung sowie die Expert*innenauswahl. Die Datenerhebung und die Datenauswertung werden ebenfalls systematisch erläutert. *Kapitel 6* präsentiert die Ergebnisse der empirischen Untersuchung. Es erfolgt ein qualitativer Überblick sowie eine Darstellung und Analyse der zentralen Themenfelder der Befragung. *Kapitel 7* beinhaltet die Diskussion der Ergebnisse während in *Kapitel 8* Fazit und Perspektiven dargestellt werden.

2 Diffusion von Innovationen

Innovationen, sind die treibende Kraft der gesellschaftlichen Transformation und prägen maßgeblich die Nutzung der Umwelt (Howaldt, 2019). In einer von fortschreitender Urbanisierung und einem vorherrschenden digitalen Lebensstil geprägten Zeit wird das Bedürfnis nach authentischer, natürlicher Regeneration immer stärker. Naturnahe Praktiken entwickeln sich dadurch zu zentralen sozialen Innovationen (Cox et al., 2018). Der Gesundheitsort Wald wird in Österreich immer relevanter. Waldbaden zeichnet sich dabei als ein aufkommender Gesundheitstrend ab und birgt im regionalen Gesundheitstourismus Österreichs große Chancen für einen nachhaltigen Tourismus (BFW, 2021). Die Diffusionstheorie, vor allem das Werk *Diffusion of Innovations*, von Rogers (2003), bietet dabei den entscheidenden theoretischen Rahmen, um zu analysieren, wie die Rückbesinnung auf die Natur den Weg zu einem globalen Trend im Wellness- und Gesundheitstourismus gefunden hat.

Das folgende Kapitel beginnt mit der Definition zentraler Begriffe der Diffusionstheorie sowie mit der Darstellung theoretischer Grundlagen. Danach werden die Kernkonzepte, einschließlich der Adopterkategorien und der Innovationsmerkmale dargelegt. Im Anschluss wird der Innovationsentscheidungsprozess mit den fünf Phasen, von der Wissensaneignung bis zur Bestätigung, dargestellt. Anschließend werden die Barrieren und Hemmfaktoren der Diffusion behandelt; das Kapitel schließt mit der Einordnung des Waldbadens in den theoretischen Rahmen der Innovationsdiffusion.

2.1 Begriffsbestimmung und theoretische Grundlagen

Die Diffusionsforschung untersucht, wie sich Innovationen in einem sozialen System verbreiten und welche Faktoren dabei eine Rolle spielen (Green et al., 2009). Rogers (2003) definiert die Diffusion von Innovationen als einen Prozess, bei dem Innovationen über verschiedene Kanäle im Laufe der Zeit an die Mitglieder eines sozialen Systems kommuniziert werden. Der Kommunikationsprozess ist hierbei ein zentraler Bestandteil, da die Verbreitung der Innovation direkt und indirekt durch interpersonelle Kommunikation beeinflusst wird. Die Untersuchung erfolgt auf der Mikroebene des Individuums sowie auf der Makroebene als Verbreitungsprozess in einem sozialen System; es gibt somit sowohl einen zeitlichen als auch einen sozialen Prozess, den die Innovation durchlaufen muss. Die Diffusionstheorie als sozialwissenschaftliches Modell befasst sich mit der Frage, warum und in welcher Geschwindigkeit sich neue Ideen, Produkte, Technologien oder Verhaltensweisen in einer Gesellschaft verbreiten (Stone, 2023).

In Rogers Werk *Diffusion of Innovations* (2003) wird die Diffusion als ein Prozess beschrieben, in dem Innovationen im Laufe der Zeit über verschiedene Kanäle an Mitglieder eines sozialen Systems kommuniziert werden. Nach dieser Definition gibt es vier Kernelemente, die den Prozess prägen (Rogers, 2003):

Innovation ist eine Idee oder eine Praxis, die von einer Person als neu wahrgenommen wird. Auslöser neuer Ideen. Nach der aktuellen OECD-Definition bezeichnet eine Innovation ein neues oder wesentlich verbessertes Produkt oder einen neuen oder wesentlich verbesserten Prozess, der sich deutlich von bisherigen Produkten oder Prozessen unterscheidet und entweder am Markt eingeführt oder innerhalb einer Organisation implementiert wurde (OECD 2018; Müller et al., 2022). Einer Innovation können bestimmte Eigenschaften zugeschrieben werden; je nach Wahrnehmung dieser Eigenschaften entscheidet sich, wie schnell oder langsam sie akzeptiert wird. Definiert werden nach Rogers (2003) fünf Merkmale: (i) relativer Vorteil, (ii) Kompatibilität, (iii) Komplexität, (iv) Erprobbarkeit und (v) Beobachtbarkeit. Von einer „Reinvention“ wird dann gesprochen, wenn eine Innovation im Zuge des Akzeptanzprozesses durch die Nutzer*innen verändert oder modifiziert wird.

Kommunikationskanäle übermitteln Botschaften als Medium von einer Person zur anderen. Zwischenmenschliche Kanäle können effektiver darin sein, Einstellungen gegenüber einer neuen Idee zu formen und zu verändern. Damit haben sie einen potenziell größeren Einfluss darauf, ob eine neue Idee abgelehnt oder angenommen wird (Mazzarol et al., 2011). Rogers betont hierbei auch, dass diese Bewertung oft nicht auf einer wissenschaftlichen Forschungsgrundlage von Expert*innen basiert, sondern anhand subjektiver Einschätzungen durch nahestehende Personen, welche bereits die Innovation angenommen haben. Diese Personen spielen eine Vorbildrolle und ihr Innovationsverhalten wird von ihrem Umfeld tendenziell nachgeahmt.

Zeit spielt eine zentrale Rolle in den drei Bereichen der Diffusionstheorie nach Rogers: im Innovationsdiffusionsprozess, an der Innovativität und an der Adoptionsrate einer Innovation. Bei dem Innovationsentscheidungsprozess durchläuft ein Individuum unterschiedliche Phasen, vom ersten Wissen bis hin zur Meinungsbildung über eine Innovation (Sahin, 2006). Schlussendlich wird dann über eine Annahme (Adoption) oder eine Ablehnung der Innovation entschieden. Die fünf Schritte dieses Prozesses (Wissen, Überzeugung, Entscheidung, Implementierung und Bestätigung) werden im *Kapitel 2.3, Der Innovationsentscheidungsprozess*, näher erläutert.

Soziale Systeme und Meinungsführerschaft

Das soziale System definiert sich als eine Gruppe von Personen, die miteinander in einer Beziehung stehen und ein gemeinsames Ziel verfolgen. Dieses System verfügt über eine Struktur,

die dem individuellen Verhalten innerhalb des Systems Stabilität und Regelmäßigkeit verleiht (Hofbauer et al., 2005). Das System verfügt nach Rogers außerdem über eine Kommunikationsstruktur, die gemeinsam mit der sozialen Struktur die Diffusion einer Innovation fördert oder hemmt. Eine zentrale Rolle in einer sozialen Struktur spielen Normen und etablierte Verhaltensmuster innerhalb des Systems. Teil des sozialen Systems ist auch die Meinungsführerschaft. Diese wird von Rogers als der Grad definiert, in dem eine Person in der Lage ist, die Einstellung anderer Personen informell in eine gewünschte Richtung zu beeinflussen.

Der Begriff „Adoption“ kann verstanden werden, als die Entscheidung darüber, eine Innovation als das beste verfügbare Vorgehen anzusehen und diese auch zu nutzen, im Gegensatz zur Ablehnung, bei der die Entscheidung gegen eine Übernahme der Innovation getroffen wird (Sahin, 2006).

2.2 Theoretische Grundlagen der Adoptionsbereitschaft

Rogers (2003) benennt fünf Merkmale von Innovationen: (1) relativer Vorteil, (2) Kompatibilität, (3) Komplexität, (4) Erprobbarkeit und (5) Beobachtbarkeit. Sie beschreiben, wie Individuen eine Innovation wahrnehmen und tragen dazu bei, die Akzeptanzraten zu erklären. Wenn die Empfänger*innen die Innovation anhand der genannten Attribute bewerten und ihr einen größeren Vorteil, eine höhere Kompatibilität, eine bessere Erprobbarkeit, eine bessere Beobachtbarkeit und eine geringere Komplexität zuschreiben, kann die Innovation folglich schneller angenommen werden als andere Innovationen. Diese Eigenschaften sind die wichtigsten Merkmale einer Innovation und tragen dazu bei, die Akzeptanzrate zu bestimmen (Stone, 2023). Der Adoptionsverlauf einer Innovation kann in fünf Adopterkategorien eingeteilt werden. Sie stellen eine Typologie verschiedener Adopter dar, die sich hinsichtlich Persönlichkeitsmerkmalen, Kommunikationsverhalten, Adoptionszeitpunkt sowie des sozio-ökonomischen Status unterscheiden lassen (Karnowski & Kümpel, 2016). Im folgenden Kapitel werden die fünf Merkmale einer Innovation, sowie die fünf Adopterkategorien beschrieben. Zur besseren Veranschaulichung wird die Diffusionskurve ebenfalls dargestellt.

2.2.1 Die fünf Merkmale einer Innovation

Laut Rogers (2003) werden die fünf Merkmale einer Innovation wie folgt definiert:

1. Relativer Vorteil beschreibt das Ausmaß, in dem eine Innovation gegenüber einer bestehenden Lösung als besser wahrgenommen wird. Dieser kann über unterschiedliche Faktoren definiert werden (Wirtschaftlichkeit, soziales Ansehen, Komfort, Zufriedenheit). Nach Rogers ist hierbei nicht die objektive Vorteilhaftigkeit entscheidend, sondern ob eine Person die Innovation als vorteilhaft bewertet. Außerdem hat der relative Vorteil Einfluss auf die Adoptionsgeschwindigkeit der Innovation: „The greater the perceived relative advantage of an innovation, the more rapid its rate of adoption is going to be.“ (Rogers, 2003, 15).

2. Kompatibilität beschreibt das Verhältnis zwischen Anwendbarkeit und Verständlichkeit. Wenn eine Innovation mit bestehenden Werten, bisherigen Erfahrungen und den Bedürfnissen potenzieller Anwender*innen im Einklang steht, wird sie eher akzeptiert; Voraussetzung ist allerdings, dass sie zu den vorherrschenden Werten und Normen des sozialen Systems passen.

3. Komplexität beschreibt den Grad der Schwierigkeit bei Verständnis und Anwendung einer Innovation. Wenn eine Innovation vom sozialen System als schwer verständlich oder schwer anwendbar wahrgenommen wird, wird sie tendenziell langsamer adoptiert als andere Innovationen.

4. Die Erprobbarkeit einer Innovation gibt an, inwieweit diese in einem begrenzten Umfang getestet werden kann. Das ist deshalb ein relevantes Merkmal, da neue Ideen, die Schritt für Schritt ausprobiert werden können, schneller vom sozialen System angenommen werden als Innovationen, die sich nicht in Teilschritte gliedern lassen und somit nicht kleinteilig getestet werden können.

5. Beobachtbarkeit ist die Sichtbarkeit des Nutzens. Je einfacher die Ergebnisse bzw. der Erfolg einer Innovation für andere erkennbar ist, desto größer ist der Nachahmungseffekt.

2.2.2 Die fünf Adopterkategorien

Rogers (2003) unterteilt die Adoptionsbereitschaft innerhalb eines sozialen Systems in fünf Kategorien. Basierend auf dem Zeitpunkt, zu dem ein Individuum eine Neuerung, im Vergleich zu anderen Mitgliedern des sozialen Systems, annimmt, kann folgendermaßen unterschieden werden (Abb.1). Die Prozentzahlen der Adoptionskategorien stellen den Anteil der Individuen innerhalb eines abgeschlossenen sozialen Systems dar und basieren auf einer Normalverteilung, wie im Anschluss des Kapitels dargestellt wird.

Die **Innovator*innen**, die kleinste Gruppe mit 2,5 %, zeichnen sich durch eine hohe Risikobereitschaft und den Willen, Neues auszuprobieren, aus. Innovator*innen müssen Rückschläge in Kauf nehmen können und wissen, wie sie mit einem gewissen Grad an Unsicherheit hinsichtlich der Innovation umgehen. Laut Rogers sind Innovator*innen sogenannte „Gatekeepers“, die die Innovation von außen in das soziale System holen (Sahin, 2006). Die nächste Gruppe sind die **Early Adopters** (13,5 %). Sie nehmen eine Schlüsselrolle als „Meinungsführer*innen“ ein und sind bereits stärker als die Innovator*innen in das soziale System integriert. Durch eine hohe soziale Anerkennung signalisieren sie der breiten Masse die Legitimität der Innovation (Sailaja, 2020). Den Early Adopters folgt die **frühe Mehrheit** im Ausmaß von 34 %; sie entscheiden erst nach einer gewissen Beobachtungsphase, ob adoptiert werden soll. Für sie ist bei der Entscheidung der nachgewiesene Nutzen relevant (Rogers, 1983). Die **späte Mehrheit** (34 %) hat eine skeptische Haltung gegenüber Neuerungen und adoptiert oft nicht aus innerer Überzeugung, sondern aufgrund des sozialen Drucks. Diese Kategorie benötigt ein hohes Maß an Sicherheit und bewährten Standards (Sahin, 2006). Den Schluss machen die **Nachzügler*innen** (16 %): Diese werden von Rogers als stark traditionell beschrieben und zeigen ein gewisses Maß an Misstrauen gegenüber der Innovation. Hier findet die Adoption erst dann statt, wenn die Innovation bereits fast zum Standard gehört (Rogers, 2003).

2.2.3 Die Diffusionskurve

Abbildung 1 veranschaulicht den S-förmigen Verlauf der Diffusion und die zugehörigen Adopter kategorien.

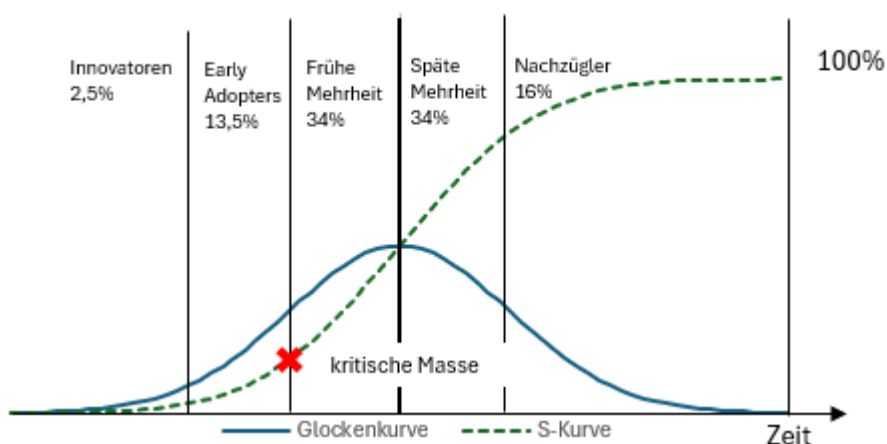


Abbildung 1: S-Kurve und Adopter kategorien. Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Rogers (2003, S. 243, 247)

Die S-Kurve der Diffusion und die Adopterkategorien nach Rogers beschreiben, wie eine Innovation in einem sozialen System im Zeitverlauf von verschiedenen Gruppen (Innovator*innen, Early Adopter, frühe und späte Mehrheit sowie Nachzügler) angenommen wird (Rogers, 2003) Der Punkt der kritischen Masse zeigt den Moment, an dem die Adoptionsrate schneller ansteigt. Ab diesem Zeitpunkt wird eine Innovation weitgehend akzeptiert und kann sich daran anschließend auch dynamisch weiterverbreiten (Karnowski & Kümpel, 2016).

2.3 Der Innovationsentscheidungsprozess

Rogers (2003) definiert in seiner Diffusionstheorie einen Innovationsentscheidungsprozess, indem ein Individuum verschiedene Phasen durchläuft, um die Unsicherheiten über die erwarteten Konsequenzen einer Innovation zu verringern. Nach Durchlaufen des Entscheidungsprozesses, liegt eine Entscheidung über eine vollständige Nutzung oder eine Ablehnung der Innovation vor (Sahin, 2006).

In der ersten Phase **Wissen** erkennt ein Individuum die Existenz der Innovation und entwickelt ein Verständnis ihrer Funktionen. Zuerst gibt es das „Awareness-Wissen“, welches das Wissen des Individuums über die Existenz einer Innovation beschreibt. Das „How-To-Wissen“ entsteht, wenn das Individuum lernt, wie die Innovation anzuwenden ist. Das „Grundlagenwissen“ beschreibt grundlegende Kenntnisse zu Funktionsweisen der Innovation. Ist dieses nicht vorhanden, steigt die Wahrscheinlichkeit die Innovation falsch zu verwenden und nicht zu nutzen (Rogers, 2003).

In der zweiten Phase **Persuasion** hat das Individuum eine Einstellung gegenüber der Innovation entwickelt. Es erwägt, ob eine Übernahme oder Nichtübernahme der Innovation stattfindet. Eine positive Einstellung der Innovation gegenüber bedeutet allerdings nicht gleichzeitig, dass diese auch adoptiert wird (Rogers, 2003).

Die dritte Phase beschreibt die **Entscheidungsfindung**, also ob die Innovation nun tatsächlich angenommen oder abgelehnt wird. Nach Rogers wird zwischen zwei Formen, der „aktiven Ablehnung“ und der „passiven Ablehnung“, unterschieden. Bei der „aktiven Ablehnung“ findet ein Prozess der bewussten Abwägung statt, bei der „passiven Ablehnung“ hat das Individuum die Adoption nicht erwogen (Rogers, 2003).

Die vierte Phase beschreibt die **Implementierung**. Das Individuum setzt in dieser Phase die Innovation aktiv ein. Ein weiterer Aspekt ist auch die „Reinvention“: Beschrieben wird damit das Phänomen, dass eine Innovation im Zuge der Adoption und Implementierung durch die

Nutzer*innen verändert wird, was den dynamischen Charakter des Diffusionsprozesses verdeutlicht (Rogers, 2003).

In der letzten Phase, der fünften Phase **Bestätigung**, sucht das Individuum Bestätigung dafür, eine richtige Entscheidung (Ablehnung oder Adoption) getroffen zu haben (Rogers, 2003). Hierbei sucht das Individuum eher Unterstützung als Kritik zur Bestätigung seiner Entscheidung (Sahin, 2006).

Die Diffusionstheorie von Rogers ist in der Literatur weit verbreitet und nicht frei von Kritik. Es wird unter anderem auf einen sogenannten „Pro-Innovation Bias“ hingewiesen, wonach die Annahme besteht, dass Innovationen grundsätzlich gewünscht werden und sich idealerweise im sozialen System verbreiten sollten (El Maalouf & Bahemia, 2026).

2.4 Waldbaden im Kontext der Diffusionstheorie

Als eine innovative Methode zur Gesundheitsförderung kann auch „Shinrin Yoku“, also Waldbaden, betrachtet werden (Föhn, 2022). Das Verständnis der unterschiedlichen Phasen der Diffusionstheorie ist für die Akzeptanz und die Implementierung des Waldbadens von zentraler Bedeutung. Dazu gehört die Identifizierung von Innovator*innen, die als Erste die Vorteile des Waldbadens erkannt haben, sowie Personen oder Institutionen, die Waldbaden bereits praktizieren (Zhang et al., 2015). Für diese Arbeit ist relevant, wie Waldbaden umgesetzt wird sowie die Analyse der Adoptionsrate, die aufzeigen soll, wie schnell und in welchem Umfang Waldbaden Eingang in die Praxis gefunden hat.

Um die Integration von Waldbaden in Österreich systematisch zu untersuchen, ist es zielführend eine theoretische Einordnung in das Diffusionsmodell nach Rogers (2003) vorzunehmen. In dieser Arbeit wird Waldbaden als gesundheitliche und touristische Innovation konzeptualisiert, die im westlichen Gesundheitssystem um Anerkennung und Adoption wirbt. Für das Waldbaden lassen sich die fünf Innovationsmerkmale mit den praktischen Wirkungen des Waldbadens verknüpfen: Wird der relative Vorteil von Waldbaden gegenüber urbanen Erholungsformen betrachtet, ergibt sich dieser aus evidenzbasierten gesundheitlichen Effekten, wie sie etwa durch die *Attention Restoration Theory* von Kaplan (1995) oder der *Stress Recovery Theory* von Ulrich (1984) begründet werden. Die gesundheitlichen Vorteile wie Stressreduktion oder Erholungseffekte stellen den wahrgenommenen Nutzen dar. Waldbaden hat eine hohe Kompatibilität in Österreich, da ein Waldbesuch sehr niederschwellig durchführbar ist. Die Wälder in Österreich sind für Erholungszwecke frei zugänglich und Österreich verfügt über einen großen Wald- und Naturraum (BFW, 2025); die Erprobbarkeit ist dementsprechend als hoch einzustufen. Die

Komplexität weist allerdings ein Ambivalent auf: die praktische Durchführung ist einfach, jedoch sind die zugrunde liegenden biologischen Hintergründe (z.B. Anstieg natürlicher Killerzellen im Körper und der damit zusammenhängenden Immunstärkung oder die Wirkung von Terpenen) nach Qing Li (2010) oft schwer greifbar. Die subjektive psychische Entspannung durch Waldbaden verläuft auf individueller Ebene und ist nicht direkt beobachtbar, allerdings machen klinische Studien und systematische Reviews dieser Effekte objektiver Gesundheitswirkungen sichtbar (vgl. Qiu et al., 2023).

Die Untersuchung dieser Arbeit soll zeigen, auf welche Weise Waldbaden der breiten Öffentlichkeit in Bezug auf den Tourismussektor zugänglich gemacht wird und welche Hindernisse und Erfolgsfaktoren sich daraus ergeben. Genauer soll die Arbeit analysieren, in welcher Phase des Adoptionsprozesses sich Waldbaden in Österreich gerade befindet und welche Faktoren zur Integration von Waldbaden beitragen sowie welche sie hindern.

3 Der Wald als Erholungs- und Gesundheitsraum

In diesem Kapitel wird der Wald aus zwei Perspektiven beleuchtet. Im *Kapitel 3.1. Die soziale Bedeutung vom Wald in Österreich* wird ein Blick auf den Wald als Erholungs- und Wohlfühlraum geworfen und es wird beschrieben, welchen sozialen Mehrwert der Wald in Österreich leisten kann. Im *Kapitel 3.2. Waldmedizinische Evidenz* werden zentrale Theorien dargestellt, die die positiven gesundheitlichen Auswirkungen des Waldbadens auf den Menschen belegen. Dies soll einen Überblick über die soziale Bedeutung des Waldes in Österreich bieten und zentrale wissenschaftliche Erkenntnisse zu seiner gesundheitlichen Wirkung, insbesondere in Verbindung mit Waldbaden zusammenfassen.

3.1 Die soziale Bedeutung des österreichischen Waldes

Der Wald hat eine große Bedeutung für die Gesellschaft, auch in gesundheitlicher Hinsicht. So wird der Bedarf nach Grünräumen zur Erholung immer größer (Sallmannshofer, 2017). Er erfüllt verschiedene Funktionen und dient als Erholungsgebiet, Wirtschaftsfaktor sowie Naturraum (FVA, o.D.). Um ein besseres Verständnis zu erlangen, warum der Wald eine große Bedeutung in der Bevölkerung und bei der menschlichen Gesundheit hat, ist eine begriffliche Präzisierung sinnvoll. Der Duden definiert das Wort „Erholung“ wie folgt als: „das Zurückgewinnen von Gesundheit und Leistungsfähigkeit“ (Duden online, o.D.). Gemäß § 36 Abs 1 des „Bundesgesetz über das Forstwesen“ (BGBl 440/1975 idF BGBl I 144/2023; im Folgenden kurz: „Forstgesetz 1975“) zählt die Erholungswirkung neben der Nutz-, Schutz- und Wohlfahrtswirkung zu den gesetzlich definierten Waldfunktionen. Das Betreten des Waldes ist demnach zu Erholungszwecken zulässig. Der Wald ist somit rechtlich Erholungsraum im öffentlichen Interesse (vgl. § 36 Forstgesetz 1975). Der Wald ist nicht nur Naturraum, sondern gilt in Österreich auch als sozialer Infrastrukturräum, der positiv zur psychischen Gesundheit beiträgt (BFW, 2025). Klimafitte und gut erreichbare Wälder können als Erholungsräume gestaltet werden und leisten einen großen Beitrag zur öffentlichen Daseinsvorsorge, die über die individuelle Freizeitgestaltung hinausgeht (Schiesser et al., 2025). In Österreich wird die Erholungsfunktion des Waldes als zentraler Bestandteil der Forstwirtschaft angesehen.

Die Relevanz des Waldes als Erholungsgebiet ist in den letzten Jahren, insbesondere durch die Corona-Pandemie verstärkt, angestiegen und wird auch in Zukunft bestehen. Durch die natürliche Umgebung schafft der Wald einen Ausgleich zu den urbanisierten Alltagsorten, fördert das Wohlbefinden und hat positive gesundheitliche Auswirkungen auf den Menschen

(Mühlberger & Schuschnigg, 2025). Jedoch verursacht der Klimawandel zunehmende Waldschäden, die sich direkt auf die Erholungswirkung des Waldes auswirken können (BFW, 2025).

In Österreich besitzt der Wald eine ausgeprägte soziale Bedeutung, da er ein niederschwelliger, weitgehend kostenfreier Erholungsraum für die Bevölkerung ist. Das BFW und eine Studie von Ebenberger & Arnberger (2019) zeigen, dass der Besuch im Wald für viele Menschen ein fester Bestandteil des Alltags ist. Diese Aufenthalte im Wald werden mit einem Zufriedenheitsgefühl und Wohlbefinden in Verbindung gebracht (BFW, 2025). Menschen, die den Wald als Erholungsort nutzen, bevorzugen eine hohe Qualität der Waldstruktur. Dazu zählen Mischwälder, kleine Gewässer, eine üppige Bodenvegetation, Moose und Flechten, sowie Lichtungen. Als wichtiger Entscheidungsfaktor für den Besuch eines Waldgebiets wurde die Ruhe genannt. Außerdem sind die Natürlichkeit des Waldes und ein hoher Erholungswert relevant (BFW, 2025; Ebenberger & Arnberger, 2019). Beim Waldbaden steht das bewusste und entschleunigte Eintauchen in die Waldatmosphäre im Vordergrund. Hierbei spielt die Waldumgebung eine zentrale Rolle als Ort, an dem Menschen gezielt gesundheitsfördernde Effekte der Natur nutzen, wie etwa die Stärkung des Immunsystems, allgemeine Entspannung, Stresslinderung sowie Prävention gegen Burnout und Depressionen (Sallmannshofer, 2017).

Menschen gehen in den Wald, um den Alltag zurückzulassen, um sportlich aktiv zu sein, um allein zu sein oder die Natur zu genießen (Gaggermeier & Eisele, 2022). Bei einer repräsentativen Umfrage der Österreichischen Bundesforste im Jahr 2025 zur Bedeutung der Wälder für die österreichische Bevölkerung wurde festgestellt, dass die größte Bedeutung des Waldes für die Menschen die Erholungsfunktion hat. Außerdem schätzt die Bevölkerung den Wald als „grüne Lunge“ und Sauerstoffspeicher und nutzt den Wald für Bewegungsaktivitäten. Relevanz hat der Wald auch in Bezug auf den Klimawandel, da er als kühler Ort an Hitzetagen genutzt wird und als CO₂-Speicher gilt (Österreichische Bundesforste, 2025).

In den österreichischen Wäldern herrscht eine hohe Akteursdichte aus verschiedenen Bereichen wie etwa Forstwirtschaft, Jagd, Tourismus und Erholung sowie Naturschutz. Aufgrund dessen kommt es auf Österreichs Waldflächen zu einer Nutzungskonkurrenz zwischen den verschiedenen Interessengruppen und den gesellschaftlichen Ansprüchen an den Wald als Erholungsraum. Im *Österreichischen Waldbericht* des Jahres 2023 (BML, 2023) wird explizit auf die Nutzungskonflikte zwischen dem Forst- und Jagdsektor eingegangen. Genannt wird im Bericht ebenfalls der Nutzungskonflikt zwischen Erholungssuchenden und Waldbesitzer*innen. Problem hierbei ist, dass der Wald neben Erholungsraum auch ein Wirtschaftsraum ist.

Es wird bereits an Strategien gearbeitet, um diesen vorherrschenden Konflikten entgegenwirken sollen. Dazu zählen Aufklärungsarbeit, Leitfäden und Dialoge zwischen den Interessengruppen (BMLUK & BFW, 2023).

3.2 Waldmedizinische Evidenz

Waldbaden ist eine spezifische Praxis, die die Erholungswirkung des Waldes bewusst und intensiv nutzt. Durch die methodische und angeleitete Praxis werden die bereits nachgewiesenen Erholungsfunktionen des Waldes gezielt verstärkt und für die Gesundheitsförderung genutzt (Hansen et al., 2017). Das Kapitel gibt einen Überblick über die relevantesten Forschungsstudien zu den gesundheitlichen Effekten des Waldes auf den Menschen in Bezug auf das Waldbaden. Zur theoretischen Einordnung werden die Arbeiten von Stephen Kaplan zur *Attention Restoration Theory (ART)* und Roger Ulrich zur *Stress Recovery Theory (SRT)* dargestellt. Außerdem erfolgt ein kurzer Einblick in die *Biophilia-Hypothese* von Edward O. Wilson. Danach folgt eine Einordnung der physiologischen Evidenz durch die Studien von Qing Li und Yoshifumi Miyazaki und abschließend einen kurzen Überblick über die klinische Evidenz zu Waldbaden von Margaret M. Hansen.

3.2.1 Attention Restoration Theory

Im Werk *The restorative benefits of nature: towards an integrative Framework* von Stephen Kaplan aus dem Jahr 1995 wird die sogenannte *Attention Restoration Theory* vorgestellt. Sie beschäftigt sich mit der Erholung von Ermüdung der gerichteten Aufmerksamkeit und damit, welche positive Auswirkung die Natur auf diesen Prozess haben kann. Kaplan unterscheidet zwei Formen der Aufmerksamkeit: die gerichtete, fokussierte Aufmerksamkeit, die beim Arbeiten eingesetzt wird und die ungerichtete Aufmerksamkeit, die beim Erholen, bspw. bei einem Waldspaziergang, zum Einsatz kommt.

Die gerichtete Aufmerksamkeit

Diese wird eingesetzt, wenn der Mensch sich auf Aufgaben konzentrieren muss, die nicht von sich aus interessant sind. Diese Aufmerksamkeitsform erfordert eine aktive Anstrengung und damit einen hohen Ressourcenaufwand, da Ablenkungen gehemmt werden müssen. Das führt zur Ermüdung der gerichteten Aufmerksamkeit und mündet bei der Erledigung komplexer Aufgaben zu einer hohen Ablenkbarkeit, Reizbarkeit und Fehlerquote (Pham & Sanocki, 2024).

Die ungerichtete Aufmerksamkeit

Ausgleichend zur gerichteten Aufmerksamkeit gibt es laut Kaplan (1995) die ungerichtete Aufmerksamkeit. Diese wird als unwillkürlich beschrieben und mit der Faszination verglichen: ohne große Anstrengung wird ein Reiz ausgelöst, der die Aufmerksamkeit mühelos auf sich ziehen kann, wobei keine aktive Ablenkung oder Hemmung nötig ist. Es wird zwischen „weicher“ und „harter Faszination“ unterschieden, wobei die „harte Faszination“ bspw. beim Verfolgen von Autorennen ausgelöst wird, wohingegen die „weiche Faszination“ beim Betrachten natürlicher Umgebungen entsteht. Kaplan (1995) schreibt in seinem Werk, dass Stress in vielen verschiedenen Situationen aufkommen kann. Stress kann ausgelöst werden, wenn Personen müde sind, unter Druck stehen, ängstlich oder genervt sind. Wenn die Aufmerksamkeit einer Person erschöpft ist, werden Herausforderungen als überwältigend empfunden. Die gerichtete Aufmerksamkeit spielt hier eine wesentliche Rolle, da sie für ein kohärentes Leben und die Verwirklichung von Zielen relevant ist (Kaplan, 1995). Die Theorie legt nahe, dass besonders beeindruckende Ausblicke, eine artenreiche Pflanzen- und Tierwelt, faszinierende Landschaftsformen und die traditionsreiche Verbundenheit und Nähe zum Wald es Menschen ermöglicht, die aufgebrauchten kognitiven Reserven wieder aufzufüllen (vgl. Kaplan, 1995; Ebenberger & Arnberger, 2019).

3.2.2 Stress Recovery Theory

Die von Roger S. Ulrich (1984) entwickelte *Stress Recovery Theory* bietet einen zentralen Erklärungsansatz für die regenerative bzw. heilende Auswirkung der Natur auf den Menschen. In der Publikation von Ulrich et al. (1984) wurde der Einfluss der Gestaltung von Krankenhausumgebungen auf das Wohlbefinden und den Genesungsprozess von Patient*innen untersucht. Dabei wurde der Fokus auf das evidenzbasierte Design des Krankenhauses gelegt, um zu zeigen wie bspw. der Blick ins Grüne vom Krankenzimmer aus, eine wohltuende Wirkung auf die Patient*innen haben kann. Die Bedeutung der heilenden Umgebungen konnte, laut Studie, die Zufriedenheit der Patient*innen stärken und die Dauer des stationären Aufenthalts verkürzen (Ulrich et al., 1984). So konnte durch die Studie gezeigt werden, dass Naturräume eine gesundheitsfördernde Wirkung haben. Die physiologischen Erkenntnisse der Studie umfassen folgende Aspekte:

Durch den Aufenthalt in natürlichen Umgebungen sank die Muskelentspannung signifikant schneller, Naturbilder führten zur Stressreduktion und die Hautleitfähigkeit konnte sich rascher normalisieren; auch die Herzfrequenz reduzierte sich schneller. Darüber hinaus beschrieben die

Probanden der Studie einen Anstieg positiver Gefühle. Im Gegenzug nahmen Gefühle von Angst, Aggression und Traurigkeit in der Natur ab. Die Ergebnisse dieser Studie bildeten die Grundlage für die *Stress Recovery Theory*, die besagt, dass Menschen über eine angeborene positive Reaktion auf Naturmerkmale verfügen. Außerdem bewirken Naturreize eine affektive Reaktion im Erholungsprozess, die unmittelbar und emotional erfolgt, bevor eine bewusste kognitive Verarbeitung stattfinden kann (Biassoni et al., 2023). Die Studie bestätigt, dass Natur für den Menschen nicht nur einen ästhetischen Mehrwert bietet, sondern auch einen positiven Beitrag zur psychophysischen Stressregulation leistet.

3.2.3 Biophilia-Hypothese

Der Begriff „Biophilia“ setzt sich zusammen aus den beiden altgriechischen Begriffen „Bio“ für Leben und „Philia“ für Liebe, was so viel heißt wie „Die Liebe zum Leben“. Die „Biophilie“ beinhaltet eine biologische Basis, die besagt, dass eine harmonische Beziehung zwischen Mensch und Biosphäre von grundlegender Bedeutung ist (Park & Berto, 2021). In seinem Buch *Biophilia* aus dem Jahr 1984 beschreibt Edward O. Wilson, dass Menschen eine angeborene und damit evolutionär bedingte Zuneigung zur Natur und anderen Lebewesen besitzen (Wilson, 1984). Seiner Hypothese nach hat der Mensch den Großteil seines Bestehens in natürlichen Umgebungen gelebt, demnach ist evolutionär in den Menschen verankert, dass auf natürliche Reize, wie bspw. das Geräusch von Gewässern, der Anblick von Vegetation oder offene Landschaftsbilder, instinktiv positiv reagiert wird, wohingegen urbane und künstliche Umgebungen keine dieserart positiven Reaktionen auslösen. Es bestehen substantielle Hinweise darauf, dass wir uns durch unseren modernen Lebensstil, insbesondere im urbanen Lebensraum, immer weiter davon entfernen, worauf wir ursprünglich geprägt wurden. Das psychische Wohlbefinden kann durch die Einbeziehung von Naturelementen und Aspekten des ursprünglichen Lebens in den heutigen modernen Alltag gesteigert werden (Gullone, 2000).

