

# **Fahrradtourismus im Sankt Wendeler Land**

**Planung - Umsetzung - Akzeptanz  
eines naturnahen touristischen Angebotes  
im Naturpark Saar-Hunsrück**

**unter besonderer Berücksichtigung des veränderten  
Freizeit- und Informationsverhaltens der Bevölkerung**

vom Fachbereich VI (Geographie/Geowissenschaften) der Universität Trier  
zur Verleihung des akademischen Grades Doktor der Philosophie (Dr. phil.)  
genehmigte Dissertation

Vorgelegt von Diplom-Geographin

Martina Scheer  
Am Schloßberg 12  
66640 Hofeld

Betreuer:

PROF. DR. CHRISTOPH BECKER

Berichterstatter:

PROF. DR. CHRISTOPH BECKER

PROF. DR. REINHARD HOFFMANN

Wissenschaftliche Aussprache:

14. März 2001

Trier, im März 2001

*Meiner Tochter Lisa*

*gewidmet*

## **Vorwort**

Die starke Zunahme der Freizeit einerseits sowie das wachsende Bedürfnis nach Erholung in natürlicher Umgebung andererseits vollziehen sich in einem immer enger werdenden Spannungsfeld von ökologischen, wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und politischen Interessen. In Erkenntnis dieser Tatsache und der sich aus dem Freizeitverhalten ergebenden Problemen insbesondere für Natur und Umwelt wurde bereits vor rund zwanzig Jahren die Forderung nach einem "sanften Tourismus" erhoben, die sich heute unter dem erweiterten Blickwinkel der weltweiten touristischen Entwicklung und Verantwortung als Teil eines komplexen menschlichen Wirtschaftssystems unter "sustainable development" darstellt.

Eine nachhaltige Entwicklung mit Tourismus schließt unter anderem naturgebundene und umweltverträgliche touristische Angebote ein, die dem heutigen Trend der Erholungsuchenden entgegenkommen. Darüberhinaus besteht aber die Notwendigkeit, Motivation für ein umweltfreundliches Freizeit- und Reiseverhalten zu wecken, die mit einer Umweltsensibilisierung und -bildung einhergehen sollte. Hierbei sind Naturparke geradezu prädestiniert, eine beispielhafte Vorreiterrolle zu übernehmen, um langfristig zu einem ausgeglichenen ökologischen, ökonomischen und sozialen Verhältnis in einer Tourismusregion zu gelangen, wodurch Verantwortung für künftige Generationen getragen werden kann.

Der Naturpark Saar-Hunsrück, der sich durch landschaftliche und kulturhistorische Vielfalt auszeichnet, bietet die Voraussetzungen für naturgebundene Freizeitaktivitäten. Bei der Ausübung eines Freizeitsportes in der Natur bieten die intensiven Sinneswahrnehmungen durch Sehen, Riechen, Fühlen einen methodisch-didaktischen Ansatz, Aufnahmebereitschaft für Informationen zu wecken, die sich auf den Natur- und Kulturraum beziehen, d.h. es entsteht eine Kommunikation, durch die bestimmte Werte und Wissen transportiert werden und zugleich eine Lenkungsfunction ausgeübt wird.

Am Beispiel einer Trendsportart -dem Fahrradfahren- wird in dieser Arbeit ein umweltverträgliches touristisches Angebot im Naturpark Saar-Hunsrück mit Schwerpunkt Sankt Wendeler Land von der Konzeptionsphase bis zur Umsetzung in die Praxis vorgestellt. Eine Befragung der Fahrradfahrer -Radwanderer und Mountainbiker- soll Aufschluß über die Akzeptanz freizeitorientierter Bildung durch den Einsatz verschiedener Kommunikationsmittel und zugleich auch die individualitätsbezogenen Einflußfaktoren liefern. Zudem wird versucht, ein Profil der Fahrradfahrer im Sankt Wendeler Land unterteilt nach Einheimischen, Tagesausflüglern und Urlaubern zu erstellen, um unterschiedliche Ansprüche an diese Freizeitsportart zu erfahren.

Ziel dabei ist unter anderem, einen Handlungsrahmen zu entwickeln, wie die Akzeptanz von Bildungselementen während einer Freizeitaktivität optimiert werden kann, um somit einen höchst möglichen Grad an Wissenseffektivität und Behaltensquote zu erreichen. Auf freizeitgemäße Weise kann ein Beitrag zur Umweltsensibilisierung geleistet werden, die der Gesetzgeber für Naturparke ohnehin fordert und die Basis für die Übernahme von Verantwortung für Natur und Umwelt darstellt. Gleichzeitig wird insbesondere dem Urlaubsgast ein Einblick in die regionaltypischen Gegebenheiten vermittelt, denen er mit Respekt begegnen sollte. Aber auch für die Menschen, die in dieser Region leben und arbeiten, sollte ein Angebot bereitgehalten werden, das den allgemeinen Freizeitwünschen und -bedürfnissen entspricht und eine Identifikation mit "ihrem" Naturpark ermöglicht.

Meinen besonderen Dank möchte ich an Prof. Dr. Christoph Becker richten, der mich während dieser Arbeit intensiv unterstützt hat. Seine fachlichen Anregungen und aufbauende Kritik haben das Ergebnis entscheidend geprägt. Meinen Dank spreche ich auch dem Korreferenten Prof. Dr. Hoffmann aus. Fachpersonal verschiedener Gremien und Organisationen hat mich in vielen Fragen beraten, wodurch interessante Anregungen und neue Ideen in diese Arbeit einfließen konnten.

Unterstützung fand ich bei meinem Dienstherrn Landrat Franz Josef Schumann, der die Erlaubnis zur Veröffentlichung der betriebsbezogenen Daten erteilte und insbesondere die Fragebogenaktionen positiv begleitete.

Ich weiß die Rücksichtnahme meiner Familie und Freunde, insbesondere aber meiner Tochter Lisa, zu schätzen. Sie haben mich in dieser Phase, die sich durch meine Berufstätigkeit nicht immer einfach gestaltete, moralisch unterstützt und mir Mut zugesprochen.

Martina Scheer

## Inhaltsverzeichnis

	<b>Seite</b>
<b>Vorwort</b>	<b>2</b>
<b>Inhaltsverzeichnis</b>	<b>4</b>
<b>Abbildungsverzeichnis</b>	<b>10</b>
<b>Tabellenverzeichnis</b>	<b>11</b>
<b>Kartenverzeichnis</b>	<b>12</b>
<b>Anhangsverzeichnis</b>	<b>12</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis</b>	<b>12</b>
<b>1 Einleitung</b>	<b>14</b>
1.1 Inhalt und Methodik	16
1.1.1 Inhalt	16
1.1.2 Methodik	20
<b>2 Naturpark Saar-Hunsrück</b>	<b>26</b>
2.1 Satzung und Organisation	30
2.1.1 Satzung des Naturparkes Saar-Hunsrück Saarland e.V.	31
2.1.2 Satzung des Naturparkes Saar-Hunsrück e.V. / Rheinland-Pfalz	32
2.2 Naturräumliche Gliederung	33
2.3 Kulturhistorische Entwicklung	37
2.4 Verkehrserschließung	41
2.5 Dokumentation der bisher geleisteten Arbeit im saar- ländischen Teilbereich des Naturparkes Saar-Hunsrück	42
2.5.1 Ökologische Maßnahmen	43
2.5.2 Öffentlichkeitswirksame Maßnahmen	46
<b>3 Aspekte der Freizeit</b>	<b>50</b>
3.1 Definition des Begriffs Freizeit	52
3.2 Historische Entwicklung zur Freizeit-Arbeitsgesellschaft	56
3.2.1 Von der Antike bis zur vorindustriellen Phase	57
3.2.2 Die vorindustrielle Phase	58
3.2.3 Die industrielle Phase	58

	<b>Seite</b>
3.2.4 Die Technisierungsphase	59
3.2.5 Die zukünftige Phase	60
3.3 Freizeit, Wertesystem und Verhalten	63
3.3.1 Wertesystem	64
3.3.2 Freizeitverhalten	69
3.3.2.1 Freizeit nach sozio-demographischen Merkmalen	74
3.3.2.2 Bevorzugte Freizeitaktivitäten	78
3.3.2.3 Psychosoziale Probleme der Freizeit	79
3.4 Freizeit und Wohnen	81
3.4.1 Freizeitwert von Orten	83
3.4.2 Verkehrsplanung	86
3.5 Freizeit und Tourismus	87
3.5.1 Analyse des Reiseverhaltens	88
3.5.1.1 Einflußfaktoren des Reiseverhaltens	89
3.5.2 Analyse von Urlaubsmotiven und -aktivitäten	93
3.5.3 Tagesausflüge	96
3.6 Freizeit und Konsum	96
3.6.1 Konsum als Freizeitbeschäftigung und Marktfaktor	96
3.6.1.1 Freizeitmarkt und Freizeitumsätze	97
3.6.1.2 Freizeit Ausgaben der privaten Haushalte	98
3.6.2 Konsumententypen	101
3.7 Freizeit und Politik	103
3.7.1 Politisches Aktionsfeld: Raum- und Landesplanung	105
3.7.2 Politisches Aktionsfeld: Wohnumfeld	106
3.7.3 Politisches Aktionsfeld: Bildung, Kultur und Sport	106
3.7.4 Politisches Aktionsfeld: Tourismus	107
3.7.5 Politisches Aktionsfeld: Arbeit	108
3.8 Zusammenfassung und Konsequenzen aus der Darstellung	108
<b>4 Problemdarstellung von Freizeit und Tourismus sowie Nachhaltigkeitsprinzip als Lösungsansatz</b>	<b>115</b>
4.1 Problembereich Freizeit und Tourismus sowie Lösungsansätze	116
4.1.1 Touristische Ansätze einer natur- und umweltschonenden Entwicklung	117

	<b>Seite</b>	
4.1.2	Sanfter Tourismus als Lösungsansatz	119
4.1.3	Erklärungen für einen sanften Tourismus	122
4.2.	Inhalte und Ziele einer nachhaltigen Entwicklung	126
4.2.1	Bedeutung eines regionalen Ansatzes für eine nachhaltige Entwicklung	128
4.2.2	Nachhaltige Regionalentwicklung mit Tourismus	129
4.2.3	Begriffsabgrenzung sanfter Tourismus und nachhaltige Regionalentwicklung mit Tourismus	130
4.3	Naturparke als Instrument einer nachhaltigen Entwicklung ?	131
4.4	Inhalte nachhaltiger Entwicklung auf Produktebene	133
4.5	Operative Handlungsebene Veranstalter, Reisende und Bereiste	135
4.5.1	Zusammenhang von Information, Verhalten, Handeln	135
4.5.2	Operative Handlungsebene: Reiseveranstalter	140
4.5.3	Operative Handlungsebene: Reisende	142
4.5.4	Operative Handlungsebene: Bereiste	144
4.6	Tourismuspolitische Konzeption auf Basis des Nachhaltigkeitsprinzips	145
4.7	Zusammenfassung	149
<b>5</b>	<b>Kommunikation und mögliche Umsetzung im Naturpark Saar-Hunsrück</b>	<b>152</b>
5.1	Thematische Schwerpunkte der Kommunikation in einem Naturpark	154
5.1.1	Information	154
5.1.2	Bildung	156
5.1.2.1	Soziologische Rahmenbedingungen der Bildung	156
5.1.2.2	Bildung und Verhalten	159
5.1.2.3	Bildungsstätte Infozentrale	161
5.1.3	Öffentlichkeitsarbeit	163
5.1.3.1	Pressearbeit	163
5.1.3.2	Angebotsbereich	165
5.2	Medien zur Kommunikation	168
5.2.1	Visuelle Medien	169
5.2.2	Auditive Medien	170

	<b>Seite</b>	
5.2.3	Audiovisuelle Medien	170
5.2.4	Medienverbundsysteme	172
5.2.5	Lernerfolg durch Medieneinsatz	174
5.3	Zentrale und dezentrale Lösungsansätze zur Einrichtung einer Informationszentrale	175
5.4	Standortbedingungen einer Informationszentrale	179
5.4.1	Großräumige Standortfaktoren	179
5.4.2	Kleinräumige Standortfaktoren	181
<b>6</b>	<b>Fahrradtourismus - Bedeutung und praktische Voraussetzungen im Angebotsbereich</b>	<b>183</b>
6.1	Begriffsbestimmungen	183
6.2	Entwicklung und Bedeutung des Fahrradtourismus	184
6.2.1	Entwicklung des Fahrradbestandes	185
6.2.2	Touristische Bedeutung von Fahrradreisen	186
6.2.3	Fahrrad als Verkehrsmittel	188
6.3	Fahrradfahren - eine umweltschonende Freizeitbeschäftigung?	190
6.4	Zielgruppe Fahrradtouristen	192
6.5	Anforderungen an Informations- und Orientierungshilfen	195
6.5.1	Anforderungen an Radkarten aus Nutzersicht	196
6.5.2	Kartengrundlagen	197
6.5.3	Karteninhalte	198
6.5.4	Wegweisungssysteme	201
6.5.5	Inhalte der Wegweisung	202
6.6	Anforderungen an die radtouristische Infrastruktur	205
6.6.1	Anforderungen an Wegeverlauf und -beschaffenheit	206
6.6.2	Anforderungen an Gastronomie und Beherbergung	208
<b>7</b>	<b>Konzeption und Realisierung fahrradtouristischer Angebote im Sankt Wendeler Land sowie empirische Analysen</b>	<b>212</b>
7.1	Vorstellung des Untersuchungsgebietes Sankt Wendeler Land	212



	<b>Seite</b>
7.2 Konzeptionsphase des Radwanderangebotes im Sankt Wendeler Land	215
7.3 Genehmigungs- und Realisierungsphase Radwanderkonzept	219
7.3.1 Testphase Radwanderkonzept	220
7.3.2 Rechtliche Situation der Wegenutzung	223
7.3.3 Genehmigungen	225
7.3.4 Herstellung überörtlicher Anschlüsse, Informations- material, Wegweisung und Marketingmaßnahmen	225
7.4 Kosten	229
7.5 Gästebefragung	230
7.5.1 Durchführung der Befragung von Radwanderern	231
7.6 Auswertung und Interpretation der Ergebnisse der Fragenbogenaktion zum Radwandern	234
7.6.1 Herkunft der Radtouristen im Sankt Wendeler Land	235
7.6.2 Altersstruktur der Radtouristen im Sankt Wendeler Land	236
7.6.3 Radfahren als Gruppenerlebnis	239
7.6.4 Radfahren als Freizeitbeschäftigung	240
7.6.5 Bekanntheitsgrad des Produktes	241
7.6.6 Attraktivitätsgrad der Touren	243
7.6.7 Planung der Radtouren	248
7.6.8 Freizeitbeschäftigung und Bildungsbereitschaft	250
7.6.9 Nutzung von Orientierungshilfen	260
7.6.10 Akzeptanz einer Radwanderkarte als Informationsmedium	262
7.6.11 Kritiken und Anregungen über die Radwanderwege des Sankt Wendeler Landes	263
7.7 Konzeptionsphase des Mountainbikeangebotes im Sankt Wendeler Land	264
7.7.1 Zielgruppe Mountainbiker	265
7.7.2 Mountainbikekonflikte und Wege zu einem umwelt- und naturfreundlichen Konzept	266
7.7.3 Theoretische Ansätze für Mountainbiketouren im Sankt Wendeler Land	270

	<b>Seite</b>	
7.8	Genehmigungs- und Realisierungsphase des Mountainbikekonzeptes	272
7.8.1	Organisatorische Vorarbeiten und Streckenkonzeption	272
7.8.2	Herstellung überörtlicher Anschlüsse, Informationsmaterial, Wegweisung und Marketingmaßnahmen	274
7.9	Kosten	278
7.10	Durchführung der Befragung von Mountainbikern	278
7.11	Auswertung und Interpretation der Ergebnisse der Fragebogenaktion zum Mountainbiking	279
7.11.1	Herkunft der Mountainbiker im Sankt Wendeler Land	279
7.11.2	Altersstruktur der Mountainbiker im Sankt Wendeler Land	280
7.11.3	Mountainbiking als Gruppenerlebnis	281
7.11.4	Mountainbiking als Freizeitbeschäftigung und Motivationen	282
7.11.5	Wegennutzung und Orientierungsverhalten von Mountainbikern	286
7.11.6	Planung der Mountainbiketouren	288
7.11.7	Anreise zum Mountainbiking	289
7.11.8	Gefahrene Routen und Einschätzungen	292
7.12	Zusammenfassung der gewonnenen Ergebnisse der Fragebogenaktionen und Schlußfolgerungen	293
<b>8</b>	<b>Zusammenfassung</b>	<b>299</b>
	<b>Literaturverzeichnis</b>	<b>316</b>

**Abbildungsverzeichnis**

Abb. 1: Rahmenbedingungen, Inhalt und Fragestellungen bei dieser Arbeit	25
Abb. 2: Entfernungen zu den wichtigsten Mittel- und Oberzentren im 150-km-Bereich	43
Abb. 3: Die Entwicklung der Wochenarbeitszeit seit 1950	60
Abb. 4: Das Wertesystem im Wandel	64
Abb. 5: Die 80er Jahre im Zeichen der Selbstverwirklichung	65
Abb. 6: Freizeit- und Lebensstile im sozio-ökonomischen Umfeld	70
Abb. 7: Lebens- und Freizeitqualitäten	72
Abb. 8: Freizeitmuster und Motivationsformen	73
Abb. 9: Freizeitaktivitäten nach Geschlecht und Alter	76
Abb. 10: Freizeitwirklichkeit und Freizeitwunsch im Jahr 1990	80
Abb. 11: Freizeitwert eines Ortes	84
Abb. 12: Reiseintensität 1993 in Abhängigkeit vom Einkommen	91
Abb. 13: Reiseintensität der Deutschen 1992 und 1995 in Abhängigkeit vom Beruf	92
Abb. 14: Freizeitausgaben eines westdeutschen 4-Personen-Haushaltes mit mittlerem Einkommen 1991 und 1995	99
Abb. 15: Verhalten der Touristen nach Robert Jungk	120
Abb. 16: Umweltbewußtes Freizeitverhalten	138
Abb. 17: Bemerkte Umweltbeeinträchtigungen durch Tourismus und individuelle Beiträge zum Umweltschutz	143
Abb. 18: Dimensionen neuer Lernformen und -techniken und deren Kombinationen	157
Abb. 19: Behaltensquote in Abhängigkeit verschiedener Medien	175
Abb. 20: Erwartungen der Radfahrer an die touristischen Leistungsträger	211
Abb. 21: Herkunft der Radtouristen im Sankt Wendeler Land	235
Abb. 22: Altersstruktur der Radtouristen im Sankt Wendeler Land	236
Abb. 23: Vergleich der Altersstrukturen von Fahrradfahrern in unterschiedlichen Landschaftsräumen	237
Abb. 24: Beschäftigung mit Sehenswürdigkeiten während einer Radtour durch Gäste aus dem Fernbereich	252

	<b>Seite</b>
Abb. 25: Anhalten an Sehenswürdigkeiten bei Allein- und Gruppenfahrern	255
Abb. 26: Sanfte Lenkungsmaßnahmen im Radsport	268
Abb. 27: Altersstruktur der Mountainbiker im Sankt Wendeler Land	280
Abb. 28: Gruppenverhalten von Mountainbikern und Radwanderern in Abhängigkeit vom Alter	282
Abb. 29: Motivation der Mountainbiker	284
 <b>Tabellenverzeichnis</b>	
Tab. 1: Urlaubsreisen 1992 in % nach Alter der gereisten Personen	90
Tab. 2: Allgemeine Urlaubsmotive der Deutschen 1994	94
Tab. 3: Spezifische Urlaubsmotive bei der ersten, zweiten und jeder weiteren Urlaubsreise 1994	95
Tab. 4: Umsatzzahlen in der deutschen Freizeitwirtschaft 1995	98
Tab. 5: Radfahren als Gruppenerlebnis	240
Tab. 6: Radfahren - eine beliebte Freizeitbeschäftigung nicht nur im Sommer	241
Tab. 7: Bekanntheitsgrad von Radwanderkarte und Beschilderung	242
Tab. 8: Beliebtheitsskala der sieben verschiedenen Radtouren des Sankt Wendeler Landes	246
Tab. 9: Durchschnittliche Fahrleistung pro Tour von Radtouristen im Sankt Wendeler Land	247
Tab. 10: Intensität der Planung von Radtouren im Vorfeld	248
Tab. 11: Altersabhängiges Interesse an Sehenswürdigkeiten	253
Tab. 12: Gefahrene Routen und Bedeutung von Sehenswürdigkeiten entlang der Strecken	256
Tab.13: Anhalten an Sehenswürdigkeiten in Abhängigkeit von der Streckenlänge einer Radtour	258
Tab. 14: Anhalten an Sehenswürdigkeiten in Abhängigkeit von der Vorbereitung einer Radtour	259
Tab. 15: Fahrhäufigkeit und Jahreskilometerleistung eines Mountainbikers	283
Tab. 16: Zusammenhang zwischen jährlicher Fahrkilometerleistung und Motivation	285

	<b>Seite</b>
Tab. 17: Wegenutzung von Mountainbikern in Abhängigkeit zur Herkunft	287
Tab. 18: Kriterien bei der Planung der Mountainbiketouren	288
Tab. 19: Anreisemittel in Abhängigkeit zu Herkunft, Gruppenverhalten und Fahrhäufigkeit	290

### **Kartenverzeichnis**

Karte 1: Abgrenzung des Naturparkes Saar-Hunsrück	<b>28</b>
---	-----------

### **Anhangsverzeichnis**

Anhang 1: Fragebogen der Testaktion mit dem ADAC Saarland vor Fertigstellung der Radwandertouren im Sankt Wendeler Land 1991 (Auszug aus Testpaket mit kompletten Routenbeschreibungen)	
Anhang 2: Kopie der Radwanderkarte St. Wendeler Land im Maßstab 1 : 50 000	
Anhang 3: Kopie der Mountainbikekarte St. Wendeler Land im Maßstab 1 : 50 000	
Anhang 4: Fragebogen zum radtouristischen Angebot im Sankt Wendeler Land	
Anhang 5: Fragebogen zu Mountainbiketouren im Sankt Wendeler Land	
Anhang 6: Gespräche mit Experten, Seminare und Tagungen	
Anhang 7: Strategienrahmen für eine nachhaltige Regionalentwicklung mit Tourismus	
Anhang 8: Entwicklung der Radsportveranstaltungen in der Kreisstadt St. Wendel	

### **Abkürzungsverzeichnis**

ADAC:	Allgemeiner Deutscher Automobil-Club
ADFC:	Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club
DEHOGA:	Deutscher Hotel- und Gaststättenverband
DFV:	Deutscher Fremdenverkehrsverband
DGF:	Deutsche Gesellschaft für Freizeit
DNR:	Deutscher Naturschutzring
DRV:	Deutscher Reisebüroverband

DSF:	Deutsches Seminar für Fremdenverkehr
DTV:	Deutscher Tourismusverband
DWIF:	Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut an der Universität München
F.U.R:	Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.
ITB:	Internationale Tourismusbörse Berlin
LK:	Landkreis
MTB:	Mountainbike
ÖPNV:	Öffentlicher Personennahverkehr
STVO:	Straßenverkehrsordnung
VDN:	Verband deutscher Naturparke e.V.

Anm.: Diese Arbeit wurde nach der alten Rechtschreibregelung verfaßt.

## 1 Einleitung

Die ökonomische Entwicklung im beginnenden 19. Jahrhundert mit einsetzendem Wandel von der Agrarwirtschaft zur Industrialisierung führte zu einer Polarisierung von Arbeitszeit und Freizeit. Die vor allem von Gewerkschaften geforderten sozialen Bezugsgrößen wie Verkürzung der Arbeitszeiten und Steigerung des Einkommens bewirkten eine insgesamt höhere Lebensqualität in den industrialisierten Ländern. Ausdruck dieser sozialen Errungenschaften war eine gestiegene Mobilität sowie das Bedürfnis nach Freizeit und Urlaub als feste Bestandteile der Lebensführung (Lüdtke 1972, Nahrstedt 1972). Während in Zeiten früher Industrialisierung die tägliche und jährliche arbeitsfreie Zeit fast ausschließlich der Rekreation diente, zeichnete sich etwa Anfang des 20. Jahrhunderts ein inhaltlicher Wandel ab. Die Arbeitsgesellschaft veränderte sich hin zu einer Arbeits-Freizeitgesellschaft (Opaschowski 1989). Bedingt durch eine veränderte Werthaltung wurde sowohl der Arbeits- wie auch der Freizeitbereich von Idealen wie Spontaneität, Selbstverwirklichung und Spaß beeinflusst. Dieser Wertewandel führte unter anderem dazu, daß seit Beginn der 70er Jahre dieses Jahrhunderts das Thema Freizeit politisch zu einer gesamtgesellschaftlichen Aufgabe im Umfeld von Arbeit und Wohnen aufgewertet und als Grundfunktion menschlichen Daseins akzeptiert wurde (Krippendorf 1984, Opaschowski 1990). So fordert der Gesetzgeber im Bundesraumordnungsprogramm von 1972 die Sicherung von Vorranggebieten für die Erholung, die in den Planungen der entsprechenden Bundesländer Berücksichtigung gefunden haben. Auch die Ausweisung von Großschutzgebieten, verankert in den Naturschutzgesetzgebungen von Bund und Ländern, sichert zum einen Erholungsraum für den Menschen, zum anderen aber auch Vorranggebiete für die Natur. Mit dem Wertewandel hat sich auch das Freizeitverhalten in den letzten dreißig Jahren entscheidend verändert. So ist in den neusten Trendanalysen (Studienkreis für Tourismus 1990, F.U.R. Reiseanalyse 1997) das Bedürfnis nach Freizeit und Urlaub in ungestörter Natur und Umwelt sowie die Wichtigkeit von Natur- und Landschaftsfaktoren eindeutig zu entnehmen. Insbesondere vor diesem Hintergrund wurden Natur und Landschaft von den Tourismus-Verantwortlichen als Grundkapital eines Urlaubsgebietes erkannt und deren Schutz und Erhaltung aus eigenem touristischem Interesse gefordert. Die sich in einigen etablierten Ferienregionen bereits in den 60er Jahren abzeichnenden ökologischen, sozialen und ökonomischen Probleme ließen die Idee nach einem "sanften Tourismus" aufkeimen und mahnende Stimmen, allen voran Jost Krippendorf, wiesen auf die Belastungserscheinungen touristisch bedingter Übererschließung hin. Mittlerweile existieren etliche positive Beispiele von Strategien und Maßnahmen sanfter Tourismuskonzepte. Beispielhaft erwähnt seien Hindelang im Allgäu und das Virgental in Osttirol (Hasslacher 1989, Popp 1990, Kurverwaltung Hindelang 1995/96).

Neue perspektivische Denkansätze liefern die Konzepte der "nachhaltigen Regionalentwicklung mit Tourismus" (sustainable development), die sowohl die globalen als auch zeitlichen Dimensionen des Tourismus miteinbeziehen (Becker 1995). Im Mittelpunkt dieser Politik steht ein neues Kosten-Nutzen-Denken bei ganzheitlicher Betrachtungsweise des Tourismus mit all seinen Verflechtungen. Die Realisierung dieser Idee basiert auf der regionsspezifischen Nutzung endogenen Potentials unter Berücksichtigung der Folgewirkungen auf ökologischer, ökonomischer und sozialer Ebene. Ziel ist die langfristige Sicherung und Erhaltung von Natur und Landschaft als Lebens-, Wirtschafts- und Erholungsraum des Menschen unter Einbeziehung des ökonomischen Stellenwertes des Tourismus als Lebensgrundlage für die einheimische Bevölkerung, insbesondere in monostrukturierten ländlichen Gebieten (Becker 1995).

Zur Erfüllung dieser Zielsetzungen und unter Beachtung der Querschnittsfunktion des Tourismus ist interdisziplinäre Zusammenarbeit gefordert, die sowohl touristische Entscheidungsträger, einheimische Bevölkerung als auch Reisende selbst konzeptionell miteinschließt (Krippendorf 1984, CIPRA 1985).

Voraussetzung für die Durchführbarkeit solcher Konzepte ist die intensive Einbindung der Freizeitnutzer, die in die Lage versetzt werden sollten, durch Überzeugung und Einsicht gewonnene theoretische Kenntnisse in praktisches Verhalten einfließen zu lassen. Hierbei müssen die Nutzer in mehr oder minder starkem Maße erst einmal für Probleme ihrer Freizeitaktivitäten und den emotionalen sowie faktischen Wert einer intakten Natur- und Kulturlandschaft sensibilisiert werden. Diese Art der Bildung könnte durchaus bei einer naturgebundenen Freizeitbeschäftigung erfolgen, die durch gezielte Heranführung an bestimmte Themen durch nicht-direktive Lenkungsmaßnahmen den Freizeitnutzern die Möglichkeit bietet, den kulturgeographischen Raum als Lern- und Lehrfeld zu nutzen (Job 1993, Borghs 1993, Nahrstedt 1995, Historischer Verein Eichstätt 1989).

Prädestiniert für die Entwicklung und Umsetzung dieser Ideen sind Naturparke, die vom Gesetzgeber in ganzheitlicher Betrachtungsweise für die Sicherung sowohl des Natur- als auch des Erholungsraumes für den Menschen unter Schutz gestellt worden sind. Insbesondere im Bereich der Umweltsensibilisierung und -erziehung haben die Naturparke eine wichtige Funktion zu erfüllen und sollten Vorreiterrolle für andere Naherholungsgebiete übernehmen. Jedoch nicht nur die Sensibilisierung für Fragen und Problemstellungen des Natur- und Umweltschutzes sollten Aufgabe des Bildungsauftrages an Naturparke sein, sondern auch eine Heranführung an kulturhistorische Besonderheiten einer Region. Auf diese Weise läßt sich eine Beziehung zwischen Freizeitnutzer und ortsspezifischer Kultur, Lebens- und Arbeitsweise der einheimischen Bevölkerung herstellen.



Entsprechend dem größer werdenden Bedürfnis nach rationaler Nutzung der Freizeit sowie dem Wunsch nach mehr Bildung (IFKA-Dokumentation 1991, Opaschowski 1990) soll in dieser Arbeit eine anerkannt naturnahe Freizeitbeschäftigung (Becker 1991, Steinecke 1996) zum Anlaß genommen werden, das Bildungsverhalten in bezug auf Besichtigung kulturhistorischer Besonderheiten im Landkreis St. Wendel im Naturpark Saar-Hunsrück zu analysieren. Als Beispiel dient die Trendsportart Fahrradfahren bei der, ähnlich wie beim Wandern, eine Region in ihrer kulturellen und sozialen Vielfalt auf besonders intensive Weise erlebt werden kann, ohne daß ökologische Schäden zu erwarten sind. Zudem soll der Weg zwischen gezielter Angebotsgestaltung, Planung und Umsetzung von Radwander- und Mountainbikerouten in die Praxis sowie die Kontrollphase als Akzeptanzanalyse durch eine spezielle Nutzergruppe aufgezeigt werden.

## **1.1 Inhalt und Methodik**

### **1.1.1 Inhalt**

Der Verband deutscher Naturparke (VDN) (1995, S.16) sieht als Leitbild für deutsche Naturparke die Verbindung von Naturschutz und Erholungsvorsorge. Diese sollten als großräumige Vorbildlandschaften weiterentwickelt werden, bei denen u.a. die Sicherung landschaftsbezogener, umwelt- und sozialverträglicher Erholung, die Schaffung von Umweltbewußtsein durch Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit sowie die Förderung kultureller Traditionen der Region im Vordergrund stehen. Es sollten diejenigen Erholungsformen gefördert werden, die das Typische eines Raumes erlebbar machen. Im Abschlußbericht über das Forschungsprojekt "Naturparke als Instrument von Naturschutz und Landschaftspflege" des Bundesumweltministeriums (o. Jahr, S. 13/14) wird bemängelt, daß in den meisten deutschen Naturparks die Erholung sowie ihre wirtschaftlichen Bedingungen weitgehend vernachlässigt worden sind. Als Probleme der Erholungsplanung wurden in vielen Naturparks die Belastung durch un gelenkte Freizeitaktivitäten, Möblierung der Landschaft, mangelnde Kenntnisse der vorhandenen Infrastruktur sowie Unkenntnis über Art und Intensität der Nachfrage herausgestellt.

Job formulierte (1989, S. 20 ff) als wesentliche Mittel der Erholungsplanung in Naturparks: Besucherlenkung, Informationsarbeit und Bildung von Freizeitschwerpunkten. Die Deutsche Gesellschaft für Freizeit (DGF) (1991, o. Seitenangabe) traf die Aussage, daß gerade "praktische Tätigkeiten" in Verbindung mit Freizeitangeboten und als Freizeitgestaltung besonders geeignet sind, um Erfahrungen im Umgang mit der Natur zu liefern.

Auch im Nationalpark Bayerischer Wald setzt man auf naturnahe Wander- und Radwanderangebote nach dem Motto "Natur und Kultur erleben und erhalten" (Hamele 1988, o. Seitenangabe). So setzt auch die Aktion Fischotterschutz in Hankensbüttel auf Naturverstehen durch aktives Erleben (Aktion Fischotterschutz Hankensbüttel o.J., S. 15). Nach Job (1993, S. 2) sind die in der Freizeit aufgesuchten Natur- und Nationalparke besonders geeignet, ökologische Zusammenhänge über Kopf und Herz zu vermitteln, da der Mensch in urlaubsähnlichen Situationen besonders aufnahmebereit ist. Durch gezielte Marketingaktionen sollten viele Erholungsuchende in Schutzgebiete gelockt werden, um sie im Sinne einer Umweltsensibilisierung anzusprechen. Als Voraussetzung sieht Job die Notwendigkeit, für jede Zielgruppe einen eigenen Weg zur Bedürfnisbefriedigung anzubieten (1993, S.8). Hierbei bedarf es einer intensiven Öffentlichkeitsarbeit, die bestrebt sein sollte, durch geplantes und dauerhaftes Bemühen gegenseitiges Verständnis sowie die Vermittlung von Sachkenntnissen zu umweltrelevanten Themen zu erreichen. Hierzu zählt Job (1993, S. 14) Kenntnisse über naturwissenschaftliche, landeskundliche, kulturhistorische und ökologische Zusammenhänge. Hierzu muß die Öffentlichkeitsarbeit in Kommunikation mit den Nutzern treten, um Aufmerksamkeit, Interesse und Bereitschaft zu eigenem Handeln zu wecken. Darüberhinaus sieht die DGF (1991, o. Seitenangabe) die freizeitgerechte Aufarbeitung der Informationen als wichtige Voraussetzung für die Bildungsbereitschaft der Nutzer.

Der Naturpark Altmühltal hat speziell für die Informations- und Öffentlichkeitsarbeit ein eigenes Konzept entwickelt, das das Ziel verfolgt, Belange von Freizeit und Erholung mit den Aufgaben des Umweltschutzes in Einklang zu bringen. Als ein Baustein dieses Konzeptes ist "Lernen beim Wandern" genannt, wobei gezielt landschaftlich reizvolle Gebiete sowie historische und geologische Sehenswürdigkeiten einbezogen werden. Solche konkreten Angebote werden auch unter dem Aspekt der Besucherlenkung beurteilt (Kreis Eichstätt, 1989, S. 5 ff). In den Leitlinien des Naturparkes Altmühltal in bezug auf das Informationszentrum in Eichstätt wurde die Aussage getroffen, daß das Erleben von Natur und die Einsicht in ökologische Zusammenhänge erst den Weg öffnen für einen verständnisvollen Umgang mit der Natur, nach der Devise, daß nur über die emotionalen Erfahrungen und die sinnliche Wahrnehmung ein enger Kontakt mit der Natur zu erreichen ist. Erst unter diesen Konditionen wird schließlich Wertschätzung und verantwortungsvoller Umgang mit der Natur erreicht (Historischer Verein Eichstätt 1989, S. 240).

Als pädagogisches Grundprinzip stellt Job (1993, S. 17) das Freiland als Lernort heraus. Seiner Ansicht nach muß Naturerlebnis und einfühlsamer Umgang mit der Natur zur persönlichen Erfahrung werden.

Nach diesem Prinzip wurde u.a. das Otterzentrum in Hankensbüttel konzipiert (Aktion Fischotterschutz Hankensbüttel, o. Jahr). Wie Ebers (1996, S. 25) formulierte, sind neben der erlebnisorientierten Pädagogik affektive und kognitive Aspekte in der Umweltbildung erforderlich, um durch den Erwerb von Sachkenntnissen Handlungsentscheidungen fällen zu können. So betont auch Fromme (1991, S. 193) die Bedeutung der Auseinandersetzung mit Natur und Umwelt durch eine stärkere Einheit von Erleben, Denken und Handeln. Hierbei kommt der Freizeit eine entscheidende Rolle zu. Viele Menschen suchen und finden Ruhe, Erholung und Entspannung in der Natur (F.U.R. Reiseanalyse 1997), die zum Lernort aufgewertet werden kann. Voraussetzung ist nach Salzmann (1990, S. 152), daß der Raum gezielt pädagogisch-didaktisch und adressatengerecht aufbereitet wird. Interessierte Gruppen sollten auf Dauer Möglichkeiten für aktive Erkundungs- und Lernprozesse vorfinden.

Wie diese Ausführungen zeigen, ist in den Naturparks die Erholungsvorsorge oft vernachlässigt worden, so auch über etliche Jahre hinweg im Naturpark Saar-Hunsrück (VDN 1995, Bundesumweltministerium o. Jahr). Erfahrungen in bestehenden Naturparks, wie Altmühltal, sowie wissenschaftliche Untersuchungen zeigen, daß besonders in der Freizeit gemachte Erfahrungen und Erlebnisse dazu geeignet sind, Umweltsensibilisierung herbeizuführen, wobei unter Umwelt neben dem Naturraum auch der kulturhistorische Raum zu verstehen ist (Job 1989, 1993, DGF 1991, Fromme 1991). Umweltsensibilisierung als eine Art Bildung ist umso erfolgreicher, je mehr Sinne eingeschaltet sind und je gezielter der direkte Erlebnisbereich befriedigt werden kann (Nahrstedt et al. 1995). Der Raum, in dem die Aktivität ausgeübt wird, dient gleichzeitig als Lehr- und Lernfeld. Um Erholungssuchende langfristig zu verantwortungsvollem Handeln zu motivieren, sind umfangreiche Informationen notwendig, die freizeittgerecht und zielgruppenspezifisch aufgearbeitet sein sollten (DGF 1991).

Am Beispiel des Naturparkes Saar-Hunsrück unter besonderer Berücksichtigung des Sankt Wendeler Landes wird der gesetzliche Auftrag an ein Großschutzgebiet zur Sicherstellung der Erholungs- und Bildungsfunktion, insbesondere aus touristischer Sicht, beleuchtet. Zunächst wird der Naturpark Saar-Hunsrück als Lernort näher vorgestellt, um das Raumtypische zu spezifizieren, wie vom VDN vorgeschlagen. Neben dem Landschaftserleben zeigt sich speziell im Sankt Wendeler Land eine Fülle kulturhistorischer Besonderheiten, die diesen Raum als geschichtsträchtige Region positioniert. Da eine straffe und hierarchische Organisationsstruktur Voraussetzung für eine optimale Kommunikation ist, wird auch diese für den Naturpark Saar-Hunsrück erörtert (s. Kap. 2.1).

Ganz gezielt wird ein Angebotssegment, das Fahrradfahren -Radwandern und Mountainbiking- untersucht. Unter Beachtung der gesellig-kommunikativen Komponente dieser Freizeitaktivität fließen die mit Freizeit allgemein in Verbindung gebrachten Zielvorstellungen, wie Spaß haben, Land und Leute kennenlernen, etwas für die Gesundheit tun, in die Beschäftigung ein (Fromme 1991). Die Fragestellung ist, ob sich Radwanderer tatsächlich bei einem aktiven Freizeitangebot mit umweltrelevanten Themen auseinandersetzen - in diesem Falle mit der Kulturhistorie. Pädagogische Leitlinie dabei bildet das nicht-direktive, freie und unabhängige Lernen bei hohem Erlebniswert, ausgehend von einem umfassenden Lernansatz durch Geist, Sinnerfassung und Psyche (Nahrstedt et al. 1995, Dohmen 1991). Durch die Kombination selber tun, sehen, lesen soll ein hoher Grad an Erinnerungsvermögen durch ganzheitliche Erfassung ausgelöst werden (Nahrstedt et al. 1995). In diesem Zusammenhang soll die Frage beantwortet werden, wie die Idee unter der Prämisse "Kennenlernen des Gastlandes im Hinblick auf Landschaft, Kultur, Menschen und seine Wirkungsfelder" unter freizeitpolitischen Aspekten praxistauglich umgesetzt werden kann und welchen Stellenwert dabei die Kommunikation als Transformator dieser Werte und Inhalte einnimmt. Diese zu vermittelnden Werte können als Segment einer nachhaltigen Tourismusidee angesehen werden, da die Sensibilisierung der Erholungsuchenden für ihre Umwelt im weitesten Sinne vordergründig vermittelt werden soll (Becker 1995, S. 30/31, 109). Die Messung erfolgt anhand der Parameter "Anhalten an Sehenswürdigkeiten" und "Lesen von Informationen", wobei verschiedene Einflußfaktoren analysiert werden sollen. Zudem soll die Befragung eine allgemeine Charakteristik eines Radwanderers im Sankt Wendeler Land erlauben. Darüberhinaus wird untersucht, ob auch das Mountainbiking -ebenfalls eine Natursportart- als natur- und umweltverträglich eingestuft werden kann und ob die Mountainbiker selbst lenkungsfähig sind, d.h. ausgewiesene Wege nutzen. Auch bei dieser Analyse sollen einige sportartspezifischen Merkmale ermittelt werden, die für die Umsetzung in die Praxis wertvolle Planungshilfen liefern können.

Zur Realisierung von Angeboten zur Wissensvermittlung sind umfangreiche Kenntnisse im Freizeitverhalten der Bevölkerung erforderlich, um den Bedürfnissen der Nutzer langfristig gerecht zu werden (Brinkmann et al. 1991, Salzmann 1990). Das Fahrradfahren als aktives Erlebnisangebot wurde aufgrund dieser Studien, unterschieden nach den Nutzergruppen "einheimische Bevölkerung" und "Urlauber", ausgewählt. Da in den letzten Jahren ein eminenter Wandel im Freizeitverhalten festzustellen ist (Opaschowski 1990), wird ein sekundäranalytischer Vergleich vorhandener Daten erstellt, um die zukünftigen Trends zu ermitteln und die Bedeutung der Freizeit für das Sankt Wendeler Land in ökonomischer Hinsicht darzustellen.

Die parallel zum eigentlichen Angebot erstellten visuellen Medien, wie Karte, Beschreibung, Beschilderung, sollen im Hinblick auf ihren Einfluß zur Bildungsbereitschaft getestet werden (Ulbert 1985, Nahrstedt et al. 1995, ADFC 1993). Der damit verbundene Lernprozeß bedingt eine intensive Kommunikation zwischen Anbieter und Nutzer, die sich auf verschiedenen Ebenen vollziehen kann. Von Interesse ist auch, auf welcher Ebene die Kommunikation abläuft und welche äußeren Faktoren eventuell Einfluß auf die Akzeptanz dieses Angebotes haben (Selg 1996). In allgemeiner Form wird in dieser Arbeit der Anspruch an die Kommunikation in einem Naturpark und deren mögliche Umsetzung vorgestellt.

Explizit werden die Bereiche der informatorischen Inhalte, der Bildung mit ihren soziologischen Rahmenbedingungen sowie die begleitenden Aufgaben der Vermittlung näher erörtert. Die Kommunikation erfordert eine intensive Öffentlichkeitsarbeit, um einer breiten Bevölkerungsschicht Ideen, Zielsetzungen und Aktivitäten eines Naturparkes zu vermitteln, um Aufgaben und Funktionen eines Schutzgebietes transparent zu machen. Hierbei bieten sich eine Fülle verschiedener Medien an, die näher vorgestellt werden.

### **1.1.2 Methodik**

Das Fahrradfahren -Radwandern und Mountainbiking- ist neben dem Wandern ein umwelt- und naturschonendes Angebot und eine der beliebtesten Freizeitbeschäftigungen (Albrecht 1995, Becker 1991 S. 48, Wöhrstein 1993, S. 114, Froitzheim 1997, S. 126, ADFC 1993, S. 6). So wurde auch bei der Tourist-Information Sankt Wendeler Land erhöhte Nachfrage nach familiengerechten Fahrradwegen festgestellt. Das Sankt Wendeler Land ist aufgrund seiner Lage im Naturpark Saar-Hunsrück und der geographischen Voraussetzungen prädestiniert, landschaftsgebundene Erholungsformen zu fördern.

Die Fremdenverkehrsstelle reagierte auf diesen Markt und erarbeitete ein Radfahrkonzept für die Zielgruppe "Familien mit Kindern". Dieses Naturerlebnisangebot war angelegt zur großräumigen Erkundung eines Teilbereiches des Naturparkes Saar-Hunsrück, wobei es durch den unmittelbaren Kontakt mit der Natur Anstoß für einen Bildungsprozeß liefern sollte. Das Sankt Wendeler Land hat mit der Realisierung des Projektes maßgebliche Akzente für dieses Angebot im Saarland gesetzt.

Anhand dieser Maßnahme im Sankt Wendeler Land sollen modellhaft die verschiedenen Phasen der Umsetzung, wie Konzeption, Organisation, Durchführung und Ergebnisse einer landschaftsbezogenen Erholungsform, aufgezeigt werden.

Die Vorgaben bestanden darin, über die Gemeinden hinaus, flächendeckend für eine Region, ein radtouristisches Netz zu erarbeiten. Die Tourist-Information als gemeindeübergreifende Institution konnte damit eine isolierte Behandlung der Thematik durch die einzelnen Kommunen ausschließen und wurde somit einer Forderung des Allgemeinen Deutschen Fahrradclubs (ADFC) nach grenzüberschreitenden Radwegenetzen gerecht (ADFC 1993, S. 21). Durch gezielte Absprachen mit den Anrainerkreisen (Kusel, Neunkirchen, Saarlouis) wurden Anbindungsmöglichkeiten der Radstrecken bereits in der Vorplanungsphase mitberücksichtigt.

Eine unterschiedliche Gewichtung von Routenführung, Streckenlänge und Schwierigkeitsgraden brachte als Ergebnis eine Palette von Radrundtouren mit unterschiedlichem Anspruchsniveau. Durch ein stimmiges Konzept einer zentralen Instanz konnten Überlappungen ausgeschlossen und eine einheitliche Markierung durchgesetzt werden. Während einer Testphase in Zusammenarbeit mit dem ADAC Saarland 1992 (Fremdenverkehrsamt St. Wendeler Land und ADAC Saarland 1992) wurden die Nutzer vor der endgültigen Fertigstellung der Routen mit in das Konzept eingebunden (siehe Anhang 1). Ebenso brachten "Profis" in den kreisansässigen Radfahrvereinen und Fachgremien ihre Kenntnisse ein. Als Informationsgrundlage für die Familientouren wurde die Radwanderkarte St. Wendeler Land im Maßstab 1 : 50 000, erstellt, die neben Angaben über Routenführung und technische Daten auch Hinweise auf die entsprechenden Sehenswürdigkeiten sowie landschaftliche und kulturelle Besonderheiten mit Kurzcharakterisierung enthält (Kopie siehe Anhang 2). Diese ist bei den örtlichen Verkehrsämtern und im Buchhandel erhältlich. Basierend auf den Erfahrungen mit den Touren für Familien, wurde daraufhin für eine weitere Nutzergruppe -Mountainbiker- ein zusätzliches Radnetz, allerdings mit anderen Inhalten, erarbeitet (Kopie siehe Anhang 3). Statt einer Radwanderkarte wurde als Informationsmedium eine Kartenblattsammlung erstellt. Diese beinhaltet für jede der acht Rundtouren mit einer Streckenlänge von insgesamt 270 km einen Kartenausschnitt mit Routenverlauf, Anbindungen und Abkürzungsmöglichkeiten und auf der Kartenrückseite eine übersichtliche Kilometrierung mit Kurzbeschreibung der Route. Das Format erlaubt eine Mitnahme im Trikot bzw. in der Gepäcktasche. Karten können nach Ulbert (1985) als Kommunikationsmedien angesehen werden, die neben der Funktion als Informationsträger auch die Aufgabe der Besucherlenkung im Problemfeld zwischen Naturschutz und Tourismus übernehmen können.

Über Rückläufe, nach welchen Auswahlkriterien die Entscheidung für eine Radroute erfolgt, verfügt die Tourist-Information Sankt Wendeler Land nicht. So bleibt die Alternative offen, daß die Auswahl der Strecken aus rein freizeitsportlichen Gründen erfolgt und somit die Natur lediglich "Kulisse" für den Erholungsuchenden bietet.

Das Konzept, ein Bildungsangebot zu schaffen, bei dem Landschaft und Kultur bei einer naturnahen Freizeitbeschäftigung erlebbar sind, wäre gescheitert. Besteht während einer Freizeitbeschäftigung überhaupt Bildungsbereitschaft, die sich zwar in der konkreten Untersuchung auf allgemeine kulturelle und historische Besonderheiten sowie Freizeiteinrichtungen bezieht, zumindest aber tendenziell auf Informationszentralen übertragen werden kann?

Um Aufschluß über diese Problematik zu erhalten, werden Befragungen von Touristen und Einheimischen mittels Fragebögen durchgeführt (siehe Anhang 4 und 5). Die Fragen zielen weniger auf die sozio-demographischen Faktoren der Radtouristen im Sankt Wendeler Land ab als vielmehr auf Entscheidungsfindung und Verhalten während der Radtour. Vor allem interessiert die Frage, ob Radtouristen an Sehenswürdigkeiten anhalten, um sich näher damit zu beschäftigen. Desweiteren soll diese Arbeit Aufschluß darüber geben, unter welchen Bedingungen und Voraussetzungen eine Beschäftigung mit den Sehenswürdigkeiten bzw. Eigenheiten der Region während einer Radtour zu erwarten ist. Von Bedeutung ist auch die Wertigkeit einer Karte als Kommunikationsmittel in bezug auf das Verhalten der Nutzer während einer Radtour. Desweiteren interessieren u.a. folgende Fragen:

- Kann ein fahrradtouristisches Angebot als nachhaltiges Produkt einer eigenständigen Regionalentwicklung mit Tourismus angesehen werden und wie ist seine Akzeptanz?
- Wie sieht das Profil eines Radfahrers -Radwanderer und Mountainbiker- im Sankt Wendeler Land aus ?
- Wie ist die Bildungsbereitschaft während einer Freizeitbeschäftigung?
- Nach welchen Kriterien erfolgt die Streckenauswahl und zeigen sich Unterschiede in der Bereitschaft, an Sehenswürdigkeiten einen Stopp einzulegen bei denjenigen, denen die Sehenswürdigkeiten bei der Streckenauswahl besonders wichtig sind? (Übereinstimmungsgrad zwischen Absicht und tatsächlichem Verhalten)
- Welche demographischen und sozialen Faktoren beeinflussen das Einlegen eines Stopps an Sehenswürdigkeiten und das Lesen von Erläuterungen?

- Wirken sich Streckenlänge, Intensität der Planung einer Radtour sowie die Tatsache, ob allein oder in Gruppen gefahren wird, auf die Bereitschaft aus, an Sehenswürdigkeiten anzuhalten?
- Wie sind die Abhängigkeiten zwischen bevorzugten Orientierungshilfen und dem Interesse, an Sehenswürdigkeiten zu pausieren?  
(Bedeutung der Kommunikationsmittel)

Eine zweite Untersuchung bezieht sich auf die Mountainbiker im Sankt Wendeler Land. Hierbei wird auf eine gewisse Vergleichbarkeit demographischer Daten zwischen Radwanderer und Mountainbiker geachtet. Zielgruppenspezifische Fragen beinhalten die durchschnittlichen jährlichen Fahrkilometer, die Motivation sowie die Lenkungsfähigkeit der Mountainbiker. Diese werden ermittelt durch Fragen nach der Orientierung (Inanspruchnahme von Kommunikationsmitteln) und bevorzugter Wegenutzung. Diese Befragung soll auch Aussagen liefern, unter welchen Bedingungen eine optimale Lenkungsfähigkeit erreicht werden kann und welche Ansprüche und Wünsche diese Sportler an eine MTB- Infrastruktur stellen, um auch in der Praxis eine Optimierung zu erreichen.

Die Untersuchungen erheben keinen Anspruch auf Repräsentativität. Da auch Einheimische, insbesondere aber die Radfahrvereine im Sankt Wendeler Land, mit in die Umfrage einbezogen werden, können bei einigen Fragen keine Ergebnisse erwartet werden, die auf das gesamte radtouristische Nachfragepotential übertragbar wären. In der Auswertung werden allerdings verschiedene Korrelationen gebildet, die dennoch Aussagen in Abhängigkeit verschiedener Faktoren zulassen. Durch die Distribution der Fragebögen und die Instruierung der "Verteiler" werden im wesentlichen nur Probanden erreicht, die sich in irgendeiner Form für das Radfahren interessieren und die sich zum Teil schon über die Möglichkeiten dieses Freizeitsportes vor dem Urlaub informiert haben. Deshalb werden die mit der Verteilung beauftragten Personen gebeten, den Fragebogen immer dann auszuhändigen, wenn konkret nach der Radwanderkarte des Sankt Wendeler Landes bzw. nach den Mountainbiketouren gefragt wird. In der Konsequenz bedeutet dies, daß die Probandengruppe nur aus interessierten Radfahrern besteht.

In Verbindung mit thematischen und soziodemographischen Variablen (Miglbauer 1989, Albrecht 1995, Jilg 1989, Hackl 1994) wird in der Ergebnisphase versucht, ein umfassendes Bild des Verhaltens eines Freizeitradfahrers im Sankt Wendeler Land zu erstellen. Aufgrund statistisch gewonnener Daten sollen tendenzielle Aussagen über Faktoren gemacht werden, die die Beschäftigung mit Sehenswürdigkeiten und Besonderheiten einer

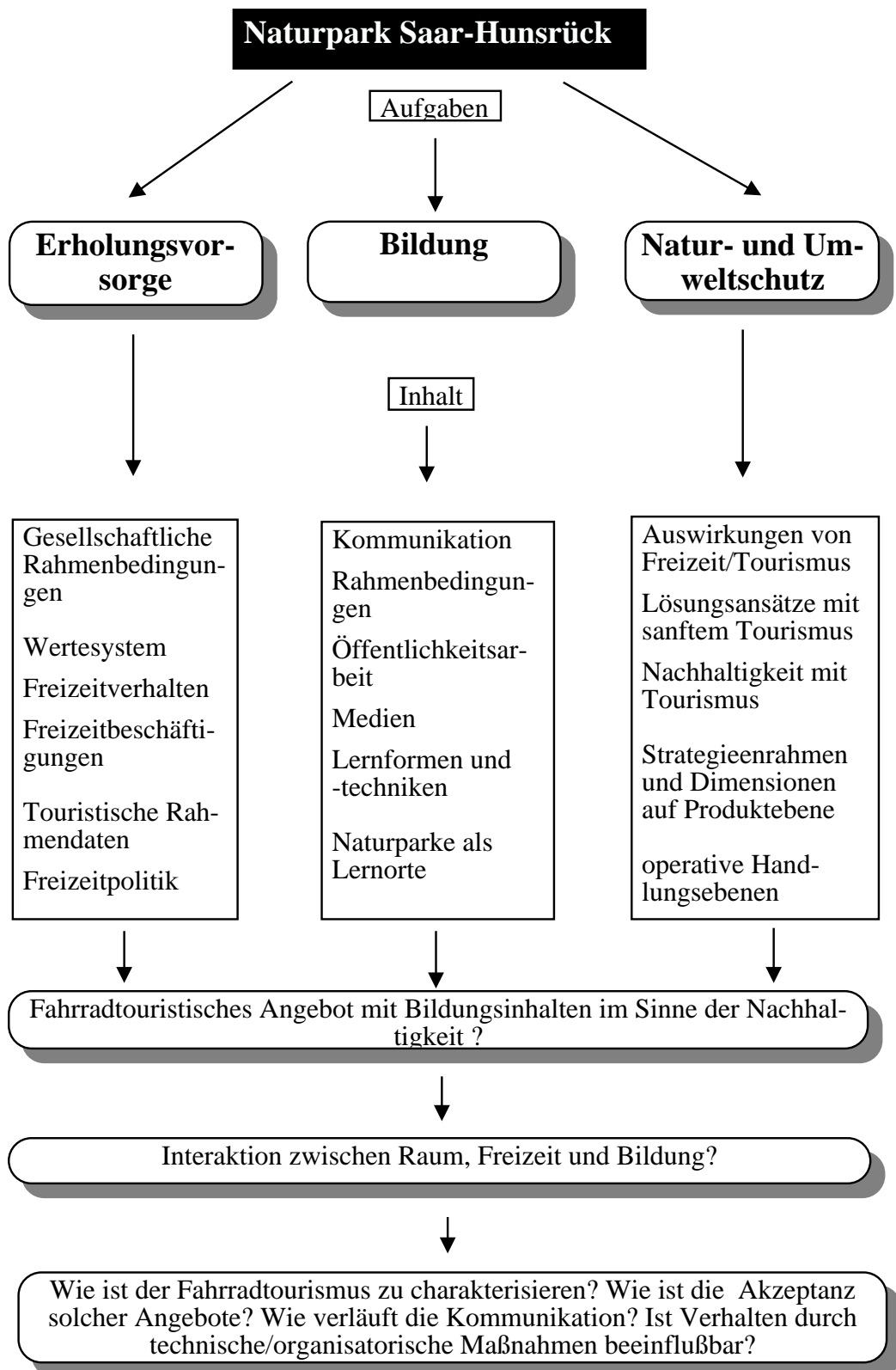


Region maßgeblich beeinflussen. Zudem soll geklärt werden, unter welchen Voraussetzungen Mountainbiker Kommunikationsmittel nutzen und lenkungsfähig sind. Das Ergebnis dieser Befragung dient Ämtern, Organisationen, wie Vereinen oder Verbänden, als praktische Planungshilfe und hat letztendlich Auswirkungen auf die Produktgestaltung sowie das gesamte Marketing.

Im Vorfeld der Untersuchung wurden aus Literatur, Fachzeitschriften, Studien, verschiedenen Aufsätzen sowie Seminaren, Vorträgen und Tagungen Rahmendaten über den Fahrradtourismus zusammengetragen und ein synoptisches Bild von den Entwicklungen der letzten Jahre bis zum heutigen Zeitpunkt mit Zukunftsausblick gezeichnet. Etliche Gesprächsinhalte mit Experten flossen in die faktischen Analysen mit ein (siehe Anhang 6).

Das Ziel dieser Arbeit besteht darin, vor dem Hintergrund des veränderten Freizeit- und Informationsverhaltens der Bevölkerung zu untersuchen, wie ein naturnahes touristisches Angebot in einem Naturpark akzeptiert und genutzt wird. Als Beispiel dient das Fahrradfahren -Radwandern und Mountainbiking-. Diese als Trendsportart zu charakterisierende Aktivität erfüllt gleichzeitig die freizeitrelevanten Bedürfnisse der Erholungsuchenden. Es gilt zu prüfen, ob durch die Sinneswahrnehmungen Sehen, Hören, Riechen, Fühlen eine Sensibilisierung für den natur- und insbesondere kulturhistorischen Raum bei dieser anerkannt umweltschonenden Freizeitbeschäftigung erfolgt, wobei Sensibilisierung bereits als Teilbereich der Bildung definiert wird. Gleichzeitig soll die Wirksamkeit verschiedener Kommunikationsmittel in ihren Leitfunktionen auf das Verhalten der Nutzer getestet werden, zum einen in bezug auf die Bereitschaft, sich mit kulturhistorischen Besonderheiten auseinanderzusetzen, und zum anderen in bezug auf die Lenkungsfähigkeit. Von praktischem Interesse ist eine Analyse von organisatorisch-technischen Fakten bei der Konzeption eines Radwegenetzes, wenn dieses dem Anspruch an ein umweltsensibilisierendes Angebot gerecht werden will.

