

Likes versetzen Berge

Spektakuläre Posts auf Social Media locken viele an dieselben Orte – mit Folgen für Natur, Infrastruktur und Sicherheit. Ein bewussterer Umgang mit Standortdaten wird gefordert.

Von Hannah Purner

Mehrere hundert Menschen tummeln sich an Spitzentagen nahe der Olperer Hütte im Zillertal für ein Foto auf der berühmten Hängebrücke mit Blick auf den Schlegeisspeicher. Die Strecke gilt international als „most instagrammable hike in Austria“. Ähnliches spielt sich an Dutzenden anderen Orten ab.

„Es fehlt an Wissen um das richtige Verhalten am Berg. Die Natur wird missachtet.“

Jürgen Schranz
Pächter Coburger Hütte

Das sorgt immer wieder für Diskussionen rund um die freie Nutzung der Bergwelt. Und um die Frage, wie sich Wirtschaftlichkeit und Umweltschutz die Waage halten können.

Besonders seit Corona ist die Zahl der NaturbesucherInnen in den österreichischen Alpen laut dem Alpenverein stetig gestiegen, nicht nur, aber auch dank der sozialen Medien. Die Folge: Lokale Geheimtipps werden quasi über Nacht zu medialen Hotspots.

„Unüberschaubare Ausmaße“

Das kann Fluch und Segen zugleich sein, weiß Jürgen Schranz. Mit seiner Familie betreibt er seit 35 Jahren die Coburger Hütte nahe dem Seebensee und dem Drachensee. Die beiden Gewässer gelten auf Instagram als Sehenswürdigkeiten schlechthin, Videos dazu wurden teilweise mehr als zwei Millionen Mal angesehen. „Anfangs hat es mich gefreut, wie viele die Liebe zu ihrer Heimat bzw. den Bergen entdecken oder wiederfinden. Aber mittlerweile hat es unüberschaubare Ausmaße angenommen“, erzählt er.

Das größte Problem seien in seinen Augen die Missachtung der Natur und das fehlende Wissen darum, wie man sich am Berg verhält. Neben Tagesgästen habe insbesondere die Zahl der illegalen Wildcamper zugenommen: „Viele kommen völlig unvorbereitet und nutzen dann ungefragt die Infrastruktur für meine Gäste.“ Neben verdreckten Sanitäranlagen finde er regelmäßig diversen Müll vor seiner Hütten-tür vor, „so als wäre ich die Müllabfuhr für die gesamte

Gegend“. Er und seine Mitarbeiter gingen trotzdem regelmäßig das Gelände ab, um Liegen-gelassenes einzusammeln. Dabei finde er vermehrt Feuerstellen und über die Maße ausgetretene Wege vor. „Das gehört sich nirgends und auf diesen Höhen schon zweimal nicht.“

Deutlich mehr Einsätze

Neben der Umweltverschmutzung und -zerstörung ist auch die Sicherheit am Berg ein mit verstärktem Tourismus verbundenes Thema. Die Bergrettung Ehrwald ist für Einsätze auf österreichischer Seite der Zugspitze verantwortlich. Auch sie beobachtet die steigende Zahl an Menschen, die täglich versuchen, den berühmten Berg zu erklimmen. „Grundsätzlich ist es ein positiver Trend, dass Leute sich mehr in der Natur bewegen und sportlich aktiv sind“, so Ortsstellenleiter Robin Lutnig. Die Zielgruppe habe sich mit mehr 18- bis 22-jährigen deutlich verjüngt, viele hätten gute physische Voraussetzungen und hochwertige Ausrüstung. Doch auf der anderen Seite gebe es viele, die genau das nicht erfüllen und es trotzdem probieren. „Für beide Gruppen ist der Grund dafür oft ausschließlich die mediale Anerkennung.“

Die BergretterInnen würden zu „sehr vielen“ Einsätzen gerufen, weil Personen nicht mehr vor oder zurück können: Dieses Jahr bis Ende Mai schon 30 Mal. Im Vergleich dazu waren es 2025 und 2024 im gleichen Zeitraum 13 solcher Einsätze. „Das ist durch eine korrekte Tourenplanung, defensives Verhalten wie frühzeitiges Umkehren und das bewusste Einschätzen der Situation und des eigenen Könnens definitiv zu vermeiden“, stellt Lutnig klar.