3.2.4 Physiologische Waldmedizin

In seiner Publikation *Effects of forest bathing trips on human immune function* beschreibt Qing Li (2010) die positiven Effekte von Waldbaden auf das Immunsystem des Menschen. Durchgeführt wurden Studien, bei denen die Proband*innen mehrere Tage und Nächte Ausflüge in die Natur unternahmen. Dabei wurde festgestellt, dass sogenannte natürliche Killerzellen im Blut, die mit der Bekämpfung von Krebs im Körper in Verbindung gebracht werden, nach den Waldbesuchen signifikant höher ausfielen in Kontrolldurchgängen bei den Proband*innen, als die ihrem regulären

Alltag nachgingen. Außerdem wurde eine Adrenalinmessung durchgeführt, die zeigte, dass Naturaufenthalte zu einer Senkung des Adrenalins führten. Weitere Untersuchungen ließen erkennen, dass monatliches Waldbaden die natürlichen Killerzellen nachhaltig erhöht. Durch die Untersuchungen konnte gezeigt werden, dass Waldbaden nicht nur die natürlichen Killerzellen stärken kann und damit eine präventive und immunstärkende Wirkung entfaltet, sondern dass die von Bäumen abgegebenen Phytonzide (sogenannte Terpene), die als Duftstoffe beim Waldaufenthalt eingeatmet werden, die Produktion von Stresshormonen verringern (vgl. Li, 2010; Park et al., 2010).

Chorong Song, Yoshifumi Miyazaki, und Harumi Ikei untersuchten in ihrem Review *Physiological Effects of Nature Therapy: A Review of the Research in Japan* (2016) die physiologischen Entspannungseffekte der Naturtherapie auf die Aktivitäten des zentralen Nervensystems und des Immunsystems anhand von unterschiedlichen physiologischen Indikatoren aus der Perspektive der evidenzbasierten Medizin in Japan. Laut Song et al. (2016) führt Waldbaden zu folgenden Effekten: (i) signifikante Senkung von Blutdruck und Cortisolspiegel, (ii) Verringerung der Puls- und Herzfrequenz sowie (iii) generelle Reduktion physiologischer Stressmarker. Durch nur 15 Minuten Waldbaden kann die physiologische Entspannung gesteigert werden. Das Review zeigt, dass Naturtherapie in der bestehenden stressreichen Gesellschaft weiter an Bedeutung gewinnen wird. Natürliche Reize verfügen über eine therapeutische Wirkung, die niederschwellige und kostengünstige Methoden umfasst, um die Lebensqualität und Gesundheit der Menschen zu verbessern (Song et al., 2016).

3.2.5 Klinische Naturtherapie

In ihrem Review *Shinrin-Yoku (Forest Bathing) and Nature Therapy: A State-of-the-Art Review* (2017) beleuchten Margaret M. Hansen, Reo Jones und Kirsten Tocchini den Forschungsstand sowie empirische Untersuchungen zu den physiologischen und psychologischen Auswirkungen von Waldbaden in Japan und China. Dabei ermutigen sie die westlichen Gesundheitssysteme, Langzeitstudien zu den klinisch therapeutischen Wirkungen von Waldbaden durchzuführen, damit Naturtherapie wie Waldbaden als Methode der Gesundheitsförderung im Gesundheitssektor verankert werden kann (Hansen et al., 2017). Dadurch kann bei der Bevölkerung Stress abgebaut und Präventionsarbeit in Bezug auf potenzielle Burn-Out-Erkrankungen geleistet werden. Es bedarf an einer weltweiten Durchführung von Langzeitstudien, um neue Belege für die Zusammenhänge zwischen Waldbaden und den klinisch therapeutischen Effekten zu erbringen. Aufenthalte in der Natur fördern die Senkung der Herzfrequenz und des

Blutdrucks und steigern die Entspannung. Die *Biophilia-Hypothese* mit der Annahme, dass der Mensch sich zum Ursprung der Natur hingezogen fühlt, dass es eine innere Anziehungskraft zur Natur gibt und diese für die menschliche Entwicklung bedeutsam ist, stützt die Effekte von Waldbaden (vgl. Cervinka et al., 2014). Hansen et al. (2017) beschreiben in ihrem Review, dass die Implementierung von Waldbaden als integraler Bestandteil der evidenzbasierten Praxis eine Synthese aus objektiver Forschung und der Anerkennung intuitiver Heilungserfahrungen erfordert. Durch groß angelegte Meta-Analysen sowie die Untersuchung physiologischer Marker, wie z. B. Aktivität natürlicher Killerzellen oder Cortisolspiegelmessungen, kann die wissenschaftliche Fundierung weiter gestärkt werden. So können die globalen Gesundheitssysteme nachhaltig bereichert werden. Zugleich braucht es eine interdisziplinäre Zusammenarbeit zwischen Stadt und Landschaftsplanung, Medizin und Umweltpsychologie um die authentische Verbindung zwischen Menschen und Natur als psychologische Ressource weiter zu legitimieren und den präventiven Wert von Naturräumen messbar zu machen (Maller et al., 2006). Weiterführende Forschung kann dazu beitragen, dass Natur als valider Gesundheitsfaktor in öffentliche Gesundheitsstrategien überführt wird.

4 Tourismus und Wald in Österreich

Das wachsende Interesse an naturbasiertem Tourismus, verstärkt durch die wissenschaftliche Evidenz über die positiven Auswirkungen der Natur auf die menschliche Gesundheit, eröffnet die Möglichkeit, durch nachhaltige Konzepte den Naturschutz mit den sozioökonomischen Vorteilen für lokale Gemeinschaften zu erhöhen (Gupta et al., 2023). In Österreich spielen Wälder eine bedeutende Rolle im Tourismus: Geprägt von abwechslungsreichen Landschaften und kulturellen Attraktionen eignen sich die österreichischen Wälder für eine vielfältige Verwendung durch unterschiedliche Nutzergruppen. Um die touristische Attraktivität des Waldes wirtschaftlich erfolgreich zu nutzen, müssen Tourismussektor und Forstwirtschaft kooperieren (BMLUK, o.D.). Im Vordergrund steht nicht nur der Schutz der Wälder, sondern auch die Förderung von Erholungsmöglichkeiten. Orte, die reich an natürlichen und kulturellen Ressourcen sind, benötigen eine besondere Bewirtschaftung, um dem zunehmenden Trend zum naturbasierten Tourismus gerecht zu werden (Schmidt, 2024).

Das folgende Kapitel widmet sich der Rolle des Waldes im österreichischen Tourismus. Im Mittelpunkt steht der gesundheitstouristische Trend Waldbaden. Zunächst erfolgt eine allgemeine Bestandsaufnahme des österreichischen Waldes. Darauf aufbauend wird der Tourismus in Österreich und seine Herausforderungen durch den Massentourismus sowie zukünftige Entwicklungen analysiert. Abschließend bietet dieses Kapitel einen Überblick über bereits bestehende Waldbaden-Angebote in den einzelnen Bundesländern, um die praktische Umsetzung dieser Naturerlebnisse im regionalen Vergleich darzustellen.

4.1 Der Wald in Österreich

Fast die Hälfte Österreichs, rund 48 % der Landesfläche, ist mit Wald bedeckt. Das entspricht rund vier Millionen Hektar Waldfläche (BML, 2023). Im Vergleich zu den restlichen EU-Ländern liegt Österreich damit auf Platz sechs in Bezug auf die Waldbedeckung, nach Finnland, Schweden, Slowenien, Estland und Lettland. Laut Waldinventurbericht 2016-2021 des Bundesforschungszentrum für Wald (BFW) nimmt die Waldfläche Westösterreichs durch Aufforstung oder natürlichen Zuwachs zu. Insgesamt hat sich laut des Waldinventurberichts 2016-2021 die Waldfläche Österreichs in den letzten 10 Jahren täglich um sechs Hektar vergrößert. Wird der Waldanteil je Bundesland betrachtet, kann festgestellt werden, dass die Steiermark das walddreichste Bundesland mit 62 % Waldfläche, dicht gefolgt von Kärnten (61 %) und Salzburg (52 %) ist (BFW, 2022).

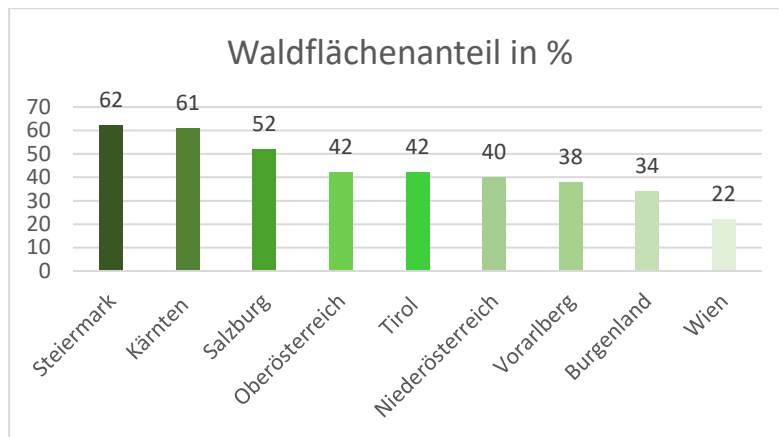


Abbildung 2: Waldflächenanteil in %. Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an die Interaktive Landkarte Waldinventur: Waldfläche Gesamtwald (ha) 2016-2021 (BFW, o.D.)

In Österreich gibt es eine Zunahme von Laub- und Mischwäldern und einen klar erkennbaren Rückgang von Reinbeständen an Nadelwäldern. Durch die Zunahme an Mischwäldern sowie den Anstieg an vielfältigem Totholz, das vor allem Lebensraum für Pflanzen und Tiere darstellt, wird die Biodiversität in Österreichs Wäldern weiter gefördert (BFW, 2022). Zu den häufigsten Baumarten zählen in Österreich die Fichte (46 %), Rotbuche (11 %), Lärche (5 %), Weißkiefer (4 %), Tanne und Eiche mit jeweils 2 % Anteil (BMLUK, 2023). Obwohl die Fichte die häufigste Baumart ist, verliert sie laut Waldinventurbericht 2016-2021 an Fläche, während die Flächenanteile der Laub- und Mischarten zunehmen. In Summe gibt es in Österreich rund 65 verschiedene Baumarten (Landwirtschaftskammer Österreich, o.D.). 82 % des österreichischen Waldes befinden sich im privaten Besitz, das sind rund 145 000 Personen, die sich eine Waldfläche von drei Millionen Hektar teilen. 53 % davon sind Kleinwaldbesitzer, 22 % sind Großwaldbesitzer, 10 % sind Gemeinschaftswälder. 18 % der Gesamtfläche des österreichischen Waldes sind im öffentlichen Besitz, wobei ca. 15 % des öffentlichen Waldes von der Österreichischen Bundesforste AG bewirtschaftet werden (BFW, 2012). Gemäß § 33 des Forstgesetz 1975 darf der Wald (öffentlich oder privat) aber von „Jedermann [...] zu Erholungszwecken betreten [werden] und sich dort aufhalten“; bestimmte Auflagen und Einschränkungen bestehen jedoch.

Der Wald steht aufgrund des Klimawandels vor großen Herausforderungen: Die Auswirkungen umfassen Trockenheit, Witterungsextreme und erhöhten Schädlingsdruck. Da der Wald langsam auf die Umweltveränderungen reagiert, ist er besonders anfällig für Schäden und Krankheiten (BMLUK, o.D.). Die Forstwirtschaft kann hier waldbauliche Maßnahmen ergreifen, wie z. B. eine Anpassung der Baumzusammensetzung (BFW, o.D.).

In Österreich hat der Wald einen besonderen Stellenwert für die Gesellschaft. Die österreichische Bevölkerung sieht den Wald als Bestandteil ihres kulturellen Selbstverständnisses. Der *Österreichische Waldbericht* des Bundesministeriums für Land und Forstwirtschaft, Klimaschutz und Umwelt (BMLUK, ehemals BML), (2023) schreibt dem Wald eine hohe gesellschaftliche Bedeutung zu. Der Wald erfüllt neben der Nutz-, Schutz-, Sozial- und Wohlfahrtsfunktion auch die Erholungsfunktion, die in dieser Arbeit vorrangig betrachtet wird. Laut *Österreichischem Waldbericht* zählt die Erholung zu wichtigen Bestandteilen der nachhaltigen Waldbewirtschaftung (BML, 2023).

4.2 Begriffseinordnung Erholung und Tourismus

Um die Rolle des Waldes als Tourismusort verstehen zu können, bedarf es einer begrifflichen Einordnung zwischen (i) Erholung und (ii) Tourismus; hierbei wird zwischen „hartem“ und „sanftem Tourismus“ differenziert.

Erholung kann definiert werden, als „die Wiederherstellung der Ausgangslage im Anschluss an eine bestimmte Belastung“ (Blasche, 2010, 38). Die Aktivität, die zur Erschöpfung geführt hat, muss unterbrochen werden, bspw. in Form einer Pause, um die Erholung zu erreichen. Förderlich hierbei sind Zeit für sich zu nehmen, körperliche Bewegung, kreatives Gestalten, die Berücksichtigung biologischer Rhythmen sowie Naturerleben und Achtsamkeit (Blasche, 2010). Die letzten beiden Punkte werden vom Waldbaden direkt adressiert (Haluza et al., 2025). Grün- und Freiräume sind für die menschliche Gesundheit essenziell, da sie als regenerative Landschaften das psychische, physische und soziale Wohlbefinden fördern. Theoretisch kann diese Annahme durch die Ansätze von Stephen und Rachel Kaplan (*Attention-Restoration-Theory, ART*) sowie durch Roger Ulrich (*Stress-Reduction-Theory, SRT*) begründet werden (Ulrich et al., 1984; Kaplan, 1995). Der Begriff „Erholung“ umfasst dabei sowohl die medizinische Regeneration als auch die gesundheitsfördernde Freizeitnutzung in funktionierenden Ökosystemen (Schiesser et al., 2024).

Das Wirtschaftslexikon Gabler (2018) definiert **Tourismus** als „die Gesamtheit aller Erscheinungen und Beziehungen, die mit dem Verlassen des üblichen Lebensmittelpunktes und dem Aufenthalt an einer anderen Destination verbunden sind“ (Gabler Wirtschaftslexikon, 2018). Um eine Aktivität als Tourismus zu bezeichnen, muss eine Bewegung außerhalb der bekannten Wege im Arbeits- oder Wohnumfeld stattfinden. Dabei gibt es zwei Formen, die für die vorliegende Arbeit von Bedeutung sind: Der „harte Tourismus“, auch als „Massentourismus“ oder „Overtourism“ bekannt, ist das Ergebnis wirtschaftlicher, sozialer und gesellschaftlicher

Entwicklungen. „Harter Tourismus“ beschreibt die Belastungen durch die Entwicklung des Tourismus als Massenerscheinung. Dabei wird häufig eine kurzfristige Investition in Infrastrukturen getätigt, um eine möglichst breite Käuferschaft anzusprechen. Im Fokus stehen hierbei das Wohlbefinden der Gäste und geringe Preise für die Kund*innen (Nachhaltigkeit.info, 2010). Diese Art des Tourismus hat negative Auswirkungen auf die lokale Bevölkerung und die Umwelt. Folgen sind bspw. der Verlust kultureller Identität durch das Importieren von Lebensstilen an den Urlaubsort, der Anstieg von Emissionen, der Verlust von Naturraum durch hohen Flächenverbrauch und Landschaftsveränderungen und Verschmutzung (Umweltbundesamt, 2021).

Dieser Form des Tourismus steht der „sanfte Tourismus“ oder auch „Slow Tourism“ gegenüber, der eine Urlaubs- und Reiseform beschreibt, die darauf ausgerichtet ist, den negativen Auswirkungen des Tourismus in ökologischer und soziokultureller Hinsicht entgegenzuwirken. Im Fokus steht bei dieser Tourismusform die Bedürfnisbefriedigung der Erholungssuchenden mit der ortsansässigen Bevölkerung und der damit einhergehenden nachhaltigen Gestaltung des Urlaubs in Bezug auf Umwelt und soziokulturelle Entwicklung. Die Natur soll weitgehend unberührt bleiben (Ellrich, 2012). In Österreich gibt es einen sogenannten *Plan T-Masterplan für Tourismus*, der vom Bundesministerium für Wirtschaft, Energie und Tourismus (BMWET) im Jahr 2019 veröffentlicht wurde. Darin spielt Nachhaltigkeit auf ökonomischer, ökologischer und sozialer Ebene eine zentrale Rolle, um die österreichische Tourismuspolitik in Richtung nachhaltiger Tourismusformen weiter zu stärken (BMWET, 2019).

4.3 Tourismus in Österreich

Der Tourismus spielt für die österreichische Volkswirtschaft eine zentrale Rolle und hat einen relevanten Einfluss auf Einkommen, Beschäftigung und regionale Entwicklungen. Im Jahr 2024 verzeichnete Österreich 154,3 Millionen Nächtigungen und 46,7 Millionen Ankünfte, wobei mehr als 70 % der Gäste aus dem Ausland kamen, insbesondere aus Deutschland und den Niederlanden. Damit konnte das Rekordjahr bei den Ankünften von 2019 vor der Corona-Pandemie sogar übertroffen werden (BMAW, o.D.). Österreich bietet laut Fact Sheet *Tourismus in Österreich* des Bundesministeriums Wirtschaft, Energie und Tourismus (BMWET), damals Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft (BMAW), für Tourist*innen rund sechs Nationalparks, 48 Naturparks, 64 000 km Wanderwege, 14 000 Radwege, 93 000 Tourismus- und Freizeitwirtschaftsbetriebe, Flüsse und Seen mit höchster Badegewässerqualität sowie Städte und Orte mit ausgezeichneter Lebensqualität (BMAW, 2023). In Österreich gibt es rund

1,1 Millionen Gästebetten, die von 70 000 Beherberger*innen angeboten werden. Werden die Nächtigungen nach Bundesländern betrachtet, kann festgestellt werden, dass im Jahr 2022 bei einer Gesamtverteilung von 136 912 168 Nächtigungen österreichweit, 20 % auf Salzburg entfallen; die restliche Verteilung zeigt sich wie folgt: jeweils 10 % in Kärnten, Wien und der Steiermark, 5-6 % in Vorarlberg, Oberösterreich und Niederösterreich. Die meisten Nächtigungen konnte Tirol mit 33 % verzeichnen; die wenigsten Nächtigungen wurden im Burgenland mit 2 % verzeichnet. Rund 20 Millionen Nächtigungen erfolgten im Jahr 2022 in den Sommermonaten Juli und August; etwa fünf Millionen Nächtigungen und somit die geringsten Nächtigungen erfolgten im November (BMAW, 2023).

Laut dem *österreichischen Waldbericht* (BML, 2023) zeigen die deutlich steigenden Zahlen an Tourist*innen in Österreich, dass regionale Urlaube in Wien, Niederösterreich und dem Burgenland immer beliebter werden. Infolge dieser Entwicklung entstehen insbesondere in stadtnahen Erholungsgebieten (z. B. dem Wienerwald) Nutzungskonflikte, weshalb diese Hotspots entlastet und vermieden werden müssen. Der Wald ist ein empfindliches Ökosystem und muss geschützt werden. Hierbei kann der Informationsfluss eine wichtige Rolle spielen, um Anreize und Bewusstsein zu schaffen (BML, 2023).

Bei der Integration von Tourismus in ökologisch sensiblen Regionen wie dem Wald, ist eine Balance zwischen Naturschutzmaßnahmen und wirtschaftlicher Entwicklung wichtig. Dieser globale Trend zu steigenden Tourismuszahlen, erhöht den Druck auf lokale Ökosysteme und erfordert ein integriertes Besuchermanagement. Laut Welttourismusorganisation (UNWTO) hat sich der globale Tourismus zu einer der am schnellsten wachsenden Industrien entwickelt, die maßgeblich zum weltweiten Bruttoinlandsprodukt beiträgt (UNWTO 2017; Mikayilov et al., 2019). Neben den positiven wirtschaftlichen Effekten, wie Arbeitsplatz- und Wohlstandsschaffung birgt das massive Wachstum erhebliche ökologische Risiken durch unkontrollierten oder mangelhaft geplanten Tourismus, der häufig zu Überlastungen der lokalen Kapazitäten führt („Overtourism“). Umweltverschmutzung, Verlust natürlicher Lebensräume und Ressourcenknappheit, sowie langfristige Gefährdung der Biodiversität und soziokultureller Integrität der Zielgebiete sind Folgen dieser Überlastung (Baloch et al., 2023). Die Bedürfnisse der Touristen müssen mit den Anforderungen des Naturschutzes in Einklang gebracht werden. Im Hinblick auf Waldbaden bedarf es die Durchführung von Langzeitstudien, um die ökologische Wirkung angemessen bewerten zu können (Schmidt, 2024).

4.4 Waldbaden und LEADER in Österreich

In Österreich gibt es insgesamt 83 LEADER-Regionen (Holzwelt Murau, o.D.). LEADER ist ein Förderprogramm der Europäischen Union, das innovative Maßnahmen zur Entwicklung ländlicher Regionen fördert und lokale Akteur*innen in die Regionalentwicklung einbindet (Leader VWB, o.D.). LEADER besteht aus sieben Prinzipien, die vom Engagement und dem Innovationsgeist der Regionen getragen werden: lokale Partnerschaft, Gebietsorientierung, Bottom-Up-Ansatz, Vernetzung, Kooperation, sektorübergreifender Ansatz und Innovation. Zusätzlich ist das EU-Förderprogramm eine Unterstützung für innovative Projekte im ländlichen Raum, um die regionale Wirtschaft zu steigern und die Lebensqualität der Menschen zu verbessern (BML, 2023). Die LEADER-Regionen gehen über die Bundesländergrenzen hinaus und beinhalten lokale Aktionsgruppen und Projekte. Es gibt in jedem Bundesland eine LEADER-Zugehörigkeit; ausgenommen ist das Bundesland Wien, da es sich hierbei um ein urbanes Gebiet handelt. Waldbaden spielt in den LEADER-Regionen ebenfalls eine Rolle: Unter anderem bieten die LEADER-Region Murau in der Steiermark (Steiermark Tourismus & Standortmarketing GmbH, o.D.) oder die LEADER-Region Weinviertel Donauraum (LEADER Region Weinviertel-Donauraum, o.D.), Waldbaden an. Der UNESCO-Biosphärenpark Wienerwald und seine Initiative *WienerWaldSein* wird ebenfalls von LEADER, unterstützt (BML, o.D.).

4.5 Waldbaden-Angebote Österreichs

Die folgende Bestandsaufnahme zeigt, dass die Integration von Waldbaden in Österreich bereits in allen Bundesländern erfolgt ist und bestärkt die Annahme, dass die Integration stark von regionalen Tourismusstrategien und dem Engagement lokalen Akteur*innen abhängt (vgl. Romão et al., 2023; Wirth et al., 2023). Um die Integration greifbar zu machen, wurden die Angebote nach Bundesländern in Form von Tabellen aufbereitet und nach den folgenden Kriterien geordnet: (i) Angebotskategorie (Einzel- oder Gruppentraining), (ii) Kurzbeschreibung des Angebots, (iii) Anbietende (Privat, Tourismusverband u.a.), (iv) Website-Verlinkung, (v) Integrationsschwerpunkt (z. B. Tourismus, Gesundheit, Bildung), (vi) Standort des Angebots und (vii) Ausbildungshintergrund der Anbietenden. Die Tabellen haben keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Sie sollen lediglich einen Überblick schaffen. Zur besseren Lesbarkeit befindet sich die gesamte Tabelle der Bestandsaufnahme von Waldbaden-Angeboten in Anhang C sowie in A3 Format in der Druckversion bei.

4.5.1 Wien und Niederösterreich

In Wien und Niederösterreich konnte eine Vielzahl unterschiedlicher Waldbaden-Anbieter*innen gefunden werden, die in der Tabelle 1 *Waldbaden-Angebote Wien/Niederösterreich* dargestellt sind. Da die Anbietenden in Wien auch den Wald des Wiener Umlandes (also Niederösterreich) teilweise mitnutzen, wurden die beiden Bundesländer in einer gemeinsamen Tabelle zusammengefasst. In Wien und Niederösterreich konnte eine Vielzahl an Waldbaden-Angeboten gefunden werden. Die Integration in den Tourismus ist bereits deutlich gegeben, vor allem durch die Einbindung der Waldbaden-Angebote im UNESCO-Biosphärenpark Wienerwald. Hier gibt es das Projekt eines Waldbaden-Erlebnisses *WienerWaldSein*, das sogar ein LEADER-Projekt ist und gemeinsam mit dem BMLUK, *Wir Leben Land* und dem Land Niederösterreich durch die Europäische Union kofinanziert wird. Die Anbietenden in Niederösterreich reichen von Privatpersonen bis zu den österreichischen Verbänden für Achtsamkeit und Mindfulness. Angeboten werden neben geführten Waldbaden-Angebote auch Workshops, unterschiedliche Weiter- und Ausbildungen sowie Retreats. Herausstechend sind die unterschiedlichen Ausbildungen der Anbieter*innen: Es konnten in der Recherche drei unterschiedliche Ausbildungshintergründe der Anbieter*innen gefunden werden: (i) Wald- und Gesundheitstrainer*innen, (ii) Waldbaden- Trainer*innen und (iii) Natur- und Landschaftsvermittler*innen. Darüber hinaus ergab die Recherche, dass fast alle Anbieter*innen über eine Zusatzausbildung im Bewegungs- und Gesundheitsbereich verfügen.

Angebotskategorie	Kurzbeschreibung	Anbietende	Website	Integration	Standort	Ausbildung Anbietende
Einzel- und Gruppentraining	Unterschiedliche Retreats mit Fokus auf Waldbaden: Schreiben & Waldbaden, Singen & Waldbaden, Stressreduktion, Wohlbefinden, Gesundheit, Qi Gong, Waldkräuter & Waldbaden, Walk & Talk	Privatperson	https://www.waldbaden-wienerwald.at/	Mischform (Gesundheit/Prävention und Freizeit)	Neulengbach, Wien Nähe Raum Purkersdorf	Wald-Gesundheits-Trainer*innen, WIFI-Lehrgang Wald und Gesundheit, Weiterbildungen: Outdoor against Cancer
Gruppentraining	Geführte Waldbaden-Touren, Exklusive Waldauszeit, Waldspaziergänge, Verkostung regionaler Naturprodukte	Waldbadeerlebnisse WienerWaldSein-Tourismus Wienerwald	https://www.wienerwald.info/wienerwaldsein	Tourismus	UNESCO Biosphärenpark Wiener Wald	k.A.
Ausbildung und Gruppentraining	Waldbaden Workshops in Wien und NÖ, Österreichweit, , Aus- und Weiterbildungen zu Waldbaden-Trainer*innen, Waldbaden-Begleitung für Kinder, Shirin Yoga Kurse, Naturbegleitung	Privatperson	https://www.shinrinyoga.at/	Bildung/Weiterbildung	Wien, NÖ, Ganz Ö	Waldpädagogik, Naturwildnistraining, Waldbaden-Trainerausbildung, Yogalehrer*innen
Einzel- und Gruppentraining	Meditationen, Rituale, Achtsamkeitsübungen, Workshops und Retreats, Waldbaden-Personaltraining.	Österreichischer Bundeverband für Achtsamkeit/Minfulness	https://www.detailsinn.at/waldbaden-bei-dir	Tourismus/ Gesundheit	NÖ	zertifizierte Waldbaden-Trainer*innen, Meditations-Trainer*innen
Gruppentraining	Qi Gong Übungen ,Geführtes Waldbaden	Land NÖ	https://www.mostviertel.at/alle-ausflugsziele/a-waldbaden-mit-walter-und-eva	Tourismus	Dunkelsteinerwald	Zertifizierte Natur- und Landschaftsvermittler*innen
Einzel- und Gruppentraining	Geführtes Waldbaden	Privatperson	https://www.waldstaunen.com/	Tourismus	Langenlois	Waldbaden Trainer*in, CSIR Praktiker*in

Tabelle 8: Waldbaden- Angebote Wien und NÖ. Quelle: Eigene Darstellung

4.5.2 Burgenland

Im Burgenland war das Waldbaden-Angebot, im Vergleich zu den anderen Bundesländern, überschaubar. Angeboten werden unterschiedliche Formate, vor allem in Kombination mit waldpädagogischen Methoden für Kinder, Jugendliche und Erwachsene. Ausbildungshintergründe der Anbieter*innen waren (i) Waldbaden-Trainer*innen, (ii) Entspannungs- und Achtsamkeits-Trainer*innen und (iii) Sozialpädagogen. Angeboten werden Einzel- und Gruppentrainings, überwiegend von Privatpersonen. Die Integration erfolgt vor allem im Tourismus. Das Burgenland verfügt über das größte waldpädagogische Institut in Österreich (Burgenland, o.D.). Der Tourismus Burgenland steht hinter den Waldbaden-Projekten, unterstützt werden Projekte u.a. über LE-14-20 Projektförderungen der Europäischen Union.

Angebotskategorie	Kurzbeschreibung	Anbietende	Website	Integration	Standort	Ausbildung Anbietende
Einzel- und Gruppentraining	Waldbaden für Kinder und Erwachsene, Familien, Waldgeburtstage, Waldpädagogische Ausgänge	Privatperson	https://www.waldbaden-bgld.at/	Tourismus	Gloriette Eisenstadt, Wasser am Eisbach	Forstakademiker*innen, Waldpädagog*innen, Waldbaden-Trainer*innen
Ausbildung und Gruppentraining	Waldbaden, Qi Gong, Betriebliche Gesundheitsförderung, Ausbildungsangebot zur Dipl. Waldbaden-Trainer*innen	Privatperson im österreichischen Verband für Achtsamkeit	https://waldundwege.at/de/	Tourismus	Burgenland, Wien, NÖ	Entspannungs- und Achtsamkeits-Trainer*innen, Qigong Kursleiter*innen, Waldbaden-Trainer*innen
Einzel- und Gruppentraining	Waldpädagogik, Mentaltraining für Kinder, Schulen, Jugendgruppen, Erwachsene	Privatperson	https://probs-t-beratungen.at/	Gesundheit/Prävention	Burgenland	Sozialpädagog*innen, Sozialarbeiter*innen,
Einzel- und Gruppentraining	Gruppenerlebnisse, Geführtes Waldbaden für Familien, Schulen und Firmen	Burgenland Tourismus GmbH Erlebnisregion Mittelburgenland-Rosalia	https://www.mittelburgenland-rosalia.info/datacycle-detailseite/detail/POI/waldbaden-24	Tourismus	Mittelburgenland-Rosalia	Dipl. Entspannungs- und Achtsamkeits-Trainer*in

Tabelle 9: Waldbaden-Angebote Burgenland. Quelle: Eigene Darstellung

4.5.3 Oberösterreich

In Oberösterreich findet sich eine Vielzahl an Waldbaden-Angeboten. Besonders präsent ist das Angebot *Waldness* im Salzkammergut, in der Region Traunsee-Almtal. Die Recherche zeigt, dass Waldbaden-Konzepte schon sehr gut im oberösterreichischen Tourismus verankert sind. Die

Tourismusverbände geben nicht immer die Ausbildungshintergründe der Anbieter*innen auf ihren Angebotsseiten an, allerdings finden sich Informationen zu Waldbaden- Trainer*innen, Naturvermittler*innen oder Pädagog*innen. Von den unterschiedlichen Tourismusverbänden wird vor allem geführtes Waldbaden-Angeboten; dieses Angebot erfolgt überwiegend als Gruppentraining. Auffallend vielseitig ist jedoch das *Waldness*-Angebot an bestimmten Destinationen und Hotels, das vielschichtige Sinnesreisen und Wellness- Angebote anbietet. Der Wald wird hierbei als „grüner Spa“ positioniert, das Angebot ist vielseitig und umfasst z. B. „Waldmassagen“, „Waldsauna“, „Naturbadewannen“, „Waldliegen“, professionelle Begleitung durch Coaches sowie „Waldkulinarik“ in Form von speziellen „Wald-Menüs“.

Angebotskategorie	Kurzbeschreibung	Anbietende	Website	Integration	Standort	Ausbildung Anbietende
Gruppentraining	"Waldness", Mehrtätige Wellnessangebote im Waldness-Resort, Waldwanderungen, Sinnesreisen, Schulangebote	Salzkammergut Traunsee-Almtal	https://traunsee-almatal.salzkammergut.at/waldness.html	Tourismus	Traunsee-Almtal, Salzkammergut	Wildtierpädagog*innen, Wildkräuterpädagog*innen, Naturvermittler*innen, Yoga-Trainer*innen,
Gruppentraining	geführtes Waldbaden	Tourismusverband Mühlviertel	https://www.muehlviertel.at/oesterreich-poi/detail/430029991/hochwaldbade.html	Tourismus	Aigen-Schlägl	k.A
Gruppentraining	geführtes Waldbaden	Oberösterreich Tourismus GmbH	https://www.oberoesterreich.at/oesterreich-poi/detail/430026574/waldbaden.html	Tourismus	Waldhausen im Strudengau	k.A
Gruppentraining	Waldbaden & Hochsensibilität, Waldbaden & Visionsworkshop	Privatperson	https://www.waldachtsamkeit.at/	Mischform (Gesundheit/ Prävention und Freizeit)	Taferlklaussee, Kienklausen	Waldbaden-Trainer*innen

Tabelle 10: Waldbaden-Angebote OÖ. Quelle: Eigene Darstellung

4.5.4 Salzburg

In Salzburg ist Waldbaden gut im Tourismus verankert und wird überwiegend als Gruppen- und Einzelsetting angeboten. Themenschwerpunkte liegen hierbei auf Teambuilding-Seminaren, um die Teilnehmenden zu entschleunigen, zwischenmenschliche Resonanz herzustellen, Zusammengehörigkeit zu steigern und stresspräventive Maßnahmen zu setzen. Außerdem versprechen die Waldbaden- Workshops die Effektivität der Arbeitsweise zu stärken, den Kopf

freizubekommen und die Kreativität zu steigern. Der Fokus liegt auch im gemeinsamen Erleben ohne Leistungsdruck. Auch in Kombination mit Unterkünften wie Hotels oder „Urlaub am Bauernhof“, sowie „Waldbaden als Kurzurlaub“ sind Waldbaden- Angebote in Salzburg zu finden. Geworben wird hierbei mit der Auszeit vom Alltag und dem Ursprünglichen. In Kombination mit anderen Ausbildungsbereichen wie etwa Kräuterpädagogik (traditionelle Heilkräuterkunde, Kneipp-Anwendungen), Mentaltrainer*innen oder Achtsamkeitstrainer*innen bieten Waldbaden-Trainer*innen geführtes Waldbaden an. Außerdem gibt es Workshops zu „Ernährung und Waldbaden“, „After- Work- Waldbaden“ sowie Tageskurse.