Abb 1: Rahmenbedingungen, Inhalt und Fragestellungen bei dieser Arbeit



Quelle: Eigene Darstellung

## 2 Naturpark Saar-Hunsrück

Naturparke sind per Rechtsverordnung erlassene großräumige Landschaftsschutzgebiete, deren Bedeutung in zwei wichtigen Funktionen begründet ist: dem Schutz von Natur und Landschaft sowie der Sicherung der Erholungslandschaft für den Menschen (VDN 1995, S. 13). Dies bedeutet für alle zum Naturpark gehörenden Regionen eine besondere Verantwortung, die Angebotsstrukturen auf das Leitbild des Schutzgebietes abzustimmen. Die Sicherung als Erholungslandschaft sollte vom Gedankengut einer nachhaltigen Entwicklung getragen sein. Voraussetzung eines solchen Angebotes ist Unbedenklichkeit in Sachen Umweltbelastung. Gleichzeitig sollte aber eine konkrete Sensibilisierung bei den Besuchern für die Belange des Natur- und Umweltschutzes erreicht werden, wodurch das Angebot einen Bildungsanspruch erhebt (Dümmler et al. 1996, S. 5).

Der Naturpark Saar-Hunsrück zeichnet sich besonders durch seine landschaftliche Vielfalt und interessante Kulturlandschaften aus. Die landschaftliche Vielfalt resultiert aus dem kleinräumig wechselnden geologischen Aufbau, die kulturelle Vielfalt aus der abwechslungsreichen historischen Entwicklung. Aus diesem Grunde bieten sich als regionstypische Angebotselemente landschaftsbezogene Aktivitäten mit hohem Erlebniswert an.

Das Sankt Wendeler Land als Teil des Naturparkes Saar-Hunsrück hat aufgrund dieser natürlichen Voraussetzungen ein radtouristisches Angebot entwickelt, mit dessen Hilfe versucht wird, in Kommunikation mit den Besuchern zu treten, um zum einen eine Sensibilisierung für die Natur zu erreichen und zum anderen regionstypische Werte zu vermitteln.

Um diese Inhalte zu erläutern, wird zunächst die Naturparkidee in ihrer allgemeinen Aufgabenstellung und der Naturpark Saar-Hunsrück in seiner speziellen Zielsetzung vorgestellt. Desweiteren erfolgt eine Darstellung der regionsspezifischen Besonderheiten, in die die Freizeitaktivität "Radfahren" eingebunden ist.

Der Naturparkgedanke läßt sich bis in die Zeit vor dem Ersten Weltkrieg zurückverfolgen. Mit der Gründung des "Naturschutzparkes Lüneburger Heide" wurde erstmals eine Landschaft zum Zwecke des Naturschutzes und der Erholung für den Menschen unter gesetzlichen Schutz gestellt.

Gefördert von der Obersten Naturschutzbehörde des Saarlandes, kamen die ersten Gedanken für die Gründung eines "Naturparkes Hunsrück-Vorland" bereits Ende der 50er Jahre auf. Die Initialzündung gab der im Entstehen begriffene "Deutsch-Luxemburgische

Naturpark "Süd-Eifel" sowie der "Naturpark Pfälzer Wald", zwischen denen als Bindeglied ein Naturpark im Nordsaarland und südlichen Rheinland-Pfalz entstehen sollte.

Verzögernd auf das Projekt wirkten sich die auf politischer Ebene geführten Diskussionen um die Naturschutzgesetzgebung aus. Per Grundgesetzänderung strebte der Bund die Vollkompetenz in Sachen Naturschutz an und stieß damit auf Widerstand seitens der Länder. Erst mit der Festlegung der Rahmenbedingungen für Naturschutzangelegenheiten im Bundesnaturschutzgesetz war der Weg für die Landesgesetzgebung geebnet. Mit Inkrafttreten des Saarländischen Naturschutzgesetzes 1979 konnte das Verfahren zur Gründung des Naturparkes Saar-Hunsrück eingeleitet werden.

1980 wurde der "Naturpark Saar-Hunsrück" als 62. Schutzgebiet dieser Art in der Bundesrepublik gegründet (s. Karte 1) <sup>1</sup>.

Länderübergreifend zwischen Rheinland-Pfalz und Saarland umfaßt er eine Gesamtfläche von rd. 2 165 Quadratkilometern. Dabei nimmt der saarländische Teil rd. 1 065 und der rheinland-pfälzische rd. 1 100 Quadratkilometer ein. Vier Landkreise auf saarländischer Seite haben Anteil am Naturpark Saar-Hunsrück: Merzig-Wadern, Neunkirchen, Saarlouis und St. Wendel; auf rheinland-pfälzischer Seite sind es die Landkreise Bernkastel-Wittlich, Birkenfeld und Trier-Saarburg.

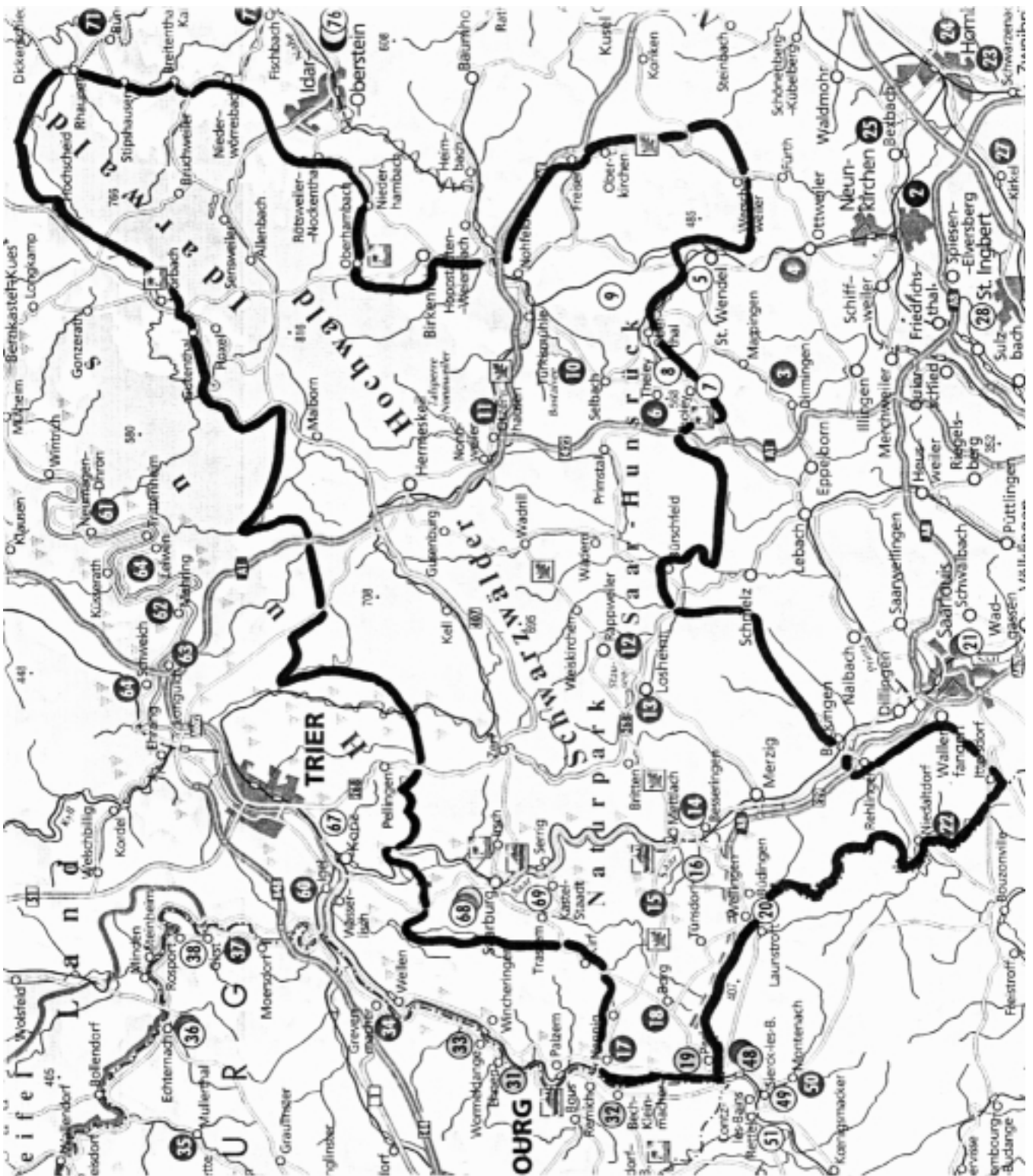
#### Naturpark Saar-Hunsrück/Saarland

Nach der Betrachtungsweise des saarländischen Trägervereins ist der Naturpark Saar-Hunsrück ein Entwicklungsmodell, in dem Naturschutz und naturgebundene Erholung gleichermaßen Förderung erfahren.

---

<sup>1</sup> Die entsprechende Rechtsverordnung wurde im Amtsblatt des Saarlandes vom 19.3.1980, S. 413-415 veröffentlicht. Gebietserweiterungen fanden in den Bereichen Perl (Amtsblatt vom 30.10.86, S. 934-936) sowie Dirmingen (Amtsblatt vom 15.2.96, S. 110-112) statt. Die entsprechende Landesverordnung wurde in Rheinland-Pfalz im Gesetz- und Verordnungsblatt vom 13. März 1980, S. 53-58 bekannt gemacht. Ein Änderungserlaß für eine Gebietserweiterung im Raum Morbach ist am 31.8.1985 im Amtlichen Blatt, Seite 199 veröffentlicht.

Karte 1: Abgrenzung des Naturparkes Saar-Hunsrück



— Grenzverlauf des Naturparkes Saar-Hunsrück

Quelle: Eigene Darstellung auf Grundlage der ADAC-Freizeitkarte 1994, M. 1 : 400 000

In der Verordnung der saarländischen Landesregierung erfüllt der Naturpark den Zweck, die planmäßige Entwicklung des Naturparkgebietes mit seinen verschiedenartigen Landschaften nach einer großräumigen Konzeption zu fördern. Diese Zielsetzungen sollten in einem Landschaftsrahmenplan berücksichtigt werden, dem Programme für Schutz-, Pflege- und Entwicklungsmaßnahmen folgen. In daraus abgeleiteten Rahmenplänen sollte die Entwicklung der naturgebundenen Kurz- und Langzeiterholung dargestellt werden. Nach § 3 (2) der Landesverordnung des Saarlandes sind die Kernzonen alle durch Rechtsverordnung ausgewiesene Natur- und Landschaftsschutzgebiete.

Ökologische Denkansätze werden in der Land- und Forstwirtschaft gefördert. Der Schutz und die Pflege der Kulturlandschaft sollten erklärtes Ziel der Entwicklungsrichtung im saarländischen Teilbereich des Naturparkes Saar-Hunsrück sein. Als vordringlichste Aufgabe sah man die Koordination aller ökologischen und touristischen Maßnahmen sowie eine Bestandsaufnahme und Kartierung von Natur- und Landschaftsschutzgebieten. Grundsätzlich herrschte jedoch die Auffassung, daß kein "Rummel" angestrebt werden sollte, sondern der Schutzgedanke und die Vermittlung der Schönheiten der Natur wesentliche Schwerpunkte des Tourismus innerhalb dieses Gebietes bilden sollten.

In einem Positionspapier mit einem 12-Punkte-Programm formulierte der saarländische Verein die Aufgaben und Zielsetzungen seiner Arbeit:

1. Naturschutz- und Landschaftspflege
  2. Förderung einer umweltverträglichen Landwirtschaft
  3. Förderung von naturnahen Methoden in der Forstwirtschaft
  4. Förderung eines landschaftsbezogenen natur- und sozialverträglichen Tourismus
  5. Umweltbildung, Informations- und Öffentlichkeitsarbeit
  6. Erhalt des kulturellen Erbes
  7. Förderung einer umweltverträglichen Wirtschaftsweise in Handwerk und Industrie
  8. Förderung einer umweltverträglichen Entwicklung der Gewerbeflächen
  9. Förderung einer landschaftsbezogenen Siedlungsentwicklung
  10. Förderung einer umweltverträglichen Verkehrsentwicklung
  11. Zusammenarbeit mit Kommunen, Behörden, Umweltorganisationen und Fremdenverkehrseinrichtungen
  12. Mitwirkung an anderen das Naturparkgebiet betreffenden Planungen
- (Positionspapier des Naturparkes Saar-Hunsrück/Saarland, 1994, Auszug)

## Naturpark Saar-Hunsrück/Rheinland-Pfalz

Nach der rheinland-pfälzischen Landesverordnung über den Naturpark Saar-Hunsrück ist als Schutzzweck die Erhaltung der landschaftlichen Eigenart, Schönheit und des für Langzeit- und Kurzurlaub besonderen Erholungswertes festgeschrieben. Der Naturpark wird als großräumiges Landschaftsschutzgebiet bezeichnet. Ausgenommen vom Bereich des Naturparkes sind die Flächen mit baulicher Nutzung und bebaute Ortsteile. Sieben Kernzonen sind mit der Landesverordnung als Landschaftsschutzgebiet oder geschützte Landschaftsteile ausgewiesen: Mannebachtal, Saar-Leukbachtal, Osburger Hochwald, Westlicher Schwarzwälder Hochwald, Östlicher Schwarzwälder Hochwald, Neuhoof-Abentheuer und Südöstlicher Hochwald, Kirschweiler/Buhlenberg. Insgesamt 23 Naturschutzgebiete, fast 90 Naturdenkmäler und 15 geschützte Landschaftsbereiche liegen innerhalb der Naturparkgrenze in Rheinland-Pfalz.

In § 5 der rheinland-pfälzischen Landesverordnung sind die Maßnahmen aufgeführt, die einer Genehmigung bedürfen, unter anderem: das Errichten oder Erweitern baulicher Anlagen aller Art, das Aufstellen von Verkaufsständen, das Anlegen und Erweitern von Steinbrüchen, Kies-, Sand-, Ton- oder Lehmgruben sowie das Verändern der Bodengestalt durch Aufschüttungen oder Grabungen ab einer bestimmten Größenordnung, das Umgestalten von Uferändern oder Gewässern, das Anlegen von Stellplätzen, Parkplätzen, Sport-, Bade-, Zelt- oder Campingplätzen, Neu- oder Ausbaumaßnahmen im Straßen- und Wegebau, das Roden und Erstaufforsten von Flächen.

Die Genehmigungen werden von der unteren Landespflegebehörde erteilt. Sind mehrere Behörden von einer Maßnahme betroffen, so muß die nächst höhere, gemeinsame Landespflegebehörde die Genehmigung erteilen (§ 6, (1)). Bei der ordnungsgemäß durchgeführten Land-, Forst- und Jagdwirtschaft sowie der Fischerei brauchen keine Genehmigungen eingeholt zu werden.

### **2.1 Satzung und Organisation**

Die Verwaltung des Naturparkes liegt in der Zuständigkeit zweier Vereine mit unterschiedlichen Satzungen. Der "Verein Naturpark Saar-Hunsrück Saarland" wurde am 24. September 1982 gegründet, der "Verein Naturpark Saar-Hunsrück/Rheinland-Pfalz" konstituierte sich am 13. Juni 1980.

In der Präambel der Satzung des Vereins Naturpark Saar-Hunsrück Saarland sind die wichtigsten Zielsetzungen erläutert. "Im Naturpark wird neben der Förderung der großräumigen, naturnahen Erholungslandschaften die Entwicklung von Räumen mit besonderer Eignung für ökologische Ausgleichsfunktionen angestrebt. Eine mit den besonderen Zielsetzungen für den Naturpark übereinstimmende ökonomische Eigenentwicklung in besonders hierfür geeigneten und festgelegten Teilräumen ist gemäß den Zielen der Landesplanung und Raumordnung zu gewährleisten" (Verein Naturpark Saar-Hunsrück Saarland e.V., Geschäftsbericht 1982/83, Weiskirchen, S. 5)

Als Vereinszweck ist in den Satzungen beider Länder jeweils in § 2 festgelegt: die Koordination von Planungen, die Förderung von Maßnahmen, die dem Naturschutz und der Landschaftspflege zur Entwicklung einer großräumigen Erholungslandschaft dienen sowie Werbung und Öffentlichkeitsarbeit für die Belange Naturschutz und Erholung.

Um Kontinuität in der Zusammenarbeit der beiden Teile des Naturparkes Saar-Hunsrück zu gewährleisten, sollte eine Arbeitsgemeinschaft ins Leben gerufen werden, die bis heute allerdings nicht besteht. Absprachen zwischen beiden Teilbereichen erfolgen nach Bedarf.

### **2.1.1 Satzung des Naturparkes Saar-Hunsrück e.V. Saarland**

Vereinsorgane sind Mitgliederversammlung, Vorstand und Beirat.

Als stimmberechtigte Mitglieder dürfen dem Verein die im Naturpark ganz oder teilweise gelegenen Landkreise, Gemeinden und Städte angehören. Die stimmberechtigten Mitglieder haben für angefangene 10 000 ihrer Einwohner innerhalb des Naturparkes eine Stimme. Die Mitgliederversammlung besteht aus einem Vertreter der Gebietskörperschaften, wobei von den Landkreisen je zwei und den Gemeinden je ein Vertreter mit beratender Stimme in die Mitgliederversammlung entsandt werden.

Der Verein finanziert sich über Mitgliedsbeiträge, Spenden und Zuschüsse. Die an den Verein zu entrichtenden Mitgliedsbeiträge richten sich nach der Anzahl der Wohnbevölkerung im jeweiligen Naturparkbereich.

Der Vorstand, bestehend aus dem Vorsitzenden und acht weiteren Personen, wird von den stimmberechtigten Mitgliedern auf die Dauer von vier Jahren gewählt. Der Vorstand wählt innerhalb seiner Reihen den Vorsitzenden und seinen Stellvertreter und bestellt einen



fachlich befähigten Geschäftsführer (§ 9 (4)).

Nur im saarländischen Teil des Naturparkes ist als Organ ein Beirat genannt. Dieser besteht aus je einem Vertreter der Gemeinden und je zwei Vertretern der Landkreise, deren Gebiet ganz oder teilweise im Bereich des Naturparkes liegt. Der Beirat hat beratende Funktion. Für die fachliche Beratung des Vereins kann die Mitgliederversammlung Arbeitsausschüsse bilden, denen auch Nichtmitglieder angehören dürfen.

### **2.1.2 Satzung des Naturparkes Saar-Hunsrück e.V./Rheinland-Pfalz**

Dem Verein Naturpark Saar-Hunsrück/Rheinland-Pfalz können als ordentliche Mitglieder mit Stimmrecht die Landkreise und Verbandsgemeinden sowie die kreisangehörigen Städte angehören.

Organe des Vereins sind Mitgliederversammlung und Vorstand. Die Mitgliederversammlung besteht aus den Hauptverwaltungsbeamten der beteiligten Gebietskörperschaften, jeweils vier Vertretern der Kreistage der im Naturpark liegenden Landkreise sowie jeweils zwei von den Verbandsgemeinden zu wählenden Personen. Jedes stimmberechtigte Mitglied hat für 100 angefangene Hektar seines im Naturpark liegenden Gebietes eine Stimme.

Die Finanzierung des gemeinnützigen Vereins kann über Mitgliedsbeiträge, Spenden und Zuschüsse erfolgen. Die Höhe des Mitgliedsbeitrages richtet sich im rheinland-pfälzischen Teilbereich nach der im Naturpark befindlichen Fläche.

Der Vorstand setzt sich aus Vertretern der ordentlichen Mitglieder zusammen. Im zweijährigen Turnus wechselt der Vorsitz unter den Landräten der beteiligten Kreise Trier-Saarburg, Birkenfeld und Bernkastel-Wittlich, im Gegensatz zu einer vierjährigen Amtszeit im Saarland. Mit dem Vereinsvorsitzenden wird auch der Geschäftsführer aus seinem Verwaltungsbereich gewählt. Dies bedeutet einen kurzzeitigen Wechsel der Verantwortlichen, mit dem Nachteil, daß größere Maßnahmen nur unter erschwerten Umständen in Angriff genommen und fortgeführt werden. Im Saarland wechselt zwar auch der Vorsitzende in regelmäßigem Rhythmus, der ehrenamtliche Geschäftsführer war allerdings seit Bestehen des Vereins in Weiskirchen angesiedelt. Seit 1998 wurde eine hauptamtliche Geschäftsführerin eingestellt, die in der Infozentrale in Rappweiler ihren Sitz hat.

Sinnvoll wäre es, die beiden Vereine des Naturparkes Saar-Hunsrück in eine Trägerschaft zu überführen. Ein hauptamtlicher Geschäftsführer würde wesentlich zu einer konsistenten Entwicklung des Naturparkes beitragen. Einige organisatorische Differenzen, wie Vereinsorgane und Berechnungsgrundlage der Mitgliedsbeiträge sowie eine sprachliche Angleichung der beiden Satzungen dürften keine unüberwindbaren Hindernisse auf einem gemeinsamen Weg darstellen. Der Ort, an dem eine neue Geschäftsstelle etabliert werden könnte, sollte sich nach der Aufgabenstellung richten. Sollte diese nur die Funktion von Verwaltung, Organisation und Koordination erfüllen, bleibt der Ort zweitrangig. Wenn aber einer gemeinsamen Geschäftsstelle erweiterte Aufgaben zugeteilt werden, z.B. im Bereich Bildung und Tourismus, muß der Standort der Zentralstelle allen Ansprüchen hinsichtlich Erreichbarkeit, Einrichtung, Personal, EDV-Ausstattung u.s.w. gerecht werden.

Schwerwiegendes Hindernis für einen Trägerverein und eine kooperative Entwicklung ist allerdings die Investitions- und Finanzierungspolitik der öffentlichen Hand auf Länder- und Kreisebene, hervorgerufen durch den länderübergreifenden Charakter des Naturparkes Saar-Hunsrück.

## 2.2 Naturräumliche Gliederung

Vielfältige Landschaftsformen bedingen ein abwechslungsreiches und interessantes Landschaftsbild, das den Erholungswert steigert. Deshalb wird an dieser Stelle der Naturpark Saar-Hunsrück in bezug auf seine Landschaftsformen näher beleuchtet<sup>2</sup>.

Die naturräumliche Gliederung Deutschlands beruht auf der Analyse eines Raumes gleicher, natürlicher Ausstattung, wobei in der Regel eine naturräumliche Einheit aufgrund der dominanten Faktoren zusammengefaßt wird. Dies bedeutet, daß Raumeinheiten mit homogenen Strukturen ermittelt werden (Meynen et al. 1961).

Dabei findet die Naturlandschaft Berücksichtigung, in die Eingriffe des Menschen in das System (Kulturlandschaft) durch Siedlung und Landnutzung erfolgt sind. Vor allem für die Planung bietet diese Landschaftsgliederung wichtige Anhaltspunkte natürlicher und ökologischer Verflechtung.

---

<sup>2</sup> Grundlage bietet die naturräumliche Gliederung Deutschlands mit Erläuterungen (Bundesforschungsanstalt für Landeskunde und Raumordnung, (Hrsg.), 1964: Blatt 150 Mainz. 1972: Blatt 159 Saarbrücken. 1974: Blatt 148/49 Trier-Mettendorf, Bonn-Bad Godesberg).

Nach der Taxonomie Schmithüsens von 1949 erfolgt eine Untergliederung in naturräumliche Großeinheiten, Haupteinheiten, Fliesengefüge und Fliesen. Nach dieser Nomenklatur hat der Naturpark Saar-Hunsrück Anteil am :

### **I Saar-Nahe-Berg- und Hügelland mit**

Prims-Blies-Hügelland

Glan-alsenz-Hügelland (Nordpfälzer Bergland)

Oberes Nahebergland

### **II Hunsrück**

### **III Pfälzisch- saarländisches Muschelkalkgebiet mit**

Merziger Muschelkalkplatte

Saar-Nied-Gau

### **IV Moseltal**

Unteres Saartal

### **V Gutland mit**

Saar-Moselgau

### I Saar-Nahe-Berg- und Hügelland

Das Saar-Nahe-Berg- und Hügelland besteht aus permokarbonen Schicht- und Ergußgesteinen, die zu einer auffallend starken Gliederung der Landschaft in vertikaler Richtung geführt haben. Diese naturräumliche Einheit liegt zwischen der Rumpffläche des Rheinischen Schiefergebirges und der pfälzisch-saarländisch-lothringischen Schichtstufenlandschaft. In den Randlandschaften des Saar-Nahe-Berg- und Hügellandes ist der Buntsandstein vorherrschend. Die Soonwaldstufe im Nordosten leitet zu den devonischen Hunsrückschiefern über.

Die im Jungpaläozoikum stattgefundenen Gebirgsfaltungsvorgänge prägen die Tektonik und sind für die südwest-nordöstliche Streichrichtung der Erhebungen verantwortlich. Diese Störungslinie bestimmt auch den Verlauf des Gewässernetzes von Nahe, unterem und mittlerem Glan sowie unterer Prims.

Eine charakteristische Teileinheit des Saar-Nahe-Berglandes ist das im Nordwesten gelegene **Prims-Blies-Hügelland**, das sich etwa zwischen St. Wendel, Wiebelskirchen, Merchweiler, Riegelsberg, Hostenbach, Saarwellingen, Reimsbach und Sotzweiler er-

streckt. Dieser Bereich ist hauptsächlich von den oberkarbonen (Ottweiler Schichten) und den unterrotliegenden Schichten (Kuseler und Lebacher ) aufgebaut. Schon rein äußerlich hebt sich das Prims-Blies-Hügelland durch seinen geringeren Waldanteil von den angrenzenden Einheiten ab.

Das **Glan-alsenz-Hügelland**, auch als Nordpfälzer Bergland bezeichnet, innerhalb des Saar-Nahe-Berg- und Hügellandes berührt den Naturpark nur im äußersten östlichen Teil, im Bereich des Ostertales um Niederkirchen und Schwarzerden. Das Glan-alsenz-Berg- und Hügelland zwischen dem Rheinischen Schiefergebirge im Norden und dem Haardt-Gebirge im Süden zeichnet sich durch ein bewegtes Relief, eine Vielfalt an Gesteinen und Böden sowie einer kleinräumigen Gliederung von Klima, Pflanzenwelt und menschlicher Landnutzung aus.

Das **obere Nahebergland** hebt sich vom Prims-Blies-Hügelland durch seine höhere Lage ab. Es befindet sich zwischen dem Hunsrück, fast bis Kirn, der Randstufe der Baumholderer Hochfläche, bis Sotzweiler, Dagstuhl und Otzenhausen. Kennzeichnend für die Oberflächengestaltung sind alte Erstarrungsgesteine und deren Sedimente. Die durchschnittliche Höhe beträgt etwa 500 m. Die äußeren Ränder, z.B. der Bergabfall bei Selbach, wird von Melaphyren gebildet. Der Peterberg selbst (584 Meter) sowie die Hänge bestehen aus Konglomeraten. Der dem Peterberg vorgelagerte Eckersberg trägt die Wasserscheide und ist das Quellgebiet der Nahe.

## II Hunsrück

Der Hunsrück ist ein etwa 120 Kilometer langgezogenes Schiefergebirge, das sich zwischen den drei Flüssen Rhein, Mosel und Saar erstreckt. Im Süden läßt der Wechsel von den devonischen Gesteinen zu den Gesteinen des Rotliegenden eine deutliche Abgrenzung zu. Der Hunsrück gliedert sich in Rücken aus Quarziten, die eine Höhe um 600 bis 800 Meter erreichen. Darin sind Hochflächen aus Schiefer eingeschoben, die etwa zwischen 400 und 500 Metern liegen. Diese Gliederung läßt sich in der Landschaft erkennen durch Bewaldung der Quarzitücken und ackerbauliche Nutzung der Schieferhochflächen.

Das Klima im Hunsrück kann durch kühle Sommer und milde, schneereiche Winter gekennzeichnet werden. In den tiefen Tälern herrscht ein sommer- und herbstwarmes Wein- klima vor. Die Hauptwasserscheide zu Mosel und Nahe verläuft etwa im Bereich der Hunsrückhöhenstraße.

### III Pfälzisch-saarländisches Muschelkalkgebiet

Konzentrisch um das Pariser Becken ordnen sich die Landschaftsgürtel von der Trias bis zum Tertiär an. Landschaftsbestimmend ist der Muschelkalk, der Schichtstufen ausgebildet hat. Hochflächen dieser Formation grenzen sich durch bergig-hügeliges Gelände vom benachbarten Buntsandstein oder von den Keuperflächen mit geringen mittleren Höhen ab.

Im ausklingenden Mesozoikum fanden weitere schwächere Faltungen statt. Diese haben neben der im Rotliegenden angelegten Prims- Nahe- Doppelmulde zu einer Nebenmulde geführt, die sich über Merschingen, Wahlen und Losheim bis Wadern erstreckt (Merschinger-Waderner Mulde). Ablagerungen aus dem oberen Muschelkalk können bis 200 Meter aufsteigen, wie beispielsweise das aus harten Trochitenkalken gebildete Plateau von Merschingen.

Klimatisch ist der Bereich des lothringischen Schichtstufenlandes mit der **Merziger Muschelkalkplatte** wärmemäßig bevorzugt. Weinbau und viele mediterrane und submediterrane Floren- und Faunenelemente zeichnen das Gebiet aus. Halbtrockenrasen, Ackerfluren und Obstbau deuten auf eine intensive landwirtschaftliche Nutzung hin. Die Böden bestehen aus Kalksteinbraunlehmen.

Der **Saar-Nied-Gau** schließt sich südlich an das Saar-Ruwer Hunsrück-Gebiet an und besteht aus basenreichen Muschelkalken. Kalkmergel bildet die Böden, die einen intensiven Acker- und Obstbau zulassen. Die Saar hat zwischen Merzig und Saarlouis ein breites Tal ausgebildet. Das Engtal zwischen Merzig und Beckingen ist auf das Anstehen harter Trochitenkalke zurückzuführen.

### IV Moseltal

Die naturräumliche Einheit des Moseltales berührt den Naturpark Saar-Hunsrück lediglich im Bereich Serrig - Kanzem. In dem durch die Hänge geschützten Tal hat sich ein eigenständiges Lokalklima gebildet, das gegenüber den Nachbarräumen durchschnittlich um 1 bis 1,5 Grad Celcius höher liegt. Zudem haben geländeklimatische Unterschiede an den Sonnenhängen zur Ausbildung einer wärmeliebenden und trockenen Vegetation geführt. Ausgedehnte Rebhänge finden sich an den Südhängen, an den Nordhängen dagegen wachsen artenarme Eichen-Hainbuchenwälder.

Das **untere Saartal** zwischen Konz, Pellingen, Serrig, Freudenburg, Saarburg und Wawern wurde wegen seines Grenzsäumcharakters dem Moseltal zugeordnet. Im zentralen Bereich des unteren Saartales stehen die Hunsrückschiefer an. Die im Diluvium angelegte Saar schuf das Orscholzer Engtal mit der bekannten Saarschleife, Kerbtäler, Prallhänge und Gleithänge, Terrassen und Umlaufberge bei Wawern sowie Sohltäler im Mündungsbereich der Hunsrückbäche. Niederwald, Rebflächen und klein parzellierte Äcker und Wiesen prägen das Bild im unteren Saartal.

### V Gutland

Lediglich im äußersten Westen hat der Naturpark Saar-Hunsrück einen geringen Anteil am Gutland. Diese Einheit ist von flachgelagerten Schichten des Buntsandsteins, des Muschelkalkes, des Keupers und des Lias geprägt. Durch den im Jungtertiär herausgehobenen Hunsrück haben sich zahlreiche, meist randparallele Störungen eingestellt, die den Mosel-Saar-Gau in zahlreiche Schollen zerbrachen. Diese Störungen sind reliefmäßig kaum ausgeprägt. Deshalb sind die Höhen um 400 Meter relativ selten unterbrochen

Der **Saar-Mosel-Gau** als südliches Teilgebiet des Gutlandes zieht sich auf einer Länge von etwa 30 km östlich der Obermosel von der saarländisch-lothringischen Grenze bis zur Sauerermündung hin und weist ein Höhenniveau um die 400 m auf.

## **2.3 Kulturhistorische Entwicklung**

So vielfältig sich das geologische Bild des Landschaftsraumes im Naturpark Saar-Hunsrück präsentiert, ist auch seine kulturhistorische Entwicklung, die sowohl bedeutende Zeitzugehen als auch typische Nutzungsformen bescherte, die bis heute das Aussehen der Kulturlandschaft prägen.

### Vorgeschichtliche Zeit

Erste nachweisbare Siedlungsspuren im Naturpark Saar-Hunsrück stammen aus der Jüngeren Steinzeit (Neolithikum) um 8000-4000 v. Chr.. In den Muschelkalklandschaften des Saargaus und des unteren Saartals wurden Äxte, Steinbeile und Klingen gefunden. Kulturgegenstand ist auch der "Hinkelstein" bei Walhausen im Sankt Wendeler Land, der dieser Zeit-

epoche zugeordnet werden kann. Kennzeichnend für diese Phase ist das Auftreten von Ackerbaukulturen sowie die Viehhaltung. Nahrungslieferant war der Wald, der infolge starker Zerstörung des Jungwuchses durch die weidenden Tiere bereits Ende der jüngeren Steinzeit im Bereich der Muschelkalkgebiete stark zurückgedrängt wurde (Hoppstädter et al. 1957, S. 10-12).

### Keltenzeit

Die Ältere Eisenzeit (750-450 v. Chr.) war geprägt von der Einwanderung der Kelten, die wahrscheinlich aus Mittelfrankreich und dem Gebiet der oberen Donau in den Hunsrückbereich kamen. Sie ließen sich überwiegend in den Flußtälern von Saar, Prims sowie Blies nieder und läuteten die Hallstatt-Kultur ein, die in der Latène-Zeit (500-50 v. Chr.) zur Blüte kam. Die Verarbeitung von Rohstoffen und weitreichender Handel zeichneten diese Kultur aus. Quer durch das Saarland verlief die Grenze zweier Stämme: im Norden siedelten die Treverer, im Süden und mittleren Saarland die Mediomatriker, deren Hauptstadt Metz war. Viele Orts- und Flußnamen enthalten heute noch keltisches Sprachgut, wie Tholey, Merzig, Saar und Blies. Wanderungen und Handelskontakte führten zu einer starken Verbreitung der latènezeitlichen Kultur. Das teilweise gehäufte Auftreten von Grabstätten (Grabhügeln) weist auf relativ dichte Besiedlung in einzelnen Gegenden hin, wie z.B. am Priesberg bei Bosen. Auf Berghöhen errichteten sie aus Schutzgründen Wallanlagen, von denen vor allem der "Hunnenring" auf dem Dolberg bei Otzenhausen sowie die Befestigungsanlage auf dem Mommerich bei Gronig große Bedeutung hatten. In der Nähe dieser Wallanlagen fanden sich reich ausgestattete Fürstengräber, so in Schwarzenbach, südlich von Otzenhausen und bei Theley, dem sogenannten "Fuchshübel" (Schäfer 1992, S. 45-51). Zum erstenmal im vorgeschichtlichen Festungsbau konnte beim Hunnenring in Otzenhausen die Verwendung von metallenen Gegenständen (Nägeln) nachgewiesen werden. Die Kelten gewannen den Grundstoff aus anstehenden Eisenerzen.

### Römerzeit

Insbesondere im heutigen Bereich des Saarlandes, Lothringens, der Pfalz und des Rheinlandes legten die Römer ein Netz von Fernstraßen an, die Innergallien mit dem Rhein verbanden. Trier gewann immer mehr an Bedeutung und wurde schließlich zur römischen Kaiserstadt. Eine der bedeutendsten römischen Kultstätten ist das Mithras-Denkmal bei Schwarzerden. Die Römer führten ein eigenes Agrarsystem ein, das auf einer Bewirtschaftung

tung von vielen, verstreut liegenden Gutshöfen beruht (*villae rusticae*). Wirtschaftliche Grundlage war der Getreideanbau, vor allem Weizen und Gerste. Das Töpfer- und Textilgewerbe, Ziegeleien sowie die Glasproduktion blühten auf und führten zu weitreichenden Handelsbeziehungen. Trotz kultureller Fortschritte erfolgten unter den Römern nur geringe Landschaftsveränderungen (Brücher et al. 1989, Bd. 1, S. 26-39).

### Germanische Landnahme

Zum Ende des 3. Jahrhunderts wanderten germanische Stämme in das gallo-römische Gebiet ein, und im 5. Jahrhundert brach die Römerherrschaft endgültig zusammen. Ortsnamen auf "ingen", "heim" und "dorf" deuten heute noch auf die fränkisch-merowingische Landnahme hin. Das Siedlungsbild änderte sich in dieser Phase grundlegend: die von den Römern erschlossenen Gebiete wurden zugunsten von Landschaftsbereichen mit fruchtbaren und leicht bestellbaren Böden aufgegeben. Vor allem in Quellnähe wurden zunächst kleine, ungeordnete Weiler gegründet, die sich wohl im 6./7. Jahrhundert zu Dörfern entwickelt haben. Mit der Frankenzeit etablierte sich die Macht des Klerus. Die Tholeyer Abteikirche ist auf eine fränkische Gründung zurückzuführen und 634 urkundlich belegt.

### Früh- bis Spätmittelalter

Der Epoche der Landnahme folgte die sogenannte Ausbauphase, die sich über die späte Merowinger- und Karolingerzeit erstreckte und mit zum Teil un gelenkten Rodungen verbunden war. Eine Verdichtung des Ortsbestandes, durch Weilernamen gekennzeichnet, ist charakteristisch für diese Besiedlungsphase. Eine Rodungsphase größeren Ausmaßes zwischen dem 8. und 14. Jahrhundert zur Erweiterung des Lebensraumes konnte für den Bereich der Weilerorte nachgewiesen werden. Wichtiger Träger dieser gelenkten Rodungen waren die Klöster, wie z.B. Tholey und Mettlach. Viele, noch heute aktuelle Ortsnamentypen sind Lagebezeichnungen, wie "bach", "berg" oder "feld" sowie die eigentlichen Rodungsnamen "roth", "rath". Die in Waldgebieten liegenden Orte aus damaliger Zeit enden auf "scheid" oder "schied". Das Spätmittelalter (14.-16. Jahrhundert) kann durch die Wüstungsperiode gekennzeichnet werden, die sich bis etwa 1500 hinzog. Vor allem Gruppensiedlungen wurden in dieser Phase aufgegeben.



### Frühe Neuzeit und Absolutismus

Der Dreißigjährige Krieg unterbrach die seit 1500 einsetzende positive Bevölkerungsentwicklung nur kurz. Noch vor 1700 waren verlassene Flure und Wohnplätze wieder besiedelt. Bedingt durch die Bevölkerungsverluste im Krieg ergab sich eine bedeutende kulturndlandschaftliche Veränderung. In Realernteilungsgebieten wurde durch die Rückgabe der den Krieg überdauernden Höfe an Schuldner oder Erben eine Vergrößerung der Besitzverhältnisse erreicht. In der Zeit nach dem Dreißigjährigen Krieg bis zum Ende des 18. Jahrhunderts entstanden darüber hinaus auf Initiative der Landesherren neue Siedlungen, um eine Verbesserung der gewerblichen Wirtschaft zu erreichen.

Der frühneuzeitliche Ausbau der Siedlungen orientierte sich überwiegend an den Rohstoffvorkommen. Mitte des 18. Jahrhundert begann die industrielle Gründerzeit. Die bereits in der Vor- und Frühzeit bekannte Eisenverhüttung war vor allem im Saar-Hochwaldbereich verbreitet und wurde oft von Bauern im Nebenberuf betrieben. Mariahütte bei Nonnweiler wurde beispielsweise 1603 erstmals urkundlich erwähnt, Eisen, Neuhütten und Schmelz erinnern heute noch an die Eisenerzverarbeitung. Grundlage bildeten die Toneisensteine des Lebacher Erzlagers ("Lebacher Eier"). Die für die Verhüttung notwendige Energie lieferte die Holzkohle, die teilweise aus entlegenen Gebieten bezogen wurde. Zu Beginn des 19. Jahrhundert fanden zur Holzkohlegewinnung umfangreiche Waldrodungen statt. Meilerstandorte der Köhler sind beispielsweise heute noch im Buchwald bei Nohfelden zu sehen. Ebenfalls zu Beginn des 19. Jahrhundert entstand mit der Lederindustrie ein neuer Wirtschaftszweig, mit dem Eingriffe in die Wälder verbunden waren. Zum Gerben der Tierhäute wurde die gerbsäurehaltige Eichenrinde (Lohe) benötigt. Erwähnenswert ist auch der Oberthaler Rötöl, ein Rot- und Brauneisenstein, von dem weltweit nur drei Fundstätten bekannt sind, mit dem bis in den Mittelmeerraum Handel getrieben worden ist. Dieser war als Mal- und Färbemittel sowie als Imprägniermittel für die Schiffe sehr begehrt.

### Industriezeitalter

Im 19. Jahrhundert vollzog sich durch die fortschreitende Industrialisierung eine enorme Umwandlung des bisher agrarisch strukturierten Gebietes mit tiefgreifenden Änderungen der Kulturlandschaft. Durch umfangreiche Bevölkerungsbewegungen in die industrialisierten Gebiete verloren viele Agrargemeinden insbesondere in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts viele ihrer Einwohner. Dörfer in der Nähe der industriellen Zentren veränderten sich in Form und Größe, typische Arbeiterhäuser entstanden. Im 19. Jahrhundert ent-

wickelte sich auch das Arbeiterbauerntum. Viele Höfe wurden nur noch im Nebenerwerb bewirtschaftet. Durch den Pariser Frieden 1815 fand die territoriale Zersplitterung (Grafschaft Nassau-Saarbrücken, Kurtrier, Lothringen, Pfalz-Zweibrücken) ein Ende, und der größte Teil des Naturparkes ging in die Verwaltungsstruktur Preußens über. Zum Schutze der knapper werdenden Waldbestände erließ die preußische Verwaltung Gesetze und Bestimmungen, die bis heute Auswirkungen auf das Waldbild haben. Schnellwachsende und ertragreiche Fichtenmonokulturen verdrängten nach und nach die natürlichen Rotbuchenbestände.

## **2.4 Verkehrserschließung**

Der Naturpark Saar- Hunsrück ist verkehrstechnisch an das überregionale Netz gut angebunden. Die wichtigsten Verkehrsachsen bilden die A1, A8 und die A 62.

Die von Saarbrücken über Trier führende A 1 und in deren weiterem Verlauf die A 48 schaffen eine Verbindung zum Ruhrgebiet und dem norddeutschen Raum. Die Ballungszentren Rhein - Main - Neckar sind über die A 6 angeschlossen. Eine Anbindung an den süddeutschen Raum München - Stuttgart ist durch die A 8 gewährleistet. Eine wichtige Querverbindung bildet die A 62 Pirmasens - Trier. Die saarländische Landeshauptstadt ist durch die A 620 entlang der Saar bis zum Autobahndreieck Saarlouis und weitergehend über die A 8 mit dem Naturpark verbunden mit Anschlußmöglichkeiten nach Frankreich und Luxemburg. Der Naturpark Saar-Hunsrück ist regional durch viele weitere Bundes-, Landes- und Kreisstraßen erschlossen.

Vorrangig zu nennen wären die B 268 von Saarbrücken nach Trier, die B 41 von Saarbrücken und Neunkirchen über St. Wendel Richtung Bad Kreuznach, die Hunsrückhöhenstraße (B 327 und 407) zwischen Perl und Koblenz sowie die Eichenlaubstraße (B 52) von Freisen nach Perl, die gleichzeitig eine wichtige Ost-Westachse darstellt. Diese Hauptachsen weisen durchweg hohe Verkehrsbelastungen auf.

Die Erschließung des Naturparkes Saar-Hunsrück durch die Deutsche Bundesbahn verläuft im wesentlichen über die Nahetallinie Saarbrücken - Bingerbrück mit Anschlüssen in alle Richtungen. IC-Anschlüsse werden im 1-Stunden-Takt ab Saarbrücken und Mainz geführt. Eine zweite bedeutende Anbindung verläuft entlang der Saar von Saarbrücken nach Trier. Das übrige Gebiet wurde durch die Streckenstilllegungen der DB stark betroffen. Die Linie Trier, Hermeskeil, Morbach, Simmern, Bingen wird heute nur noch ab und zu für

Sonderfahrten genutzt. Bessere Verbindungen bestehen entlang des Saar- und Moseltales.

Der Busbetrieb hat eine große Bedeutung als Zubringer zur Nahe- und Moselachse und für die Aufrechterhaltung der Verbindungen zu den Mittelstädten. Die nächsten Flughäfen befinden sich in Saarbrücken-Ensheim, Hahn, Luxemburg und Metz.

*Abb. 2: Entfernungen zu den wichtigsten Mittel- und Oberzentren im 150-km-Bereich*

(Als fiktiver Mittelpunkt wurde Weiskirchen gewählt).

Stadt	Entfernung
Trier	35 km
Saarbrücken	60 km
Zweibrücken	65 km
Luxemburg	80 km
Kaiserslautern	85 km
Metz	120 km
Koblenz	140 km
Mannheim	150 km
Mainz	160 km

Quelle: Eigene Erhebung

Insgesamt kann die überörtliche Anbindung des Naturparkes Saar-Hunsrück an die Ballungszentren als befriedigend betrachtet werden. Die innerörtlichen Anbindungen mit dem öffentlichen Personennahverkehr könnten allerdings verbessert werden, vor allem in West-Ost-Richtung.

## **2.5 Dokumentation der bisher geleisteten Arbeit im saarländischen Teilbereich des Naturparkes Saar-Hunsrück**

Der Naturpark Saar-Hunsrück versteht sich als Entwicklungsprojekt, in dem die Belange von Naturschutz und Nutzung durch den Menschen in Einklang gebracht werden sollen. Die Naturlandschaft als solche ist das Potential und unabdingbare Voraussetzung für die Sicherstellung der Erholungsfunktion durch Schutz, Pflege und Weiterentwicklung der regionaltypischen Landschaftsstrukturen und Nutzungstraditionen.

Nicht unbegrenzt steht die Naturlandschaft jedoch den Nutzern zur Verfügung. Die Ziele des Naturschutzes zur Herstellung eines ökologischen Gleichgewichtes müssen bei der Umsetzung der Naturparkidee ebenso Berücksichtigung finden. Spezielle Vorranggebiete dienen dem Schutz von sensiblen Lebensgemeinschaften und dem Erhalt der Artenvielfalt. Diese Kernzonen sind je nach Bedeutungsgrad als Naturschutzgebiete bzw. Landschaftsschutzgebiete gesetzlich ausgewiesen. Landschaftsverträgliche Nutzung und schonender Umgang mit den natürlichen Ressourcen bewirkt eine langfristige Sicherung als Wirtschaftsraum für die einheimische Bevölkerung.

### 2.5.1 Ökologische Maßnahmen

Im saarländischen Teilbereich <sup>3</sup> wurden seit Gründung des Naturparkes Saar-Hunsrück insbesondere ökologische Maßnahmen in Angriff genommen. Die zum Erhalt bedrohter Arten eingeleiteten Biotopschutzprogramme führten durchweg zu einem positiven Ergebnis und fanden Anerkennung in nationalen und internationalen Fachkreisen.

#### Schutzmaßnahmen zur Bestandssicherung des Haselhuhnes

Im Bereich des Naturparkes konnten einige Brutvorkommen von Haselhühnern nachgewiesen werden, die bis auf wenige Vorkommen im Harz und in Oberbayern sehr selten geworden sind. Aus diesem Grunde wurde die zur Familie der Rauhfußhühner gehörende Art in die "Rote Liste" der vom Aussterben bedrohten Arten aufgenommen. Das seit der Eiszeit in unseren Breiten heimische Haselhuhn bevorzugt Niederwald, in dem es in einer dichten Bodendecke den notwendigen Schutz und Nahrung in Form von Beeren und Kräutern finden kann. In Zusammenarbeit mit der Forstwirtschaft, insbesondere dem Forstamt Sankt Wendeler Land, war die Wiederherstellung der natürlichen Lebensgrundlagen ein Schwerpunkt der Bestandsaufbesserung. Parallel dazu wurden Tiere in Gehegen gezüchtet und ausgesetzt.

---

<sup>3</sup> Da sich die Arbeit auf den saarländischen Teilbereich des Naturparkes Saar-Hunsrück konzentriert, beziehen sich die Schwerpunkte der folgenden Ausführungen auf dieses Gebiet. Die Informationen wurden aus den Geschäftsberichten des Naturpark Saar-Hunsrück / Saarland e.V. aus den Jahren 1982/83 bis 1993 zusammengestellt sowie Protokollen entnommen.

Großen Wert legte man auf die Vernetzung einzelner Biotope und erreichte mit all diesen Maßnahmen eine Sicherung des Artbestandes. Für diese Bemühungen wurde der Verein Naturpark Saar-Hunsrück Saarland mit einer Ehrenurkunde des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit ausgezeichnet.

#### Schutzmaßnahmen zur Bestandssicherung der Roten Waldameise

In Zusammenarbeit mit Forstbehörden, Ameisenschutzwarten, Privatwaldbesitzern sowie dem Landesjagdverband wurde eine Aktion zum Schutz und zur Förderung der Roten Waldameisen gestartet. Die Initiative sollte Erkenntnisse über die ökologischen Ansprüche der Tiere und ihre Verbreitung liefern.

Von den 80 in der Bundesrepublik bekannten Ameisenarten kommen über 30 im Saarland vor. Seit vielen Jahren schon stehen die Waldameisen wegen ihrer ökologischen Bedeutung für das Ökosystem Wald unter Naturschutz. Unter ihnen finden sich einige Arten, wie beispielsweise die Kerb- und Strunkameisen, die auch im Saarland beheimatet sind, auf der "Roten Liste" der vom Aussterben bedrohten Tierarten. Bestandsdezimierend wirkten eine monostrukturierte Forstwirtschaft, die Zerstörung ihres natürlichen Lebensraumes, der Einsatz von Schädlingsbekämpfungsmitteln sowie die unbedacht herbeigeführte mechanische Zerstörung der Nester. Im ganzen Naturparkbereich wurden die Kolonien kartiert und die Arten bestimmt. Mit in die Untersuchung zur Populationsentwicklung wurden die Einflußgrößen im näheren Umfeld einbezogen. Standortanalysen hatten das Ziel, geeignete Biotope für eine Neuansiedlung der Waldameise ausfindig zu machen sowie ehemals besiedelte Kolonien wieder zu beleben. Die Schutzmaßnahmen beschränkten sich nicht nur auf die Art selbst, sondern wurden zur langfristigen Sicherung des Artbestandes auf die Lebensräume ausgedehnt.

#### Kulturlandschaftsschutz im Saar-Nied-Gau

Neben direktem Arten- und Biotopschutz prägten die Bemühungen um den Erhalt des Landschaftsbildes die Naturparkarbeit. Der Saar-Nied-Gau im Landkreis Saarlouis zeichnet sich auf den ebenen Muschelkalk- und Keuper-Hochflächen durch eine intensive landwirtschaftliche Nutzung aus. Vielerorts waren Hecken und Sträucher einem monotonen Landschaftsbild gewichen, das zudem der darin lebenden Tierwelt keinen Raum mehr bieten konnte. So wurden aus Gründen des Artenschutzes und der Erhaltung des

Landschaftsbildes auf einer Fläche von 7 000 qm etwa 3 000 einheimische Gehölze gepflanzt. Mit dieser Maßnahme sollte auch der Erosionsgefahr vorgebeugt werden.

#### Schutzmaßnahmen zum Erhalt der Niederwälder an der Eichenlaubstraße

Zur Wiederbelebung der Eichenlaubstraße zwischen Nennig und Freisen erarbeitete die Naturparkverwaltung in Zusammenarbeit mit den zuständigen Stellen der saarländischen Landkreise ein Konzept aus. Zur touristischen Inwertsetzung der Eichenlaubstraße sollte bestehendes Potential genutzt und transparent gemacht werden. Unterstützt wurden die Bemühungen durch die betroffenen Forstämter, die die Eiche in ihren Bepflanzungsmaßnahmen besonders berücksichtigten.

#### Schutzmaßnahmen zur ökologischen Funktionsfähigkeit des Holzbaches

Die Zustandserfassung von Fließgewässern mit ihren unmittelbaren Einzugsgebieten im gesamten Hochwaldbereich wurde als Themenschwerpunkt in der Naturparkgesamtplanung erhoben. Ausgangspunkt war eine erhebliche Funktionsbeeinträchtigung der Lebensräume der Bäche durch eine nicht natürliche bachbegleitende Ufervegetation. Ein Gefährdungspotential ging auch von der zunehmenden Versauerung des Oberflächenwassers aus, teilweise ausgelöst durch einen hohen Anteil an standortfremden Fichtenwaldbeständen. Am Beispiel des Holzbaches bei Weiskirchen wurden eine ökologische Erfassung und Beurteilung des Baches sowie des Umfeldes durchgeführt. Darauf basierend wurden Pläne über bestandspflegende Maßnahmen zur langfristigen Verbesserung des Bodenzustandes durch die Umwandlung von Nadelwaldbeständen in artenreiche Mischwaldgesellschaften entwickelt und umgesetzt.

#### Renaturierungsmaßnahmen zur Wiederherstellung des natürlichen Bachlaufs der Oster

Die Oster ist ein 28 km langes Fließchen, das bei Oberkirchen entspringt und bei Wiebelskirchen in die Blies mündet. Zum Zwecke der intensiveren landwirtschaftlichen Nutzung der Talaue wurden insbesondere in den 30er und 60er Jahren umfangreiche Begrädigungen des Flußlaufes durchgeführt, die erhebliche Folgen für die Ökologie der Oster sowie der umgrenzenden Talauen hatten. Das Umweltamt der Stadt St. Wendel sowie der BUND legten ein umfassendes Renaturierungsprogramm für eine Flußlänge von 4,8 km auf. Nach

Abschluß des Grunderwerbes wurden aufgrund historischer Karten die Mäander wiederhergestellt. Barrieren und Dränagen wurden entfernt, Altarme angelegt sowie umfangreiche Bepflanzungen im Uferbereich durchgeführt. Die Abwasserzufuhr in die Oster wurde durch den Bau von Klein-Kläranlagen gestoppt. Mit dieser aus ökologischer Sicht bedeutenden Maßnahme wurde gleichzeitig eine ästhetische Aufbesserung der gesamten Osteraue erreicht, die durch die Anlage eines Lehrpfades nochmals eine Aufwertung erfahren hat. Für dieses Projekt wurde der Naturpark Saar-Hunsrück Saarland 1995 mit einer Ehrenurkunde des Bundesumweltministeriums ausgezeichnet.

### **2.5.2 Öffentlichkeitswirksame Maßnahmen**

Die Öffentlichkeits- und Bildungsmaßnahmen sind neben dem Naturschutz weitere Schwerpunkte der Naturparkarbeit. Ziel dabei ist die Sensibilisierung der Einheimischen und Gäste für die Belange eines Naturparkes. Diese Aufgabe kann über Veröffentlichungen zu verschiedensten Themen in der Presse, durch spezielle Angebote sowie über gezielte Bildungsmaßnahmen, wie Einrichtung einer Infozentrale und Ausstellungen, erreicht werden.

#### Konzeption und Zieldefinition

In enger Zusammenarbeit mit dem Ministerium des Innern erstellte die Geschäftsführung 1995 eine Konzeption, die die Schwerpunkte zukünftiger Entwicklung im Naturpark Saar-Hunsrück festschreibt. Für die Bereiche Land- und Waldwirtschaft, Tourismus, Verkehr, Siedlungswesen, Umweltbildung sowie Naturschutz werden die wichtigsten Ziele definiert. Angestrebt ist, durch natur- und landschaftsverträgliche Nutzungsformen den Erhalt und die Weiterentwicklung der naturraumtypischen Kulturlandschaften zu einem attraktiven Erholungs- und Wirtschaftsraum zu erreichen. Dieses Konzept wurde in den Kreistagen der betreffenden saarländischen Landkreise beraten und verabschiedet.

#### Pressearbeit

In vielen Berichten in Presse, Rundfunk und Fernsehen wurde die Bevölkerung über Aufgaben und Zielsetzung des Naturparkes sowie einzelne Maßnahmen informiert. Durch Veröffentlichungen in Fachzeitschriften, insbesondere über die Hilfen für die Rote

Waldameise und das Haselhuhn, machte man überregional und international auf sich aufmerksam. Zahlreiche Symposien, Fachvorträge und Diaabende dienten der Sensibilisierung und Vertiefung des Fachwissens der Bevölkerung.

### Bewußtseinsbildung durch Information

Der Information zum richtigen Verhalten diene das in einer Auflage von 20 000 Exemplaren herausgegebene Faltblatt "Handweiser für den Waldbesucher". Durch konkrete Hinweise zum Thema Wald sollte das Naturerlebnis gesteigert und eventuellem Fehlverhalten vorgebeugt werden.

Unter dem Aspekt der Bewußtseinsbildung wurde eine Beschilderung an Autobahnen und Landstraßen angeregt. An allen wichtigen Einfahrtstraßen zum Naturpark wurden Hinweisschilder mit Schriftzug und Logo des Naturparkes aufgestellt.



Logo des Naturpark-Saar-Hunsrück

Eine von Saarland und Rheinland-Pfalz gemeinsam herausgebrachte Panoramakarte über den Naturpark mit Beschreibungen der dazugehörigen Landkreise fand eine gute Resonanz. Diese Karte gibt einen sehr plastischen Überblick über die Landschaft des Naturparkes und informiert über Sehenswürdigkeiten und Freizeitmöglichkeiten.

### Maßnahmen im Bildungsbereich

Bereits kurze Zeit nach Gründung des Naturparkes konzipierte der saarländische Trägerverein eine Wanderausstellung, die in öffentlichen Einrichtungen wie Schulen, Gemeinden, bei Veranstaltungen und touristischen Messen gezeigt wurde. Hierbei präsentierte sich der Naturpark vor allem als ökologischer Ausgleichsraum. 1995 wurde in Abstimmung mit dem rheinland-pfälzischen Teil des Naturparkes eine neue Ausstellung in Angriff genommen. Diese soll für beide Teile des Naturparkes ein einheitliches Erscheinungsbild aufweisen, wobei das Trägersystem aus Naturmaterial so flexibel gestaltet wird, daß die Ausstellung an die jeweilige Raumgröße angepaßt werden kann. Der touristische Teil erfährt eine Aufwertung, um der Erholungsfunktion des Naturparkes gerecht zu werden.

Seit 1985 sorgt die geplante Errichtung eines Informationszentrums für den Naturpark für Diskussionsstoff. Die ursprünglichen Planungen sahen eine gemeinsame Zentrale für den



saarländischen und rheinland-pfälzischen Bereich vor. Als möglicher Standort war der Kurort Weiskirchen im Gespräch, der durch seine Grenzlage prädestiniert erschien. Mit dieser Infozentrale sollten beide Teile des Naturparkes konzeptionell näher zusammenwachsen und einer hauptamtlichen Leitung unterstellt werden. Inhaltlich sollten folgende Schwerpunkte dargestellt werden:

1. wissenschaftlich fundierte Information über Natur und Landschaft des Naturparkes
2. Darstellung der Wechselbeziehungen im Ökosystem mit den Erläuterungen der Auswirkungen durch Eingriffe des Menschen und
3. Aufklärung über sanfte Tourismusformen durch praktische Hinweise und Beratungen.

Unter politischen Vorzeichen wurde die Standortfrage erneut diskutiert mit dem Ergebnis, daß fortan eine dezentrale Lösung in Rheinland-Pfalz und Saarland angestrebt wurde. Auch auf dieser Basis entstand keine Einigung, so daß per Vorstandsbeschluß in jedem der drei saarländischen Landkreise eine Infozentrale geschaffen werden sollte. Im Landkreis Merzig-Wadern entschied man sich für einen Neubau in Rappweiler, in dem mittlerweile auch die Geschäftsführung des Naturparkes -saarländischer Teilbereich- untergebracht ist. Die Landkreise Saarlouis und St. Wendel präferierten bestehende historische Gebäude: in Gisingen im Saargau wurde ein lothringisches Bauernhaus restauriert, das für eine Infozentrale geeignet war; im Landkreis St. Wendel entschied man sich für das Alte Amtshaus in Nohfelden.

In enger Abstimmung mit der Naturparkverwaltung sollen jedem der drei Infozentren regionale Schwerpunkte zugewiesen werden. Angedacht sind zum aktuellen Zeitpunkt: für den Landkreis Saarlouis das Thema "offene Kulturlandschaft, regionale Baustile"; im Sankt Wendeler Land bietet sich "Wasser und Vulkanismus" als Schwerpunktthema an; die Thematik "Wald" läßt sich dem Landkreis Merzig-Wadern zuordnen.