Verzicht auf Geodaten

Immer mehr Social-Media-Accounts, von offiziellen Stellen über InfluencerInnen bis hin zu Privatpersonen, leisten daher Aufklärungsarbeit online. Unter anderem stößt man immer wieder auf die Aktion „#stopgeotagging“, also den Aufruf, auf die Angabe genauer Geodaten zu verzichten.

„Es geht dabei nicht darum, dass niemand mehr schöne Orte teilen soll“, erklärt Helene Schobesberger, eine Influencerin aus einem Tourismusgebiet in Oberösterreich, die sich ebenfalls dafür einsetzt. „Aber es braucht einen bewussteren Umgang: Bevor man einen Ort einem großen Publikum präsentiert, sollte man sich die Frage stellen, ob seine Infrastruktur und die umliegende Natur eine solche Aufmerksamkeit überhaupt tragen können. Denn Reichweite bedeutet immer auch Verantwortung.“ In ihren Augen treffen viele Entwicklungen aufeinander:

„Mediale Reichweite bedeutet immer auch große Verantwortung.“

Helene Schobesberger
Outdoor-Influencerin

etwa die leichte Zugänglichkeit von Informationen im Internet oder die verstärkte Werbung für die Regionen als Folge der Beliebtheit. „Und auch wir als KonsumentInnen tragen Verantwortung. Durch Likes, Kommentare und gespeicherte Beiträge verleihen wir bestimmten Inhalten überhaupt erst die enorme Reichweite, die sie dann entwickeln.“ Ein Hashtag allein könne zwar nicht die Lösung sein, aber zumindest ein Anfang.

Likes versetzen Berge



A) Vor dem Lesen

- a) Ergänzen Sie folgenden Satz mit möglichst vielen Fortsetzungen:
 - Ein Ort wird auf Social Media besonders erfolgreich, wenn ...
- b) Diskutieren Sie, wem besondere Orte „gehören“: den Menschen vor Ort, den Besucherinnen und Besuchern oder allen gleichermaßen? Begründen Sie Ihre Ansicht.



B) Textbearbeitung

- a) Lesen Sie den Artikel aufmerksam durch.
- b) Beschreiben Sie, weshalb bestimmte Naturorte zu Social-Media-Hotspots werden.
- c) Arbeiten Sie die Auswirkungen heraus, die der zunehmende Besucherandrang auf Natur, Infrastruktur und Sicherheit haben kann.
- d) Vergleichen Sie die Perspektiven der im Artikel vorkommenden Personen hinsichtlich der Chancen und Herausforderungen sozialer Medien.
- e) Analysieren Sie den Zusammenhang zwischen Reichweite, Verantwortung und Naturschutz.
- f) Beurteilen Sie die Initiative #stopgeotagging als mögliche Maßnahme zum Schutz sensibler Naturorte.



C) Textproduktion

Verfassen Sie einen Kommentar.

Situation: Sie beschäftigen sich in einem Projekt mit dem Thema „Die Auswirkungen von Social Media auf den Tourismus“ und verfassen einen Kommentar für die Projektzeitung, für den Sie auch einen passenden Titel formulieren. Lesen Sie den Beitrag „Likes versetzen Berge“ aus der Tageszeitung „Tiroler Tageszeitung“ vom 5. Juni 2026. Verfassen Sie nun den **Kommentar** und bearbeiten Sie dabei folgende Arbeitsaufträge:

- Geben Sie die zentralen Aussagen des Textes wieder.
- Nehmen Sie Stellung zu den Auswirkungen sozialer Medien für beliebte Natur- und Tourismusregionen.
- Machen Sie Vorschläge, wie verantwortungsvoll mit der Veröffentlichung von Naturorten auf Social Media umgegangen werden soll.

Schreiben Sie zwischen 405 und 495 Wörter. Markieren Sie Absätze mittels Leerzeilen.