Angebotskategorie	Kurzbeschreibung	Anbietende	Website	Integration	Standort	Ausbildung Anbietende
Gruppent raining	ganzheitliches Erlebnis, regionale Kräuterwanderung, Waldbaden und Kneippen	Privatperson	https://www.fräuleingrün.at	Tourismus	Aigner Park	k.A.
Einzel- und Gruppent raining	Teambuilding, Seminare, Private Waldbaden-Veranstaltungen	Privatperson	https://waldweile.at/	Tourismus	Lofer	diplomierte Kräuterpädagog*innen, Wald- und Achtsamkeits-Trainer*innen, diplomierte Neuro-Mental-Trainer*innen
Gruppent raining	Geführtes Waldbaden, Teambuilding	Privatperson	https://www.liebisch-natursinn.at/	Tourismus	Salzburger Stadtberge, Morzg, Ainfang, KleBheim	Mental-Trainer*innen, Ernährungsberater*innen, Diplomierte Selbstversorger*innen, Waldbaden-Trainer*innen
Einzel- und Gruppent raining	Urlaub am Bauernhof mit Waldbaden verbunden	Oberbichhof- Hotel	https://www.oberbichhof.at/urlaub-am-bauernhof/waldbaden	Tourismus	St. Johann im Pongau	k.A.

Tabelle 11: Waldbaden-Angebote Salzburg. Quelle: Eigene Darstellung

4.5.5 Steiermark

In der Steiermark, dem walddreichsten Bundesland Österreichs, gibt es ein umfassendes Angebot an Waldbaden-Formaten. Die Einzel- und Gruppentrainings werden als geführtes Waldbaden, autogenes Training im Wald oder in Kombination aus Waldbaden und Gesundheitsformaten angeboten. Es gibt auch Kombinationen des Waldbadens mit Musik und Bewegung in Form von Yoga oder Meditation. Waldbaden ist in der Steiermark bereits im Tourismus verankert, bspw. gibt es in der Hochsteiermark eine touristische Ausrichtung namens *Woodness*. Es ist ein Waldbaden- Angebot, das mit Wellness kombiniert wird. Einen relevanten Beitrag leistet auch das Institut für Waldbaden, das erste Institut dieser Art in Österreich, das professionelle Ausbildungen zu zertifizierten

Waldbaden- Trainer*innen anbietet. Das Institut arbeitet außerdem eng mit den Erkenntnissen der Waldbaden- Forschung zusammen und setzt diese in seinen Programmen um.

Angebotskategorie	Kurzbeschreibung	Anbietende	Website	Integration	Standort	Ausbildung Anbieter*in
Einzel- und Gruppentraining	geführtes Waldbaden	Privatperson	https://www.haunzwickhof.at/waldbaden	Tourismus	Mürzzuschlag	k.A.
Einzel- und Gruppentraining	"Woodness" Wellness im Wald	Erlebnisregion Hochsteiermark	https://www.steiermark.com/de/Hochsteiermark/Region/Naturlandschaften-entdecken/Wandern/Waldbaden	Tourismus	Hochsteiermark	Waldbaden-Trainer*innen
Gruppentraining	geführtes Waldbaden	Verein Freinatur	https://freiraum-steiermark.at/yoga-events/yoga-kurse-oststeiermark/waldbaden-hsin/	Tourismus	Hainersdorf	k.A.
Gruppentraining	Yoga, Autogenes Training im Wald, Klangmeditationen, Waldbaden	Privat	https://www.waldbaden-graz.at/angebote-in-der-steiermark	Tourismus	Graz	Naturpädagog*in, Waldbaden-Trainer*innen
Einzel- und Gruppentraining	geführtes Waldbaden	Institut für Waldbaden	Waldwelt.at	Gesundheit und Bildung	Graz	diplomierte Burnout-Prophylaxe-Trainer*innen, Hypnosecoach, Waldbaden-Trainer*innen

Tabelle 12: Waldbaden-Angebote Steiermark. Quelle: Eigene Darstellung

4.5.6 Tirol

In Tirol ist das Waldbaden bereits bei verschiedenen Tourismusverbänden, wie z. B. dem Tourismusverband Region-Hall-Wattens, dem TVB Wilder Kaiser Tourismus oder dem Tourismusverband Seefeld, etabliert. Zu finden sind die Angebote oft in Kombination mit Hotels oder anderen Destinationen. Geworben wird für Auszeit vom Alltag, das Entschleunigen und das „Kraft tanken“ aus der Natur. Angeboten werden überwiegend geführte Waldbaden-Einheiten in Form von Einzel- und Gruppentrainings. Die Angebote der Regionen sind niederschwellig; Seefeld bietet kostengünstige Waldbaden-Einheiten an. Die Termine sind unkompliziert über die jeweiligen

Plattformen buchbar. Waldbaden wird dort auch ganzjährig angeboten und findet auch in den Wintermonaten als „Winter-Waldbaden“ statt.

Angebotskategorie	Kurzbeschreibung	Anbietende	Website	Integration	Standort	Ausbildung Anbietende
Einzel- und Gruppentraining	geführtes Waldbaden	Tourismusverband Region-Hall-Wattens	https://www.bluehendesoesterreich.at/naturerlebnisse/waldbaden-mit-claudia	Tourismus	Halltal, Absam	k.A.
Gruppentraining	geführtes Waldbaden	TVB Wilder Kaiser - Tourismus	https://www.wilderkaiser.info/de/scheffau/events/waldbaden-im-winter.html	Tourismus	Wilder Kaiser	k.A.
Gruppentraining	Wanderung durch den Wald, Geführtes Waldbaden	Tourismusverband Seefeld	https://www.seefeld.com/de/services/waldbaden-shinrin-yoku.html#information	Tourismus	Region Seefeld	k.A.
Einzel- und Gruppentraining	Geführtes Waldbaden und Achtsamkeitsübungen, Waldbaden für Paare	Privatperson	https://www.waldbaden-tirol.com/	Tourismus	Vill bei Innsbruck	Pilates-Trainer*innen, Waldbadenexpert*innen

Tabelle 13: Waldbaden-Angebote. Quelle: Eigene Darstellung

4.5.7 Vorarlberg

Auch in Vorarlberg ist Waldbaden im Tourismus bereits gut integriert. Es gibt bspw. im UNESCO Biosphärenpark Großes Walsertal unterschiedliche Gruppenangebote, bei denen geführtes Waldbaden-Angeboten wird. Im Fokus der Angebote steht u.a. die Kombination mit Wanderungen sowie explizite Waldbaden-Einheiten für den Sommer. Waldbaden wird oft mit Gesundheitspraktiken verbunden. Es gibt den Themenschwerpunkt Achtsamkeit, bei dem das Waldbaden mit Workshops oder Retreats kombiniert und als mehrtägige Veranstaltungen angeboten wird. Auch in Vorarlberg wird Waldbaden mit dem authentischen Landleben verknüpft. So gibt es Angebote zu Naturerfahrungen und traditioneller Alpenwirtschaft sowie zur bewussten

Entschleunigung im Bergwald. Viele Betriebe und Hotels bieten Waldbaden als Erlebniserweiterung im Urlaub an; niederschwellige Waldbaden-Angebote finden sich bei verschiedenen Naturhotels, Wellness-Hotels oder Bauernhöfen.

Angebotskategorie	Kurzbeschreibung	Anbietende	Website	Integration	Standort	Ausbildung Anbietende
Gruppenraining	Waldbaden im Urlaub, Aktivprogramm geführtes Waldbaden im Sommer	Naturhotel	https://www.naturhotel.at/news/waldbaden-im-urlaub/	Tourismus	Kleinwalsertal	k.A.
Gruppenraining	Geführtes Waldbaden	UNESCO Biosphärenpark Großes Walsertal	https://www.vorarlberg-alpenregion.at/walsertal/de/unesco-biosphaerenpark/wohlplatz-entschleunigungsorte	Tourismus	Großes Walsertal	k.A.
Einzel- und Gruppenraining	Kurse, Workshops, Retreats, Waldbaden und Yoga	Privatperson	https://www.nadine-maier.com/waldbaden/	Gesundheit/Tourismus	St. Gallen/Götzis	Kursleiter*in Waldbaden Yogaausbildung, Musiktherapeut*innen, TCM & Akupressur, Mediations- und Achtsamkeitslehrer*in, Klangpädagogik, Diplom Sozialbetreuer*in, Sexualtherapie
Gruppenraining	Geführtes Waldbaden, Urlaub am Bauernhof mit geführten Waldbaden	Dorner Hof	https://www.dornerhof-sibra.at/waldbaden/	Tourismus	Sibratsgäll	k.A.

Tabelle 14: Waldbaden-Angebote Vorarlberg. Quelle: Eigene Darstellung

4.5.8 Kärnten

In Kärnten gibt es eine Vielzahl unterschiedlicher Waldbaden-Angebote. Diese umfassen geführte Waldbaden-Einheiten sowie verschiedene Workshop-Konzepte, u.a. Kreativ-, Schreib-, und Heilungsworkshops, die den Wald als Kulisse für Erholung, Kreativität und Entschleunigung nutzen. Es gibt aber auch Coachings und Waldbaden-Angebote mit Gesundheitsfokus. Relevant sind vor allem Achtsamkeitsübungen und Meditationen, teils in Verbindung mit Bewegung. Wie in den restlichen Bundesländern sind die Ausbildungshintergründe der Anbietenden vielseitig. Oft gibt es

eine Kombination von zertifizierten Waldbaden- Trainer*innen mit Stress- und Burnout-Präventionsausbildungen, Coaching- und pädagogischen Ausbildungen, Bergwanderführer*innen, Waldabenteuer- Trainer*innen oder Ausbildungen in der Lebens- und Sozialberatung.

Angebotskategorie	Kurzbeschreibung	Anbietende	Website	Integration	Standort	Ausbildung Anbietende
Einzel- und Gruppentraining	Unterschiedliche Workshops, Kreativworkshops, geführte Waldbadenerlebnisse, Waldbadenausflüge, Schreibworkshops im Wald, Heilungsworkshops, Auszeit im Wald	Privatperson	https://waldbaden-kaernten.at/#dasskannerwald	Tourismus	Grafenstein	zertifizierte Waldbaden-Trainer*innen, Waldabenteuer-Trainer*innen, Bergwanderführer*innen, Stress- und Burnout-Prophylaxe Trainer*innen
Einzel- und Gruppentraining	geführtes Waldbaden rund um den Wörthersee	Privatperson	https://praxisnatura.at/waldbaden/	Gesundheit/Tourismus	Pörtschach am Wörthersee	Stress- und Burnout-Prophylaxe Trainer*in
Einzel- und Gruppentraining	Workshops, Walk and Talk, Natur und Waldbaden, Achtsamkeitsübungen, Atemübungen, Meditation, Klangschalen, Einzelcoaching, Einzelberatungen, Team- und Gruppencoaching, Trainings, Workshops, Seminare, Supervision, Retreat-Auszeittage, geführtes Waldbaden, individuell	Privatperson	https://www.herzbunt.at/natur_waldbaden/	Gesundheit/Tourismus	Klagenfurt	Diplomierte Lebensberater*in, -Trainer*innen, Coach, Supervision, zertifizierte Waldpädagog*innen
Einzel- und Gruppentraining	geführtes Waldbaden	Bauernhof Allesbauer	https://www.allesbauer.at/waldbaden/	Tourismus	Altersberg	k.A.

Tabelle 15: Waldbaden-Angebote Kärnten. Quelle: Eigene Darstellung

4.6 Fazit der Analyse der Waldbaden-Angebote

In Österreich ist Waldbaden bereits in allen neun Bundesländern etabliert und ein fester Bestandteil naturbasierter Tourismusangebote, die den Wald explizit als Erholungs- und Gesundheitsraum nutzen. Es bestehen in den Bundesländern Tourismusangebote, wie geführte Waldbaden-Programme, mehrtägige Urlaubsarrangements und achtsamkeitsorientierte Waldspaziergänge. Sie werden als eigene touristische Produkte vermarktet, wobei der Fokus oft auf der Kombination mit der regionalen Identität der Region und dem Wald liegt. Diese Angebote verbinden Waldbaden-Elemente mit regionalen Natur- und Kulturerlebnissen und positionieren Waldbaden damit als Baustein eines sanften, gesundheitsorientierten Tourismus in Österreich. Die Bandbreite an Kombinationen mit Gesundheitsformaten kann als Qualitätsmerkmal regionaler Spezialisierung gesehen werden.

Eingebettet ist Waldbaden in touristische und medizinisch- präventive Angebote. Es gibt einen vielseitigen Ausbildungspool; auffällig ist, dass die Mehrheit der Anbietende neben einer Ausbildung zur Waldbaden-Trainer*innen auch über mindestens eine weitere Qualifikation verfügt.

Vorherrschend sind Kombinationen mit fundierten Vorbildungen aus anderen Fachbereichen, etwa therapeutische Schnittstellen, pädagogische Hintergründe oder aus der Gesundheitsprävention mit Spezialisierung auf Stressmanagement, Burnout-Prävention und Resilienz-Training. Die Praxis wird meist niederschwellig vermarktet, mit den Angebotsformaten Wellness und Tourismus verknüpft und als Gruppeneinheiten oder Einzelsitzung angeboten. Es gibt eine deutliche Dominanz an weiblichen Anbieterinnen. Die Landeswebsites der Bundesländer informieren detailliert über die spezifischen Waldstrukturen sowie die Gesundheitseffekte von Waldbaden und viele Tourismusverbände haben Waldbaden direkt in ihre Marketingstrategie integriert. Die Bundesländer setzen auf Leuchtturmprojekte, um die Aufmerksamkeit von Waldbaden in ihrer Region zu lenken und sich von anderen Regionen zu differenzieren. Bspw. hat Oberösterreich mit *Waldness* in der Region Traunsee-Almtal (Salzkammergut) die Sichtbarkeit für Waldbaden erhöht; in Wien und Niederösterreich findet Waldbaden mit dem LEADER-Projekt *WienerWaldSein* samt starker Verankerung im UNESCO Biosphärenpark Wienerwald ein Angebot und auch Vorarlberg wirbt mit verschiedenen Angeboten im UNESCO Biosphärenpark Großes Walsertal.

5. Methodik

Im Rahmen dieser Masterarbeit wird die Forschungsfrage: „Welche Faktoren beeinflussen die erfolgreiche Integration von Waldbaden als innovatives Tourismusangebot in Österreich?“ beantwortet. Dazu wurde ein qualitativer Forschungsansatz gewählt, der im folgenden Kapitel begründet wird. Die Arbeit basiert auf einer im Vorfeld durchgeführten Literaturrecherche. Zusätzlich wurden qualitative Interviews mit Expert*innen zum Thema Waldbaden im österreichischen Tourismus geführt. Die Auswahl der Expert*innen sowie die Datenerhebung werden im folgenden Kapitel detailliert beschrieben. Außerdem werden die Gütekriterien der qualitativen Forschung aufgezeigt. Die Datenauswertung wurde mithilfe der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (vgl. Mayring, 2019) durchgeführt und wird ebenfalls im folgenden Kapitel beschrieben.

5.1. Literaturrecherche

Für diese Arbeit wurde eine Literaturrecherche durchgeführt, die zur Erstellung des theoretischen Bezugsrahmens diente. Die Recherche erfolgte über die Datenbanken Google Scholar, BOKU: LitSearch und ScienceDirect. Literatur in deutscher und englischer Sprache wurde berücksichtigt sowie Grundlagenarbeit zum japanischen Shinrin Yoku. Außerdem wurden Internetseiten der Waldbaden-Anbieter*innen und Tourismuseiten der Bundesländer zu Recherchezwecken herangezogen. Umfassende Literatur des Bundesforschungszentrums für Wald (BFW) und der Green Care Wald Initiative wurden gesichtet; aktuelle Quellen wurden bevorzugt. Um den aktuellen Forschungsstand wie auch die langfristige Entwicklung abzubilden, wurde vorrangig Literatur der letzten 20 Jahre berücksichtigt. Gesucht wurde mit den Schlagworten *Diffusionstheorie, Waldbaden, Österreich, Forest Bathing, nature-based tourism, Shinrin Yoku, Green Care* und *Waldbaden im Tourismussektor*.

Neben den klassischen Datenbanken wurde das KI-gestützte Recherchetool Perplexity (Stand 31.03.2026) zur Schlagworterweiterung und zur Identifikation thematisch relevanter Primärquellen genutzt. Die von Perplexity vorgeschlagenen Referenzen wurden systematisch überprüft auf (1) Abgleich der bibliografischen Angaben, (2) Zugriff auf Volltexte, (3) Bewertung nach Einschlusskriterien wie thematischer Fit und Publikationsjahr, (4) offensichtlich fehlerhafter/ „halluzinierter“ Treffer. In der Arbeit werden ausschließlich Originalquellen zitiert; Ausgaben von Perplexity dienen nur als Wegweiser, nicht als zitierfähige Quelle.

Die Analyse konzentrierte sich auf drei disziplinäre Säulen:

1. Tourismuswissenschaft: Untersuchung des Waldbadens als Trend im Gesundheitstourismus sowie Analyse von Erfolgsfaktoren und Implementierung in touristische Konzepte.

2. Regionalwissenschaft: Betrachtung lokaler Rahmenbedingungen und deren Einfluss auf die Verbreitung von Waldbaden- Angebote sowie die Rolle regionaler Anbieter.

3. Innovationsforschung: Einordnung des Waldbadens als Innovation mittels der Diffusionstheorie, um fördernde und hemmende Faktoren der Adoption im Tourismussektor bestimmen zu können.

5.2. Forschungsdesign der qualitativen Forschung

Um die Forschungsfrage angemessen zu beantworten und ein tiefgehendes Verständnis für die Integration von Waldbaden im Tourismussektor in Österreich zu erlangen, wurde ein qualitatives Forschungsdesign gewählt. Die qualitative Forschung unterzieht sozialen Phänomenen einer tiefen und differenzierten Analyse, wobei der Vorgang induktiv sowie hypothesen- und/oder theoriegenerierend erfolgen kann. So können individuelle Sichtweisen und Meinungen sowie Motive analysiert werden. Im Fokus standen hierbei das Verständnis und die Nachvollziehbarkeit der Sichtweisen. Dabei wurde das Subjekt nicht auf isolierte Variablen reduziert, sondern in seiner spezifischen Kontext und in seiner Komplexität erfasst. Erhoben wurden die Informationen als Form sozialer Interaktion nach Misoch (2015). Ziel der Arbeit ist es die Erfolgsfaktoren und Hürden bei der Integration von Waldbaden in Österreich basierend auf der Diffusionstheorie nach Rogers (2003) zu untersuchen.

Daher eignete sich die qualitative Forschung für dieses Vorhaben besonders gut, da die qualitative Forschung die komplexen Zusammenhänge der Integration einer Innovation und die subjektiven Sichtweisen der Expert*innen tiefgreifend zu verstehen versucht, anstatt lediglich standardisierte Daten statistisch auszuwerten. Das Ziel des qualitativen Forschungsansatzes ist, das Erfahrene zu verstehen und beschreiben zu können; der Fokus liegt auf dem Verständnis und der Interpretation der Aussagen. Hierbei ist es zentral, offen gegenüber dem Forschungsgegenstand zu sein und die Datenerhebung so zu gestalten, dass die interviewte Person von persönlichen Erfahrungen erzählen und deren subjektive Sichtweise sichtbar werden kann (Methodenzentrum RUB, 2024).

Als qualitative Erhebungsmethode wurde das halbstrukturierte, leitfadengestützte Expert*inneninterview gewählt, um primär die Motivation der Akteur*innen, sowie den Prozess der Implementierung von Waldbaden in den jeweiligen Regionen zu verstehen. Die Erhebungsmethode ist geeignet, da sie das spezifische Handlungswissen und die Erfahrungswerte der Akteur*innen einschließt. Im Fokus der Arbeit steht die *Diffusion von Innovationen* nach Rogers (2003). Der Einsatz eines Leitfadens gewährleistete hier, dass die theoretisch hergeleiteten Aspekte der Diffusionstheorie systematisch abgedeckt werden konnten und es bestand genügend Offenheit, um individuelle Erfahrungen zu untersuchen.

5.3. Stichprobe und Expert*innenauswahl

Die Auswahl der Gesprächspartner*innen folgte einem gezielten Sampling anhand definierter Kriterien. Als Expert*innen wurden Personen definiert, die Fachkräfte in der Tourismusbranche sind in deren Region Waldbaden bereits integriert wurde, spezialisierte Akteur*innen aus dem Bereich Waldbaden sowie Personen, die Pionierarbeit im Bereich Waldbaden in Österreich geleistet haben. Außerdem wurde den Empfehlungen des betreuenden Dozenten, sowie anderer Expert*innen im Sinne eines Schneeballsystems nachgegangen. Die ausgewählten Personen kannten die Hürden und Erfolgsfaktoren der Integration von Waldbaden im Tourismussektor und hatten demnach exklusives Betriebswissen, das sie von anderen Personen abhob. Das Expert*innenwissen ist das relevante Sonderwissen, das sich auch als sozial institutionalisierte Expertise benennen lässt (Meuser & Nagel, 2010). Insgesamt wurden sieben Interviews durchgeführt, da sich hierbei eine hinreichende Datensättigung für die Beantwortung der Forschungsfrage abzeichnete. Die Akquise erfolgte über die direkte Ansprache per E-Mail sowie das Schneeballverfahren (Empfehlungen durch bereits interviewte Expert*innen und Empfehlungen von Personen im Bereich des Waldbadens). Bei der Auswahl der Expert*innen wurde gezielt auf eine Varianz der Stichprobe geachtet, um eine möglichst breite Perspektive auf den untersuchten Innovationsprozess zu erhalten. Die Heterogenität der Expert*innen konnte auf zwei Ebenen festgestellt werden

1. Geografische Diversität: Da im Fokus die Integration von Waldbaden in ganz Österreich liegt, wurden die regionalen Besonderheiten und unterschiedlichen strukturellen Rahmenbedingungen berücksichtigt. So konnten Expert*innen aus verschiedenen Bundesländern österreichweit interviewt werden, um die Ergebnisse durch den Fokus auf eine bestimmte Region nicht zu verzerren.
2. Sektorale Breite im Tourismus: Es wurde darauf geachtet, verschiedene Teilbereiche des Tourismussektors abzudecken. Die Stichprobe umfasst folgende Expert*innen: (i) zertifizierte Waldbaden-Trainer*innen und selbstständige Anbieter*innen von Naturerlebnis-Dienstleistungen, (ii) Leitung einer Aus- und Weiterbildungsinstitution für waldgestützte Interventionen, (iii) wissenschaftliche Mitarbeiter*innen im Bereich Tourismusforschung, (iv) projektverantwortliche Personen für Regional- und Tourismusentwicklung sowie Referent*innen für strategische Tourismusplanung.

Die Auswahl der Kontakte basierte auf einer gezielten Eigenrecherche relevanter Akteur*innen im Bereich „Tourismus“ und „Waldbaden“. Der Erstkontakt mit den Expert*innen wurde schriftlich per E-Mail initiiert. In diesen Schreiben wurden die potenziellen Interviewpartner*innen über den Kontext der Masterarbeit, das Forschungsziel, die Freiwilligkeit der Teilnahme sowie über den zeitlichen Rahmen (Interviewdauer ca. 30-60 Minuten) informiert.

Ein zentraler Bestandteil der Akquise war die Zusicherung der Anonymität und die Aufklärung über die datenschutzkonforme Aufzeichnung und Verarbeitung der Gesprächsdaten.

5.4 Datenerhebung

Als Erhebungsinstrument diente das leitfadengestützte Expert*inneninterview. Diese Methode gewährte durch den Leitfaden eine thematische Struktur und Vergleichbarkeit, lies den Expert*innen aber gleichzeitig Raum für individuelle Schwerpunkte. Der Leitfaden basierte auf den theoretischen Erkenntnissen aus *Kapitel 1. Diffusionstheorie und Definition der Innovationsdiffusion*, *Kapitel 2. Die soziale Bedeutung von Waldbaden* und *Kapitel 3. Die Chance von Waldbaden im Tourismussektor* und gliederte sich in folgende Bereiche: (1.) Entwicklung von Waldbaden; (2.) Praktische Umsetzung und Angebotsstruktur; (3.) Erfolgsfaktoren und Best-Practice-Beispiele; (4.) Verbreitung von Waldbaden.

5.4.1. Operationalisierung des Leitfadens

Tabelle 9 veranschaulicht, wie die theoretischen Dimensionen der Diffusionstheorie in die vier Themenblöcke des Leitfadens operationalisiert wurden:

Themenblock im Leitfaden	Theoretischer Bezug Rogers	Erkenntnisziel der Fragen
1. Entwicklung von Waldbaden	Relativer Vorteil und Wissensphase	Welcher Mehrwert gegenüber anderen Angeboten wird gesehen und wie kam die Entscheidung zur Innovation zustande?
2. Praktische Umsetzung und Struktur	Kompatibilität und Komplexität	Wie gut hat sich Waldbaden in die bestehenden Strukturen der Region eingefügt und welche Hürden wurden bei der Implementierung überwunden?
3. Erfolgsfaktoren und Best-Practice-Beispiele	Beobachtbarkeit	Welche Faktoren hat das Angebot sichtbar und erfolgreich gemacht?
4. Verbreitung von Waldbaden	Kommunikationskanäle und Meinungsführer*innen	Über welche neuen Wege, wie z. B. Netzwerke oder Gatekeeper, wurde das Wissen weitergegeben und wer sind die zentralen Akteure für die Ausbreitung in Österreich?

Tabelle 16: Übersicht Themenblöcke. Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Rogers (2003)

5.4.2 Durchführung und Setting der Interviews

Die Datenerhebung hat im Zeitraum von August 2025 bis Februar 2026 stattgefunden. Um eine ortsunabhängige Befragung der Expert*innen im gesamten österreichischen Raum zu gewährleisten, wurden die Interviews einerseits persönlich vor Ort und andererseits online über Microsoft Teams bzw. Zoom abgehalten. Die Interviews dauerten im Durchschnitt 60 Minuten und die Gesprächsatmosphäre war durch eine hohe Offenheit und eine spürbare Involviertheit der Befragten geprägt. Das hat gezeigt, dass das Thema Waldbaden für viele Interviewpartner*innen nicht nur eine berufliche Aufgabe, sondern insbesondere auch ein persönliches Anliegen darstellt. So konnte ein vertrauensbasiertes und fließendes Gespräch aufgebaut werden. Der Leitfaden fungierte hierbei lediglich als strukturelle Stütze. Durch die vertraute Atmosphäre konnte den Expert*innen Raum gegeben werden, Neues und unvorhergesehene Aspekte in das Gespräch einfließen zu lassen, die über die theoretischen Vorannahmen hinausgingen. Die Expert*innen wurden vorab über die Aufzeichnung informiert und gaben ihre Einwilligung zur Teilnahme und der Aufzeichnung des Gesprächs. Die Aufzeichnung der Interviews fungierte als notwendige Grundlage und ermöglichte eine wortgetreue Transkription und die systematische Auswertung der Daten.

5.5 Datenauswertung und Transkription

Die Auswertung des Datenmaterials basierte auf der Methodik der strukturierenden Inhaltsanalyse nach Mayring (2019). Dieses Verfahren wurde deshalb gewählt, weil so die umfangreichen Informationen aus den Expert*inneninterviews systematisch reduziert und die zentralen Kernaussagen in Bezug auf die Forschungsfrage herausgefiltert werden konnten. Der Auswertungsprozess umfasste die Transkription, die Codierung und Kategorienbildung sowie die Reduktion. Mittels einer softwaregestützten Transkription (Microsoft Word) wurden die Interviews von einer Audiodatei in einen Text umgewandelt. Danach erfolgte eine sorgfältige und manuelle Überprüfung anhand der Tonaufnahme, um sicherzustellen, dass die Transkription korrekt erfolgt war. Dabei wurde den einfachen Transkriptionsregeln gefolgt. Schließlich wurde das Material leicht geglättet, indem Wortwiederholungen bzw. reine Füllwörter, sofern diese nicht den Sinngehalt beeinflussten, entfernt wurden. Ziel der Transkription war die Gewährleistung einer guten Lesbarkeit der Analyse, während der originale Wortlaut und die individuelle Ausdrucksweise der Expert*innen erhalten bleiben konnten.

5.5.1 Codierprozess und Clustering

Mit der Software MAXQDA wurde die Analyse des Datenmaterials durchgeführt. Der Codierprozess erfolgte durch eine Kombination der deduktiven und induktiven Kategorienbildung. Basierend auf dem theoretischen Rahmen der Arbeit wurden vorab „Übercodes“ definiert, um gezielt Informationen zu suchen. Außerdem wurden während der intensiven Auseinandersetzung mit dem Material zahlreiche Codes direkt aus den Aussagen der Expert*innen gewonnen; dies ermöglichte auch unvorhergesehene Themenbereiche systematisch zu erfassen. In der Phase des „Feincodierens“ entstanden so zunächst 245 Einzelcodes, was eine detaillierte Erfassung der inhaltlichen Tiefe sicherstellte.

Nach der Codierphase wurde das gesamte Codiersystem einer kritischen Sichtung unterzogen und bereinigt. Im ersten Schritt dieser Selektion wurden jene Codes exkludiert, die keinen direkten Bezug zur Forschungsfrage aufwiesen. Daraufhin wurden thematisch verwandte und redundante Codes gebündelt und mit präziseren Begriffen benannt. Die verbliebenen „Übercodes“ wurden abschließend geclustert und hierarchisch geordnet, da sie die strukturelle Grundlage für die spätere Darstellung der Ergebnisse bildeten. Durch diese Form der zusammenfassenden Inhaltsanalyse konnte die „wissenschaftliche Essenz“ aus den Interviews extrahiert werden (vgl. Kuckartz & Rädiker, 2024). Zusätzlich wurden Notizen angefertigt, um erste Interpretationen und theoretische Verknüpfungen für den Diskussionsteil der Ergebnisse festhalten zu können. So konnten insgesamt 13 Hauptkategorien definiert werden, die in 18 Unterkategorien gegliedert wurden.

5.5.2 Gütekriterien

Um die Belastbarkeit der Ergebnisse garantieren zu können, wurde die Untersuchung nach gängigen Qualitätsstandards qualitativer Forschung durchgeführt (Günther, 2022). Die Qualität dieser Arbeit konnte durch eine lückenlose Verfahrensdokumentation sichergestellt werden. Jeder Schritt wurde präzise dokumentiert, um die Nachvollziehbarkeit der Ergebnisse gewährleisten zu können. Außerdem wurde die Glaubwürdigkeit der Analyse durch das regelkonforme Anwenden der Inhaltsanalyse nach Mayring (2019) gestützt. Die gezielte Auswahl von Expert*innen aus den verschiedenen Sektoren und die offene Gesprächsführung sorgten für eine hohe inhaltliche Validität, da vielfältige, tiefgehende Perspektiven zum Thema Waldbaden im Tourismussektor in Österreich erfasst wurden.

5.5.3 Ergebnismatrix

Um die aus der Codierung hervorgegangenen Datenmenge strukturieren zu können und auf die Forschungsfrage zu fokussieren, wurde ein mehrstufiger Selektions- und Aufbereitungsprozess erstellt.

Priorisierung und Selektion der Hauptkategorien

Im ersten Schritt wurden die 13 identifizierten Hauptkategorien in einer Prioritätenliste erfasst und hinsichtlich ihrer Relevanz für die Forschungsfrage bewertet. Dazu wurde ein dreistufiges Kategoriensystem entwickelt.

Kategorie A: Diese Kategorien beantworten die Forschungsfrage direkt und weisen tendenziell eine hohe Dichte an relevanten Zitaten auf.

Kategorie B: Diese Aspekte sind für das Verständnis des Gesamtkontextes wichtig, stellen aber eher ein Randthema dar.

Kategorie C: Es handelt sich um interessante Zusatzinformation, die jedoch keine unmittelbare Relevanz für die Beantwortung der zentralen Forschungsfrage besitzen.

Jede Hauptkategorie wurde systematisch geprüft und einer dieser Kategorien zugeordnet. Nach einer abschließenden Validierung der Zuordnung konnten sieben Hauptkategorien in die Kategorie A zugeordnet werden. Diese sieben Kategorien bilden die Grundlage für die Ergebnismatrix. Die Kategorien der Kategorie B und C beinhalten jeweils drei Hauptkategorien. Kategorie B wird ebenfalls im Ergebnisteil analysiert, allerdings werden Kategorie B und C nicht in der Ergebnismatrix dargestellt, da sie sich allein auf die Kategorie A konzentriert.

Aufbau und Inhalt der Ergebnismatrix

Um die Ergebnisse detailliert darstellen zu können, wurde in Microsoft Excel eine Matrix erstellt, welche alle sieben priorisierten 10 Hauptkategorien (aus Kategorie A und B), sowie die zugehörigen 14 Unterkategorien umfasst. Der Aufbau folgte dabei einer logischen Struktur:

Aufbauend auf der Code-Analyse (siehe Anhang) sowie der theoretischen Grundlagen aus Kapitel 1-3 konnte für jedes Thema eine synthetisierte Kernaussage formuliert werden. Um die Kernaussagen zu untermauern, wurden je Kategorie exemplarisch ein bis zwei prägnante Zitate aus den vorliegenden Interviews ausgewählt. Durch die Angabe des jeweiligen Interviews, der Seitenzahl, sowie der Zeilennummer wurde eine Nachvollziehbarkeit gewährleistet. Zusätzlich zur geografischen Herkunft (Bundesland) wurde die berufliche Rolle der interviewten Person angegeben. Dabei wurde durch eine bewusste Generalisierung der Funktionsbezeichnung die vollständige Anonymität der Interviewperson gewahrt.

Quantitative Visualisierung

Um die qualitative Inhaltsanalyse durch eine quantitative Perspektive zu ergänzen, wurden die Nennungen der Kategorien grafisch aufbereitet. Zwei gruppierte Balkendiagramme, eines für die Haupt- und eines für die Unterkategorien, wurden zur Visualisierung der Häufigkeitsverteilung herangezogen und wurden nach der Gesamtsumme der Nennungen sortiert. So konnten die am stärksten gewichteten Themenfelder innerhalb der Expert*inneninterviews schnell identifiziert werden.

6 Ergebnisse der empirischen Untersuchung

Im folgenden Kapitel werden die zentralen Ergebnisse der Expert*inneninterviews dargestellt. Diese Darstellung orientiert sich, wie in dem *Kapitel 5.5.3 Ergebnismatrix* des Überkapitels 5. *Methodik* beschrieben, an der Priorisierung der Kategorie A und B und wird durch eine quantitative Häufigkeitsanalyse gestützt. Die Prioritätstabelle sowie die vollständige Code-Analyse (Ergebnismatrix) befinden sich im Anhang (Anhang B und Anhang C).

6.1 Quantitativer Überblick Hauptkategorie A

Die Abbildung 3 *Hauptkategorie Nennanzahl* zeigt die Häufigkeitsverteilung der Hauptkategorien. Besonders häufig wurden Aussagen zu der Kategorie *Beginn von Waldbaden in der eigenen Region* (sieben von sieben Interviewpartner*innen nennen diese Kategorie) und den *Erfolgsfaktoren* (sechs von sieben Interviewpartner*innen nennen diese Kategorie) gemacht. Diese Tendenz lässt sich maßgeblich auf die Struktur des leitfadengestützten Interviews zurückführen. Da die Befragung spezifisch auf die regionale Etablierung sowie die Erfolgsfaktoren von Waldbaden fokussiert war, spiegelt die hohe Nennfrequenz die thematische Schwerpunktsetzung des Leitfadens wider. Obwohl in den Interviews nach dieser Kategorie direkt gefragt wurde, konnte nicht immer die Antwort dem Code zugeordnet werden.