#### Sensibilisierung durch konkrete Angebote

Konkreter Ansatz im touristischen Bereich war die Planung einer Naturpark-Wanderkarte im Maßstab 1 : 50 000 mit vorhandenen überörtlichen Wanderwegen der einzelnen Landkreise sowie einem noch zu schaffenden Naturpark-Wanderweg. Organisatorische Hemmnisse verhinderten allerdings die Entstehung eines neuen Rundweges, und die Karte wurde aus diesem Grund nicht aufgelegt. 1994 nahm das Landesvermessungsamt Rheinland-Pfalz das Projekt nochmals auf und erstellte eine Karte nur mit den vorhandenen Wander-

und Radwanderwegen.

Ebenfalls 1994 nahm die Verwaltung einen "Naturpark-Führer" in Angriff, eine Informationsbroschüre für Gäste und Einheimische, die Wissenswertes über Freizeit, Kultur, Natur sowie Funktion und Zweckbestimmung eines Naturparkes enthält. Gleichzeitig finden sich in dieser Broschüre viele Hinweise auf naturgebundene Erholungsformen, die auch konkret vorgestellt werden.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, daß die Schwerpunkte der Naturparkarbeit seit der Vereinsgründung eindeutig auf ökologischem Gebiet lagen. Durch Personalmangel wurde die touristische Seite und damit die Erholungsfunktion des Naturparkes eher sekundär behandelt. In den zunächst drei saarländischen Landkreisen entwickelte sich allerdings eine von der Geschäftsleitung unabhängige "Werbe-gemeinschaft", die konzertierte Aktionen in Form von Messebesuchen, Promotion, Pressereisen und Anzeigenkampagnen zur Erhöhung des Bekanntheitsgrades des Naturparkes durchführten. Eine Anhebung der Mitgliedsbeiträge 1994 versetzte den Verein in die Lage, eine personelle Verbesserung herbeizuführen, um zukünftig der Aufgabe des Naturparkes als Erholungsraum besser gerecht werden zu können. Es wurde eine hauptamtliche Geschäftsführerin eingestellt. In enger Zusammenarbeit mit den betreffenden Landkreisen wurden viele Initiativen im Innenmarketingbereich ergriffen (z.B. Herausgabe eines Veranstaltungskalenders, intensivere Pressearbeit, eigene Veranstaltungen, Präsentation auf Messen und Ausstellungen, Bemühungen um Absatzmärkte heimischer Produkte in der Gastronomie). Große Aufmerksamkeit widmete man der Wiederbelebung einheimischen Brauchtums: bei speziellen Veranstaltungen wurde die Lohheckengewinnung und die Herstellung eines Kohlenmeilers mit Holzkohलगewinnung in Walhausen demonstriert. Bei den "Nohfelder Brennholztagen" wirbt man für die Verwendung nachwachsender Rohstoffe.

Wie diese Ausführungen zeigen, bietet der Naturpark Saar-Hunsrück aufgrund der geologischen Verhältnisse ein dementsprechend abwechslungsreiches Landschaftsbild. Dieses wurde im Laufe der menschlichen Besiedlung und Bewirtschaftung immer wieder verändert und erhielt so eine eigene Identität. Spuren menschlichen Wirkens durch nahezu alle Zeitepochen seit der Steinzeit verleihen der Kulturlandschaft einen unverwechselbaren Charakter. Diese Vielfalt von Geologie, Landschaftsbild und Kulturhistorie könnte als Leitbild für den Naturpark Saar-Hunsrück formuliert werden. Unter diesen Aspekten bietet der Landschaftsraum ein Forum für aktive Erholungsformen, die einen Beitrag zur Bildung und Sensibilisierung von Gästen und Einheimischen leisten.

### 3 Aspekte der Freizeit

Mit zunehmender Freizeit infolge geringerer Arbeitszeit und angesichts der allgemeinen gesellschaftspolitischen Entwicklungen ist die öffentliche Hand mehr denn je einer Verantwortung unterzogen, für die Sicherung der Lebensqualität der Bevölkerung Freizeiteinrichtungen bereitzustellen bzw. die Voraussetzungen hierfür zu schaffen (Opaschowski 1995). Diese Verantwortung erhält noch größeres Gewicht, wenn der Kommune zudem touristische Bedeutung zukommt.

Auch der Gesetzgeber fordert die Sicherung von Vorranggebieten für die Erholung. Diese ist im Bundesraumordnungsprogramm von 1972 verankert und findet in der Raum- und Landesplanung der einzelnen Bundesländer ihren Niederschlag. Von Gesetzgeberseite eindeutig definiert ist der Anspruch an Naturparke als spezielle Großschutzgebiete, die neben der Erholungsvorsorge auch dem Naturschutz dienen (Bundesnaturschutzgesetz 1987; Saarländisches Naturschutzgesetz 1979). Die eigentliche Planung und Durchführung der Erholungsprojekte obliegen den Kommunen, die durch die Erstellung von Flächennutzungs-, Landschafts- und Grünordnungsplänen die rechtlichen und baulichen Voraussetzung für deren Realisierung schaffen, wobei Landkreise, Länder und Bund je nach Projekt mit in die Planung und Finanzierung eintreten können.

Diese Freizeitinfrastrukturplanungen besitzen in hohem Maße Raumrelevanz. Vielfach und vielerorts ist allerdings eine unkoordinierte Planung festzustellen, die weder die räumlichen Realitäten noch die großräumlichen Verflechtungen mitberücksichtigt (Becker et al. 1991). Freizeitplanungen sollten in ein umfassendes Gesamtkonzept eingebunden sein, das neben der Infrastruktur auch die Wohn- und Sozialverhältnisse, die Nachfrage durch die einheimische Bevölkerung sowie den touristischen Bedarf einschließt (Krippendorf 1986; Opaschowski 1995). Ebenso wichtig ist die Ausrichtung der Planungen auf die Bedürfnisse des Natur- und Umweltschutzes nach dem System eines "integrativen Planungsprinzips", wie von der Deutschen Gesellschaft für Freizeit (DGF 1996, S. 118) gefordert. Vor allem in Großschutzgebieten sollte dieser Ansatz als Leitbild kommunaler Planungen dienen und beispielhaft für andere Regionen eine Vorreiterrolle übernehmen. Dies setzt jedoch bei politischen Entscheidungsträgern ein erweitertes Raumverständnis voraus. Vor dem theoretischen Hintergrund eines Raumes bzw. einer Landschaft als Gefüge natur- und kulturräumlicher Gegebenheiten mit all den verschiedenartigen Nutzungsstrukturen und Überlagerungseffekten sollte eine geographische Analyse über die Eignung eines Planungsgebietes für Freizeitinfrastrukturen sowie die Umweltauswirkungen kommunalen Planungen vorausgehen. Bei dieser Analyse sollte der Bedarf sowohl an wohnumfeldnaher

als auch erholungsorientierter Freizeitnutzung Berücksichtigung finden (Becker 1995).

Auf diese Weise wird der Raum durch den Menschen für die Befriedigung seiner Bedürfnisse genutzt und umgestaltet. Der Raum selbst bietet aber auch einen eigenen Erlebniswert, der durch ein ästhetisches Landschaftsbild, natürliche Ausstattung oder kulturhistorische Objekte hervorgerufen werden kann (Fromme et al. 1991).

In der vorliegenden Arbeit soll insbesondere der natur- und kulturhistorische Raum in seinen Beziehungen zum Freizeitnutzer besondere Berücksichtigung finden. Hierbei ergibt sich die Fragestellung, ob eine zielgerichtete Raumwahrnehmung durch Freizeitnutzer überhaupt erfolgt, wie diese gegebenenfalls abläuft bzw. angeregt werden kann. Im konkreten Bezug auf radtouristische Angebote eines Landkreises im Naturpark Saar-Hunsrück soll untersucht werden, ob von dieser Freizeitbeschäftigung eine Simulationswirkung in Richtung Wahrnehmungsfähigkeit und Bildungsbereitschaft ausgeht und somit zur Sensibilisierung der Freizeitnutzer in einem Großschutzgebiet beiträgt (Job et al. 1993; Borghs 1993; Nahrstedt et al. 1995). Auch die Lenkungsfähigkeit bei einer extremeren Sportart - Mountainbiking- soll in die Untersuchung einfließen.

Folgende These wird formuliert:

**Während der Freizeitbeschäftigung "Fahrradfahren" erfolgt eine zielgerichtete Raumwahrnehmung, durch die eine Kommunikation bei den Freizeitnutzern ausgelöst wird, die unter pädagogischer Anleitung den natur-kulturgeographischen Raum zu einem Lehr- und Lernfeld aufwertet.**

Bei Interaktionen zwischen Raum - Freizeitbeschäftigung - Bildung sind neben den naturkulturräumlichen Gegebenheiten umfassende Kenntnisse über die Hintergründe der neuen Freizeitphilosophie unabdingbare Voraussetzung für das Zustandekommen einer Kommunikation (Job 1993; Historischer Verein Eichstätt 1989). Der Raum kann nur die Funktion eines Lehr- und Lernfeldes übernehmen, wenn der Mensch seine Bedürfnisse in Bezug auf Erholung darin befriedigen kann.

Für die planerischen Aufgaben der Kommunen ist die Fragestellung von Interesse, welche Aspekte des Freizeitverhaltens bei wohnfeldnaher und erholungsorientierter Freizeitnutzung wirksam werden, die in das planerische Gesamtkonzept integriert werden sollten. Hierbei müssen auch die das Freizeitverhalten allgemein prägenden Faktoren hinterfragt werden. Die Ermittlung der Freizeitbedürfnisse in Abhängigkeit von verschiedenen Faktoren liefert dabei die Grunddatenmenge, die auf den konkreten Bedarf der Bevölkerung so-

wie der Touristen spezifiziert werden muß.

### 3.1 Definition des Begriffs Freizeit

Wissenschaftlich mit dem Thema "Freizeit" beschäftigen sich vor allem Soziologen, Psychologen, Geographen und Ökonomen. Dementsprechend differieren die mit der Freizeit verbundenen Inhalte sehr stark. Außerdem sind Unterschiede in den Definitionen festzustellen, die teilweise mit Denkansätzen verschiedener Zeitepochen und Fachrichtungen in Zusammenhang stehen.

Die theoretischen Ansätze in der Freizeitforschung lassen eine zeitliche und inhaltliche Abgrenzung des Begriffes "Freizeit" deutlich werden. Aus heutiger Sicht wird der Zeitfaktor in einer Definition als negativer Ansatz synonym gebraucht, während der inhaltliche Ansatz als positiv abgegrenzte Definition bezeichnet wird. Bei einigen Autoren sind parallel beide Aspekte - zeitlicher und inhaltlicher Art - erkennbar. Der zeitliche Ansatz der Freizeitforschung erfolgt in der Abgrenzung zwischen Arbeitszeit und freier Zeit als quantitativ bestimmbarer Größe.

Als einer der ersten definierte Sternheim (1932, S. 51) den Begriff der Freizeit. Er verstand darunter diejenige Zeit, die nach der normalen Arbeitsperiode übrigbleibt. In seiner Betrachtungsweise ist die Freizeit Antipode zu der am Arbeitsplatz verbrachten Zeit.

Diese Definition beruht auf einer zeitlichen Abgrenzung von Arbeitszeit und Nicht-Arbeitszeit ebenso wie die von Hanhart (1964, S. 33). Dieser Autor bestimmte die Freizeit als jene Zeit, die einem Berufstätigen, der einer regelmäßigen Arbeit nachgeht, außerhalb seiner eigentlichen Arbeitszeit zur Verfügung steht. Jede Aktivität, die weder in den Bereich der Arbeit noch in den Bereich des Schlafes fällt, ordnet er der Freizeit zu.

Einige Autoren, die "Freizeit" von "Arbeitszeit" abgrenzen, nehmen eine Kategorisierung der freien Zeit vor. Sie fassen den Freizeitbegriff enger als die Zeit, die real für Beschäftigungen einer Person zur Verfügung bleibt. Jeder Zeitaufwand zur Deckung des persönlichen Bedarfs, wie Einkauf, Arbeitswege, Instandhaltungsarbeiten u.s.w., ist nicht dem Gesamtbudget der "Freizeit" zuzuordnen. So spricht Schmitz-Scherzer (1974) von "effektiver Freizeit", die nicht dem Gelderwerb dient und nicht mit der Erfüllung der physiologischen Bedürfnisse, wie Schlafen, Essen u.s.w., ausgefüllt ist. Dieser Definitionsansatz läßt allerdings keine klare Aussage für nicht oder nicht mehr Berufstätige zu. Seiner Ansicht

nach ist der Freizeitbegriff ein sehr subjektiver, da persönliche Interessen und Neigungen den inhaltlichen Wert der Freizeit bestimmen. Dieser Definitionsversuch läßt die Möglichkeit offen, daß bestimmte Tätigkeiten des Menschen grundsätzlich zwar nicht der real verfügbaren Freizeit zugeordnet werden können, wie beispielsweise die Gartenarbeit, für manchen jedoch durchaus eine Freizeitbeschäftigung darstellen können.

Diese negativen Definitionsansätze lassen eine deutliche Polarisierung in Arbeits- und Freizeit erkennen. Die Arbeit wird als lebensbestimmendes Element herausgestellt, während die Freizeit als Restzeit zu verstehen ist, über die nur zum Teil frei verfügt werden kann. Zum Großteil dient sie physiologischen Zwecken, nämlich der Erholung und dem Kräftesammeln für die Arbeit, aber auch um notwendige Arbeiten zu erledigen. Aus dieser Basis heraus treffen diese Definitionen nur auf die arbeitende Bevölkerung zu. Ganz außer Betracht stehen damit Teile der Bevölkerung, wie Rentner, Kinder, Schüler, Hausfrauen. Der Aspekt der Selbstverwirklichung in der Freizeit ist diesen Definitionen fremd. Es kann vermutet werden, daß erst mit dem einsetzenden Wertewandel (vgl. Kap. 3.3) der Freizeitbegriff mit neuen Inhalten belegt wird.

Eine Definition, bei der ein inhaltlicher Ansatz erkennbar ist, liefert Dumazedier (1972, S. 16). Seiner Ansicht nach umfaßt Freizeit eine Anzahl von Beschäftigungen, denen der einzelne nach eigenem Ermessen nachgeht. Der Mensch verbringt seine Freizeit, um sich zu entspannen, sich zu amüsieren, zur Bildung oder um seine Fähigkeiten zu entwickeln, entweder ohne Zweckgebundenheit oder aber um reger am sozialen Leben teilnehmen zu können. Freizeit verbleibt dem Menschen nach Erfüllung seiner beruflichen, familiären und sozialen Verpflichtungen.

Scheuch (1972, S. 757) versteht unter Freizeit Tätigkeiten, die nicht notwendigerweise an zentrale funktionale Rollen gebunden sind. Scheuch relativiert den Begriff der beruflichen Arbeit, indem er ihn ersetzt durch "funktionale Rolle" und somit die Anwendbarkeit auf andere soziale Gruppen ermöglicht. Die Begriffsabgrenzung gegenüber der Freizeit ist nicht die Arbeit, sondern wird in allgemeinen Zwängen gesehen, die personen- oder tätigkeitsbezogen sind.

Der positive Denkansatz schreibt der Freizeit eine Funktion und einen Inhalt für den Menschen zu. Der Definitionsversuch von Hoffmann (1981) läßt diese Einstellung deutlich zum Ausdruck kommen. Er sieht in der Freizeit die Zeit eines Menschen, die er frei, ohne irgendwelche Verpflichtungen, nutzen kann, um sich selbst zu verwirklichen oder das tun kann, wozu ihn niemand zwingt.

Dieser Definitionsversuch betrachtet die Freizeit als Bestandteil der Freiheit, die der Mensch nutzt, sich selbst zu verwirklichen. Freizeit besitzt eine sinnvolle Funktion für den Menschen.

Krippendorf (1986, S. 120) unterscheidet drei verschiedene Ansatzpunkte zur Begriffsdefinition:

1. der arbeitstheoretische Ansatz
2. der freizeittheoretische Ansatz
3. der ganzheitliche Ansatz

Im arbeitstheoretischen Ansatz sind zwei Thesen vertretbar:

zum einen geht man davon aus, daß Arbeits- und Freizeitbereich ähnlich sind, weil die in der Arbeit gemachten Erfahrungen auf die Freizeit übertragen werden (im Verhalten, das machen, was auch in der Arbeit getan wird, bei Restriktionen). Zum anderen gibt es die entgegengesetzte Möglichkeit, daß sich die Freizeit sehr stark von der Arbeitszeit unterscheidet. Dabei spielt der Ausgleich von Mängeln und das "Abreagieren" eine große Rolle. Die Aspekte der Erholung von der Arbeit und der Konsum als Freizeitbeschäftigung spielen in diese Diskussion mit hinein.

Der freizeittheoretische Ansatz geht von der Freizeit als eigenständigem Faktum und Teilbereich des Lebens mit zunehmender Bedeutung aus. Die Freizeit wird sich als Orientierungspunkt des menschlichen Wertesystems entwickeln und sich mit neuen Lebensinhalten immer mehr auf den Bereich der Arbeit ausdehnen. Darüberhinaus besteht ein ganzheitlicher Ansatz zum Verständnis der Bedeutung der Freizeit. In dieser Denkweise steht der Mensch als unteilbares soziales Wesen im Mittelpunkt der Betrachtungsweise. Arbeit und Freizeit sind nicht zwei sich ausschließende Lebensbereiche, sondern durchmischen und beeinflussen sich gegenseitig. Arbeit bedeutet nicht uneingeschränkt Zwang und Unfreiheit, und Freizeit muß nicht uneingeschränkt Freiheit und Selbstverwirklichung bedeuten. Freizeit heißt umgekehrt nicht mehr Flucht aus der Arbeitswelt, sondern auch die Arbeitswelt kann ebenso sinngenebend sein. Selbstverwirklichung und freie Entfaltung vollziehen sich demnach in Arbeit und Freizeit.

Opaschowski (1976, S. 94) versucht nicht, einen Kontrast zwischen Arbeit und Freizeit herzustellen, sondern er unterteilt die "Lebenszeit" in verschiedenen gekennzeichneten Einheiten:

1. die frei verfügbare, einteilbare und selbstbestimmbare Dispositionszeit  
(Freie Zeit - Hauptkennzeichen: Selbstbestimmung)
2. die verpflichtende, bindende und verbindliche Obligationszeit  
(Gebundene Zeit - Hauptkennzeichen: Zweckbestimmung)
3. die festgelegte, fremdbestimmte und abhängige Determinationszeit  
(Abhängige Zeit - Hauptkennzeichen: Fremdbestimmung)

Opaschowski beschreibt den Teil innerhalb der Lebenszeit als "freie Zeit", der frei ist von physiologischen Grundbedürfnissen sowie sozialen, ökonomischen und normalen Zwängen. Die freie Zeit kann für Wahlmöglichkeit, Entscheidungskompetenz und Eigeninitiative im sozialen Bezug genutzt werden.

Dumazedier (1967, S. 16) beschreibt Freizeit als diejenigen Aktivitäten, bei denen der Mensch Entspannung, Zerstreuung, Verbreiterung seines Wissens, spontane und soziale Teilhabe oder die freie Entfaltung seiner Kreativität sucht. Freizeit findet das Individuum außerhalb der Verpflichtungen durch Arbeit, Familie und Gesellschaft.

Dumazedier ist damit eine Definition gelungen, die sich auf alle sozialen Schichten anwenden läßt. Freizeit ist für ihn eine Aktivität, die jeder Mensch nach eigenem Willen inhaltlich gestalten kann. Sie ist bezogen auf die Zeit, die dem Menschen nach Abzug seiner verschiedensten Verpflichtungen bleibt.

In parallele Richtung geht die Definition von Nahrstedt (1972, S. 60). Seiner Ansicht nach bedeutet Freizeit eine Zeit größtmöglicher individueller Freiheit. Im Gegensatz zur Freizeit sieht der Autor die pflichtgemäßen fremdbestimmten Tätigkeiten.

Nahrstedt versucht, die direkte "Berufsarbeit" nicht als Abgrenzung gegenüber der freien Zeit heranzuziehen, indem er von pflichtgemäßen, fremdbestimmten Tätigkeiten spricht. Dadurch trifft die Definition nicht nur auf Arbeitnehmer zu, sondern auf alle sozialen Gruppen. Allerdings umschreibt er lediglich die Thematik "Berufsarbeit", so daß auch bei ihm eine ganz gezielte Trennung von Arbeit und Freizeit erkennbar ist.

Nach Lüdtke (1972, S. 42) bildet der Bereich der Freizeit einen eigenen Lebensbereich mit individuellen Verhaltensmustern, die sich in der Industriegesellschaft gebildet haben. Lüdtke sieht im Freizeitverhalten, das durch viel Flexibilität, Dynamik und einem Mangel an Institutionalisierung geprägt ist, Auswirkungen auf das bestehende kulturelle und soziale System, die sich in Orientierungsproblemen äußern können.



Die Vielfalt der Definitionen zeigt, daß das Phänomen Freizeit nur durch einen multifunktionalen Ansatz erfaßt werden kann. Aus der Chronologie der verschiedenen Definitionsansätze geht bereits der Wandel in der Bedeutung der Freizeit hervor: in der frühen Industrialisierungsphase wurde Freizeit als Restzeit zur Arbeitszeit verstanden, die überwiegend der Rekreation diene (Negativansatz). In einer späteren, wesentlich durch ökonomische Errungenschaften geprägten Phase, in der in der Freizeit gewonnene Werte auf die Arbeit übertragen wurden, entwickelte sich eine neue Vorstellung: Freizeit wird mit einer Funktion und konkreten Inhalten belegt und in Verbindung mit Wertevorstellungen gebracht (Positivansatz). Aber auch in diesen Definitionen überwiegt noch ein lineares Zeitkonzept in Form von disponibler Zeit. Heute hat die Freizeit einen festen Stellenwert in unserer Gesellschaft eingenommen und wird vor einem ganzheitlichen Ansatz diskutiert.

Da mit der Freizeit ein sehr subjektives Verständnis und individuelle Einstellungen verbunden sind, sollten per Definition keine spezifischen Aussagen zu konkreten Inhalten und Zeiten gemacht werden. Vielmehr kommt der Freizeit ein hedonistischer Bedeutungsansatz zu. Dieser läßt sich bestimmten Funktionen zuordnen, wie Selbstverwirklichung, Erholung, Unterhaltung und Zerstreuung.

Unter Berücksichtigung aller Faktoren wird folgender Definitionsansatz vorgeschlagen:

**"Freizeit ist freiwillige Zeitnutzung, die der Befriedigung persönlicher Interessen dient, zur Steigerung des subjektiven Wohlbefindens beiträgt und einem ständigen Wandel, sowohl zeitlich als auch inhaltlich, unterworfen ist".**

### **3.2 Historische Entwicklung zur Freizeit-Arbeitsgesellschaft**

Die heutige Arbeits- und Lebenssituation ist maßgeblich das Ergebnis der industriellen Entwicklung und der damit verbundenen Wirtschaftskraft. Verbesserte Arbeitsbedingungen und die Verkürzung der Tages-, Wochen- und Lebensarbeitszeit haben die Freizeit zu einer politischen Größe werden lassen. So hat sich das Realeinkommen in den letzten 100 Jahren verachtfacht, die Lebenserwartung verdoppelt und die Arbeitszeit halbiert (Opa-schowski, H., 1989). Im Verlaufe der neueren Geschichte wurden dem Arbeits- und Freizeitbereich bestimmte Werte zugeordnet, die keineswegs stabil, sondern je nach gesamtpolitischer und wirtschaftlicher Lage, einem ständigen Wandel unterworfen waren. Um eine Zukunftsperspektive hinsichtlich der Verfügbarkeit von Freizeit sowie der Wertgestaltung

innerhalb der Freizeit wagen zu können, sollen anhand eines geschichtlichen Abrisses verschiedene Einflußfaktoren herausgearbeitet werden.

### **3.2.1 Von der Antike bis zur vorindustriellen Phase**

Im antiken Griechenland findet sich eine Unterscheidung in "Muße" (scholé) und "Arbeit" (a-scholia). In der griechischen Gesellschaftsform mußten nur die Unfreien, Sklaven und Handwerker einer Arbeit nachgehen, während die höheren Schichten der Gesellschaft durch ihre Bildung zur Weiterentwicklung des Staates beitrugen. Auch die unfreien Bürger hatten Freizeit, die sie allerdings zum Teil wieder für den Staat und die Öffentlichkeit nutzen mußten.

Ähnliche Verhältnisse herrschten im römischen Reich. Die Arbeit war ebenfalls negativ belegt und wurde als "neg-optium" und die Muße als "optium" bezeichnet. Im Gegensatz zu Griechenland stand ein Teil dieser Mußezeit den Bürgern zur individuellen Nutzung zur Verfügung. Öffentliche Parks, Badehäuser, Sportarenen oder Hallen im alten Rom können als Hinweis für eine organisierte Nutzung der freien Zeit gedeutet werden (Prahl 1977).

In Babylonien, Kleinasien und beim jüdischen Volk (Sabbath) wurde ein Tag, meist der Sonntag, heilig gesprochen und war arbeitsfrei. Hinzu kamen eine Reihe von Fest- oder Feiertagen, die dem Glauben oder Veranstaltungen gewidmet waren. Zu erwähnen sind die Olympischen Spiele, die als Fest- und Friedensperiode galten.

Von der Antike bis zum Mittelalter war die Arbeit verpönt und mit einem negativen Vorzeichen versehen. Im 14. Jh. taucht der Begriff "frey zeit" auf, mit der die "Marktfriedenszeit" zwischen Maria Geburt und dem 1. Oktober gemeint war. In dieser Zeit sollten sich die Menschen in Freiheit bewegen können.

Als zu Beginn der Reformationszeit die Arbeit in den Strom von Religion und Kirche geriet, wurde die "protestantische Berufsethik" geboren, die den Wert der Arbeit auf eine höhere Ebene hob. Mit den prägenden Prinzipien Arbeitswille, Ordnungssinn, Fleiß und Disziplin wurde das Wirtschaftlichkeitsdenken eingeläutet. Im Sinne der protestantischen Berufsethik und dem Streben nach materiellen Werten war Freizeit eine Restzeit, in der man sich von der Arbeit erholte, bildete und konsumierte. Insgesamt wurde sie als vergeudete Zeit von der Kirche dargestellt.

### **3.2.2 Die vorindustrielle Phase**

Ein Wandel in der Einstellung zu Freizeit und Arbeit ist im ausgehenden Mittelalter sichtbar, als sich Manufakturen bildeten und die Lohnarbeit eingeführt wurde. Die Zahl der Feiertage reduzierte sich fast auf Null, und die tägliche Arbeitszeit betrug zwischen 12 und 16 Stunden (Chorherr 1980, S. 16). Wohn- und Arbeitsort waren getrennt, so daß sich bereits eine Teilung des Tagesablaufes in Arbeit und Freizeit manifestierte.

### **3.2.3 Die industrielle Phase**

Mit der beginnenden Industrialisierung rückte die Arbeit in den Mittelpunkt des Lebens. Geringe Löhne zwangen die Arbeiter zu einer hohen täglichen Stundenleistung, wobei Urlaub kaum gewährt wurde. Um den Lebensunterhalt decken zu können, mußten auch Frauen und Kinder arbeiten. Im 18. und 19. Jahrhundert schnellte die Jahresarbeitszeit von etwa 2 000 Stunden auf 3 500 bis 4 000 Stunden an und erreichte in der zweiten Hälfte des 19. Jh. mit weit mehr als 4 000 Stunden ihren Höhepunkt. Selbst an den Sonntagen wurde zum Zwecke der Auslastung der Maschinen gearbeitet (Prah 1977, S. 44).

Die beginnende Technisierung und damit einhergehende Erhöhung der Arbeitsleistung brachte den Arbeitnehmern erst allmählich Verbesserungen. Mehr und mehr organisierten sie sich in Parteien und Gewerkschaften, die um bessere Arbeitsbedingungen und Sozialleistungen kämpften. 1886 wurde in Genf der erste Versuch einer internationalen Übereinkunft zur Arbeitszeitregelung unternommen, der sich allerdings nicht durchsetzte. Der 8-Stunden-Tag wurde offiziell 1918/19 eingeführt. Erst 1913 kam es zu Arbeitszeitverkürzungen für Frauen und Arbeitnehmer unter 16 Jahren. Verbesserungen für die männlichen Arbeitnehmer brachten militär- und sozialpolitische sowie ökonomische Erwägungen. Die jungen Männer sollten für den Militärdienst gesund erhalten werden, und die Arbeitgeber erkannten, daß bessere Gesundheitsstände die Lebensarbeitszeit erhöhten. Außerdem brauchte man einen Markt für die entsprechenden Konsumgüter sowie Freizeit, damit die Konsumgüter genutzt werden konnten. Der Automobilunternehmer Henri Ford hat in der Industrialisierungsphase dieses Prinzip in sein unternehmerisches Denken aufgenommen und einen Aufschwung zu einem blühenden Industriezweig herbeigeführt.

### 3.2.4 Die Technisierungsphase

Im Nationalsozialismus wurde die Freizeit staatlich organisiert, um das politische System zu festigen. Die Nationalsozialisten sahen es als politische Aufgabe an, zum körperlich-seelischen Wohlbefinden der Menschen beizutragen. Dahinter steckte die Überzeugung, daß nur ausgeglichene Bürger bereit für gesellschaftspolitisches Engagement wären. Diese Gedankenführung fand Ausdruck in der Festschreibung der 48-Stunden-Woche. Desweiteren führte die unter der NSDAP stehende Organisation "Kraft durch Freude" erstmals Gruppenreisen in größerem Stil durch. Diese KdF-Reisen gelten heute als Beginn des Massentourismus.

Opaschowski (1994, S. 29) bezeichnet diese Gesellschaft als "Arbeitsgesellschaft". Die Freizeit wurde genutzt, um sich von der geleisteten Arbeit zu erholen und um neue Kräfte zu sammeln. Die Arbeit in der Phase nach dem Zweiten Weltkrieg wurde vom Wiederaufbau und dem Wunsch nach einer besseren Zukunft entscheidend beeinflusst. Zunächst wurde mehr Wert auf Lohnerhöhung als auf Arbeitszeitverkürzung gelegt. Ausschlaggebend war das Ziel hoher Produktionsergebnisse bei ungenügender Konsumkraft der Arbeitnehmer und damit fehlender Absatzmärkte. Die Zeit war von materiellem Sicherheitsdenken und der Orientierung am Einkommen geprägt. In dieser Zeit kommt der Arbeitsleistung ein hoher Stellenwert zu. Die Wirtschaft propagierte die Vollbeschäftigung, die als Gesamtergebnis größeres wirtschaftliches Wohlergehen und mehr Freizeit für den einzelnen Arbeitnehmer brachte.

In den 60er Jahren spielte die Arbeit noch eine größere Rolle als die Freizeit. Die technische Entwicklung brachte eine erhöhte Produktivität und ein steigendes Wirtschaftswachstum. Dieses Jahrzehnt zeichnet sich besonders durch die Anschaffung von Wohlstandsgütern aus, wie z.B. Fernseher, Auto, Waschmaschine. Vor allem leistet man sich einen Urlaub (Zimmers 1995).

Die 5-Tage-Woche mit 42 Stunden Arbeit und 127 freien Tagen im Jahr ließ eine größere Bedeutung der Freizeit zu Beginn der 70er Jahre erkennen. Existenz war noch das Leistungsprinzip, denn wer viel arbeitete, konnte sich während der Freizeit viel leisten. Die Wirtschaft war von einer Hochkonjunktur geprägt und Arbeitslosigkeit kein Thema. An den beiden freien Tagen am Wochenende kommt bereits eine Freizeitwertigkeit auf. In dieser Phase gewinnen immaterielle Aspekte an Bedeutung. Das kritische Nachdenken über den Sinn des Lebens setzt ein. Die Werte aus der Berufsarbeit nehmen rapide ab und rutschen im Wertesystem nach unten. Sie bleiben jedoch in dieser Arbeitsgesellschaft er-

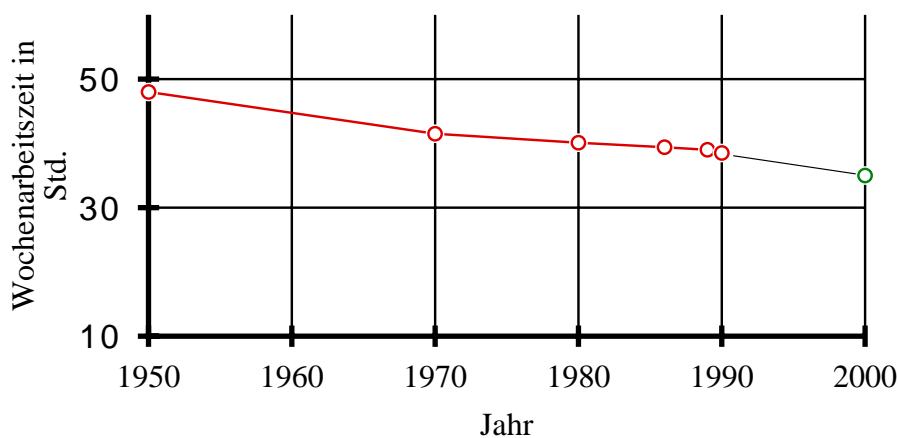
halten. Die 70er Jahre sind die Jahre des Genießens. Das Erleben von Kultur und Urlaub sind typisch für diese Zeit.

1989 wurde im öffentlichen Dienst die Arbeitszeit von 40 auf 39 Stunden reduziert, in der Metallindustrie war zu diesem Zeitpunkt bereits die 37-Stunden-Woche eingeführt. In den Tarifverhandlungen 1990 strebten die Gewerkschaften die 35-Stunden-Woche an, die in der Metallindustrie seit 1995 festgeschrieben ist. Die Bedeutung der Arbeit liegt nicht mehr ausschließlich im Geldverdienen, sondern ist wesentlich mit einem emotionalen Faktor verknüpft. Es setzt ein Wertewandel ein: Arbeit und Freizeit müssen Spaß machen. Das zeitliche Verhältnis zwischen Arbeit und Freizeit hat sich erstmals in der Geschichte umgekehrt. Es stehen mehr Stunden für Freizeit zur Verfügung (2 100) als für Arbeit (2 043 Stunden). Keine Generation vorher hatte soviel Freizeit. Seit 1952 nahm die tägliche Freizeit von 1,5 auf 4,1 Stunden zu, die Wochenfreizeit verlängerte sich von 1,5 auf 2 Tage, und die Urlaubsdauer hat sich von 9 auf 31 Tage mehr als verdreifacht. Es zeichnet sich allmählich eine Entwicklung zur "Freizeit-Arbeitsgesellschaft" ab (Opaschowski 1994, S. 30).

### 3.2.5 Die zukünftige Phase

Um das Jahr 2000 vollzieht sich der Wandel zur "Freizeit-Arbeitsgesellschaft".

Abb. 3: Die Entwicklung der Wochenarbeitszeit seit 1950



Quelle: Eigene Darstellung

Von den 365 Tagen eines Jahres verbringt der deutsche Arbeitnehmer gerade noch 200 Tage an seinem Arbeitsplatz. 2 800 Stunden Freizeit wird der Deutsche dann in einem Jahr genießen können, 876 Stunden mehr als vor zwanzig Jahren (Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 16.1.1996, S. B 1). Die Arbeit und die Freizeit stehen ganz im Zeichen einer sinnvollen Beschäftigung. Fest steht, daß die Zeit, in der Freizeit konsumiert werden kann, zunehmen wird.

Damit geht ein Trend zum freizeitkulturellen Lebensstil einher. Dabei handelt es sich nach Opaschowski nicht um eine kurzzeitige Modeerscheinung, sondern ein allgemeiner Bewußtseinswandel stützt die Entwicklung zu einer Freizeit-Arbeitsgesellschaft mit neuen Lebensinhalten.

In den 70er und 80er Jahren versuchten mehrere Wissenschaftler, Szenarien von der Freizeitgesellschaft des Jahres 2000 zu entwerfen. Während Opaschowski von einer zukünftig sinnvollen Nutzung der Freizeit ausging, beurteilte Chorherr (1980, S. 36 ff) eher kritisch, ob das Mehr an Freizeit sinnvoll genutzt werde. Er befürchtete, daß ziellose Arbeitszeitverkürzungen zu einem gesellschaftlichen Freizeitschock führen, mit der Konsequenz, daß viele Menschen zu "Totschlägern" ihrer Zeit werden. Übereinstimmend mit Opaschowski ist dieser Autor der Ansicht, daß die Obligationszeit (Dienstgänge, Fahrten zum Arbeitsplatz u.ä.) gegenüber dem Jahr 1990 zukünftig rapide zunehmen werde. Er rechnet mit fast 1 900 Stunden jährlich, die für Gesunderhaltung, Essen und Einkäufe, Erledigungen und Behördengänge sowie familiäre und gesellschaftliche Verpflichtungen aufgebracht werden müssen. Vor allem diese Verpflichtungen werden dazu führen, daß Freizeit nicht mehr wie in vergangenen Jahren zur Verfügung steht. Die Zeit nimmt einen sehr hohen Stellenwert ein und wird als kostbares Gut behandelt. Aus ehemaligen freiwilligen Freizeitbeschäftigungen werden notwendige Freizeitarbeiten.

Auch Vester (1988, S. 160 ff) versuchte, ein Bild über die Zukunft der Freizeitgesellschaft zu entwerfen: die das Freizeitverhalten bestimmenden Determinanten wie Zeit, Geld sowie Werte und Einstellungen sind dermaßen variabel, daß sich kein signifikantes Bild der Gesellschaft zeichnen läßt. Obwohl bei Befragungen und Analysen Zukunftswünsche hinterfragt und Vorstellungen analysiert werden, treten nach Ansicht Vesters lediglich Ideologien und "Sollvorstellungen" zutage. So schränkt Vester stark den Aussagegehalt ein, daß sich die zurückgehende Arbeitszeit voll zugunsten einer zunehmenden Freizeit auswirken würde. Bereits jetzt zeichnet sich ab, daß einige Erwerbstätige längere Arbeitswege in Kauf nehmen; einige Berufsgruppen, z.B. Manager, leitende Angestellte, können regelmäßig eine höhere wöchentliche Arbeitszeit nachweisen; einige Bevölkerungsgruppen nutzen

das Mehr an freier Zeit für freiwillige Arbeiten zu Hause. Insofern läßt sich das Freizeitbudget nur schwer bestimmen. Kriterien wie Alter, Geschlecht, Beruf, Ausbildung u.s.w. sowie die Tatsache, daß sich einzelne Beschäftigungen nicht eindeutig der Arbeit oder Freizeit zuordnen lassen, beeinflussen die Zeit der freien Disposition. Fest steht, daß das Freizeitbudget im wesentlichen von der Dauer der Arbeitszeit bestimmt wird.

Bell (1975) entwickelte das "postindustrielle Szenario", nach dem sich die postindustrielle Gesellschaft durch einen hohen wissenschaftlichen Status und einen hohen Technologiestandard auszeichnet. Kennzeichnend ist die Zunahme des tertiären Dienstleistungsgebietes. Nach Ansicht dieses Autors werden in Zukunft die Arbeitswelt und der Freizeitkulturbereich kaum Gemeinsamkeiten mehr aufweisen, sondern vielmehr immer weiter auseinanderdriften. Das Freizeitverhalten zeichnet sich durch eine "hedonistische Konsumethik" aus, die negative Rückkopplungen auf die soziokulturelle und politische Organisation der Gesellschaft bewirkt.

Ausgehend von einer sinkenden jährlichen Arbeitszeit erstellte Kahn (1977) das Szenario der "superindustriellen gesellschaftlichen Transformation". In diesem sind Arbeits- und Freizeitgesellschaft zwar voneinander getrennt, aber miteinander vereinbar. Hohe Produktivität der Arbeit sowohl quantitativ als auch qualitativ wirkt sich auf das Konsumverhalten aus und bestimmt den gesellschaftlichen Status und das Prestige.

Gershuny (1981) ging von der These der knapper werdenden finanziellen Mittel aus. Sich verteuern Dienstleistungen und Konsumnachholbedarf haben zur Folge, daß relativ billiger Freizeitkonsum (Fernsehen, Wandern) bevorzugt wird. Außerdem wird die Freizeitarbeit nach diesem Szenario zunehmen, so daß sich eine Mischform von Beruf, Job, Selbstbeschäftigung und Schwarzarbeit herausbilden wird.

Nach einer Studie Opaschowskis (1994, S. 34/35) hat sich gezeigt, daß die Medien das Freizeitverhalten der Deutschen grundlegend verändert haben, insbesondere das der Jugendlichen. Jeder fünfte Jugendliche beschäftigt sich mit dem Computer, während es bei den Erwachsenen noch nicht einmal jeder Zehnte ist. Insgesamt kann festgestellt werden, daß die elektronischen Medien (Video, CD, Videospiele) bei den heute 14-23jährigen sehr beliebt sind, wohingegen herkömmliche Printmedien, wie Zeitungen und Illustrierte, weniger nachgefragt sind. Nach Opaschowski folgen vor allem die Jugendlichen den Prinzipien: schneller, mehr und weniger intensiv. Die Schnellebigkeit hat eine Oberflächlichkeit zur Folge. Nach Ansicht des Autors wird die Obligationszeit (für Haushalts- und Reparaturarbeiten, Einkäufe, Behördengänge, familiäre Verpflichtungen) erheblich zunehmen, so

daß auch in Zukunft ein subjektiver Mangel an Freizeit vorhanden sein wird.

Szenarien haben den Sinn, mögliche Entwicklungsrichtungen aufzuzeigen, die planendes Handeln, auch von politischer Seite, ermöglichen. Dieser Abriß einiger Szenarien zeigt, daß die Zukunftsprojektionen aufgrund der vorliegenden Daten sehr unterschiedlich ausfallen. Befragungen nach Wünschen in der Zukunft mögen einen Einblick in die Idealvorstellung der Zukunft liefern, ob sie dann aber auch verwirklicht werden, sei dahingestellt. Tendenzen der zukünftigen Entwicklung bei flexiblen oder fixierten Variablen können aus den Studien interpretiert werden. Verglichen mit den Szenarien für das Jahr 2000 aus den 70er und 80er Jahren zeichnet sich für das nächste Jahrtausend ab, daß die Freizeitwirtschaft trotz wirtschaftlicher Probleme ein Wachstumsmarkt geblieben ist. Dieser Markt ist geprägt von Konsum jeglicher Art, sei es die Nutzung von Fitnessanlagen, Aus-, Weiter- und Fortbildung, Medien, Reisen, Sport und Spiel. Obwohl für große Teile der Bevölkerung mehr Freizeit zur Verfügung steht, wird die frei disponible Zeit wohl abnehmen, das heißt, die Menschen müssen mit ihrer Zeit "wirtschaften". Desweiteren nehmen Bildung und Kultur einen hohen Stellenwert ein, die sowohl für die berufliche als auch private Weiterbildung genutzt werden (Frankfurter Allgemeine Zeitung 1996, Nr. 13).

### **3.3 Freizeit, Wertesystem und Verhalten**

Die Freizeit nimmt im Leben eines jeden Menschen einen wichtigen Raum ein, unabhängig davon, ob er berufstätig ist, in Rente, arbeitslos oder noch in Ausbildung. Mit wachsender Verfügbarkeit von frei disponibler Zeit sucht der Mensch nach Beschäftigungsmöglichkeiten, die seinen Neigungen und Bedürfnissen entsprechen. Er baut dadurch in seiner Freizeit ein persönliches Wertesystem auf, das sein Freizeitverhalten entscheidend prägt. Dieses Wertesystem ist kein stabiles System, sondern bestimmten Entwicklungen gesellschaftlicher, politischer und vor allem wirtschaftlicher Art unterworfen. Wie diese Faktoren das Wertesystem beeinflussen, soll die Erläuterung der historischen Entwicklung aufzeigen. Hieraus sollen auch allgemeine Einstellungen der Bevölkerung abgeleitet werden, die mit Freizeit in Verbindung gebracht werden. Trends, Verhaltens- und Aktivitätsmuster sollen Aufschluß über Freizeitformen liefern, wobei der Tourismus als Teil der Freizeit angesehen wird. Außerdem wird versucht, eine Beliebtheitskala konkreter Freizeitbeschäftigungen -u.a. Fahrradfahren- zu erstellen. Da nach dem Prinzip der Nachhaltigkeit auch der wirtschaftliche Vorteil einer Region durch Freizeit und Tourismus eine Rolle spielt (vgl. Kap. 4), wird in diesem Kapitel auch auf Freizeitkonsum und Freizeitumsätze eingegangen.



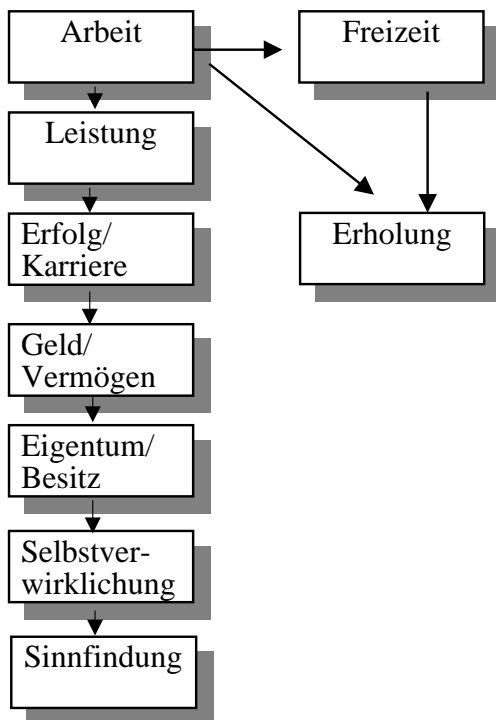
### 3.3.1 Wertesystem

Zum Thema "Wertesystem" führte Opaschowski (1990, S. 26 ff) umfangreiche Untersuchungen durch. Dabei stellte er fest, daß sich seit Beginn der 80er Jahre ein ganz bedeutender Wandel im Wertesystem ergeben hat. Die Auslöser sind primär in der rapiden technologischen Entwicklung und den damit verbundenen wirtschaftlichen, sozialen und psychischen Veränderungen zu sehen. Ebenso hat die ökologische Umbesinnung ein neues Wertedenken beeinflusst. Steigendes Einkommen, größere Mobilität, mehr Bildung und Wohlstand sowie mehr Freizeit führen zu weitreichenden Auswirkungen auf die Gestaltung der Arbeitswelt, der Freizeit und der Sinnggebung des Menschen. Insbesondere die gesellschaftlichen Bereiche Arbeit und Wirtschaft, Konsum, Wohnen und Freizeit, Sozialleben und Politik werden von den neuen Wertvorstellungen des Menschen beeinflusst und gesteuert.

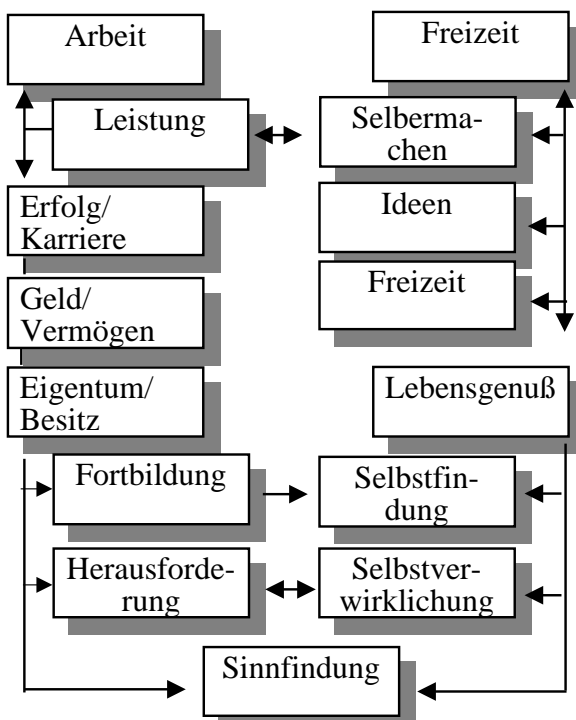
Abb. 4: Das Wertesystem im Wandel

Von den 50er zu den 90er Jahren

#### Traditionelles Arbeitsethos Arbeit ist zentraler Lebensinhalt



#### Neue Freizeitethik Arbeit und Freizeit ergänzen sich

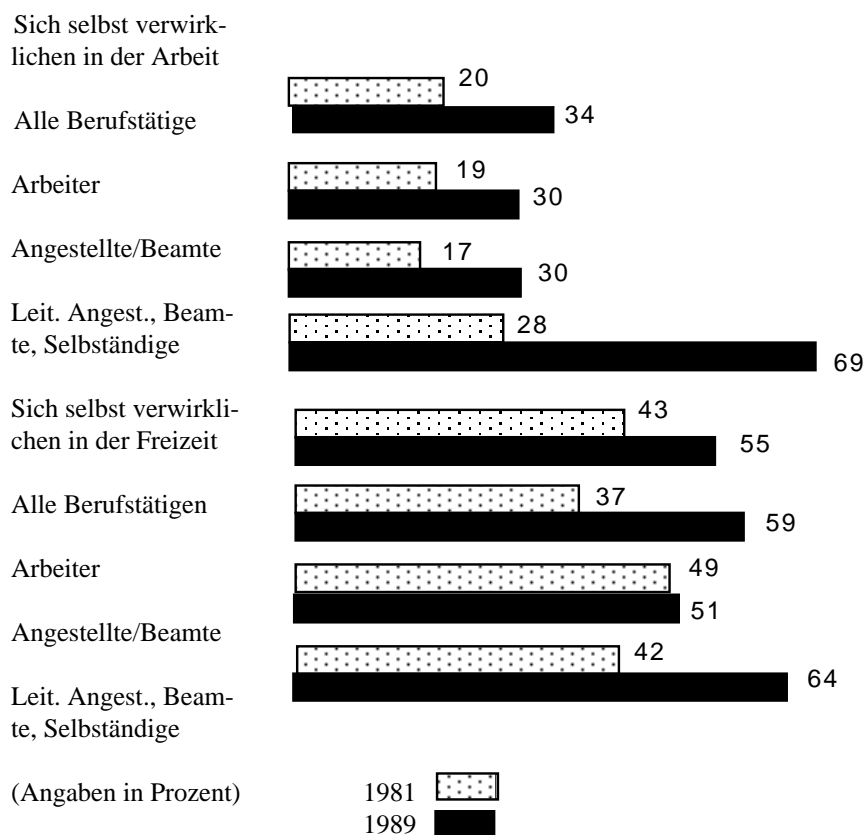


Quelle: Opaschowski 1990, S. 11

Die Suche des Menschen nach neuem Lebenssinn, die Besinnung auf Werte des Seins und nicht des Habens sowie die Auflösung alter Gesellschaftsstrukturen prägen diesen Wandel. Der Wunsch zur Selbstverwirklichung sowie die Befreiung von Fremdbestimmung sind die eigentlichen psychologischen Komponenten des Wertewandels. Die gestiegene freie Zeit bietet die Voraussetzung zur Selbstverwirklichung und stellt wiederum gleichzeitig den Motor für den Trendwandel dar, denn die in der Freizeit erlebten Erfahrungen werden auf den Bereich der Arbeit übertragen.

Während in den 50er Jahren die zentralen Lebensinteressen in der Arbeit und im Beruf lagen, finden sich in den 90er Jahren Werte-Profile aus dem Freizeitbereich, die zum Teil wieder auf die Arbeit übertragen werden. Die individuelle Lebensqualität spielt eine größere Rolle, aber nur deshalb, weil der materielle Wohlstand gesichert erscheint. Die Freizeit bietet die Möglichkeit zur Entfaltung der Lebensqualität, die durch die Merkmale Selbständigkeit, Spaß, Selbstentfaltung, Sinn, Zeit und Muße beeinflusst und bestimmt wird (Opaschowski 1994, S. 251).

Abb. 5: Die 80er Jahre im Zeichen der Selbstverwirklichung



Quelle: Opaschowski 1989, S.12

Dabei stehen insbesondere die 80er Jahre ganz im Zeichen der Selbstverwirklichung in Freizeit und Arbeit. Aus der Graphik ist deutlich zu entnehmen, wie im Zeitraum von 1981 bis 1989 der Anteil unter verschiedenen Berufsgruppen, die sich in der Arbeit verwirklichen können, größer geworden ist. Herausragend sind dabei die Berufstätigen in leitender Position.

Die Tendenzen zur Selbstverwirklichung haben sich bis heute fortgesetzt. Nach einer Untersuchung von Stern, Dialog 4, (DGF 1996, S. 20) stieg der prozentuale Anteil derer, die der Selbstverwirklichung /-entfaltung eine "sehr große Bedeutung" beimessen, von 1990 von 32 % auf 38 % 1995. Ebenso werden Lebensgenuß sowie Phantasie und Kreativität innerhalb dieser fünf Jahre höher gewertet.

Für die meisten Menschen nimmt die Freiheit innerhalb der Freizeit eine wichtige Position ein. Die Bedeutung der Freiheit liegt dabei im Freisein von Streß und Druck sowie in der Entscheidungsfreiheit für individuelle Unternehmungen.

Die Deutsche Gesellschaft für Freizeit betrachtet die Abnahme der transzendentalen Bezüge sowie der traditionellen Werte im Alltagsleben als Auslöser der Sinnsuche in der modernen Gesellschaft. Obwohl Selbstverwirklichung und Individualisierung immer wieder als höchste Werte in der heutigen Gesellschaft genannt werden, sind Umfragen zufolge Familie/Partnerschaft und Freunde als äußerst wichtig in der Werteskala eingestuft (DGF 1999, S. 26). Das Sinnangebot in der Multioptionsgesellschaft ist laut DGF außerordentlich vielfältig und ergibt sich zum Teil durch die Veränderung der Rollen von Mann und Frau. Nach Einschätzung der DGF zeigt sich neuerdings eine Einstellungsänderung gegenüber der Arbeit. Durch die Verknappung von Arbeit wird diese wertvoller und steht als Synonym für gesellschaftliche Kontakte, Zuwendungen, Dabeisein und Spiel. Deshalb wird sich trotz sinkender Anteile der Erwerbsarbeit keine Freizeitgesellschaft entwickeln, sondern eine komplexe Gesellschaftsform, die gleichzeitig Leistungs- und Konsumgesellschaft, Risiko- und Chancengesellschaft, Erlebnisgesellschaft und Gesellschaft der differenzierten Möglichkeiten und Grenzen ist (DGF 1999, S. 26-28).

Nach Opaschowski können fünf Motivations- und Orientierungsbereiche zusammengefaßt werden, die den Wertewandel charakterisieren:

1. Selbermachen, Selbst aktiv sein, Aktivität
2. Spontaneität, Kreativität, Selbstentfaltung
3. Sozialkontakte, Zusammensein, Gemeinsamkeit

4. Sich entspannen, Wohlfühlen, Wohlbefinden
5. Spaß, Freude, Lebensgenuß

Im Bestreben nach Selbstverwirklichung lassen sich nach Kleiber-Wurm (1990, S. 10) drei übergeordnete Trends erkennen:

1. Hedonismus (Lebensfreude, Sinngebung)
2. Extraversion (Ich-Du-Beziehung)
3. Erotik (Lust, Liebe, Körper)

Diese Trends lösen neue Lebensinhalte aus: mehr Zeit für sich selbst, mehr Zeit für andere, mehr Zeit für Weiterbildung und mehr Zeit für Aktivität. Ganz konkret werden sich diese Trends auf die Nutzung der Medien, die Eigenarbeit, den Tourismus, Hobbys, Bewegung und Gesundheit, Bildung, Kultur sowie soziales und politisches Engagement auswirken, also auf Bereiche, in denen intensiv gelebt und erlebt werden kann (Kirstges 1992).

Nach Klages (1984) stellen "Werte" emotionale Orientierungsrichtlinien innerer und äußerer Leitbilder dar, die nicht zwang- oder triebhaft ausgelöst werden. Seinen Aussagen zufolge zeichnet sich der Wertewandel aus durch:

- besondere Ausprägung bei der jüngeren Generation
- besondere Ausprägung bei steigender Bildung
- die Durchmischung der Werte aus Pflicht, Akzeptanz und Selbstentfaltung

Einer kritischen Betrachtung unterwirft Datzer (1987, S. 20 ff) die Diskussionen und Abhandlungen zum Thema "Wertewandel". Seine Kritik an den wissenschaftlichen Ausführungen setzt dahingehend an, daß festzustellende Trends als grundlegend veränderte Einstellungen der Menschen interpretiert werden. Datzer bezweifelt die Standfestigkeit der Interpretationen der Statistiken und wissenschaftlichen Abhandlungen über die Tragweite der Veränderungen im gesellschaftlichen Leben und ihre Auswirkungen. Anknüpfend an die Frage "Wandeln die Werte oder wandeln wir?" ergibt sich für viele Branchen, auch für die Touristikbranche, die Überlegung nach einem "wertegewandelten Konsumenten" oder nach einem "Konsumenten im Wandel".

Datzer führt die Grundaussage der Diskussion um den Wertewandel auf die Erkenntnis zurück, daß arbeitsbezogene Leistungswerte immer mehr durch freizeitbezogene Mußewerte ersetzt werden, da immer weniger Menschen Sinnerfüllung in Arbeit und Beruf finden und diese Sinnerfüllung in der Freizeit gesucht wird. Zurückzuführen sei diese Entwick-

lung auf die Verkürzung der Arbeitszeiten. Er vertritt die Ansicht, daß jede gesellschaftliche, und damit jede touristische Wirklichkeit einem dauerhaften und ununterbrochenen Wertewandel unterworfen ist. Diese Erkenntnis ist für Datzer von elementarer Bedeutung, da sie unterschiedliche Konsequenzen in der touristischen Entwicklung zur Folge haben muß. Seiner Ansicht nach haben diese Aussagen zu Verunsicherungen und Fehlverhalten in der Tourismusbranche durch "planlosen Aktionismus, hektischen Aufbau perspektivloser Kapazitäten und zu einer erfolglosen Verzettelung der touristischen Initiativen" geführt, um sich den schnell wechselnden Trends anzupassen. Datzer sieht die große Gefahr, daß die zu "Trends" hochstilisierten "Modeerscheinungen" das touristische Entwicklungskonzept eines Ortes bestimmen und zu einer Zunahme von kostenintensiven Infrastrukturen, wie Schwimmbädern, Rodelbahnen, Sportanlagen, führen.

Er warnt vor der Illusion, daß deutsche Ferienregionen durch künstliche Urlaubslandschaften mit Meer und Palmen in Konkurrenz zu den maritimen Urlaubsgebieten treten könnten, da der "neue" Urlaubertyp, basierend auf einem Wertewandel, nur prognostiziert ist.

Wie diese Ausführungen belegen, hat die Freizeit im Laufe der letzten Jahrzehnte einen Wandel erfahren. Dieser Wandel bezieht sich auf die zur Verfügung stehende freie Zeit als auch auf den Wert der Freizeit von einer reinen Rekreation hin zu neuen Sinnerfahrungen. Hierbei stellen die 90er Jahre im Verhältnis Freizeit - Arbeit einen wichtigen Abschnitt dar. Erstmals liegt die Freizeit höher als die eigentliche Arbeitszeit. Wie aus Kap. 3.2 hervorgeht, ist dieser Entwicklungsprozeß auf wirtschaftliche und gesellschaftspolitische Erregenschaften zurückzuführen.

Dabei treten die wichtigsten arbeitswirtschaftlichen Veränderungen zwischen 1957 und 1977 auf. Diese sind gekennzeichnet durch die:

1. Reduzierung der durchschnittlichen Arbeitszeit
2. Einführung der 5-Tage-Woche
3. Verlängerung des Jahresurlaubes um fast eine Woche in diesem Zeitraum

Die industrielle Arbeit hat zu Wohlstand und Besitz und vor allem zu mehr Freizeit am Tag, in der Woche und im Jahresverlauf beigetragen. Die Freizeit wurde genutzt, um sich von der Arbeit zu erholen und um Negativerfahrungen durch die Arbeit mit sinngebenden Beschäftigungen auszugleichen. Diese, in der Freizeit erfahrenen Lebenswerte, wurden auf Arbeitswelt, Arbeitsmoral und Leistungssinn übertragen und motivierten wiederum, diese in der Arbeitswelt einzusetzen. Diese Entwicklung konnte jedoch die Bedeutung der Arbeit

nicht verdrängen, sondern verlieh ihr lediglich neue Werte. Arbeit und Leistung müssen einen Sinn haben und Spaß machen. Freizeitinteressen sind zu Lebensinteressen geworden. Man strebt auf breiter Basis Selbstverwirklichung in Beruf und Freizeit an.