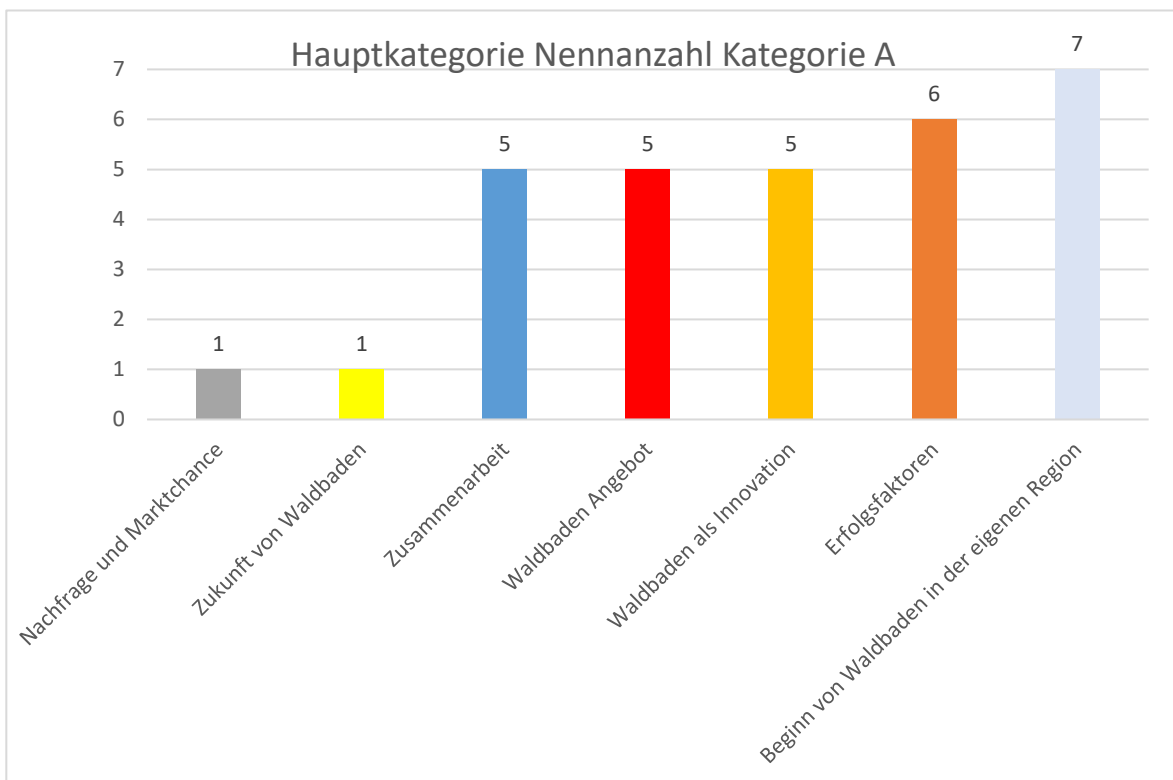


Abbildung 3: Hauptkategorie Nennanzahl Kategorie A. Quelle: Eigene Darstellung

Dies liegt daran, dass die Interviewpartner*innen teilweise andere Themen in der Beantwortung der Fragen aufgegriffen haben, welche sich dann in einem anderen Code wiederfanden. Auffällig ist außerdem die quantitative Verteilung der Antworten in den Kategorien *Nachfrage und Marktchance* sowie *Zukunft von Waldbaden*, die auf der Ebene der Hauptkategorien lediglich in jeweils einem Interview explizit adressiert wurden. Diese geringe Frequenz auf der Hauptebene steht jedoch im Kontrast zu den deutlich häufiger genannten Unterkategorien dieser Themenfelder. Diese Tendenz kann aber methodisch begründet werden: Die Fragen zum *Beginn von Waldbaden* in der eigenen Region wirkten erzählgenerierend und luden zu umfangreichen Schilderungen ein; so splittern sich die Aussagen zur *Marktchance* und den *Zukunftsaussichten* in spezifischere differenzierte Erzählungen. Dies führt zu einer stärkeren Verteilung der Codierung auf die detaillierteren Unterkategorien und liefert somit eine Erklärung für die geringere Nennanzahl auf der abstrakteren Hauptebene. Zur visuellen Einordnung wurde das Farbschema der Hauptkategorien (Abb.3) konsistent auf die Unterkategorien in Abbildung 4 übertragen.

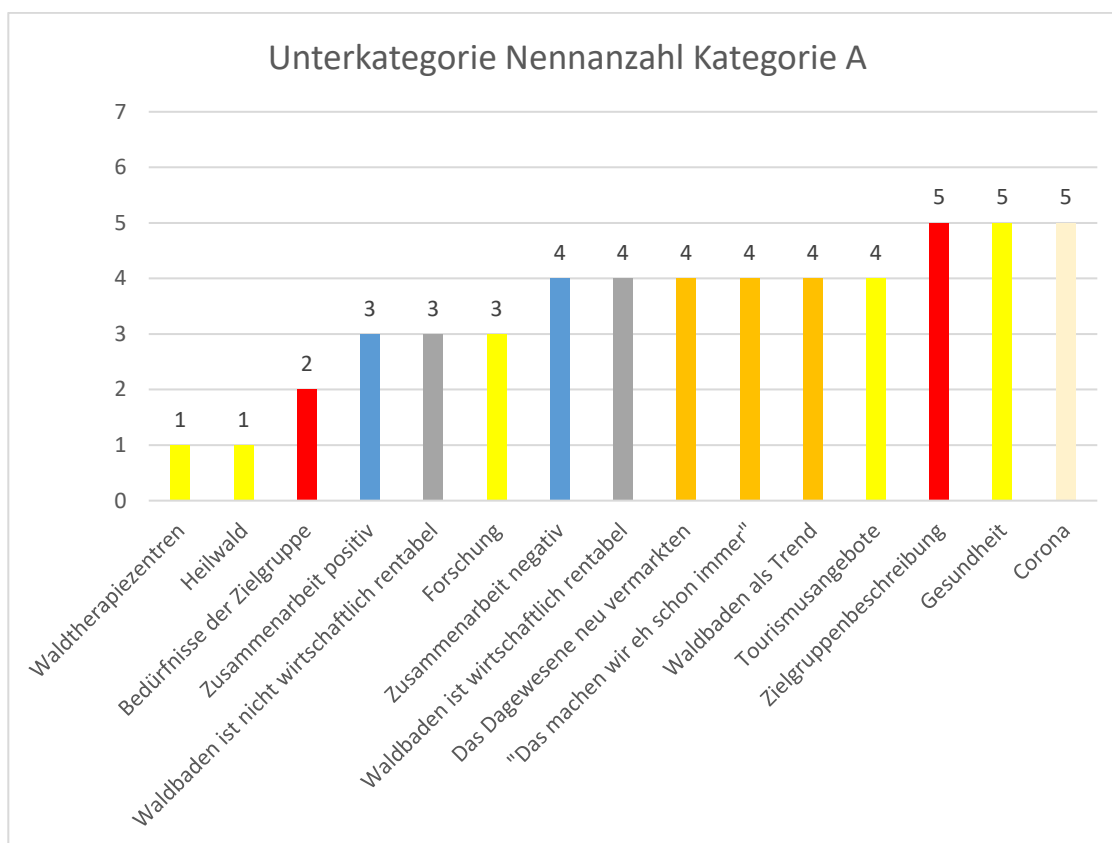


Abbildung 4: Unterkategorie Nennanzahl Kategorie A. Quelle: Eigene Darstellung

Ergänzend zu den Hauptkategorien zeigt Abbildung 4 *Unterkategorie Nennanzahl Kategorie A* die Häufigkeitsverteilung der Unterkategorien. Diese spezifischen Aspekte wurden innerhalb der Expert*inneninterviews am intensivsten diskutiert. Während die Hauptkategorien den groben Rahmen der Analyse vorgeben, ermöglichen die Unterkategorien einen tieferen Einblick in die Themenfelder. Die am häufigsten genannten Unterkategorien sind (i) *Zielgruppenbeschreibung*

(Hauptkategorie-Waldbaden- Angebot), (ii) *Gesundheit (Hauptkategorie-Zukunft von Waldbaden)* und (iii) *Corona (Hauptkategorie-Beginn von Waldbaden in der eigenen Region)*. Diese nehmen mit fünf von sieben Interviews den Spitzenwert ein. Lediglich eine von sieben Personen äußerte sich zur Kategorie *Waldtherapiezentren* und *Heilwald*. Überraschenderweise äußerten sich jedoch sieben von sieben Interviewpartner*innen zur Unterkategorie *Gesundheit* und vier von sieben Interviewpartner*innen zur Unterkategorie *Tourismusangebote* und das, obwohl diese zur gleichen (und auch nur einmal genannten) Hauptkategorie *Zukunft von Waldbaden* zählen.

6.2 Qualitative Analyse der zentralen Themenfelder Kategorie A

In diesem Kapitel werden die zentralen Themenfelder einer vertiefenden, qualitativen Analyse unterzogen. Die Analyse orientiert sich an den sieben Hauptkategorien der Kategorie A und arbeitet die wesentlichen Facetten innerhalb der geführten Interviews heraus. Im Fokus stehen die inhaltlichen Verknüpfungen der Unterkategorien, sowie prägnante Expert*innen-Statements.

6.2.1 Zusammenarbeit

Eine befragte Person gab an, dass sie selbst nicht darüber informiert sei, ob es weitere Anbieter*innen in ihrem Umkreis oder in ihrer Region gäbe. Es bestehe kein direkter Kontakt zu anderen (vgl. Interview 7, Seite 14, Zeile 2-3). Eine weitere befragte Person gab an, dass es Kontakt zu Anbieter*innen in Deutschland gäbe. Vor allem das Themengebiet rund um die Integration des Heilwaldes sei für sie spannend. Die Person gab an, dass es in Deutschland in diesem Bereich gut ausgebildete Personen gäbe (vgl. Interview 5, Seite 2, Zeile 32-37). Laut einer anderen interviewten Person bestehe Kontakt zu anderen Anbieter*innen und Stakeholdern durch ein gemeinschaftliches EU-Projekt zum Thema Natur- und Gesundheitsmanagement (vgl. Interview 5, Seite 7, Zeile 2-8). Eine Interviewperson erzählte von einer bestehender Zusammenarbeit mit Partner*innen in Italien, Irland, Rumänien und Bulgarien (vgl. Interview 5, Seite 7, Zeile 13-17).

Eine Interviewperson betonte, dass eine gute Zusammenarbeit mit den Waldbesitzer*innen aus der eigenen Region relevant sei (vgl. Interview 5, Seite 11, Zeile 8-10). Eine weitere Person drückte ihren Wunsch nach mehr Austausch aus: „Ich würde mir mehr Kommunikation und Netzwerken wünschen. Von unserem eigenen Netzwerk her besteht schon viel Austausch. Das sind halt die, die die Ausbildung gemeinsam gemacht haben. Wünschenswert wäre definitiv mehr Austausch und weniger Konkurrenz. Es gibt genug Wald und genug Bäume!“ (Interview 4, Seite 10, Zeile 4-13).

Eine weitere Aussage in einem Interview unterstrich den Wunsch nach mehr Zusammenarbeit: „Also grundsätzlich sind wir immer sehr kooperationsstrebend“ (Interview 2, Seite 5, Zeile 1). Hingewiesen

wurde außerdem auf den Bedarf an einer Zusammenarbeit zwischen Waldbesitzer*in und Waldbaden-Anbieter*in. Es gab Unklarheit darüber, ob Waldbaden überall angeboten werden dürfe, da nicht jeder Wald frei nach Belieben benutzt werden könne (Interview 5, Seite 11, Zeile 8-10).

In der Unterkategorie **Zusammenarbeit positiv** zeigten die Expert*innen ein positives Resümee über bisherige Kooperationserfahrungen. Eine Person gab bspw. an, dass seriöse Institutionen für eine Kooperation sehr attraktiv sein könnten. Auch einer Zusammenarbeit mit einer Charité sei die Person gegenüber nicht abgeneigt (vgl. Interview 4, Seite 6, Zeile 31-36). Eine Interviewperson berichtete über eine positive Zusammenarbeit mit einer katholischen Frauenbewegung in ihrem Bundesland (vgl. Interview 2, Seite 2, Zeile 25-26). Eine weitere Person berichtete ebenfalls von positiven Kooperationen mit einer Tourismusorganisation in ihrer Region: „Ich bin immer wieder angesprochen worden über ‘Yoga, im Grünen’, ob wir da irgendwas gemeinsam machen können. Also da wären schon Möglichkeiten zur Kooperation da. Tourismus, glaube ich, ist ja so ein bisschen ein Aufhänger. Ich habe letztes Jahr Kontakt gehabt mit einem Tourismusverband aus der Gegend. Und habe den Leitenden die Yoga-Idee vorgestellt und denen hat das getaugt. Sie waren sehr begeistert und haben mich dann gleich in das Programm mitaufgenommen“ (Interview 1, Seite 5, Zeile 32-37).

Demgegenüber standen Aussagen aus der Unterkategorie **Zusammenarbeit negativ**, die auf die Herausforderungen im Bereich der Zusammenarbeit hinwiesen. Eine befragte Person berichtete bspw. von negativen Erfahrungen mit dem Jagd- und Forstbetrieb in ihrer Region: „Das war halt ein rotes Tuch für die Jäger und für die Förster. Das war alles so: ‘was ist das jetzt für ein Blödsinn?’ Die Waldpädagogen haben nicht gewusst, was sie damit anfangen sollen. Also da bin ich wirklich einmal zuerst jahrelang tunlichst ignoriert worden“ (Interview 4, Seite 4, Zeile 8-10). Sie wies darauf hin, dass hier zwischen dem Tourismussektor und dem Jagd- und Forstsektor fehlerhafte Kommunikationsstrategien vorlägen.

Eine weitere Person machte klare Aussagen über die Schwierigkeiten bei der Integrierung von Waldbaden in ihrer Region: „Ja, also gäbe es sicher Möglichkeiten, hab aber von Anfang an dann schon beschlossen für mich selbst, dass ich mich rausnehme, ich habe mitgekriegt, dass da ganz viel Ellbogentechnik ist im Waldbereich und dann auch dieses Abhängig sein von irgendwelchen Finanziers...“ (Interview 4, Seite 6, Zeile 23-25). In einem anderen Interview wurde darüber berichtet, dass zwar andere Anbieter*innen bekannt seien, sich jedoch noch keine Zusammenarbeit ergeben habe (vgl. Interview 1, Seite 5, Zeile 29-31). Als Hindernis an einer Zusammenarbeit wurde auch die Besitzverteilung des Waldes in Österreich angesprochen. Genauer wird hier die Rolle der österreichischen Bundesforste in Niederösterreich und Wien-Umgebung genannt, da hier die Gebiete laut Expert*innen streng reguliert seien (Interview 4, Seite 10, Zeile 21). Als erschwerend wird auch die Zusammenarbeit mit privaten Waldbesitzer*innen aufgelistet (Interview 3, Seite 11, Zeile 9-10).

6.2.2 Nachfrage und Marktchance

Um das Marktpotenzial für Waldbaden-Angebote im österreichischen Tourismussektor einschätzen zu können, widmete sich ein Leitfadenthemenfeld der wirtschaftlichen Relevanz von Waldbaden. Eine Interviewperson beschrieb ihren persönlichen Zugang zu Angeboten wie Waldbaden und gab zu, selbst diese auch diese Angebote nicht in Anspruch zu nehmen. Sie beschrieb die Problematik, dass Personen, die in ihre Region kommen, von Natur umgeben seien und daher andere naturtouristische Angebote, die vielleicht eine andere Ausrichtung hätten, in Anspruch nehmen würden (vgl. Interview 1, Seite 7, Zeile 5-10). Eine Person berichtet davon, dass es ihr schwerfalle einzuschätzen, wie die Nachfrage erhöht werden könne: „Also ich muss ehrlich sagen, ich kann das schwer abschätzen. die bemühen sich schon von der Gemeinde, dass sie das Angebot ausschicken, dass sie das an die Betriebe weiterleiten. Ob das jetzt vielleicht an der Kommunikation liegt, kann ich jetzt nicht beurteilen. Also da habe ich jetzt zu wenig Einblick. Das Angebot ist kostenlos aber “ (Interview 1, Seite 6, Zeile 21-25).

In der Unterkategorie **Waldbaden ist wirtschaftlich rentabel** wurde von positiven Aspekten bei der Nachfrage von Waldbaden-Angeboten berichtet. So erzählte eine Interviewperson davon, dass Waldbaden ihre Haupteinnahmequelle darstelle (vgl. Interview 6, Seite 1, Zeile 19-20). Eine Person berichtete davon, dass sehr wohl mit Waldbaden auch Geld verdient werden könne, was sogar Hauptmotivator für Personen darstellte, die sich als Waldbaden-Anbieter*innen ausbilden lassen wollten: „Was halt auch auffällig ist, ist dass die Menschen dann halt natürlich auch geschnuppert haben, dass da Geld dahintersteht. Also das merkt man dann auch teilweise bei den Kursen, da sind einerseits diejenigen mit richtig viel Herz und dann kann welche, ja, wo man irgendwie das Gefühl hat, ob es jetzt der Wald ist oder irgendein anderes Thema, Hauptsache, man kann da ein bisschen Geld machen“ (Interview 4, Seite 5, Zeile 6-10).

In einem Interview gab eine befragte Person an, dass bei einer Kombination mit anderen Berufen das Waldbaden als Angebot einen starken wirtschaftlichen Faktor darstelle (Interview 4, Seite 7, Zeile 15-16). Eine befragte Person thematisierte die ökonomischen Rahmenbedingungen des Waldbadens und betonte die Notwendigkeit einer Kalkulation der Gruppengrößen zur Sicherstellung der Rentabilität. Dabei wurde darauf hingewiesen, dass eine positive wirtschaftliche Bilanz eine entsprechende Preisgestaltung voraussetze. Neben dem Marktpotenzial wurde die formale Qualifikation der Anbieter*innen als entscheidender Faktor für das Qualitätsniveau hervorgehoben. Es wurde die Befürchtung geäußert, dass ein unkontrollierter Markteintritt ohne fundierte Ausbildung die Standards des Angebots gefährden könnte (vgl. Interview 5, Seite 8, Zeile 6-17).

In der Unterkategorie **Waldbaden ist nicht wirtschaftlich rentabel** überwiegen die Aussagen darüber, dass das alleinige Tätigkeitsfeld nicht sehr gewinnbringend sei. Eine Interviewperson

berichtete davon, dass sie trotz Terminangeboten, keine einzige Anmeldung über eine Saison erhalten habe: „...Und heuer dann habe ich mir gedacht, okay, die werden das nicht mehr machen wollen. Und jetzt haben wir es heuer wieder gemacht? Jetzt haben wir aber Juni, Juli, August ausgelassen, Juni, September und Oktober, drei Termine, drei Mal keine Anmeldungen“ (Interview 1, Seite 6, Zeile 14-16).

Eine Interviewperson beschrieb, dass Waldbaden zwar einen ökonomischen Mehrwert biete, jedoch nicht finanziell gesehen „die Region retten“ könne (vgl. Interview 3, Seite 8, Zeile 26-30). Eine Person beschrieb, dass der Hauptfokus von Waldbaden-Angeboten nicht wirtschaftlich liegen solle, sondern auf emotionaler Ebene stattfinden solle: „Ja, eigentlich geht es gar nicht um Kohle, um Geld, sondern tatsächlich um Philosophie, um Herz und um Emotion. Und nix anderes verkaufen wir eigentlich im Tourismus“ (Interview 3, Seite 8, Zeile 28-39). Eine Person machte deutlich, dass sie mit dem Entgelt, das sie für ihre Angebote bekomme, nicht zufrieden sei: „Das, was ich dafür kriege, ist auch lächerlich für drei Stunden. Das sind 100 Euro? Okay. Ganz ehrlich?“ (Interview 1, Seite 6, Zeile 30). Eine Interviewperson berichtete von der Schwierigkeit, dass der Begriff Waldbaden in ihren Augen dazu führe, dass ihr Angebot nicht so ernst genommen werde, wie z. B. Angebote, die seriösere Begriffe im Titel hätten. Dementsprechend versuche sie ihr Angebot umzubenennen und umzugestalten, damit auch mehr Geld für das Angebot dann verlangt werden könne. Sie berichtete davon, dass in ihrem Umfeld Waldbaden oft zu niedrig bepreist werde, was wiederum den Marktpreis nach unten drücke. Daher wirke der Markt für sie mitunter willkürlich: „Ich habe den Workshop deswegen nicht als reinen Waldbaden-Workshop aufgebaut, sondern ebenso als Best-of meiner Skills, weil tatsächlich leider, und ich finde, das ist wirklich ein großes leider, Waldbaden finde ich viel zu niedrigpreisig angeboten wird. Also teilweise wirklich unter Wert, wo ich auch so ein bisschen teilweise sauer werde, wenn ich sehe, dass andere Trainerinnen das zu einem wirklich sehr niedrigen Preis anbieten, wo dem Ganzen der Wert genommen wird, finde ich, den es eigentlich hat. Und das ist ja immer so eine Sache, so funktioniert halt der Markt. Ein Produkt, sagen wir mal Waldbaden, das Produkt wird eingeführt, ist was Neues, ist eine Innovation. Und irgendwer gibt dem ganz normal so einen Wert oder es hat sich entwickelt, weil es schon in irgendwelchen anderen Ländern etabliert ist und richtet sich dann nach dem oder so. Und natürlich Angebot, Nachfrage und so weiter. Aber da sehe ich so ein Problemfeld, weil da gibt es Angebote, die ich gesehen habe, wo sie schon um 15€ pro Person mit einer Gruppe irgendwo hingehen. Klar, das ist dann eher mit dem Fokus auf einer größeren Gruppe, da ist es dann vielleicht, findet es erst ab 10 statt und die versuchen 20 oder mehr Leute zusammen zu bekommen. Es hat halt dann einen anderen Charakter oder eine andere Qualität.“

Dann so die Standardgeschichten, so 39, 49 Euro, wo ich mir auch denke, das repräsentiert den Wert überhaupt nicht, den das hat. Also das ist tatsächlich für dich die Kehrseite und deswegen bin ich bewusst zum Beispiel jetzt darauf gegangen, da so ein eigenes Workshop-Konzept zu machen und kein reines Waldbaden“ (Interview 7, Seite 4, Zeile 10-29).

6.2.3 Waldbaden-Angebot

Zur Analyse der Einbettung von Waldbaden in der jeweiligen Region der Expert*innen wurde die Kategorie **Waldbaden-Angebot** gebildet. Diese dient der systematischen Erfassung der konkreten Ausgestaltung von Waldbaden im Handlungskontext der Interviewpartner*innen. Die Kategorie ermöglichte es, Einblicke in die Differenzierung der Angebote für verschiedene Zielgruppen, die adressierten Bedürfnisse, sowie die implizierten und explizierten Annahmen der Anbieter*innen über ihre Teilnehmenden. Eine Interviewperson bot Workshops an. Sie limitierte ihre Gruppen auf maximal sechs Personen, um die Übungen bestmöglich umsetzen zu können. Sie sprach davon, dass sie so den Teilnehmer*innen durch die geringe Gruppenanzahl ein besseres Erlebnis bieten könne (vgl. Interview 7, Seite 3, Zeile 6-10). Eine weitere Interviewperson berichtete, dass ihr Angebot mehrere Projektarbeiten umfasst, auch im Bereich Tourismusdesign und Heilwald (vgl. Interview 5, Seite 9, Zeile 27-36). Das Angebot der Interviewperson umfasste abgesehen von waldbezogenen Projekten außerdem Projekte im Bereich Wellness-Tourismus (vgl. Interview 5, Seite 10, Zeile 10-17).

Eine befragte Person gab an, dass Waldbaden ihre Haupteinnahmequelle sei. Sie bilde selbst andere Personen zu Waldbaden-Trainer*innen aus und biete dazu Online- und Hybridkurse an sowie Weiterbildungen und Workshops im Bereich des betrieblichem Gesundheitsmanagement sowie Kooperationen mit Wellnesshotels an (vgl. Interview 4, Seite 1, Zeile 10-15). Eine Person berichtete davon, ihr Waldbaden-Angebot mit Wanderungen in Verbindung zu bringen, dies biete auch Raum für Sinneswahrnehmungsübungen (vgl. Interview 1, Seite 7, Zeile 29-34). Eine Interviewperson biete Waldbaden vor allem für die direkte Gemeinde an, darunter bestünden Kooperationen mit anliegenden Hotels und Tourismusanbietern aus der Region. Im Fokus stehe hierbei das Angebot für die einheimische Zielgruppe anzupassen: „Aber wichtig ist schon auch, dass man die Einheimischen abholt, dass die auch sozusagen das Angebot nutzen dürfen und dass die den Wald da für sich erleben zu dürfen. Ja, und da gibt es immer schöne Angebote auch für die Einheimischen. Jetzt haben sie gerade im Oktober Erntedankfeste gemacht und auch Kräuterweihe. So wird halt die Natur zelebriert“ (Interview 5, Seite 11, Zeile 25-30).

Nachdem die konzeptionelle Gestaltung der Angebote der Expert*innen beleuchtet wurde, soll nun festgestellt werden, an wen sich diese Maßnahmen konkret richten. Die Unterkategorie **Zielgruppenbeschreibung** fasst die spezifischen Personengruppen zusammen, die die

Anbieter*innen adressierten. Eine Person beschrieb in ihrem Interview, dass ihr Fokus auf Privatpersonen liege, wobei es auch Potenzial auf der Business-to Business-Seite gebe. Es werde ein Angebot im Bereich des Stressmanagements und des betrieblichen Gesundheitsmanagements angestrebt (vgl. Interview 7, Seite 8, Zeile 2-4). Eine Person vermittelte ein klares Bild in ihrem Interview, wie sich die Zielgruppe zusammensetzen könne: „Also, es sind so die Klassiker, es sind Waldpädagogen dabei und dann halt Menschen, die irgendwie mit dem Wald zu tun haben oder Waldbesitzer oder totale Naturliebhaber, wir haben aber auch schon viele von der Polizei gehabt, damit haben wir gar nicht rechnet, oder Konzernchefs oder Menschen, die aus dem aus dem Pflegebereich kommen. Natürlich Hotellerie und so, da ist Gesundheit und Wellness immer ein Thema, aber es sind immer so erstaunliche andere Berufsgruppen dabei, die sich auch wiederholen. Also mir kommen vor, viele Berufsgruppen, wo man weiß, dass die stark stressbelastet sind, wo die sagen, sie wollen es einbringen in ihrer Firma oder so“ (Interview 4, Seite 5, Zeile 17-25).

Im Interview mit einer Person wurde deutlich, dass zu ihrer Zielgruppe Kinder und auch Menschen mit Behinderung zählen (vgl. Interview 3, Seite 4, Zeile 37-39). Eine weitere Interviewperson offenbarte ihre Zielgruppe und beschrieb diese: „Also die Zielgruppe sind eigentlich Personen, die viel beschäftigt sind und mal eine Auszeit brauchen zum Geist und Körper einigen, kann man einfach so sagen. Also das heißt eigentlich, von 30 bis 70 Jahre ungefähr in diesem Bereich liegen unsere Gäste hauptsächlich, außer eben die Schulgruppen natürlich. Es geht um Personen, die schon eine Affinität zur Natur erleben oder Naturtourismus haben und in letzter Zeit eben auf das Thema der Spiritualität, wobei eben auch das Thema Mental Health oder Mental Care natürlich hineinfällt. Ja, und das sind eigentlich so die Hauptgruppen“ (Interview 2, Seite 5, Zeile 4-11).

Um die Adressat*innen noch präziser zu beschreiben, fasste die Unterkategorie **Bedürfnisse der Zielgruppe** die Erwartungshaltungen zusammen. Diese diene dazu, die Motive hinter der Inanspruchnahme des Waldbadens zu präzisieren. Eine Interviewperson beschrieb, dass sich die gesellschaftlichen Bedürfnisse verändert hätten, wodurch sich eine neue Zielgruppe gebildet habe: „Vor allem die in städtischen Räumen aufwachsen und einfach der ganze Stress, die Arbeitswelt hat sich so verändert hat, dass Menschen einfach auch diese Entspannung brauchen, aber einmal quasi lernen, wie man mit allen Sinnen wahrnimmt und nicht nur kopfgesteuert durch die Gegend läuft, also einfach die anderen Sinne auch einschaltet und man merkt einfach auch wie gut es einem tut“ (Interview 5, Seite 3, Zeile 20-24).

6.2.4 Waldbaden als Innovation

Waldbaden kann als soziale Innovation verstanden werden, die durch die Neukombination bestehender Praktiken wie Naturaufenthalte, Achtsamkeit und Gesundheitsförderung entsteht. In dieser Kategorie wurde untersucht, inwieweit das Konzept Waldbaden im Tourismussektor über die traditionellen Naturerfahrungen hinausgehen und als neuartiges Produkt im Tourismus verortet wird. Eine Interviewperson erzählte, dass die Innovation am Waldbaden das „Neue“ sei und verglich den Trend Waldbaden mit der Integration von Yoga im Westen: „Also ich finde, innovativ ist es in dem Sinne, als dass es für viele Leute noch etwas Neues ist. Viele Leute fragen noch nach und sagen so was das denn sei oder sagen wirklich noch `Hat das etwas mit Baden im Wald zu tun?´ oder `Was kann ich mir unter dem vorstellen?´. Insofern ist es innovativ, weil es im näheren Sinne von schon noch neu ist, glaube ich. Also die wenigsten Leute haben das wirklich selber ausprobiert. Wenn man jetzt so im Vergleich nimmt, vielleicht wird es mal eine ähnliche Entwicklung nehmen wie Yoga. Vor keine Ahnung 20 Jahren hat auch keiner gewusst, was Yoga ist oder halt nur die ganz eingefleischten Yogis. Und dann hat es plötzlich begonnen und dann haben es Fitnessstudios angeboten. Jetzt machen alle Yoga“ (Interview 7, Seite 17, Zeile 24-32).

Eine Interviewperson berichtete von einem Feedback, das sie einmal von einer Kundin erhalten habe. Dieses Feedback fasste für sie den Inbegriff von Innovation im Waldbaden zusammen: „Shinrin Yoga Waldbaden, das gibt bei mir eine neue Zeitrechnung vor und nach dem ersten Mal Waldbaden. Also die Leute erzählen mir immer wieder, sie sind immer schon gerne in den Wald gegangen, aber jetzt merken sie dann weiter spürbar etwas Neues und unglaublich Wertvolles und Wichtiges. Ja, bin doch öfter schon mal im Wald gewesen, aber es fühlt sich jetzt anders an und nicht nur im Wald, mein Gewahrsein für alles sein hat sich verändert, das schon nach einem Wochenende. Und da frage ich mich, was ist so noch alles möglich? Es war eine unglaubliche Bereicherung für mich einzutauchen in diese magische Welt, in einer Achtsamkeit, die ich zwar schon kannte, die ich aber nicht so intensiv lebte, wie ich es jetzt tue“ (Interview 6, Seite 11, Zeile 23-31).

Eine befragte Person berichtete davon, dass die Innovation am Waldbaden daran liege, den Wald aus neuen Perspektiven durch die Praxis des Walbadens betrachten zu können: „...Und dadurch, dass das so achtsam ist, ist dann auch viel mehr Verständnis dagewesen und dann gibt es Leute immer in Kursen, die dann sagen: `Ah, OK, jetzt lernen wir den Wald aus einer anderen Perspektive kennen´. Also ich glaub, das war so ein Prozess und Bewusstseinsbildung, dass das jetzt nicht irgendein Blödsinn ist“ (Interview 4, Seite 4, Zeile 25-29).

Eine Interviewperson sprach davon, dass die Innovation am Waldbaden daran liege, den Wald bewusst wahrzunehmen: „Die Innovation am Waldbaden ist eigentlich das Bewusstsein, mit dem

man in den Wald geht, weil die Menschen wissen an sich, dass es ihnen guttut, aber es ist dieses Bewusstsein, das Wissen, dass es auch offiziell, dass es Studien gibt, die nachweisen, das tut gut und auch diese längere Zeit im Wald zu verbringen“ (Interview 4, Seite 10, Zeile 35-37). Eine befragte Person beschrieb Waldbaden als etwas künstlich Geschaffenes: „Also innovativ im Sinne- es ist ja nichts Neues. Es ist, ich glaube, ein bisschen, muss ich so sagen, etwas künstlich Geschaffenes. Es ist ein Konzept vom asiatischen Raum mit der Lebensenergie, mit den Übungen, das ich sehr spannend finde“ (Interview 1, Seite 14, Zeile 11-14).

Die Analyse der Interviews zeigte, dass die Expert*innen die Neuartigkeit des Angebots nicht isoliert betrachteten, sondern als einen Teil einer größeren gesellschaftlichen Bewegung. Dadurch wurde die Unterkategorie **Waldbaden als Trend** gebildet. Eine Interviewperson beschrieb Waldbaden erst am Anfang der Entwicklung. Die Person sah hier ein Ausbaupotenzial, auch um den gesellschaftlichen Trend Naturverlust entgegenzutreten (vgl. Interview 5, Seite 3, Zeile 16-19). Eine Person beschrieb Waldbaden klar als Trend: „Ja, da sind wir richtig im Trend, was das betrifft. Ja, wir waren schon 2017 im Trend eigentlich, aber da waren wir die Vorreiter. Aber jetzt sind wir so richtig im Trend. So dieses Fallenlassen, dieses Hängenlassen, dieses Detox, Handy-Detox, das funktioniert ja oft im Wald nicht, das ist ja wie ein wie ein Aufatmen, ja das habe ich auch miterlebt. Ich glaube, dass es große Zukunft hat, wenn man es qualitativ macht. Nicht nur ein bisschen im Wald herumhatschen und damit die das Laub liegen lassen wie die Kinder, sondern tatsächlich ein bisschen mehr mitnehmen und ein bisschen mehr Zeit verbringen und auch bewusster in die Baumwipfel zu schauen. Ja, und bewusster diesen Glitzer, ich mein, das ist ja Baumwipfel, wenn die Sonne eingeht, das Glitzern ja halt, ja diesen Glitzer mit einzuatmen“ (Interview 3, Seite 13, Zeile 27-39).

In der Betrachtung des Trends, kam immer wieder der Hinweis auf, dass das **Dagewesene neu vermarktet** werde. Diese Unterkategorie bildet diese Tendenz ab. Eine Interviewperson erzählte davon, dass sie einem Hotelanbieter vom Waldbaden erzählt habe und das Konzept dem Hotel habe anbieten wollen, dieses Hotel jedoch das Angebot abgelehnt habe, da „sie selbst auch in den Wald gehen können“. Die Interviewperson bemängelte hierbei, dass zum Waldbaden mehr gehöre, als einfach in den Wald zu gehen (vgl. Interview 3, Seite 4, Zeile 31-36). Die Interviewperson berichtete davon, wie es war, als sie das erste Mal vom Begriff Waldbaden gehört habe und wie sie die Erkenntnis erlangt habe, dass Waldbaden auch in Österreich praktiziert werde: „Da gibt's einen neuen Trend damals 2016 in Japan das heißt `Shinrin Yoku´ und das heißt so viel wie Waldbaden und was die da tun, das machen wir schon lang. Ja, wirklich, das machen wir schon lang. Und das passt halt zu uns wie die Faust aufs Aug auf unsere Region, da konnten wir was anbieten (Interview 3, Seite 8, Zeile 16-19).

Eine Interviewperson betonte die Relevanz, mit den vorliegenden Ressourcen zu arbeiten, anstatt das „Rad neu zu erfinden“: „Deswegen macht es auch durchaus Sinn, nichts Neues zu erfinden, sondern tatsächlich das zu nehmen, was vorhanden ist und das aber vernünftig und nachhaltig zu gestalten“ (Interview 3, Seite 10, Zeile 3-5). Eine Person stellte das Pilgern mit Waldbaden gleich; sie betonte, es sei dasselbe, bloß fungiere es unter einem anderen Namen (vgl. Interview 2, Seite 5, Zeile 19-20). Eine Interviewperson setzte die Praxis des Waldbadens in Verbindung mit dem Ursprünglichen. Genauer umschrieb die Person die Naturkultur der Kelten und wies darauf hin, dass die österreichische Bevölkerung schon jeher eine besondere Verbindung zur Natur pflegte: „Wir haben die Kultur, also die Natur verehrt, die Kelten, da war sehr viel mehr Verbindung als es jetzt wieder ist. Und ich glaube, da müssen wir wieder hin. Die Verbindung zu unserer eigenen Natur“ (Interview 1, Seite 14, Zeile 18-22).

Aus der Unterkategorie **Das Dagewesene neu vermarkten** ist ein eigener Code **Das mach ma eh schon immer** entstanden. Dieser Satz fiel sehr häufig führte zur Bildung einer eigenen Kategoriengruppe. Eine Interviewperson beschrieb es bspw. folgendermaßen: „Aber nur Waldbaden, also insofern tatsächlich Zeit im Wald verbringen. Ja, nichts anderes war als das, was wir damals schon gemacht haben- Zeit im Wald verbringen. Also das haben wir schon gemacht und deswegen hab ich gesagt, wir waren unserer Zeit ein bisschen voraus“ (Interview 3, Seite 10, Zeile 15-17). Eine Interviewperson beschrieb die Erkenntnis wie folgt: „Wir haben von diesem `Shinrin Yoku´ eben gehört, dieses Waldbaden, wenn man es so nennen kann, eben aus Japan. Und eigentlich haben wir das ja bei uns auch, also wir tun es, aber wir nennen es nicht so“ (Interview 2, Seite 1, Zeile 14-17).

6.2.5 Zukunft des Waldbadens

Die Expert*innen beschrieben ihre Vorstellungen zu weiteren Entwicklungsmöglichkeiten von Waldbaden im österreichischen Tourismussektor. Es gab unter dem Code *Zukunft von Waldbaden* insgesamt vier Entwicklungslinien, die die Unterkategorie dieses Codes bilden. In Zukunft müsse sich laut einem Interviewgespräch eine Neuausrichtung bzw. Transformation des Produkts überlegt werden (vgl. Interview 2, Seite 6, Zeile 13-15). Eine Interviewperson äußerte ihren Wunsch nach einer zukünftig verstärkten Etablierung ihres Produkts: „Also in unserer Region würde ich mir natürlich sehr wünschen, dass wir dieses Produkt noch mehr etablieren können und eben auch noch mehr als Produkt bewerben. Das Thema Waldbaden selbst, das Nutzen der Marke, da waren wir schon lange auf der Suche nach weiteren Partnerbetrieben. Hat noch nicht so ganz geklappt. Aber ist vielleicht auch mit dem verbunden, weil wir schon ein gewisses Qualitätsminimum erwarten von verschiedenen Leistungen. Also da ist schon, also der Anspruch, es als qualitativ hochwertiges Natururlaubsprodukt zu erhalten“ (Interview 2, Seite 8, Zeile 16-23).

Die erste Entwicklungslinie und damit die erste Unterkategorie bildete das allgemeine Thema **Gesundheit**. Eine Interviewperson sah die Zukunft ihres Angebotes im Bereich der betrieblichen Gesundheitsförderung (vgl. Interview 7, Seite 8, Zeile 5-14). Eine befragte Person erkannte das starke Potenzial des Waldbadens in die Integration im Gesundheitsbereich und deutete dabei ebenfalls auf die Relevanz evidenzbasierter Studien hin (vgl. Interview 5, Seite 6, Zeile 7-13). Die Interviewperson sprach in ihrem Interview die gesundheitlichen Wirkungen, darunter die immunstärkende Wirkung von Naturaufenthalten an und verwies auf die Überzeugungskraft von Ärzt*innen und den Hebeln, über die diese verfügten, Waldbaden auch in den Gesundheitssektor zu bringen (vgl. Interview 3, Seite 14, Zeile 22-27).

Eine Interviewperson sah eine potenzielle Weiterentwicklung von Waldbaden im Gesundheitssektor im Bereich Mental Health (vgl. Interview 3, Seite 15, Zeile 2). Laut einer Interviewperson werde das Thema der psychischen Erholung im Waldbaden Kontext immer relevanter: „Und eben, dass das Thema der psychischen Erholung wird immer relevanter“ (Interview 2, Seite 5, Zeile 21-24). Eine Interviewperson sprach die bürokratischen Hürden an, Waldbaden tatsächlich im Gesundheitsbereich integrieren zu können: „Ich glaube, da liegen noch ganz viele Hürden im Weg, nämlich amtliche, medizinische, überprüfungstechnische Hürden, dass eben das wirklich dann als medizinische Behandlung angesehen wird, honoriert wird, dass man auch finanziell honoriert wird oder eben das eigene Angebot als Leistung definiert wird. Das, wie gesagt, ist sicherlich eines dieser Themen in Zukunft, dass eben viele Leute auch proaktiv oder präventiv ihre Urlaube oder Freizeit nutzen, um eben gesund zu bleiben oder gesund zu werden. Da ist das Thema Gesundheit für mich sicherlich eines der Zukunftsthemen schlechthin“ (Interview 2, Seite 8, Zeile 4-9). Eine Interviewperson bereue die anfängliche Ablehnung ihr Waldbaden-Angebot nicht direkt mit dem Gesundheitsbereich zu verknüpfen: „Wir haben einen Fehler gemacht, wir haben zu wenig im Gesundheitssektor gemacht“ (Interview 3, Seite 7, Zeile 10).

Die nächste Entwicklungslinie und damit zweite Unterkategorie umfasste das Thema **Forschung**. Eine Interviewperson deutete darauf hin, dass durch bestehende und zukünftige Forschung im Bereich Waldtherapie und Waldmedizin, Waldbaden potenziell einen höheren Stellenwert erreichen werde (vgl. Interview 7, Seite 5, Zeile 32-35). Hinsichtlich der medialen Darstellung des Waldbadens sprach eine Interviewperson über die zunehmend evidenzbasierte Berichterstattung. Durch den Bezug auf wissenschaftliche Studien und Wirksamkeitsnachweise konnte eine klare Positionierung des Angebots erfolgen, die sich von einer esoterischen Zuschreibung abgrenzen konnte. Das könne künftig dazu beitragen, dass Waldbaden Raum im Gesundheitssystem findet, bspw. in der Aufnahme von kurativen oder rehabilitative Behandlungsplänen und einer Anerkennung durch Krankenkassen (vgl. Interview 7, Seite 6, Zeile 5-12). Eine Interviewperson berichtete davon, dass beim Waldbaden

kritisiert werde, dass noch nicht ausreichend westliche Studien vorlägen, die die positiven Effekte von Waldbaden belegen (vgl. Interview 4, Seite 8, Zeile 21-22).

In diesem Zusammenhang wurde auch über eine Entwicklung in Richtung **Waldtherapiezentren** gesprochen. So beschrieb eine Interviewperson: „Da haben wir ganz viele Zahlen vorliegen, was es eigentlich in Asien für ein großer wirtschaftlicher Faktor ist mit diesen Waldtherapiezentren. Also, da geht es ja um Milliarden und ob wir da jemals hinkommen, das weiß ich nicht. Ich weiß auch nicht, ob in Deutschland schon Lobbyarbeit Arbeit dafür gemacht wird und wo auch drauf geschaut wird, das jetzt in den medizinischen Bereich zu bekommen. Und es gibt ja auch so, ich glaube, in England und so auch schon `Green Prescription´. Wo du im Zuge von einer medizinischen Behandlung ein Gesamtkonzept erstellt wird und wo du in die Natur gehst, eben. Also es gibt schon, finde ich, sehr gute Tendenzen. Österreich ist ja bekannterweise sehr langsam. Also da ist sicher, wenn dann Deutschland zieht, geht Österreich mit. Da wird es auch in Ausbildungen Kombinationen geben. Und das machen auch viele, die dann so mit ihrem Stammbetrieb oder einem weiteren Beruf kombinieren. Und da ist ja der Wald eigentlich sehr dankbar. Weil du kannst, du kannst Yoga drin machen, du kannst Psychotherapie drinnen machen. Das machen einige, die das mit Spaziergängen verbinden“ (Interview 4, Seite 7, Zeile 18-33).

Bezüglich des Themas **Heilwald** erklärte eine befragte Person wie folgt: „Wir wollten Naturtourismus und keinen Gesundheitstourismus machen. Jetzt sind wir schon sehr, sehr viel mehr in Richtung Gesundheit drinnen, auch mit dem mit der mit der Zertifizierungsstelle für Heilwald in Deutschland“ (Interview 3, Seite 7, Zeile 15). Laut einer Interviewperson fehle es im österreichischem Heilwald aber noch an touristischer Struktur (vgl. Interview 3, Seite 14, Zeile 15-17).

In der vierten Unterkategorie **Tourismusköglichkeiten** finden sich Interviews die betonen, dass sich eine Tendenz zur forcierten Integration von Naturtourismus-Elementen abzeichne, um sich an die wandelnden Bedürfnisse, die mit dem Klimawandel einhergehen, anzupassen: „Und dann sagen die, ja, `wir müssen uns was Neues einfallen lassen im Zuge des Klimawandels´, sowas wie Skifahren, Langlaufen, das reduziert sich“ (Interview 6, Seite 14, Zeile 29). Eine Interviewperson erzählte von einem Bedarf an Neukonzeptionen im Tourismus für Waldbaden-Konzepte: „Ja, wir müssen uns völlig neue Konzepte überlegen. Also die Menschen tendieren dazu, in Seminare, Gruppen, Workshops, also die Aspekte Weiterbildung und Erholung kommen zusammen. Und das habe ich mir gemerkt, weil da habe ich mir gedacht, ja da bin ich am richtigen Puls, weil das war für mich auch immer wertvoll. Wir bringen jetzt nicht haufenweise Informationen rüber wie die Waldpädagogen. Ich will das nicht werten, ja verstehe mich nicht falsch. Aber bei uns geht es um Inspirationen auf philosophisch-energetische Weise und Entspannung. Und ein bisschen Muskelaufbau halt auch (Interview 6, Seite 16, Zeile 7-14).

Eine Interviewperson berichtete über ihre Auslegung der Waldbaden-Angebote: „Und wir haben da schon echt total schöne Ideen geboren, Waldbaden auch mit einem guten Essen und mit biologischen Produkten zu verbinden. Also ich glaube, da kann man irrsinnig schöne Pakete dann schnüren und es soll halt einen hohen Stellenwert haben. Es soll halt dann ein hochwertiges Produkt werden“ (Interview 5, Seite 4, Zeile 19-25). Eine Interviewperson berichtete vom bestehenden Bedarf an niederschweligen Angeboten im Tourismus, speziell im Hotelierbereich (vgl. Interview 4, Seite 11, Zeile 25-28).

Hinsichtlich der Produktgestaltung wurde die Relevanz von niederschweligen Tagesangeboten von einer Interviewperson hervorgehoben. Hierbei wurde betont, dass eine verstärkte Nutzbarmachung des Naturraums Wald durch punktuelle Infrastrukturmaßnahmen wie die Bereitstellung von Hängematten oder `Yoga-Plateaus` wünschenswert wäre. Ziel sei hierbei die Integration von gesundheitstouristischen Leistungen in den Waldraum, ohne ihn grundlegend zu verändern. Dabei sprach eine Person von ergänzenden möglichen Angeboten für Hotelgäste im urbanen Raum (vgl. Interview 4, Seite 12, Zeile 4-11).

6.2.6 Beginn von Waldbaden in der eigenen Region

Da sich die Arbeit mit der Integration von Waldbaden in Österreich beschäftigt, ist es zentral für die Beantwortung der Forschungsfrage, nachzuvollziehen, wie Waldbaden in den Regionen der Interviewten erstmals aufgegriffen, umgesetzt und wahrgenommen wurde. Eine Interviewperson beschrieb die anfängliche Bepreisungsfrage für Waldbaden-Angebote in ihrer Region als willkürlich (vgl. Interview 7, Seite 17, Zeile 11-13). Die Einführung von Waldbaden als Angebot, in Verbindung mit Yoga-Praktiken empfand eine Interviewperson in ihrer Region als Pionierarbeit (vgl. Interview 6, Seite 3, Zeile 1-4).

Eine andere Interviewperson erzählte davon, dass in ihrer Region die erste Fachhochschule sich vor ca. sieben Jahren mit dem Thema Waldbaden auseinandergesetzt habe (vgl. Interview 5, Seite 1, Zeile 9-17). Eine Interviewperson berichtete darüber, dass sich das Bedürfnis nach naturnahen Tourismusangeboten aus den gesellschaftlichen Entwicklungen heraus ergeben habe. Vorteil war die bestehende Forschung zu den gesundheitlichen Aspekten des Waldbadens und der Wunsch nach Authentizität in Urlaubsangeboten in ihrer Region. Diese Strategie sei in der Region im Tourismus verankert (vgl. Interview 5, Seite 5, Zeile 22-30).

Die Entstehung des Angebots wurde von einer befragten Person als prozesshafte Professionalisierung beschrieben, die aus der Identifikation einer Marktnische resultierte. Der Markteintritt erfolgte demnach zunächst explorativ durch die Durchführung von Pilot-Workshops in einem regionalen Naturerholungsgebiet. Aufgrund der steigenden Popularität des Themas wurde das

Angebot durch die Entwicklung eines eigenen Überkonzepts sowie die Publikation eines einführenden Fachbuchs methodisch fundiert. Die Person führte den Erfolg des Angebots zudem auf ihre berufliche Vorbildung im Bereich Marktkommunikation zurück, welche die frühzeitige Trendidentifikation ermöglichte (vgl. Interview 4, Seite 6, Zeile 3-15).

Eine weitere befragte Person sei durch ein EU- gefördertes Projekt zum Waldbaden gekommen. Die Auseinandersetzung mit Waldbaden begann 2017 durch eine direkte Anfrage für die Entwicklung eines neuen Tourismusprodukts, wobei der ursprüngliche inhaltliche Schwerpunkt auf der Waldpädagogik sowie der Vermittlung von Erholungswerten lag. Die Einbindung des Konzepts Waldbaden diente dabei als initiativer Impuls, wobei die Konzentration in der Startphase stark medizinisch ausgerichtet war. Im weiteren Verlauf erweiterte sich das Portfolio hin zu einem breiteren Spektrum an wohlbefindensorientierten Wald-Erlebnissen, was über die reine Waldtherapie hinausging (vgl. Interview 3, Seite 1, Zeile 10-24). Zu Beginn wollte eine interviewte Person ihr Angebot in Richtung Naturtourismus ausrichten und es wurde sich gegen eine Integration in Richtung Gesundheitstourismus entschieden (vgl. Interview 3, Seite 7, Zeile 7-17). Durch die Erlernung des Begriffs „Shinrin Yoku“ konnte ein neues Tourismuskonzept in der Region einer interviewten Person umgesetzt werden: „Und da war eben die Voraussetzung war das, dass wir dieses `Shinrin Yoku´ eben gehört haben, dieses Waldbaden, wenn man es so nennen kann. Und eigentlich haben wir das ja bei uns auch, aber wir nennen es nicht so. Wir haben es am Anfang Erlebnisäste genannt, eben da war Waldpädagogik drinnen, da war das Kneipen drinnen. Die Tierwelt war ein Thema, WYDA (das traditionelle Yoga der Kelten aus fließenden Bewegungen und Atemtechniken) war ein Thema, das ist eben diese Bewegungslehre von den Kelten. Ja, und da haben wir eben geschaut, was haben wir überhaupt bei uns in der Region, was können wir daraus machen?“ (Interview 2, Seite 1, Zeile 14-22).

Ein wiederkehrendes Narrativ in den Interviews ist, dass die Corona-Pandemie 2020 Waldbaden-Angeboten einen neuen Aufschwung gegeben habe, da den Menschen durch die Ausgangsbeschränkungen und die starke soziale Distanzierung die Relevanz von Naturräumen bewusst wurde (vgl. Interview 7, Seite 15, Zeile 21-27). Die Unterkategorie **Corona** beschrieb dieses Phänomen. Durch die Pandemie, während der das Stresslevel der Menschen stark Anstieg wurde der Zusammenhang zwischen Gesundheit und der Möglichkeit der Nutzung von Naturräumen bewusster (vgl. Interview 5, Seite 6, Zeile 1-4). Die Relevanz der Natur während der Pandemie wurde von einer befragten Person folgendermaßen beschrieben: „Ja, also Corona hat geholfen, weil die Leute sind plötzlich rausgegangen, da kann man was für die Lunge tun, da kann man was für die Entspannung, für die Gesundheit tun“ (Interview 4, Seite 4, Zeile 20-21). Einer weiteren befragten Person zufolge hat die Corona-Pandemie die Menschen in die Natur gebracht: „Ich glaube, dass Anfang der also die 2020, 2021 Sie wissen, was da war, glaube ich schon sehr viele Menschen auch unterschwellig zur

Natur gebracht haben, nicht um einer Aktivität nachzugehen, sondern einfach mal zu sein“ (Interview 3, Seite 13, Zeile 17-20).

6.2.7 Erfolgsfaktoren für Umsetzung von Waldbaden

In den Interviews wurden Bedingungen genannt, die aus Sicht der Befragten im Wesentlichen dazu beigetragen haben, dass sich Waldbaden in Österreich etablieren konnte. Für die Arbeit ist es relevant, welche Rahmenbedingungen und Faktoren förderlich sind, um die Forschungsfrage beantworten zu können.

Vegetation und Waldästhetik

Eine befragte Person gab die physische Beschaffenheit des Naturraums und die ästhetische Qualität des Waldes als relevanten Faktor für Waldbaden an. Präferiert würden dichte, grasbewachsene Untergründe, eine ausgeprägte Grünintensität werden, die assoziativ einem „Märchenwald-Charakter“ entspricht. Im Gegensatz dazu wurden Föhrenwälder als weniger geeignet bewertet (vgl. Interview 7, Seite 9, Zeile 24-33). Eine befragte Person bevorzuge alte Baumbestände im urbanen Raum, da diese ihrer Auffassung nach geschützter seien als am Land (vgl. Interview 6, Seite 5, Zeile 8-13). Die befragte Person sprach sich gegen Monokulturen aus (vgl. Interview 6, Seite 6, Zeile 29-34). Bevorzugt werden von einer Interviewperson weiche, „runde“ Landschaftsbilder (vgl. Interview 6, Seite 7, Zeile 1). Eine weitere Person berichtete in den Interviews davon, dass sie Mischwälder bevorzuge (vgl. Interview 5, Seite 5, Zeile 3). Eine befragte Person bevorzugte ebenfalls Mischwälder und Tannenwälder. Sie beschrieb, dass es auch darauf ankomme, aus welchen Regionen eine Person stamme, woraus sich die Präferenz ableiten ließe „Ich glaube, da ist man ein bisschen so geprägt auch von der Tradition und wo man aufgewachsen ist, denn ich finde halt, bei mir daheim, da ist auch ein schöner Wald, aber das ist viel Blätterwald und ich kenne halt diese Nadelwälder und der Geruch“ (Interview 5, Seite 12, Zeile 24-27). Weiters berichtete eine Interviewperson, dass Moos dem Wald einen „weicheren“ Charakter verschaffe. Außerdem stehe die bestehende Baumart im Vordergrund bei der Auswahl von Waldbadenplätzen (vgl. Interview 1, Seite 16, Zeile 2-3). „Die Vielfalt macht einen irrsinnigen Unterschied, ob nur Nadelbäume oder Blätter“ (Interview 1, Seite 15, Zeile 39).

Räumliche Anforderungen

Eine Interviewperson gab an, dass für ihre Angebote wichtig sei, dass der Ort mit dem Auto gut erreichbar ist, Parkmöglichkeiten bestehen und der Ankunftsort für die Übungen nicht zu weit entfernt sein solle (vgl. Interview 7, Seite 10, Zeile 4-7). In einem Interview wurde berichtet, dass es wichtig ist für ein gutes Waldbaden- Erlebnis, dass es ein ungestörter, ruhiger Raum sei: „Ja, und da soll es aber trotzdem ruhig sein und ungestört, keine Lärmbelästigung. Und das ist schon nicht so leicht, denn du hast halt teilweise Flugschneisen. Da auf einmal fliegen die Flieger drüber und das ist halt dann störend und das will man nicht“ (Interview 5, Seite 12, Zeile 17-19). Die räumlichen Begebenheiten des Waldes und die daraus resultierende Wirkung auf das Waldbaden dürfen nicht

außer Acht gelassen werden, so berichtete eine Interviewperson: „Und da ist es schon meine Erfahrung gewesen, da wollte jemand einmal, dass ich Waldbaden im alpinen Raum mache. Da bin ich hingefahren, da war der Wald zu steil. Es ist total viel forstwirtschaftlich gearbeitet worden und das hat man gespürt. Von der Energie her, weißt du? Das war dann neben der Autobahn. Das geht gar nicht, da muss ich irgendwo weiter weg. Und ja, also da ist es schon wesentlich, in welchem Wald du gehst" (Interview 1, Seite 15, Zeile 33-38). Eine Interviewperson wies darauf hin, dass der Platz barrierefrei sein sollte, damit auch ältere Personen oder eingeschränkte Personen diesen gut erreichen können. Optimal sei auch das Vorhandensein einer Toilette am Ankunftsort oder Parkplatz (vgl. Interview 1, Seite 16, Zeile 3-6).

Personal

Eine befragte Person gab an, dass es relevant sei, gut ausgebildete Waldbaden-Trainer*innen zu haben: „Man macht es halt im Freien in einer wunderschönen Umgebung und man braucht einen guten Trainer, eine gute Trainerin dafür, die einen da wirklich auch mitnimmt. Das finde ich ist ganz ein wichtiger Aspekt. Es kann nicht einfach jeder Waldbaden machen, das geht nicht. Man braucht eine gute Ausbildung und man muss auch, wie soll, wie soll ich sagen, die Fähigkeiten haben, die die Menschen in so einen Zustand zu bringen, dass sie sich entspannen, dass sie sich auf die Umgebung eben einlassen“ (Interview 5, Seite 9, Zeile 9-15). Laut einer Interviewperson sei es relevant, dass die Authentizität beim Personal gegeben sein müsse. Außerdem sei die Qualität der Ausbildung relevant und ein gültiges Zertifikat zur Ausübung von Waldbaden-Angeboten Voraussetzung (vgl. Interview 2, Seite 3, Zeile 4-9).

6.3 Quantitativer Überblick Hauptkategorie B

Im folgenden Kapitel werden die Hauptkategorien der Kategorie B der Prioritätenliste qualitativ aufbereitet und die Aussagen analysiert. In dieser Kategorie befinden sich die drei Hauptkategorien (i) *Massentourismus*, (ii) *Wording Waldbaden* und (iii) *Esoterik und Spiritualität*. Keine dieser drei Hauptkategorien verfügt über Unterkategorien.

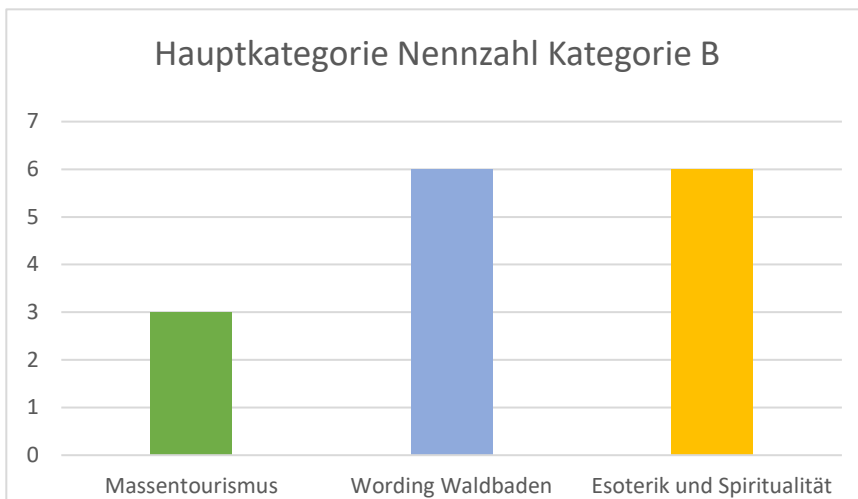


Abbildung 5: Hauptkategorie Nennzahl Kategorie B- Quelle: Eigene Darstellung

In der Auswertung der sieben Expert*inneninterviews entfielen die meisten Codierungen auf die Kategorien *Esoterik und Spiritualität* und *Wording Waldbaden*; beide wurden in sechs Interviews genannt. In der Kategorie *Massentourismus* wurden insgesamt drei Nennungen verzeichnet. Da *Esoterik und Spiritualität* und *Wording Waldbaden* als Kategorien nicht als gezielte Themen im Leitfaden vorgesehen waren, ist es bemerkenswert, dass beinahe alle Interviewpartner*innen sich zu diesen beiden Kategorien geäußert haben.

Das folgende Kapitel präsentiert die zentralen Ergebnisse der drei Hauptkategorien aus Kategorie B. Die Darstellung erfolgt deskriptiv und wird durch ausgewählte Ankerzitate aus den Expert*inneninterviews gestützt.

6.3.1 Massentourismus

Im Interview wurde darauf hingewiesen, dass sich die Region in Niederösterreich, in der sich die Interviewperson befand, authentisch sei und kein „Overtourism“ stattfinden würde. Es wurde aber angedeutet, dass sich in der Region ein beliebtes Urlaubsziel befände, in der es zu „Overtourism“ kommen kann: „Die Region ist authentisch. Also wir haben keinen „Overtourism“ hier, außer in einer beliebten kleineren Stadt.“ (Interview 5, Seite 5, Zeile 4). Eine befragte Person äußerte die Sorge vor einer Entwertung des Waldbaden-Angebots durch einen kurzfristigen Trend. Dabei wurde explizit auf das Risiko einer sinkenden Qualität hingewiesen, sollte die Anzahl der Anbieter*innen unkontrolliert steigen: „Also ich hoffe, dass das nicht so ein Hype wird, dass wir da alle nur mehr Waldbaden anbieten und dann die Qualität dann auch drunter leidet“ (Interview 5, Seite 7, Zeile 25-26). Eine Interviewperson betonte, dass das Waldbaden-Angebot kein massentouristisches Angebot darstelle. Außerdem bestünde eine Sorge vieler Waldbesitzer, dass durch einen hohen Anstieg an

Tourist*innen der Wald überlaufen werde. Da die Essenz des Waldbadens aber, im Gegenteil zum klassischen Massentourismus, hochqualitativ und tendenziell teuer sei, dürfte diese Sorge unbegründet sein (vgl. Interview 3, Seite 8, Zeile 5-7). In einem Interview wurde von der befragten Person Waldbaden als Nischenprodukt eingeordnet und explizit vom Begriff Massentourismus abgegrenzt.

Als wesentliches Qualitätskriterium wurde von einer befragten Person die Begrenzung der Gruppengrößen angeführt. Reguläre Termine fänden ab einer Person bis maximal 20 Teilnehmenden statt. Für größere Gruppen, wie bspw. Schulklassen wird ab einer Anzahl von 25 Personen die Aufteilung auf zwei Coaches vorgesehen, um die Durchführungsqualität sowie die Vorgaben des Naturschutzes gewährleisten zu können (vgl. Interview 2, Seite 4, Zeile 18-26). Eine befragte Person erzählte von einem Ziel der Implementierung von Waldbaden-Angeboten als eines saisonunabhängigen Angebots in einer Region, das durch eine kaufkräftige Zielgruppe aus dem urbanen Raum geprägt sei (vgl. Interview 3, Seite 10, Zeile 34-39).

6.3.2 Wording Waldbaden

Hinsichtlich der Wahrnehmung des Begriffs Waldbaden berichtete eine Interviewperson davon, dass weiterhin Unkenntnis in Teilen der Bevölkerung bestehe. So werde trotz medialer Präsenz der Begriff von Personen, die bisher keinen direkten Kontakt zum Thema hatten, teilweise missverstanden und als „exotisch“ wahrgenommen. Zudem zeigte sich, dass ein anhaltendes Interesse an der Ersterprobung vorliege, obwohl der Begriff einen oberflächlichen Bekanntheitsgrad besitzt: „Weil das für die meisten am ungewöhnlichsten oder noch am exotischsten oder wie auch immer. Es ist ganz witzig, so der Klassiker, Menschen, die es vielleicht wirklich noch gar nie vorher gehört haben, die dann wirklich sagen so Wie, `jetzt haha, Baden im Wald?‘ Wo ich es teilweise noch lustig finde, weil ich mir denke, naja, man hat es jetzt schon öfter mal irgendwo in den Medien gesehen, aber es gibt schon noch echt Leute, die mit dem gar nichts anfangen können. Aber Leute, die es vielleicht schon mal irgendwo gelesen oder gehört haben, bleiben trotzdem an dem hängen, weil sie es noch nicht probiert haben selber“ (vgl. Interview 7, Seite 3, Zeile 30-37).

Eine befragte Person gab an, dass ein Problem des gesamten Feldes Waldbaden darin bestünde, dass es keine Einheitsdefinition gibt, was unter diesem Begriff angeboten werden kann. Dementsprechend fehle eine Standardisierung des Angebots (vgl. Interview 4, Seite 12, Zeile 35-37). Es bestehe bei einer Interviewperson Zweifel, wie weiter mit dem Begriff „Waldbaden“ umgegangen werden solle: „Ich bin gerade am Homepage umgestalten. Nehme ich das Wort Waldbad weg? Wie tue ich denn damit? Also das ist ein Prozess, wo ich auch selber mittendrin stecke, auch mit den Kolleginnen. Eine hat gesagt, nein, für sie passt Waldbaden schon gar nicht“ (Interview 1, Seite 11,

Zeile 29-32). Eine befragte Person gibt an, dass das Wort „Waldbaden“ Aufmerksamkeit auf sich zieht, da es nicht so bekannt ist. Das gilt auch für den Begriff „Shinrin Yoku“ (vgl. Interview 1, Seite 12, Zeile 27-30). Hinsichtlich der Terminologie berichtete eine Interviewperson davon, dass sie sich intensiv mit der Benennung des Konzepts auseinandergesetzt hat. Dabei werde mögliche Fehlinterpretationen des Begriffs Waldbaden thematisiert, insbesondere die Assoziation mit esoterischen Praktiken, wie etwa dem „Bäumeumarmen“. Trotz der Kritik an der begrifflichen Eignung wäre die Beibehaltung durch bereits erfolgte Etablierung im öffentlichen Bewusstsein sowie dem Mangel an Alternativen begründet. Die Entscheidung, den Begriff beizubehalten resultiere aus einer Abwägung zwischen Bekanntheitsgrad und inhaltlicher Trennschärfe (vgl. Interview 4, Seite 12, Zeile 17-28). Eine Interviewperson sei der Auffassung, dass das Wort Waldbaden negativ in der Bevölkerung aufgenommen sei. Das Problem wurde damit begründet, dass es rund um den Begriff Erklärungsbedarf gäbe, da das Wort zu Missinterpretation einlade (vgl. Interview 1, Seite 3, Zeile 23-31). Die Person berichtete außerdem, Waldbaden aufgrund der negativ behafteten Assoziationen und Fehlinterpretationen unter „Decknamen“ zu verkaufen (vgl. Interview 1, Seite 4, Zeile 10-13).

6.3.3 Esoterik und Spiritualität

Eine Person gab an, dass für sie die Assoziation „Spiritualität“ mit dem Waldbaden keineswegs negativ sei. Sie berichtete außerdem, dass sich viele Menschen sich nicht trauen würden zuzugeben, Bäume zu Umarmen. Sie deutete darauf hin, dass in unserer Gesellschaft künstlicher Scham gegenüber Spiritualität erzeugt werde: „Das ist für mich nichts Esoterisches, das ist spirituell. Ich finde auch nichts Schlimmes daran, wenn ich mich an einen Baum lehne und ihn umarme. Und so viele Menschen sagen, die sagen sie tun das nicht. Und so viele habe ich aber auch schon erlebt, die gesagt haben, hinter vorgehaltener Hand: ` Du aber weißt schon, ich habe meinen Lieblingsbaum und da gehe ich immer hin. Das ist künstlich sich zu schämen für etwas, was einem gut tut“ (Interview 1, Seite 15, Zeile 13-18).

Eine Interviewperson verbandete das Wort „Spiritualität“ mit „Zeit in der Natur verbringen“ und berichtete, dass sich das Interesse an dem Thema Spiritualität im Zusammenhang mit Waldbaden häufe (vgl. Interview 2, Seite 3, Zeile 24-25). Eine befragte Person äußerte den Wunsch nach einer größeren Distanzierung von der Esoterik. Die Person forderte eine Rückbesinnung des Zwecks von Waldbaden, weg von „Bäumeumarmen“ hin zum einfachen Ansatz, die Natur der umliegenden Region zu nutzen (vgl. Interview 2, Seite 3, Zeile 10-13). Eine Person berichtete davon, dass eine Zusammenarbeit abgelehnt wurde, weil die Sorge bestand, dass das Angebot „zu esoterisch ist“ (vgl. Interview 1, Seite 4, Zeile 9). In einem Interview wurde außerdem betont, dass das Angebot bewusst nicht „in die Esoterikschiene“ gebracht werden sollte. Die Esoterik habe durchaus einen Raum in den Waldbaden- Angeboten, es gäbe grundsätzlich nichts Verwerfliches dabei, allerdings sei das Thema

bei der Integration des Angebots bewusst vermieden worden: „Aber ich glaube, dass das durchaus einen Markt hätte. Was würd ich jetzt sagen mit der Esoterik- wir haben das einmal von vornherein ausgeschlossen“ (Interview 3, Seite 12, Zeile 8-12).

Das Ausbildungsangebot in Österreich, um Waldbaden in der Region anbieten zu können unterscheidet sich laut einer befragten Person maßgeblich hinsichtlich inhaltlicher Ausrichtung: „Das heißt, wenn du jetzt eine Ausbildung machst, kannst du alles erwischen. Du kannst von vollkommener Esoterik zu total Biologie kommen“ (Interview 4, Seite 12, Zeile 13). Eine befragte Person gab an, dass Vorurteile in Bezug auf die inhaltliche Ausrichtung der Ausbildung bestehen würden und die Verbindung zu Esoterik negativ behaftet sei: „Ich glaube, dass es auch immer noch ein bisschen falsch gesehen wird, weil viele, wenn ich erzähle, dass ich die Ausbildung gemacht habe mich fragen, ob ich Bäume umarmen würde Es wird immer so ein bisschen schlecht gemacht. Oder dass eben viele Angst haben, dass das was Esoterisches sein könnte. Das ist es nicht. Das sind Achtsamkeitsübungen. Und das ist einfach auch wie wir vorher schon gesagt haben, das tut einfach der Physis gut und das tut der Seele gut“ (Interview 5, Seite 8, Zeile 34-39).