Die Freizeit selbst kann als Motor des Wertewandels auf der Suche nach neuen Lebenszielen und Lebensqualitäten angesehen werden. Die Freizeit selbst erhält ihren individuellen Stellenwert durch Freizeitgestaltung und -verhalten und ist demnach auch Ausdruck eines persönlichen Lebensstils. Die gesellschaftlichen Veränderungen, die insbesondere bei der jüngeren Generation stark ausgeprägt sind, machen adäquate Formen von Freizeitangeboten notwendig, die sich inhaltlich an die Werteskala anpassen.

### **3.3.2 Freizeitverhalten**

Das Freizeitverhalten wird bestimmt durch den individuellen Lebensstil eines Menschen und ist stark von Gefühlen und Wunschvorstellungen geprägt. Der individuelle Lebensstil eines Menschen ist keine konstante Größe, sondern wird von emotionalen, externen und internen Faktoren beeinflusst.

Bisher wurden viele Versuche unternommen, das Freizeitverhalten einer soziologischen Systematik folgend zu erklären. Einflußfaktoren konnten zwar empirisch erfaßt, ihre gegenseitigen Beziehungen und Bedingungen bisher jedoch nicht in ihrer Wirkungskraft definiert werden.

Hanhart (1964, S. 35 ff) stellte fünf Ordnungsprinzipien zusammen, um die mannigfaltigen Freizeitbeschäftigungen zu gliedern:

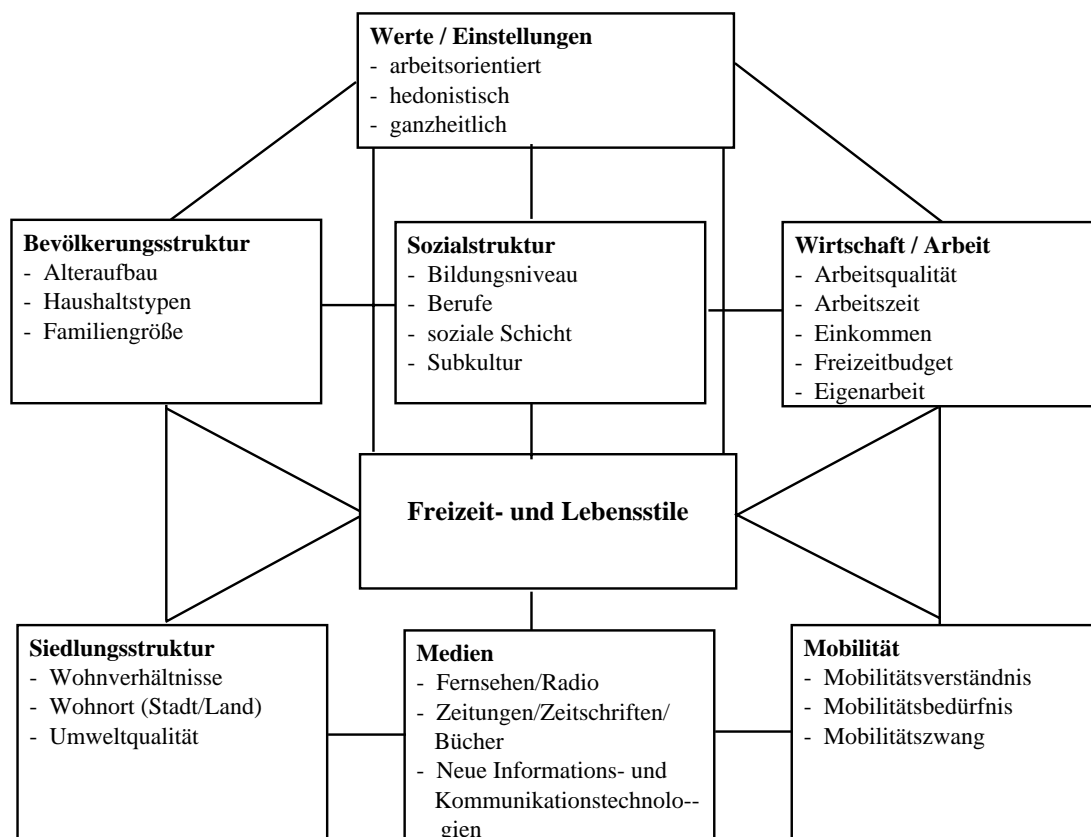
- nach Ort und Zeit
- nach der funktionellen Gebundenheit (Gebundenheit an Personen bzw. allein oder in Gruppen)
- nach der Sinnerfüllung (Orientierung)
- nach der geistigen und körperlichen Aktivität
- nach der Abhängigkeit

Er selbst war sich im Klaren darüber, daß diese Liste keinen Anspruch auf Vollständigkeit erhebt. Je nach Betrachtungsweise lassen sich weitere Ordnungsprinzipien erstellen, wie beispielsweise Dauer, Anforderungsprofil, finanzieller Aufwand und ähnliches. Die von

ihm aufgelisteten Ordnungsprinzipien dienen dazu, "Freizeitphänomene in wechselnder Hinsicht" zu bestimmen. Bei dieser Aufstellung ging Hanhart von den Freizeitaktivitäten eines erwachsenen berufstätigen Mannes aus.

Krippendorf (1986) systematisierte die verschiedenen Einflußfaktoren auf die Freizeit- und Lebensstile.

Abb. 6: Freizeit - und Lebensstile im sozio-ökonomischen Umfeld



Quelle: Krippendorf et al. 1986, S. 24

Insbesondere persönliche Wertvorstellungen leiten das Verhalten in der Freizeit. Neben sozialen, demographischen und ökonomischen Faktoren sind Medien sowie Mobilität das Freizeitverhalten beeinflussende Größen. Presse, Funk und Fernsehen sind wichtige Informationsträger, die zum einen selbst als Freizeitmittel dienen und zum anderen durch Berichterstattung und Werbung Freizeitbedürfnisse wecken. Die Mobilität war wichtige Voraussetzung für den Bedeutungswandel der Freizeit überhaupt. Die freie Zeit mußte

nicht mehr in den eigenen vier Wänden verbracht werden, sondern man erkundete vor allem an den Wochenenden mehr und mehr das Umland und erweiterte somit den persönlichen Angebots- und Interessenbereich. Raumbezogene Faktoren, insbesondere Wohnort und Wohnqualität bestimmen das Freizeitverhalten ebenfalls in starkem Maße.

Vester (1988) unterscheidet sechs "Dimensionen", auf die sich eine Analyse des Freizeitverhaltens stützen sollte. Das erste Beziehungsfeld sieht Vester im Bereich "Arbeit - Freizeit". Die zweite Problemdimension ordnet der Autor der "schichtspezifischen" Verteilung von Freizeit zu. Ein weiteres Untersuchungsfeld ist die "altersspezifische" Verteilung und Nutzung der Freizeit. Einem räumlichen Aspekt wendet Vester die vierte Dimension zu. Die fünfte Problemdimension betrifft die Kommerzialisierung der Freizeit durch die Industrie und die letzte schließlich ist im gesellschaftlichen Umfeld begründet.

Neben diesen Einflußfaktoren typologisierte Vester Lokalitäten, an denen Freizeit stattfinden kann: Wohnungen, urbane Freizeitumwelten, urbane Räume, urban gestaltete und natürliche Landschaften sowie natürliche oder wilde Freizeitumwelten.

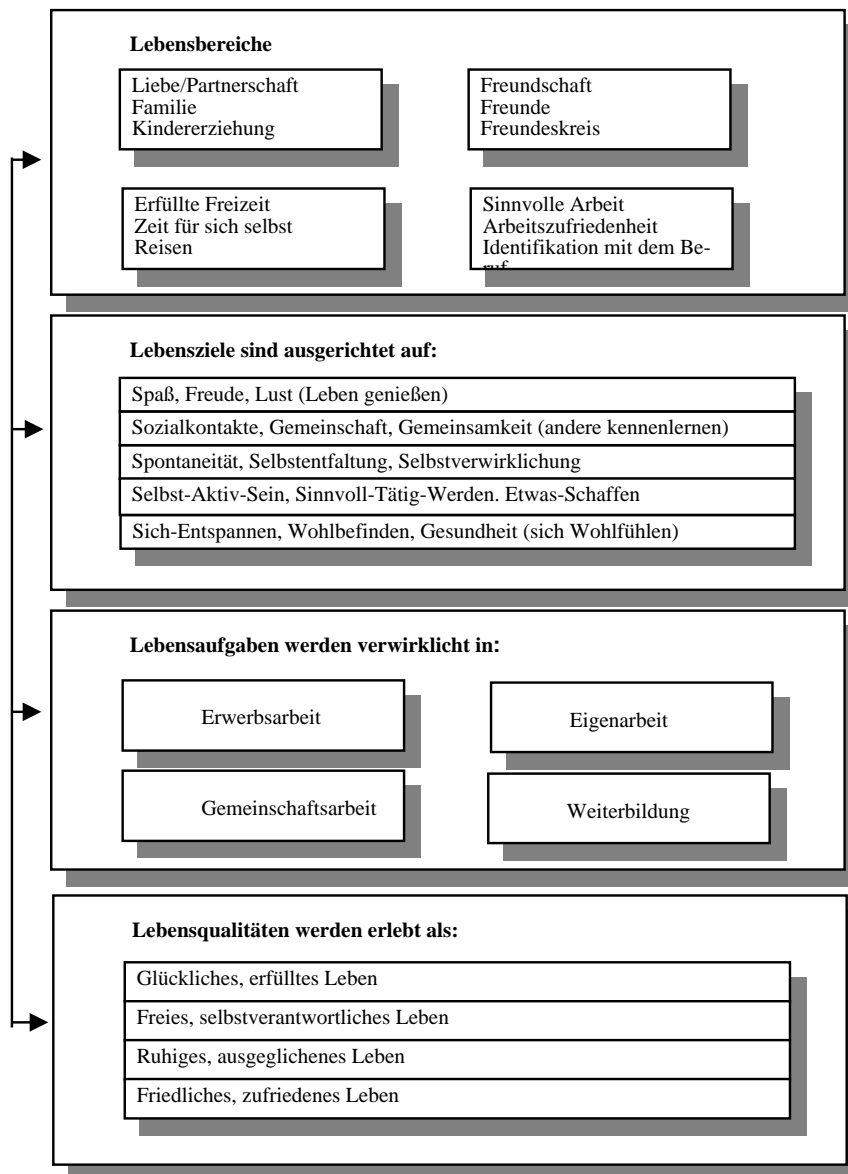
Diese Typologie stellt nur ein grobes Raster dar, innerhalb dessen die sozialen Ansprüche an die Räume erfüllt werden können. Diese Raster können differenziert werden durch:

- die Möglichkeiten der Kontrolle über die jeweilige Freizeitumwelt , d.h. die Möglichkeit der Regulation oder der Zugangsbeschränkung,
- der Verweildauer oder
- der Kapazität.

Opaschowski (1994, S. 246) stellt das Freizeitverhalten in engen Zusammenhang mit Lebensfreude und Lebensqualität. Der Freizeitmensch des ausgehenden 20. Jahrhunderts benötigt zum Glücklichen und Wohlfühlen "Kulinarisches, Kontakte und Konsum" (Opaschowski 1994, S. 248). Spezifisches Wesensmerkmal der Lebensqualität in der Freizeit und gleichzeitig die wichtigsten Motive für Freizeitbeschäftigungen lauten heute "Spaß haben, Selbstentfaltung, Sinn, Muße und Zeit". Die Freizeitphilosophie von Jugendlichen kann pointiert mit "Freisein, Faulsein, Spaß haben" zusammengefaßt werden.



Abb. 7: Lebens- und Freizeitqualitäten



Quelle: nach Opaschowski 1988, S. 32

Bei Lüttke (1986, S. 163 ff) tauchen aufgrund langjähriger Untersuchungsreihen drei wichtige Freizeitstile auf:

- kulturelle bzw. Bildungsfreizeit (Theater, Museen, Weiterbildung)
- aktiv-sportliche Freizeit (Sport, Vereinstätigkeit)
- innenorientierte Freizeit (Beschäftigung mit der Familie).

Diese Freizeitstile werden beeinflusst von: Geschlecht, Alter, Lebenszyklus, Schulbildung, Berufstätigkeit, Beruf, Haushaltseinkommen und sozialer Schicht.

Die Deutsche Gesellschaft für Freizeit (1996, S. 35/36) faßte aufgrund der Vielfalt an Freizeitgestaltungsformen und -stilen verschiedene Freizeitmuster und ihre Motivationen zusammen.

Die DGF trifft die Aussage, daß jede Art menschlicher Beschäftigung als Freizeittätigkeit definiert werden kann. Dennoch werden in der Literatur nur bestimmte Verhaltensweisen der Freizeit zugeschrieben. Im engsten Sinne ist nach der DGF das Hobby als Freizeittätigkeit zu bewerten.

Abb. 8: *Freizeitmuster und Motivationsformen*

<b>Ruhe, Alleinsein, Selbstverwirklichung</b>	<b>Bindungen, Verpflichtungen</b>
Regeneration, sich in ein Hobby vertiefen, Gesundheitspflege	In Vereinigungen mitarbeiten, anderen Menschen helfen Garten-, Pflanzen- und Tierpflege, Natur- und Umweltschutz
<b>Konsumieren</b>	<b>Soziale Selbstdarstellung</b>
Einkaufen, Essen, Trinken, Teilnehmen, Zuschauen, Zuhören, Genießen, Berieseln lassen	Sich durch Kleidung, Freizeitausrüstung, Freizeittätigkeiten gegenüber anderen zeigen
<b>Vergnügen und Zerstreuung</b>	<b>Begegnung mit dem Schönen, Gestalten, künstlerische Auseinandersetzung</b>
Ablenkung von Alltagsproblemen etwa mit Fernsehen, Spiele aller Art, Computer- und Videospiel, Glücks- und Gewinnspiele, Besuch von Kinos, Erlebnisgaststätten, Diskotheken und Freizeitparks	Besuch von Museen, Sammeln, Kunstausbübung, Kunsthandwerk, Archäologie; und Theaterbesuch, Theater-spiel, Tanz; Lesungen besuchen, Schreiben u.s.w.
<b>Mobilität, Suchen neuer Umweltreize</b>	<b>Geistige und politische Anregungen, Bildung</b>
Ausflüge, Reisen, Abenteuer, Begegnung mit fremden Menschen und Kulturen	Diskussionen, Lesen, Vorträge hören, kulturelle Veranstaltungen besuchen, Angebote der Erwachsenenbildung <b>der politischen und kulturellen Bildung</b>
<b>Körperliche Bewegung, sportlich, spielerische</b>	<b>Beteiligung am Wettkampf, Leistung, Konkurrenz</b>
Spaziergang, Wandern, Radfahren, Schwimmen, Spiel, Tanz, alle übrigen Sportarten, insbesondere in Form des Freizeitsports, aber auch bei Gartenarbeit, Kinderbetreuung, Do-it-yourself	Messen körperlicher und geistiger Fähigkeiten mit sich und anderen
<b>Geselligkeit und soziale Kommunikation</b>	<b>Praktisch-nützliche Produktivität</b>
Zusammensein mit Freunden, Verwandten, Bekannten, gemeinsame Unternehmungen, Begegnungen in der kleineren Gruppe (Club)	Handarbeit, Kochen, Wohnungs- und Umweltgestaltung, Hausarbeit, Do-it-yourself

Quelle: DGF 1996, S. 36

Durch diese Auffassung steckt die DGF einen großen Rahmen der der Freizeit zuzuordnenden Verhaltensweisen ab. Hierdurch ergeben sich keine Argumentationsschwierigkeiten, ob spezielle Tätigkeiten dem Arbeits- oder dem Freizeitbereich angehören, wie bei-

spielsweise Gartenarbeit, Handarbeit oder Reparaturarbeiten. Damit wird der individuellen Einstellung zu bestimmten Tätigkeiten Rechnung getragen: Was für den einen notwendige Arbeit bedeutet, kann für den anderen Hobby und ausgleichende Beschäftigung sein.

Aus den Erläuterungen geht hervor, daß es weder **d a s** Freizeitverhalten der Gesellschaft noch **d a s** Freizeitverhalten des Menschen gibt. Eine Vielfalt an Vorstellungen, Strukturen und Emotionen lassen das Freizeitverhalten zu einer wandelbaren Größe werden. Dennoch können aufgrund statistischer Häufigkeit verschiedene Verhaltens- und Aktivitätsmuster in Abhängigkeit besonderer Merkmale, z.B. Alter, herausgearbeitet werden. Diese Ergebnisse sind für die Praxis bei der Erstellung zielgruppenorientierter Angebote sowie für die Animation von großer Bedeutung. Ebenso lassen sich daraus für die Planung bereits Tendenzen zukünftiger Freizeitgestaltung erkennen.

### **3.3.2.1 Freizeit nach sozio-demographischen Merkmalen**

Das Individuum ist ein durch Sozialisation geprägtes Wesen, wobei unter Sozialisation der gesamte Prozeß verstanden wird, durch den ein Individuum im Laufe seines Lebens durch Interaktion mit anderen Personen und seiner Umwelt bestimmte Verhaltens- und Erfahrungsmuster (Werte, Regeln, Normen) entwickelt. In der Soziologie wird dieser Prozeß als Lebenszyklus bezeichnet, der sich wiederum in verschiedene Lebensphasen gliedern läßt. Der Lebenszyklus (Stellung im Lebenslauf) setzt sich aus mehreren Variablen zusammen, die für das Freizeitverhalten von Bedeutung sind (Lüdtke et al. 1986, S. 165). Die persönlichen Freizeitbeschäftigungen sind einem Wandel unterworfen, der in den Bereich des Wertewandels und in das Gefühl des "In-Seins" hineinspielt.

Das Alter ist zwar eine wichtige Determinante bei der Beschreibung des Lebenszyklus, allein jedoch nicht ausschlaggebend für eine lebenszyklische Betrachtungsweise des Freizeitverhaltens und der altersspezifischen Freizeitstile (Vester, 1988, S. 73). In der Literatur finden sich verschiedene Ansätze zur systematischen Erfassung des Lebenszyklus eines Menschen. Neben dem Alter spielen beispielsweise bei Gordon und Gaitz (1976) die Bezugspersonen und der Intensitätsgrad, zu dem die jeweiligen Aktivitäten das Individuum in kognitiver, emotionaler und physischer Hinsicht beansprucht, eine große Rolle.

Bei den Erwachsenen zeigt sich eine starke Differenzierung der Freizeittätigkeiten nach Alter und Geschlecht. Trotz aller Bemühungen um die Gleichstellung der Frau zeigt sich die Geschlechtsspezifität als wichtigste Determinante im Freizeitverhalten. Nach Opa-

schowski (1996, S. 86 ff) zeigen insbesondere die berufstätigen Frauen ein spezielles Freizeitverständnis, das Ausdruck findet in der Unterteilung der Freizeit in "persönliche Freizeit" und "Familienfreizeit", die mit Partner und Kindern verbracht wird. Für rund 45 % der berufstätigen Frauen beginnt die Freizeit mit Beendigung der Arbeitszeit. Berufstätige und nichtberufstätige Frauen haben unterschiedliche Werthierarchien entwickelt. So nimmt für die berufstätige Frau die Freizeit einen deutlich höheren Stellenwert ein (89 %) als bei der nichtberufstätigen (79 %). Hausfrauen legen großen Wert auf kulturelle Veranstaltungen, soziales Engagement sowie auf die Betreuung der Familie, während bei der berufstätigen Frau konsumbezogene Faktoren im Vordergrund stehen (Auto, Einkauf, Urlaubsreisen, Restaurantbesuche).

Nach einer Befragung von Männern und Frauen zum Freizeitverhalten von Frauen zeichnet Opaschowski (1996, S. 98/99) folgendes Bild:

- Frauen sind sozial engagierter als Männer
- Frauen sind offener für neue Anregungen als Männer
- Frauen haben vielseitigere Freizeitinteressen als Männer
- Frauen zeigen spontaneres und flexibleres Freizeitverhalten als Männer
- Frauen genießen Freizeit bewußter als Männer
- Frauen sind in der Auswahl der Freizeitaktivitäten niveau- und anspruchsvoller als Männer
- Frauen sind in ihrer Freizeit aktiver und unternehmungslustiger als Männer

Die geschlechtsspezifischen Unterschiede bestehen bei der aktiveren sportlichen Freizeit. 17,7 % der Männer treiben in der Freizeit Sport, bei den Frauen liegt die entsprechende Zahl bei 11,2 %. Frauen bevorzugen kommunikativ-personenbezogene Freizeitbeschäftigungen wie z.B. Besuche machen, Schaufensterbummel machen (DGF 1996, S. 39; Opaschowski 1987).

Neben dem Geschlecht spielt das Alter eine wichtige Rolle im Freizeitverhalten. Ältere Menschen verfügen in der Regel über größere Zeitressourcen als jüngere und zudem über ausreichend finanzielle Mittel, die den Zugang zu einer Reihe von Freizeitmöglichkeiten erschließen. Bestimmend für das Freizeitverhalten der älteren Menschen sind neben der finanziellen Situation Gesundheit, soziale Lebenslage (Partner, Freundeskreis), Mobilitätsgrad sowie generationsspezifische Effekte.

Abb. 9: Freizeitaktivität nach Geschlecht und Alter

in %	Alter in Jahren									
	Gesamt	Mann	Frau	14-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70+
Fernsehen	93,8	93,6	93,9	93,7	90,7	91,7	93,5	94,8	97,3	96
Bücher lesen	21,6	19,3	23,7	37,5	26,9	21,1	19,8	18,8	17,4	16,8
Spazieren gehen	25,3	21,2	29,1	12,5	18,8	21,2	18	26,4	37,2	41,9
Sport treiben	14,3	17,7	11,2	40,4	23,9	14,2	10,8	10	7,1	4,3
Wandern	2,1	2,2	1,9	0,7	1,1	1,6	1,7	3,3	3,2	2,0

Quelle: nach DGF 1996, S. 39

Jüngere Menschen verbringen mehr als die älteren ihre Freizeit außer Haus. An der Spitze stehen Vereinsaktivitäten, Sport, Weiterbildung und Lokalbesuche. Im häuslichen Bereich dominiert bei der jüngeren Generation das Lesen von Büchern, Radio und Schallplatten hören, während bei den Älteren Gartenarbeit und Spaziergänge an der Spitze stehen. Fast gleichmäßig hoch ist der Anteil an Fernsehen, der durch fast alle Altersschichten um die 93 % liegt. Die in der Literatur dargestellte Desozialisierungsthese (Vester 1988, S. 130), nach dieser sich ältere Menschen einem Rückzugsprozeß unterwerfen, kann aufgrund der vorliegenden Daten der DGF (1996, S. 39) nicht bestätigt werden: Insbesondere bei der Generation der über 60jährigen nimmt die Geselligkeit (Besuche machen) einen hohen Stellenwert ein.

Das Freizeitverhalten von Kindern und Jugendlichen ist stark altersabhängig. Grundsätzlich tendieren Jugendliche eher zu inaktiven Formen der Freizeitgestaltung, wie Musik hören, fernsehen, reden, faulenz, Kinder dagegen eher zu aktiveren Formen und wechselnden Tätigkeiten. Kinder und Jugendliche verbringen 58,5 % ihrer Freizeit zu Hause. Mit 91,3 % ist Musik hören beliebteste Freizeitbeschäftigung. Malen und Zeichnen hat in etwa den Stellenwert wie Bücher lesen. 27,2 % der Kinder und Jugendlichen fahren in ihrer Freizeit Fahrrad, das beliebteste Freizeitsportart ist, gefolgt von Volleyball, Tennis und Inlineskating (DGF 1996, S. 37/38 und DGF 1999, S. 42)).

Wichtiger Abschnitt auf der Suche nach neuen Lebensinhalten ist der Zeitpunkt des Berufsaustrittes. Subjektives Wohlbefinden und persönliche Lebenszufriedenheit sind die fundamentalen Werte der jungen Rentner. Nach Opaschowski (1994, S. 141) sind die "neuen Alten":

- kultur- und bildungsinteressiert
- sport- und gesundheitsorientiert
- lebenslustig und genußfähig
- kaufkräftig und konsumfreudig

Das Rentenalter ist im Leben eines Menschen eine bedeutende Lebensphase. Das durchschnittliche Renten-Eintrittsalter liegt heute bei 57,5 Jahren, nur etwa jeder zehnte Neurentner ist 65 Jahre oder älter (Opaschowski, 1994, S. 140). Nach dem Austritt aus dem Berufsleben folgen drei wichtige Lebensphasen: Neuorientierung (55 - 69 Jahre), Konsolidierung (70 - 79 Jahre) und Alter (80 Jahre und mehr).

Rentner nutzen ein breites Spektrum an Freizeitaktivitäten. Hierbei stehen das Heimwerken mit 62 % und die Pflege der familiären Beziehungen mit 61 % an oberster Stelle. Sehr beliebt bei den Rentnern ist mit 57 % das Lesen und das Reisen (46 %). Weit über ein Drittel der nicht mehr Berufstätigen treibt Sport oder geht einem Hobby nach. Man pflegt Geselligkeit in einem Verein (23 %), geht aber auch gerne in Konzerte, Theater oder Opern (21 %). Mit dem Besuch von Museen und Ausstellungen verbringen immerhin noch 18 % der Rentner ihre Zeit. Lediglich 13 % gehen in ihrer Freizeit spazieren oder wandern (Stand: 1993; DGF 1996, S. 40).

Während rund zwei Drittel der Rentner mit ihrer neuen Lebenssituation zufrieden sind, klagen immerhin 38 % über Einsamkeit, Langeweile und Probleme mit der freien Zeit. Nach der DGF (1996, S. 34) gab es 1993 rund 17 Millionen Menschen in Deutschland, die 60 Jahre und älter sind. Die Alterspyramide wird in den nächsten Jahren sehr stark von dieser Altersgruppe geprägt sein, so daß die Lebens- und Freizeitsituation der älteren Generationen als politische Aufgabe definiert werden kann.

Beliebteste Freizeittätigkeiten von Erwachsenen (1999) allgemein sind Musik hören (90,8 %), Fernsehen (86,5 %), Zeitung lesen (72,7 %), gut essen gehen (75,7 %) und mit Freunden zusammen sein (70,0 %). Insgesamt zeichnet sich in den letzten Jahren eine leichte Zunahme an sportlichen Aktivitäten wie Radfahren, Joggen, Inlineskating, Wassersport und Skifahren ab (DGF 1999, S. 42).

Die Institution Familie ist innerhalb des Lebenszyklus von herausragender Bedeutung, da in und mit der Familie ein Großteil der Freizeit verbracht wird und auch grundlegende Verhaltensweisen und Muster, die für die Berufs-, Arbeits- und Freizeitwelt von Bedeutung sind, geprägt werden. Als Beschreibung der Variablen, die den Lebenszyklus inner-

halb einer Familie beeinflussen, sind zu erwähnen: Alter, Geschlecht, soziale Schicht, Einkommens- und Wohnverhältnisse, Bildungsstand von Eltern und Kindern sowie die sich wandelnden Organisationen, Rollen- und Werteorientierungen innerhalb einer Familie. Neuere Entwicklungen in der Gesellschaft sind allerdings bei der Interpretation lebenszyklischen Freizeitverhaltens zu berücksichtigen: hohe Scheidungsraten, familienähnliche Lebensformen, hoher Stand an Single-Haushalten.

Die schulische und berufliche Ausbildung schlägt sich in der Anzahl der häuslichen und außerhäuslichen Aktivitäten nicht nieder. Es ist lediglich festzustellen, daß mit qualifizierter Ausbildung anspruchsvollere Aktivitäten ausgeübt werden, wie Bücher lesen, Weiterbildung, Theater- und Konzertbesuche. Gruppen mit niedrigem Ausbildungsniveau bevorzugen dagegen Fernsehen und Lokalbesuche. Die Gruppe der überlokal Orientierten zeichnet sich von den qualifiziert Ausgebildeten durch eine breitere Palette von Freizeitaktivitäten aus. Bei unteren Sozialschichten findet Fernsehen die beste Resonanz, während bei den oberen Sozialschichten Bücher lesen, Theater- und Konzertbesuche an erster Stelle stehen.

Die mit der Arbeit Unzufriedenen zeigen ein anderes Aktivitätsmuster in ihrem Freizeitverhalten als die Zufriedenen. Diejenigen, die mit ihrer Arbeit unzufrieden sind, gaben als liebste Freizeitbeschäftigung die Garten- und Hausarbeit an. Die mit ihrer Arbeit Zufriedenen zeigen ein aktiveres Freizeitverhalten, das sich in Weiterbildung und Spazierfahrten dokumentiert.

### **3.3.2.2 Bevorzugte Freizeitaktivitäten**

Opaschowski (1994, S. 60/61) untersuchte, welche Werte einem "besonders gelungenen Wochenende" im Hinblick auf Ort, Personen und Aktivitäten zugeordnet werden. Dabei verbrachten 75 % der Befragten ihre Freizeit außer Hause, 40 % waren mit der Familie zusammen und 57 % machten einen Ausflug oder eine Wochenendreise. Laut DGF (1999, S. 46) verbringen 67 % der Deutschen ihre Freizeit am Wochenende außer Haus.

Aktivitäten finden eher am Wochenende statt als an Wochentagen. Während der Samstag noch zum Teil für häusliche Arbeiten genutzt wird, steht der Sonntag für verschiedene Aktivitäten zur Verfügung. An der Spitze stehen Wandern, Spazierengehen (16 %), Radfahren (15 %), Besuche von privaten Feiern (14 %) und Besuche von Veranstaltungen (15 %) (DGF 1999, S. 46). Dennoch wird ausgiebig Zeit am Wochenende für die passive Erho-

lung genutzt, wie lange schlafen oder fernsehen.

In der bundesdeutschen Bevölkerung haben sich 1999 im Vergleich zu den Vorjahren einige geringfügige Änderungen im Beliebtheitsgrad sportlicher Aktivitäten gezeigt: Sport treiben allgemein stieg von 39,7 % im Jahr 1995 auf 40,5 % 1999 an. Ebenso stieg das Radfahren von 54,3 % 1995 auf 55,3 % 1999. In diesem Zeitraum gewann das Skifahren an Attraktivität und stieg um 1,3 % auf 20,1 %. Auch das Jogging fand 1,4 % mehr Anhänger als 1995 und erreichte 1999 16,4 % (DGF 1999, S. 43).

Die Deutsche Gesellschaft für Freizeit erstellte auf der Basis verschiedener Repräsentativbefragungen eine Hochrechnung für verschiedene Freizeitaktivitäten auf die Zahl der Anhänger innerhalb der bundesdeutschen Bevölkerung ab 6 Jahren (Kriterien: regelmäßig bzw. mehrmals in der Woche, häufig und besonders gern). "Musik hören" fand mit 34 und Fernsehen mit 26 Millionen die meisten Anhänger. 17 Millionen Menschen lieben das Reisen, 15 Millionen das Bücher lesen, 18 Millionen Kurzreisen und Ausflüge machen. (DGF 1996, S. 43). Das Radfahren hat ebenfalls 17 Millionen Anhänger (seit 1996 unverändert), wobei 156 000 davon in Vereinen organisiert sind. 4. 000 000 davon betreiben sportliches Mountainbiking. Zum Vergleich: 7 Millionen Bundesbürger (1996) gehen besonders gern wandern (DGF 1999, S. 104).

Tiefgreifende Veränderungen im Verhaltensmuster in der Freizeit sind während der letzten Jahre nicht beobachtet worden. Differenzierungen ergeben sich durch die Veränderungen demographischer und wirtschaftlicher Faktoren, dem allgemeinen Wunsch nach Abwechslung sowie Modetrends.

### **3.3.2.3 Psychosoziale Probleme der Freizeit**

Nach Opaschowski (1995, S. 181 ff) haben sich in der Industriegesellschaft soziale Ausgliederungs- und Vereinsamungsprozesse entwickelt, die sich ergeben haben durch Trennung von Wohn- und Arbeitsstätten, Trennung der Generationen, Entstehung der Kleinfamilie, Kommunikationsarmut am Arbeitsplatz, anonymitätsfördernde Strukturen im Wohnungs- und Städtebau sowie hohe soziale Mobilität. Der Rückzug in die Privatsphäre in Verbindung mit dem Erfordernis zur individuellen Zeitverwendung und -gestaltung in der Freizeit bringt für viele Menschen Langeweile durch Nichtstun und Unbeschäftigtsein. Diese Langeweile erzeugt auf Dauer innere Leere und Einsamkeit. Insbesondere der Mangel an Arbeit (auch Freizeitarbeit) bedingt einen ungegliederten Tagesablauf und eine Ver-



mischung von Zeit- und Zielstrukturen. Nach einer Untersuchung des Allensbacher Institutes aus dem Jahr 1993 (in: Opaschowski 1995, S. 187) fühlen sich 29 % der Bevölkerung "selten", 23 % "manchmal" und 6 % "häufiger" einsam und allein. Rund 36 % der Bundesbürger reagieren auf Langeweile durch Einschalten des Fernsehers, immerhin noch 33 % gehen spazieren, joggen oder schwimmen (Opaschowski 1995, S. 203). Vereinsamungsprobleme treten in allen Altersklassen auf, sind aber seltener, wenn in der Kindheit und Jugendzeit bestimmte Freizeitinteressen entwickelt und gepflegt wurden.

In einer Repräsentativbefragung untersuchte Opaschowski (1990) ganz konkret die Freizeitwünsche der Bundesbürger in der Zukunft.

Abb. 10: Freizeitwirklichkeit und Freizeitwunsch im Jahr 1990

Beschäftigung	Realität %	Wunsch %	Veränd. %
Reisen, Ausflüge machen	17	47	+ 30
Kulturangebote nutzen	8	22	+ 14
Persönlich weiterbilden	8	17	+ 9
Freizeit-, Ferienakademie	2	11	+ 9
Ins Kino gehen	9	15	+ 6
Tanzen gehen	12	16	+ 4
Beruflich fortbilden	8	16	+ 4
Sozial engagieren	8	12	+ 4
Im Garten arbeiten	16	18	+ 2
Sport treiben	28	29	+ 1
Ausgehen, Essen gehen	27	27	0
Ehrenamtlich arbeiten	10	10	0
Nebentätigkeit	8	6	- 2
Heimwerkern	18	15	- 3
Handarbeiten	22	14	- 8
Hobby widmen	43	35	- 8
Shopping, Einkaufen	31	19	- 12
Bekannte besuchen, einladen	47	31	- 16
Mit Freunden zusammensein	59	34	- 25
Faulenzen, Nichtstun	50	24	- 26
Mit der Familie beschäftigen	62	30	- 32
Fernsehen	87	20	- 67

Quelle: nach Opaschowski 1990, S. 47

Wie aus dieser Aufstellung hervorgeht, nimmt der Wunsch nach qualitativen Freizeitbeschäftigungen zu. In erster Linie werden das Reisen, das Nutzern von kulturellen Angeboten und die persönliche und berufliche Weiterbildung genannt. Zudem klaffen Realität und

Wunsch beim "Sport treiben" kaum auseinander, obwohl der Gesamtanteil mit 28 % schon relativ hoch war. Zudem hat eine Untersuchung Opaschowskis (1995, S. 181 ff) gezeigt, daß "sich draußen bewegen" von einem Drittel der Bevölkerung als Mittel gegen Langeweile dient. Diese Untersuchungen belegen die Bedeutung sportlicher Angebote für eine Freizeitnutzung, die auch den Wünschen der Bevölkerung entspricht.

Die Mehrheit der Bevölkerung glaubt jedoch nicht an eine ungestörte Freizeit in der Zukunft, sondern befürchtet Streßsituationen durch die Vielfalt von Freizeitangeboten und Konsumansprüchen. Das Gefühl von Zeitnot und ständiger Anforderung und Überforderung erzeugt Rastlosigkeit und innere Unruhe, so daß Gedränge in Kaufhäusern, Pflichtbesuche, Familientreffen, Ruhestörungen und Lärmbelästigungen als Streßfaktoren empfunden werden. Opaschowski spricht von "Freizeitstreß", der sich zum Dauerstreß ausweiten kann, wenn keine Ruhe- und Entspannungsphasen eingelegt werden. Zeit ist zu einem knappen und wertvollen Gut geworden.

Der zunehmende Freizeitstreß durch Reizüberflutung äußert sich vor allem bei Jugendlichen in Form von Aggressivität, ältere Menschen reagieren darauf eher durch Nervosität (Opaschowski 1995, S. 218). In beiden Fällen können aber gesundheitliche Risikofaktoren auftreten.

### **3.4 Freizeit und Wohnen**

Das Freizeitverhalten am Feierabend und am Wochenende wird sehr stark von den Wohnverhältnissen (Wohnung und Wohnumfeld) sowie den Angeboten im näheren Wohnbereich, in der Stadt oder in den Naherholungsgebieten beeinflusst.

Nach einer Untersuchung von Opaschowski (1994, S. 60/61) zeichnet sich ein gelungenes Wochenende dadurch aus, daß es bevorzugt außer Haus verbracht (75 %), sozial-kommunikativ orientiert und aktiv gestaltet wird. Die wichtigsten Motivationen dabei sind das Verlangen nach frischer Luft und Naturerleben, Freiheitsbedürfnis und Erlebnisdrang, Bewegungslust und Ausgleichsbedürfnis sowie Kontaktsuche und Anerkennungsstreben.

Der Wohnraum selbst dient zur Erfüllung der Grundfunktionen wie Essen und Schlafen. Außerdem bietet er Schutz, Geselligkeit und Zuflucht. Das Wohnen hat zwei grundlegende Aspekte:

- Wohnlichkeit und
- Wohnqualität.

Die Wohnlichkeit unterliegt einer subjektiven Anschauung. Der Mensch gestaltet seinen Wohnraum nach eigenem Geschmack mit Einrichtungs-, Kunst-, und Gebrauchsgegenständen. Der Wohnraum ist Teil der Identität eines Menschen und Ausdruck seiner selbst.

Die Wohnqualität hat eine räumliche und soziale Bezugsgröße. Grundstücksgröße, Gestaltung der Außenanlage, Größe der Räume, Komfort und Ausstattung im und am Haus, Erreichbarkeit und Anbindung sowie die Lage zu Dienstleistungseinrichtungen, wie Schulen, Kindergärten, Ärzten und vor allem das Angebot im Wohnumfeld bestimmen die Wohnqualität. Zudem spielt, insbesondere in städtischen Bereichen mit einem höheren Anteil an Mietwohnungsnehmern als auf dem Lande, die Wohnsicherheit (Mieterschutz) eine nicht unbedeutende Rolle.

Die fortschreitende Urbanisierung mit einer Entwicklung zur Trennung von Wohn- und Arbeitsbereichen hat zur Stadtflucht geführt und die Menschen in Agglomerationen in den Außenbereichen zusammengeführt. Die Funktion der Städte selbst bleibt fast ausschließlich einer ökonomischen Entwicklung vorbehalten.

Nach rationalen und funktionalen Gesichtspunkten gebaute Wohnblocks tragen zwar dem Bedarf an Wohnraum Rechnung, führen aber immer mehr zur Inhumanisierung des Wohnumfeldes. Vor allem im sozialen Wohnungsbau mit wenig Grün, wenig Raum zur Eigenentfaltung, Lärm, fehlenden Spielanlagen für Kinder, wenig attraktiven Stadtbildern, wenig anregenden Kommunikationszentren und Einkaufsmöglichkeiten werden heute noch Fehler begangen, die bewirken, daß keine Identifikation der Bewohner mit ihrem Wohnort erfolgt. Die mangelnde Wohnumfeldqualität führt unter anderem dazu, daß die Bewohner zum Erleben ihrer Freizeit "hinaus ins Grüne" fahren und ihre Erholung zunehmend in ländliche Gebiete verlagern, wodurch eine zunehmende Belastung des städtischen Nahbereichs gegeben ist. Besonders an den Feierabenden kann eine lebens- und liebenswert gestaltete Stadt oder ein Wohnviertel zum Verweilen einladen. Ihre Bewohner werden nicht gezwungen, Grünanlagen oder Stadtparks aufzusuchen, um sich von der Arbeit zu erholen.

Wie die Deutsche Gesellschaft für Freizeit nachweisen konnte, besteht eine enge Korrelation zwischen Freizeitverhalten und Wohnumfeld. Je größer die Städte in bezug auf die Einwohnerzahl sind, desto höher ist die Anzahl der außerhäuslichen Aktivitäten während den Wochenenden. Mehrere Untersuchungen zum Naherholungsverhalten von Großstädtern

haben ergeben, daß die Wohnsituation jedoch nicht allein ausschlaggebend für das Aufsuchen naturnaher Freizeitgebiete im ländlichen Raum ist. Ebenso spielen Einkommen, Alter, Motorisierung und Stellung im Lebenszyklus eine Rolle (Romeiß-Stracke 1986, S. 65).

### 3.4.1 Freizeitwert von Orten

Der Freizeitwert eines Ortes ist mehr als die Summe seiner Einrichtungen. Wesentlich ist, wie diese Einrichtungen für das Publikum offengehalten werden und zur Nutzung zur Verfügung stehen. Sportstätten, Museen oder Galerien haben nur dann einen Freizeitwert, wenn sich die Öffnungszeiten an den Bedürfnissen der Benutzer orientieren. Vor allem das Dienstleistungs- und Serviceangebot muß der Nachfrage der Besucher angepaßt werden. Allerdings machen nicht nur die direkten Freizeiteinrichtungen, wie Sportstätten, den Freizeitwert aus, sondern der Begriff ist ein umfassender. Landschaftliche, soziale, kulturelle und historische Faktoren bestimmen die Wertigkeit eines Ortes entscheidend. Neben der Freizeitinfrastruktur spielt das Image eines Ortes eine Rolle bei der Einschätzung seines Freizeitwertes. Das Image kann allerdings sehr individuell sein, was einer besonders schätzt, z.B. die Kontaktfreudigkeit, kann für einen anderen eher störend sein.

Bei der Entscheidung, ob die Freizeit am Feierabend in den eigenen vier Wänden oder im direkten Wohnumfeld <sup>4</sup> verbracht wird, ist der ästhetische Aspekt entscheidend. In der Städteplanung ist man sich dieser Probleme bewußt und versucht, ganz konkret durch eine Reihe von Maßnahmen die Städte und vor allem die Stadtrandgebiete lebenswerter zu gestalten.

Sanierungsmaßnahmen, Ausbau von verkehrsberuhigten Zonen und Begrünungsmaßnahmen sollen der Stadt neue Lebenswerte verschaffen, die ihr die Anonymität nehmen. Als Aufgabe stellt sich hierbei für die Stadtplaner die Sicherung der natürlichen Lebensgrundlagen sowie die Sicherstellung der Erholung der Bevölkerung in den Freiräumen der Stadt.

Erholungsräume in Stadtnähe sind oft nicht attraktiv genug hinsichtlich Größe, Erreichbarkeit, Ausstattung, Natürlichkeit oder Belastung durch Störfaktoren, wie Lärm oder Abgase.

---

<sup>4</sup> Als Wohnumfeld kann jener Wohnbereich bezeichnet werden, der sich räumlich in Sicht- und Fußwegnähe um die Wohnung gruppiert und durch wesentliche, dem Wohnen zugeordnete Lebensfunktionen bestimmt wird ( Nohl et al. 1988).

Um dem entgegenzuwirken, werden in der Planung von Freiräumen um die Stadt komplexe Lösungsansätze angestrebt, die beinhalten:

1. Wohnumfeldverbesserung
2. kommunale Freiraumplanung
3. Verkehrsberuhigung
4. Umweltschutz (Entwicklung von Kleingrün an Fassaden, Bächen, Straßengrün)

Abb. 11: Freizeitwert eines Ortes



Quelle: nach Agricola 1991

Gerade die freizeitrelevanten Umweltbedingungen (Grünflächen, Lärmfreiheit, bauliche Gliederung) sind neben der eigentlichen Freizeitinfrasturktur maßgebend für das Freizeitverhalten einer städtischen Bevölkerung. Das System städtischer Erholungsfreiräume umfaßt die privaten Haus- und Vorgärten, institutionelle Freiflächen (Kindergärten, Schulen), öffentliche Freiflächen (Parks, Stadtwälder), monofunktionale Freiflächen (Kleingärten, Sportanlagen) sowie Grünverbindungen an öffentlichen Straßen und Wegen. Als Anhaltspunkt wurde ein Freiflächenwert von 500 qm pro Einwohner und 2 qm für ungebundenen Sport und Spiel im Verdichtungsraum ermittelt (Nohl et al. 1988).

Nach einer Untersuchung von Opaschowski (1986 S. 8) spielen innerstädtische Grünanlagen und Stadtparks eine große Rolle für die schnelle Erholung nach Feierabend, sie stellen aber keine Alternative für die Wochenenderholung dar. Gemäß dieser Studie werden die Stadtparks regelmäßig, zu allen Jahreszeiten und während der ganzen Woche genutzt. Die meisten Besucher kommen zu Fuß oder mit dem Fahrrad. Die Anziehungskraft eines Parks ist besonders groß, wenn er innerhalb von zehn Minuten erreichbar ist. Vergleicht man das Aktivitätsspektrum von Parkbesuchern und Naherholern, so sind kaum Unterschiede festzustellen.

Während im Park Aktivitäten wie Sonnen, Ruhen und Lesen bevorzugt werden, wird in Naherholungsgebieten mehr gewandert und man schaut sich mehr Sehenswürdigkeiten an. Unterschiede gibt es allerdings bei der Häufigkeit der Besuche. In der Studie gaben 44 % der Befragten an, über 20 mal im Jahr den Stadtpark aufzusuchen. Dagegen halten sich 45 % der Befragten nur 2-5 mal im Jahr in demselben Naherholungsgebiet auf (Opaschowski 1986, S. 2).

Die Untersuchung von Stadtparks in Hamburg, Dortmund, Frankfurt, Mannheim und München ergab, daß Stadtparks in ihrem derzeitigen Bild nicht für die ausgiebige Wochenenderholung geeignet sind. Wanderwege und Wasserflächen werden für die Freizeit vorausgesetzt. Da die Weiträumigkeit ein wichtiges Kriterium für das Verbringen der Freizeit im Umland ist, schlägt Opaschowski vor, keine insulären Stadtparklösungen anzustreben, sondern Grünflächenkonzepte zu erstellen, die diese Erwartungen alle zusammen erfüllen können. Insbesondere durch eine großflächige Anlage, mehr große Bäume als Kleingrün, durch die Einbeziehung der Elemente Wasser und Land sowie die Einplanung von vielen Betätigungsmöglichkeiten wie Sport, Kultur, Veranstaltungen und Freizeiteinrichtungen kann ein Stadtpark seinem Umland optisch angepaßt und damit attraktiver gestaltet werden. Das Verknüpfen einzelner Freizeiträume wie bepflanzte Straßen, Alleen, Verbindungen von Rad- und Wanderwegen fördern das Bild der Weiträumigkeit.

### 3.4.2 Verkehrsplanung

Im Themenkontext Freizeit-Wohnen ist die Betrachtung des öffentlichen Verkehrsnetzes miteinzubeziehen, das einen wichtigen Aspekt der Freiraumplanung darstellt. Für das Jahr 1998 wurde immerhin ein Anteil an Autofahrten im Freizeitbereich von 35 % ermittelt. Dies entspricht etwa 768 Mrd. Personenkilometer im Jahr 1998 für die Freizeit (DGF 1999, S. 129). Nach einer Untersuchung der Verkehrsgemeinschaft Saar (VGS) liegt die vergleichbare Zahl an Autofahrten im Freizeitbereich für das Saarland bei 24 % (VGS 1991, S. 37). Die Deutsche Gesellschaft für Freizeit erachtet den Aufbau eines funktionierenden Freizeitverkehrsmanagements als wesentliche Zukunftsaufgabe.

Als oberste Ziele für die Verkehrsplanung werden erhoben:

- Verbesserung der Verkehrssicherheit
- Reduktion der Lärm- und Luftbelastung
- Rückgewinnung als Aufenthaltsflächen
- Verbesserung der optischen Straßengestalt

Als Ansätze für die flächendeckende Verkehrsberuhigung bieten sich folgende Möglichkeiten an:

- Ausbau des Liniennetzes des öffentlichen Nahverkehrs vom Stadtrand in die Stadt
- Anschluß an überörtliche Achsen
- Bereitstellung wichtiger Verbindungen, z.B. an Interregio und Intercity
- Schienenanschluß für größere Siedlungsgebiete um die Zentralstadt
- Verdichtung des Haltestellennetzes
- Verkehrssichere und ansprechende Gestaltung der Haltestellen
- Schaffung der Voraussetzungen für Kombinationen Rad/Auto und öffentlicher Nahverkehr
- kundenfreundliche Tarifpolitik des öffentlichen Nahverkehrs- Verlangsamung des fließenden Kfz-Verkehrs (Verkehrsberuhigung)
- Restriktive Parkraumplanung (Verfügbarkeit, Dauerbeschränkungen, Kosten)
- Maßnahmen zur Verkehrsorganisation (Sackgassen, Einbahnstraßen, Reduzierung der Fahrbahnbreiten)
- Fahrplanabstimmung der einzelnen Zug- und Busverbindungen
- Schaffung von attraktiven Angeboten für Gäste, die mit öffentlichen Verkehrsmitteln anreisen, wie Abholservice, kostenloser Gepäcktransport.

Insbesondere für den nichtmotorisierten Verkehr ist die Erstellung eines flächendeckenden Netzes mit attraktiven, ununterbrochenen Fuß- und Radwegen zu den Erholungsräumen Voraussetzung für die Akzeptanz. Hierdurch kann auch eine Entlastung des öffentlichen Straßenraumes erreicht werden (vgl. Heinze et al. 1997).

### 3.5 Freizeit und Tourismus

Mit den Errungenschaften der Wirtschaft seit der Industrialisierung stieg die allgemeine Lebensqualität, die Ausdruck in zunehmender Freizeit und Mobilität sowie höherem Einkommen findet. Insbesondere diese Faktoren bildeten die unabdingbaren Voraussetzungen des Reisens allgemein. Aber auch soziale und kulturelle Normen trugen zur Entwicklung des Tourismus bei. Nicht unerheblich hat die zunehmende Verstädterung mit all ihren Problematiken sowie kulturelles Interesse an fremdländischen Regionen das Reisen zu einem Allgemeingut werden lassen. Tourismus ist Teil der Freizeit genauso wie Freizeit ein Teil des Tourismus ist.

Krippendorf (1986, S. 41) ordnet den Tourismus in ein System ein, das ständig im Wandel begriffen ist und in dem der Mensch im Mittelpunkt steht. Einflußgrößen des Tourismus sind: Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft. Im wesentlichen wird das System von sozialen und rechtlichen Normen, von Investitionen und Konsumausgaben sowie der Politik gesteuert. Gesellschaft und Wirtschaft bilden zusammen ein sozioökonomisches Subsystem, das in seinen Auswirkungen eng in Beziehung zum System Umwelt steht.

Das Tourismussystem beinhaltet verschiedene Funktionen, die für die Menschen, die daran teilhaben, von Bedeutung sind:

1. Die gesellschaftliche Funktion des Tourismus besteht zum einen in der Regeneration und im Ausgleich des stark beanspruchten Industriemenschen. Die Pflege von gesellschaftlichen Kontakten und das Prestige, das mit Urlaub verbunden ist, tragen zur Selbstverwirklichung und Selbstbestätigung bei. Das Kennenlernen von Sitten und Gebräuchen anderer Völker ist ein Aspekt der Völkerverständigung. Tourismus hebt die Lebensqualität in den betreffenden Gebieten.

2. Die wirtschaftliche Funktion des Tourismus konzentriert sich auf die Erhöhung der volkswirtschaftlichen Bilanz, der Beschäftigungszahlen, des regionalen Ausgleichs sowie auf einen Multiplikatoreffekt. Die Anziehungskraft eines attraktiven Raumes mit vielen Freizeitmöglichkeiten wirkt sich positiv auf das Image aus. Die Wachstumsfunktion be-



zieht sich auf die Bereiche:

- Wohlstand
- Kultur
- Landwirtschaft
- Natur

Die äußeren Einflußfaktoren, die dieses System antreiben, sind Einkommen, Freizeit, Mobilität, Arbeits- und Wohnqualität.

3. Die ökologische Funktion des Tourismus beinhaltet im wesentlichen Natur- und Umweltschutz, Landschaftspflege und Umweltsensibilisierung. Freizeit und Tourismus einerseits sowie Umwelt- und Naturschutz andererseits müssen keine konträren Begriffspaare mehr bilden. Vielmehr sollte eine gemeinsame Zielrichtung angestrebt werden, die durch den Tourismus entstehende Probleme mit dem Naturschutz in vertretbare Bahnen lenkt. Durch besondere Angebote und Maßnahmen kann im Urlaubsort eine Umweltsensibilisierung und -erziehung herbeigeführt werden, die ganz konkret auch zu Hause umgesetzt werden kann. Dabei ist "Einsicht" die Voraussetzung, um längerfristig zu einer Verhaltensänderung zu gelangen ( Krippendorf 1986, S. 41 ff).

### **3.5.1 Analyse des Reiseverhaltens**

Das Reiseverhalten wird sehr stark von sozio-ökonomischen Faktoren beeinflusst. Diese Aussage trifft sowohl auf die Reiseintensität als auch auf das Aktivitätsmuster während des Urlaubs zu.

1998 haben rund 48,5 Millionen Deutsche (über 14 Jahre) nach der F.U.R. Reiseanalyse (1998) mindestens eine Urlaubsreise von mindestens 5 Tagen unternommen. Insgesamt wurden rund 63,4 Millionen Urlaubsreisen registriert, rund 1,2 Millionen mehr als 1997. Davon führten 70,4 % ins Ausland. Die Zahl der Auslandsreisen ging damit 1998 gegenüber dem Vorjahr um 0,7 % zurück. Bevorzugte Destinationen waren Spanien, Italien und Österreich. 18,8 Millionen Reisen führten 1998 zu inländischen Zielen. Die meisten Bundesbürger bevorzugten Bayern (4,6 Mio. Reisen), gefolgt von Schleswig-Holstein (2,9 Mio. Reisen). Die deutschen Urlaubsregionen gewannen entgegen den Vorjahren geringe Marktanteile. So führten 1972 noch 44 % aller Urlaubsreisen in deutsche Feriengebiete, 1988 waren es noch 31,3 %, 1996 verbrachten nur noch 30,2 % ihren Urlaub in Deutsch-

land und 1998 waren es 29,6 % (Studienkreis für Tourismus 1990, S. 41; F.U.R. Reiseanalyse 1998, S. 2 ff).

Die Reiseintensität <sup>5</sup> der Deutschen stieg seit 1970 (41,6 %) stetig an und erreichte mit 78,1 % im Jahr 1994 den bisherigen Höchstwert. Bereits 1995 machte sich ein Rückgang der Reiseintensität bemerkbar (1995: 77,8 %), die sich 1996 drastisch fortsetzte und einen Wert von 71,8 % erreichte. Das bedeutet, daß rund 3,7 Millionen Menschen weniger als 1995 eine (oder mehrere) Urlaubsreise(n) unternommen haben. Seit 1997 (74,3 %) ist wieder ein leichter Anstieg feststellbar (1998: 76,4 %) (DTV 1999, S. 7 und 137). Nach wie vor bleiben die Deutschen allerdings die reisefreudigste Nation der Welt (Bezug: Reiseintensität), gefolgt von US-Amerikanern und Briten (FVW 1995, S. 47).

Die Kurzreisen erfreuen sich nach wie vor großer Beliebtheit. 6,5 Millionen Personen haben 1989 in der damaligen Bundesrepublik Deutschland eine Kurzurlaubsreise unternommen, 3,6 Millionen Personen sogar vier und mehr Reisen. (Studienkreis für Tourismus 1990, S. 24 und S. 28/29). Die Kurzreiseintensität ist von 1994 (44 %) zu 1998 (42,1%) leicht zurückgegangen. 13 % der Deutschen haben 1998 ausschließlich Kurzreisen unternommen, die vor allem der Erholung, Unterhaltung und Besichtigung dienen (DGF 1999, S. 141/142).

### **3.5.1.1 Einflußfaktoren des Reiseverhaltens**

Neben der wirtschaftlichen Großwetterlage ist das Reise- und Urlaubsverhalten von individuellen Einflußfaktoren abhängig. Primär sind es die ökonomischen Verhältnisse, der Bildungsstand, die berufliche Stellung sowie demographische Merkmale wie Alter und Familienstruktur.

Starke Veränderungen im Reiseverhalten in Abhängigkeit zum Alter sind seit Beginn der 70er Jahre festzustellen. Zu diesem Zeitpunkt zeigten sich die jüngeren Generationen wesentlich reisefreudiger als die älteren. Die mittlerweile 35-45jährigen sind mit dem Reisen vertraut und stellen heute neben den Jugendlichen den größten Anteil an Reisenden. Besonders auffallend ist jedoch der starke Zuwachs der über 60jährigen Reisenden. Im Jahr 1992 haben sogar 47,6 % der über 60jährigen eine oder mehr Urlaubsreisen durchgeführt (Statistisches Bundesamt 1995, S. 167).

---

<sup>5</sup> Reiseintensität ist der Anteil der deutschen Bevölkerung über 14 Jahren in %, der im Kalenderjahr wenigstens eine Urlaubsreise von 5 Tagen oder länger gemacht hat.

Tab. 1: *Urlaubsreisen 1992 in % nach Alter der gereisten Personen*

Anzahl der Urlaubsreisen je Person	Alter der gereisten Personen von ... bis unter ... Jahren			
	15 - 30	30 - 45	45 - 60	60 und mehr
0	33,6	37,5	39,6	52,4
1	37,9	36,9	29,5	26,7
2	19,7	17,7	22,4	12,8
3 und mehr	8,8	8,0	8,5	8,1
Summe der Urlaubsreisen	66,4	62,6	60,4	47,6

Quelle: Statistisches Bundesamt 1995, S. 167 (verändert)

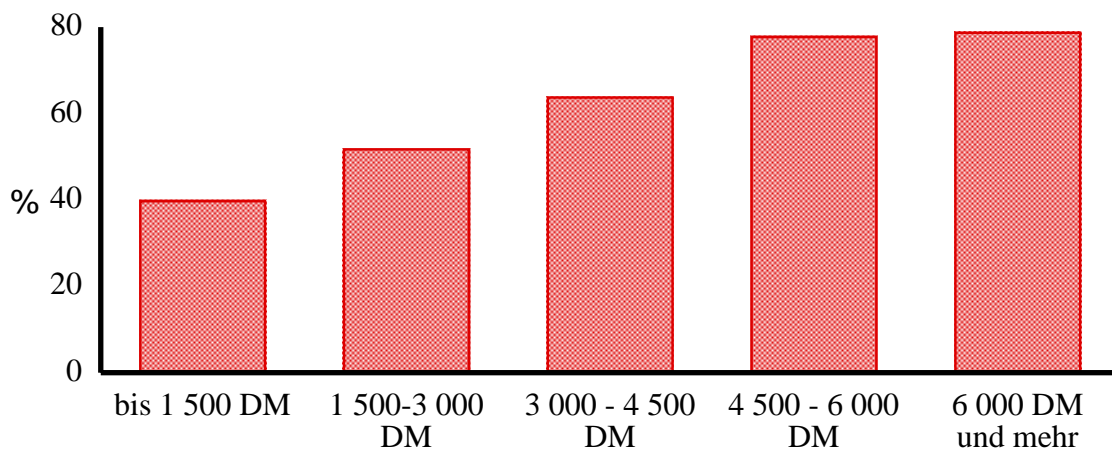
Wie aus der Tabelle zu entnehmen ist, nimmt die Anzahl der Urlaubsreisen in Abhängigkeit vom Alter stetig ab. Jüngere Leute verreisen weitaus mehr als ältere. 1998 lag die Reiseintensität bei den 14-29jährigen bei 78 % (F.U.R. 1998, S. 12). Auffallend ist, daß bei den 30-45jährigen ein Einbruch bei drei und mehr Urlaubsreisen zu verzeichnen ist. Eine mögliche Erklärung ist die finanzielle Belastung der jungen Familien. Die 45-60jährigen, die ihre berufliche und familiäre Existenz gesichert haben und durch die Selbständigkeit ihrer Kinder finanziell unabhängiger sind, tendieren weitaus öfter zum Zweit- und Dritturlaub als die Altersklasse darunter.