In einem Interview wurde über den Zusammenhang von Wissenschaft und Spiritualität gesprochen und welche Rolle Waldbaden dabei spiele: „Aber was ist Spiritualität? Das ist auch, wie, wie definiert man es? Also dieses Gefühl, eins mit dem Wald zu sein, ob das jetzt schon spirituell ist oder nicht, darüber lässt sich streiten. Aber ich find, man muss auch trotzdem auch offen für das sein. Wir müssen uns aber auch auf die Wissenschaft konzentrieren. Man sollte offen sein. Es muss ja nicht gleich irgendwas, wie gesagt, Esoterisches sein. Ja, man findet da vielleicht dann auch durchaus Konzepte, die es in der Psychologie oder in der Wahrnehmung, Umweltpsychologie vielleicht eh schon gibt. Aber natürlich bei uns geht es auch sehr stark auf die schon auch, wie ist die Inwertsetzung, was kann ich jetzt machen, was kann ich anbieten? Touristisch, welche Produkte?“ (Interview 5, Seite 4, Zeile 7-18).

In Bezug auf die praktische Durchführung berichtete eine Interviewperson von einer dualen Vermittlungsstrategie, die sowohl spirituelle als auch wissenschaftliche Zugänge integriert sei. So könnten unterschiedliche Teilnehmer*innengruppen (spirituell orientierte Personen bis Teilnehmer*innen ohne Vorerfahrung) angesprochen werden. Dazu werde ein bewusstes „Framing“ der Übungen eingesetzt und je nach Zielgruppe unterschiedlich kontextualisiert. Damit würden individuelle Zugänge geschaffen und potenzielle Hemmschwellen gegenüber esoterischen Assoziationen abgebaut (vgl. Interview 7, Seite 18, Zeile 16-36).

7 Diskussion

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse der qualitativen Expert*inneninterviews mit der theoretischen Rahmung der Arbeit verknüpft. Um die Forschungsfrage nach den maßgeblichen Einflussfaktoren für die Integration von Waldbaden im österreichischen Tourismussektor umfassend zu beantworten, werden die identifizierten Cluster vor dem Hintergrund der Diffusionstheorie nach Rogers (2003) kritisch diskutiert. Die Analyse beleuchtet dabei, warum das Angebot des Waldbadens von manchen Akteur*innen bereits erfolgreich angenommen wird und wo es noch auf Misstrauen trifft. Die Struktur dieses Kapitels orientiert sich an der logischen Abfolge des Diffusionsprozesses. Zuerst wird die *Beschaffenheit der Innovation* diskutiert, wobei insbesondere das Framing, die Akzeptanz sowie die Nutzenkommunikation im Fokus stehen. Darauf aufbauend werden die *Qualität und die Adoptionskontexte* betrachtet. Hier liegt der Schwerpunkt auf Nischenpositionierung, Zielgruppen und auf Standards des Angebots. Ein weiterer Abschnitt widmet sich den *Implementierungsbedingungen*, insbesondere der Standort- und Raumqualität. Die systemische Ebene wird schließlich durch die Untersuchung der *sozialen Systeme* und der Diffusionspfade über Kooperationen abgedeckt. Abschließend werden mögliche *Perspektiven für Waldbaden in Österreich* diskutiert und die *Limitation der Arbeit* beschrieben.

7.1 Waldbaden als Innovation

Das Ergebnis der qualitativen Analyse zeigt, dass Waldbaden als Innovation verstanden werden kann. Dies gilt, weil es sich durch Qualitätsanforderungen, wie etwa zertifizierte Trainer*innen oder evidenzbasierte Gesundheitsziele, von herkömmlichen Naturangeboten abhebt. Diese qualitative Abgrenzung lässt sich im Sinne von Rogers (2003) als Kriterium des *relativen Vorteils* interpretieren: eine Innovation wird eher adoptiert, wenn sie als qualitativ besser oder wirksamer wahrgenommen wird (Sahin, 2006). Folglich ist anzunehmen, dass die Innovation nicht materiell oder technisch ist, sondern auf der Bedeutungs-, Wissens- und Wahrnehmungsebene stattfindet. Ein gesellschaftlicher Treiber war laut Interviews der Start der Corona-Pandemie 2019. Den Befragten zufolge erhöhte die Pandemie das Bewusstsein für Gesundheit und Natur und brachte mehr Menschen in den Wald. In dieser Hinsicht zeigen internationale Untersuchungen, dass die Corona-Lockdown-Maßnahmen zu einem starken Anstieg von Waldbesucher*innen geführt haben. In einem untersuchten Gebiet in Bonn, Deutschland, hatte sich 2020 bspw. die durchschnittlichen Besucher*innenfrequenz sogar knapp verdoppelt (Kirchhoff, 2022).

Außerdem wurden neue Besucher*innengruppen, darunter junge Menschen, Familien und gebietsfremde Personen, welche den Wald als Erholungsraum nutzen, identifiziert (Derks, Giessen

& Winkel 2020). Auch in Österreich konnte dieses Phänomen beobachtet werden: Eine repräsentative Befragung veranschaulichte, dass sich im Pandemiejahr 2020 rund ein Drittel der Bevölkerung häufiger im Wald aufgehalten hat als vor der Pandemie (Österreichische Bundesforste, 2021). Diese gestiegene Frequentierung von Wäldern in Österreich lässt sich durch eine breite Evidenz zu *Wald und Gesundheit* aus einer Situationsanalyse des Bundesforschungszentrum für Wald (BFW) nachlesen, die Aufenthalte in naturnahen und walddreicheren Erholungsräumen mit gesteigertem Wohlbefinden, erhöhten Stressabbau und kognitiven Effekten in Verbindung bringt (BFW, 2025). Dadurch lässt sich aus Expert*innensicht eine steigende Sichtbarkeit und Relevanz des Waldbadens feststellen.

Die Expert*innen betonen in den Interviews: nicht der Wald ist neu, sondern das Bewusstsein und das offiziell bestätigte Wissen der gesundheitlichen Effekte auf die menschliche Gesundheit. Rogers betont, dass Innovationen nicht zwingend neu sein müssen, sondern auch als Neukonfiguration bestehender Praktiken, durch die Möglichkeit der Anpassung und Umgestaltung der Angebote im Adoptionsprozess, der sogenannten „Perceived Newness“ entstehen können (Sahin, 2006). Aus den Interviews geht hervor, dass Waldbaden eine bewusst konstruierte Praxis ist, welche auf bestehenden und sogar historisch verankerten Formen des Naturaufenthalts basiert. Weil es von jeher existiert, gibt es eine hohe Kompatibilität mit bestehenden kulturellen Praktiken und Wertvorstellungen; diese hohe Kompatibilität ist laut Rogers ein zentrales Attribut für eine Diffusion.

Einige der befragten Expert*innen sehen ihre Rolle bei der Integrierung von Waldbaden in Österreich als pionierhaft an. Sie betonen, dass eine wissenschaftliche Fundierung der Praxis zur Legitimation gegenüber anfänglicher Skepsis beitragen konnte und eine Abgrenzung gegenüber weniger strukturierten Angeboten ermöglicht hat. Durch ihre erstmaligen Versuche, Waldbaden in ihre Praktiken einzuführen, wie etwa durch Achtsamkeitsübungen in der Natur, um eine beruhigende Wirkung bei den Klient*innen hervorzurufen, konnte Waldbaden Schritt für Schritt als Angebot in ihr bestehendes Portfolio integriert werden. In der Diffusionstheorie gibt es die „Early Adopters“, die als größte Meinungsführerschaft in einem sozialen System gelten. Sie erproben die Praktiken und reduzieren mögliche Unsicherheiten und geben ihre Einschätzungen dann weiter. Sie haben eine Pionierrolle bei der Einführung von potenziellen Angeboten (Orr, 2003).

Vor dem Hintergrund der Ergebnisse können jene Personen als „Early Adopters“ gelten, die wissenschaftlichen Erkenntnisse zunächst für eine breite Öffentlichkeit zugänglich und anschlussfähig gemacht haben, bspw. indem sie die wissenschaftliche Evidenz sprachlich und didaktisch übersetzt, in österreichische Traditionen, regionale Werte und Alltagskontexte eingebettet und so die soziale Akzeptanz erhöht haben. Durch diese Kontextualisierung, die Entwicklung verständlicher Formate (Leitfäden oder standardisierte Angebote), Pilotprojekte sowie

Brücken zwischen Wissenschaft, Praxis, Tourismus und Gesundheitsakteuren wurde Waldbaden nahbarer, legitimer und breitenwirksam kommunizierbar.

In Bezug auf Rogers' Diffusionstheorie (2003) lässt sich Waldbaden im österreichischen Tourismussektor im Übergangsbereich der „frühen“ zu den „späten Early Adopters“ einordnen, die eine strategische Schlüsselrolle im Diffusionsprozess einnehmen. „Early Adopters“ sind bereits stärker als die „Innovator*innen“ aus der Vorphase in das soziale System integriert. Ihnen wird mehr Respekt zugestanden und sie zeichnen sich durch eine Meinungsführerschaft aus. Sie fungieren als Vorbild und reduzieren Unsicherheiten für potenzielle Nachfolger durch ihre eigene Adoption. Sie tragen Verantwortung dafür, ob die kritische Masse schlussendlich erreicht werden kann, und ob der Innovation der Durchbruch zum Mainstream gelingt. Die Innovation passt sich an die Bedürfnisse der breiten Mehrheit an, um die Marktfähigkeit zu erhöhen. Dieser Prozess passiert durch die „Reinvention“, indem erste praktische Erfahrungen gemacht werden und die Ansprüche dementsprechend anpasst werden (vgl. Rogers, 2003).

Die geführten Interviews offenbaren, dass Waldbaden erst durch wissenschaftliche Berichterstattung einen relativen Vorteil gegenüber einfachen Naturaufhalten erhält. Diese wissenschaftlichen Evidenzen und die nachgewiesene gesundheitliche Wirksamkeit stärken laut Befragten die Akzeptanz und grenzen das Angebot von esoterischen Zuschreibungen ab. Sie beschreiben die medizinische Einbindung als wichtig; so haben sich ärztliche Multiplikatoren als wichtige Hebel der Legitimierung des Waldbadens herauskristallisiert. Zugleich bestehen jedoch bürokratische und prüftechnische Hürden. Diese Aspekte deuten darauf hin, dass die Aufklärung über die gesundheitlichen Auswirkungen von Waldbaden und der Rückgriff auf bestehende, anerkannte Studien dazu beitragen, dass eine Verringerung von Unsicherheit in den frühen Diffusionsphasen stattfindet. Nach Rogers (2003) werden als Teil der wissens- und überzeugungsbezogenen Phasen im Rahmen des Innovationsentscheidungsprozesses die Unsicherheiten über Vor- und Nachteile einer Neuerung gezielt reduziert (Karnowski & Kümpel, 2016).

Den Expert*innen der Interviews zufolge erhöhte die Verbindung von Waldbaden mit Esoterik bisher die soziale Unsicherheit, was zu einer Verlangsamung der Adoptionsgeschwindigkeit führte. In der Diffusionstheorie wird Unsicherheit als ein zentrales Hindernis bei der Adoption einer Innovation gesehen (Sahin, 2003). Fehlende Standardisierung und Missverständnisse bei Begrifflichkeiten erzeugen einen Erklärungsbedarf und können die Diffusion bremsen: „Uncertainty is an important obstacle to the adoption of innovations“ (Sahin, 2003, 14). Daraus lässt sich schließen, dass das richtige Framing die Innovation für den österreichischen Markt überhaupt erst anschlussfähig macht. Es bestehen laut Interviews auch Hemmschwellen gegenüber esoterischen Assoziationen. Vor diesem Hintergrund benötigt es ein zielgruppengerechtes Framing, bspw. durch eine duale

Vermittlung auf wissenschaftlicher und spiritueller Ebene, damit Waldbaden weiter in Österreich integriert und bestehen bleibt.

Aus den Interviews lässt sich schließen, dass die Terminologie und Wahrnehmung des Begriffs Waldbaden in der Integration ebenfalls eine zentrale Rolle spielen. Dieser Begriff erzeugt laut Befragten Aufmerksamkeit, führt aber auch zu Missverständnissen und Missinterpretationen. In den Expert*inneninterviews wird betont, dass Anpassungen des Namens von einigen Gesprächspartner*innen in Erwägung gezogen wurden, aber der Begriff Waldbaden aufgrund bestehender Bekanntheit beibehalten wird.

In diesem Kontext zeigt die Konsum- und Marktforschung, dass die Bezeichnung eines Angebots spezifische Erwartungen und die Akzeptanz beeinflussen können; dies unter anderem, weil ein Produktname psychologische Zugehörigkeit und die positive Bewertung stärken können (Stoner et al., 2018). Zudem besteht in Österreich laut den Interviewpartner*innen ein Spannungsfeld zwischen Anbieter*innen des Waldbadens und anderen Akteur*innengruppen, insbesondere dem Jagd- und Forstsektor. Diese beschriebenen Spannungsfelder sind typischerweise in den frühen Phasen der Diffusion einer Innovation zu finden (Klein & Şener, 2023). Die Akteursgruppen sind in dieser Phase dem Produkt gegenüber skeptisch, führen aber trotzdem eine Erprobung („Trialability“) durch, wie etwa durch die Teilnahme an Kursen, wodurch soziale Anerkennung des Produkts entsteht. Umso mehr eine Innovation ausprobiert wird, desto schneller verläuft ihre Adoption (Rogers, 2003).

7.2 Qualität und Adoptionskontexte von Waldbaden

Bei der vollständigen Integration von Waldbaden als fundiertes Angebot im österreichischen Tourismussektor zeigt sich den Interviews zufolge der Wunsch nach qualitativ hochwertigen Standards. Der Fokus liegt hierbei auf den Ausbildungsstandards von Waldbaden-Trainer*innen. Eine erfolgreiche Durchführung von Waldbaden-Angeboten erfordert laut Befragten, gut ausgebildete, authentische und zertifizierte Trainer*innen, diesen wird die Fähigkeit zugeschrieben, die Teilnehmer*innen zu den gewünschten Entspannungszuständen zu führen, um die positiven Auswirkungen der Natur auf die menschliche Gesundheit zu entfalten. Qualitativ hochwertige Angebote steigern die Zufriedenheit von Tourist*innen (Rusdin & Rashid, 2018), so gilt ein touristisches Ziel dann als qualitativ hochwertig, wenn die wahrgenommene Servicequalität den Anforderungen der Besucher*innen entspricht und deren Erwartungen erfüllt werden. Dadurch wird die Wiederbesuchsabsicht von Tourist*innen signifikant erhöht (Boro, 2022).

Es gibt jedoch den Befragten zufolge eine starke Varianz in den Ausbildungsinhalten und eine fehlende Standardisierung der Ausbildung, ebenso eine Variabilität bei den Gruppenkalkulationen und den Preisangeboten zwischen den unterschiedlichen Anbieter*innen. Da die Preise von den

Expert*innen der Interviews als eher niedrig angesehen werden, ist der Druck auf andere Anbieter*innen groß, wettbewerbsfähig zu bleiben. Es entstehen sogenannte „price wars“ als eine Folge von Preissenkungen zwischen den Anbieter*innen (Alaa-Eldeen et al., 2023). Aus den Ergebnissen der Interviews geht hervor, dass bei der Entscheidung, Waldbaden hauptberuflich ausführen zu können, der Faktor der niedrigen Bepreisung dazu führt, dass die Anbieter*innen die Angebote eher als Nebenjob ansehen und sich oft nicht vollständig auf das Waldbaden als alleinige Einnahmequelle konzentrieren können. Die Interviews zeigen, dass kleinere tourismusnahe Tätigkeiten häufig nur ein ergänzendes Einkommen bieten können und daher nebenbei ausgeübt werden. Der Tourismussektor ist durch geringen Lohn und hohe Teilzeitquoten geprägt, wodurch ein lebenserhaltendes Vollzeiteinkommen oft nicht erreichbar ist (Krenn, 2012; O´Connor et al., 2025).

Die Interviews zeigen, dass Waldbaden als Nischenprodukt verstanden wird, das auf Kleingruppen ausgerichtet ist und somit im Kontrast zum Massentourismus steht. Als Reaktion auf die problematischen sozialen und ökologischen Folgen des Massentourismus gibt es eine Gegenbewegung in Form von „Slow-Tourismus“. Dieser berücksichtigt kleinere Besucher*innengruppen, eine stärkere Einbindung von lokalen und regionalen Gemeinschaften sowie nachhaltige Praktiken (Preston, 2024). Es bedarf einer bewusst entschleunigten Haltung gegenüber Reise- und Konsumgewohnheiten. Massen- und Übertourismus sowie die bestehenden Auswirkungen der Corona-Pandemie zeigen, wie relevant nachhaltige Alternativen im Bereich Tourismus sind (Klarin et al., 2023). Folglich ist anzunehmen, dass es eine klare Gruppenobergrenze braucht, um die Qualität zu sichern und die Natur zu schützen. In diesem Zusammenhang bedeutet dies, dass regionale Tourismuskontexte berücksichtigt werden müssen, indem die Regionen aktiv auf Authentizität setzen, um dem „Overtourism“ entgegenzuwirken. Daraus kann geschlossen werden, dass die Positionierung von Waldbaden als Nischenprodukt eine strategische Adoptionsentscheidung ist, um sich vom Massenmarkt abzugrenzen.

Angesichts der globalen Klimakrise muss der Tourismus sein Angebot dringend auf Nachhaltigkeit und Klimaanpassung ausrichten (Simpson et al., 2008; Scott & Gössling, 2018). Diese Anpassung an den Klimawandel ist langwierig, dementsprechend bedarf es eines strategischen Ansatzes, um den Tourismussektor an die vielfältigen Herausforderungen anzupassen (Leal Filho, 2022). In Österreich bestehen hierzu bereits Projekte für klimaangepasste Tourismusangebote; die Wälder spielen hierbei eine entscheidende Rolle als klimafitte und gesunde Erholungsorte. Sie sind eine wichtige Ressource für zukunftsfähige und klimaangepasste Tourismusangebote (Schuesser et al., 2025).

7.3 Standortanforderungen für Waldbaden

Für das Waldbaden gibt es unterschiedliche Ansprüche und Bedürfnisse, die ein Standort erfüllen muss, um von den befragten Expert*innen als geeigneter Durchführort des Angebots angesehen zu werden. Diese Anforderungen können in drei Cluster eingeteilt werden: Der erste Cluster beschäftigt sich mit dem *Naturraum und der Waldstruktur*, der zweite Cluster mit *Infrastruktur und Erreichbarkeit* und der dritte Cluster umfasst die *Ruhequalität eines Standorts*.

Cluster	Förderliche Faktoren	Hemmende Faktoren
Naturraum und Waldstruktur	<ul style="list-style-type: none"> • Dichte, moosige Mischwälder mit hoher Grün-Intensität • Rund und weich wirkender Naturraum • Geringe Steigung • möglichst ursprüngliche, wenig bis gar nicht bewirtschaftete Bestände 	<ul style="list-style-type: none"> • Monokulturen und Föhrenbestände • Starke Steigung • Intensiv bewirtschaftete Wälder

Tabelle 17: Cluster Naturraum und Waldstruktur. Quelle: Eigene Darstellung

Zum ersten Cluster zählen die Anforderungen an den Wald und die Vegetation. Bevorzugt werden laut Interviewpartner*innen dichte, moosige Mischwälder mit einer hohen Grünintensität. Diese Präferenzen lassen sich durch umweltpsychologische Studien erklären, die zeigen, dass Menschen natürliche Räume den verbauten Umgebungen vorziehen und diese als besonders erholsam erlebt werden (van den Berg et al., 2003). Die Krankenhausstudie von Ulrich (1984), wie in *Kapitel 3.2.2. Stress Recovery Theory* beschrieben, zeigte bspw., dass der Genesungsprozess von Patient*innen nach einer Operation an der Gallenblase schneller verlief, wenn das Krankenzimmer einen Blick auf eine Baumgruppe und nicht auf eine Ziegelwand hatte. Die Patient*innen, die einen Naturblick hatten, verbrachten durchschnittlich weniger Tage im Krankenhaus und benötigten weniger schmerzsenkende Medikamente als die Vergleichsgruppe mit Blick auf die Hausmauer. Die Studie wurde dahingehend interpretiert, dass passive visuelle Reize aus der Natur positive Auswirkungen auf den Menschen haben, Ängste reduzieren und die kognitive Belastung mindern können (vgl. Ulrich, 1984).

Aufenthalte im Wald bieten eine Vielzahl von positiven psychischen sowie körperlichen Gesundheitseffekten (Haluza et al., 2025). Nach Hansen, Jones und Tocchini (2017) kann dies im Rahmen evolutionsbiologischer Ansätze wie etwa dem „Biophilia-Effekt“ verstanden werden. Dieser besagt, dass Menschen eine grundlegende, biologisch geprägte Affinität zu natürlichen Umwelten haben. Der Kontakt mit der Natur entspricht tief verankerten Bedürfnissen (Hansen et al., 2017). Waldbaden kann das Cortisol-Level und die Pulsfrequenz reduzieren, die Aktivität des Parasympathikus, der Erholung fördert, steigern sowie die Aktivität des Sympathikus, der für die Stressreaktion verantwortlich ist, reduzieren (Li, 2010). Außerdem wird der bevorzugte Naturraum der Befragten als rund und weich, Monokulturen und Föhrenbestände als weniger geeignet

bezeichnet. Die Baumart und die Waldästhetik sind für die Interviewpartner*innen zentrale Auswahlkriterien für Standorten für Waldbaden. Der Wald kann als ein spezifischer Naturraum beschrieben werden, in dem Aufenthalte nachweislich Stress reduzieren können und zur Verbesserung des körperlichen und sozialen Wohlbefindens beitragen. Als besonders erholfördernd wirken Wälder, welche als sicher, gut begehbar und übersichtlich erlebt werden, die ausreichend hell sind und einen „natürlich-gepflegten“ Eindruck vermitteln sowie frei von Lärm- und Müllbelastung sind. Diese Faktoren sind Voraussetzung für Aufenthalte im Naturraum zur Hervorbringung gesundheitsförderlicher und erholsamer Wirkungen (vgl. Cervinka et al., 2014).

Die Befragten berichten, dass ihre Waldpräferenzen häufig durch den Wald ihrer Herkunftsregion geprägt sind. Vertrautheit und nostalgische Bezüge tragen wesentlich zur Bewertung dieser Eignung bei. In Anknüpfung daran verweisen Landschaftstheorien und Präferenzforschung, wie etwa (i) die *Savannahhypothese*, die besagt, dass Menschen evolutionär dazu neigen, halboffene, savannenartige Landschaften mit Wasser, einzelner Bäume und einer weiten Sicht als besonders attraktiv empfinden (Bennett, 2019) , (ii) der *Edge-Effekt* in der Landschaftspräferenz, der besagt, dass Übergangszonen wie Waldränder oder Ufer besonders anziehend und als sicher angesehen werden, da sie eine Vielfalt, Übersicht und Rückzugsmöglichkeit bieten (Kremsater & Bunnell, 1999) oder (iii) Forschungen zur *Klangwelt von Landschaften* („Soundscapes“), wonach im Vergleich zu technischen Klängen, natürliche als angenehm und erholsam erlebt werden (Grinfeder et al., 2022). Somit gibt es allgemeine Vorlieben für Landschaften gibt, die von der Gesellschaft geteilt werden.

Eine Studie von Ebenberger und Arnberger (2019) untersuchte die Präferenzen von Besucher*innen eines Wiener Stadtwaldes mittels eines bildbasierter Discrete-Choice-Experiments. Die Ergebnisse der Studie zeigen, dass der „natürlich wirkende, aber gepflegte“ Mischwaldbestand mit Veteranenbaum, hoher Kronenbedeckung, durchgehender Bodenvegetation und ohne hohe Totholzmenge bevorzugt wurde. Ein wichtiger Entscheidungs- und Einflussfaktor war hierbei der Unterwuchs (vgl. Ebenberger & Arnberger, 2019). Auch die Topografie und Bodenbeschaffenheit spielen für die Befragten eine Rolle: der Boden sollte keine große Steigung haben. Außerdem sind intensiv bewirtschaftete Wälder nicht geeignet. Die Natur sollte so ursprünglich und weitgehend erhalten wie möglich sein.

Cluster	Förderliche Faktoren	Hemmende Faktoren
Raum und Infrastruktur	<ul style="list-style-type: none"> • Gute Erreichbarkeit mit dem Auto • Parkmöglichkeiten vorhanden; kurzer Weg vom Parkplatz zum Treffpunkt • Barrierearmer Zugang • Toiletten am Ankunftsort 	<ul style="list-style-type: none"> • Hohe Anreishürden • Fehlende Parkplätze und lange oder umständliche Wege zum Treffpunkt • Physische Barrieren • fehlende sanitäre Anlagen

Tabelle 18: Cluster Raum und Infrastruktur. Quelle: Eigene Darstellung

Der zweite Cluster umfasst *Raum- und Infrastruktur*. Die Standortqualität ist laut Interviewpartner*innen abhängig von einer guten Erreichbarkeit mit dem Auto. Parkmöglichkeiten sollten vorhanden sein und der Startpunkt sollte nicht weit entfernt vom Parkplatz liegen. Der Raum sollte barrierearm sein, damit auch ältere Personen oder eingeschränkte Personen niederschwellig teilnehmen können. Optimal ist das Vorhandensein einer Toilette am Ankunftsort. Diese Anforderungen erhöhen die Qualität des Standorts.

Cluster	Förderliche Faktoren	Hemmende Faktoren
Ruhequalität	<ul style="list-style-type: none"> • Ungestörtheit • Keine Exposition gegenüber Verkehrslärm oder Flugschneisen • Naturgeräusche und visuelle Naturimpressionen 	<ul style="list-style-type: none"> • Lärm durch Autobahnen oder Schnellstraßen • Flugschneisen • Störungen und geringe Ruhequalität

Tabelle 19: Cluster Ruhequalität. Quelle: Eigene Darstellung

Im dritten Cluster wird beschrieben, dass es für die Befragten essenziell ist, dass die Plätze keinem Verkehrslärm, bspw. durch Autobahnen und Schnellstraßen, oder Lärm durch Flugschneisen, ausgesetzt sind. Wichtig für die Durchführung von qualitativ hochwertigen Waldbaden-Angeboten ist die Ungestörtheit des Platzes. Forschungsergebnisse zeigen, dass visuelle Impressionen von natürlichen Umgebungen im Vergleich zu städtischen Räumen die Erholung fördern. Ebenso können Naturgeräusche die Erholung begünstigen (Ulrich et al., 1991).

Die Interviews deuten darauf hin, dass wenn die Anforderungen aus den genannten Clustern nicht erfüllt werden, die Qualität und die positive Wahrnehmung des Angebots leiden und dies führt schlussendlich zur Ablehnung dieses Angebots. Im Hinblick auf die Diffusion von Innovationen zeigt sich, dass die Auswahl des Durchführungsortes maßgeblich die langfristige Integration eines Angebots beeinflusst, da laut Rogers (1983) die Integration neuer Angebote davon abhängt, wie kompatibel diese mit bestehenden Werten, Routinen und Ressourcen eines Systems sind. Wenn das Setting günstige Rahmenbedingungen, wie etwa Ruhe, gute Erreichbarkeit und eine passende Infrastruktur schafft, wird die Anschlussfähigkeit an touristische Angebote und Umsetzbarkeit des Waldbadens begünstigt (Ali et al., 2020).

Werden die theoretischen Erkenntnisse mit den Interviewbefunden verbunden, lässt sich sagen, dass durch die genannten spezifischen Infrastruktur- und Standorteigenschaften das Waldbaden-Angebot zu einem diffusionsfähigen Produkt werden kann. Zusätzliche praktische Faktoren erleichtern die Umsetzung und erhöhen seine Anschlussfähigkeit in touristische Angebote. Den Interviews zufolge wird deutlich, dass die Auswahl eines geeigneten Raumes ein zentraler Hebel für die Integration von Waldbaden- Angeboten ist.

Vor diesem Hintergrund sind auch der Waldraum in Österreich einschließlich der Eigentumsverhältnisse zu berücksichtigen. Der Wald in Österreich steht größtenteils im Privatbesitz. Beinahe 50 % Österreichs besteht aus Wald, das entspricht etwa vier Millionen Hektar. 82 % dieses Waldes werden von rund 145.000 Eigentümer*innen verwaltet. Darunter verstehen sich vorwiegend kleinstrukturierte Bauern- oder Familienwälder. Die restlichen 18 %, also der „öffentliche Wald“, werden von den Österreichischen Bundesforsten, Gemeinden und den Bundesländern verwaltet (BFW, 2016). Im Forstgesetz 1975 ist festgelegt, dass jede Person den Wald aus Erholungszwecken betreten darf, allerdings bestehen Ausnahmen, so z. B., wenn ein Betretungsverbot von Behörden oder Waldeigentümer*innen verrichtet wird. Jede Nutzung, die über den Erholungszweck hinaus geht, wird untersagt; dazu zählt Zelten, Befahren oder Reiten. Hierfür braucht es eine Zustimmung der Waldeigentümer*innen (BMLUK. O.D).

„Sanfter Tourismus“, in welchen das Waldbaden fällt, ist demnach erlaubt, wenn Betretungsverbote berücksichtigt werden und keine Verschmutzung, wie etwa das Wegwerfen von Abfällen, erfolgt (oesterreich.gv.at-Redaktion, 2025). In Bezug auf geführte Waldbaden- Formate treffen die Veranstalter*innen besondere Sorgfalts- und Aufklärungspflichten; eine Haftung besteht bei der Verletzung dieser Pflichten (Forstgesetz 1975, § 176; Naturfreunde Österreich, 2014) Verursachen die Teilnehmenden Schäden durch bspw. Vermüllung oder Beschädigung, haften sie zivilrechtlich und begehen gegebenenfalls Verwaltungsübertretungen. In Schutzgebieten und bei kommerzieller Nutzung sind zusätzlich Naturschutz bzw. forstrechtliche Vorgaben und etwaige Bewilligungen zu beachten (Katzenschlager, 2025).

7.4 Soziale Systeme und Waldbaden

Aus den Expert*inneninterviews geht hervor, dass auf Tourismusebene der Wunsch nach mehr Kooperationen und Netzwerken zwischen den Tourismusanbieter*innen besteht. Die Vernetzung kann laut Befragten in Hinblick auf folgende Aspekte relevant sein: Abstimmung der Bepreisung des Angebots, Wissenstransfer, regionale Identität, Aufmerksamkeit durch Bündelung und höhere Reichweite. Im *Netzwerke- Leitfaden* des Ministeriums für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen wird den Netzwerken und Kooperationen folgende Effekte zugesprochen: Definition gemeinsamer, strategischer und operativer Ziele, bessere und effizientere gemeinsame Zielerreichung, besserer Marktauftritt, Kosteneinsparung und das Erreichen eines Wissensvorsprungs. Die gegenseitige Stärkung von Kompetenzen, Innovationskraftstärkung und Innovationsvorsprung, Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit und Wettbewerbsvorteile sowie die Etablierung von Netzwerken können das Verständnis von Konkurrenz verändern und Innovationen durch Schaffung neuer Angebote fördern (Tourismus NRW e.V., o.D.). Außerdem wird der Bedarf

nach Kooperation mit anderen Akteur*innen aus dem Gesundheitsbereich sowie dem Jagd- und Forstsektor von den Interviewpartner*innen geäußert. Die Expert*innen der Interviews beschreiben die Zusammenarbeit mit dem Jagd- und Forstsektor als herausfordernd und ausbaufähig. Intensive Koordinationsprozesse und stabile Kooperationsbeziehungen sind auf Destinationsebene notwendig, damit eine Tourismusregion Funktionen erfüllen kann, die über die Handlungsfähigkeit eines Einzelnen hinausgehen (Wang & Ran, 2023). Erst durch eine integrierte Tourismusplanung und Vernetzung der Anbieter*innen kann ein abgestimmtes Leistungsbündel entstehen, das als Grundlage für den Aufbau einer attraktiven Marke fungieren kann (Eisenstein et al., 2015). Es bestehen schon positive Erfahrungen der Interview-Expert*innen mit den Stakeholdern, z. B. bei EU-Projekten und im Austausch mit internationalen Kontakten. Als positives Beispiel wird besonders die Zusammenarbeit mit Deutschland hervorgehoben: Hier herrscht ein guter Austausch zu den Themen Gesundheit und Wald, Gesundheitszentren und Heilwald.

In Rogers' Diffusionstheorie kann die Verbreitung von Innovationen als ein sozialer Prozess innerhalb eines Akteur*innennetzwerks verstanden werden, der innerhalb sozialer Strukturen operiert. In diesem finden sich Kommunikationsbeziehungen sowie kooperative Verflechtungen und institutionelle Strukturen wieder, welche die Diffusion beeinflussen. Dabei bekommen sogenannte „Meinungsführer*innen“ eine zentrale Rolle. Durch ihre Bewertung kann eine Diffusion entweder durch ihre Skepsis gestoppt oder verbreitet werden, wenn die Innovation für gut befunden wird (Hoffmann, 2007). Den Expert*innen aus den Interviews zufolge besteht eine Skepsis der „Meinungsführer*innen“ im Jagd- und Forstsektor. Diese stellen laut ihnen potenzielle Gatekeeper in Österreich dar, da die Befragten Erfahrungen mit Ablehnung des Angebots durch Vorurteile der Angebotsinhalte gemacht haben. Diese fehlenden bzw. belasteten Kooperationen sowie bürokratische Hürden und systemische Barrieren deuten darauf hin, dass die Integration von Waldbaden im österreichischen Tourismussektor gebremst werden könnte.

Aus den Interviews geht hervor, dass Unkenntnis über die rechtlichen Rahmenbedingungen des Waldbadens besteht. Unklar war, ob Waldbaden in beliebigen Waldflächen ohne besondere Genehmigung angeboten werden darf. Teilweise war nicht präsent, dass Waldbaden in der Regel als gewerbliche Tätigkeit gilt und damit rechtliche Anforderungen (z. B. Gewerbeberechtigung, Haftungs- und Versicherungsfragen) berührt. Zudem war vielen Befragten nicht bewusst, dass für geführte Angebote die Zustimmung der Waldeigentümer*innen bzw. Bewirtschafter*innen einzuholen ist und standortbezogene Regeln zu beachten sind. Der Wald ist zwar für Erholungssuchende frei zu benutzen, aber dennoch gilt für die Anbietenden die Befolgung geltender Regeln und Genehmigungen (Forstgesetz 1975, §33). Die Interviews zeigen einen Informations- und Klärungsbedarf diesbezüglich.

7.5 Perspektiven für Waldbaden in Österreich

Laut den Befragten wird Waldbaden in Österreich vor allem in Kombination mit anderen Professionen, wie Yoga, oder Wellness, angeboten. Oft haben die Anbieter*innen unterschiedliche Ausbildungen und können diese in ihre Produkte einbinden. In dieser Hinsicht kann die Kombination mit anderen Berufen oder Tourismusefeldern die ökonomische Tragfähigkeit durch stabilere Auslastung und neue Zielgruppen steigern. Die Interviews geben Hinweise darauf, dass sich dadurch nicht nur eine größere Zielgruppe eröffnet, weil sich mehr Personen von den Angeboten angesprochen fühlen, sondern es kann auch durch sogenannte „Reinvention“ die Adoption in andere Bereiche erreicht werden. Als „Reinvention“, also Neu- oder Umgestaltung eines Produkts wird die Veränderung an einer Innovation bezeichnet, die von ihren Anwendern vorgenommen wird, um sie an spezifische Bedingungen anzupassen (Rogers, 1983).

Evidenz aus den Interviews stützt die Annahme, dass durch die Neu- bzw. Umgestaltung der Innovation Waldbaden das Angebot an spezifische Kontexte (z. B. Jahreszeiten, Zielgruppen oder Regionen) anpassen und in weitere Bereiche damit übertragen werden kann. Formate wie betriebliches Gesundheitsmanagement oder Reha-Begleitung können durch die Positionierung die Reichweite erhöhen. Die Erkenntnisse aus den Interviews lassen schlussfolgern, dass eine gesundheitsorientierte Positionierung und ein zielgruppengerechtes Framing die Akzeptanz bei der Integration von Waldbaden in Österreich stärken und auch in Zukunft bei der Ausbreitung unterstützen können. Eine wissenschaftlich-evidenzbasierte Ausrichtung zu den Bereichen Prävention, Kur und Reha, Mental Health und betriebliche Gesundheitsförderung eröffnet Integrationspfade in den Gesundheitsbereich, verlangt jedoch hohe Qualitäts- und Partnerstandards (Buckley & Cooper, 2022).

Ein großes Ziel für die Zukunft wäre, den Befragten zufolge, eine Anerkennung des Waldbadens durch die Krankenkassen, um Waldbaden vollständig in den Gesundheitssektor einbinden zu können. Durch eine strategische regionale Etablierung und durch die Positionierung als nicht-massentouristisches Angebot, kann die Integration von Waldbaden im österreichischen Tourismus nachhaltig gefördert werden (Ursache, 2015). Entsprechende Angebote sind den Interviews zufolge in ausgewählten Destinationen bereits etabliert und werden zunehmend in Kombination mit anderen Tourismus- und Gesundheitsformaten wie Yoga, Achtsamkeitsübungen oder klassisches Wellness angeboten.

Es gibt bereits ein wachsendes Interesse und einen gewissen Bekanntheitsgrad, doch die Positionierung ist noch nicht erfolgt. Es gibt noch wahrgenommene Unsicherheiten bei der Integration. Schlussendlich lässt sich zusammenfassend festhalten, dass Waldbaden (noch) ein Nischenprodukt ist, das seinen Pionierstatus hinter sich gelassen hat, aber noch für die Einbettung in etablierte Wellness- und Gesundheitsformate und für den Durchbruch in die breiteren Marktsegmente kämpft.

7.6 Limitation der Arbeit

Die vorliegende Arbeit liefert durch die qualitativen Expert*inneninterviews Einblicke in die Integration von Waldbaden im Tourismussektor in Österreich. Obwohl die Durchführung der vorliegenden Arbeit sorgfältig geplant wurde, unterliegt sie bestimmten methodischen und praktischen Limitationen, die bei der Interpretation der Ergebnisse berücksichtigt werden müssen. Eine Limitation stellt die begrenzte Anzahl an Interviews dar. Ursprünglich war eine höhere Interviewanzahl angedacht, jedoch erwies sich die Rekrutierung geeigneter Interviewpersonen aufgrund der Spezialisierung des Themenfeldes sowie mehrerer kurzfristiger Absagen und fehlender Rückmeldungen als herausfordernd. Aus diesem Grund konnte bspw. eine gewünschte Akteur*innengruppe nicht in die Untersuchung einbezogen werden. Einzelne Perspektiven werden regional stärker vertreten als andere, da zwei Interviewpersonen aus derselben Region und demselben Tourismusverband stammen. Da die Befragung österreichweit stattgefunden hat, wurden aus organisatorischen Gründen die meisten Interviews online durchgeführt. Dadurch konnten zwar wichtige Expert*innen einbezogen werden, allerdings gab es in einem Interview technische Probleme durch unzureichende Internetverbindung, die das Gespräch kurzzeitig störten, zudem beeinträchtigte die eingeschränkte Wahrnehmung nonverbaler Kommunikation die Gesprächsdynamik. Da ein qualitatives Forschungsdesign angewandt wurde und hierbei die Stichprobengröße begrenzt war, können die Ergebnisse nicht als repräsentativ für alle Akteur*innengruppen in Österreich verstanden werden. Ziel der Untersuchung war vielmehr ein vertiefendes Verständnis einzelner Perspektiven. Die vorliegende Analyse unterliegt unvermeidbaren subjektiven Interpretationsspielräumen.

8 Conclusio

Die vorliegende Arbeit verfolgte das Ziel, die Integration von Waldbaden im österreichischen Tourismussektor zu untersuchen. Anknüpfend an die eingangs formulierte Forschungsfrage, welche Faktoren die erfolgreiche Integration von Waldbaden als innovatives Tourismusangebot in Österreich begünstigen, lässt sich Folgendes feststellen:

Die erfolgreiche Integration von Waldbaden in den österreichischen Tourismussektor gründet auf dem Zusammenspiel von strategischer Nischenpositionierung, Qualitäts- und Standardanforderungen, wahrgenommenen Innovationsvorteilen, systemischen Kooperationen sowie zielgruppengerechtem Framing. Waldbaden ist in Österreich als ein kleingruppenorientiertes, nicht-massentouristisches Angebot positioniert, das der Logik von „Slow-Tourism“ folgt und Regionen als authentische, nachhaltige Alternative zum „Overtourism“ dient. Der Wald stellt einen klimafitten Erholungsraum dar und spielt eine Rolle für klimaangepasste Angebotsentwicklung. Das Angebot Waldbaden besitzt relative Vorteile gegenüber unspezifischen Naturaufenthalten, die sich in evidenzbasierten Gesundheitszielen, der medizinischen Einbindung sowie Qualitätsmerkmalen wie zertifizierte Trainer*innen ausdrücken. Diese tragen auch dazu bei, dass die frühere Skepsis dem Angebot gegenüber reduziert werden kann und die Akzeptanz durch „Early Adopters“ als „Meinungsführer*innen“ steigt.

Die pandemiebedingte Zunahme der Waldbesuche sowie eine breite wissenschaftliche Evidenz von Gesundheitsvorteilen durch den Wald trieben die Sichtbarkeit und Nutzenwahrnehmung weiter an, wobei die Innovation im Sinne von „Perceived Newness“ insbesondere als neue Wissenspraxis verstanden wird. Die hohe Kompatibilität von Waldbaden mit bestehenden kulturellen Routinen wie etwa regionale Genusskultur, Kneipp- und Kurtraditionen, Ortswanderungen, Waldpädagogik sowie Kräuterexkursionen, begünstigt die Diffusion. Die Qualitätssicherung erfordert allerdings standardisierte Ausbildungen und eine gewisse Servicequalität, da uneinheitlich definierte Ausbildungsinhalte und niedrige Preise zu „price wars“ führen, was die hauptberufliche Tragfähigkeit der Anbieter*innen schwächt.

Die drei Standort-Cluster (i) *naturraumbezogene Kriterien* (wie bspw. dichte, moosige Mischwälder, weiche und runde Ästhetik, die Vermeidung von Monokulturen, ein geringer Steigungsgrad und schonend bewirtschaftete Bestände), (ii) *Raum und Infrastruktur* (Parkmöglichkeiten, Toiletten am Standort) sowie (iii) eine hohe *Ruhequalität* ohne Flug- oder Verkehrslärm sind für die Umsetzung zentral. Durch die genannten Faktoren kann die Erholungswirkung, Umsetzbarkeit sowie touristische Anschlussfähigkeit erhöht werden.

Wenn diese Faktoren allerdings nicht erfüllt werden, leidet die wahrgenommene Qualität und damit auch die Adoption. Ein kompatibles Setting kann jedoch die Integration in bestehende Tourismusstrukturen erleichtern.

Als Diffusionspfade können in Bezug auf die systemische Ebene die Kommunikations- und Kooperationsbeziehungen fungieren. Insbesondere im Forst- und Jagdsektor stellen bestehende Skepsis und Gatekeeping Hürden dar. Demgegenüber kann eine vernetzte Strategie durch abgestimmte Bepreisung, Wissenstransfer, auf Destinationsebene die Innovationskraft sowie die Wettbewerbsfähigkeit steigern. Die Interviews geben Hinweise darüber, dass bei einigen Anbieter*innen von Waldbaden-Angeboten Unsicherheiten hinsichtlich der rechtssicheren Einbettung von Angeboten im Wald bestehen, insbesondere zu Haftung oder forstrechtlicher Vorgaben, was entsprechend adressiert werden sollte. Entscheidend sind außerdem die Namensgebung und das Framing des Angebots. Zwar generiert der Begriff „Waldbaden“ erhebliche Aufmerksamkeit, führt jedoch auch zu Missverständnissen. Eine duale Vermittlung in wissenschaftlicher und spiritueller Sprache reduziert diese Unsicherheiten. Gleichzeitig ermöglichen Kombinationsangebote (z. B. Waldbaden mit Yoga, Waldbaden mit Stressmanagement) eine breitere Ansprache, senken Einstiegshürden und führen neue Zielgruppen an das Waldbaden heran, zumal viele Anbieter*innen über entsprechende Zusatzqualifikationen verfügen. Die Adoption kann durch eine höhere „Trialability“ durch bspw. Kursteilnahmen beschleunigt werden. Die Akzeptanz kann gestärkt werden, wenn eine evidenzbasierte und gesundheitsorientierte Positionierung in den Bereichen Prävention, betriebliche Gesundheitsförderung und Mental Health erfolgt. Dabei ist allerdings erforderlich, dass Partner- sowie Qualitätsstandards eingehalten werden.

In Österreich befindet sich Waldbaden aktuell in einer Übergangsphase von „frühen“ zu „späten Early Adopters“, wobei eine wachsende Etablierung insbesondere durch „Reinvention“ in Kombination mit anderen Professionen stattfindet. Bedeutsam ist das richtige Framing der Angebote, nämlich die Abgrenzung gegenüber esoterischen Zuschreibungen und die Einbindung ärztlicher Multiplikator*innen, um eine Verringerung von Unsicherheit zu erzielen. Dies sind zentrale Hebel, um die Adoptionsgeschwindigkeit zu erhöhen und die Innovation in breitere Marktsegmente zu überführen.

Über diese Arbeit hinaus ergeben sich vielversprechende Anknüpfungspunkte für die zukünftige Forschung. Der Fokus dieser Arbeit lag auf einer qualitativen Analyse von Waldbaden-Anbieter*innen aus dem Tourismussektor. Darauf aufbauend erscheint eine perspektivische Analyse des Gesundheitssektors sinnvoll, die sowohl Integrationspfade (z. B. ärztliche Verordnung, Präventionsprogramme) als auch Finanzierungsfragen wie Mitfinanzierung oder Erstattung durch Krankenversicherungen adressiert. Zukünftige Studien sollten die weiteren Entwicklungen von

Tourismus in Österreich untersuchen. Insbesondere sollte ein Augenmerk daraufgelegt werden, wie sich der österreichische Tourismus weiter von massentouristischen Angeboten abgrenzen kann und welche Möglichkeiten ein Ausbau von naturnahen Tourismusangeboten schafft. Da der Klimawandel weitere Auswirkungen auf die österreichischen Wälder haben wird, sollte in einem nächsten Schritt auch untersucht werden, welchen Einfluss gestresste Wälder schlussendlich auf erholungssuchende Menschen haben können.

Literaturverzeichnis

- Alaa-Eldeen, M., Tawfik, A., & Tag Eldeen, A. (2023). Crisis of competition: A conceptual review of hospitality and tourism industries. *Athens Journal of Tourism*, 10(1), 45–57. <https://doi.org/10.30958/ajt.10-1-3>
- Ali, M. B., Quaddus, M., Rabbanee, F. K., & Shanka, T. (2020). Community participation and quality of life in nature-based tourism: Exploring the antecedents and moderators. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 46(3), 630–661. <https://doi.org/10.1177/1096348020980094>
- allesbauer. (o. D.). Waldbaden. Abgerufen am 1. April 2026 von <https://www.allesbauer.at/waldbaden/>
- Alpenregion Bludenz Tourismus GmbH. (o. D.). wohl.plätze – Entschleunigungsorte im UNESCO Biosphärenpark Großes Walsertal. Vorarlberg Alpenregion. Abgerufen am 1. April 2026 von <https://www.vorarlberg-alpenregion.at/walsertal/de/unesco-biosphaerenpark/wohlplatz-entschleunigungsorte>
- Baloch, Q. B., Shah, S. N., & Iqbal, N. (2023). Impact of tourism development upon environmental sustainability: A suggested framework for sustainable ecotourism. *Environmental Science and Pollution Research*, 30, 5917–5930. <https://doi.org/10.1007/s11356-022-22496-w>
- Barbiero, G., & Berto, R. (2021). Biophilia as evolutionary adaptation: An onto- and phylogenetic framework for biophilic design. *Frontiers in Psychology*, 12, 700709. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.700709>
- Bennett, K. (2019). Savanna hypothesis and landscape preferences. In T. K. Shackelford & V. A. Weekes-Shackelford (Hrsg.), *Encyclopedia of evolutionary psychological science* (S. 1–4). Springer Nature Switzerland. https://doi.org/10.1007/978-3-319-16999-6_3726-1
- Biassoni, F., Gandola, M., & Gnerre, M. (2023). Grounding the restorative effect of the environment in tertiary qualities: An integration of embodied and phenomenological perspectives. *Journal of Intelligence*, 11(11), 208. <https://doi.org/10.3390/jintelligence11110208>
- Bischof, M., Schmude, J., & Bauer, M. (2017). Tourismus und Klimawandel – Eine nachfrageseitige Analyse zu Wahrnehmung und Reaktion am Beispiel der Alpen. *Zeitschrift für Tourismuswissenschaft*, 9(2), 221–247. <https://doi.org/10.1515/tw-2017-0014>.
- Blasche, G. (2010). Psychologie der Erholung unter besonderer Berücksichtigung des Tourismus. *Psychologie in Österreich*, 30(1), 38–44.
- Blühendes Österreich. (o. D.). Waldbaden mit Claudia [Naturerlebnis]. Abgerufen am 1. April 2026 von <https://www.bluehendesoessterreich.at/naturerlebnisse/waldbaden-mit-claudia>
- Böck, G. (o. D.). Waldbaden im Wienerwald [Webseite]. Waldbaden Wienerwald. Abgerufen am 1. April 2026 von <https://www.waldbaden-wienerwald.at/>
- Boro, K. (2022). Destination service quality, tourist satisfaction and revisit intention: The moderating role of income and occupation of tourist. *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts*, 14(3), 23–40.
- Buckley, R. C., & Cooper, M. A. (2022). Tourism as a tool in nature-based mental health: Progress and prospects post-pandemic. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(20), 13112. <https://doi.org/10.3390/ijerph192013112>
- Bundesforschungszentrum für Wald (BFW). (2012). *Österreichs Wald* (ISBN 978-3-902762-14-6). Bundesforschungszentrum für Wald. <http://bfw.ac.at/050/pdf/Oesterreichs-Wald-BFW-120416.pdf>

- Bundesforschungszentrum für Wald (BFW). (o.D.). *Österreichische Waldinventur – Interaktive Karte Waldanteil nach Bundesland* [Online-Karte]. Abgerufen am 01.04.2026, von <https://www.waldinventur.at>
- Bundesforschungszentrum für Wald (BFW). (o.D.). *Wie verändert die Klimaerwärmung den Wald?* Abgerufen am 21. März 2026, von <https://www.klimafitterwald.at/fragen-und-antworten/wie-veraendert-die-klimaerwärmung-den-wald/>
- Bundesforschungszentrum für Wald (BFW).(2016). *Wem gehört Österreichs Wald?* [Broschüre]. Bundesforschungszentrum für Wald. https://www.bfw.gv.at/wp-content/uploads/folder_wem_gehoert_oesterreichs_wald_end.pdf
- Bundesforschungszentrum für Wald (BFW).(2022). *Waldinventur 2016–21: Österreichs Wald wird vielfältiger* [Handout]. https://www.bfw.gv.at/wp-content/uploads/FIN_PK_Waldinventur_Handout_19072022_final.pdf
- Bundesforschungszentrum für Wald. (2021). *Green Care WALD* [Broschüre]. Bundesforschungszentrum für Wald, Wien
- Bundesforschungszentrum für Wald. (2025). *Die Erholungswirkung klimafitter Wälder – Einblicke in die Ergebnisse* [Broschüre]. Bundesforschungszentrum für Wald. https://www.bfw.gv.at/wp-content/uploads/Broschuere_Refomo_2025_web.pdf
- Bundesforschungszentrum für Wald. (2025). *Wald, Wohlbefinden und Gesundheit in Österreich – Eine Situationsanalyse 2025*. Bundesforschungszentrum für Wald. https://www.bfw.gv.at/wp-content/uploads/Wald_Wohlbefinden_Situationsanalyse_2025.pdf.
- Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft (BMAW). (o.D.) *Statistik: Tourismus in Österreich* [Webseite]. Abgerufen am 1. April 2026, von <https://www.bmwet.gv.at/Themen/Tourismus/Tourismus-in-Oesterreich/Statistik/statistik.html>
- Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft. (2023). *Tourismus in Österreich – Ein Überblick* [Factsheet]. Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft. https://www.bmwet.gv.at/dam/jcr:0854808a-1836-4e64-82d0-185d02cb7897/bmaw-0001-factsheet-tourismus-in-oesterreich-a4-DE_sRGB_WEB.pdf.
- Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Klimaschutz und Umwelt (BMLUK). (o.D.). *Wann ist das Betreten eines Waldes erlaubt oder verboten?* Abgerufen am 13. März 2026, von https://www.bmluk.gv.at/themen/wald/wald-freizeit/verhalten_wald/betretenwald.html
- Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Regionen und Wasserwirtschaft (BML). (o. D.). *Programm LE 14–20* (Version 12). Abgerufen am 14. Februar 2025 von https://info.bml.gv.at/dam/jcr:20449823-0c25-4a55-98bb-82c8f931518b/Programm%20LE14-20_Version%2012.pdf
- Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Regionen und Wasserwirtschaft (BML). (2023). *Österreichischer Waldbericht 2023* Abgerufen am 4. Februar 2025, von https://info.bml.gv.at/dam/jcr:a5c90b98-5c24-4bd6-a9f1-60cbbda8cfff/BML_broschuere_oesterreichischer_waldbericht2023_200dpi_pac3.pdf
- Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Regionen und Wasserwirtschaft (BML). (o.D.). *Wald & Tourismus*. Abgerufen am 21. März 2026, von https://www.bmluk.gv.at/themen/wald/wald-freizeit/wald_tourismus.html
- Bundesministerium für Land und Forstwirtschaft, Regionen und Wasserwirtschaft (BML). (2023). *LEADER Regionen in Österreich: GAP-Strategieplan 2023–2027* [Bericht]. Bundesministerium für Land- und Forstwirtschaft, Regionen und

Wasserwirtschaft.<https://info.bml.gv.at/service/publikationen/regionen-raumentwicklung/leader-regionen-in-oesterreich.html>

- Bundesministerium für Wirtschaft, Energie und Tourismus (BMWET). (2019). *Plan T – Masterplan für Tourismus* [Strategiepapier]. Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus.
- Cervinka, R., Höltge, J., Pirgie, L., Schwab, M., Sudkamp, J., Haluza, D., Arnberger, A., Eder, R., & Ebenberger, M. (2014). *Zur Gesundheitswirkung von Waldlandschaften* (BFW-Berichte 147, 85 S.). Bundesforschungs- und Ausbildungszentrum für Wald, Naturgefahren und Landschaft
- Cox, D. T. C., Shanahan, D. F., Hudson, H. L., Plummer, K. E., Gascon, M., de Bell, S., Gladstone, N., & Fuller, R. A. (2018). The impact of urbanisation on nature dose and the implications for human health. *Landscape and Urban Planning*, 179, 72–80. <https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2018.07.013>
- Denche-Zamorano, A., Rodríguez-Redondo, Y., Rojo-Ramos, J., Miguel-Barrado, V., Sánchez-Leal, A., & Pérez-Calderon, E. (2024). Global review of literature on forest bathing. *Forest Science*, 141(2), 145–170. <https://doi.org/10.53203/fs.2402.3>
- Derks, J., Giessen, L., & Winkel, G. (2020). Nature recreation in times of social distancing – Booming visits during the COVID-19 pandemic reveal forests as critical infrastructure. *Forest Policy and Economics*, 118, 102253. <https://doi.org/10.1016/j.forpol.2020.102253>
- Dorner, T., & Dorner, M. (o. D.). Waldbaden. Dorner Hof. Abgerufen am 1. April 2026 von <https://www.dornerhof-sibra.at/waldbaden/>
- Duden online. (o. D.). Erholung. Dudenverlag. Abgerufen am 16. März 2026, von <https://www.duden.de/rechtschreibung/Erholung>
- Ebenberger, M., & Arnberger, A. (2019). Exploring visual preferences for structural attributes of urban forest stands for restoration and heat relief. *Urban Forestry & Urban Greening*, 41, 272–282. <https://doi.org/10.1016/j.ufug.2019.04.011>
- Eisenstein, B., Eilzer, C., & Dörr, M. (Hrsg.). (2015). *Kooperation im Destinationsmanagement: Erfolgsfaktoren, Hemmschwellen, Beispiele. Ergebnisse der 1. Deidesheimer Gespräche zur Tourismuswissenschaft* (Schriftenreihe des Instituts für Management und Tourismus, Bd. 10). Peter Lang.
- EL Maalouf, N., & Bahemia, H. (2026). Diffusion of Innovations: A review. In S. Papagiannidis (Ed.), *TheoryHub Book* Newcastle University. <https://open.ncl.ac.uk/theories/8/diffusion-of-innovations/>
- Ellrich, M. (2012). *Sanfter Tourismus: Konzept des sanften Tourismus und Probleme bei der Umsetzung* [Infoblatt TERRA-Online / Realschule]. Ernst Klett Verlag. https://www2.klett.de/sixcms/list.php?page=infothek_artikel&artikel_id=93552
- Farkic, J., Isailovic, G., & Taylor, S. (2021). Forest bathing as a mindful tourism practice. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 2(2), 100028. <https://doi.org/10.1016/j.annale.2021.100028>
- Felber, U. (o. D.). WALDWELT – Institut für Waldbaden [Webseite]. WALDWELT Institut für Waldbaden. Abgerufen am 1. April 2026 von <https://www.waldwelt.at>
- Föhn, M. (2022). Waldbaden und Waldtherapie als innovative Ansätze mit gesundheitsförderndem Potenzial. *Schweizerische Zeitschrift für Forstwesen*, 173(1), 4–8. <https://doi.org/10.3188/szf.2022.0004>.
- Forstgesetz 1975, BGBl. Nr. 440/1975, i. d. F. BGBl. I Nr. 59/2002. <https://www.ris.bka.gv.at/eli/bgbl/1975/440/P36/NOR40029327>

- Forstliche Versuchs- und Forschungsanstalt Baden-Württemberg (FVA). (o. D.). „Der Wald ist systemrelevant“ – Die Bedeutung des Waldes während der Corona-Pandemie [Webseite]. Abgerufen am 29. Jänner 2025, von <https://www.fva-bw.de/themen/gesellschaft/der-wald-ist-systemrelevant-die-bedeutung-des-waldes-waehrend-der-corona-pandemie>
- Freinatur Steiermark. (o. D.). Waldbaden Hsin [Webseite]. Freinatur Steiermark. Abgerufen am 1. April 2026 von <https://freiraum-steiermark.at/yoga-events/yoga-kurse-oststeiermark/waldbaden-hsin/>
- Gabler Wirtschaftslexikon. (2018). Tourismus. In *Gabler Wirtschaftslexikon* [Online-Lexikon]. Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/tourismus-50391/version-273610>
- Gaggermeier, A., & Eisele, H. (2022). Erholungsort Wald: den Alltag zurücklassen. *LWF aktuell*, 134, 14–16. Aufgerufen am 29. Jänner 2025, von <https://www.waldwissen.net/de/lernen-und-vermitteln/oeffentlichkeitsarbeit/erholungsort-wald-den-alltag-zuruecklassen>
- Gierer, A. M. (o. D.). ShinrinYoga – Waldbaden & TerraPi [Webseite]. ShinrinYoga – Mag. Angelika M. Gierer e.U. Abgerufen am 1. April 2026 von <https://www.shinrinyoga.at/>
- Green, L. W., Ottoson, J. M., García, C., & Hiatt, R. A. (2009). Diffusion theory and knowledge dissemination, utilization, and integration in public health. *Annual Review of Public Health*, 30, 151–174. <https://doi.org/10.1146/annurev.publhealth.031308.100049>
- Grinfeder, E., Lorenzi, C., Hauptert, S., & Sueur, J. (2022). What do we mean by “soundscape”? A functional description. *Frontiers in Ecology and Evolution*, 10, 894232. <https://doi.org/10.3389/fevo.2022.894232>
- Gullone, E. (2000). The biophilia hypothesis and life in the 21st century: Increasing mental health or increasing pathology? *Journal of Happiness Studies*, 1(3), 293–322. <https://doi.org/10.1023/A:1010043827986>
- Günther, L. (2022, 16. August). Gütekriterien qualitativer Forschung – Der Überblick. *BachelorPrint*. Abgerufen am 17. Februar 2026, von <https://www.bachelorprint.de/methodik/guetekriterien-qualitativer-forschung/>
- Gupta, A., Zhu, H., Bhammar, H., Earley, E., Filipski, M., Narain, U., Spencer, P., Whitney, E., Huy, N., & Taylor, J. E. (2023). Economic impact of nature-based tourism. *PLOS ONE*, 18(4), e0282912. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0282912>
- Haluza, D., Kersten, P., Lazic, T., Steinparzer, M., & Godbold, D. (2025). Unlocking the power of nature: Insights from a 20-minute forest visit on well-being. *Forests*, 16(5), 792. <https://doi.org/10.3390/f16050792>
- Hamilton, J. M. (2003). *Climate and the destination choice of German tourists* (FNU-15, revised; DINAS-COAST Working Paper No. 2). Research Unit Sustainability and Global Change, University of Hamburg. Abgerufen am 6. März 2026, von https://epub.sub.uni-hamburg.de/epub/volltexte/2012/16055/pdf/climtour_FNU_15.pdf
- Hansen, M. M., Jones, R., & Tocchini, K. (2017). Shinrin-yoku (forest bathing) and nature therapy: A state-of-the-art review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(8), 851. <https://doi.org/10.3390/ijerph14080851>
- Hauser, D. (o. D.). Waldstaunen – Waldbaden & Walderleben in Niederösterreich [Webseite]. Waldstaunen. Abgerufen am 1. April 2026 von <https://www.waldstaunen.com/>
- Hochwaldbaden. (o. D.). Hochwaldbaden [Angebot]. Mühlviertel / Oberösterreich Tourismus. Abgerufen am 1. April 2026 von <https://www.muehlviertel.at/oesterreich-poi/detail/430029991/hochwaldbaden.html>

- Hofbauer, G., Haun, V., Poost, A., & Körner, R. (2005). *Alpha-Kommunikatoren und die Diffusion von Innovationen* (Arbeitsberichte – Working Papers, Nr. 10). Technische Hochschule Ingolstadt.
- Hoffmann. (2007). *Diffusion of innovations: Summary of Everett M. Rogers, The diffusion of innovations (5th ed.)* [Unveröffentlichtes Skript, Fachgebiet Landwirtschaftliche Kommunikations- und Beratungslehre, KIM-05]. Universität Hohenheim. <https://eli.johogo.com/Class/DOI.pdf>
- Höllwart, J., & Höllwart, M. (o. D.). Waldbaden [Webseite]. Oberbichlhof. Abgerufen am 1. April 2026 von <https://www.oberbichl-hof.at/urlaub-am-bauernhof/waldbaden>
- Holzwelt Murau. (o. D.). *LEADER* [Webseite]. Abgerufen am 14. Februar 2025, von <https://www.holzweltmurau.at/leader/>
- Howaldt, J. (2019). New pathways to social change – Creating impact through social innovation research. *fteval Journal for Research and Technology Policy Evaluation*, 48, 37–48. <https://doi.org/10.22163/fteval.2019.365>
- Huter-Ulli, A. (o. D.). Waldbaden Tirol. Waldbaden Tirol. Abgerufen am 1. April 2026 von <https://www.waldbaden-tirol.com/>
- Japan National Tourism Organization. (o. D.). *Waldbaden – der erholsame Trend aus Japan* [Webseite]. Abgerufen am 29. Januar 2025, von <https://www.japan.travel/de/de/story/waldbaden-shinrin-yoku/>.
- Kaplan, S. (1995). The restorative benefits of nature: Toward an integrative framework. *Journal of Environmental Psychology*, 15(3), 169–182. [https://doi.org/10.1016/0272-4944\(95\)90001-2](https://doi.org/10.1016/0272-4944(95)90001-2)
- Karnowski, V., & Kümpel, A. S. (2016). Diffusion of Innovations. In M. Potthoff (Hrsg.), *Schlüsselwerke der Medienwirkungsforschung* (S. 97–107). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-09923-7_9
- Katzenschlager, R. (2025). *Haftung im Wald: Was Waldeigentümer:innen wissen müssen* [Webseite]. Landwirtschaftskammer Niederösterreich. Abgerufen am 29. Januar 2025, von <https://noe.lko.at/haftung-im-wald-was-waldeigent%C3%BCmer-innen-wissen-m%C3%BCssen+2400+4264816>
- Kern, H. (o. D.). Waldbaden. Praxis Natura. Abgerufen am 1. April 2026 von <https://praxisnatura.at/waldbaden/>
- Kienzl, M. (o. D.). Angebote in der Steiermark [Webseite]. Waldbaden Graz. Abgerufen am 1. April 2026 von <https://www.waldbaden-graz.at/angebote-in-der-steiermark>
- Kirchhoff, Thomas: Naturbeziehungen in Zeiten zoonotischer Pandemien. Über gute Nähe und kluge Distanz, in Held, Benjamin et al. (Hrsg.): *Coronafolgenforschung*, Heidelberg: heiBOOKS, 2022 (FEST kompakt: Analysen – Stellungnahmen – Perspektiven, Band 3), S. 45–95. <https://doi.org/10.11588/heibooks.1049.c14578>
- Klarin, A., Park, E., Xiao, Q., & Kim, S. (2023). Time to transform the way we travel? A conceptual framework for slow tourism and travel research. *Tourism Management Perspectives*, 46, 101100. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101100>
- Klein, M. A., & Şener, F. (2023). Product innovation, diffusion and endogenous growth. *Review of Economic Dynamics*, 48, 178–201. <https://doi.org/10.1016/j.red.2022.05.001>
- Kremsater, L., & Bunnell, F. L. (1999). Edge effects: Theory, evidence and implications to management of western North American forests. In J. A. Rochelle, L. A. Lehmann, & J. Wisniewski (Eds.), *Forest fragmentation: Wildlife and management implications* (S. 117–153). Brill.
- Krenn, M. (2012). *Working conditions – The dark side of tourism*. European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions.

<https://www.eurofound.europa.eu/en/publications/all/working-conditions-dark-side-tourism>

Kuckartz, U., & Rädiker, S. (2024). *Qualitative Inhaltsanalyse: Methoden, Praxis, Umsetzung mit Software und künstlicher Intelligenz* (6., überarbeitete und erweiterte Auflage). Beltz Juventa.