Neben dem Alter spielt die Schulbildung und die damit in Zusammenhang stehende Berufstätigkeit eine große Rolle beim Reiseverhalten. Im Jahr 1995 sind nur 26 % der Personen, die ein Gymnasium besucht haben, nicht verreist. Bei denen, die einen Realschulabschluß erreicht haben, liegt die entsprechende Zahl bei 32 %, während sich 1995 50 % der Personen, die in einer Grund- oder Hauptschule unterrichtet wurden, keinen Urlaub leisteten.

Reisen ist kein ausgesprochenes Privileg der Besserverdienenden. Die Intensität steigt jedoch kontinuierlich mit dem verfügbaren monatlichen Haushaltsvolumen an. Tourismus und Reisen haben erheblichen Anteil an den Freizeitausgaben einer deutschen Familie. Fast ein Viertel davon werden für den Urlaub aufgebracht. Der größte Teil dieser Gelder fließt jedoch ins Ausland: 1998 waren es 82 Mrd. DM, 1990 lag die entsprechende Zahl noch bei 54 Mrd. DM. Da die Ausgaben von Ausländern in Deutschland nicht in gleichem Maße steigen, weist dementsprechend die Reiseverkehrsbilanz ein Defizit aus, das 1998 52 Mrd. DM betrug (DGF 1999, S. 146 und 155).

Ein Vergleich der Reiseintensität in Abhängigkeit vom Einkommen zeigt deutlich, daß die niedrigen Einkommensstufen (bis 1 500 DM netto pro Monat) mit einer Intensität von 40 % im Jahr 1993 im Vergleich zum westdeutschen Durchschnittswert von 60 % deutlich weniger reisen. Unter dieser Gruppe sind häufig Arbeiter, Familien mit Kindern und Arbeitslose zu finden, die 1993 gegenüber dem Vorjahr noch weniger gereist und vor allem preisbewußter gereist sind. Auch in der nächsten Einkommensstufe (bis 3 000 DM netto pro Monat) liegt die Reiseintensität mit 52 % noch unter dem Durchschnitt. In der nächst höheren Einkommensgruppe (6 000 DM netto pro Monat und mehr) haben 1993 fast 80 % mindestens eine längere Urlaubsreise unternommen. Gegenüber dem Vorjahr hat diese Gruppe sogar 18,8 % mehr Reisen und sogar 34,8 % mehr Pauschalreisen unternommen. Der Zuwachs an Reisen 1993 in der Einkommensklasse darunter (4 500- 6 000 DM netto pro Monat) beträgt 12 % (FVW 1994, S. 16-22).

Abb. 12: Reiseintensität 1993 in Abhängigkeit vom Einkommen



Quelle: nach FVW 1994, Heft 4, S. 18

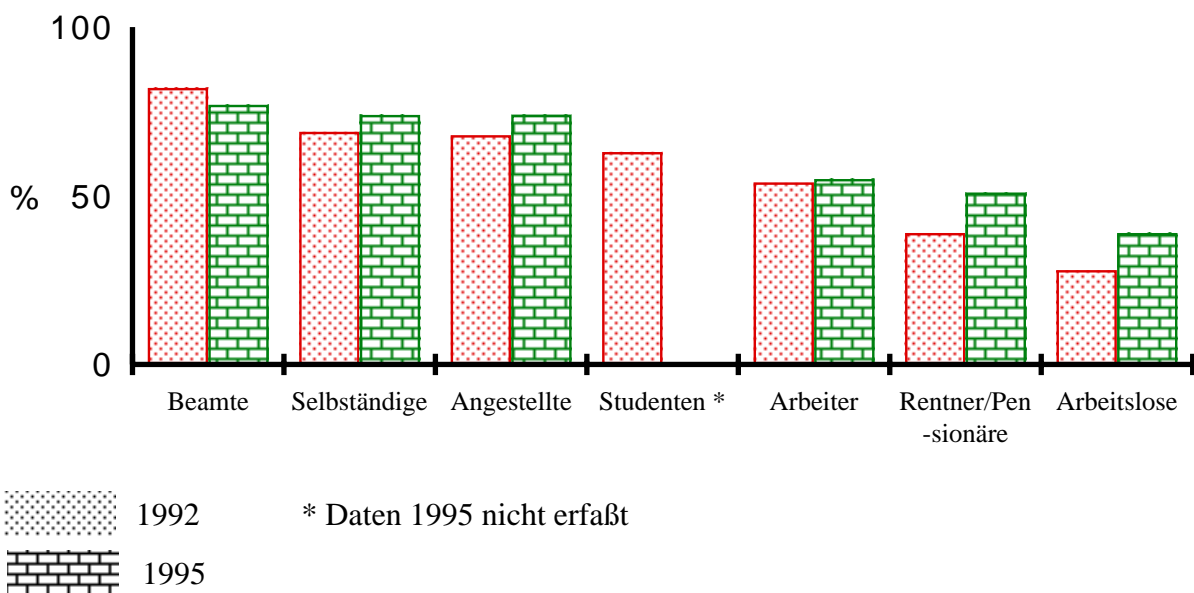
Der Anteil der niedrigen Einkommen sank zwischen 1988 und 1993 zugunsten der höheren Einkommensklassen. Im Jahr 1988 lag der Anteil der erwerbstätigen Reisenden, denen ein Einkommen von 3 000 DM und mehr zur Verfügung steht, bei 30 %. 1993 waren es 43 %, in absoluten Zahlen 17 Millionen Personen. Hier macht sich ein Einkommensstrukturwandel hin zu Besserverdienenden bemerkbar. Ein Faktum, das damit in engem Zusammenhang steht, ist die kleiner werdende Haushaltsgröße, die durchschnittlich 2,2 Personen beträgt. 1993 wurde die Anzahl der Ein-Personen-Haushalte auf ca. 12 Millionen und die Anzahl der Zwei-Personen-Haushalte auf ca. 11 Millionen geschätzt. Zudem verfügen 7,4 Millionen Haushalte über ein monatliches Haushaltsnettoeinkommen von über 4 000 DM,

so daß immer mehr verfügbares Einkommen für den sogenannten "Freizeitkonsum" zur Verfügung steht.

Eng mit dem Einkommen gekoppelt ist die Reiseintensität in Abhängigkeit vom Beruf. Vor allem in der Gruppe der Beamten und Selbständigen ist eine hohe Reiseintensität festzustellen. Aus der Analyse der Fachzeitschrift FVW kann die Schlußfolgerung abgeleitet werden, daß eher mehr, weiter und teurer gereist wird, je sicherer Beschäftigung und Einkommenslage sind.

Vergleichsdaten aus dem Jahr 1995 zeigen außer bei der Berufsgruppe der Beamten eine höhere Reiseintensität als drei Jahre zuvor. Der leichte Rückgang bei den Beamten ist eventuell auf eine "Angleichung" zurückzuführen, da bei dieser Gruppe die Reiseintensität ohnehin sehr hoch war. Zudem haben die Beamten in den beiden letzten Jahren bei den Tarifverhandlungen schlechter abgeschnitten als andere Berufsgruppen, so daß zum Teil auch ein geringeres verfügbares Einkommen als Grund in Erwägung gezogen werden kann. Festzustellen ist allgemein eine höhere Zahl von Arbeitnehmern mit Zweiterwerb, die im Jahr 1992 1,22 Millionen betrug und seit 1987 um 126 % (!) gestiegen ist. Mit diesen Zweitjobs werden die Belastungen für den gestiegenen Lebensunterhalt, das Wohnen und vor allem auch die Urlaubsreise finanziert.

Abb. 13: Reiseintensität der Deutschen 1992 und 1995 in Abhängigkeit vom Beruf



Quelle: nach FVW 1994, Heft 4, S. 20 und DGF 1996, S. 93

### 3.5.2 Analyse von Urlaubsmotiven und -aktivitäten

Urlaubsaktivitäten, Urlaubserwartungen und -bedürfnisse stehen in engem Zusammenhang. Im Langzeittrend haben sich allgemeine Urlaubsmotive und -erwartungen in den letzten Jahrzehnten von mehr physisch-regenerativen hin zu psychisch-regenerativen Motiven verändert. Dieser Wandel ist unter anderem auf Veränderungen im Arbeitsleben zurückzuführen und findet seinen Ausdruck in speziellen Urlaubsaspekten. Während in der Industriegesellschaft "viel ruhen, nichts tun, nicht anstrengen" die Hauptmotive für einen Urlaub darstellten, sind es heute in der Dienstleistungsgesellschaft "aus dem Alltag herauskommen, Tapetenwechsel und frei sein" (FVW 1995, S. 27).

Die F.U.R. Reiseanalyse (1995) hat neben den "allgemeinen" Urlaubsmotiven "spezifische" Urlaubsmotive erfaßt. Die allgemeinen Urlaubsmotive sind unabhängig von einer konkreten Reise zu sehen und werden mit "Urlaub" in Beziehung gebracht. Die speziellen Urlaubsmotive beziehen sich auf eine durchgeführte Reise.

Nach dieser Reiseanalyse (F.U.R. 1995) für das Jahr 1994 wurden "abschalten und ausspannen" mit 59,1 % der Nennungen als wichtigstes allgemeines Motiv genannt, gefolgt von 55,3 %, die "aus dem Alltag herauskommen, Tapetenwechsel" für ihren Urlaub als besonders wichtig erachten. "Frische Kraft sammeln" steht mit 45,1 % der Nennungen an dritter Stelle.

Einen Bedeutungsgewinn hat das allgemeine Urlaubsmotiv "Zeit füreinander haben" erfahren, das 1994 mit 39,3 % auf Rang vier zu finden ist und 1993 noch Rang acht einnahm. Für 34,1 % der deutschen Urlauber spielt auch eine Erholung in "gesunder Umwelt" eine relativ große Rolle. Obwohl für fast ein Drittel der Befragten der Gesundheitsaspekt im Urlaub als wichtig erachtet wird, möchte nur knapp jeder Zehnte Sport im Urlaub treiben. An Bedeutung verloren haben die Motive "neue Eindrücke sammeln", 1993 auf Rang sieben, 1994 auf Rang 10.

Der wichtiger werdende Umweltaspekt zeigt sich auch in einer Trendreihe von 1990 und 1994. "Schöne Natur und saubere Landschaft" erwarten 41 % der Deutschen von ihrer Reise, 6 % mehr als vier Jahre zuvor. Hierbei spielt sicherlich nicht nur das gesteigerte Umweltbewußtsein, sondern auch der ästhetische Aspekt eine Rolle.

Tab. 2: Allgemeine Urlaubsmotive der Deutschen 1994

Frage: Welche der folgenden Urlaubsmotive sind für Sie "Besonders wichtig", wenn Sie Urlaub machen?	Prozent (Mehrfachnennungen möglich)
Abschalten, ausspannen	59,1
Aus dem Alltag herauskommen, Tapetenwechsel	55,3
Frische Kraft sammeln	45,1
Zeit füreinander haben (Partner, Bekannte, Fam.)	39,3
Tun und lassen können, was man will, frei sein	39,0
Reinere Luft, sauberes Wasser, aus der verschmutzten Umwelt herauskommen	34,1
Natur erleben	33,7
Sich verwöhnen lassen, etwas genießen	30,9
Viel Spaß und Unterhaltung haben, sich vergnügen, amüsieren	27,9
Ganz neue Eindrücke gewinnen, etwas ganz anderes kennenlernen	27,7
Etwas für die Gesundheit tun	27,5
Andere Länder erleben, viel von der Welt sehen	27,4
Viel erleben, viel Abwechslung haben	27,1
Neue Leute kennenlernen	24,4
Mit anderen Leuten zusammensein, Geselligkeit haben	24,3
In die Sonne kommen, braun werden	22,6
Viel ruhen, nichts tun, nicht anstrengen	21,3
Viel herumfahren, viel unterwegs sein	20,3
Den Horizont erweitern, etwas für die Kultur und Bildung tun	17,8
Mit den Kindern spielen, zusammen sein	17,5
Verwandte, Bekannte, Freunde wiedertreffen	16,0
Sich Bewegung verschaffen, sportliche und spielerische Aktivitäten	14,5
Kontakt zu Einheimischen	14,3
Erinnerungen (an eine Gegend, an einen Ort) auffrischen	14,0
Auf Entdeckung gehen, ein Risiko auf sich nehmen	10,7
Etwas für die Schönheit tun	8,4
Aktiv Sport treiben	8,3

Quelle: F.U.R. 1995

Neben den allgemeinen Wünschen und Erwartungen, die mit einem Urlaub in Verbindung gebracht werden, erfaßte die Reiseanalyse auch spezielle Beweggründe, die mit einer konkreten Reise zusammenhängen, unterteilt nach Haupturlaubsreise, Zweit- und Drittreise. Global festzustellen ist, daß die Haupturlaubsreise multi-motionalen Charakter hat, während sich bei den Zweit- und Drittreisen schon eine Polarisierung verschiedener Faktoren bemerkbar macht.

Tab. 3: Spezifische Urlaubsmotive bei der ersten, zweiten und jeder weiteren Urlaubsreise 1994

Urlaubsmotive	1. Reise	2. Reise	3.+ Reise
Abwechslung, Spaß	64	55	45
Ruhe finden	52	40	34
Neues sehen und erleben	57	46	38
Gesundheit/Umwelt/Natur	50	42	36
Zeit für Kinder/Familie	31	23	23
Wiedersehen	26	28	38
Sport	19	27	24
Etwas fürs Aussehen tun	13	7	5

Quelle: F.U.R. 1995

Auffallend ist, daß die Bedeutung der Geselligkeit (Wiedersehen) bei der zweiten und jeder weiteren Urlaubsreise kontinuierlich zunimmt, und auch der Sport wird, insbesondere beim Zweiturlaub, von großer Wichtigkeit. Jede Reise wird aber vom Hauptmotiv "Abwechslung und Spaß" geprägt. Ebenso sind bei allen Reisen "Neues sehen und erleben" wichtige Beweggründe. Das Ruhebedürfnis, das beim Haupturlaub noch eine entscheidende Rolle spielt, verliert bei jeder weiteren Reise klar an Bedeutung zugunsten von erlebnisorientierten Motiven.

Aus der Sicht des Marketings ist beim Zweit- und Mehrfachurlaub eine eindeutige Positionierung anhand der Motivationen und Bedürfnisse möglich, während mit dem Haupturlaub eine Reihe von Erwartungen geknüpft werden, aufgrund derer die Zielgebietswahl erfolgt.

Hinsichtlich der konkreten Betätigungen im Urlaub stehen regenerativ-passive Beschäftigungen, wie z.B. Sonnen, Erholen, Ausruhen, Gaststätten- oder Restaurantbesuche, bei den deutschen Urlaubern im Vordergrund. Relativ hoch ist der Anteil der Urlauber, die regenerativen-aktiven Beschäftigungen, wie z.B. dem Spazierengehen, nachkommen. 1998 gaben 55,6 % als beliebteste Urlaubsaktivität das Unternehmen von Ausflügen in die Umgebung an, gefolgt vom Baden im Meer oder See (48,3 %). Sonnenbaden ist mit 47,4 % noch beliebter als Wandern mit 41,1 %. 17,5 % stufen das Fahrradfahren im Urlaub als bevorzugte Freizeitbeschäftigung ein, während lediglich 1,6 % dem Mountainbike den Vorrang geben. Weit abgeschlagen sind (1996) dagegen Golf (1 %), Segeln (2 %), Tennis (3 %) und Skifahren (5 %) (F.U.R. 1996, DGF 1999, S. 140).



### **3.5.3 Tagesausflüge**

Nach der DGF (1996, S. 51) lag die Tagesausflugsintensität der Deutschen im Jahr 1993 bei 85,7 %, 1998 bei 86 %. Dies entspricht einem Volumen von 2,4 Milliarden Ausflügen in den Bundesrepublik im Jahr 1998 (DGF 1999, S. 142). Fast die Hälfte der Ausflüge dauern 6-12 Stunden, rund ein Drittel nimmt 3-6 Stunden in Anspruch. Etwa jeder Zehnte ist über 12 Stunden, und nur 7 % ist bis zu drei Stunden einschließlich unterwegs. Die durchschnittliche Entfernung, die bei Ausflügen zurückgelegt wird, beträgt 70 Kilometer. Die Ausflugsintensität ist bei 14 bis unter 25jährigen mit 93,8 % am höchsten. Sie nimmt stetig mit dem Alter ab und beträgt bei den ab 65jährigen noch 68,3 %. Bei der Haushaltsgröße bis zu vier Personen verhält sich die Ausflugsintensität gerade umgekehrt wie beim Alter: Während die Intensität bei Einpersonenhaushalten 76,3 % beträgt, liegt sie bei Familien mit vier Personen bei 91,6 %. Bei Fünf- und Mehrpersonenhaushalten sinkt sie dagegen auf 88,1 %. Die überwiegende Zahl der Ausflüge wird mit dem Auto unternommen (77,5 %). Der ÖPNV spielt als Transportmittel so gut wie keine Rolle. Ebenso wenig attraktiv sind die Ausflüge per Fahrrad oder zu Fuß. Die benutzten Verkehrsmittel zeigen eine deutliche Abhängigkeit von der Familiengröße. Je mehr Personen am Ausflug teilnehmen, desto eher wird auf das Auto zurückgegriffen bzw. zu Fuß gegangen. Mit steigender Familiengröße sind Bus, ÖPNV oder Bahn nicht mehr attraktiv, was wohl auf Transportkosten als auch allgemein auf Verbindungsmöglichkeiten, insbesondere an den Wochenenden, zurückzuführen ist (DGF 1996, S. 48 ff).

## **3.6 Freizeit und Konsum**

### **3.6.1 Konsum als Freizeitbeschäftigung und Marktfaktor**

Mit den langfristigen wirtschaftlichen Entwicklungen und den dadurch bedingten Veränderungen im Freizeitsektor ging ein freizeitbezogener Konsum einher, der mittlerweile selbst einen bedeutenden ökonomischen Stellenwert, gemessen am Bruttosozialprodukt und den Beschäftigtenzahlen, erlangt hat (DGF 1999, S. 153). Die Freizeit bietet die notwendige Zeit zum Konsumieren und stellt den Anstoß für verschiedenste Aktivitäten dar, die in der Regel mit Konsum verbunden sind.

Freizeitkonsum gehört heute zur allgemeinen Lebensqualität, setzt aber eine ökonomische Basis voraus. Im Konsumverhalten erschließen sich zwei wichtige Komponenten: eine

psychologische und eine soziale. Die psychologische Komponente des Freizeitkonsums hat etwas mit Geltung und Prestige zu tun, wie z.B. bestimmte Bücher lesen, um informiert zu sein; kreativ, schön oder elegant zu sein, um sich von anderen abzuheben oder sich selbst etwas besonderes leisten zu können. Die Ausgaben in der Freizeit werden an Leitbildern orientiert und das "In-Sein" wird in allen Bevölkerungsschichten immer wichtiger. Die soziale Komponente besteht darin, mit anderen einer Gruppe konform zu sein, z.B. Kleidung einer Sportgruppe. Freizeitkonsum ist immer mit einem Hauch von Luxus, Freiwilligkeit und Geld verbunden (Opaschowski 1987, S. 37 ff). Das Bummeln durch die Geschäftspassagen, das Erleben, mit den Sinnen hören, sehen, riechen und fühlen sind die Werte, die den Freizeitkonsum auszeichnen. Der Konsum des Materiellen ist nur dann reizvoll, wenn damit Emotionen verbunden sind. Der Einzelhandel hat sich bereits auf diese Bedürfnisse eingestellt und die Geschäfte zu Erlebnislandschaften mit vielen kleinen Shops, viel Licht und Luxus umgestaltet, um auch die Einkäufe zur Deckung des täglichen Bedarfs zu einem Erlebnis aufzuwerten.

Der Erlebniskonsum hat sich gegenüber dem Versorgungskonsum der älteren Generation längst behauptet. Je höher Bildung und Einkommen, desto höher sind die Ansprüche. Hauptsächlich für die jüngeren Leute ist das Geldausgeben, sich etwas leisten, was Spaß macht, eine beliebte Freizeitbeschäftigung. Vor allem die höheren Einkommensgruppen sehen im Konsum und ihren Anschaffungen eine Möglichkeit der sozialen Abgrenzung. Das Alter spielt im Konsumentenverhalten in der Freizeit eine wesentliche Rolle. Mit den demographischen Veränderungen der nächsten Jahre sowie den Neuerungen im Bereich der Multimedia wird auch dieser Sektor großen Veränderungen unterworfen sein. Es kann davon ausgegangen werden, daß auch in den kommenden Jahren die Freizeitausgaben stärker als die übrigen Konsumausgaben steigen werden. Als Gründe dafür können genannt werden: die sich andeutende Sättigung traditioneller Konsummärkte, die Zunahme kleinerer, aber finanzkräftigerer Haushalte, das Mehr an Singles und die auf den Markt drängende jüngere Generation. Im Jahr 1992 betrug der Anteil der über 60jährigen in der bundesdeutschen Bevölkerung 20,4 %. Die DGF (1999, S. 13) ermittelte für das Jahr 1998 13,3 Millionen Deutsche, die älter als 65 Jahre sind. Für das Jahr 2040 wird der Anteil bereits auf 35,0 % geschätzt (Statistisches Bundesamt 1996, S. 53).

### **3.6.1.1 Freizeitmarkt und Freizeitumsätze**

Der Freizeitmarkt ist in ständigem Wachstum begriffen. 1970 lagen die Umsätze der Freizeitwirtschaft bei ca. 50 Mrd. DM, nur 25 Jahre später lagen sie bei ca. 430 Mrd. DM

(DGF 1996, S. 85) und erreichten 1998 ein Volumen von 450 Mrd. DM (DGF 1999, S. 162). Durch das ökonomische Wechselspiel zwischen Angebot und Nachfrage hat sich ein Freizeitmarkt entwickelt, der zum Teil grenzüberschreitend ist (Tourismus, Medien), aber auch regionale Aspekte (Kultur, Non-Profit-Bereich) einschließt. Die pluralisierende Nachfrage belebte die Freizeitwirtschaft hinsichtlich der Warenproduktion (Kleidung, Sportwaren) als auch des Dienstleistungsangebotes. Beide Bereiche werden sowohl von Privatpersonen als auch von der öffentlich-rechtlichen Hand betrieben. Da keine amtliche Statistik für die Freizeitwirtschaft existiert, sind tatsächliche Umsätze nur schwer zu ermitteln, so daß für die Datenerfassung aus verschiedenen Statistiken, Hochrechnungen und Mitteilungen der entsprechenden Branchen erfolgt. In diesen Aufstellungen sind Wertschöpfungen durch Investitionen (z.B. Pacht, Miete) oder Umsätze aus der freizeitbezogenen Werbung nicht enthalten. Einen Überblick bietet folgende Tabelle.

Tab. 4: Umsatzzahlen in der deutschen Freizeitwirtschaft 1998

<b>Branche</b>	<b>Mrd. DM</b>	<b>Branche</b>	<b>Mrd. DM</b>
Multimedia	196,0	Kommunale Kulturausgaben	8,3
Automobilverkauf Freizeitanteil ca. 50 %	192,1	Sportartikel (Herstellung)	5,5
Urlaubsreisen	91,4	Fahrrad (Handel)	4,5
davon: Urlaubsreisen Ausland	82,0	Radtourismus	4,2
Gastgewerbe (Freizeitumsatz)	60,0	Fitneßanlagen	4,0
Reisebüros *	44,0	Wassersport	3,0
Reiseveranstalter	35,0	Sportveranstaltungen	2,0
Unterhaltungselektronik ins.	31,1	Campingartikel	0,9
Gartenmarkt	19,6	Freizeitbäder	0,9
Buchverkauf *	17,5	Freizeit- und Erlebnisparks	0,7
Sportartikel (Handel)	14,0	Kulturbetriebe, Musicals	0,5
* Darin auch Nichtfreizeit-Umsätze			

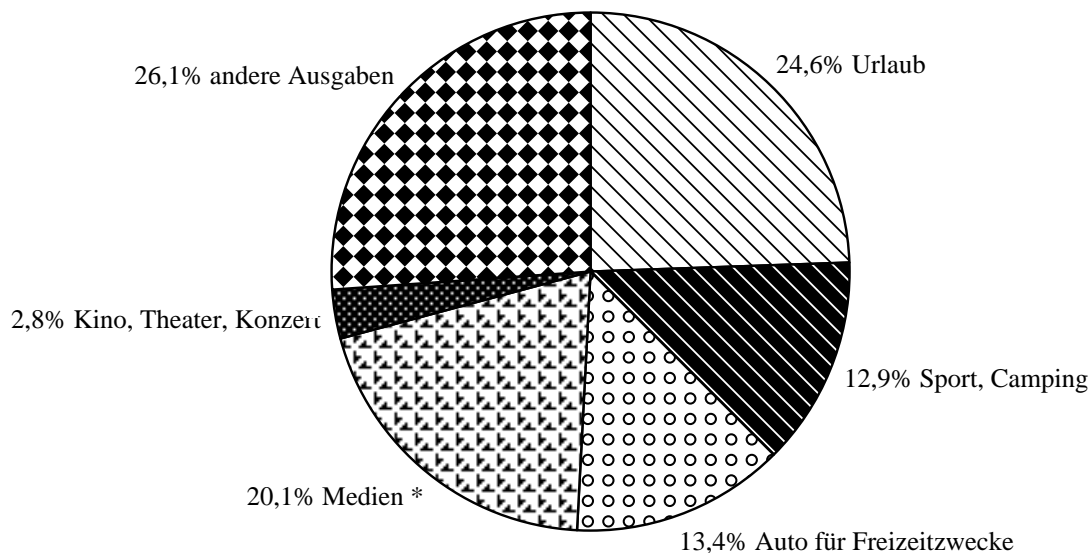
Quelle: nach DGF 1999, S.163

### 3.6.1.2 Freizeitausgaben der privaten Haushalte

Der Anteil des Freizeit-Budgets einer Familie hängt in erster Linie vom verfügbaren Einkommen ab. Das Freizeitbudget privater Haushalte steigerte sich in den westdeutschen Bundesländern von 1965 bis 1995 um ca. 650 % (DGF 1999, S. 154).

Das Statistische Bundesamt ermittelte Freizeitausgaben privater Haushalte einer westdeutschen Familie mit zwei Kindern und mittlerem Einkommen in Höhe von 10 081 DM für 1998. Das einkommensabhängige Freizeitbudget zeigt sich bei vergleichbarer Familiengröße, allerdings mit gehobenem Einkommen. 16 119 DM verausgabte die besser situierte Familie für ihre Freizeit. Im Durchschnitt gab ein Zweipersonenhaushalt mit geringem Einkommen (Rentner und Sozialhilfeempfänger) 1998 3 681 DM für die Freizeit aus. Während die Freizeitausgaben einer Familie mit höherem Einkommen im Westen 1998 gegenüber den Vorjahren weiter anwuchsen, gingen die Ausgaben in den Haushalten mit geringem und mittlerem Einkommen zurück. Ostdeutsche Familien, die den Besserverdienenden zugeordnet werden können, gaben 1998 durchschnittlich 5 700 DM weniger als westdeutsche aus. Das Freizeitbudget einer Familie im Vergleich zu den Gesamtausgaben hält sich aber seit Jahren relativ konstant und beträgt bei einer einkommensschwachen Familie rund 11 %, bei mittleren und gehobenen Einkommen ca. 15 % der Gesamtausgaben (DGF 1999, S. 156/157).

Abb. 14: Wichtigste Freizeitausgaben eines westdeutschen 4-Personen-Haushalts mit mittlerem Einkommen 1995



\*Medien: Radio, Video, Bücher, Zeitungen und Zeitschriften

Quelle: nach DGF 1999, S. 155

Evidente Unterschiede in der Ausgabenstruktur zeigen sich in Abhängigkeit vom Bildungsstand. So gibt ein 4-Personen-Haushalt von Beamten und Angestellten mit höherem

Einkommen mehr Geld für Bildung, Medien und Theaterbesuche aus als eine entsprechende Familie mit mittlerem Einkommen. Die Tatsache, daß bestimmte Produkte sowohl Freizeitartikel als auch Gebrauchsgegenstand sein können (z.B. Fahrrad oder Auto), erschwert eine genaue Definition eines "Freizeit-Warenkorbes". So sind die Grenzen bei der Datenerhebung zwischen Ausgaben für Freizeit und Arbeit nicht immer eindeutig zu ziehen. Beispielsweise können die Ausgaben einer Person, die ihr Haus in Eigenarbeit baut und damit unter den Bereich "Freizeitbeschäftigung" fällt, nicht als Freizeitausgaben eingestuft werden (Mikolaschek 1984, S. 69 ff).

Je nach Freizeitverhalten wird ein "Freizeit-Warenkorb" aus folgenden Bereichen gefüllt:

1. Medien (Zeitungen, Telefon, Computer, Schallplatten, Bücher, Hörfunk, Fernsehen)
2. Sport- und Bewegung (Geräte, Kleidung, Vereinsbeiträge)
3. Freizeitfahrzeuge (Auto, Fahrrad, Mofa, Segelflugzeug, Ballone)
4. Hauswirtschaftliche Freizeit (Gartenpflege, Handwerk)
5. Hobbys (teilweise identisch mit anderen genannten Bereichen)
6. Gastronomie (Restaurants, Tanzlokale, Discotheken)
7. Kultur (Theater, Feste, Veranstaltungen, Museen)
8. Freizeitbekleidung (Sportanzüge, teilweise identisch mit anderen Bereichen)
9. Reisen/Urlaub (Unterkunft, Gastronomie, Verkehr, u.a.)
10. Freizeitimmobilien (Wochenendhaus, Wohnmobil, Caravan)

Quelle: edition agrippa o. J., S. 14.

Obwohl in den letzten fünf Jahren keine nennenswerten Veränderungen in den einzelnen Freizeitparten aufgetreten sind, zeigt sich jedoch bei einem Vergleich der letzten zehn Jahre eine signifikante Zunahme auf dem Medienmarkt. Als Beispiel sei der Tonträgerumsatz in Deutschland angeführt. 1970 wurden 44,2 Millionen LP, MC und CD verkauft, 1994 lag die entsprechende Zahl bei 205,1 Millionen. Der Umsatz stieg entsprechend von 710 Mio. DM im Jahr 1970 auf 4 660 Mio. DM im Jahr 1994 (Umsätze von Handel und Clubs; Endverbraucherpreise inkl. MwSt.) (DGF 1996, S. 80). Der Gesamtumsatz in der Unterhaltungselektronik 1998 belief sich auf 31,05 Mrd. DM, wobei die Kommunikationsdienste mit 41 % den größten Anteil haben (DGF 1999, S. 66). Einen steten Zuwachs zeigt die Zeitreihe bei Computern: 1998 brachten die Bundesbürger 10,5 Mrd. DM für Computer und Zubehör auf, 30 % mehr als ein Jahr zuvor. Ein Fünftel der Kinder und Jugendlichen ist in Besitz eines Computers, und 4 % verfügen über einen eigenen Internet/Online-Anschluß (DGF 1999, S. 77).

Dem Freizeitsektor kommt heute eine wichtige beschäftigungspolitische Bedeutung zu. Während 1992 erst knapp 1,9 Millionen in dieser Branche beschäftigt waren, wird deren Anzahl 1995 auf 2,4 Millionen geschätzt. Anderen Berichten zufolge werden 3-3,5 Millionen Erwerbstätige in der Freizeitindustrie, inklusive Selbständiger und geringfügig Beschäftigter, genannt. Somit ist etwa jeder zwölfte Beschäftigte der Freizeitwirtschaft zuzurechnen, und die Tendenzen für die nächsten Jahre sind steigend (Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 16.1.1996, S. B4). Der Deutsche Tourismusverband (1999, S. 2) gibt die Gesamtzahl der Beschäftigten in den unmittelbaren und in den dem Tourismus vorgelagerten Bereichen (Einzelhandel, Verkehr) 1998 mit rd. 2,6 Millionen an. Damit steht die Tourismuswirtschaft an erster Stelle der Beschäftigungsbranche, noch weit vor dem Baugewerbe und der Automobilindustrie. Es zeigt sich auch eine zunehmende Professionalisierung in den Arbeitsfeldern des Freizeitbereiches. Die Arbeitsplätze sind vielfältig: von hauptberuflich über nebensächlich und teilzeitbeschäftigt (DGF 1999, S. 182).

Die Entwicklung auf dem Freizeitsektor spiegelt sich sehr deutlich in der Werbebranche wider. Die Freizeitwirtschaft hat in den letzten zehn Jahren einen Werbeboom ausgelöst. Die Werbeinvestitionen von Branchen, die unmittelbar oder mittelbar mit Freizeit zu tun haben, erreichten 1985 Aufwendungen von 2,6 Milliarden DM, 1994 waren es bereits 6,5 Milliarden DM (Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 16.1.1996, S. B4). Die Deutsche Gesellschaft für Freizeit errechnete 1994 Werbeumsätze in den Medien in Höhe von rd. 34 Mio. DM, 1998 wurde der bisherige Höchststand von rd. 41 Mio. DM erreicht (1999, S. 89). Einen wahren Sprung verzeichnet die Tourismuswerbung von 1997 auf 1998: Die Werbeausgaben explodierten von 269 Mio. DM auf 442 Mio. DM (FOCUS 1999, S. 20).

### **3.6.2 Konsumententypen**

Das Konsumverhalten wird entscheidend von sozio-ökonomischen und psychologischen Faktoren beeinflusst. In Abhängigkeit von Alter, Wunschvorstellungen, Freizeitverhalten sowie Lebensstil, der von sozialer Herkunft, Einkommen, Beruf sowie Familienstand geprägt wird, läßt sich eine Typologie im Verbraucherverhalten herauskristallisieren. Diese Einteilung ist kein starres System, sondern kann sich im Laufe des Lebens eines Menschen ändern, insbesondere dann, wenn die äußeren Bedingungen einem Wandel unterworfen sind. Als Beispiel sei die Gründung einer Familie oder die Verbesserung des Einkommens genannt (Opaschowski 1987, S. 34).

TYP 1: Der Anpassungskonsument (ca. 12 % der Bevölkerung)

Kennzeichen : ab 14 Jahren, viele Schüler und Auszubildende, zwanghafte Anpassungsversuche, Angst vor dem "Outsein", mehr Wünsche als Geld, Neigung zu Spontankäufen, Trend zur Massenangepassung, Vorliebe für Disco, Geselligkeit, Musik und Einkaufsbummel.

TYP 2: Der Geltungskonsument (ca. 12 % der Bevölkerung)

Kennzeichen: viele Singles oder Ledige unter 40 Jahren, oft Frauen, Konsum zur Steigerung der sozialen Anerkennung, Geltungsbedürfnis bezüglich Mode und sozialer Stellung, egozentrische Veranlagungen, Neigung für Kino- und Restaurantbesuche sowie Einkaufsbummel.

TYP 3: Der Erlebniskonsument (ca. 14 % der Bevölkerung)

Kennzeichen: überwiegend Männer unter 40 Jahren, Ledige oder Geschiedene, Hang zur Extravaganz und Exklusivität durch Reisen, Sport, Kneipenbesuche, Autofahren, materialistische Einstellung, Risikobereitschaft.

TYP 4: Der Anspruchskonsument (ca. 12 % der Bevölkerung)

Kennzeichen: höherer Bildungsstand, überwiegend leitende Angestellte, mittleres Management, Kulturbewußtsein, das sich äußert in Lesen, Oper-, Konzert- und Theaterbesuchen, Reisen, Leben nach ihren eigenen Interessen, Konsum ist ein Stück Lebensstil.

TYP 5: Der Kulturkonsument (ca. 9 % der Bevölkerung)

Kennzeichen: überwiegend Frauen über 40 Jahren mit mittlerer und höherer Bildung, Aufgeschlossenheit, die sich manifestiert in Museumsbesuchen, Studienreisen, Besuch von Oper, Kunstausstellungen, Büchern, Konsum ist mit Qualität und Anspruch verbunden.

TYP 6: Der Versorgungskonsument (ca. 17 % der Bevölkerung)

Kennzeichen: überwiegend Hausfrauen der unteren und mittleren Schichten, Lektüre von Illustrierten, Handarbeiten, Gartenarbeit, Besuche, Kaffeetrinken, Freizeit ist Teil des Alltagskonsums.

### TYP 7: Der Sparkonsument (ca. 24 % der Bevölkerung)

Kennzeichen: vor allem Rentner, Arbeitslose, Sozialhilfeempfänger, Konsum auf der Ebene kostenextensiver Freizeitbeschäftigungen, wie Wandern, Radfahren, Lesen, Sport, Radio und Fernsehen, Konsumeinschränkungen aus Preisgründen, Sparbewußtsein ist Lebensbewußtsein (Opaschowski 1987, S. 34 ff).

Der Freizeitkonsum ist von politischer und wirtschaftlicher Tragweite. Wichtigste Determinante für die Freizeitausgaben ist das verfügbare Einkommen. Dieses bestimmt die Quantität und Qualität von Konsumgütern, die im Bereich der Freizeit angeschafft werden. Auch bei sich ändernden wirtschaftlichen Gegebenheiten, werden wohl, so zeigen die Untersuchungen, auch in Zukunft die Freizeitausgaben höher als die übrigen Konsumausgaben liegen. Die Ausgabenstrukturen in den einzelnen Sparten des Freizeitbereiches werden von verschiedenen Faktoren beeinflusst: Alter, Bildung, Wunschvorstellungen sowie von der individuellen sozialen und psychologischen Lebenseinstellung. Diese Daten wurden in vielen Untersuchungen erfaßt, so daß ein Bild von den Konsumententypen gezeichnet werden kann, das sowohl für die Wirtschaft als auch die Politik hohe Planungsrelevanz hat. Dieses System ist allerdings sehr "störanfällig" und einem ständigen Wandel und Wechsel unterworfen. Dieser Wandel bezieht sich auf das Individuum als auch auf die Gesellschaft. Hauptauslöser der Systemänderungen ist die wirtschaftliche Situation des Einzelnen. Arbeitslosigkeit, Teilzeitbeschäftigung, Kurzarbeit oder Steuerbelastungen können direkte Auslöser sein und zur Verminderung des verfügbaren Einkommens beitragen. Dementsprechend weniger steht auch für die Freizeitausgaben zur Verfügung, was zur Folge hat, daß entweder Nebenjobs angetreten werden, um den Lebensstandard zu halten oder aber Einsparungen getätigt werden. Vielfach haben die an Freizeit und Konsum gewöhnten Menschen Probleme, konsumunabhängigen Freizeitbeschäftigungen nachzugehen, sei es aus Unwissenheit oder aus Prestige Gründen. Diese Problematik wäre ein Ansatzpunkt für die Politik, durch Bereitstellung von Infrastruktur sinnvolle Freizeitangebote zu schaffen, die sich jeder leisten kann. Damit einhergehen muß auch Aufklärungsarbeit, die auf psychologischer Ebene Wunschdenken und Freizeitverhalten beeinflusst.

### **3.7 Freizeit und Politik**

Wichtiger Ausdruck der Lebensqualität ist die Freizeit, die längst nicht mehr auf einzelne Individuen bezogen ist, sondern gesamtgesellschaftliche Bedeutung erlangt hat. Die Erhaltung und Förderung der Lebensqualität sowie die soziale und kulturelle Entwicklung bei wirtschaftlichem Wohlergehen sollten die Prozesse zur Selbstverwirklichung und Selbst-



entfaltung des Menschen unterstützen. Dabei müssen Chancen und Risiken, vor allem im Interesse künftiger Generationen, erkannt und die damit verbundenen Probleme durch öffentliche Einflußnahme bewältigt werden.

In der Bundesrepublik Deutschland ist Freizeitpolitik Angelegenheit von Ländern und Kommunen. Die Bundesebene sollte sich allerdings ihrer Verantwortung nicht entziehen. Zu komplex ist das System Freizeit, das viele politische Aktionsfelder berührt. Die Zusammenführung und Lenkung von Funktionen und Aufgaben zuständiger Verwaltungen, wie Soziales, Wirtschaft, Finanzen, Arbeit, Raumordnung, Umwelt, Verkehr, Medien, Kultur und Bildung, Gesundheit, Jugend sowie die Innen- und Außenpolitik, um nur die wichtigsten zu erwähnen, sind auf Bundesebene notwendig. In den letzten Jahren haben bereits soziale und ökologische Aspekte der Freizeit zu einer interdisziplinären Zusammenarbeit geführt. Nicht immer gelingt es, Ressortgrenzen zugunsten eines umfassenden Freizeitkonzeptes, das kommunikative, kulturelle und spontane Aktivitäten zuläßt, zu überwinden und alle fachlichen Kompetenzen einzubeziehen.

So definiert Krippendorf (1984, S. 120) aus Sicht des Individuums die Freizeitpolitik als eine Querschnittsaufgabe, die insbesondere folgende Aktionsfelder berührt:

1. das alltägliche Wohn- und Freizeitumfeld
2. das Kultur- und Bildungswesen
3. die mobile Freizeit und den Tourismus.

Diese ganzheitliche Betrachtungsweise, in dem der Mensch mit Arbeit, Freizeit und Wohnen eine Einheit bildet, sollte Mittelpunkt der politischen Diskussionen sein. Das Festhalten an dem Prinzip der freiheitlichen Selbstbestimmung als demokratischem Grundpostulat gewährleistet eine aktive und realitätsnahe Politik, die Verplanung und Reglementierung ausschließt. Nach Krippendorf (1985) ist die Aufgabe der Politik in der langfristigen Sicherung des ländlichen Raumes als Lebens-, Wirtschafts- und Erholungsraum zu sehen. Diese komplementären Funktionen müssen in einem gesunden Verhältnis zueinander stehen, wobei ein natürliches Produktionskapital gesichert, eine aktive Bevölkerung erhalten und eine angemessene Umweltqualität langfristig gewährleistet werden können. Die Sicherung der Umweltqualität hat nach Krippendorf Vorrang vor wirtschaftlichen und technischen "Zweckmäßigkeiten".

Auf den engeren Bereich der Freizeit bezogen, fordert Opaschowski (1994, S. 257) von der Politik die Sicherung der Lebensqualität durch:

- Freizeitinfrastruktur (mit qualitativer Anpassung an eine sozial- und umweltverträgliche Entwicklung)
- Freizeitkultur (Gleichgewicht zwischen der Steigerung des quantitativem Konsumangebotes und der qualitativen Steigerung des Kulturangebotes)
- Freizeitkompetenz (Entwicklung und Förderung der persönlichen Fähigkeiten im Umgang mit Angebotsvielfalt und Überfluß)

Die sowohl von Opaschowski als auch von Krippendorf angesprochenen politischen Kompetenzen beziehen sich auf räumlich, sozial und ökonomisch wirksame Steuerungsgrößen, die fachlich insbesondere die Raum- und Landesplanung tangieren.

### **3.7.1 Politisches Aktionsfeld: Raum- und Landesplanung**

Die Aufgabe der Raum- und Landesplanung besteht darin, die den Raum beeinflussenden Aktivitäten zu koordinieren und in sachlicher und räumlicher Hinsicht Schwerpunkte für die öffentlichen Planungsträger zu setzen (Becker et al. 1991, S. 6). Hierzu gehören die Bereiche Wirtschaft, Wohnungs- und Städtebau, Verkehr, Naturschutz, Energie, Landwirtschaft und Erholung. Für den Freizeit- und Erholungsbereich existiert weder auf Bundes- noch auf Landesebene eine fachspezifische gesetzliche Grundlage. In erster Linie bieten Bauplanungsrecht sowie Naturschutzrecht die Instrumentarien zur Erholungsplanung, die je nach Ausführung andere Planungsbereiche berühren, wie beispielsweise Wasser- oder Straßenrecht. Die Raum- und Landesplanung hat rahmensetzende Funktion und gibt dementsprechend überörtliche Ziele vor, die über kommunale Zuständigkeiten hinausgehen. In Landschaftsrahmenplänen werden die Entwicklungsziele auf regionaler Ebene fixiert. Landschafts- und Grünordnungspläne sowie Flächennutzungspläne sind planerische Instrumentarien auf örtlicher Ebene. Allerdings ist bei den Gemeinden eine gewisse Scheu vor planerischen Bindungen festzustellen, da sie sich mittel- und langfristig Flexibilität in bezug auf Standortfragen und Freizeiteinrichtungen bewahren möchten.

Ein wesentlicher Teil freizeitrelevanter Länderpolitik besteht in der Finanzierung von kommunalen und privaten Investitionen. Ausführende Ebene sind die Gemeinden bzw. Landkreise. Dort sollte auch eine umfassende Beurteilung der einzelnen Projekte stattfinden, wobei die Planungsträger in ihrem Urteilsvermögen in bezug auf die langfristigen Auswirkungen und Verflechtungen häufig überfordert sind. Vielfach beschränkt sich die örtliche Planung auf die Schaffung von materieller Infrastruktur sowie die Bereitstellung von Grund und Boden.

Eine umfassende Freizeitpolitik schließt auch das sozio-ökonomische Umfeld des Menschen ein. Die Ressorts Wohnungs- und Städtebau, Kultur und Bildung, Sport, Tourismus und Arbeit entsprechen nicht nur dem ganzheitlichen Menschenbild Krippendorfs (1985), sondern sollten Grundlage einer umfassenden Freizeitpolitik unter zentraler Leitung, Planung und Koordination sein.

### **3.7.2 Politisches Aktionsfeld: Wohnumfeld**

Wohnung und Wohnumfeld, insbesondere in städtischer Ausprägung, haben in den 60er Jahren an Qualität eingebüßt, zumal der Anspruch an den Wohnbereich gestiegen ist (vgl. Kap. 3.4). Obwohl sich der Wohnkomfort mittlerweile deutlich verbessert hat, stehen Wohnblocks, "tote" Innenstädte, fehlende Grün- und Spielflächen und starke Uniformierung von Gebäuden und Anlagen dem Bedürfnis des Menschen nach Selbstentfaltung, Kommunikation und ganzheitlicher Lebensgestaltung entgegen (Mikolaschek et al. 1984, S. 69 ff). Vor allem die Städteplaner sind gefordert, eine sinnvolle räumliche Ordnung der Stadt und ihrem Umland nach sozialen, naturräumlichen, ökologischen und wirtschaftlichen Gesichtspunkten herzustellen. Eine ausgeglichene Raumaufteilung in Wohn-, Arbeits- und Freizeitgebiete mit Schutzräumen für die Erholung und die Natur kann die Landschaft entlasten und den Menschen eine wohnortnahe Erholung am Feierabend und an den Wochenenden bieten. Parallel dazu sollte die Verkehrspolitik fester Bestandteil der raumordnerischen Planung sein.

### **3.7.3 Politisches Aktionsfeld: Bildung, Kultur und Sport**

Ein weiteres wichtiges politisches Aktionsfeld ist der Bereich Bildung, Kultur und Sport. Bereits in der Schule sollte eine Erziehung hin zur selbständigen und eigenverantwortlichen Gestaltung der Freizeit einsetzen. Durch den Bildungsprozeß sollte der Zugang zu schöngeistigen Freizeitbeschäftigungen, wie Theater- und Konzertbesuche, erleichtert werden, ebenso wie zu sportlichen oder kreativen Aktivitäten. Die Hinführung der Bevölkerung zu einer "sinnvollen" Freizeitbeschäftigung kann durch zielgerichtete Informationen erreicht werden. Spezielle Bildungsträger, wie Volkshochschulen, Akademien, Gewerkschaften, politische Parteien, Kirchen, Arbeitgeber sowie öffentliche Einrichtungen (Büchereien, Museen) fördern geistige, kulturelle und kreative Fähigkeiten, die wiederum im Beruf oder anderen gesellschaftlichen Bereichen eingesetzt werden können.

In vielen Städten und Gemeinden ist in den letzten Jahren ein Wandel der Kulturpolitik erkennbar. Kultur wird mehr und mehr im Rahmen der Freizeitpolitik diskutiert und einer breiten Bevölkerungsschicht, auch durch neue Arten der Präsentation, zugänglich gemacht.

Der Sport erfüllt eine Vielzahl an Funktionen: Gesunderhaltung, emotionaler Ausgleich, Kommunikation, soziale Gleichstellung und Konsum. In Abgrenzung zum Leistungssport ist dem Freizeitsport, auch wenn er mit Hochleistung verbunden ist, eine Spielmotivation zuzuordnen. Für die Bedürfnisse einer breiten Bevölkerungsschicht sollten die Kommunen die notwendigen Infrastruktureinrichtungen bereitstellen. Schulen, Vereine, Volkshochschulen sowie Medien können dazu beitragen, den Freizeitsport der Bevölkerung näherzubringen.

#### **3.7.4 Politisches Aktionsfeld: Tourismus**

Der Tourismus ist ein Aspekt der Freizeit und gehört heute zur allgemeinen Lebensqualität. Er weist, ebenso wie die Freizeit, sehr hohe Raumrelevanz auf und bedarf daher intensiver Planung und Koordination. Der Begriff der Nachhaltigkeit hat Eingang in die touristische Planung gefunden, was bedeutet, daß die Ziele Wirtschaftswachstum, Sozial- und Umweltverträglichkeit gleichermaßen Berücksichtigung finden. Gemeinsam mit allen den Tourismus tangierenden Fachbereichen ist die Politik gefordert, im Rahmen einer Gesamtkonzeption Ziele zu benennen, gesetzliche Rahmenbedingungen zu schaffen und international anzugleichen.

Die bisherige Förderung von Tourismusprojekten lehnt sich stark an die Gewerbeförderung an, ohne dabei auf bestimmte Zielsetzungen, die im nachhaltigen Tourismus verankert sind, zu achten. Insofern bedürfen die Förderkriterien einer Überarbeitung. Nicht nur die gewerblichen Betriebe, sondern unter bestimmten Voraussetzungen auch nichtgewerbliche Betriebe, sollten in den Genuß von Fördermitteln gelangen können. Durch diese Maßnahme würden kleinere Betriebe gefördert, die als Zuerwerbsbetriebe geführt werden. Eine einseitige wirtschaftliche Abhängigkeit vom Tourismus könnte dadurch eingedämmt werden. Hinzu kommt, daß die Kontrolle über Grund und Boden gewährleistet wäre, so daß die einheimische Bevölkerung als Träger des Tourismus-Systems fungiert. Kapitalintensive Fremdinvestitionen könnten in gewissen Bahnen gelenkt werden.

### **3.7.5 Politische Aktionsfeld: Arbeit**

Die Freizeitplanung tangiert auch den Bereich der Arbeit eines Menschen. Hierbei ist die Politik gefordert, die Arbeitsqualität mit geeigneten Instrumentarien optimal zu gestalten, um eine größtmögliche Zufriedenheit der Arbeitnehmer zu erreichen. Auf diese Weise kann die Polarisierung "negative Arbeitswelt" und "positive Freizeit" abgebaut werden. Somit steht die Freizeit nicht ausschließlich für die Rekreation zur Verfügung, sondern kann bewußt und aktiv genutzt werden.

Wie diese Ausführungen zeigen, ist es als politische Aufgabe zu betrachten, zur Sicherung der allgemeinen Lebensqualität des Menschen im Bereich der Freizeit geeignete Rahmenbedingungen zu schaffen und Zielsetzungen zu formulieren. Als raumordnerische Instrumentarien kommen hierbei die Raum- und Landesplanung sowie die ortsbezogene Planung in Frage. Neben der Bereitstellung entsprechender Infrastrukturen zur Ausübung von Freizeitaktivitäten trägt die Politik auch emotionale Verantwortung: Durch Aufklärungs- und Bildungsarbeit sollten den Menschen Wege und Möglichkeiten qualitativer Freizeitbeschäftigungen gezeigt werden, die zu seiner Selbstverwirklichung und Selbstentfaltung beitragen und somit Müßiggang und Vereinsamung vorbeugen. Gleichzeitig ist die Politik gehalten, regionale Handlungsrahmen festzulegen, die im Sinne der Nachhaltigkeit ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt herstellen in Verantwortung für künftige Generationen.

### **3.8 Zusammenfassung und Konsequenzen aus der Darstellung**

Aus dem historischen Abriß sowie der Werthaltung in der heutigen Gesellschaft geht eindeutig hervor, daß trotz aller sich ändernden wirtschaftlichen, sozialen und demographischen Einflußfaktoren der Freizeit nach wie vor ein hoher Stellenwert im menschlichen Dasein zugeordnet wird, der eine politische Einflußnahme erfordert.

Die wichtigsten Kennziffern sind:

- Die Freizeit der Erwachsenen beträgt (einschließlich Feiertagen und Ferienzeiten) durchschnittlich 2 457 Stunden im Jahr gegenüber 1 600 Arbeitsstunden
- 41,6 Mio. Deutsche sind Mitglied in mindestens einem Verein, dem sie Freizeit zum größten Teil ehrenamtlich widmen
- Der Freizeitverkehr macht ein Drittel (ohne Urlaubsverkehr) des Gesamtverkehrs aus
- 60 % der deutschen Bevölkerung verreisen im Urlaub

- Die privaten Haushalte geben mehr als 350 Mrd. DM jährlich für Freizeit aus
- Der Anteil am Budget einer Durchschnittsfamilie für Freizeit beträgt zwischen 11 % und 15 %
- Die Umsätze in der Freizeitwirtschaft machen einen Anteil von 15 % des Bruttosozialproduktes aus und steigen seit Jahren
- Es gibt mindestens 1,3 Millionen Anbieter, Anlagen und Einrichtungen für die Freizeit, ein Großteil davon im Dienstleistungssektor
- Die Zahl der in der Freizeit Beschäftigten hat die 5-Millionengrenze überschritten (DGF 1999, S. 31)

Dem gesetzlichen Auftrag folgend, fixiert im Bundesraumordnungsprogramm und der Naturschutzgesetzgebung von Bund und Ländern, Erholungsgebiete für die Bevölkerung bereitzustellen, erwächst die politische Forderung nach einer Freizeitinfrastrukturplanung, die einem integrativen Planungsprinzip unterliegen sollte. Dieses setzt ein Gesamtkonzept voraus, das Belange tangierender Fachbereiche einschließt sowie großräumliche Bedingungen und Nachfragestrukturen berücksichtigt. Zudem sollte in einem Naturpark neben der Realisierung dieses Planungsprinzips besonderer Wert auf Freizeitinfrastrukturen gelegt werden, von denen eine Sensibilisierung der Freizeitnutzer für die Natur- und Kulturlandschaft ausgeht bzw. konkrete Bildungsinhalte vermittelt werden. Dies bedeutet, daß der Raum die Funktion eines Lern- und Lehrfeldes übernimmt. Im Sinne einer Auseinandersetzung des Individuums mit seiner Umwelt bzw. Kulturhistorie, die durchaus auch temporären Charakter haben kann, ist es gerechtfertigt, von "freizeitorientierter Bildung" zu sprechen. Hierbei muß die Bildung nicht nur bewußt herbeigeführt werden, sondern kann auch unbewußt im Sinne einer Sensibilisierung erfolgen. Voraussetzung für diese Bildung/Sensibilisierung ist das Zustandekommen einer Kommunikation zwischen Raum und Freizeitnutzer. Dieser Kommunikationsprozeß wird nur dann erfolgreich verlaufen, wenn eine pädagogische Leitung bzw. Anleitung vorhanden ist und die Voraussetzungen zur Erfüllung der Freizeitbedürfnisse des Menschen gegeben sind.

Grundvoraussetzung für eine qualitätsbewußte kommunale Freizeitpolitik ist die Kenntnis der durch den gesellschaftlichen Wandel bedingten Freizeitbedürfnisse, die sich in folgenden Trends äußern:

1. Trend zur Vielfalt und zum Sowohl-als-auch
2. Trend zum virtuellen Freizeitangebot
3. Trend zur Mobilität
4. Trend zur Natur

5. Trend zur Erlebnisorientierung
6. Trend zu Qualität
7. Trend zu Konsum

(DGF 1999, S. 31-36)

Die Befriedigung der Freizeitbedürfnisse erfordert materielle und immaterielle Infrastrukturen. Zu den materiellen Infrastrukturen sind Anlagen und Räume für Sport, Kultur, Geselligkeit, Unterhaltung, aber auch Verkehrs-, Wander- und Radwanderwege zu rechnen. Diese Anlagen werden erst durch immaterielle Infrastrukturen, die im wesentlichen das Dienstleistungsangebot umfassen, nutzbar. Die Kommunen, die Planungshoheit besitzen, können und dürfen auch in Zukunft ihrer Verantwortung um ein qualitatives Freizeitangebot nicht enthoben werden. Die Ziele sollten so konzipiert werden, daß sie mit dem Tourismus eine harmonische und konsistente Gesamtpolitik bilden, die sich nicht auf die Kommune selbst beschränkt, sondern größere Raumeinheiten einschließt.

Inbesondere für den Naherholungstourismus und die Erholung nach Feierabend werden bestimmte Ansprüche an Raum, Zeit und Ausstattung seitens der Besucher gestellt, die bei der Planung eines Naherholungsraumes Berücksichtigung finden sollten. Für den Urlauber spielen die Zeitfaktoren eine weniger große Rolle, da er bereit ist, Zeit zur Überwindung von Entfernungen und für die Nutzung der Einrichtungen zu investieren.

Das Verhalten in der Freizeit und damit auch die Inanspruchnahme infrastruktureller Einrichtungen und Angebote hängt im wesentlichen von der Verfügbarkeit der freien Zeit der Durchschnittsbevölkerung ab. Daneben spielen ökonomische Faktoren sowie Wertvorstellungen bei der individuellen Gestaltung der Freizeit eine große Rolle. Nicht immer hatte die Freizeit diesen Stellenwert in der Gesellschaft wie heute, gemessen an der verfügbaren Zeit als auch der Vielfältigkeit der Beschäftigungen. Die heute zur Verfügung stehende Freizeit basiert auf einem langjährigen Prozeß, der im wesentlichen auf wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Veränderungen beruht. Auch die inhaltliche Bedeutung, die man heute der freien Zeit beimißt, hat einen eminenten Wandel erfahren. In der Zeit der frühen Industrialisierung diente die Freizeit primär der körperlichen Erholung, heute spielen Inhalte wie Freiheit, Spontaneität, Spaß und Selbstverwirklichung eine entscheidende Rolle. Dieser inhaltliche Wandel kommt in verschiedenen Definitionen des Begriffes Freizeit zum Ausdruck, die unterschiedliche soziologische Betrachtungsweisen deutlich werden lassen. Freizeit als Restzeit der Arbeitszeit steht einem Positivansatz in Form von Freizeit als Freiheit für individuelle Unternehmungen gegenüber. Ein ganzheitlicher Ansatz geht vom Menschen als unteilbarem sozialem Wesen aus, das sowohl in der Freizeit als auch in

der Arbeit Freiheit und Sinnggebung erfahren kann. Bedingt durch Freizeit in Verbindung mit individuellen Entfaltungsmöglichkeiten wurden spezifische gesellschaftliche Werte geprägt, die in vielen sozialen Bereichen wiederzufinden sind und die auch auf den Arbeitsbereich übertragen wurden. Auch die eigentliche Berufsarbeit muß heute Spaß machen und der Selbstverwirklichung dienen.

Opaschowski bezeichnet diese Gesellschaftsform, in der die freie Zeit höher als die eigentliche Arbeitszeit liegt, als Freizeit-Arbeitsgesellschaft. Diese zeigt sich jedoch nicht als stabiles System. Sie bezieht ihre Instabilität von globalen wirtschaftlichen, technischen, politischen, ökologischen und soziokulturellen Entwicklungen, die sowohl das Freizeit- als auch Arbeitsverhalten beeinflussen.

Das individuelle Verhalten in der Freizeit wird bestimmt durch den Lebensstil eines Menschen, der wiederum von unterschiedlichsten sozialen und ökonomischen Faktoren determiniert wird. Alter, Einkommen, sozialer Status, Schul- und Berufsbildung, Geschlecht, aber auch äußere Faktoren, wie das Wohnumfeld oder die Beeinflussung durch Medien, zeigen Auswirkungen auf die Gestaltung der Freizeit.