Land Burgenland. (o. D.). *Wald* [Webseite]. Abgerufen am 4. Februar 2025, von <https://www.burgenland.at/themen/wald/>

Landwirtschaftskammer Österreich. (o. D.). Österreichs Forstwirtschaft [Website]. Abgerufen am 21. März 2026, von <https://www.forstwirtschaft.at>

LEADER Region Weinviertel-Donauraum. (o. D.). Waldbaden & Sommerkräuter zur Sommersonnwende [Veranstaltungsankündigung]. Abgerufen am 1. April 2026, von <https://www.leaderwd.at/system/web/veranstaltung.aspx?detailonr=226775066-636&menuonr=220824717&typ=1>

Leaderregion Vorarlberg Walgau-Bludenz (VWB) (o. D.). Was ist LEADER? Abgerufen am 30. März 2026, von <https://www.leader-vwb.at/ueber-leader/was-ist-leader>

Leal Filho, W. (2022). Will climate change disrupt the tourism sector? *International Journal of Climate Change Strategies and Management*, 14(2), 210–227. <https://doi.org/10.1108/IJCCSM-08-2021-0088>

Leitgeb, B. (o. D.). Waldbaden im Burgenland [Webseite]. Waldbaden Bgld. Abgerufen am 1. April 2026 von <https://www.waldbaden-bgld.at/>

Leitner, F. (o. D.). waldweile – Waldbaden in Salzburg [Webseite]. waldweile. Abgerufen am 1. April 2026 von <https://waldweile.at/>

Li, Q. (2010). Effect of forest bathing trips on human immune function. *Environmental Health and Preventive Medicine*, 15(1), 9–17. <https://doi.org/10.1007/s12199-008-0068-3>

Liebisch, T. (o. D.). Natursinn – Gemeinsam Natur erleben [Webseite]. Liebisch Natursinn. Abgerufen am 1. April 2026 von <https://www.liebisch-natursinn.at/>

Lindner, E. (2022). Die Auswirkungen des Klimawandels auf den Tourismus. *Bayerisches Zentrum für Tourismus (BZT)*. Abgerufen am 27. Februar 2026, von <https://bzt.bayern/auswirkungen-klimawandel-tourismus/#:~:text=Es%20wird%20erwartet%2C%20dass%20die,damit%20verbundenen%20Emissionen%20zu%20verringern>

Lirsch, S. (2020). *(Co-)Therapeut Wald: Zur Stärkung psychischer und mentaler Gesundheit in Rehabilitation, Beratung und (Sucht-)Therapie*. Bundesforschungszentrum für Wald & Green Care Österreich. <https://www.stefanlirsch.at/sites/default/files/field/file/angebote/Handbuch%20Co-Therapeut%20Wald%20-%20Stefan%20Lirsch.pdf>

Maier M. & Maier-Zötl T. (2019). Waldbaden – bei dir [Webseite]. Detailsinn. Abgerufen am 1. April 2026 von <https://www.detailsinn.at/waldbaden-bei-dir>

Maier, N. (o. D.). Waldbaden. Räume für Achtsamkeit. Abgerufen am 1. April 2026 von <https://www.nadine-maier.com/waldbaden/>

Maller, C., Townsend, M., Pryor, A., Brown, P., & St Leger, L. (2006). Healthy nature healthy people: “Contact with nature” as an upstream health promotion intervention for populations. *Health Promotion International*, 21(1), 45–54. <https://doi.org/10.1093/heapro/dai032>

Mayring, P. (2019). Qualitative Inhaltsanalyse – Abgrenzungen, Spielarten, Weiterentwicklungen. *Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research*, 20(3), Artikel 16. <https://doi.org/10.17169/fqs-20.3.3343>

- Mazzarol, T., Hülsmann, M., & Pfeffermann, N. (2011). The role of word of mouth in the diffusion of innovation. In M. Hülsmann & N. Pfeffermann (Eds.), *Strategies and communications for innovations: An integrative management view for companies and networks* (pp. 117–131). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-642-17223-6_9
- Methodenzentrum der Ruhr-Universität Bochum (RUB). (2024): Qualitative Erhebungsmethoden, [online] <https://methodenzentrum.ruhr-uni-bochum.de/e-learning/qualitative-erhebungsmethoden/> [Zugriff am: 07.01.2026].
- Meuser, M., & Nagel, U. (2010). ExpertInneninterview. In: Becker, R., Kortendiek, B. (eds) *Handbuch Frauen- und Geschlechterforschung*. VS Verlag für Sozialwissenschaften. https://doi.org/10.1007/978-3-531-92041-2_44
- Mikayilov, J. I., Mukhtarov, S., Mammadov, J., & Azizov, M. (2019). Re-evaluating the environmental impacts of tourism: Does EKC exist? *Environmental Science and Pollution Research*, 26(19), 19389–19402. <https://doi.org/10.1007/s11356-019-05269-w>
- Misoch (2015) *Qualitative Interviews*. Walter de Gruyter GmbH, Berlin.
- Mosedale, J. (2019, 16. Juli). Naturbasierter Gesundheitstourismus als neuer Trend? *FH Graubünden Blog*. Abgerufen am 6. März 2026, von <https://blog.fhgr.ch/blog/naturbasierter-gesundheitstourismus-als-neuer-trend/>
- Mostviertel Tourismus GmbH. (o. D.). Waldbaden mit Walter und Eva [Ausflugsziel]. Mostviertel Tourismus. Abgerufen am 1. April 2026 von <https://www.mostviertel.at/alle-ausflugsziele/a-waldbaden-mit-walter-und-eva>
- Mühlberger, D., & Schuschnigg, A. (2025). Wald und Gesellschaft – Trend: Green Care Wald und die steigende Bedeutung der Erholungsfunktion des Waldes. In M. Laubreyter (Hrsg.), *Soziale Innovation in kirchlichen Wäldern: (Wie) können kirchliche Wälder positive Berührungspunkte für Menschen werden?* Bundesforschungszentrum für Wald.
- Müller, E., Bleibinhaus, M., Wellbrock, W., & Ludin, D. (2022). Theoretische Grundlagen des Innovationsmanagements. In W. Wellbrock, D. Ludin, E. Müller, & M. Bleibinhaus (Hrsg.), *Nachhaltige Innovationen in klein- und mittelständischen Unternehmen* (S. 11–14). Springer Fachmedien Wiesbaden. https://doi.org/10.1007/978-3-658-39418-9_3
- Nachhaltigkeit.info. (2015, 16. Juni). *Massentourismus / harter Tourismus*. Lexikon der Nachhaltigkeit. https://www.nachhaltigkeit.info/artikel/harter_tourismus_massentourismus_2010.htm
- Naturfreunde Internationale. (2015). *Naturerleben und Gesundheit: Eine Studie zur Auswirkung von Natur auf das menschliche Wohlbefinden unter besonderer Berücksichtigung von Waldlebensräumen*. Naturfreunde Internationale & Österreichische Bundesforste. Abgerufen am 6. März 2026, von https://www.bundesforste.at/fileadmin/publikationen/studien/WasserWege_Gesundheit.pdf
- Naturfreunde Österreich. (2014). *Factsheet 2: Haftung bei Freizeitaktivitäten*. Naturfreunde Österreich. Abgerufen am 6. März 2026, von https://umwelt.naturfreunde.at/files/uploads/2014/10/NFOE_Factsheet_2_HAFTUNG.pdf
- Naturhotel Chesa Valisa. (o. D.). Waldbaden im Urlaub. Das Naturhotel Chesa Valisa. Abgerufen am 1. April 2026 von <https://www.naturhotel.at/news/waldbaden-im-urlaub/>
- Nouman, K. (o. D.). Fräulein Grün – Wiese, Wald & Wunder [Webseite]. Fräulein Grün. Abgerufen am 1. April 2026 von <https://www.fräuleingrün.at>
- O'Connor, M.-J., Yilmaz, B., Borgers, N., & Fedotova, Z. (2025). *Tourism workforce trends in Europe: Employment patterns, regulation, and recovery* (MPRA Paper No. 126180). Munich Personal RePEc Archive, University Library of Munich. <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/126180/>

- Oberösterreich Tourismus GmbH. (2025). Waldbaden [Angebot]. Oberösterreich Tourismus. Abgerufen am 1. April 2026 von <https://www.oberoesterreich.at/oesterreich-poi/detail/430026574/waldbaden.html>
- OECD, & Eurostat. (2018). *Oslo Manual 2018: Guidelines for collecting, reporting and using data on innovation* (4th ed.). OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264304604-en>
- oesterreich.gv.at Redaktion. (2025). Betreten des Waldes. Abgerufen am 13. März 2026, von https://www.oesterreich.gv.at/de/themen/reisen_und_freizeit/freizeit-in-der-natur/freizeit_im_wald/Seite.3750010
- Orr, G. (2003, 18. März). *Diffusion of innovations, by Everett Rogers (1995)*. Stanford University. Abgerufen am 6. März 2026, von <https://web.stanford.edu/class/symsys205/Diffusion%20of%20Innovations.htm>
- Osterberger, C. (o. D.). Waldachtsamkeit – Waldbaden & Mediendesign im Salzkammergut [Webseite]. Waldachtsamkeit. Abgerufen am 1. April 2026 von <https://www.waldachtsamkeit.at/>
- Österreichische Bundesforste. (2021, 30. März). Große Wald-Umfrage der Bundesforste: Wald hilft Österreicher*innen durch die Pandemie und schützt das Klima [Pressemitteilung]. Österreichische Bundesforste. Abgerufen am 6. März 2026, von <https://www.bundesforste.at/newsroom/presse/pressedetail/news/grosse-wald-umfrage-der-bundesforste.html>
- Österreichische Bundesforste. (2025). *Große Wald-Umfrage der Bundesforste: Kernaussagen* (durchgeführt von Foresight). Österreichische Bundesforste. Abgerufen am 6. März 2026, von https://www.bundesforste.at/fileadmin/presse_service/Presse/Wald_der_Zukunft/20250310_Kernaussagen_OEBf-Waldumfrage.pdf
- Paar, K. (o. D.). Waldbaden [Webseite]. Haunzwicklhof – Urlaub am Bauernhof. Abgerufen am 1. April 2026 von <https://www.haunzwicklhof.at/waldbaden>
- Park, B. J., Tsunetsugu, Y., Kasetani, T., Kagawa, T., & Miyazaki, Y. (2010). The physiological effects of Shinrin-yoku (taking in the forest atmosphere or forest bathing): Evidence from field experiments in 24 forests across Japan. *Environmental Health and Preventive Medicine*, 15(1), 18–26. <https://doi.org/10.1007/s12199-009-0086-9>
- Pham, T. P., & Sanocki, T. (2024). Human attention restoration, flow, and creativity: A conceptual integration. *Journal of Imaging*, 10(4), 83. <https://doi.org/10.3390/jimaging10040083>
- Preston, M. (2024, 25 Juli). S Defining slow tourism. *Interreg Europe*. Abgerufen am 6. März 2026, von <https://www.interregeurope.eu/news-and-events/news/defining-slow-tourism>
- Probst, K. (o. D.). Probst Beratungen – Raum und Zeit für dich [Webseite]. Karen Probst. Abgerufen am 1. April 2026 von <https://probst-beratungen.at/>
- Qiu, Q., Yang, L., He, M., Gao, W., Mar, H., Li, J., & Wang, G. (2022). The effects of forest therapy on the blood pressure and salivary cortisol levels of urban residents: A meta-analysis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(1), 458. <https://doi.org/10.3390/ijerph20010458>
- Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of innovations* (3rd ed.). Free Press.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Romão, J., Palm, K., & Persson-Fischier, U. (2023). Open spaces for co-creation: A community-based approach to tourism product diversification. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 23(3), 191–213. <https://doi.org/10.1080/15022250.2023.2174183>

- Rusdin, N. A., & Rashid, A. R. (2018). Service quality, satisfaction and revisit intention: A conceptual model. *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts*, 10(2), 1–11.
- Sahin, I. (2006). Detailed review of Rogers' diffusion of innovations theory and educational technology-related studies based on Rogers' theory. *The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 5(2), 14–23
- Sailaja, V. (2020). Unit 3: Opinion leaders and diffusion networks. In *Block 6: Innovations, innovativeness and adopter categories*. Indira Gandhi National Open University.
- Sallmannshofer, M. (2017). Waldbaden – Diversifikationsmöglichkeit mit Öffentlichkeitswirkung. *waldwissen.net*. Bundesforschungszentrum für Wald. Abgerufen am 6. März 2026, von <https://www.waldwissen.net/de/lebensraum-wald/freizeit-und-erholung/waldbaden>
- Schiesser, B., Brandenburg, C., Liebl, U., Czachs, C., Eder, R., Lux, K., & Arnberger, A. (2024). *Strategie Naherholung – Besucherinnenlenkung im Agglomerationsraum Wien**. Universität für Bodenkultur Wien, Institut für Landschaftsentwicklung, Erholungs- und Naturschutzplanung, beauftragt und gefördert vom Verein Niederösterreich-Wien, Gemeinsame Entwicklungsräume. https://www.stadt-umland.at/fileadmin/root_sum/PROZESSE_urspr%C3%BCnglich_IMPULSE_/Leitbilder/Endbericht_Strategie_Naherholung_Feb2024.pdf p.199-200
- Schiesser, B., Kleiner, A., Brandenburg, C., Taczanowska, K., Scheibenreif, S., Arnberger, A., Eder, R., & Schuschnigg, A. (2025). *Die Erholungswirkung klimafitter Wälder – Einblicke in die Ergebnisse*. Bundesforschungszentrum für Wald.
- Schmidt, L. (2024). *Förderung von Waldbaden, verantwortungsvollem Sammeln und Biodiversitätstourismus im Teutoburger Wald aus einer managementorientierten Perspektive*. Hochschule für nachhaltige Entwicklung Eberswalde, Deutschland. Abgerufen am 21. März 2026, von https://www.researchgate.net/publication/384762270_Forderung_von_Waldbaden_verantwortungsvollem_Sammeln_und_Biodiversitatstourismus_im_Teutoburger_Wald_aus_einer_managementorientierten_Perspektive
- Scott, D., & Gössling, S. (2018). *Tourism and climate change mitigation: Embracing the Paris Agreement – Pathways to decarbonisation*. European Travel Commission.
- Simpson, M. C., Gössling, S., Scott, D., Hall, C. M., & Gladin, E. (2008). *Climate change adaptation and mitigation in the tourism sector: Frameworks, tools and practices*. United Nations Environment Programme (UNEP), University of Oxford, UNWTO, & WMO.
- Song, C., Ikei, H., & Miyazaki, Y. (2016). Physiological effects of nature therapy: A review of the research in Japan. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 13(8), 781. <https://doi.org/10.3390/ijerph13080781>
- Sowa-Mörzl, K. (o. D.). Natur – Waldbaden. Herzbunt. Abgerufen am 1. April 2026 von https://www.herzbunt.at/natur_waldbaden/
- Steiermark Tourismus & Standortmarketing GmbH. (o. D.). Waldbaden – Naturerlebnis in der Region Murau. Abgerufen am 1. April 2026, von <https://www.steiermark.com/de/Murau/Region/Gesundheit-und-Erholung/Waldbaden>
- Steiermark Tourismus. (o. D.). *Waldbaden in der Hochsteiermark* [Webseite]. Abgerufen am 4. Februar 2025, von <https://www.steiermark.com/de/Hochsteiermark/Region/Naturlandschaften-entdecken/Wandern/Waldbaden>
- Steirische Tourismusmarketing GmbH. (2021). Waldbaden in der Hochsteiermark [Webseite]. Steiermark Tourismus. Abgerufen am 1. April 2026 von

<https://www.steiermark.com/de/Hochsteiermark/Region/Naturlandschaften-entdecken/Wandern/Waldbaden>

- Stone, A. G. (2023). Diffusion theory as a marketing theory. *International Journal of Business & Management Studies*, 4(10), 1–7. <https://doi.org/10.56734/ijbms.v4n10a1>
- Stoner, J. L., Loken, B., & Stadler Blank, A. (2018). The name game: How naming products increases psychological ownership and subsequent consumer evaluations. *Journal of Consumer Psychology*, 28(1), 130–137. <https://doi.org/10.1002/jcpy.1005>
- Tourismus NRW e. V. (o. D.). *Leitfaden Netzwerke eines touristischen Netzwerks* [PDF]. Tourismus NRW e. V. Abgerufen am 6. März 2026, von https://tourismus.teutoburgerwald.de/fileadmin/Medien/Tourismus.Teutoburgerwald.de/Projekte/Innovationswerkstatt/Innothek/Netzwerke/190701_01_TNRW_NETZWERK_Leitfaden_05-1.pdf
- Tourismusverband Seefeld – Tirols Hochplateau. (2024). Waldbaden – Shinrin Yoku [Webseite]. Abgerufen am 1. April 2026 von <https://www.seefeld.com/de/services/waldbaden-shinrin-yoku.html#information>
- Tourismusverband Traunsee-Almtal. (o. D.). WALDNESS – Urlaub im und mit dem Wald in der Region Traunsee-Almtal [Webseite]. Traunsee-Almtal – Salzkammergut. Abgerufen am 1. April 2026 von <https://traunsee-almatal.salzkammergut.at/waldness.html>
- Tourismusverband Wilder Kaiser. (2025). Waldbaden im Winter [Veranstaltung]. Abgerufen am 1. April 2026 von <https://www.wilderkaiser.info/de/scheffau/events/waldbaden-im-winter.html>
- Ulrich, R. S. (1984). View through a window may influence recovery from surgery. *Science*, 224(4647), 420–421.
- Ulrich, R. S., Simons, R. F., Losito, B. D., Fiorito, E., Miles, M. A., & Zelson, M. (1991). Stress recovery during exposure to natural and urban environments. *Journal of Environmental Psychology*, 11(3), 201–230
- Umweltbundesamt. (2021, 1. Februar). *Nachhaltiger Tourismus*. <https://www.umweltbundesamt.de/themen/wirtschaft-konsum/nachhaltiger-tourismus>
- Ursache, M. (2015). Niche tourism markets – means of enhancing sustainable economic development in EU’s Eastern periphery. *CES Working Papers*, 7(2A), 648–661.
- van den Berg, A. E., Koole, S. L., & van der Wulp, N. Y. (2003). Environmental preference and restoration: (How) are they related? *Journal of Environmental Psychology*, 23(2), 135–146. [https://doi.org/10.1016/S0272-4944\(02\)00111-1](https://doi.org/10.1016/S0272-4944(02)00111-1)
- Wald und Wege. (o. D.). Wald und Wege – Waldbaden und Naturerlebnis [Webseite]. Wald und Wege. Abgerufen am 1. April 2026 von <https://waldundwege.at/de/>
- Waldbaden Kärnten. (o. D.). Das kann der Wald [Webseite]. Abgerufen am 1. April 2026 von <https://waldbaden-kaernten.at/#dasskannderwald>
- Wang, H., & Ran, B. (2023). Network governance and collaborative governance: A thematic analysis on their similarities, differences, and entanglements. *Public Management Review*, 25(6), 1187–1211. <https://doi.org/10.1080/14719037.2021.2011389>
- Wienerwald Tourismus GmbH. (2025). WienerWaldSein – Waldbaden im Wienerwald [Veranstaltung]. Wienerwald Tourismus. Abgerufen am 1. April 2026 von <https://www.wienerwald.info/wienerwaldsein>
- Wilson, E. O. (1984). *Biophilia: The human bond with other species*. Harvard University Press.

- Wirth, S., Bandi Tanner, M., & Mayer, H. (2023). Social innovations in tourism: Analysing processes, actors, and tipping points. *Tourism Geographies*, 25(5), 1322–1340. <https://doi.org/10.1080/14616688.2022.2155697>
- World Tourism Organization (UNWTO). (2017). *UNWTO tourism highlights: 2017 edition*. UNWTO. <https://doi.org/10.18111/9789284419029>
- Zhang, X., Yu, P., Yan, J., & Ton A M Spil, I. (2015). Using diffusion of innovation theory to understand the factors impacting patient acceptance and use of consumer e-health innovations: A case study in a primary care clinic. *BMC Health Services Research*, 15, 71. <https://doi.org/10.1186/s12913-015-0726-2>

Erklärung zum Einsatz von generativen KI-Tools

In dieser Masterarbeit wurden generative KI-Tools ausschließlich unterstützend eingesetzt: Perplexity für die Literaturrecherche und zur Erstellung des Literaturverzeichnisses; u:AI zur Verdichtung von Kernaussagen, und zur Überprüfung und Strukturierung von möglichen Schlussfolgerungen, Hypothesen und Kategorisierungen sowie zur sprachlichen Überarbeitung (Stilistische Feinheiten, Formulierungen, Grammatik, Rechtschreibung); ChatGPT und Google Gemini zur Prüfung der logischen Kohärenz meiner Argumentation. Sämtliche Ideen, Rohtexte, Analysen und Ergebnisse stammen von mir. KI-Ausgaben wurden nicht 1:1 übernommen, sondern kritisch geprüft, inhaltlich bewertet und eigenständig überarbeitet. Zitate und Literaturangaben wurden unabhängig recherchiert und gemäß den geltenden Zitierstandards manuell verifiziert. Es wurden keine personenbezogenen oder vertrauliche Daten eingegeben. Der Einsatz erfolgte im Einklang mit den universitären Richtlinien; die Verantwortung für Inhalt, Originalität und wissenschaftliche Korrektheit liegt vollständig bei mir.

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Waldbaden- Angebote Wien und NÖ. Quelle: Eigene Darstellung	26
Tabelle 2: Waldbaden-Angebote Burgenland. Quelle: Eigene Darstellung.....	27
Tabelle 3: Waldbaden-Angebote OÖ. Quelle: Eigene Darstellung.....	28
Tabelle 4: Waldbaden-Angebote Salzburg. Quelle: Eigene Darstellung.....	29
Tabelle 5: Waldbaden-Angebote Steiermark. Quelle: Eigene Darstellung	30
Tabelle 6: Waldbaden-Angebote. Quelle: Eigene Darstellung.....	31
Tabelle 7: Waldbaden-Angebote Vorarlberg. Quelle: Eigene Darstellung	32
Tabelle 8: Waldbaden-Angebote Kärnten. Quelle: Eigene Darstellung	33
Tabelle 9: Übersicht Themenblöcke. Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Rogers, 2003	38
Tabelle 10: Cluster Naturraum und Waldstruktur. Quelle: Eigene Darstellung	70
Tabelle 11: Cluster Raum und Infrastruktur. Quelle: Eigene Darstellung.....	71
Tabelle 12: Cluster Ruhequalität. Quelle: Eigene Darstellung.....	72

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: S-Kurve und Adopterkategorien.	8
Abbildung 2: Waldflächenanteil in %.	20
Abbildung 3: Hauptkategorie Nennanzahl Kategorie A. Quelle: Eigene Darstellung	43
Abbildung 4: Unterkategorie Nennanzahl Kategorie A. Quelle: Eigene Darstellung	44
Abbildung 5: Hauptkategorie Nennanzahl Kategorie B- Quelle: Eigene Darstellung.....	61

Anhang A: Fragebogen

Titel der Masterarbeit: „Die Integration von Waldbaden im Tourismussektor in Österreich: Eine Analyse regionaler Unterschiede und Erfolgsfaktoren“

Rahmenbedingung: Die befragte Person kennt Waldbaden, und es wird in ihrer Region angeboten. Einheitlicher Leitfaden für alle. Im Vordergrund steht der Bezug zur Diffusionstheorie. Leitfaden für Personen aus dem Tourismussektor (Waldbaden-Anbieter*innen, Personen aus LEADER-Regionen die Waldbaden integriert haben, Personen den Bezug zu Waldbaden in ihrem beruflichen Alltag haben)

Einstiegsfrage

1. Inwiefern spielt Waldbaden eine Rolle in Ihrem Tätigkeitsfeld?

Entwicklung von Waldbaden

2. Wie hat sich Waldbaden in Ihrem Arbeitsumfeld bzw. Region entwickelt? Gab es z. B. besondere Ereignisse oder Initiativen, an die Sie sich erinnern können?

3. Wie wurde Waldbaden bei Ihnen in der Region eingeführt? Wer waren die treibenden Kräfte oder Initiatoren?

Praktische Umsetzung & Angebotsstruktur

4. Wie wird Waldbaden heute in Ihrem Tätigkeitsfeld konkret umgesetzt oder angeboten? (z. B. Angebotsformate, Zielgruppen, Integration in bestehende Programme)

5. Welche Bedeutung hat Waldbaden für Ihre Region, auch im Vergleich zu anderen gesundheits- oder tourismusbezogenen Angeboten?

6. Welche Rahmenbedingungen haben die Umsetzung von Waldbaden in Ihrer Region begünstigt oder erschwert? (z. B. Finanzierung, Kooperationen, Infrastruktur, politische Unterstützung)

7. Welche ökonomische Rolle spielt Waldbaden aus Ihrer Sicht? Ist es ein wirtschaftlich tragfähiges Angebot – z. B. für Anbieter*innen oder Regionen?

Erfolgsfaktoren & Best-Practice-Beispiele

8. Welche Erfolgsfaktoren sehen Sie dafür, dass sich Waldbaden langfristig in Ihrer Region bzw. Branche etabliert?

9. Gibt es in Ihrer Region Leuchtturmprojekte oder besonders gelungene Beispiele von Waldbaden?

10. Wie ist die Zusammenarbeit zwischen verschiedenen Akteur*innen (z. B. Gesundheitswesen, Tourismus, Forst, Gemeinden) im Zusammenhang mit Waldbaden organisiert?

Verbreitung Waldbaden

11. Gibt es aus Ihrer Sicht Unterschiede zwischen Ihrer Region und anderen Regionen Österreichs in Bezug auf die Verbreitung bzw. die Umsetzung von Waldbaden? Falls ja, woran könnte das liegen?

12. Inwiefern würden Sie Waldbaden als Innovation bezeichnen? Was ist aus Ihrer Sicht das Neue daran und was hat die Verbreitung erleichtert oder erschwert?

13. Wie schätzen Sie die Zukunft von Waldbaden in Ihrer Branche bzw. Region ein? Welche Entwicklungen erwarten Sie?

Abschlussfrage:

14. Gibt es etwas, das Sie zum Thema Waldbaden und dessen Integration im Tourismuskontext noch gerne ergänzen würden und das wir noch nicht angesprochen haben?

Anhang B: Prioritätenliste

Prioritätenliste				
Hauptkategorie	Benennung	Kategorie A= Beantwortet Forschungsfrage direkt; viele Zitate.	Kategorie B = Wichtig zum Verständnis, aber nur Randthema.	Kategorie C = Interessant, aber kaum Relevanz für das Ziel.
H1	Zusammenarbeit	x		
H2	Massentourismus		x	
H3	Nachfrage und Marktchance	x		
H4	Wording Waldbaden		x	
H5	Waldbaden im gesundheitlichen Kontext			x
H6	Schamanismus und Kelten			x
H7	Motivation der Expertin/des Experten			x
H8	Esotherik und Spiritualität		x	
H9	Waldbaden Angebot	x		
H10	Waldbaden als Innovation	x		
H11	Zukunft von Waldbaden	x		
H12	Beginn von Waldbaden in der eigenen Region	x		
H13	Erfolgsfaktoren	x		

Anhang C: Code-Analyse

Die detaillierte Code-Analyse ist aufgrund ihrer Komplexität und Dimension in dieser digitalen Ansicht nur verkleinert dargestellt. Zur vollständigen Einsicht liegt die vollständige Tabelle der gedruckten Fassung dieser Arbeit im Format DIN A3 bei.

Anhang D: Waldbaden-Angebote Bundesländer

Die detaillierte Tabelle Waldbaden-Angebote Bundesländer kann aufgrund ihrer Komplexität und Dimension in dieser digitalen Ansicht nur verkleinert dargestellt werden. Zur vollständigen Einsicht liegt die vollständige Tabelle der gedruckten Fassung dieser Arbeit im Format DIN A3 bei.

Bundesland	Angebotskategorie	Kombibeschreibung	Kategorie	Website	Integrations	Standort	Ausbildung/Anbieter
Wien/Niederösterreich	Einzel- und Gruppentraining	Unterschiedliche Retreats mit Fokus auf Waldbaden: Schreiben & Waldbaden, Singen & Waldbaden, Stressreduktion, Wohlbefinden, Gesundheit, Qi Gong, Waldkuren/Waldbaden, Walk & Talk	Privatperson	https://www.waldbaden-wienerwald.at/ https://www.waldtrauen.com/	Mischform (Gesundheit/Prävention und Freizeit)	Neulengbach, Wien NÖ, Raasdorf	Wald-Gesundheitstrainerin, WFL-Lehrjahrgang Wald und Gesundheit, Weiterbildungen: Outdoor against Cancer und Shaolin Heil Qi Gong
Wien/Niederösterreich	Gruppentraining	Geführte Waldbaden-Touren, Exklusive Waldszeit, Waldspaziergänge, Verkostung regionaler Naturprodukte	Waldbadelerlebnis Wiens/WaldSein- Tourismus Wienwald	https://www.wienwald.info/wienwald.html	Tourismus	UNESCO Biosphärenpark Wiener Wald	k.A.
Wien/Niederösterreich	Ausbildung und Gruppentraining	Waldbaden Workshops in Wien und NÖ, Österreichweit, Aus- und Weiterbildungen zu Waldbadetrainer*innen, Waldbaden-Begleitung für Kinder, Shini Yoga Kurse, Naturbegleitung	Privatperson	https://www.shiniyogi.at/	Bildung/Weiterbildung	Wien, NÖ, Österreichweit	Waldpädagogik, Natur-Waldstraining, Waldbaden-Trainerausbildung, Yogalehrer*innen
Wien/Niederösterreich	Einzel- und Gruppentraining	Meditation, Rituals, Achtsamkeitsübungen, Workshops und Retreats, Waldbaden-Personaltraining	Österreichischer Bundesverband für Achtsamkeit/Mindfulness	https://www.detalesim.at/waldbaden-bei-die/	Tourismus/ Gesundheit	NÖ	zertifizierte Waldbadetrainer*innen, Meditationslehrer*innen
Wien/Niederösterreich	Gruppentraining	Qi Gong Übungen, Geführtes Waldbaden, Naturbegleitung	Land NÖ	https://www.moshierle.at/walde-ausflugswald/waldbaden-mit-waldler-und-erle https://www.waldtrauen.com/	Tourismus	Dunkelsteinerwald	Zertifizierte Natur- und Landschaftsvermittler*innen, Waldbaden-Trainer*in, CSR-Praktiker*in
Wien/Niederösterreich	Einzel- und Gruppentraining	Geführtes Waldbaden	Privatperson	https://www.waldtrauen.com/	Tourismus	Langeheintz	Waldbaden-Trainer*in, CSR-Praktiker*in
Burgenland	Einzel- und Gruppentraining	Waldbaden für Kinder und Erwachsene, Familien, Waldgeburtstage, Waldpädagogische Angebote	Privatperson	https://www.waldtrauen.com/	Tourismus	Gloriete Eisenstadt, Wasser am Esbach Kleinhofen	Forstakademikerin, Waldpädagogin, Waldbadetrainerin
Burgenland	Ausbildung und Gruppentraining	Waldbaden, Qi Gong, Betriebliche Gesundheitsförderung, Ausbildungsangebot zur Dipl. Waldbadetrainer*innen	Privatperson im österreichischen Verband für Achtsamkeit	https://waldnuewege.at/de/	Tourismus	Burgenland, Wien, NÖ	Erfahrung- und Achtsamkeitstrainerin, Qi Gong Kursleiterin, Waldbadetrainerin
Burgenland	Einzel- und Gruppentraining	Waldpädagogik, Mentoring für Kinder, Schüler, Jugendgruppen, Erwachsene	Privatperson	https://probot-beratungen.at/	Gesundheit/Prävention	Burgenland	Sozialpädagogin, Sozialarbeiterin
Oberösterreich	Gruppentraining	"Wellness", Mehrtägige Wellnessangebote im Wellness Resort, Waldänderungen, Sinnesreisen, Schatzangebote	Satzkammergut Traunsee-Altmtal	https://traunsee-altmtal.satzkammergut.at/waldtrauen.html	Tourismus	Traunsee-Altmtal, Satzammergut	Waldpädagogin, Wildtierpädagogin, Naturvermittler, Yoga
Oberösterreich	Gruppentraining	geführtes Waldbaden	Tourismusverband Mühlviertel	https://www.muehlviertel.at/oesterreich-pol/detail/4300299/1/hochwaldbaden.html	Tourismus	Aigen-Schlägl	k.A.
Oberösterreich	Gruppentraining	geführtes Waldbaden	Oberösterreich Tourismus GmbH	https://www.oberoesterreich.at/oesterreich-pol/detail/4300299/2/waldbaden.html	Tourismus	Waldhausen im Strudengau	k.A.
Oberösterreich	Gruppentraining	Waldbaden & Hochsensibilität, Waldbaden & Visionsworkshop	Privatperson	https://www.waldschnecken.at/	Mischform (Gesundheit/Prävention und Freizeit)	Tafelklaussee, Kienklausen	Waldbadetrainerin
Steiermark	Einzel- und Gruppentraining	geführtes Waldbaden	Privatperson	https://www.haunewickhof.at/waldbaden	Tourismus	Mürzzuschlag	k.A.
Steiermark	Einzel- und Gruppentraining	"Woodness" Wellness im Wald	Erlebnisregion Hochsteiermark	https://www.steiermark.com/de/Hochsteiermark-Region/Erlebnisse/waldbaden-empfinden/Wandern/Waldbaden	Tourismus	Hochsteiermark	Waldbadetrainerin
	Gruppentraining	geführtes Waldbaden	Verein Freisaur	https://freisaur.steiermark.at/yoga-events/yoga-kurse-oststeiermark/waldbaden.html	Tourismus	Heinersdorf	k.A.
	Gruppentraining	Yoga, Autogenes Training im Wald, Klangmeditationen, Waldbaden	Privat	https://www.waldtrauen.com/	Tourismus	Graz	Naturpädagogin, Waldbaden-Trainerin
	Einzel- und Gruppentraining	geführtes Waldbaden	Institut für Waldbaden	waldwelt.at	Gesundheit und Bildung	Graz	diplomierter Burnout-Prophylaxe-Trainer*innen, Hypnosecoach, Waldbaden-Trainer*innen
Salzburg	Gruppentraining	ganzheitliches Erlebnis, regionale Kräuterwanderung, Waldbaden und Kneipen	Privatperson	http://www.kraeuter.at	Tourismus	Aigner Park	k.A.
Salzburg	Einzel- und Gruppentraining	Teambuilding, Seminare, Private Waldbaden-Veranstaltungen	Privatperson	https://waldwelt.at/	Tourismus	Lofer	diplomierter Kräuterpädagogin, Wald- und Achtsamkeitstrainerin, diplomierte Neuro-Mentaltrainerin
Salzburg	Gruppentraining	Geführtes Waldbaden, Teambuilding	Privatperson	https://www.liebsch-naturrain.at/	Tourismus	Salzburger Stadtberge, Morzg, Ainfang, Kleßheim	Mentaltrainerin, Ernährungsberaterin, Diplomierte Selbstversorgerin, Waldbadetrainerin
Salzburg	Einzel- und Gruppentraining	Urlaub am Bauernhof mit Waldbaden verbunden	Oberbichhof- Hotel	https://www.oberbichhof.at/urlaub-am-bauernhof/waldbaden	Tourismus	St. Johann im Pongau	k.A.
Tirol	Einzel- und Gruppentraining	geführtes Waldbaden	Tourismusverband Region-Hall-Wattens	https://www.buehendesoesterreich.at/naturerlebnis/waldbaden-mit-claudia	Tourismus	Halltal, Absam	k.A.
Tirol	Gruppentraining	geführtes Waldbaden	TVB Wilder Kaiser- Tourismus	https://www.wilderkaiser.at/de/angebote/waldbaden-erlebe-wald	Tourismus	Wilder Kaiser	k.A.
Tirol	Gruppentraining	Wanderung durch den Wald, Geführtes Waldbaden	Tourismusverband Seefeld	https://www.seefeld.com/de/services/waldbaden	Tourismus	Region Seefeld	k.A.
Tirol	Einzel- und Gruppentraining	Geführtes Waldbaden und Achtsamkeitsübungen, Waldbaden für Paare	Privatperson	https://www.waldtrauen-tirol.com/	Tourismus	Will bei Innsbruck	Plates, Waldbadenexpertin
Vorarlberg	Gruppentraining	Waldbaden im Urlaub, Aktivprogramm geführtes Waldbaden im Sommer	Naturhotel	https://www.naturhotel.at/news/waldbaden-im-urlaub/	Tourismus	Kleinwalsertal	k.A.
Vorarlberg	Gruppentraining	Geführtes Waldbaden	UNESCO Biosphärenpark Großes Walsertal	https://www.vorarlberg-alsensoren.at/osterlife/unesco-biosphaerenpark/wohlfelz-entscheidungsorte	Tourismus	Großes Walsertal	k.A.
Vorarlberg	Einzel- und Gruppentraining	Kurse, Workshops, Retreats, Waldbaden und Yoga	Privatperson	https://www.nadine-maier.com/waldbaden/	Gesundheit/Tourismus	St. Gallen/Götzis	Kursleiter*in Waldbaden Yogaausbildung, Reikiheilerin, TCM, Akupunktur, Meditation und Achtsamkeitstrainer*in, Kampfpädagogik, Diplom Sozialbetreuer*in, Sexualtherapie
Vorarlberg	Gruppentraining	Geführtes Waldbaden, Urlaub am Bauernhof mit geführten Waldbaden	Dorner Hof	https://www.dornerhof-silva.at/waldbaden/	Tourismus	Sibratsgall	k.A.
Kärnten	Einzel- und Gruppentraining	Unterschiedliche Workshops, Kreativworkshops, geführte Waldbadenerlebnisse, Waldbadenausflüge, Schreibworkshops im Wald, Heilungworkshops, Anzeil im Wald	Privatperson	https://waldtrauen.com/ https://www.kraeuter.at/waldbaden	Tourismus	Grefenstein	zertifizierte Waldbadetrainer*in, Waldbadetrainer*in, Bergwanderer*in, Stress- und Burnout-Prophylaxe Trainer*in
Kärnten	Einzel- und Gruppentraining	geführtes Waldbaden rund um den Würthersee	Privatperson	https://praxisnatura.at/waldbaden/	Gesundheit/Tourismus	Portschach am Würthersee	Stress- und Burnout-Prophylaxe Trainer*in
Kärnten	Einzel- und Gruppentraining	Workshops, Walk and Talk, Natur und Waldbaden, Achtsamkeitsübungen, Atemübungen, Meditation, Klangschalen, Einzelcoaching, Einzelberatungen, Team- und Gruppencoaching, Trainings, Workshops, Seminare, Supervision, Retreat Auszeitangebote, geführtes Waldbaden, individuell	Privatperson	https://www.herzblatt.at/natur-waldbaden/	Gesundheit/Tourismus	Klagenfurt	Diplomierter Lebensberater*in, Trainerin, Coach, Supervisorin, zertifizierte Waldpädagogik
Kärnten	Einzel- und Gruppentraining	geführtes Waldbaden	Bauernhof Allesbauer	https://www.allesbauer.at/waldbaden/	Tourismus	Altersberg	k.A.