Die wichtigsten Motivationsformen, die das Freizeitverhalten auslösen, sind: Ruhe, Selbstverwirklichung, Konsum, Vergnügen und Zerstreuung, Mobilität (Ausflüge, Reisen), körperliche Bewegung durch Sport und Spiel, Geselligkeit, soziale Verpflichtungen (Vereinsarbeit), Selbstdarstellung, künstlerische Betätigungen, Bildung und praktisch-nützliche Produktivität. Insbesondere das Fahrradfahren erfüllt hierbei den Wunsch nach Mobilität, Bewegung und Gesundheit sowie Geselligkeit. Desweiteren kann diese Freizeitaktivität Bildungselemente vermitteln, Vergnügen und Zerstreuung sowie die Möglichkeit zur Selbstdarstellung bieten.

Bei Erwachsenen zeigt sich eine starke Differenzierung der Freizeitaktivitäten nach Geschlecht und Alter. Während Frauen kommunikativ-personenbezogene Freizeitbeschäftigungen bevorzugen, sind die Männer in ihrer Freizeit eher aktiv-sportlich (17,7 % der Männern und 11,2 % der Frauen treiben Sport). Weit über die Hälfte der Jugendlichen verbringt die Freizeit zu Hause mit Musik hören. Beliebteste Sportart dieser Personengruppe ist das Fahrradfahren.

Die schulische und berufliche Ausbildung schlägt sich zwar nicht in der Anzahl der häuslichen und außerhäuslichen Aktivitäten nieder, dennoch sind mit qualifizierterer Ausbildung anspruchsvollere Aktivitäten verbunden, wie Lesen, Theaterbesuche und Weiterbildung.



Da auch in den nächsten Jahren mit einem steigenden Bildungsstand in Deutschland zu rechnen ist, folgt der Trend nach anspruchsvollen Beschäftigungsmöglichkeiten, die genügend Raum zur Individualität und Bildung im weitesten Sinne bieten.

Die Aktivitäten finden in der Regel am Wochenende statt. Hierbei werden insbesondere außerhäusliche Beschäftigungen gesucht. Der Alltag verläuft eher passiv und dient der Regeneration. Dennoch ist die Aktivitätenliste mit der infrastrukturellen Freizeitausstattung des Wohnumfeldes gekoppelt. Dies bedeutet, daß durch ein entsprechendes Angebot eine Nachfrage ausgelöst wird.

Die soziale Gruppierung der Rentner, die in den nächsten zehn Jahren in Deutschland rapide ansteigen wird, verbringt ihre Freizeit gerne mit Heimwerken sowie der Pflege familiärer Beziehungen. Weit über ein Drittel treibt regelmäßig Sport, geht gern auf Reisen und liebt die Geselligkeit in Vereinen. Weit über ein Drittel dieser Personengruppe klagt aber auch über Einsamkeit und Alleinsein.

Bezogen auf die Durchschnittsbevölkerung ermittelte Opaschowski teilweise evidente Unterschiede zwischen Freizeitwirklichkeit und Freizeitwunsch. Auf der Wunschliste bevorzugter Freizeitaktivitäten stehen mit großem Abstand das Reisen und Ausflüge machen, das Nutzen kultureller Angebote sowie persönliche und berufliche Weiterbildung. Diese Wunschvorstellungen erlauben jedoch nur bedingt ein Szenario der Freizeitgesellschaft zu entwerfen. Die das Freizeitverhalten bestimmenden Determinanten wie Geld, Zeit und Werte sind variabel und lassen auch die Möglichkeit offen, die freie Zeit mit mehr Arbeit zu Hause, mit billigem Freizeitkonsum, wie Fernsehen oder mit "Müßiggang" zu verbringen. Zudem wirken sich Modetrends in starkem Maße auf das Freizeitverhalten aus.

Das Wohnen und das Wohnumfeld bestimmen in größeren Städten das Freizeitverhalten entscheidend. Je größer die Agglomerationen sind, desto eher ist das Bedürfnis der Einwohner vorhanden, die Freizeit außer Haus in Stadtparks oder im näheren Wohnumfeld zu verbringen, wobei Stadtparks mehr für die kurzfristige Erholung am Feierabend genutzt werden. Obwohl in den letzten Jahren in der Stadtplanung ein Umdenken erfolgt ist, wird es auch in Zukunft notwendig sein, Naherholungsgebiete in Stadtnähe bereit zu halten. Dabei spielt nicht nur die Summe der Einzeleinrichtungen eine Rolle, sondern auch das Dienstleistungsangebot vor Ort. Der Wunsch der Erholungsuchenden nach Weiträumigkeit und umfassendem Angebot an Spiel-, Sport-, und Ruhezonen setzt ein Planungskonzept voraus, das keine insulären Lösungen anstrebt, sondern ein komplettes Erholungssystem mit Grünflächen, Kommunikationszentren, Spiel- und Sportplätzen, Rad- und Wanderwe-

gen u.ä. inklusive eines Verkehrsplans umfaßt.

Urlaub und Reisen sind ein Phänomen, das eng mit der Freizeitentwicklung in Zusammenhang steht. Dies trifft sowohl für die zur Verfügung stehenden Urlaubstage als auch die damit verbundenen Wertvorstellungen zu. 1998 unternahmen die Deutschen rund 63,4 Millionen Urlaubsreisen mit einer mittleren Reisedauer von 6,6 Übernachtungen. Die Reiseintensität 1998 betrug 76 %. Die Reiseverkehrsbilanz weist 1998 ein Minus von 50,2 Milliarden DM auf.

Den größten Anteil der Reisenden stellen die 15-30jährigen und die 30-45jährigen. Besonders auffallend ist der starke Zuwachs bei der älteren Generation, die heutzutage auf Reiseerfahrungen früherer Jahre zugreifen kann. Insgesamt ist bei den Urlaubsreisenden ein breites altersmäßiges Spektrum festzustellen.

Die Abhängigkeit des Reiseverhaltens von der Schulbildung ist wohl primär auf entsprechende Einkommensverhältnisse zurückzuführen. 1995 sind die Hälfte derer, die Grund- oder Hauptschulabschluß haben, nicht verreist. Dagegen haben lediglich 26 % der Personen, die einen Gymnasialabschluß haben, keine Urlaubsreise gemacht. Auch die Reiseintensität zeigt einen deutlichen Zusammenhang mit dem verfügbaren monatlichen Einkommen. Rund ein Drittel der Freizeitausgaben einer Familie wird für den Urlaub aufgebracht.

Nach wie vor wird der Urlaub in erster Linie zur Erholung genutzt. Als wichtigste Urlaubsmotive wurden genannt: Abschalten, Ausspannen, Aus dem Alltag herauskommen, Tapetenwechsel und Zeit füreinander haben. Die Bedeutung des Umweltaspektes hat innerhalb von vier Jahren um 6 % zugenommen. Für 41 % der Deutschen sind schöne Natur und saubere Landschaft im Urlaub wichtig.

Während die Haupturlaubsreise als multifunktional eingestuft werden kann, ist bei den Zweit- und Drittreisen eine Polarisierung festzustellen. Das Ruhebedürfnis, das bei der Haupturlaubsreise noch eine entscheidende Rolle spielt, verliert bei jeder weiteren Reise zugunsten von Geselligkeit und Aktivität an Bedeutung. Auch sportliche Betätigungen werden erst bei zweiten und dritten Reisen als Hauptmotive herausgestellt.

Touristisch relevant ist auch der Tagesausflugsverkehr. 1998 wurden 2,4 Milliarden Ausflüge in Deutschland unternommen. Fast die Hälfte davon dauert 6-12 Stunden, jede dritte 3-6 Stunden. Die durchschnittlich zurückgelegten Entfernungen betragen 70 Kilometer, was konkret für das Untersuchungsgebiet Sankt Wendeler Land den Bereich zwischen

Trier, Saarbrücken, Kaiserslautern und Kirn beinhaltet.

Von der Freizeit geht eine bedeutende wirtschaftliche Funktion aus. Fast 15 % des verfügbaren Einkommens werden in einer Familie durchschnittlich in den Freizeitbereich investiert. Der Freizeitkonsum wird auch in den nächsten Jahren höher liegen als die übrigen Konsumausgaben, so daß der Freizeitbereich nach wie vor als relativ stabiler Markt beurteilt werden kann.

Im Vorgriff auf das folgende Kapitel dieser Arbeit kann festgehalten werden, daß Freizeit und Tourismus mit all ihren Einflußfaktoren und Wirkungsgefügen vor dem Hintergrund einer nachhaltigen Entwicklung diskutiert werden müssen. Freizeit als wesentlicher Teil der menschlichen Lebensqualität weist vielseitige regionale Interdependenzen auf: der Raum als Aktivitätssort und gleichzeitig als Lernort. Seine Weiterentwicklung, insbesondere eines Naturparkes, sollte dabei entsprechend den Bedürfnissen des Menschen und unter Berücksichtigung der Umweltverträglichkeit gestaltet werden. Den neueren didaktischen Methoden entsprechend, kann der Raum gleichzeitig der Sensibilisierung der Bevölkerung für ihre Umwelt im weitesten Sinne dienen. Die Bereitstellung von notwendiger Infrastruktur ist Teil der politischen Planungsaufgabe, die einem integrativen Prinzip folgen und sich durch Langfristigkeit auszeichnen sollte. Mit der Nutzung eines Raumes für Freizeit-zwecke sind mögliche wirtschaftliche Vorteile für die einheimische Bevölkerung verbunden, wodurch eine Perspektive für ländliche Gebiete und ihre Inwertsetzung durch Ausschöpfung des endogenen Potentials entsteht. Die Attraktivität hängt dabei wesentlich vom Grad der Vernetzung einzelner Objekte und von der Transparenz für die Nutzer ab.

#### **4 Problemdarstellung von Freizeit und Tourismus sowie Nachhaltigkeitsprinzip als Lösungsansatz**

Das wachsende Bedürfnis des Menschen, seine Freizeit in freier Natur zu verbringen (vgl. Kap. 3.3.2 und 3.5.2) sowie die aus Sensibilisierungsgründen bewußte Heranführung des Menschen an die Natur können nicht ohne Folgen für die Umwelt bleiben. Natur und Landschaft als Basis zur Erfüllung der Erholungsfunktion bedürfen langfristiger Sicherung. Tourismus und Umwelt stehen miteinander in Wechselwirkung, die sich sowohl negativ in Form von Belastungen als auch positiv durch gemeinsame Zielsetzungen äußern kann. Ebenso wie die primären Auswirkungen auf Natur und Umwelt zeigen Freizeit und Tourismus ökonomische und gesellschaftspolitische Interdependenzen. Die offensichtlichen Negativauswirkungen des Tourismus, die sich zunächst vor allem in den Alpenländern zeigten, bewirkten ein Umdenken in der Tourismuspolitik, das in Konzepten des "sanften Tourismus" seinen Niederschlag fand. Räumlich begrenzt, enthalten diese Konzepte Lösungsansätze für spezifische Probleme eines Gebietes, primär zum Schutz des Naturhaushaltes und der Landschaft. Aus solchen Konzepten wurden allgemeine Grundsätze abgeleitet, die durchaus auf andere Tourismusregionen übertragbar sind und in entsprechenden Planungen mitberücksichtigt werden. Die ökonomische Bedeutung des Tourismus für die Einheimischen war bei diesen Konzepten nur von zweitrangiger Bedeutung. Diese Einstellung wird deutlich in Aussagen, wie: die sanfteste Art zu reisen ist zu Hause zu bleiben. Diese Sichtweise ist wegen dem Bedürfnis und Anspruch der Menschen nach Erholung nicht vertretbar.

Eine einschneidende Erweiterung der ökologischer Betrachtungsweise ergab sich durch die Ende der 80er Jahre auflebende Diskussion um die Nachhaltigkeit, die auf das ganze Wirtschaftssystem des Menschen ausgerichtet ist und im touristischen Bereich als "nachhaltige Entwicklung mit Tourismus" ihren Niederschlag fand nach dem Motto: global denken, lokal handeln. Dieser globale Denkansatz ist in den sanften Tourismuskonzepten nur bedingt enthalten. Die postulierte Forderung nach Ausgeglichenheit in ökologischer, ökonomischer und sozialer Dimension erforderte eine Tourismusorientierung an den Gesetzmäßigkeiten der Marktwirtschaft, die an die Regelmechanismen von Angebot und Nachfrage gebunden sind und dementsprechend die Freizeitbedürfnisse der Menschen mitberücksichtigen. Diese sind in Kapitel 3.3 ausführlich erläutert. Umsetzungs- und Handlungsebene kann logischerweise auch nur die lokale Ebene sein. Die Verantwortung für einen ökologisch verträglichen, ökonomisch ergiebigen und sozial verantwortbaren Tourismus muß sowohl von den Reisenden selbst als auch den Bereisten durch Respektierung ihres Freiheitsspielraumes in Rücksicht auf kommende Generationen getragen werden.

Die Übernahme einer solchen Verantwortung erfolgt nicht von selbst. Vielmehr bedarf es einer breiten Öffentlichkeitsarbeit, um Motivation und Einsicht zu erzeugen, die wiederum Voraussetzung für entsprechende Handlungsweisen sind. Die Rahmenbedingungen für Kommunikationsprozesse sowie die Zusammenhänge zwischen Lern- und Bildungsbereitschaft durch entsprechende Medien sind in Kapitel 5 vorgestellt. Im Vordergrund kann dabei nicht Bildung nach schulischen Prinzipien stehen, sondern eine Wissens- und Informationsvermittlung mittels einer animativen und aktivierenden Didaktik, die den Grundsätzen des Wertesystems des Menschen nach Spaß, Unterhaltung und Geselligkeit entspricht (Stehr et al. 1991, S. 163). Das erlebnisorientierte Lernen setzt eine starke Einheit von Erleben, Denken und Handeln in Auseinandersetzung mit der Umwelt voraus. Hierin liegt die Chance für die tourismuspolitisch Verantwortlichen, durch entsprechende Angebote, verbunden mit einer umweltorientierten Öffentlichkeitsarbeit, die Menschen für freizeitrelevante Probleme zu sensibilisieren - Bildung in der Freizeit für die Freizeit. Der Landschaftsraum dient in diesem Sinne nicht nur als "Austragungsort", sondern wird als Lehr- und Lernfeld aufgewertet (Job 1993, S. 17, Krippendorf 1984, S. 130).

In diesem Kapitel sollen allgemeine Aspekte eines sozial- und umweltverträglichen Tourismus herausgearbeitet und die verschiedenen Zusammenarbeitsebenen beleuchtet werden. Folgend werden theoretische Inhalte der Nachhaltigkeit erläutert und auf die lokale Umsetzungsebene projiziert, wobei einzelne operative Handlungsebenen einer Analyse unterzogen werden. Zudem soll die Frage beantwortet werden, ob und unter welchen Voraussetzungen auch ein konkretes Produkt -das Fahrradfahren- die Indikatoren des Nachhaltigkeitsprinzips erfüllen kann. Die nachfragebedingte Akzeptanz solcher Angebote ist unter anderem Inhalt der Befragung von Radtouristen im Sankt Wendeler Land (vgl. Kap. 6).

#### **4.1 Problembereich Freizeit- und Tourismus sowie Lösungsansätze**

Über Jahrzehnte hinweg führte der Tourismus zu Wohlstand und wirtschaftlichem Wohlergehen. Insbesondere für strukturschwache Gebiete brachte der Tourismus eine sichere und willkommene Einnahmequelle, die den Lebensstandard hob und sicherte. Langfristig zeichnen sich jedoch auch negative Konsequenzen aus der Tourismuswirtschaft ab, die besonders dann deutlich werden, wenn Touristen in Massen auftreten und bzw. oder unter ökologischem Aspekt besonders sensible Landschaften betroffen sind. So leiden bis heute traditionelle Feriengebiete, wie Alpen und Küstenregionen, an den Negativfolgen, die teilweise nur mit erheblichem finanziellen Aufwand eingeschränkt oder beseitigt werden kön-

nen. Die ökologischen Auswirkungen sind abhängig von der Art des Tourismus. Regionen, in denen aufgrund des natürlichen Angebotes überwiegend landschaftsgebundene Erholungsformen ausgeübt werden, wie Wandern oder Radfahren, werden in ihrer Ökologie weniger gestört als die aus Rentabilitätsgründen auf Massentourismus ausgerichteten Gebiete, wie beispielsweise Skigebiete. Neben erkennbaren ökologischen Schäden zeigten sich zum Teil massive soziale Probleme, vor allem bei Reisen in die Dritte Welt, sowie ökonomische Folgewirkungen durch Monostrukturen und teure Infrastrukturen. Der Grad der Folgewirkungen zeigt, neben der Art des Tourismus, Abhängigkeiten vom Verhalten der Touristen in ökologischer und sozialer Hinsicht und der Qualität des Dienstleistungsangebotes (Information, Planung).

#### **4.1.1 Touristische Ansätze einer natur- und umweltschonenden Entwicklung**

In einer ersten, sehr frühen Phase der Tourismuskritik wurden die persönlichen Einschränkungen und Störungen als Folge von Massentourismus von Betroffenen und Nutzern gleichermaßen diskutiert. In den 60er Jahren lassen sich insbesondere in den Alpenländern bereits erste Ansätze einer kritischen Hinterfragung der Naturbelastung und der Ökonomie erkennen. Eine der ersten warnenden Stimmen war Jost Krippendorf. Er propagierte am Beispiel des Alpenraumes den Gedanken einer nicht-technisierten und stillen Erholung. Zur Einschränkung touristisch bedingter ökologischer Probleme sah er im naturnahen Reisen einen Lösungsansatz. Er forderte, bei allen Planungen die Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit der Fremdenverkehrsentwicklung in bezug zur Umwelt und den damit angerichteten Schäden zu setzen (Umweltverträglichkeit). In den 80er Jahren weitet Krippendorf (1986, S. 40 ff) diese auf die Umwelt bezogene Tourismusstrategie auf Ökonomie und Soziokultur aus. Eine fortschreitende Sensibilisierung gegenüber der Natur und der Umwelt verschafften seinen Warnungen allmählich Gehör. Krippendorf sprach von der "Humanisierung des Reisens" und brachte den Aspekt der Bildung und Information von Touristen und Einheimischen mit in die Diskussion. Seiner Ansicht nach muß ein neuer Tourist geboren werden, der sich durch Einsicht gegenüber der Kultur und Natur des Urlaubslandes auszeichnet. Er sollte zum Konsum eine kritische Einstellung haben, genügsam sein, was die touristische Infrastruktur betrifft, und rücksichtsvoll gegenüber den Be-reisten. Der neue Tourist sollte nicht unumschränkt viel reisen, sich seine Urlaubsziele sehr bewußt aussuchen und hin und wieder schon einmal auf einen Urlaub verzichten. Das Ausprobieren und Kennenlernen der neuen Umgebung sollte ihn ebenso auszeichnen wie das Vorbereiten der Reisen und das "Sichhineindenken" in andere Mentalitäten und Kulturen.

Die die Probleme auslösenden Faktoren kreiste Krippendorf in drei Bereiche ein:

- Gesellschaft:** - Erhöhung der Reisetätigkeit durch die Problemzusammenhänge Arbeit-Wohnen-Freizeit
- Kultur:** - Entfremdung und Überfremdung der Einheimischen in den Zielgebieten durch den Tourismus  
- bauliche Veränderungen durch die Parahotellerie und Landerwerb durch Nichteinheimische
- Ökologie:** - Irreparable Schäden in der Natur seit Beginn des Massentourismus in den 60er Jahren  
- Zunahme naturgebundener Erholungsformen  
- landschaftszehrende Infrastruktur  
- Zerstörung des Landschaftsbildes

Neben Krippendorf nahmen verschiedene Organisationen und Institutionen Stellung zum Problembereich Freizeit und Tourismus.

Die Arbeitsgemeinschaft für Tourismus mit Einsicht (1991, S. 3) faßte die Negativauswirkungen des Reisens folgendermaßen zusammen :

1. Hektik und Streß nicht nur im Alltag, sondern auch während der Reise
2. Schnelles oberflächliches Abhaken von Sehenswürdigkeiten
3. Überlastung von Landschaften und Verkehr und Bau-Boom
4. Verschwendung von Energie und Wasser
5. Zerstörung der Natur
6. Ausverkauf traditioneller Kultur und Folklore
7. Verletzung von Menschenrechten, Rassismus, Sex-Tourismus
8. Immer mehr Ungleichgewicht in einer immer kleiner werdenden Welt

Die Deutsche Gesellschaft für Freizeit (1991, o. Seitenangabe) formulierte die sich durch Freizeit ergebenden Probleme: "Freizeit-Umweltprobleme entstehen durch Flächen- und Standortansprüche für die häusliche Freizeit, für das Freizeitwohnen, für Freizeittätigkeiten im Freien und für Freizeiteinrichtungen sowie durch die Mobilität, insbesondere mit Hilfe des Automobils, deren Infrastrukturen und Folgewirkungen, durch Kontroversen zwischen Einzelnen und Bevölkerungsgruppen aufgrund unterschiedlicher ökologischer,

ökonomischer, ideologischer Auffassungen und Freizeitinteressen".

Diese Problemspezifizierungen konzentrieren sich auf die Bereiche Ökologie, Ökonomie und Gesellschaft. In die Betrachtung einbezogen wurden bereits nicht nur die Auswirkungen in den Zielgebieten, sondern auch die damit in Zusammenhang stehenden indirekten Ursachen, wie beispielsweise die Erhöhung der Mobilität durch den Arbeit-Freizeit-Bereich (vgl. Kap. 3. 2). Erste Ansätze einer globalen Denkweise zeigen sich durch den in die Diskussion einfließenden Problembereich der weltweit entstehenden ökonomischen Disparitäten sowie sozialen Entfremdungserscheinungen, vor allem bei Reisen in die Dritte Welt.

#### **4.1.2 Sanfter Tourismus als Lösungsansatz**

Aus den Problemkreisen, die sich primär aus den Zusammenhängen Naturschutz und Tourismus ergeben, wurde innerhalb der Tourismusbranche in den letzten Jahren kaum ein Begriff mehr diskutiert als der des "sanften Tourismus". Vom Schlagwort wurde daraus eine politische Notwendigkeit für viele Destinationen abgeleitet. Bis heute ist der Begriff allerdings nicht in einer allgemeingültigen Definition festgelegt. Als geistiger Vater des sanften Tourismus wird Robert Jungk bezeichnet, der 1980 das "sanfte Reisen" propagierte. Er stellte die Polarität durch die Gegenüberstellung zweier Begriffspaare "hartes Reisen" und "sanftes Reisen" dar.

Aus dieser Aufstellung wird deutlich, daß Jungk sowohl die ortsansässige Bevölkerung als auch die Touristen selbst in die Forderung nach einem für Natur und Kultur verträglichem Verhalten einschließt. Nach seiner Ansicht kann sich der Tourismus nur allmählich zu sanften Formen entwickeln. Als Grundvoraussetzung nennt er menschliche, gesellschaftliche und politische Notwendigkeiten und Einsichten.



Abb. 15: Verhalten der Touristen nach Robert Jungk

<b>HARTES REISEN</b>	<b>SANFTES REISEN</b>
<p>           Massentourismus            Wenig Zeit            Schnelle Verkehrsmittel            Festes Programm            Außengelenkt            Importierter Lebensstil            Sehenswürdigkeiten            Bequem und passiv            Wenig oder keine geistige Vorbereitung            Keine Fremdsprache            Überlegenheitsgefühl            Einkaufen (Shopping)            Souvenir            Knipsen und Ansichtskarten            Neugier            Laut         </p>	<p> <i>Einzel-, Familien- und Freundesreisen</i>  <i>Viel Zeit</i>  <i>Angemessene (auch langsame) Verkehrsmittel</i>  <i>Spontane Entscheidungen</i>  <i>Innengelenkt</i>  <i>Landesüblicher Lebensstil</i>  <i>Erlebnisse</i>  <i>Anstrengend und aktiv</i>  <i>Vorhergehende Beschäft. mit dem Besuchsland</i>  <i>Sprachen lernen</i>  <i>Lernfreude</i>  <i>Geschenke bringen</i>  <i>Erinnerungen, Aufzeichn., neue Erkenntnisse</i>  <i>Fotografieren, Zeichnen, Malen</i>  <i>Takt</i>  <i>Leise</i> </p>

Quelle: Oesterreichischer Alpenverein 1989, S. 128

Auch Krippendorf vertritt den Standpunkt, daß ein humaner und umweltorientierter Tourismus nur durch Kooperation von Reisenden und Bereisten erreicht werden kann, von Tourismuspromotoren und -investoren auf Basis von Gegenseitigkeit, Gleichberechtigung und Solidarität (1984 a, S. 136). Krippendorf erkennt den Tourismus als Phänomen der Wohlstandsgesellschaft an und distanziert sich von kritischen Zeitgenossen, die für eine Abschaffung der mobilen Freizeit plädieren. Dabei stellt er als Grundpostulat auf "Gewährleistung einer optimalen Befriedigung der vielfältigen touristischen Bedürfnisse für Menschen aller Volksschichten im Rahmen leistungsfähiger Einrichtungen und in einer intakten Umwelt unter Berücksichtigung der Interessen der ortsansässigen Bevölkerung" (ebd. 1984 a, S. 135).

11 Thesen beinhalten die Forderungen Krippendorfs nach einem sanften Tourismus:

- These 1: Für einen sanften und menschlichen Tourismus eintreten - Oberste Ziele neu gewichten
- These 2: Den Massencharakter des Reisens und die eigene Touristenrolle akzeptieren
- These 3: Die Reisesströme entzerren und besser verteilen
- These 4: Tourismusförderung nicht als Selbstzweck und Allheilmittel betrachten -

- breitgefächerte Wirtschaftsstruktur anstreben - Monokultur vermeiden
- These 5: Den Kapitaleinsatz für touristische Investitionen steuern
- These 6: Betonung des Einheimischen und Landestypischen
- These 7: Die Vorteile neu geschaffener künstlicher Urlaubszentren einsehen und nutzen
- These 8: Ein ehrliches und verantwortungsbewußtes Reise-Marketing betreiben
- These 9: Tourismusverantwortliche umfassender und besser ausbilden
- These 10: Die Menschen in den Ferien zu einem neuen Erleben und Verhalten animieren
- These 11: Die Bereisten über die Reisenden und die Tourismusprobleme informieren

(ebd. 1984 a, S. 136-143)

Krippendorf akzeptierte Freizeit und Tourismus als Teil der menschlichen Lebensqualität. Aufgrund auftretender Probleme setzte er sich für eine Legitimation in der Politik ein, die im Interesse aller eine Einflußnahme auf viele menschliche Lebensbereiche (u.a. Stadtplanung, Arbeitszeitenregelung) ausüben muß (ebd. 1984, S. 117). Hierzu gehört auch die Forderung nach freizeitkultureller Bildung.

Obwohl Krippendorf bereits Anfang der 80er Jahre den Begriff "sanfter Tourismus" inhaltlich sehr ausführlich behandelt und mit konkreten Handlungsanweisungen versehen hat, geriet dieser zum Diskussionsgegenstand unterschiedlichster Fachrichtungen. Dabei beschränkte man sich häufig auf eine Begrenzung oder Behebung ökologischer Folgewirkungen auf Symptomebene. Im Zuge der weiteren Ausgestaltung der Idee des sanften Tourismus setzte sich die Vorstellung durch, daß die Tourismusbranche mit ihren spezifischen Problemen nur einen Teilkomplex darstellt. Neben der ökologischen Dimension sind weitere Fachebenen integrativ zu behandeln. Inzwischen erschienen eine Reihe von Beiträgen von Geographen, Soziologen, Naturschützern, Raumplanern und Volkswirten, die die neue Form des Reisens einer fachspezifischen Analyse und Betrachtungsweise unterwarfen. Hierin mag begründet sein, daß gerade wegen dieser intensiven Diskussionen bisher keine einheitliche Begriffsbestimmung möglich war. Ohne eine fachübergreifende Grundsatzdiskussion drifteten Inhalte und Ziele auseinander. Deutlich wird dies in den unterschiedlichen Wortschöpfungen, die in Zusammenhang mit dem sanften Tourismus geprägt wurden. Hasslacher (1989, S. 51) stellte 34 Wortschöpfungen zusammen: von intelligent bis maßvoll, von landschaftsangepaßt bis kulturangepaßt, von sozialverträglich bis ökologisch und von alternativ bis einsichtig.

### 4.1.3 Erklärungen für einen sanften Tourismus

Vor dem Hintergrund einer unklaren inhaltlichen Bestimmung wurden von verschiedenen Organisationen Versuche unternommen, Grundsätze des sanften Tourismus festzulegen. Als eine der ersten kann die Definition der Internationalen Alpenschutzkommission (CIPRA) 1984 in der Deklaration von Chur betrachtet werden.

Die CIPRA sieht im sanften Tourismus die Chance, eine lebenswerte Umwelt für Einheimische und Gäste im Alpenraum in Zukunft zu erhalten. Als Voraussetzungen hierfür wurde auf der Tagung (in Chur) die Erfüllung u.a. der folgenden Forderungen angesehen:

- bei umweltrelevanten Planungen ist nach dem Grundsatz zu verfahren "von, mit und für die örtliche Bevölkerung" (Partizipationsprinzip)
- das touristische Angebot in den Zielgebieten soll sich überwiegend auf die im Raum vorhandenen Ressourcen stützen
- kein weiterer Ausbau der örtlichen und überörtlichen Verkehrsinfrastruktur für den Tourismus
- unerschlossene Landschaftsräume ohne ansässige Bevölkerung sind vor einer Erschließung zu bewahren (z.B. Zonierung von Ruhegebieten)
- kontinuierliche Information und Motivation der Einheimischen und Gäste bezüglich der Vorteile von "umwelt- und sozialverträglichen" Erholungsreisen
- Schaffung von attraktiven Einrichtungen für die Tages- und Wochenenderholung in den Stadtrandregionen, damit der stark belastende Tagesausflugsverkehr vermindert wird
- Verstärkung der Umwelterziehung, insbesondere zu Fragen des Fremdenverkehrs und des Mobilitätsverhaltens
- Umschichtung der Förderungsmittel zugunsten von Erholungsformen des sanften Tourismus
- Aufstellung von Erholungsplanungen nur im Rahmen von kleinräumigen Landschaftskonzepten ; Verzicht auf technische Großprojekte, Überwachung des Vollzugs (Entwicklung in vielen kleinen Schritten)

(Quelle: Commission internationale pour la protection des régions alpines (CIPRA), 1985)

1985 wurde der Bierenwanger Aufruf für einen sanften Tourismus veröffentlicht. Dieser geht auf eine Tagung mit dem Thema "Formen und Möglichkeiten eines umwelt- und sozialverträglichen Tourismus" zurück, zu der die Naturfreundejugend Deutschland eingeladen

hatte. Dieser Aufruf enthält ein Plädoyer für einen ökologisch und sozial verantwortlichen Tourismus. Darin wird die Forderung nach Alternativen zum bestehenden Tourismus gestellt, aber auch gleichzeitig nach einer Humanisierung des Alltags. Die Politik wird aufgefordert, durch Aufklärung und Beratung den Weg zu sanften Tourismusformen einzuschlagen und das Verursacherprinzip anzuwenden.

Ebenfalls bezogen auf den alpinen Raum, wurden 1985 die Toblacher Thesen erstellt (Krippendorf 1988, S. 113-114). In Toblach, Südtirol, treffen sich alljährlich Wissenschaftler aus mehreren europäischen Ländern zu einer interdisziplinären Diskussion. In diesen Toblacher Thesen setzen sich die Fachleute für einen Tourismus ein, der die Vernetzung mit Wirtschaft, Sozialgefüge, Kultur und natürlicher Umwelt berücksichtigt. Als Ziel wird dabei formuliert, einen langfristigen und größtmöglichen Nutzen für alle Beteiligten (Ortsansässige, Touristen und Tourismusunternehmen) durch den Tourismus zu erzielen, wobei untragbare ökologische Nachteile vermieden werden sollen.

Die Toblacher Thesen enthalten bereits konkrete Handlungsanweisungen und gehen damit über eine reine Tourismusphilosophie hinaus.

Die "Naturfreunde International" erstellten einen Kriterienkatalog zum sozial- und umweltverträglichen Reisen in der sogenannten Mörfelder Erklärung (Naturfreunde International 1988, S. 147 ff). Betroffene Bewohner sowie politisch Verantwortliche, Reiseveranstalter und Touristen erhalten darin gezielte Anregungen und Verhaltensregeln zu einem sozial- und umweltverträglichen Reisen. Die Naturfreunde verstehen darunter insbesondere: umweltschonende Verkehrsmittel, Meidung gefährdeter Natur- und Landschaftsschutzgebiete, Vermeidung von Stoßzeiten, Beachtung der Müllproblematik, landestypische Quartierwahl, Vermeidung überlasteter Urlaubszentren, sinnvolle Aufwands- und Wirksamkeitsabwägung, Meidung gefährdeter ethnischer Minderheiten, vor allem wenn sie selbst keinen Tourismus wollen, Beachtung kultureller Besonderheiten, Vermeidung von zu großen sozialen Differenzen zwischen Reisenden und Bereisten, Unterstützung von Maßnahmen, die das ausgegebene Geld den Menschen vor Ort zufließen lassen, Förderung von direktem, freiem, nicht staatlich kontrolliertem Kontakt mit der einheimischen Bevölkerung.

1996 wurden die Toblacher Thesen zu Mobilität und ökologischem Wohlstand verfaßt. Sie beinhalten die Notwendigkeit des Umdenkens der Bevölkerung zur Mobilität, eine Verbesserung des öffentlichen Nahverkehrs und des entsprechenden Dienstleistungsangebotes. Mobilität wird als integraler Bestandteil einer nachhaltigen Umwelt-, Wirtschafts- und

Stadtpolitik gewertet. Als Leitziele einer nachhaltigen Freizeit- und Urlaubsmobilität werden sanfte Mobilität (umweltorientierte Verkehrsangebote) und autofreier Tourismus definiert. Wegen der sich durch die Globalisierung der Wirtschaft ergebenden Warentransportprobleme wird in den Toblacher Thesen eine Veränderung im Wirtschafts- und Konsumverhalten gefordert. Verantwortung für eine sozial und ökologisch verträgliche Mobilität tragen alle, und die Politik muß entsprechende Rahmenbedingungen schaffen (Nuissl von Rein 1996, S. 43 ff).

Bei einigen Autoren taucht als extreme Form des sanften Tourismus der totale Verzicht auf den Konsum touristischer Dienstleistungen auf. Dies ist wohl die radikalste Form, tourismusbedingte Umweltbelastungen zu reduzieren. Die Realisierung dieser Forderung hätte allerdings fatale Folgen für die gesamte Weltwirtschaft und widerspricht dem Bedürfnis der Menschen nach Erholung. Sowohl Krippendorf als auch die Arbeitsgemeinschaft "Tourismus mit Einsicht" und die Naturfreunde International empfehlen, hin und wieder den Urlaub bewußt zu Hause zu verbringen. Aus der gesellschaftspolitischen Entwicklung (vgl. Kap. 3.2 und 3.3) ist jedoch eindeutig erkennbar, daß Freizeit und Tourismus Teil des heutigen Wohlstandes sind.

Trotz der inhaltlichen und begrifflichen Vielfalt lassen sich zwei unterschiedliche Positionen im Grundansatz erkennen:

Im Sinne Krippendorfs ist unter sanftem Tourismus eine politische Strategie zu verstehen, die über restriktive Maßnahmen der Raumordnungs- und Regionalpolitik einen Mängelgleich zwischen den unterschiedlichen Interessen von Natur- und Landschaftsschutz, Ökonomie sowie der einheimischen Bevölkerung sucht. Nach seiner Interpretation ist der sanfte Tourismus ein Kompromiß zwischen möglichst großem ökonomischem Nutzen und möglichst geringen sozialen und ökologischen Belastungen.

Im engeren Sinne ist sanfter Tourismus als Entwicklungsmöglichkeit alternativer Tourismusformen unter Einbeziehung der Ganzheit der Natur und Kultur zu verstehen, um Lösungen im Interessenkonflikt mit dem Tourismus zu erreichen. Diese Auffassung vertritt Hasslacher (1984). Er sieht im sanften Tourismus einen integralen Bestandteil einer eigenständigen Strukturentwicklung eines Raumes mit der gezielten Förderung von naturnahen Angeboten.

Von diesen beiden Vorstellungen sowie den aufgeführten Thesen und Erklärungen von Chur, Bierenwang, Toblach und Mörfelden ausgehend, wird deutlich, daß dem Schutz von

Natur, Kultur und Sozialgefüge in bereisten Regionen hochrangige Bedeutung eingeräumt wird. Um irreversiblen Schäden vorzubeugen, ist eine konzentrierte Tourismuspolitik mit klar definierten Zielvorgaben notwendig. Den Ansätzen ist ebenso zu entnehmen, daß Entwicklungskonzepte auf regionaler Ebene umgesetzt werden müssen, unter Beteiligung der einheimischen Bevölkerung, der Reiseveranstalter und der Touristen selbst. Die Einbeziehung tangierender Fachbereiche, wie Forst- und Landwirtschaft, ist wichtiger Bestandteil der sanften Tourismuskonzepte. In bezug auf die Angebotsstrukturen sollen naturgebundene Erholungsformen gegenüber den infrastrukturintensiven bevorzugt werden in Rücksicht auf Ökologie und natürliche Ressourcen. Langfristig angelegte Planungen sollen den Erholungswert der Landschaft und damit die ökonomische Basis für die Einheimischen erhalten. Informations- und Aufklärungsarbeit sind notwendig, um einheimischer Bevölkerung und Touristen die Auswirkungen ihrer Freizeitaktivitäten bewußt zu machen und konkrete Handlungsanweisungen zu vermitteln. Bereits 1986 (S. 153) weist Krippendorf darauf hin, daß als entscheidende Voraussetzung für eine Humanisierung des Reisens eine Änderung im Bewußtsein und Verhalten sowohl bei Bereisten als auch Reisenden selbst ist. In diesem Zusammenhang definierte Krippendorf (1986, S. 153-156) acht Charakteristika für einen neuen Touristen:

1. Der neue Tourist ist ein einsichtiger Tourist  
für mehr Offenheit, Toleranz, Bescheidenheit und Kommunikationsbereitschaft
2. Der neue Tourist ist ein konsumkritischer Tourist  
bei seinen Reiseentscheidungen und beim Kauf von Produkten und Dienstleistungen
3. Der neue Tourist ist ein genügsamer und anpassungswilliger Tourist  
bei der Auswahl der touristischen Einrichtungen und bei der Auseinandersetzung mit den Einheimischen und dem Landestypischen
4. Der neue Tourist ist ein rücksichtsvoller Tourist  
in bezug auf Bedürfnisse, Verhaltensweisen und Kultur der Einheimischen
5. Der neue Tourist ist ein innengeleiteter Tourist  
um zu sich selbst und zu anderen zu finden
6. Der neue Tourist ist ein selbstbeschränkt reisender Tourist  
der auch auf Entdeckungsreise in nicht allzuweit entfernt liegende Urlaubsgebiete fährt
7. Der neue Tourist ist ein experimentierfreudiger, kreativer Tourist  
und sucht im Urlaub nach Anreizen für mehr Bewegung, sportliche Tätigkeiten, Spiele, Kommunikation, kreatives Tun, Bildung und Entdeckungen, Erlebnissen und Erfahrungen, die im Alltag zu kurz kommen

#### 8. Der neue Tourist ist ein lernbereiter Tourist

der sich vor der Reise mit dem Urlaubsziel beschäftigt und sich Gedanken über seine Verantwortung macht. Öffentliche Erziehungs- und Bildungsanstalten sowie private Träger helfen ihm dabei.

Vor allem im Alpenraum wurden einige Projekte initiiert, die die Diskussion von einer theoretischen auf eine praktische Ebene transferierten. Die Umsetzungsebene war eine lokale: Orte, Landschaften und sogar Einzelbetriebe. Beispiele sind Hindelang im Ost-Allgäu (vgl. Popp 1990, Kurverwaltung Hindelang 1995/96), das Virgental in Osttirol (vgl. Hasslacher 1984, Oesterreichischer Alpenverein, Serie Alpine Raumordnung Nr. 3, 1989, S. 39-50), der Chasseral im Berner Jura (vgl. Studer 1988) oder das Hotel Ucliva im schweizerischen Waltensburg (vgl. ADAC 1991). Diese Projekte haben bewiesen, daß konkrete Handlungsansätze zu realen Veränderungen führen können. Dabei haben die Verantwortlichen die Strategie einer "schrittweisen Veränderung" verfolgt, die auf den unterschiedlichsten Ebenen institutioneller, planerischer und gesetzlicher Art durchgeführt worden ist.

#### **4.2 Inhalte und Ziele einer nachhaltiger Entwicklung**

Wie die Ausführungen zeigen, ist der sanfte Tourismus vorwiegend als Antwort touristischer Problembewältigung in Zieldestinationen zu verstehen. Hintergrund der Konzepte bildet die Überzeugung, daß Umwelt und Natur die eigentlichen Grundlagen des Tourismus sind und von daher schon aus Eigeninteresse eines speziellen Schutzes und einer eigenen Entwicklung bedürfen. Dieser sich seit den 60er Jahren ergebende Einstellungswandel zu größerem Umweltbewußtsein ist nicht nur im Tourismus feststellbar, sondern in vielen wirtschaftlichen Bereichen des Menschen. Nährstoff für diese Entwicklungen lieferten u.a. die Studien von Meadows (1972): "Die Grenzen des Wachstums" sowie "Global 2000" (1980), ein Bericht an den amerikanischen Präsidenten. Beide Abhandlungen zeigen eindeutig die Grenzen quantitativen Wirtschaftswachstums, die sich zwangsläufig aus Ressourcenknappheit ergeben (Rohstoffe, Umwelt, Nahrung, Wasser, Landwirtschaft, Forstwirtschaft, etc). Praktische Auswirkungen zeigte die Ölkrise in den 60er und 70er Jahren, in deren Verlauf Sonntagsfahrverbote verhängt worden sind und so den Menschen die Bedeutung und Abhängigkeiten von Rohstoffen bewußt machte. Auf diesen Studien basiert die Erkenntnis, daß sich alle gesellschaftspolitischen Aktivitäten am Naturpotential orientieren müssen, um langfristig die natürlichen und wirtschaftlichen Lebensgrundlagen des Menschen zu erhalten. Die Leistungs- und Belastungsfähigkeit des Naturhaushaltes dik-

tiert Art und Intensität menschlicher Bedürfnisbefriedigung in Verantwortung für kommende Generationen.

1987 erschien ein weiterer Bericht, der als sog. "Brundtland-Bericht" (genannt nach der norwegischen Vorsitzenden der World Commission on Environment and Development Brundtland) internationale Beachtung fand. Darin wird der Begriff "Sustainable development" geprägt, der mittlerweile für viele Wirtschaftsbereiche des Menschen Anlaß für konkreten Einstellungswandel liefert. Die eingeführte deutsche Übersetzung dieses Begriffes lautet "nachhaltige Entwicklung" und kann definiert werden als "Entwicklung, die die Bedürfnisse der Gegenwart befriedigt, ohne zu riskieren, daß künftige Generationen ihre eigenen Bedürfnisse nicht befriedigen können" (Becker 1995, S. 22). Die Erklärung von Rio de Janeiro (1992) "Rio Deklaration" der UN-Konferenz UNCED (Konferenz über Umwelt und Entwicklung) und die "Agenda 21" mit konkretem Maßnahmenprogramm haben zur Popularisierung dieses Begriffes in Wissenschaft und Politik beigetragen. In der Ministerkonferenz vom 6. bis 8.3.1997 verabschiedeten 18 Staaten und mehrere Organisationen die sog. "Berliner Erklärung", die weltweit einen ersten Konsens über Inhalte und Prinzipien nachhaltigen Tourismus formuliert (Deutscher Bundestag 1997, S. 74).

Das Konzept des sustainable development ist als umfassendes Zielsystem zu verstehen, das den Schutz von Natur und Umwelt als integralen Bestandteil aller gesellschaftspolitischen Entscheidungen berücksichtigt. Der Tourismus ist nur ein Teil dieses Systems. Die Idee des sustainable development enthält zukunftsweisende Zieldefinitionen zu Wirtschaft, Sozial- und Umweltverträglichkeit, die gleichberechtigt nebeneinander stehen und globale Ausmaße haben. Die Nachhaltigkeit bezieht sich im wesentlichen auf die Verantwortlichkeit für kommende Generationen, insbesondere die Sicherung ihres Lebens- und Wirtschaftsraumes im Sinne einer intragenerativen Gerechtigkeit und Verantwortlichkeit (Becker 1995, S. 14).

Nach Becker (1995, S. 25) sollte sich Nachhaltigkeit auf drei Dimensionen beziehen: ökologische Verträglichkeit, ökonomische Ergiebigkeit und soziale Verantwortbarkeit.

### **1. Ökologische Dimension:**

- Erhalten eines Gleichgewichtes bei den erneuerbaren Ressourcen zwischen Abbau und Regenerierungsrate
- Reduzieren des Verbrauchs nichterneuerbarer Ressourcen
- keine Übernutzung der Assimilationsfähigkeit der Ökosphäre durch Abfallaufkommen und Schadstoffemissionen



## **2. Ökonomische Dimension:**

- Stabile wirtschaftliche Entwicklung

## **3. Soziale Dimension:**

- Gerechte Verteilung der Lebenschancen zwischen den Generationen am Ort und in der Region  
(Becker 1995, S. 26 ff).

Das Konzept der Nachhaltigkeit erfordert in vielen Wirtschafts- und Tätigkeitsbereichen des Menschen ein Umdenken. Die Tragfähigkeit des ökologischen Systems legt neue Wertmaßstäbe fest, wodurch Wirtschafts- und Sozialstrukturen des Menschen neu definiert werden müssen. Alle menschlichen Handlungsfelder müssen demnach in ihrem multifunktionalen Wirkungskreis einer Bewertung und Beurteilung unterzogen werden.

### **4.2.1 Bedeutung eines regionalen Ansatzes für nachhaltige Entwicklung**

Das Nachhaltigkeitsprinzip beruht auf einem globalen Ansatz, der in einem Sozial-, Raum- und Zeitgefüge interpretiert werden muß. Die Umsetzungsebene dieser nachhaltigen Entwicklungsstrategien kann nur der Raum als Lebenssphäre des Menschen sein.

Das System sozio-ökonomischer und ökologischer Potentiale wird in einem Raum bzw. einer Region wirksam und ist bei der Realisierung auf spezifische Eigenheiten angewiesen. Die Motivation zur Umsetzung des nachhaltigen Gedankengutes sowie Handlungskompetenzen können sich demnach auch nur aus der Region rekrutieren. Den Schwerpunkt bilden dabei eigenverantwortliche Lösungen von Produzenten, Dienstleistern und Konsumenten in Kooperation mit nicht-staatlichen Organisationen und der einheimischen Bevölkerung (Umwelterklärung 1997, S. 5). Diese eigenverantwortlichen Lösungen sind zentrale Inhalte der "eigenständigen Regionalentwicklung", die Entscheidungskompetenzen auf die regionale Ebene überträgt. Nach Witzel (1995, S. 84) wird dadurch eine Demokratisierung wirtschaftlicher und politischer Entscheidungsprozesse erreicht, die an regionale Umwelt- und Sozialbedingungen anknüpfen und selbstbestimmte und gleichberechtigte Lebensbedingungen ermöglichen. Als wichtige politisch-administrative Voraussetzung nennt Witzel die Schaffung dezentraler Organisationsstrukturen nach dem Subsidiaritätsprinzip. Ansätze für eine eigenständige Regionalentwicklung bilden das "Öko-Modell Hindelang" des BUND Bayern 1990 oder die "Aktion Virgental", 1980 initiiert vom Oesterreichischen und Deutschen Alpenverein.

#### 4.2.2 Nachhaltige Regionalentwicklung mit Tourismus

Das Konzept "sustainable development" bietet insbesondere für den Tourismus als weltgrößten Wirtschaftszweig mit seinen vielfältigen ökonomischen, ökologischen und sozialen Verflechtungen Chancen und Möglichkeiten einer zukunftsorientierten, verantwortungsvollen Entwicklung (vgl. Kap. 3.5 und 3.7.1). Der Arbeitskreis Freizeit- und Fremdenverkehrsgeographie der deutschsprachigen Geographen einigte sich auf den Sprachgebrauch "nachhaltige Regionalentwicklung mit Tourismus", der auch in dieser Arbeit übernommen wird. Grundsätzlich berücksichtigt das System der Regionalentwicklung mit Tourismus sowohl die Angebots- wie auch die Nachfrageseite.

Ein Umsetzungsmodell in bezug auf das Reisen stellt Becker (1995, S. 25) vor. Als Oberziel formuliert er: "Schaffen optimaler Erholungsmöglichkeiten für die Bevölkerung", wobei Einheimische und Reisende integriert sind. Als Unterziel definiert er:

"Befriedigen des Erholungsbedürfnisses für alle Gruppen der Bevölkerung

- Orientieren an den Wünschen und Bedürfnissen der Bevölkerung hinsichtlich der Gestaltung des Urlaubes
- Sichern und Schaffen von Möglichkeiten für die Regeneration und für die Selbstverwirklichung im Urlaub im Rahmen der ökologischen und soziokulturellen Möglichkeiten
- Störender Lärm durch Einheimische und die Urlauber selbst ist zu vermeiden

Schaffen eines vielfältigen Angebotes zur Befriedigung der unterschiedlichen Freizeitinteressen

- Pflege des spezifischen, eigenen Milieus, damit der Urlauber Glück und Freude bewußt erlebt und dadurch Verhaltensänderungen im eigenen Alltag initiiert werden
- Hinführen zur Einheit mit Natur und Kultur
- Intensive, vernetzte Nutzung des endogenen Potentials

Breite Beteiligung am Ausbau der touristischen Infrastruktur

- Beteiligung der verschiedenen Gruppen der einheimischen Bevölkerung, um auch deren Freizeitinteressen zu berücksichtigen
- Beteiligung der Urlauber und Ausflügler dabei"

(Becker 1995, S. 25).

Hierzu stellt Becker einen Strategienrahmen mit erweiterbarem Kriterienkatalog zusammen, der einen theoretischen Ansatz für das operative Tourismusgeschäft liefert (siehe Anhang 7). Die Umsetzung der Inhalte kann nur regionalspezifisch durch primäre Nutzung des endogenen Potentials und nach den Konzepten eigenständiger Regionalentwicklung erfolgen. Erste Ansätze einer Konkretisierung dieser Ziele sind bisher in erster Linie im ökologischen Bereich zu finden (Rust 1996, S. 7).

Müller (1995, S. 16) faßt die Ziele nachhaltiger Tourismusedwicklung in fünf Punkten zusammen:

- Gestaltungsrecht zukünftiger Generationen
- wirtschaftlicher Wohlstand
- optimale Befriedigung der Gästewünsche
- intakte Kultur
- intakte Natur/Ressourcenschutz
- subjektives Wohlbefinden der Gastgeber

Müller berücksichtigt dabei wie Becker die Bedürfnisse der Reisenden selbst als auch die der Bereisten, wobei er das Gestaltungsrecht zukünftiger Generationen an erste Stelle setzt. Eine intakte Natur und Kultur sind die Voraussetzungen für eine hohe Lebensqualität der einheimischen Bevölkerung und bieten zugleich eine optimale Befriedigung der Gästewünsche.

#### **4.2.3 Begriffsabgrenzung sanfter Tourismus und nachhaltige Regionalentwicklung mit Tourismus**

Im Gegensatz zum sanften Tourismus, der eher vergangenheitsbezogen, problemorientiert und marktregulierend ist, enthält die Idee der nachhaltigen Entwicklung mit Tourismus zukunftsweisende Zieldefinitionen zu Wirtschaft, Gesellschaft und Ökologie. Diese drei Systeme stehen gleichberechtigt nebeneinander und besitzen eine globale Dimension. Der sanfte Tourismus ist als eine Antwort betroffener Einheimischer zu verstehen, um die mit dem Massentourismus zusammenhängenden Probleme, allerdings begrenzt auf eine räumliche Einheit, zu lösen. Der sich daraus ergebende Handlungsrahmen enthält durchaus Ideengut einer nachhaltigen Entwicklung. Die Konzepte, wie sie für die Schweiz (Krippendorf, 1975), das Virgental in Osttirol (Hasslacher, 1984) oder für Hindelang (Popp, 1990) entwickelt wurden, weisen zwar eher regulierenden Charakter auf, dennoch zeigen sie Lö-

sungsansätze, die durchaus zukunftsweisende Entwicklungsrichtlinien festlegen. So bezeichnet auch Maier (1995, S. 67-78) das sanfte Tourismuskonzept in Hindelang als nachhaltig, da schonender Umgang mit Ressourcen, Einbindung der Einheimischen und die langfristig angelegte Entwicklung und Planung der Natur- und Kulturlandschaft als wichtige Grundlagen im Sinne der Definition der Nachhaltigkeit zu verstehen sind.

Insgesamt geht die Idee der nachhaltigen Regionalentwicklung mit Tourismus über das Konzept des sanften Tourismus hinaus. Sie ist als planerisches Entwicklungskonzept für eine Region oder einen Ort zu verstehen, das **langfristig** angelegt, alle Lebens- und Wirtschaftsbereiche des Menschen berücksichtigt und zielstrebig nach und nach seiner Verwirklichung entgegenstrebt. Dabei kommt der ökonomischen Entwicklung, anders als im Konzept des sanften Tourismus, die gleiche Bedeutung wie der ökologischen und sozialen Entwicklung zu. Zudem beschränkt sich das Konzept des nachhaltigen Tourismus nicht auf eine Region, sondern beinhaltet vielmehr einen globalen Ansatz, der auf Regions- oder Ortsebene seine Umsetzung sucht.

#### **4.3 Naturparke als Instrument einer nachhaltigen Entwicklung?**

Wie in der Naturschutzgesetzgebung verankert, sind Naturparke als großräumige Schutzgebiete definiert, die sowohl der Erholungsvorsorge als auch dem Naturschutz dienen (vgl. Kap. 2.1). So wurden vor allem in den 80er Jahren u.a. in vielen Naturparks Tourismuskonzepte entwickelt und gefördert, die den Erhalt von Natur- und Kulturlandschaft als vorrangige Ziele verfolgen, z.B. im Altmühltal. Diese Initiativen gehen vorwiegend auf umweltorientierte Vertreter der Tourismuswirtschaft in Zusammenarbeit mit tangierenden Fachbereichen zurück. Obwohl aus touristischer Sicht wirtschaftliche Prioritäten im Vordergrund stehen, sind jedoch die Ziele seitens des Naturschutzes als identisch zu beurteilen. Diese wirtschaftlichen Interessen basieren auf dem Erhalt einer hohen Umweltqualität des Erholungsgebietes aus einem ökologisch-ästhetischen Aspekt heraus. Eine Strategie zur Entwicklung und Erhaltung vielfältiger Natur- und Kulturlandschaften lag und liegt u.a. in der Anwendung endogen orientierter Nutzungs- und Wirtschaftsformen. Die operative Umsetzung beruht auf dem System der "kleinen Kreisläufe", die besagen, daß erwirtschaftete Güter aus der Region auch in der Region verbleiben, wie z.B. Verkauf landwirtschaftlicher Produkte durch Selbstvermarkter und Verwendung in der örtlichen Gastronomie, wodurch ein Qualitätsanspruch gewährleistet werden kann. Zudem trägt die Eigenvermarktung zur wirtschaftlichen Sicherheit bäuerlicher Betriebe bei, die wiederum als "Landschaftspfleger" einen wichtigen Stellenwert einnehmen.

Als Erhaltungsmaßnahmen von touristischer Seite bieten sich Besucherlenkungs- sowie Umweltsensibilisierungskonzepte an, wobei die Information der Besucher eine wichtige Rolle spielt. In vielen Naturparks wurden deshalb Informationszentren eingerichtet. Diese erfüllen nach Job (1993, S. 24) eine wichtige Funktion im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit. Durch die Vermittlung orts- bzw. regionsspezifischer Informationen über die Arbeits-, Lebens- und Wirtschaftsweisen sowie die Kultur der Menschen des Naturparks werden gesellschaftspolitische Aspekte in die Öffentlichkeitsarbeit eingebunden, mit dem Ziel, Rücksichtnahme und Verständnis für das Gastland bzw. auch die Heimat aufzubringen. Neben der Information und Bildung besteht ein wichtiger Aufgabenbereich der Tourismuswirtschaft darin, Angebote naturgebundener Erholungsformen zu schaffen, um den Menschen den Wert der Landschaft bewußt zu machen. Gleichzeitig gehen damit schonende Formen der Mobilität einher (Wanderer, Radwanderer), die durch weitere Maßnahmen (Ausbau des ÖPNV, Radlerbusse, verkehrsfreie Urlaubsorte u.ä.) ergänzt werden sollten.

Festzuhalten ist, daß durch die touristische Nutzung von Naturparks den darin lebenden Menschen eine wirtschaftliche Lebensgrundlage geboten wird. Einwände, daß insbesondere der Tourismus in Großschutzgebieten zu deren Zerstörung beiträgt, verneint Schemel (1995, S. 5), da die Erholungsnutzung in Naturparks überwiegend von Wanderern und Radfahrern ausgehe.

Zusammenfassend kann die Zielsetzung von Naturparks festgehalten werden:

- langfristige Sicherung der Natur- und Kulturlandschaft
- Förderung kleiner Kreisläufe zur Stärkung der Wirtschafts- und Sozialstruktur in der Region
- Angebot von landschaftsgebundenen Erholungsformen mit entsprechenden ÖPNV-Maßnahmen
- Information der Besucher zum Zwecke der Umweltsensibilisierung
- wirtschaftliche und soziale Stärkung des ländlichen Raumes

Die Leitbildidee der Naturparke und insbesondere die Tatsache einer zukunftsorientierten Pflege und Nutzung der Natur- und Kulturlandschaft in Verbindung mit einer ökonomischen Entwicklung entspricht in Grundsätzen den Gedanken einer nachhaltigen Entwicklung mit Tourismus.

Zum gleichen Ergebnis kommt Schemel (1995, S. 10). Als konkreter Handlungsrahmen für den Tourismus ergeben sich die Aufgaben, auf umweltverträgliche Weise die Wirtschaftskraft der Region zu stärken, den Naturpark mit charakteristischen Inhalten zu füllen

und die wirtschaftlichen und erlebniswirksamen Zusammenhänge mit anderen raumrelevanten Nutzungen sichtbar und Synergieeffekte nutzbar zu machen. Das Naturparkkonzept sollte die Eigenschaften Bürgernähe, ökonomische Plausibilität und Ganzheitlichkeit aufweisen.

#### **4.4 Inhalte nachhaltiger Entwicklung auf Produktebene**

In der Literatur herrscht Konsens darüber, daß die Umsetzung des Nachhaltigkeitsprinzips mit Tourismus nur auf regionaler Ebene erfolgen kann. Voraussetzung hierfür sind langfristig angelegte Konzepte, die auf der Angebotsseite die ökologischen, ökonomischen und soziokulturellen Wirkungsgefüge erfassen und in ihren Auswirkungen analysieren. In bezug auf die Nachfrageseite hat Becker (1995, S. 25) die Schaffung optimaler Erholungsmöglichkeiten für die Bevölkerung als Oberziel formuliert. Voraussetzungen dafür sind: Berücksichtigung der Wünsche der Bevölkerung, der Vielfalt an Freizeitinteressen sowie der Bedürfnisse verschiedener Zielgruppen. Die Freizeitinteressen, Bedürfnisse, Wünsche und äußeren Rahmenbedingungen zum Thema Freizeit sind ausführlich in Kapitel 3.3 erläutert.

Regionale touristische Konzepte müssen diese äußeren Bedingungen berücksichtigen, um dem Prinzip der Nachhaltigkeit Rechnung zu tragen. Hierzu gehören auch Aussagen über die Angebotsstrukturen selbst, die jede für sich und in ihrer Summe den Anforderungen an die Verträglichkeit gerecht werden müssen. Die Spitzenverbände und -organisationen des deutschen Tourismus haben in ihrer Umwelterklärung (1997, S.10) die Aussage getroffen, daß sich nachhaltige Produktgestaltung auf drei Ebenen vollziehen sollte:

1. auf der Ebene der Anbieter einzelner touristischer Leistungen
2. auf der Ebene der Destinationen und Orte sowie
3. auf der Ebene Produktbündelung und -koordination, incl. der Distribution.

Kennzeichnend auf Angebotsebene ist ein betriebliches Umweltmanagement, das von einem umweltschonenden Beschaffungswesen über sparsamen Ressourcenverbrauch reicht bis zu umweltgerechter Entsorgung und umweltbezogener Gästeinformation. Die Orte und Destinationen tragen Verantwortung bei der Ausformulierung sowie Umsetzung nachhaltiger Tourismusplanung und -politik. Die Rolle von Reiseveranstaltern und -mittlern besteht in der Bündelung von Einzelleistungen zu umweltschonenden Reiseangeboten.

Der von Becker (1995, S. 26 ff) (siehe Anhang 7) erstellte Strategierahmen für den Bereich Tourismus bietet mit der inhaltlichen Konkretisierung die drei Dimensionen -ökologische Verträglichkeit, ökonomische Ergiebigkeit und soziale Verantwortbarkeit- einen normativen Ansatz und zugleich eine Art Checkliste, die der regionalen Umsetzungsebene ein Orientierungsfeld bietet. Anhand dieses Kriterienkataloges wird nun analysiert, unter welchen Voraussetzungen ein konkretes Produkt - das Fahrradfahren - als nachhaltig beurteilt werden kann und zwar in Berücksichtigung der Angebots- und Nachfrageseite.

#### a) Ökologische Dimension

<b>Angebot</b>	<b>Nachfrage</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ausschöpfung aller Möglichkeiten zur Reduzierung des Energieaufwandes für den touristischen Verkehrs</li> <li>- Entwicklung von umweltschonenden Verkehrssystemen</li> <li>- Förderung von Anreisemöglichkeiten mit dem ÖPNV</li> <li>- Erschließung des Umfeldes durch gut ausgebaut (Rad) Wanderangebote</li> <li>- Vermeidung von Störungen vernetzter Ökosysteme bei Standortwahl von Freizeiteinrichtungen und bei der Anlage von Wegenetzen</li> <li>- Verbesserte Information über ökologische Zusammenhänge</li> <li>- Verstärkte Öffentlichkeitsarbeit für ein umweltgerechtes Verhalten</li> <li>- Zielkonflikt mit Natur bei Neuanlage von Radwegen und Auswahl des Wegebelauges</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Schaffen eines Umweltbewußtseins zur Reduzierung des Energieverbrauchs bei der Urlaubsreise und bei Fahrten in das Urlaubsgebiet</li> <li>- Lenkungsfähigkeit von Radtouristen</li> <li>- Informationsbedarf über Natur und Kultur vorhanden</li> <li>- Nutzung vom Fahrrad zur Anreise</li> <li>- Emotionale Wahrnehmung der Umwelt durch Sinne, Geist und Psyche</li> </ul>

#### b) Ökonomische Dimension

<b>Angebot</b>	<b>Nachfrage</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Zielgerichtete Weiterentwicklung des Tourismus in qualitativer Hinsicht</li> <li>- Anstreben eines möglichst hohen Anteils der regionalen Wertschöpfung an touristischen Umsätzen</li> <li>- Offener Handlungsrahmen für unterschiedliche Entwicklungspfade auf lokaler und regionaler Ebene</li> <li>- Schaffen von attraktiven, vielfältigen und zu Aktivitäten anregenden Angeboten</li> <li>- Nutzung des endogenen Potentials</li> <li>- Vernetzung mit Angeboten der Nachbarorte</li> <li>- Förderung selbständiger Existenzen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Radtouristen gehören den gehobenen Einkommensklassen an</li> <li>- Vielfältige Interessen bedingen intensive Nutzung der Angebotssegmente</li> <li>- Ausgabewilling bezüglich Ausstattung</li> </ul>

c) Soziale Dimension

<b>Angebot</b>	<b>Nachfrage</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planerische Entscheidungsmöglichkeit für die Zukunft ist offen</li> <li>- Rückbaumöglichkeiten vorhanden</li> <li>- Bewahrung überkommener Elemente der Regionalkultur</li> <li>- Einbindung der Tourismusentwicklung in die allgemeinen und fachplanerischen lokalen und regionalen Entwicklungskonzeptionen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Partizipation der einheimischen Bevölkerung</li> <li>- Interesse an regionaler Kultur</li> <li>- Nutzungsmöglichkeit für die einheimische Bevölkerung</li> <li>- Nutzung von Kommunikationsmitteln</li> <li>- Bildungsorientiertheit</li> <li>- Freizeitbedürfnis der Bevölkerung</li> </ul>

Wie aus dieser Zusammenstellung hervorgeht, erfüllt der Fahrradtourismus wesentliche Anforderungsprofile an eine nachhaltige Entwicklung mit Tourismus. Zu diesem Ergebnis kommt auch Rust (1996, S. 37-52), die das radtouristische Angebot an der Mecklenburgischen Seenplatte ganz konkret anhand der ökologischen, ökonomischen und sozialen Dimensionen beleuchtet hat.

Um die Prinzipien der nachhaltigen Regionalentwicklung mit Tourismus einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen, spielt die Kommunikation eine entscheidende Rolle. Die Kommunikation, die auf verschiedenen Ebenen verlaufen kann, schafft erst die Motivation, sich mit den Inhalten auseinanderzusetzen. Erst wenn es gelingt, Überzeugung bei allen Betroffenen hervorzurufen, ist der Grundstein für entsprechende Handlungsweisen gelegt. In Kapitel 5 sind die wichtigsten Bedingungen und Voraussetzungen für eine Kommunikation näher erläutert.

#### **4.5 Operative Handlungsebenen: Reiseveranstalter, Reisende und Bereiste**

##### **4.5.1 Zusammenhang von Information, Verhalten und Handeln**

Die Einstellung zur Umwelt zeigt eine große Variationsbreite von Volk zu Volk, von Mensch zu Mensch. Auch innerhalb eines menschlichen Lebens werden verschiedene Sensibilitätsgrade zur Umwelt deutlich. Einerseits geprägt von demographischen Faktoren wie Ausbildung oder Alter, bestehen auch temporäre Determinanten, wie beispielsweise die Intensität der Berichterstattung in Medien oder konkrete Umweltkatastrophen.

Nach einer Studie von Opaschowski (1985, S. 29) haben zwei Drittel der Bundesbürger zu



diesem Zeitpunkt keine Informationen über den Problemzusammenhang von Freizeit, Tourismus und Umweltbelastung, wogegen zwei Drittel der Bundesbürger behaupten, in den letzten Jahren umweltbewußter geworden zu sein. Den Untersuchungen zufolge hat nur jeder fünfte der Befragten sein Verhalten durch das Wissen um die Probleme geändert. Diese Zahl stützt sich auf Aussagen der Befragten, ohne daß ein qualitativer Maßstab für die Beurteilung zugrunde gelegt wurde. Die Einsicht, die Umwelt durch das eigene Freizeitverhalten zu schädigen, ist bei den unter 40jährigen bei jedem zweiten und bei den über 40jährigen bei jedem fünften vorhanden (Kirstges 1992, S. 61). Sehr unterschiedlich sind die Ansichten über die konkreten Inhalte umweltfreundlichen Verhaltens. In der Untersuchung Opaschowskis beispielsweise gab jeder zweite Jugendliche an, nicht zu wissen, was umweltfreundliches Verhalten überhaupt beinhaltet, obwohl bei den Jugendlichen eine problembewußtere und kritischere Einstellung zur Natur als bei älteren Menschen festzustellen ist.

Auffallend ist, daß das Umweltbewußtsein im Freizeitbereich weniger stark als im allgemeinen Umweltverhalten (z.B. zu Hause) ausgeprägt ist. Nach Kirstges (1992, S. 64) besteht "eine starke Diskrepanz zwischen der verbal-ideellen Ebene und der Verhaltensebene ökologieorientierter Werte". Gerade diese Diskrepanz erfordert einen langwierigen Prozeß hin zu umweltbewußtem Handeln im Freizeitbereich, der erst durch die Veränderung gesellschaftlicher Leitbilder ausgelöst und durch Sensibilisierung erreicht werden kann. Allein die Sensibilität für ein Problem gibt jedoch keine Garantie für entsprechende Verhaltensweisen. Feststellbar ist eine Diskrepanz zwischen Umweltbewußtsein, faktischem Wissen und alltäglichem Handeln (Frech et al. 1998, S. VII). Nach Frech genügen appellative und moralische Vorgehensweisen in der Bildungsarbeit nicht, damit umweltverträgliche Handlungen erzielt werden können. Als Voraussetzung für einen Bewußtseinswandel beim Menschen wird sowohl die formale (schulische) als auch nichtformale Bildung (außerschulisch in Vereinen, Weiterbildungsträgern) gesehen. Der Mensch muß erst in die Lage versetzt werden, sein Handeln in bezug auf eine nachhaltige Entwicklung abzuschätzen und anzugehen (Frech et al. 1998, S. 90). Der Grund für die Diskrepanz von Wissen und Handeln wird darin gesehen, daß die meisten alltäglichen Verhaltensweisen nicht nach bewußten rationalen und moralischen Kriterien erfolgen, sondern das Ergebnis einer Reproduktion von Gewohnheiten und Anpassung an aktuelle äußere Umstände sind (Frech et al. 1998, S. 75). Die Hinführung zu umweltbewußtem Handeln und Verhalten setzt Information voraus. Information wiederum erzeugt Problembewußtsein. Dieses Wissen hat aber nicht zwangsläufig entsprechende Verhaltensweisen zur Folge. Die Umsetzungsphase von Information in aktives Handeln zeigt nach Venth und Freyer (1986) Abhängigkeiten zum gesamtgesellschaftlichen Engagement eines Menschen. Sie ermittelten in der Stern-Marke-

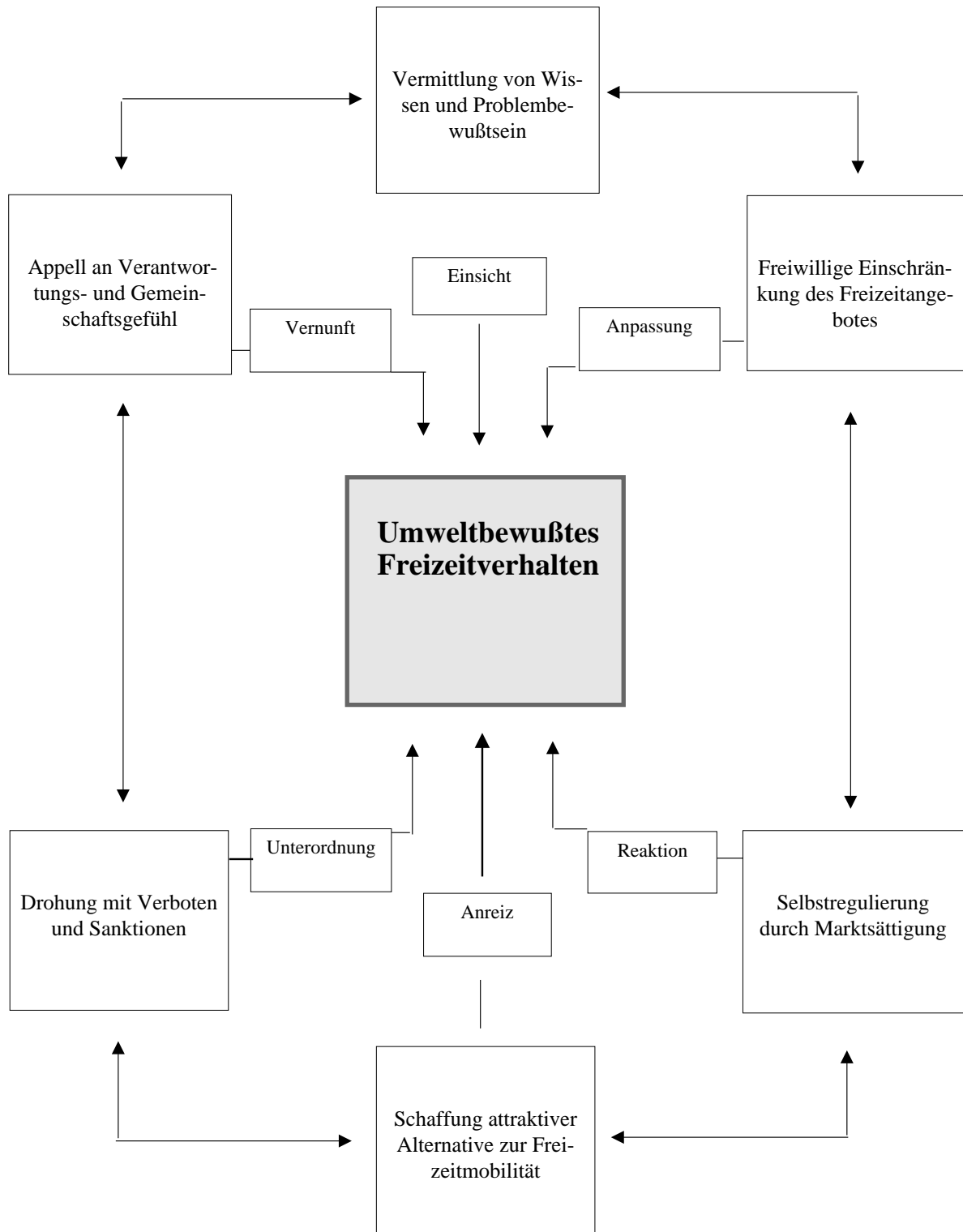
ting-Untersuchung "DIALOG 2" aus dem Jahr 1986 in einem Typologisierungsverfahren nach Mediennutzung Gruppen, die in ihren Verhaltensmustern mit signifikanten Unterschieden aufwarten: die passive Öffentlichkeit und die aktive Öffentlichkeit. Sie ermittelten, daß die Umweltaktiven bereits ca. 5,8 Mio. Menschen ausmachen. Diese reagieren empfindlich auf Verschmutzung am Urlaubsort und zeigen auch zu Hause umweltbewußtes Verhalten. Weitere 8 % seien für sanfte Tourismusformen aktivierbar, und weitere 15 % der Reisenden (3,8 Mio.) gelten als Praktizierer von umweltfreundlichem Tourismus und fungieren als Meinungsbilder (Venth et al. 1987, S. 9 ff) <sup>6</sup>. Insbesondere bei dieser Gruppe ist eine gewisse Einsicht vorhanden, wodurch unerwünschte Gewohnheiten bei konkreten Handlungen allmählich verdrängt werden können. Das bewußt planmäßig einsetzende Handeln wird dann automatisiert, wenn es von außen unterstützt wird und zum Erfolg führt. Dies bedeutet, daß die Handlungen zu einer neuen Gewohnheit werden, ohne daß immer bewußte intellektuelle Planung, Steuerung und Kontrolle erfolgen. Der Schritt zur Verhaltensänderung erfordert ein innovatives Primärhandeln, was bedeutet, daß der Mensch ganz bewußt durch Distanzierung und Selbstkonfrontation seine bisherigen Handlungsmethoden aufgibt und eine neue Verhaltensform einleitet, die auf Wissen beruht (Frech et al. 1998, S. 77).

Eine nicht auf Umwelt sensibilisierte Gruppe wird sich nur dann umorientieren, wenn sie von außen dazu genötigt wird bzw. persönliche Nachteile aus ihrem Verhalten zieht. Für die umweltpädagogische Praxis bedeutet dies, daß Sanktionen (z.B. Betretungsverbote) oder Strafen eingeführt werden müssen, um abträgliches Verhalten einzudämmen. Um jedoch den Nachhaltigkeitsgedanken in unserer Gesellschaft zu verankern, können weder den Staat als politische Steuerungsinstanz noch Selbstregulierungskräfte des Marktes langfristig den gewünschten Erfolg bringen. Vielmehr müssen die Menschen selbst Eigenverantwortung für eine intakte Umwelt und Initiativen in Rücksicht auf künftige Generationen mit Bereitschaft zu persönlichen Opfern übernehmen (Frech et al. 1998, S. 127).

---

<sup>6</sup> Der Studienkreis für Tourismus ermittelte bei der Reiseanalyse 1998 20 % aller Bundesbürger ab 14 Jahren (10 Mio.) und 20 % der Urlaubsreisenden (6 Mio.), die als "sanftes Potential" bezeichnet werden können (FVW 4.12.90, Nr. 27, o. Seitenangabe).

Abb. 16: Umweltbewußtes Freizeitverhalten



Quelle: Opaschowski 1985, S. 31

Nach Opaschowski (1985, S. 34 ff) sind verschiedene Maßnahmen notwendig, um den Menschen zu Verantwortung zu erziehen:

1. Vermittlung von Problembewußtsein
2. Appell an Verantwortungs- und Gemeinschaftsgefühl
3. Verbote und Sanktionen
4. Selbstregulierung durch Marktsättigung
5. Einschränkung der Angebote
6. Angebot von Alternativen.

Bei Fragen der Sensibilisierung, Informationsvermittlung und Bildung spielt die Kommunikation eine entscheidende Rolle. Nach einer Studie von Opaschowski im Jahr 1985 beziehen 90 % der Befragten ihre Informationen über Umweltfragen durch Fernsehen, 75 % durch Tageszeitungen und 50 % durch den Rundfunk. Welche und wie effizient Medien eingesetzt werden können, wird in Kap. 5 behandelt.

Als effektivere Wissensvermittlung wird heute das erlebnisorientierte Lernen betrachtet (vgl. Stehr et al. 1991, Frech et al. 1998). Auf dieser Basis hat Trommer (1990, S. 18) vier Erfahrungsebenen zusammengestellt, die konkreten Handlungen vorausgehen sollten:

1. Natur wohltuend erleben (Sinneswahrnehmungen, Stimmungen)
2. Natur erkunden (ziel- und methodenorientiert)
3. Natur verstehen (kreativer Umgang mit Wissen)
4. mit Natur verständig umgehen, handeln und Handlungen üben

Während Trommer eher die methodische Ebene anspricht, erarbeitet Petzold (et al. 1984, S. 43 ff) didaktische Grundprinzipien, die wichtig für eine erfolgreiche Informations- und Öffentlichkeitsarbeit sind:

1. Schärfen der Wahrnehmungsfähigkeit
2. Persönliche Vermittlung von Inhalten
3. Eigenaktivität
4. Bezug zum alltäglichen Erfahrungsaustausch
5. Erzeugung von Betroffenheit
6. Einbringen positiver Elemente
7. Einsatz von Modellen und Medien

Diese Ausführungen zeigen, daß umweltbewußtes Handeln im weitesten Sinne auf Sensibilisierung, Wissen und konkreten Erfahrungen beruht. Diese Erfahrungen sollten nach methodischen Prinzipien des freien Lernens erworben werden (vgl. Kap. 5.1.2). Hierzu zählt auch das erlebnisorientierte Lernen, das während einer Freizeitbeschäftigung erfolgen kann. Auf den Erwerb von faktischem Wissen kann dabei aber nicht verzichtet werden, um ökologische, soziale und ökonomische Interdependenzen beurteilen zu können. Dieses Urteilsvermögen ist insbesondere bei den operativen Handlungsebenen Reiseveranstalter und Bereiste (Einheimische) gefordert und berührt sehr intensiv die Angebotseite touristischer Produkte sowie die Planungen für Freizeitinfrastrukturen.

#### **4.5.2 Operative Handlungsebene: Reiseveranstalter**

Unter großen Reiseveranstaltern wird das Thema "Umwelt" unterschiedlich bewertet. Einige (z.B. TUI) vertreten die Ansicht, daß sich die Einstellung der Deutschen zur Umwelt nicht geändert, wohl aber die "Wahrnehmung" dieses Themas: eine intakte Umwelt wird als immanenter Teil einer erworbenen Reiseleistung angesehen. Die Konsequenz für die Vermarktung daraus ist, dem Kunden das Thema Umwelt als integrierten Bestandteil eines Qualitätsproduktes transparent zu machen (FVW 1998, Nr. 6, S. 97). Nach einer Umfrage der FVW 1996 unter Reisebüro-Mitarbeitern spielt für 80 % der Reisebürokunden das Thema Umwelt keine oder keine besondere Rolle (FVW 1997, Nr. 5, S. 85). Immerhin bedeutet dies, daß jeder fünfte Urlauber sich für Umweltkriterien in den Reisezielländern interessiert. Andere Großveranstalter (z.B. DER, LTU) glauben, daß das Thema Umwelt tatsächlich in den vergangenen Jahren an Einfluß verloren hat: Je stärker die Urlaubsentscheidung über den Preis gefällt wird, um so mehr treten ökologische Gründe in den Hintergrund. Zudem hat der Kunde hohe Qualitätsansprüche, die er jedoch zu einem möglichst niedrigen Preis erwerben möchte. Nach LTU beeinflussen nur die sichtbaren Umweltprobleme, wie verschmutzte Strände, die Wahl des nächsten Urlaubsgebietes, jedoch sind weitaus schwerwiegendere Probleme, wie beispielsweise Klimaveränderungen durch Flugverkehr, noch kaum im Bewußtsein. Die Unternehmensleitung von Studiosus hat sich 1997 freiwillig einem Öko-Audit unterzogen, einer Überprüfung des betrieblichen Umweltschutzes. Nach Ansicht dieses Reiseveranstalters stellt Umweltverträglichkeit heute keinen Zusatznutzen mehr dar, vielmehr erwarte der Kunde umweltgerechtes Verhalten vom Veranstalter selbst (FVW 1997, Nr. 7, S. 49, FVW 1998, Nr. 6, S. 97). Der Reiseveranstalter könne den Kunden nicht "belehren", vielmehr müssen die Reisenden zu umweltfreundlichem Verhalten hingeführt werden. Studiosus hat ein Umweltprogramm mit Rahmenplänen zur Umsetzung der umwelt- und sozialverträglichen Unternehmensziele entwickelt.

Der größte deutsche Reiseveranstalter, TUI, hat einen eigenen Umweltbeauftragten, der nachhaltige Entwicklungskonzepte für die verschiedenen Destinationen fordert und aktive Umweltvorsorge und -förderung betreibt. Umweltpolitische Ziele sind in den Unternehmensgrundsätzen festgeschrieben. Dabei nimmt TUI mit direkten und indirekten Maßnahmen Einfluß auf eine umweltverträgliche Entwicklung in Zielorten. Direkten Einfluß nimmt die TUI durch z.B. Auswahl und Volumen der Kontingente, Umweltauforderungen im operativen Geschäft mit Hoteliers, Zielgebietsagenturen und Hotelverbänden, Behörden sowie durch die Unterstützung von lokalen Umweltorganisationen. Die indirekte Einflußnahme bezieht sich auf touristische Planung, Programmgestaltung oder Werbung für umweltfreundliche Hotels (FVW 1997, Nr. 5, S. 90). TUI hat 150 Hotels in den Katalogen nach strengen Kriterien beurteilt und als umweltfreundlich ausgezeichnet.

Reiseveranstalter spielen eine große Rolle, wenn es um die Durchsetzung der Nachhaltigkeit mit Tourismus geht. Die Umweltaktivitäten, die verschiedene Veranstalter entfalten, weisen jedoch wenig Gemeinsamkeiten auf und reichen vom Umweltsponsoring, über Müllvermeidung in Flugzeugen bis hin zur Erstellung von Datenbanken über die Umweltsituation in Zielgebieten. Bei einigen Veranstaltern entpuppte sich ihr Umweltengagement als reine Marketing-Strategie (Opaschowski 1998, S. 23). Ohne konkrete Handlungsanweisung sind manche Reiseveranstalter teilweise überfordert, wenn es um die Beurteilung möglicher umweltgerechter Angebote und Dienstleistungen geht. Die unterschiedlichen Umweltsiegel mehrerer Organisationen (Grüner Koffer, Blaue Flagge, umweltfreundlicher Fremdenverkehrsort) zeugen auch auf höherer Ebene von uneinheitlichen Anschauungen und Bewertungskriterien. Einen ersten strategischen Ansatz bietet die Umwelterklärung von 1997, die von Spitzenverbänden und -organisationen des deutschen Tourismus beschlossen wurde. TUI hat bewiesen, daß eine Einflußnahme im Sinne eines umweltverträglichen Reisens in einem Zielgebiet möglich ist, insbesondere dann, wenn es sich um einen bedeutenden Markt handelt. So vorbildlich die Aktivitäten und Erfolge der TUI auf diesem Gebiet sind, ist es dennoch notwendig, daß auch andere Veranstalter nachhaltige Tourismuspolitik in ihren Unternehmenszielen berücksichtigen. Nur so kann in Zielgebieten eine auf Dauer angelegte richtungweisende Entwicklung herbeigeführt werden, in die die Reisenden eingebunden sind. Die Verantwortung für einen wirtschaftlich ergiebigen, ökologisch verträglichen und sozial verantwortbaren Tourismus kann jedoch nicht ausschließlich bei den Veranstaltern liegen. Vielmehr müssen konzertierte Aktionen folgen, die von Fachverbänden, Leistungsträgern und der Politik getragen werden.

### 4.5.3 Operative Handlungsebene: Reisende

Die Einstellung von Reisenden zu Umweltfragen hat der Studienkreis für Tourismus in seiner Reiseanalyse 1989 (Studienkreis für Tourismus 1990, S. 87 ff) zahlenmäßig fixiert. Danach haben 1985 29,9 % der Urlauber während der Haupturlaubsreise Umweltschäden in ihrem Ferienort bemerkt, 1988 und 1989 waren es bereits 57,6 %, umgerechnet 18,8 Millionen Reisende. Nicht nur die direkten Umweltprobleme, wie Abfälle, unsaubere Strände, Lärm oder Baumsterben erfuhren zwischen 1985 und 1989 verstärkte Aufmerksamkeit, sondern insbesondere die indirekten, wie verbaute Landschaft, Bodenerosion und unschöne Bauten.

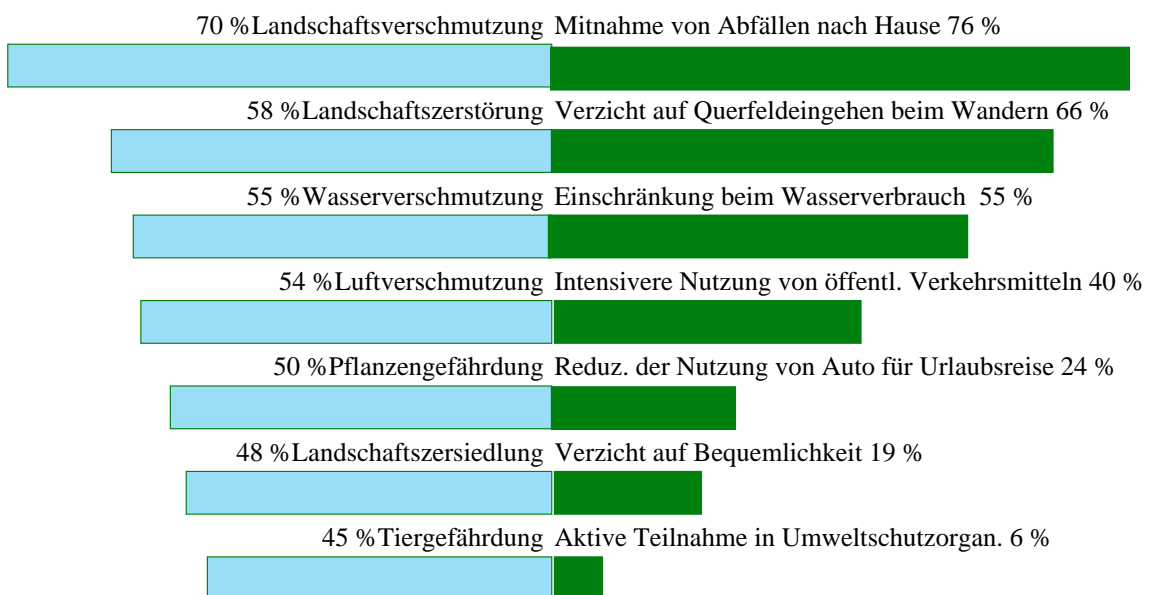
Befragt nach den Reisemotiven und Urlaubserwartungen, war von 1987 bis 1989 ein bemerkenswerter Anstieg des Motivs "Natur erleben" von 40,6 % 1987, über 52,5 % im Jahre 1988 auf 59,2 % 1989 festzustellen (Studienkreis für Tourismus 1990, S. 34). Diese Befragung des Studienkreises zeigte aber auch bei Touristen ein Bekenntnis für die Verantwortung in Zielgebieten: 76 % waren der Meinung, daß die Touristen selbst zu wenig auf die sozialen und ökologischen Probleme achten, die sie verursachen (FVW 1990, Nr. 27, o. Seitenangabe).

Nach einer Untersuchung Opaschowskis (1985, S. 20) betrachtete Mitte der 80er Jahre bereits über die Hälfte der Bevölkerung die Landschaftszersiedlung durch Wochenendhäuser, Hotelanlagen und Ferienappartements und die Landschaftverschmutzung durch Freizeitabfälle als "großes Problem". Wie Hamele (1987, S. 30) belegte, nahmen Urlauber auch Meldungen über Naturkatastrophen (28 %) sehr ernst, weitere 46 % berücksichtigten sie, wenn es keine allzu großen Umstände erforderte. Venth und Freyer (1987, S. 24) ermittelten 1987 unter den jährlich Reisenden zwischen 14-64 Jahre 72 %, die Umweltverschmutzung als Reisezielbarriere angaben.

Diese vor etwas mehr als zehn Jahren ermittelten Daten über Einstellungen zu Natur und Umwelt erwecken den Eindruck einer zunehmenden Sensibilisierung der Reisenden auf Umweltprobleme und die zunehmende Beeinflussung von Reiseentscheidungen. Doch in den 90er Jahren tritt eine Trendwende ein: 1992 sprachen sich noch 36 % der Reisenden für die Wichtigkeit des Naturerlebnisses aus, 1996 waren es nur noch 31 % (F.U.R. Reiseanalyse 1997 (Kurzfassung), Tab. 14). Nach Martin Jahrfeld (FVW 6/98, S.96-98) ist dieses Ergebnis auf die Dominanz von Budgetzwängen bei Kunden und Preiskampf und Blockbildung bei den Anbietern zurückzuführen.

Einer Untersuchung Opaschowskis zufolge aus dem Jahr 1997 zeigt sich bei den Befragten eine tiefe Einsicht, daß umweltbewußtes Urlaubsverhalten notwendig ist. Die Bereitschaft, persönliche Urlaubsaktivitäten einzuschränken, ist allerdings gering (Opaschowski 1998, S. 49). Die größte Akzeptanz finden Maßnahmen, die relativ einfach und bequem praktiziert werden können. Dennoch informiert sich nur noch jeder zweite (51 %) gezielt über Umweltprobleme, was im Vergleich zum Jahr 1984 einen Rückgang von 10 % bedeutet. In diesem Zusammenhang spricht Opaschowski (1998, S. 47) von einer "psychologischen Sättigungsgrenze" bei Umweltfragen, die bei der Mehrheit der Bundesbürger überlagert wird von Ängsten um Arbeitslosigkeit, stagnierende Einkommen und hohe Abgabelasten. Größte Vorbehalte zeigen Bundesbürger, wenn es um Einschränkungen ihrer Freizeitgewohnheiten geht. So stimmten nur 24 % zu, das Auto/Motorrad weniger für die Freizeit zu nutzen, und nur 19 % waren bereit, auf manche Bequemlichkeit zu verzichten (Opaschowski 1998, S. 76).

Abb. 17: Bemerkte Umweltbeeinträchtigungen durch Tourismus und individuelle Beiträge zum Umweltschutz



Quelle: Eigene Darstellung (nach Opaschowski 1998, S. 34 und 76)

Befragt nach der Befürwortung verschiedener Umweltmaßnahmen in den Bereichen Information, Förderung und Sanktion findet die "Breite Aufklärung, Information" die größte Akzeptanz bei den Bundesbürgern (91 %). Weitere 89 % sprechen sich für einen gezielten



Unterricht in den Schulen aus. Nach Opaschowski (1998, S. 51) sind die hohen Zustimmungsraten nicht überraschend, da sie weder Opfer noch Verzicht für den einzelnen bedeuten. Als mögliche Entlastung von Erholungsgebieten wird der Ausbau von Grünanlagen und Parks in der Stadt angesehen. Ebenso können sich die meisten Bundesbürger vorstellen, daß durch die Anlage von Spielplätzen und den Ausbau des Freizeitangebotes in den Städten Naherholungsgebiete weniger stark frequentiert und damit belastet werden (Angaben um 90 %). Auch Sanktionen durch den Staat finden eine größere Zustimmung als noch 1984. Zwischen 13 % und 16 % mehr als 1984 sind für Tempolimit, Verbote, sich im Wald außerhalb der Wege aufzuhalten und in Naturschutzgebieten zu wandern (Opaschowski 1998, S. 50/51).

Aus verschiedenen Gutachten und Informationsschriften (z.B. des Deutschen Bundestages oder des Bundesumweltministeriums) geht hervor, daß eine Diskrepanz besteht zwischen Bewußtsein und individuellem Verhalten. Obwohl die Bevölkerung seit den letzten Jahren über einen höheren Informationsstand verfügt, sind Verhaltensänderungen kaum zu beobachten. Das Fachgutachten "Urlaubsreisen und Umwelt" des Bundesumweltministeriums stellt sogar Anzeichen für ein abnehmendes Umweltbewußtsein fest.

Als Gründe werden angeführt: Touristen wollen im Urlaub auf nichts verzichten; aufgrund der wirtschaftlichen Situation wird die Diskrepanz zwischen Wissen und Handeln größer; das ökologische Konsumbewußtsein geht zurück (Opaschowski 1998, S. 52).

Der größere Informationsstand hat die Reisenden sensibler für Umweltbelange gemacht. Die Verantwortung überlassen sie allerdings den Reiseveranstaltern. Nach Opaschowski (1998, S. 52) ist es wichtig, in Zukunft nicht mehr nur auf die Vermittlung von Wissen als Grundlage für eine Verhaltensänderung zu hoffen, sondern Anreize für umweltgerechtes Verhalten durch positive Motivation zu schaffen. Chancen für eine Verhaltensänderung bestehen nach Opaschowski nur, wenn sie positiv zur Lebensbereicherung und Entwicklung persönlicher Lebensqualitäten empfunden wird.

#### **4.5.4 Operative Handlungsebene: Bereiste**

Die tourismuspolitischen Entwicklungen der letzten Jahrzehnte in den Zielgebieten waren von einem quantitativen Wachstumsdenken geprägt, das sich im wesentlichen auf kommunaler Ebene, also bei Land, Kreisen und Gemeinden, in Planung, Finanzierung und Durchführung des Wirtschaftsfaktors Fremdenverkehr festgesetzt hat. Das Bestreben, ein Opti-

zum an Gäste- und Übernachtungszahlen zu erzielen, erfuhr seine Berechtigung in der Argumentation der Schaffung von Arbeitsplätzen, Sicherung des Wohlstandes für alle, Erhöhung des Steueraufkommens und höherer Investitionsbereitschaft durch die öffentliche Hand im Dienstleistungsbereich. Diese kommunalpolitischen Zielsetzungen und die damit verbundenen Vorteile für die Bürger in Form von Wohlstand und Fortschritt gaben keinen Anlaß, an der Richtigkeit der Grundsätze zu zweifeln. Seit einigen Jahren wird die Dominanz dieser Wachstumspolitik und deren Auswirkungen auf Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft zunehmend kritisch diskutiert. Opaschowski (1998, S. 56) spricht von einer neuen Tourismusetik, die mehr die Bereisten als die Reisenden selbst berücksichtigt. Die Erläuterungen des Prinzips der nachhaltigen Entwicklung verdeutlichen aufgrund ortsspezifischer Strukturen die Notwendigkeit einer Umsetzung auf regionaler Ebene (vgl. Kap. 4.2.1).

#### **4.6 Tourismuspolitische Konzeption auf Basis des Nachhaltigkeitsprinzips**

Die gesellschaftlichen Veränderungen (vgl. Kap. 3.2) und insbesondere die Ansprüche an Freizeit und Erholung (vgl. Kap. 3.3.2, 3.5.2 und 3.7.2) stellen Betriebe und Kommunen vor veränderte Aufgaben. Diese beinhalten eine Neuorientierung an Trendentwicklungen im Urlaubsreiseverkehr als auch in der Kurzzeiterholung (Feierabend und Wochenende). Die Ziele der Verantwortlichen sollten auf Konzepten der Nachhaltigkeit basieren, wobei Ökologie, Ökonomie und Sozialverträglichkeit gleichrangig nebeneinanderstehen und langfristige Perspektiven bieten. Die Ausrichtung der einzelnen Maßnahmen auf vorwiegend ökologische Zielsetzungen, die in den Konzepten des sanften Tourismus vertreten wurden, sollten der Vergangenheit angehören.

Eine tourismuspolitische Konzeption stellt die Grundlage für die zukünftige Entwicklung unter Beachtung der verschiedenen Dimensionen (vgl. Kap. 4.2) dar und schreibt die qualitativen Rahmenbedingungen fest. Die Akzeptanz und Umsetzung dieser Konzepte haben nur dann Aussicht auf Erfolg, wenn sich alle tangierenden Fachbereiche und die Bevölkerung miteinbringen. Die Einrichtung von sog. "Runden Tischen" mit Tourismusfachleuten, Natur- und Umweltschützern, Politikern, Planungsfachleuten, Forstwirten, Landwirten, Vereinen sowie touristischen Dienstleistern ermöglicht einen Dialog mit allen Betroffenen, die ein Leitbild formulieren und Entwicklungsrichtlinien bestimmen. Auf der Basis einer Analyse des Ist-Zustandes wird ein Stärke- und Schwäche-Profil erstellt, das erlaubt, konkrete Maßnahmen zu definieren. Mit Prioritätsstufen und Zeitachsen versehen, können diese Maßnahmen schrittweise in die Praxis umgesetzt und vor allem kontrolliert werden

(ADAC 1988). Es empfiehlt sich, für die Konzepterstellung fachkundige Moderatoren heranzuziehen.

Die tourismuspolitische Konzeption muß sich in erster Linie an den Bedürfnissen der Gäste orientieren und ihren Motivationen, die mit einem Aufenthalt in einer entsprechenden Region verbunden sind (Becker 1998, S. 533). Die Angebotsstrukturen müssen den Zielgruppen angepaßt sein, um langfristig eine Marktchance zu haben. Aufgrund der hohen gesellschaftlichen Mobilität (vgl. Kap. 3.3.2) und einer abgestimmten Regionalentwicklung ist die Bildung von Kooperationen sowohl bei der Konzepterstellung als auch bei der Umsetzung von entscheidender Bedeutung. Diese Organisationen sollten von partnerschaftlichem Handeln getragen und möglichst flexibel organisiert sein, um schnell auf Marktveränderungen reagieren zu können. Hierzu ist unternehmerisches Denken notwendig, das von Kreativität, Kompetenz und Kooperationsbereitschaft zwischen öffentlichen und privatrechtlichen Akteuren geprägt ist.

Im novellierten Raumordnungsgesetz des Bundes von 1998 (§ 13) werden solche gemeindeübergreifenden Kooperationen empfohlen und auch die zukünftige Förderpolitik der EU (LEADER II) wird an regionale Konzepte gebunden sein. Hintergrund hierfür bildet die Überzeugung, daß sich die Gestaltung und Planung des Tourismus in ländlichen Räumen am regionalen Potential orientieren sollte. Effiziente Marketingorganisationen sind für die Umsetzung der festgelegten Tourismusstrategien verantwortlich, und der Mitteleinsatz kann wesentlich effizienter und gezielter als nach dem "Gießkannenprinzip" erfolgen.

### Die Rolle der Planungsebene

Bei der Umsetzung von Konzeptionen nach dem Nachhaltigkeitsprinzip spielt die Planungsebene eine entscheidende Rolle. Hierzu gehört u.a. die Landes- und Regionalplanung. Ihre primäre Aufgabe liegt in der Erstellung raumordnerischer Zielvorgaben mit Leitlinien und Planungsgrundsätzen. Diese bestehen darin, daß Schwerpunkträume festgelegt und Entwicklungsperspektiven empfohlen werden (z.B. Schwerpunktraum Erholung, Schwerpunktraum Siedlung). Um nicht in die Planungshoheit der Kommunen einzugreifen, gibt die Landes- und Regionalplanung nur grobe Entwicklungsgrundsätze vor. Die Gemeinden legen in ihren Flächennutzungsplänen detaillierte Vorgaben der Raumnutzung fest. Auf Grund großräumiger landschaftlicher, kultureller und wirtschaftlicher Vernetzungen ist die Bildung von gemeindeübergreifenden Kooperationen sinnvoll. Bestehende übergeordnete regionale Einheiten, wie Schutzgebiete, sind geradezu prädestiniert, auf

Verwaltungsebene solche Kooperationen zu bilden.

Maßgeblichen Einfluß auf kommunaler Ebene übt die Bauplanung aus. Sie nimmt Einfluß auf das Aussehen und die Gestaltung menschlicher Siedlungen, Dörfer und Städte, die fester Bestandteil der Kulturlandschaft sind. Regionstypische Bauweise, Erhaltung von historischer Bausubstanz und fachgerechte Restaurierungen können von Planungsseite her maßgeblich beeinflußt werden. Bedarf und Kapazitäten bei Infrastrukturansiedlung (Freizeitanlagen, Hotels) sollten im kommunalen Genehmigungsverfahren kritisch überprüft werden. Sparsame Erschließungsmaßnahmen können dem Landschaftsverbrauch und der Zersiedlung vorbeugen.

Nicht nur die Ortskerne sollten bei der Planung Beachtung finden, sondern auch die Außenbereiche der Siedlungen. Durch eine hohe Vielfalt an Wiesen, Streuobst oder Heckensäumen wird einer Entwertung der Landschaft vorgebeugt. Hilfestellung hierbei bieten die Landschaftspläne, in denen die Landnutzung, z.B. Bebauung, Ansiedlung von Gewerben, Extensivflächen, Vorranggebiete für Naturschutz und Erholung, festgeschrieben sind. Der Ausbau von Grün- und Parkanlagen innerhalb der Städte für die Kurzzeiterholung, vor allem während der Woche, könnte eine Entlastung der Natur bringen. Langfristig können solche innerstädtischen Grünflächen, wie Opaschowski (1986) in einer Projektstudie nachwies, die Erholung in der Natur nicht ersetzen. Um die Belange der Ökologie mit denen der Erholungsuchenden in Einklang zu bringen, erweist sich die Festlegung von Zonierungen als wertvolle Planungshilfe.

Jurczek (1980) schlägt die Untergliederung in drei Aktionszonen vor:

- Ruhezone, die dem Urlaubsreiseverkehr vorbehalten sein sollte, wenig Verkehr aufweist und viele Flächen zur Erholung bietet
- Übergangszone, die die zentrale Versorgung sowie die Verkehrsanbindungen sicherstellt
- Aktionszone, die verkehrsmäßig gut angeschlossen ist und mit vielen Beschäftigungs- und Freizeitmöglichkeiten ein Anziehungspunkt für die Naherholungsuchenden ist.

#### Planung mit ökologischen Schwerpunkten

In Bereichen, in denen im Interesse der Natur Nutzungsbeschränkungen verhängt werden müssen, sind Naturschützer und Tourismusfachleute gefordert, Lenkungsmaßnahmen in Angriff zu nehmen. Sie stellen eine effektive Möglichkeit eines geordneten Erholungsver-

kehr dar (Job et al. 1993, S. 4). Besucherströme sind über pädagogische Maßnahmen, planerische Vorgaben, zeitliche Begrenzungen oder finanzielle Eingriffe lenkbar. Erste Ansätze bieten sich in der Überarbeitung der Wanderwegenetze und Ausschilderungen. Interessant gestaltete Wege, wie z.B. Lehrpfade, regen zum Verbleib auf den vorgegebenen Routen an. Durch qualitativ gute Angebote (Spielplätze, Ruhebänke, Grillmöglichkeiten) in Randbereichen können Besucher umgelenkt werden und so zur Entlastung gefährdeter Gebiete beitragen. Als Kontrollorgan empfiehlt sich der Einsatz von "Rangern", die gleichzeitig die Besucher über Fehlverhalten informieren können. Schutzbestimmungen, die als zeitlich befristete Betretungsverbote erlassen werden, sind teilweise unverzichtbar. Wenn zu starke Schädigungen ökologisch wertvoller Gebiete zu erwarten sind, bleiben totale Betretungsverbote als letzte Möglichkeit. Diese Art Eingriffe in die menschliche Freiheit bedeuten Konflikte, die aufgearbeitet werden müssen, vor allem wenn es sich um ein solch sensibles Thema wie Freizeit handelt.

So einleuchtend und sinnvoll hier Restriktionen und Sanktionen erscheinen mögen, stoßen sie in der Praxis auf Grenzen der Einhaltung, Überwachung und Bestrafung derer, die dagegen verstoßen. Generelle Verbote (evtl. durch eine Landesgesetzgebung) erscheinen nicht angebracht, da ökologische Probleme und Konflikte meist orts- und situationsgebunden sind. Insofern sind die örtlichen Institutionen gefordert, je nach Bedarf und Dringlichkeit, Reglementierungen auszusprechen.

Notwendige Voraussetzung für die Durchsetzung solcher Verbote ist die Information, die der Aufklärung und Einsicht dient. Sie erhöht die Akzeptanz bei Einheimischen und Gästen. Erklärungen und Erläuterungen auf Hinweistafeln, in Prospekten oder in der Presse (Job et al. 1993, S. 64) können zumindest unbedachte Verhaltens- und Handlungsweisen vermeiden helfen. Darüber hinaus können Möglichkeiten der Beobachtung bzw. Nutzung, ähnlich wie im Altmühltal, in ökologisch vertretbarem Rahmen geschaffen werden. Hierdurch werden auch Verantwortungsbewußtsein und Rücksichtnahme erhöht. Geschultes Personal kann durch direkte Information der Besucher Einsicht erzeugen und zudem Kontrollen durchführen (Grüner 1990, S. 367).

Neben Besucherlenkungsmaßnahmen, Verboten und Information ergeben sich im konkreten Angebotsbereich Möglichkeiten effizienter Zusammenarbeit zwischen Naturschützern und Tourismusfachleuten. Animationsprogramme, wie sie von vielen Fremdenverkehrsorten zur Gästebetreuung angeboten werden, könnten naturbezogene Themen als Schwerpunkt beinhalten (Job et al. 1993, S. 49). Gästeführungen mit geschultem Personal, Exkursionen in Schutzgebiete mit Führungen, Beschäftigungen für Kinder u.v.m. können für

Aufklärung und Sensibilisierung wertvolle Dienste erweisen.

#### Planung mit verkehrstechnischen Schwerpunkten

Wichtiger Aspekt auf Planungsebene ist der Verkehr. Diese Planungen sind jedoch nicht nur auf örtlicher bzw. regionaler Ebene umsetzbar, sondern erfordern je nach Bedarf die Beteiligung mehrerer Länder bzw. des Bundes. In die Verkehrsplanung einzubeziehen sind die wichtigsten Herkunftsgebiete der Gäste, sowohl der Urlauber als auch der Tagesausflügler, um bedarfsgerechte Anbindungen durch öffentliche Verkehrsmittel bereitzustellen. Zu berücksichtigen sind auch die Ausflugsströme der Gäste innerhalb eines Fremdenverkehrsgebietes, die durch Bus oder Bahn erschlossen sein sollten. Um eine Alternative zum Auto anzubieten, sollte die Gestaltung des öffentlichen Nahverkehrs der Maxime: schnell, bequem und preiswert, folgen (Opaschowski 1995). Hierzu gehört ein ausgereiftes Transfersystem, das Service bereits ab der Haustüre bietet. Auf örtlicher Ebene können direkte Radwegeverbindungen zu den Zentren eine Verkehrsentlastung für die touristische Region bringen.

#### **4.7 Zusammenfassung**

Die Zunahme der Freizeit im Leben eines Menschen (tägliche und jährliche Freizeit, Lebensarbeitszeitverkürzung) sowie das Bedürfnis des Menschen nach Erholung in der Natur hat sowohl zu quantitativen als auch einer gewissen qualitativen Veränderung des Freizeitverhaltens geführt. Vor allem in den Alpenregionen zeigten sich bereits in den 60er Jahren evidente ökologische Probleme durch den Tourismus.

Sozio-kulturelle Veränderungen und ökonomische Wirkungen prägten des Bewußtsein, daß mit der touristischen Entwicklung nicht nur wirtschaftliche Vorteile, sondern auch eine Reihe von Problemen und sichtbar werdende Veränderungen der Landschaft verbunden sind. In sanften Tourismuskonzepten wurde versucht, multifaktorielle Lösungsmodelle in die Praxis umzusetzen und Problembewältigung zu betreiben, indem Alternativen und Perspektiven aufgezeigt wurden.

Eine neue Denkweise brachte die Diskussion um die Nachhaltigkeit ab Ende der 80er Jahre. Sie beinhaltet eine globale Sichtweise des gesamten Wirtschaftssystems des Menschen, wovon der Tourismus nur ein Teil ist. Im Gegensatz zu den Konzepten des sanften

Tourismus sind die Zieldefinitionen in Verantwortung auf künftige Generationen gerichtet. Ökologische Verträglichkeit, soziale Verantwortbarkeit bei angemessenem ökonomischem Nutzen sind die grundlegenden Prinzipien, nach denen alle wirtschaftlichen Tätigkeiten des Menschen erfolgen sollten. Insbesondere der Tourismus berührt die Nachhaltigkeitsprinzipien. Aufgrund seiner multifunktionalen Verflechtungen ist es notwendig, mit allen tangierenden Fachbereichen ein tourismuspolitisches Konzept zu erstellen, das auf Langfristigkeit ausgelegt ist und die einheimische Bevölkerung miteinbezieht. In diesem Konzept müssen auch Strategien aufgezeigt werden, wie die definierten Ziele erreicht werden können. Die Umsetzung solcher Konzepte muß in der jeweiligen Region erfolgen. Insbesondere Naturparke bieten sich für die Umsetzung des Nachhaltigkeitsgedankens an. Aufgrund der Gesetzgebung wird den Naturparks eine ökologische Funktion und eine Erholungsfunktion zugeordnet, die in einem ausgewogenen Verhältnis zueinander stehen sollen. Diese Funktionszuweisung als Erholungsgebiet impliziert gleichzeitig eine ökonomische Betätigung für die einheimische Bevölkerung. Durch die Ausweisung dieser Schutzgebiete wurden somit gleichzeitig Rahmenbedingungen für seine Entwicklung festgelegt, die den Prinzipien der Nachhaltigkeit nahekommen. Daneben kommt den Schutzgebieten aber auch eine Vorreiterrolle zu. Beispielgebend für andere, nicht gesetzlich geschützte Gebiete, sollten insbesondere Naturparke langfristige Entwicklungskonzepte erstellen, die auf der Konzeption der Nachhaltigkeit beruhen. Hierbei sollte auch für den Bereich Erholung die Angebots- und Nachfrageseite Berücksichtigung finden. Da Naturparke ebenso wie andere, nicht unter Schutz gestellte Regionen, eine wirtschaftliche Basis für die Einheimischen herstellen sollten, versteht es sich von selbst, daß auch im Bereich der Freizeit- und Erholungsangebote nicht am Markt vorbei gewirtschaftet werden darf. Vielmehr müssen die Angebote auf ihre Natur- und Umweltverträglichkeit hin genau überprüft werden. Ebenso sind die Belange der einheimischen Bevölkerung mit in die Planungen der Freizeitinfrastruktur einzubeziehen.

Die Einsicht aller Beteiligten (Einheimische, Reisende, Erholungsuchende, Politiker u.a.) in die Komplexität der Zusammenhänge nach dem Prinzip der Nachhaltigkeit muß als langer Prozeß verstanden werden, der nicht von heute auf morgen erfolgen und umgesetzt werden kann. Insofern ist eine ideelle Wertevermittlung von überaus großer Bedeutung. Diese Bildung darf nicht nur auf theoretischer Ebene erfolgen, sondern sollte auch eine praktische Hinführung zu eigenverantwortlichem Handeln beinhalten. Hierbei bietet die moderne Didaktik der Erwachsenenbildung viele erfolgversprechende Ansätze. "Bildung in der Freizeit für die Freizeit" ist pädagogisches Rahmenthema, wobei versucht wird, mittels umweltschonender Freizeitangebote Wissen auf unkonventionelle Art zu vermitteln. (Dieser Themenbereich wird im nächsten Kapitel ausführlich erläutert). Bei diesem erleb-

nisorientierten Ansatz, die Natur zu verstehen, geht es darum, die Natur mit allen Sinnen zu erfahren, um somit aus dem Naturerleben ein tieferes Naturverstehen zu schaffen. Dieser Ansatz ist auf andere Erfahrungsbereiche übertragbar. Selbstverständlich muß es sich um Angebote handeln, die das Gedankengut der Nachhaltigkeit mit Tourismus beinhalten.

Da in dieser Arbeit das Freizeitangebot "Radfahren" untersucht wird, werden Merkmale der Nachhaltigkeit herausgearbeitet, die bei dieser Freizeitbeschäftigung gegeben sind. Zugleich werden auch Faktoren über notwendige nachhaltige Maßnahmen herausgearbeitet, die bei der Erstellung eines solchen Angebotes Beachtung finden sollten.



## 5 Kommunikation und mögliche Umsetzung im Naturpark Saar- Hunsrück

Wie im Kapitel "Der Naturpark Saar-Hunsrück" erläutert wurde, hat der Gesetzgeber einem Naturpark ganz gezielte Funktionen und Aufgaben in Abgrenzung zu anderen Schutzkategorien zugeschrieben. Diese sind in den Satzungen der beiden Naturparkvereine Saarland und Rheinland-Pfalz wiederzufinden. Per Gesetz sind die Naturparke demnach verpflichtet, die Sicherstellung dieser Aufgaben wahrzunehmen. Es handelt sich dabei u.a. um:

1. Sicherung der Landschaft für die Erholung des Menschen
2. Naturschutz
3. Kommunikation

Der Kommunikation kommt in der Naturparkarbeit eine wichtige Bedeutung zu (Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit, o.J., S. 165). Ob verbal oder nonverbal, ist sie Mittel, die zentralen Ideen von Sinn und Aufgaben eines Naturparkes an die verschiedensten Empfänger weiterzuleiten, mit dem Ziel, ökologisches Wissen, entsprechendes Verhalten sowie positive emotionale Einstellung zu einem Naturpark zu erreichen. Unzureichender Naturschutz ist nachgewiesenermaßen auf defizitäre Kenntnisse im Bereich ökologischer Zusammenhänge und mangelnder Wahrnehmungsgabe in der Natur zurückzuführen (Job et al. 1993, S.2). Entscheidend für den Erfolg ist ein strategisch aufgebautes Konzept, das alle Ebenen der Kommunikation einschließt, völlig unterschiedliche Zielgruppen miteinbezieht (Schüler, naturkundlich Interessierte) und den synergetischen Effekt aller Kommunikationsmaßnahmen bewußt plant und leitet (Borghs 1993, S. 63 ff, Historischer Verein Eichstätt 1989, S. 227).

Unter dem Begriff der Kommunikation in einem Naturpark verbirgt sich der Auftrag zur Information, Bildung und Öffentlichkeitsarbeit (Pressearbeit, Erstellung von Angeboten). Die Naturparke Altmühltal und Schwalm-Nette oder das Otterzentrum Hankensbüttel haben vorbildliche Informationskonzepte ausgearbeitet (Kreis Eichstätt 1989 b, Naturpark Schwalm-Nette 1992, Aktion Fischotterschutz o. J.). Der Naturpark Altmühltal beispielsweise verfügt über ein gegliedertes Informationssystem, in das die verschiedenen Instrumente der Informationsarbeit integriert sind. Unter Einsatz der verschiedensten Medien und Beachtung der jeweiligen Zielgruppen sowie Zweckbestimmung der Informationsvermittlung (z.B. Besucherlenkung, Naturerfahrung) wurden Angebot und Einrichtungen, wie Infozentrale oder Lehrpfade, aufeinander abgestimmt.

Das Bereitstellen von Informationen, mit welchen Medien auch immer, ist bereits eine Form von Kommunikation. Einen höheren Anspruch erhebt der Bereich der Bildung, da er sich mit einer Vielzahl unterschiedlicher Zielgruppen, Themen und Intentionen auseinandersetzen muß. Die Naturparke haben die Aufgabe, zur Umweltsensibilisierung und -erziehung im weitesten Sinne beizutragen. Diese Funktion sollte nicht nur auf die Urlaubsgäste beschränkt sein, sondern ebenso die einheimische Bevölkerung miteinbeziehen (Verband Deutscher Naturparke 1995, S. 23). Unter diesem Aspekt umfaßt diese Thematik neben dem Urlaubs- und Freizeitverhalten den alltäglichen, häuslichen Bereich. Der Bildungsauftrag eines Naturparkes sollte langfristige Denk- und Lernprozesse bei den Besuchern auslösen. Als vordergründiges Ziel steht dabei die Aufklärung über ökologische Zusammenhänge mit eventuellen Änderungen von Verhaltensweisen als Ergebnis dieser Erkenntnisse (Historischer Verein Eichstätt 1989, S. 233). Durch die emotionale Wahrnehmung über die Sinnerfahrung erwächst der Prozeß des Kennen- und Verstehenlernens, der zu einem verantwortungsvollen Umgang mit der Natur führt.

Die Öffentlichkeitsarbeit ist ein Instrument zur Informationsvermittlung über die verschiedensten Themen der Naturparkarbeit. Insbesondere über die Presse als wichtigstes Medium kann ein positives Image und eine Bewußtseinsbildung herbeigeführt werden. Hinter dem Begriff der Öffentlichkeitsarbeit verbirgt sich jedoch weit mehr als reine Pressearbeit. Die Erstellung und Durchführung von konkreten Angeboten im Freizeit-, Kreativ-, Unterhaltungs- und Sportbereich ist ebenso Schwerpunkt der Öffentlichkeitsarbeit (Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit, o. J., S. 22).

Um all diesen Tätigkeitsfeldern mit der Intention einer optimalen Koordination aller Aufgaben gerecht zu werden, bietet sich eine zentrale Stelle an, die in vielen Naturparks in Form von "Naturkundlichen Informationszentralen" (Beispiele: Altmühltal, Pfälzer Wald, Bayerischer Wald) eingerichtet worden ist.

Über eine rein naturkundliche Aufgabenstellung hinaus könnte eine Informationszentrale durch die Ausweitung ihrer Funktion gesamtgesellschaftliche Bedeutung erlangen. Die Ausdehnung des Bildungsbereichs auf die private und berufliche Fortbildung sowie die Einbeziehung eines breit gefächerten Freizeitangebotes würde eine Aufwertung einer solchen Institution bedeuten. Die traditionellen Träger von Bildungseinrichtungen könnten in diese Aufgabenstellung einbezogen werden. Hierzu sind in erster Linie die Volkshochschulen zu zählen, desweiteren aber auch Caritas, kirchliche Vereinigungen, Wohlfahrtsverbände und Gewerkschaften bzw. die Weiterbildungseinrichtungen dieser Institutionen.

## 5.1 Thematische Schwerpunkte der Kommunikation in einem Naturpark

Wie bereits erläutert, werden innerhalb der Kommunikation drei Bereiche als besonders relevant betrachtet:

- Information
- Bildung
- Öffentlichkeitsarbeit

### 5.1.1 Information

Eine der Hauptaufgaben eines Naturparkes ist der Bereich der Informationsvermittlung. Nach dem Bausteinprinzip werden Informationen vom Empfänger aufgenommen und geistig verarbeitet. Erst wenn es gelingt, Reflektionen bei den Nutzern auszulösen, die zu einer eventuellen Verhaltensänderung führen, ist das gesetzlich festgeschriebene Ziel des Bildungsauftrages eines Naturparkes erfüllt.

Die Informationen sollten aber nicht "belehrend" oder gar "oberlehrerhaft" mit erhobenem Zeigefinger vermittelt werden, sondern didaktisch gut und zeitgemäß aufbereitet sein, daß die zu vermittelnden Ziele auch aufgenommen und verarbeitet werden können. Das BTE (Büro für Tourismus und Erholungsplanung) (1995, S. 35) spricht von einer methodischen Inszenierung, die den aktiven Zugang zu den leitenden Inhalten eröffnet.

Als thematische Schwerpunkte der Informationsvermittlung werden erachtet:

#### a) Informationen über den Naturpark Saar-Hunsrück und seinen Schutzzweck

- Gesamtdarstellung des Naturparkes (Grenzverlauf, großräumige Lage u.ä.)
- Erläuterungen über den Schutzzweck eines Naturparkes und anderer Schutzgebiete
- Darstellung des Landschaftsraumes mit seinen geologisch- geographischen Eigenheiten

#### b) Informationen im Bereich des Naturschutzes

- Einführung in das Thema Natur- und Landschaftsschutz
- Darstellung von Ökosystemen
- Lebensräume der Naturparke wie Auenlandschaften, Feuchtwiesen, Moore u.ä.

- Vermitteln eines Einblicks in die Nahrungsketten
- Aufzeigen der standortgerechten und einheimischen Flora und Fauna
- Artenschutz an Beispielen, wie Rote Waldameise, Birkhühner
- Aufzeigen von Wechselwirkungen mit dem Menschen
- Aufzeigen von Auswirkungen menschlichen Wirkens
- Darlegung des richtigen Verhaltens im Umgang mit der Natur
- Aufzeigen der Auswirkungen eventuellen Fehlverhaltens
- Spezifische Gefährdungen der Natur
- Forschungsarbeit und Grundlagenuntersuchungen
- Darstellung der Grundgüter Boden, Wasser, Luft

c) Informationen über den Kulturräum und die Menschen, die darin leben

- Darstellung der Geschichte und der Sehenswürdigkeiten
- Aufzeigen der heimischen Bewirtschaftungsmethoden
- Erläuterung der Siedlungs- und Dorfstrukturen
- Darstellung der Hausformen
- Darstellung von Sitten und Gebräuchen
- Darstellung von Wirtschaftsstrukturen (Berufe und Industrien, z.B. Bergbau, Glasbläsereien)
- Darstellung der Landschaft mit Flächenansprüchen durch den Menschen

d) Touristische Informationen

- Allgemeine touristische Informationen und Auskünfte (Sehenswürdigkeiten, Beherbergung, Veranstaltungen u.s.w.)
- Vorstellung von sanften Urlaubsformen
- Anbieten von naturkundlichen Führungen
- Möglichkeiten von Erlebnissen in der Natur (Grillen, Spielen, Angeln, Wandern)
- Informationen über Schutzgebiet und gefährdete sowie für die Touristen nutzbare Bereiche

Die Transparenz hinsichtlich der Funktion des Naturparkes als Erholungs-, Lebens- und Arbeitsraum sollte Ziel der allgemeinen Informationsvermittlung sein. Einheimische und Gäste sollten in die Lage versetzt werden, die Grundideen eines Naturparkes zu erfassen und die speziellen Besonderheiten des entsprechenden Raumes zu erkennen.

### **5.1.2 Bildung**

Die Zielvorgabe der Kommunikation einer Informationszentrale, eine eventuelle Modifikation des Verhaltens zu erreichen, basiert auf der Vermittlung von Wissen im Sinne von Bildung als pädagogischem Prozeß (Franz-Balsen 1996, S. 146).

Bildung nach dem klassischen Bildungsprinzip beruht darauf, daß der Mensch Wahrnehmungen, Informationen, die von außen auf ihn zukommen, auch tatsächlich geistig verarbeiten und in einen persönlichen Verstehenszusammenhang bringen kann (Dohmen 1991, S. 117). Bildung ist ein Prozeß der Transformation zwischen Alltagswissen und wissenschaftlichen Erkenntnissen. Die UNESCO hat in ihrer Konferenz 1977 in Tiflis die Umwelterziehung als politische Aufgabe deklariert (UNESCO 1979, S. 152 ff). Unter der Bevölkerung sollte das Umweltbewußtsein durch gezielte Bildungsarbeit vermehrt werden. So vollzog sich zu Beginn der 80er Jahre die Umweltbildung überwiegend durch Berichterstattung in der Presse sowie über Aktivitäten von Umweltschutzgruppen zu bestimmten Themen, wie beispielsweise Waldsterben, Meeresverschmutzung, Ozongefährdung. Kursangebote, Fachreferate und Exkursionen waren beliebte Informationsquellen. Nur wenige Jahre später verlagerte sich der Informationsbedarf bezüglich ökologischen Grundwissens in Richtung einer globalen Betrachtungsweise von Kreisläufen sowie Möglichkeiten individuellen Umweltverhaltens (Franz-Balsen 1996, S. 149). In den 90er Jahren ist eine Umorientierung zu mehr erlebnisorientiertem Lernen feststellbar, das über sinnliche Erfahrungen die Gefühlswelt und damit das individuelle Wertesystem berührt. Die Umweltbildung hat eine Mittlerrolle zwischen Wissenschaft und Alltagswelt eingenommen. Aus dieser Entwicklung leitet die Autorin Franz-Balsen ab: "Lernprozesse werden noch mehr als bisher im Alltag oder Zeitgeschehen angesiedelt sein, sie werden in höchstem Maße kommunikativ und sie werden politischer sein als je zuvor" (Franz-Balsen 1996, S. 163).

#### **5.1.2.1 Soziologische Rahmenbedingungen der Bildung**

Unter diesen Voraussetzungen sollten Infozentralen bei ihren Besuchern einen Lernprozeß in Gang setzen, der nicht als "klassisches" Lernen in Form von Gedächtnistraining zu verstehen ist, sondern als ein Vorgang, der neue Aktivitäten auslöst bzw. bewirkt, daß alte Verhaltensregeln neu überdacht und gegebenenfalls geändert werden. In diesem Sinne liegt die Bedeutung des Lernens in einem Prozeß der Veränderung, der durch Einsicht, Suggestion sowie Versuch und Irrtum ausgelöst werden kann. Der Beginn eines Lernvor-

ganges setzt jedoch das Vorhandensein einer Lernbereitschaft voraus; die emotionale Freude am Lernen beeinflusst entscheidend Dauer sowie Nachhaltigkeit des Lernprozesses. In einer Studie über das Nationalparkzentrum Harz durch das BTE (Büro für Tourismus und Erholungsplanung) (1995, S. 27) wurden vier Säulen der Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit fixiert, die sich positiv auf den Lernerfolg auswirken:

1. Herstellung authentischer Lernsituationen
2. Bereitstellung erlebnisorientierter Angebote
3. Bereitstellung direkter Handlungsangebote, die den Erwerb von Wissen trainieren
4. Abbau affektiver Lernblockaden durch positive Erfahrungen

Abb. 18: Dimensionen neuer Lernformen und -techniken und ihre Kombinationen

	<b>suggestiv</b>	<b>sinnlich-kreativ</b>	<b>spielerisch</b>	<b>technisch-medial</b>
<b>suggestiv</b>	klassische Suggestopädie Schlaflernen NLP *	Gedächtnistraining Eselsbrücken Visualisieren	suggestopädische Trainingsgruppe	Mindmaschine Kassettenlernen
<b>sinnlich-kreativ</b>	Gedächtnistraining Eselsbrücken Visualisieren	Mindmapping Brainstorming	kreatives Schreiben in der Gruppe	Multimedia Lernwerkstätten
<b>spielerisch</b>	suggestopädische Trainingsgruppe	Zukunftswerkstatt	Rollenspiel Planspiel	Computerspiel
<b>technisch-medial</b>	Mindmaschine Kassettenlernen	Multimedia	Computerspiel	Fax, Modem, Datenbank

\* NPL=Neurolinguistische Programmierung

Quelle: Nahrstedt et al. 1995, S. 15

Die wichtigsten Lerntechniken sind: Wahrnehmungslernen, motorisches, verbales, kognitives und soziales Lernen (Nahrstedt et al 1995, S. 5). Zwischen dem personenbezogenen Lernen und dem "Lehren" besteht eine Interaktion, die sowohl Techniken, Inhalte als auch Raum-Zeit-Bedingungen formal einschließt. Um einen optimalen Grad an Lernerfolg zu

erzielen, geht die Pädagogik von ganzheitlichen Ansätzen als neuer Lernform aus, die Geist (Denken), Sinne (Sehen, Riechen, Tasten, Hören, Schmecken) und Psyche (Fühlen) einschließt.

Methodisch-didaktisch können verschiedene Dimensionen unterschieden werden: suggestiv, sinnlich-kreativ, spielerisch und technisch-medial.

Die Motivation, Neues hinzuzulernen, ist individuell sehr unterschiedlich ausgeprägt. Sie ist allerdings durch eine gezielt angelegte Öffentlichkeitsarbeit, zumindest teilweise, steuerbar. Eine Einschränkung der Lernbereitschaft ist altersunabhängig und wurde sowohl bei Jugendlichen als auch Erwachsenen in mehr oder minder großer Ausprägung festgestellt (Lehr 1978, S. 467 ff). Motivationseinbußen ergeben sich durch das Vorhandensein von Hemmschwellen, die in äußeren (z.B. Verkehrsanbindung, Abendveranstaltungen) oder in inneren (z.B. Kontaktängste, Alter) Lebenssituationen bedingt sein können.

Neben der Lernbereitschaft, die die Motivation anspricht, stellt sich die Frage nach der Lernfähigkeit von verschiedenen Altersgruppen, die gleichermaßen ihre Informationsbedürfnisse decken möchten. Die unterschiedlichen Ansprüche müssen bei der Ausstattung und den Darstellungsformen in einer Informationszentrale berücksichtigt werden.

Soziologische Untersuchungen über die Lernfähigkeit haben ergeben, daß bei sinnvollem Material, z.B. Einsichtigwerden der Sinnzusammenhänge, ältere und jüngere Menschen durchaus vergleichbare Lernleistungen zeigen (Lehr 1978, S. 467 ff).

Im Umkehrschluß bedeutet dies, daß Material nur dann einen Lernprozeß auslöst, wenn genau und überzeugend Sinnhaftigkeit vermittelt werden kann.

Als Ergebnis dieser Untersuchungen wurde festgestellt, daß im Alter oft gewisse Lerntechniken Probleme bereiten, wie z.B. das Verknüpfen von bestimmten Lerninhalten. Erwartungsgemäß zeigt sich beim Präsentieren von Wissen eine altersabhängige Funktion vom Faktor "Zeit". Ältere Menschen brauchen länger, um Material zu erfassen und zu verarbeiten. Dieses Faktum muß beim Einsatz verschiedener Medientechniken, z.B. Film, Berücksichtigung finden und dementsprechend ist bei der Vermittlung von schwierigen Lerninhalten auf eine ausreichende Zeit beim Präsentieren zu achten. Hier wird es Aufgabe der Museumspädagogik sein, mit Hilfe der Didaktik optimale Präsentationsformen zu finden, die es den älteren Menschen erlauben, die Gegebenheiten in einen einsichtigen Sinnzusammenhang zu bringen.

Ein Überangebot an Informationen kann allerdings die Fähigkeit der Verarbeitung negativ beeinflussen. Bei dem Problem der Informationsflut kommt es nicht so sehr auf die absolute Menge an, sondern mehr auf den Sinnzusammenhang der Einzelinformationen.

### **5.1.2.2 Bildung und Verhalten**

Der Frage nach der Bereitschaft zu Verhaltensänderungen ging Dohmen (1991, S. 41) nach. Ihren Untersuchungen zufolge zeigen Erwachsene nicht in dem Maße wie Jugendliche Bereitschaft und Motivation, Verhaltensweisen und -muster abzulegen oder zu ändern. Diese Tatsache wird damit begründet, daß Handlungsweisen das Ergebnis eines Lernprozesses sind und das daraus resultierende Verhalten Sicherheit und Selbstbewußtsein vermittelt. Im Vergleich zu Jugendlichen sind Erwachsene erfahrener und haben einen längeren Prozeß der Meinungsbildung bereits hinter sich. Erwachsene Menschen sind dadurch in ihren Meinungen, Urteilen und Gewohnheiten festgelegter als Jugendliche. Die Möglichkeit der Beeinflussung ist dementsprechend auch geringer. Der Anstoß, bewährtes Verhalten zu ändern, bedarf des Erwerbs neuer, einsichtiger Erkenntnisse und Erfahrungen.

Eine Erfahrung entsteht aus dem Zusammenspiel von Eindruck und Auffassung bzw. geistiger Verarbeitung. Art der Auffassung und Verarbeitung werden an früheren Erfahrungen gemessen. Dies bedeutet, wenn Erwachsene bereits im Jugendalter zu solchen Themen Bezug hatten, werden sie neue Informationen gezielter aufnehmen und verarbeiten als jemand, der sich mit diesen Themen erst im Erwachsenenalter auseinandergesetzt bzw. erst dann über Medien davon Kenntnis erlangt hat. Dabei wird eine möglichst differentielle Zuordnung neuer Lernerfahrungen zu einzelnen Merkmalen des vorhandenen Potentials gesucht. Damit fällt es Erwachsenen leichter als Jugendlichen, Transfereffekte herzustellen und Anknüpfungs- und Berührungspunkte zu finden, die analysiert werden können.

Eine Infozentrale hat die Aufgabe, zielgerichtete Handlungen bei den Besuchern auszulösen und sie in die Lage zu versetzen, die Grundlage ihres Handelns zu erfassen, zu interpretieren und zu beurteilen. Praktische Bezugspunkte bei der Informationsbereitstellung erleichtern das Erteilen konkreter Handlungsanweisungen für spezielle Situationen. Eine wichtige Leitlinie in bezug auf die Bildung sind Möglichkeiten zum Sammeln eigener Erfahrungen, die in allgemeine Systemzusammenhänge eingeordnet werden können, so daß Beziehungen vom Allgemeinen zum Speziellen und umgekehrt hergestellt und diese rich-



tig analysiert und gedeutet werden können.

Bevor Kenntnisse in aktives Handeln, und eventuell später in Verhalten, übergehen, muß der Mensch erst Handlungsfähigkeit erwerben. Handlungen im Sinne von Tätigkeiten haben situationsbezogenen Charakter und sind Teil eines übergeordneten Handlungssystems. Dieses System ist angelehnt an Erfahrungen und Wissen und erfolgt nach selbstgesteckten Zielen.

Nach der soziologischen Terminologie setzt sich das Handeln selbst aus einem interaktiven, inhaltlichen und normativen Moment zusammen.

Bei interaktivem Handeln ist der Wille des anderen dem Handelnden nicht direkt verfügbar. Der Wille des Gegenübers, bestimmte Handlungen auszuführen, bedarf erst einer Aktivierung, die vermittelt werden muß. Handlungen werden erst dann ausgeführt, wenn die Sinnhaftigkeit und Wahrhaftigkeit ihres Inhaltes erkannt werden. Die Sinnhaftigkeit einer eventuellen Handlung wird in größeren Sinnzusammenhängen gemessen, die der Mensch erlernt hat. Dieser Analysevorgang setzt ein Grundwissen über die Zusammenhänge (in diesem Falle ökologische Zusammenhänge) sowie eine interpretative Leistung eines eventuell Handelnden voraus.

Der inhaltliche Moment des Handelns resultiert aus seiner Einlagerung in einen "Objektbereich", in dem Handeln stattfindet, wie z.B. Ökologie, Politik, Verkehr. Der Handelnde muß die Strukturen kennen und Handlungsfolgen sowie Ergebnisse überblicken können. Da Handeln in konkreten Situationen erfolgt, ist eine Urteilsfähigkeit Voraussetzung des Handlungsablaufs.

Der normative Moment einer Handlung besteht in der Analyse nach den Kriterien gut - schlecht (Kaiser 1986, S. 14). Die einzelnen Phasen des Handlungsablaufs gliedern sich in Zielsuche und -festlegung, Entscheidung über die Strategie, die zu diesem Ziel führt, Verwirklichung des Ziels und zuletzt die Kontrolle, ob das gesteckte Ziel erreicht wurde. Ziele auf höheren Ebenen werden in Einzelziele aufgeteilt und in dazugehörigen Aktionsprogrammen zur Verwirklichung gebracht. Das individuelle Handlungsschema ist das Ergebnis eines Lernprozesses.

Freies, unabhängiges und nicht-direktives Lernen (offenes Lernen) mit hohem Erlebniswert sollte die Leitlinie des Bildungsangebotes einer Infozentrale sein. Die Möglichkeit zum "autonomen Lernen" liefert Anstöße zum eigenen Entscheidungsprozeß und wird

nicht als belehrend empfunden, da das Lernen auf freiwilliger Basis und nach individuellen Bedürfnissen erfolgt. Diese Grundsätze des Lernens sollten auch im Programmangebot der Infozentrale Berücksichtigung finden. In begleitenden Tagungen oder Workshops können Strategien und Lösungsansätze über verschiedene Themen selbst erarbeitet werden.

In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage, wie durch die Wahl des Medieneinsatzes eine stärkere Individualisierung des Lernens erreicht werden kann. Die Individualisierung erlaubt den Nutzern, den persönlichen Bedarf ihrer Informationen von entsprechenden Medien abzurufen, die einer Infozentrale vorbehalten werden sollten. Unter Individualisierung des Lernens ist die Freiheit der persönlichen Lernzeit sowie die Abstimmung der Informationen auf individuelle Bedürfnisse zu verstehen. Ein benutzerfreundliches Informationssystem ist Voraussetzung zur Individualisierung des Lernens. Dieses Lernen ist, im Gegensatz zum schulischen Lernen, auf praxisbezogenes Handeln ausgerichtet. Es erfolgt aus der Motivation heraus, Hilfe für die Beantwortung von Fragen zu finden (Dohmen 1991, S. 76 ff).

### **5.1.2.3 Bildungsstätte Infozentrale**

Eine Infozentrale kann die Rolle als Selbstlernzentrum übernehmen, das durch spezielle Kurse und Vorträge ergänzt und aufgewertet werden kann. Zu einer solchen Einrichtung ist eine Grundausstattung mit EDV, die Bestückung einer Mediothek mit Bibliothek, Videos, Filmen, Dias und Fernsehen, Grundvoraussetzung. Eine flexible Öffnungszeiten-Regelung kommt individuellem Lernen entgegen. Denkbar und nützlich wäre eine Kooperation mit anderen Instituten wie Stadtbibliothek, Bildstelle, Hochschule etc. Eine solche Einrichtung wird den individuellen Wünschen nach persönlichen Lernbedürfnissen und Lerninteressen gerecht.

Wissenschaftliche Sammlungen und Dokumentationen können dazu beitragen, das Bild des Naturparkes und seiner Lebenswelt plastisch und anschaulich darzustellen. Besonders beliebt, vor allem bei Kindern, sind Präsentationsformen, die ein aktives Beschäftigen mit der Materie ermöglichen. Das aktiv Erlebte prägt sich besonders gut ein, wie z.B. Sägen an Baumstämmen zur Verdeutlichung von verschiedenen Holzhärten. Eine pädagogisch gut angelegte Literaturlauswahl zum Thema Naturpark Saar-Hunsrück und zu Spezialthemen erschließt die Zentrale einem neuen Benutzerkreis. Bücher über die Bestimmung von Pflanzen und Tieren, die auf die Wanderungen mitgenommen werden dürfen, sollten Bestandteil der Bibliothek sein. Als Benutzer kommen Vereine in Frage, die sich in irgendei-

ner Weise mit dem Thema Ökologie beschäftigen, wie zum Beispiel Naturschutzvereine, Obst- und Gartenbauvereine, Heimat- und Verkehrsvereine.

In einem Naturpark ist Forschungsarbeit über den Natur- und Kulturraum notwendig. Ob diese nun direkt von der Informationszentrale durchgeführt wird oder ob diese von einer Universität oder einem anerkannten, wissenschaftlich arbeitenden Verband, wie beispielsweise der POLLICHIA im Naturpark Pfälzerwald, wahrgenommen wird, ist zweitrangig. Die Forschung sollte das wissenschaftliche Grundmaterial liefern, das das gesamte Konzept des Naturparkes beeinflusst und darüber hinaus Ergebnisse über die vergangene und zukünftige Entwicklung der Natur in Form von Entwicklungs- und Pflegeplänen liefert. Projektbezogene Versuchsreihen können auf andere Naturparke übertragbare Ergebnisse erzielen.

Eine Informationszentrale sollte als Bildungseinrichtung verstanden werden, die nicht nur Wissen vermittelt, sondern auch Starthilfen für die Gestaltung der Freizeit liefern sollte. Auf dieser Aussage basierend, erfüllt eine Infozentrale nicht nur die Funktion der rein wissenschaftlichen Vermittlung von Daten und Fakten, sondern kann zugleich Ort kreativer und musisch-literarischer Beschäftigungen sein, wenn dies die räumlichen Verhältnisse und der Standort zulassen.

Das Bildungskonzept einer Informationszentrale sollte auf eine festgelegte Zielgruppe ausgerichtet sein und gleichzeitig verschiedenen Bedürfnissen Rechnung tragen. Ob Schulklassen, Lehrer, Politiker, Journalisten oder Kinder mit ihren Eltern - jede Gruppe sucht aus verschiedenen Motivationen heraus solche Einrichtungen auf und weist ein unterschiedliches Bildungsniveau allgemein sowie in Sachen Natur und Umwelt ganz speziell auf. Eine Infozentrale sollte auch denjenigen gerecht werden, die sich aus Gründen der Unterhaltung und des Zeitvertreibs zu einem Besuch entschließen. Diese Indifferenzen auch innerhalb einer Zielgruppe stellen besondere Anforderungen an die Museumspädagogik, die den unterschiedlichen Ansprüchen und Voraussetzungen Beachtung schenken muß. So war es auch festgeschriebenes Ziel im Naturpark Altmühltal, die Informationsbereitstellung nicht nach dem "Gießkannenprinzip", sondern zielgruppenspezifisch anzubieten (Feldmann 1989, S. 4). Die Erziehung zum richtigen Umgang mit der Natur ist dabei oberstes Ziel. Eine Informationszentrale sollte sich dabei allerdings nicht nur auf die mediengestützten Informationssysteme beschränken, sondern geschultes Personal bereitstellen, das Fachfragen beantworten und Sympathiewerbung für die Naturpark-Idee betreiben kann, um auf diese Weise auch eine emotionale Einstellung bei den Besuchern in Sachen Natur und Umwelt zu aktivieren.

### 5.1.3 Öffentlichkeitsarbeit

Der Naturpark Saar-Hunsrück muß, wie viele andere Unternehmen und Organisationen auch, um Zustimmung für seine Ziele und Aktivitäten werben. Das bewußte und legitime Bemühen um Verständnis und Vertrauen in der Bevölkerung ist maßgebliche Aufgabe der Öffentlichkeitsarbeit. Im Bereich der Gesamtkommunikation hat die Öffentlichkeitsarbeit eine strategische Führungsaufgabe zu erfüllen. Um langfristig Akzeptanz, Profilierung und Image für den Naturpark aufzubauen, bedarf es einer fest strukturierten Organisationseinheit, die die Informationen nach einheitlichem Erscheinungsbild (Corporate identity) aufbereitet und abstimmt. Voraussetzung hierfür ist ein Kommunikationskonzept, in dem anhand einer Ist-Analyse die Ziele der Kommunikation klar definiert und die einzelnen Maßnahmen über einen gewissen Zeitraum geplant sind. Die qualitative Aufgabe der Öffentlichkeitsarbeit besteht darin, mit Hilfe von Informationen und Aktionen zu Profilierung und Aufbau eines Images beizutragen. Grundsätzlich kann sich dies auf zwei Kommunikationsebenen vollziehen: in der Pressearbeit und im Bereich der Angebotsentwicklung.

#### 5.1.3.1 Pressearbeit

Unter Pressearbeit sind der eigentliche Bereich der Medienbearbeitung sowie die Herausgabe von Informationsschriften oder Broschüren zusammengefaßt. Die Pressearbeit bildet eine Kommunikationsbasis zwischen Organisation und Umfeld. Im Idealfall sollte sie Teil eines Gesamtmarketinginstrumentariums sein, denn durch sie wird eine Mittlerrolle zwischen zwei Partnern aufgebaut. Erklärtes Ziel der gesamten Öffentlichkeitsarbeit für einen Naturpark ist die Sensibilisierung der Gäste und der einheimischen Bevölkerung für die Naturparkidee, den praktischen Naturschutz sowie Möglichkeiten der naturgebundenen Erholung.

Die Öffentlichkeitsarbeit ist verantwortlich für die Informations- und Nachrichtenweitergabe. Heu (1982, S. 20) definiert die Öffentlichkeitsarbeit als "Instrument einer allgemeinen, grundsätzlichen Informationsarbeit - auf den Naturpark bezogen - mit Motivationsanregung und -förderung zum Bilden".

Pressearbeit als Teil der Öffentlichkeitsarbeit berührt sowohl die Innenwerbung als auch die Außenwerbung, auch bezeichnet als "interne" bzw. "externe" Information eines Ortes oder einer Region (Job et al. 1993, S. 65). Ihre Verantwortung besteht in der Erbringung einer Dienstleistung gegenüber Medien und Organisationen/Institutionen.

Ziel und Zweck der Pressearbeit ist die Erhöhung des Bekanntheitsgrades, der Aufbau eines Images sowie die Informationsübermittlung. Eine gezielte Pressearbeit sorgt für eine ausreichende Informationsgrundlage für die Öffentlichkeit und kann damit letztendlich den Grad der Inanspruchnahme und der Akzeptanz einer Idee beeinflussen. Insofern kann diesem Aufgabenfeld die Funktion eines Steuerungselementes für den Marktmechanismus von Angebot und Nachfrage zugeteilt werden. Der Bereich der Öffentlichkeitsarbeit hat eine leitende Querschnittsaufgabe zu erfüllen, die sich durch die gesamte Organisation durchziehen muß, um nachhaltig ein einheitliches Bild prägen zu können. Nur dann, wenn die Öffentlichkeitsarbeit einer gewissen Planung unterliegt, kann die Zielvorgabe erfüllt werden. Vor allem ist auf eine Regelmäßigkeit in den Berichterstattungen zu achten, damit die Thematik aktuellen und kontinuierlichen Charakter erhält. Eine chronologisch durchgehende Pressearbeit setzt allerdings die Abstimmung der Planungen des Naturparkes mit der Pressestelle voraus. Auf diese Weise kann verhindert werden, daß es zu zeitlich auftretenden Informationsschwemmen kommt, die keineswegs eine Erhöhung des Wissensstandes der Empfänger bedeutet. Vielmehr kann eine Informationsüberflutung zu einer gewissen Resistenz bei den Empfängern führen, da die ankommenden Informationen nicht mehr verarbeitet werden und damit eine mißtrauische Abwehrhaltung entstehen kann (Jung 1993, S. 27 ff).

Öffentlichkeitsarbeit verlangt bei der Besetzung der Pressestellen qualifizierte Fachleute, die in der Medienlandschaft ausgebildet sind. Separate Stellen in diesem Bereich wurden allerdings in den wenigsten Naturparks geschaffen. Klare Informationen, Transparenz und die Bereitschaft, offen zu kommunizieren, sind Fundamente für den angemessenen Umgang mit den Medien. Die Pressestelle muß daher kompetent und informiert sein. Sie muß in der Lage sein, mediengerecht zu agieren, und um die Akzeptanz der Journalisten zu erreichen, muß sie über Arbeit, Ziele, Themen genauestens informiert sein; sie muß in der Lage sein, Hintergründe zu erläutern, Hilfestellung bei Recherchen zu geben sowie Ansprechpartner und Kontakte zu vermitteln. Daraus wird deutlich, daß die Öffentlichkeitsstelle auf den direkten Zugang zu der Unternehmensleitung angewiesen ist und auch in dieser Ebene angesiedelt sein muß.

Nur diejenigen können mit publizistischer Resonanz rechnen, die das Instrument der Pressearbeit richtig beherrschen und handhaben. Eine Presseinformation hat nur dann Aussicht veröffentlicht zu werden, wenn die journalistischen Grundregeln beachtet sind.

Form, Textgestaltung, Formulierung, Bilderversand, Terminierung sind einige Schlagworte, die genau überlegt sein möchten, um dem großen Selektionsdruck in Redaktionen

standzuhalten.

Die Öffentlichkeitsarbeit kann sich verschiedener Medien bedienen (s. Kapitel 5.2). Je nach Nachrichtenwert sollte die formale Methode der Informationsweitergabe wohlüberlegt erfolgen, ob dies in Form von Pressekonferenz, Pressegespräch, Pressereise oder Pressemitteilung geschieht.

Neben dem Pressedienst wird die Öffentlichkeitsarbeit bei der Herausgabe von Fachbrochüren tangiert. Angesprochen sind z.B. Beschreibungen von Sehenswürdigkeiten, Gästezeitungen, Veranstaltungskalender u.ä. Auch für diesen Bereich ist eine intensive Zusammenarbeit mit den Initiatoren und Fachgremien unerlässlich. Diese Aufgabe überschneidet sich teilweise mit dem Bildungsauftrag eines Naturparkes, so daß beide Bereiche nicht immer klar voneinander zu trennen sind. Öffentlichkeitsarbeit kann auch bildend wirken, und in der Bildungsarbeit ist ein Aspekt der Öffentlichkeitsarbeit enthalten. Die reine Bildungsarbeit definiert Heu (1982, S. 20) als ein "Instrument einer speziellen, vertiefenden Informations- und Wissensvermittlung", die sich an bestimmten Zielgruppen orientiert. Es besteht bei Lesern und Hörern bereits eine Motivation, solche Angebote in Anspruch zu nehmen.

Bei konkreten Produkten (z.B. der Veröffentlichung von Pauschalangeboten) allerdings sind die Grenzen von Pressearbeit und Werbung fließend, vor allem in der Reisebranche. Da die Werbung ebenfalls fester Bestandteil des Marketingkonzeptes ist, kommt es immer wieder zu Verschmelzungen, zumal beide Bereiche oft in einer Hand liegen. Die Pressearbeit wird dann zur Verkaufssteuerung eingesetzt.

Als Schlußfolgerung leitet sich die Notwendigkeit ab, daß ein Naturpark auf Öffentlichkeitsarbeit nicht nur angewiesen, sondern ihr auch verpflichtet ist.

### **5.1.3.2 Angebotsbereich**

Touristische Regionen, die landschaftsgebundene Erholungsformen favorisieren, sollten ihre Angebotsschwerpunkte auf diese Potentiale abstimmen. Hierzu gehören, um einen hohen Grad an Gästezufriedenheit zu erreichen, die Vermittlung von Anregungen und Anleitungen für einen naturnahen Urlaub. Dabei ist allerdings zu bedenken, daß nicht alle Touristen, die ihren Urlaub in solchen Regionen verbringen (Naturparke eingeschlossen), ausschließlich wegen dieser Angebotsstrukturen ihr Urlaubsziel auswählen. Vielmehr

müssen sie darauf aufmerksam gemacht und gelenkt werden. Hierbei bieten sich bestimmte Programme an, die die Gäste in besonderer Weise an eine Urlaubsform heranführen, die jenseits von Massentourismus neue Lebensinhalte und Lebensgefühle wecken soll (Verband deutscher Naturparke 1995, S. 67, Nestmann, Schweckendiek 1990).

Die Öffentlichkeitsarbeit ist gefordert, entsprechende attraktive Angebote zu entwickeln. Diese können aus dem Aktivbereich sein, wie Wandern, Radwandern, evtl. auch Klettertouren, wenn sie sich als umweltverträglich erweisen, als auch aus dem Passivbereich, wie Videofilme, Diavorträge u.s.w. Insbesondere geführte Touren in Begleitung eines fachlich versierten Einheimischen sind geeignet, Informationen über Pflanzen und Tiere, Kultur, Sehenswürdigkeiten, Brauchtum, Mentalität, Eigenarten der Menschen und Sprache zu vermitteln, die den Gästen das Urlaubsgebiet emotional näherbringen. Diese Art von Angeboten ist gleichzeitig eine Möglichkeit der gezielten Besucherlenkung. Selbst solche naturnahen und landschaftsgebundenen Angebote setzen Infrastruktur voraus, die vorgehalten werden muß, wie Wanderwege, die beschildert und instandgesetzt werden müssen, Lehrpfade, die entwickelt und beschrieben sein müssen (botanische, geologische, forstbotanische u.v.m.).

Naturlehrpfade sind beliebtes Medium einer ortsgebundenen Öffentlichkeitsarbeit. Sie dienen der Bildung durch Kenntnisvermittlung über visuelle Wahrnehmung in Form von Lesen und Anschauen. Sowohl Einzelobjekte als auch Naturräume können Inhalte von Lehrpfaden sein. Um einen positiven Effekt zu erzielen, stellen die Einzeltafeln einen hohen Anspruch an Gestaltung und textliche Ausführung. Leider sind solche Einrichtungen oft Ziel blinder Zerstörungswut, so daß finanzielle Mittel zur Unterhaltung bereitgehalten werden müssen, bevor eine Negativwerbung von Lehrpfaden ausgeht.

Als geführte Wanderungen mit gehobenem Informationsniveau bieten sich Exkursionen an, die bereits den Bereich der Bildung tangieren. Die Themen sind meist sehr spezifisch und nur einer interessierteren Zielgruppe vorbehalten. Die Exkursionen können in Verbindung mit Besichtigungen, wie Baumschulen, aber auch ortstypischen Handwerksbetrieben, interessant gestaltet werden.

Neben geführten Touren sollten für Individualisten die Voraussetzungen geschaffen werden, Natur- und Landschaftselemente selbst zu erfahren. Spezielle Bodenaufschlüsse, die an Ort und Stelle beschrieben und erläutert sind, geologische Besonderheiten, wie Felsformationen, typische Vegetationsformen, wie Auwälder oder natürlich erhalten gebliebene Bachläufe, und Ufervegetation sind Erlebniselemente, die in ihrer Gesamtheit wichtige

Bausteine zum Kennenlernen der Natur- und Kulturlandschaft des Urlaubsgebietes darstellen.

Vor dem Hintergrund einer sinnvollen Freizeitpädagogik sollten Möglichkeiten für kulturelle sowie musisch-kreative Aktivitäten in den Angeboten enthalten sein. In diesem Zusammenhang kann die Rötelmalschule in Güdesweiler, die den einheimischen Rötel als Zeichenmaterial verwendet, als vorbildhaft herausgestellt werden. Die Teilnahme an örtlichen Festlichkeiten, wie beispielsweise den Köhlertagen in Walhausen, kann Aufschluß über Kulturgut und Brauchtum liefern.

Bei der praktischen Durchführung können ortsansässige Vereine herangezogen werden. Namentlich wären Naturschutzvereinigungen, Obst- und Gartenbauvereine, Wander- und Radwandervereine zu erwähnen. Diese, meist aus ehrenamtlichen Mitgliedern bestehenden Vereinigungen, können organisatorische Hilfestellung bei der Durchführung und Betreuung sowie bei der Instandhaltung von Infrastrukturen, z.B. Wanderwegeunterhaltung, bieten.

Zusammenfassend bieten sich folgende Angebote an:

aus dem Aktivbereich:

- Wanderungen
- Radwanderungen
- Exkursionen
- Themenwanderungen, wie botanische, forstkundliche, archäologische
- Praktische Untersuchungen besonderer Biotope, z.B. Gewässer
- Teilnahme an praxisorientierten Maßnahmen, wie Pflegeaktionen, Baumschnittkursen

und aus dem Passivbereich:

- Heimatfeste
- Dia-Vorträge
- Videofilme
- Heimatabende
- Vortragsreihen zu bestimmten Themen
- Ausstellungen
- Naturlehrpfade



Die Planung und Organisation eines "Animations-Programms" ist mitunter auch ein Aufgabenschwerpunkt der Öffentlichkeitsarbeit. Die Stelle, die mit der Wahrnehmung dieses Tätigkeitsfeldes betraut ist, bedarf der Institutionalisierung. Organisatorisch integrieren ließe sich die Öffentlichkeitsarbeit für diesen speziellen Bereich in Informationszentralen, Geschäftsstellen der Naturparkverwaltung, Landkreisverwaltungen oder aber den Fremdenverkehrsstellen. Voraussetzung für die Funktionstüchtigkeit der Stelle Öffentlichkeitsarbeit ist eine straffe Organisation, die sich bis auf die untersten Ebenen fortsetzt (z.B. Gemeinde, Verein), damit der Informationsfluß gewährleistet bleibt. Je größer das betreffende Gebiet und je mehr Organisationseinheiten an den Programmen beteiligt werden, desto wichtiger wird die Bedeutung einer funktionierenden Kommunikation. Nur wenn diese gewährleistet ist, hat ein auf Dauer angelegtes Programm als fester Bestandteil der Naturparkarbeit Aussicht auf Erfolg. Neben der Planung und Organisation muß die für Öffentlichkeitsarbeit zuständige Stelle für die Veröffentlichung und Verteilung der Programme Sorge tragen.

## **5.2 Medien zur Kommunikation**

Medien können definiert werden als alle nichtpersonalen Informationsmittel und -methoden, die im Prozeß der Nachrichtenvermittlung eingesetzt werden. Der Begriff Medien schließt sowohl die Materialien als Träger der Informationen als auch Geräte zur Wiedergabe der Trägermaterialien ein. Sie sind Mittel zur Kommunikation zwischen verschiedenen Beteiligten.

Die zwischenmenschliche Kommunikation nimmt immer mehr mediale Formen an. Mit dem Ausbau weltweiter Kommunikationsnetze ergeben sich individuelle Informationsmöglichkeiten, die, ungeachtet räumlicher Nähe, Lern- und Aktivitätsprozesse in Gang setzen, wobei die Gefahr eines Verlustes realer Erfahrungen gegeben ist. Die Öffentlichkeitsarbeit ist uneingeschränkt auf Medieneinsatz angewiesen, um Informationen zu transportieren. Ebenso bedient sich eine Informationszentrale verschiedener Medien, um Lernprozesse über eine bestimmte Thematik auszulösen.

Moderne Medien und Techniken halten eine Palette von Alternativen der Informationsvermittlung offen:

- a) visuell, optisch
- b) auditiv, akustisch
- c) audiovisuell

### 5.2.1 Visuelle Medien

Die wichtigsten visuellen Medien in den Bereichen Bild und Schrift sind Zeitungen, Zeitschriften, Prospekte, Plakate, Poster, Reiseführer, Beschreibungen, Fotos, Dias, topographische und thematische Karten sowie Literatur. Dem visuellen Bereich sind ebenso Schautafeln, Displays, Arbeitsblätter, Modelle und Präparate zuzuordnen.

Der Inhalt der zu vermittelnden Thematik und die Zielgruppe sollten die Auswahl der Medien bestimmen. So setzt eine Zeitung beispielsweise primär das Wort ein, während eine Zeitschrift mehr vom Bild lebt, wobei hier viele Abstufungen existieren. Plakate und Poster sind unter Werbemedien einzuordnen, die mit hohem Symbolwert arbeiten, um Aufmerksamkeit zu erregen, sei es für eine Veranstaltung oder als Imagerträger für eine Region. Schautafeln an exponierten Stellen, z.B. mit Darstellung des Wanderwegenetzes, können hilfreiche Informationsträger sein. Modelle und Präparate erleichtern das Vorstellungsvermögen und werden vielfach im schulischen Unterricht eingesetzt.

Topographische Karten sind wichtige Orientierungsmittel und gleichzeitig Medien für die Besucherlenkung. Darüberhinaus bieten sie Raum für die Weitergabe von Informationen an den Nutzer. Bestandteil dieser Arbeit ist die Frage, welche Bedeutung u.a. die Karte im Kommunikationsprozeß hat und welchen Einfluß sie auf das Verhalten der Nutzer ausübt, sich mit Sehenswürdigkeiten und Besonderheiten der Region während einer Freizeitbeschäftigung (Fahrradfahren) auseinanderzusetzen.

Zu den visuellen Medien sind die verschiedenen Projektionsformen zu rechnen, wie Episkop, Beamer, Overhead, Flipchart und Dias. Sie ermöglichen eine Bandbreite an Darbietungsformen und Variationen zur Vermittlung von Informationen. Entsprechend dem Motto "Ein Bild sagt mehr als tausend Worte", tragen visuelle Medien bei Vorträgen zur Unterstützung des gesprochenen Wortes und zur Veranschaulichung bei (Nahrstedt et al. 1995, S. 45). Visualisierte Reden bleiben länger und intensiver im Gedächtnis haften als nur das gesprochene Wort, weil die Informationen gleichzeitig über die Sinne Hören und Sehen aufgenommen werden. Darüberhinaus bieten sie gewisse pädagogische Vorteile, da Kernaussagen betont, Argumente verständlich dargestellt und der Vortrag aufgelockerter gestaltet werden kann. Visualisierungen bieten sich in Form von Texten, Bildern, Graphiken, Symbolen u.ä. an. Von Vorteil ist, daß visuelle Medien ohne großen finanziellen und organisatorischen Aufwand einsetzbar sind. Die Folien für Overhead-Projektionen können individuell hergestellt werden, und das Angebot an vorgefertigten Folien steigt ständig.

Computergesteuerte Tableaus mit Leuchtpunkten oder Großdioramen sind eine sehr aktuelle und plastische Form der Darstellung und eignen sich durch ihre Übersichtlichkeit zum Einsatz in Infozentralen. Lokalitäten zu themenbezogenen Fragen lassen sich schnell und übersichtlich zeigen. Darstellbar sind beispielsweise Sehenswürdigkeiten, Vorkommen und Verbreitungsgebiet von bestimmten Pflanzen- und Tierarten, bestimmte Hausformen, Übersicht über Beherbergungsmöglichkeiten oder gar die nächsten Autobahnanschlüsse.

### **5.2.2 Auditive Medien**

Zu den rein auditiven Medien gehören Schallplatten, Tonbänder, Kassetten und CD's. Sie kommen zum Einsatz, wenn es um die Vermittlung akustischer Signale geht, wie Sprachen, Stimmen (Vogelstimmen) sowie bei literarischen und musischen Darbietungen. Die auditiven Medien sind jedoch im Vergleich zu den visuellen Medien seltener im praktischen Einsatz.

### **5.2.3 Audiovisuelle Medien**

Eine Kombination von visuellen und akustischen Medien stellen die audiovisuellen Bild-Ton-Träger dar. Dadurch, daß Auge und Ohr aufnahmeaktiviert sind, addieren sich die Erinnerungsquoten gegenüber den rein visuellen und akustischen Medien um ein Vielfaches. Die audiovisuellen Medien finden sich in Form von Tonbildschauen und vor allem im Film wieder. Die Wiedergabe vertonter Diaserien kann manuell oder elektronisch erfolgen. Besonders beeindruckend kann ein Vortrag mit zwei oder mehreren Diaprojektoren mit Überlappungseffekten sein. Gerade die Kombination von Bild und Ton erregt mehr Aufmerksamkeit und prägt sich besonders gut ein, da das Gesagte durch entsprechendes Bildmaterial belegt werden kann. Deshalb sollten Informationszentralen mit einem Vorführraum ausgestattet sein, in dem diese Techniken zum Einsatz kommen können. Die Diaserien wurden jedoch mit Aufkommen der Videofilme mehr und mehr in den Hintergrund gedrängt.

Der Film ist eines der wirkungsvollsten Kommunikationsmittel. Er hat erheblichen Einfluß auf die öffentliche Meinungsbildung in bezug auf die gesamte Lebenswelt des Menschen und zeigt auch im Bildungsbereich besondere Wirkung. Bereits in den 60er Jahren begannen verschiedene Fernsehanstalten das Schulfernsehen für Weiterbildungszwecke einzu-

setzen.

Durch die filmische Darstellung bzw. Vermittlung von Wissen können Vorgänge und Probleme veranschaulicht, präsentiert und exemplarisch dargestellt werden. Diese Darstellungsform erleichtert Aufnahmevermögen und Verarbeitungsleistung von Wissen und Systemzusammenhängen bei den Empfängern.

Filmbilder haben motivierende Funktion, da optische und akustische Reize kumuliert werden. Gerade der Film ist dazu prädestiniert, das menschliche Verhalten zu beeinflussen. Während bei Kindern und Jugendlichen eine Verhaltensänderung durch Identifizierung und Nachahmung belegbar ist, liegt die Vermutung nahe, daß auch bei Erwachsenen die Imitation eine größere Rolle bei möglichen Verhaltensänderungen spielt als verbale Aufklärung (Otto 1974, S. 29).

Je nach Inhalt und Darstellungsformen sind verschiedene Filmarten zu unterscheiden:

Der Unterrichtsfilm (Lehr- bzw. Dokumentarfilm) sollte dem Wissensstand der Zielgruppe angepaßt sein. Eine leicht verständliche Aufbereitung und Verarbeitung des Themas garantiert fast den Lernerfolg. Mit Hilfe besonderer Filmtechniken (Zeitraffer, Zeitdehnung, Vergrößerungen) können bestimmte Aspekte eines Themas eindrucksvoll herausgestellt werden (Pfalzgraff 1978, S. 467 ff). Im Gegensatz zum Erlebnis-, Informations- und Erziehungsfilm vertritt der Unterrichtsfilm die Realität und zeigt originale Abläufe; Realität wird dabei interpretiert. Durch die Darstellung von Fakten, Sinn- und Sachbezügen können Grundprobleme erfaßt werden, so daß der Zuschauer zu einer eigenen Meinungsbildung hingeführt wird.

Im Überblick bietet ein Film folgende Vorteile:

- Bildhaftigkeit und Anschaulichkeit
- Verknüpfung von Bild und Ton
- Dokumentationswirkung, die darin besteht, daß Glaubwürdigkeit als besonders groß empfunden wird
- Aktualitätswert (Live-Effekt)
- Fähigkeit zur Kumulation durch Wiederholungseffekte und damit höhere Reproduktionsleistungen des Gelernten
- Motivationswirkung durch emotionale Beteiligung
- Objektivierungsfunktion infolge von Wiederholbarkeit von Sendungen und kritische

### Überprüfbarkeit

- Anwendung wissenschaftlicher Kenntnisse auf konkrete Problemstellungen
- Interpretation, Analyse und Bewertung bestimmter Zielsetzungen, Inhalte und Verfahren
- Erweiterung des Problembewußtseins und Erhöhung der Umgangsfähigkeit mit erworbenen Kenntnissen und Fertigkeiten

Bei der Produktion von Filmen, die in Infozentralen zum Einsatz kommen, muß Klarheit darüber bestehen, welche Qualifikation der Film bewirken soll: Erzeugung von Problembewußtsein, Vermittlung von Informationen oder Vorstellung von Innovationen. In der Konzeption sollten solche Filme für eine möglichst breite Bevölkerungsschicht angelegt sein. Auf Elemente des Erziehungsfilmes sollte beim Einsatz in Infozentralen nicht verzichtet werden. Mit einer gewissen Dramaturgie aufgebaute Handlungen, jedoch ohne erhobenen Zeigefinger, veranschaulichen die Auswirkungen bestimmten Verhaltens eindrucksvoll und nachhaltig.

### 5.2.4 Medienverbundsystem

Im Prozeß des Lehrens und Lernens bietet der Aufbau eines Medienverbundsystems effiziente Möglichkeiten durch die Verknüpfung visueller, auditiver und audiovisueller Techniken. Wegen ihrer Bedeutung sollten sie integraler Bestandteil der Informationsvermittlung sein.

Mit Medienverbund ist die nach Lehr- und Lernfunktionen spezifisch differenzierte und arbeitsteilige Kombination von Medien gemeint (Otto 1977, S. 190). Bei ihr werden sowohl Materialien wie auch Geräte im Lernprozeß so eingesetzt, daß sie eine den Lernenden motivierende, den Lernerfolg steigernde und den Lernprozeß stützende Wirkung entfalten (Selg 1996, S. 51 ff). Medienverbund ermöglicht eine größere Auswahl seitens der Nutzer. Die Lernziele können von vornherein transparent gemacht werden.

Mit der Einführung der neuen Informations- und Kommunikationstechniken im Multimediabereich ging eine besondere Leistungsfähigkeit der Vermittlung und Verarbeitung von Informationen in den verschiedensten Anwendungsbereichen einher. Basis der heutigen Nachrichtenübermittlung sind die technischen Alternativen im Computerbereich, die in vielfältiger Weise die Sinne des Menschen ansprechen und durch ihre interaktive Struktur neue Möglichkeiten im Bildungs- und Lernprozeß erschließen (Nahrstedt et al. 1995, S.

74). Längst haben diese Kommunikationstechniken Eingang in den Freizeit- und Kulturbereich gefunden.

Die jüngere Generation wächst mit der "Computerwelt" auf und zeigt nur wenig Berührungssängste. Bei Erwachsenen stoßen computergestützte Informationsanlagen teilweise auf Unbehagen. Durch Unsicherheiten in Umgang und Bedienung zeigen sich die älteren Generationen eher zurückhaltend bei der Benutzung und erschließen sich die Computerwelt allenfalls in ihrem Berufsleben. Nach einem Bericht in der Saarbrücker Zeitung wehren sich die vor 1945 geborenen Deutschen mehrheitlich (53 %) gegen das neue Kommunikationsangebot aus dem Computerbereich. Die jüngere Generation schätzt dagegen diese neue Technologie für die Privatsphäre deutlich besser ein. Laut der Herstellervereinigung "Software Publishers Association" in Paris wurden europaweit in den ersten drei Quartalen 1995 eine 54prozentige Zunahme gegenüber dem Vorjahr verzeichnet, was einem Umsatz von knapp zwei Milliarden DM entspricht (Saarbrücker Zeitung vom 5. Januar 1996, S. 14). 1998 stieg gegenüber dem Vorjahr der Kauf von PC's und Zubehör um 30,1 % an, so daß mittlerweile 23,7 % aller deutscher Haushalte über einen PC verfügen (DGF 1999, S. 64/65).

Im Wesen dieser Technik liegt die Möglichkeit einer mehrdimensionalen Verknüpfung von Daten. Hierdurch ergibt sich eine hohe Aktualität, wenn Datenlieferung und -pflege optimal erfolgen. Die Datenpflege setzt Informationsflüsse voraus, die heute schon in der Regel über moderne Telekommunikationsmittel (BTX, Internet) übertragen werden.

Hierbei erweist sich heute schon die CD-ROM als ein Speichermedium, das großen Absatz findet. Touristische Regionen, Musikverlage, Versandhäuser - die Reihe läßt sich beliebig fortsetzen - nutzen dieses Medium für ihre Informationen (FVW International 1995, S. 67). Langfristig werden allerdings dem Internet die größeren Chancen auf dem Markt eingeräumt (Meyer 1995). Diese Technik erlaubt weltweiten Datenaustausch und Direktkommunikation vom häuslichen PC aus. 1998 verfügen 8 % aller deutscher Haushalte über einen Internetzugang (DGF 1999, S. 65).

Diese Techniken vervollständigen die Alternativen der Informationsübermittlung. Die EDV ermöglicht im praktischen Einsatz schnelle Auskünfte und ist damit kundenfreundlich. In Verbindung mit einem Direktbuchungssystem mit Ticketausgabe ist diese Technik in vielen Verkehrsämtern zur allgemeinen Standardausrüstung geworden. In idealer Weise können PC- oder Computeranlagen Bild, Ton und Schrift übertragen. Grundsätzlich alle Informationen zu allen Themenbereichen können über Computer vermittelt werden:

touristische Informationen, Daten über verschiedene Tier- und Pflanzenarten mit ihrem Verbreitungsareal, Veranstaltungskalender oder Zimmerkontingente. Bedienerfreundlichkeit erhöht die Nutzerakzeptanz.

Ein immenser Vorteil bietet sich durch die Vernetzungsmöglichkeit mit verschiedenen anderen Informationsträgern, so daß über einen größeren Landschaftsraum, zum Beispiel über den kompletten Naturpark Saar-Hunsrück, Daten gesammelt und zentral weiterverarbeitet werden können. Mittels Druckeranschluß können die aktualisierten Informationen den Gästen schriftlich ausgehändigt werden.

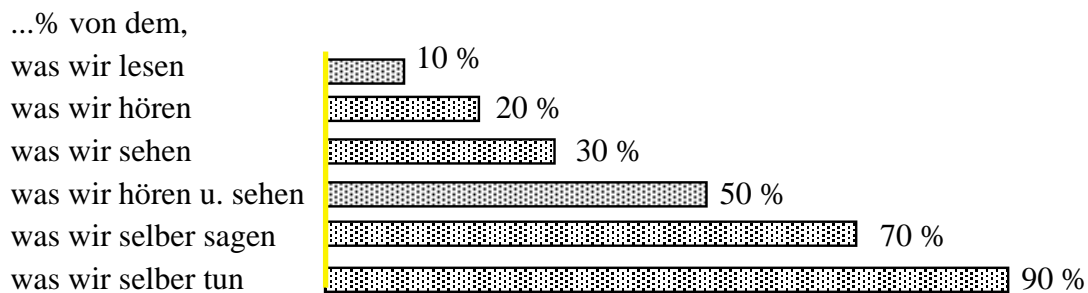
### **5.2.5 Lernerfolg durch Medieneinsatz**

Der Einsatz technischer Medien kann dazu beitragen, die Lehre zu objektivieren und das Lernen zu individualisieren. Lernen kann damit interessanter gestaltet werden, was motivationsfördernd wirkt. Ein unverkennbarer Vorteil liegt in der Konkretisierung bzw. symbolhaften Darstellungsmöglichkeit abstrakter Zusammenhänge. Der Erfolg des Lehr- und Lernvorganges ist jedoch abhängig von der Systematik des Medieneinsatzes und des Vorhandenseins eines didaktischen Konzeptes. Geeignete Medien können den Lernprozeß erleichtern und die Behaltensquote erhöhen. Die Vielseitigkeit der Präsentationsformen ermöglicht eine größere pädagogische Effizienz als nur rein personale Vermittlungsmethoden.

Die Vorteile, die sich durch den Medieneinsatz für den Nutzer ergeben, liegen vor allem in der Objektivierung des Lernstoffes durch personalunabhängige Vermittlung. Eine zeitlich unbegrenzte und allgemeine Zugriffsmöglichkeit auf den Lernstoff sowie die Anpassung an das individuelle Lerntempo werden erst durch den Einsatz von Medien möglich.

Der Einsatz der Medien kann die Informationsvermittlung erleichtern, intensivieren und vor allem individualisieren. So groß die Vorteile mediengestützten Lernens auch sind, kann das personale Lernen nicht ganz ersetzt werden. Die Beantwortung spezifischer Fragen, die Stärkung der Motivation oder die Vorgabe von Beispielen sind unverkennbare Vorteile personalgebundener Informationsvermittlung. Die Behaltensquote von Wissen bei den Nutzern ist, wie folgende Abbildung zeigt, von der Art des eingesetzten Mediums (visuell, auditiv, audiovisuell) abhängig:

Abb. 19: Behaltensquote in Abhängigkeit verschiedener Medien  
Was wir alles im Kopf behalten...



Quelle: Nahrstedt et al. 1995, S. 9

Wie aus dieser Abbildung eindeutig hervorgeht, ist die Behaltensquote dann am größten, wenn selbst etwas getan werden kann. Dies ist ein Indiz für den Erfolg ganzheitlicher Lernmethoden, die sowohl Geist, Sinne und Psyche miteinschließen. Hieraus läßt sich als Fazit bemerken, daß eine rationale didaktisch-methodische Planung unabdingbare Voraussetzung für die Erfüllung des Informations- und Bildungsauftrages einer Infozentrale ist.

Ein systematisch gegliedertes Informationssystem wurde im Naturpark Altmühltal realisiert. Einer Untersuchung im Informationszentrum dieses Großschutzgebietes zufolge lösen verschiedene Medien sehr unterschiedliche Intensitäten von Interesse beim Besucher aus. Ebenso konnten evidente Unterschiede bei Kindern und Erwachsenen festgestellt werden. Als wichtige Aspekte wurden der Alltags- und Gegenwartsbezug sowie die sinnliche Erfassungsmöglichkeit auf mehreren Ebenen als anziehende Elemente herausgearbeitet (Job et al. 1993, S. 91).

### 5.3 Zentrale und dezentrale Lösungsansätze zur Einrichtung einer Informationszentrale

Als Konzentrationspunkt zur Erfüllung der gesetzlich festgeschriebenen Aufgaben eines Naturparkes erweist sich die Einrichtung einer Informationszentrale als sinnvoll, da die Fülle an Querschnittsfunktionen einer großflächigen Koordination und Bündelung bedürfen. Zudem erzielt eine zentrale Institution in ihrer Wirkung sowohl nach innen als auch nach außen eine gewisse Symbolkraft. Eine solche Einrichtung kann als Imageträger für den Naturpark und seine Idee bezeichnet werden, wenn es gelingt, Akzeptanz durch überzeugende Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit, im Hinblick auf Presseveröffentlichungen



und Angebotserstellungen, herzustellen. Basierend auf dieser Forderung wird gleich die multifunktionale Bedeutung einer Informationszentrale deutlich: in besonderer Weise stellt sie Einklang zwischen dem gesellschaftspolitisch bedeutsamen Bereich der Freizeit einerseits und dem Bereich der ökologischen Bildung andererseits her. Auf den Nutzungsbereich übertragen, kann sie die Rolle eines Lern-, Spiel- und Kommunikationszentrums übernehmen.

Der Grad der Akzeptanz und die Nutzungsintensität werden neben dem inhaltlichen Angebot der Infozentrale wesentlich von der Standortfrage bestimmt. Grundsätzlich lassen sich zentrale und dezentrale Lösungsansätze in Erwägung ziehen, die beide mit Vor- und Nachteilen behaftet sind. Die Entscheidung für dezentrale Standorte ist im Vorstand des Trägervereines im Saarland bereits 1991 gefällt worden, nachdem politisch keine Einigung über einen zentralen Standort für beide Teilbereiche des Naturparkes Saar-Hunsrück erzielt werden konnte. Absicht ist, in jedem der drei betroffenen saarländischen Landkreise eine Informationszentrale einzurichten.

Deutschlandweit sind verschiedene Konzeptionen festzustellen. Nur 42 % der Großschutzgebiete Deutschlands verfügen derzeit über wenigstens ein Informationszentrum. Bei der Mehrzahl dieser Gebiete (58 %) existiert nur ein Zentrum, in dem eine umfassende Information möglich ist. Daneben gibt es Naturparke mit dezentralen Infostellen, die unterschiedliche Thematiken behandeln, wie z.B. das Schleswig-Holsteinische Wattenmeer. Zwischen beiden Konstruktionen existieren verschiedene Übergangslösungen im Hinblick auf Standort, Größe und Ausstattung (Job 1994, S. 170).

Als wichtigstes Kriterium bei der Entscheidung -ob zentral oder dezentral - sollte die Gebietsgröße herangezogen werden, die eine Infozentrale räumlich abdecken muß. Ausschlaggebend dabei ist der maximale Anfahrtsweg, der für einen Besuch einer Infozentrale bewältigt werden muß. Nur eine hohe Attraktivität garantiert, daß auch Fahrzeiten von ca. einer Autostunde pro Fahrt in Kauf genommen werden. Zudem wird bei zu großen Entfernungen der umweltschonende Aspekt, den eine Infozentrale vermitteln soll, in Frage gestellt. Nach Job (1994, S. 171) beträgt die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Infozentralen deutscher Großschutzgebiete eine halbe Stunde. Setzt man die An- und Abfahrtszeit theoretisch auf maximal ca. 2 Stunden an, so wird sich der Gesamtzeitaufwand für den Besuch einer Informationszentrale bei ca. 2,5 Stunden bewegen. Die Studie Jobs zeigte außerdem, daß der Anteil der Touristen am Gesamtaufkommen mit 71 % überwog. Das heißt, daß weniger als ein Drittel der Besucher einer Informationszentrale sich aus der einheimischen Bevölkerung rekrutiert. Daraus läßt sich ableiten, daß die Touristen während

ihres Urlaubes Interesse und Zeit aufwenden, sich mit ökologischen Themen auseinanderzusetzen. In Abhängigkeit vom Schutzstatus ermittelte Job ein deutlich höheres Touristenaufkommen (89 %) bei den Nationalparks und Biosphärenreservaten als bei niedrigeren Schutzkategorien. So liegt der Anteil der Touristen in Naturparks, gemessen am gesamten Besucheraufkommen, bei 55 %. Die in der Bundesrepublik gelegenen Großschutzzentren weisen gegenüber den Vergleichsländern in Nord-, West- und Mitteleuropa mit 33 % den höchsten Gruppenanteil auf. Fast die Hälfte davon sind Schulklassen (Job 1994, S. 171), was für den Bildungsauftrag dieser Einrichtungen spricht.

Der Vorteil, der sich durch eine zentrale Lösung ergibt, liegt vor allem in der Bündelung und Koordination der gesamten Naturparkarbeit, sei es die theoretische Konzeption oder daraus abgeleitete einzelne Maßnahmen, Bildungs- und Öffentlichkeitsaktivitäten. Von einer einzelnen Zentrale sind in der Summe mehr Aktivitäten zu erwarten, als das bei einer dezentralen Lösung der Fall sein kann. Hierbei spielt die finanzielle und personelle Ausstattung eine entscheidende Rolle. Eine Zentrale kann eine Statusfunktion wahrnehmen, die es ihr erlaubt, über den örtlichen Rahmen hinaus, auch auf politischer Ebene, mehr Durchsetzungskraft zu entfalten als kleinere Informationsstätten. Möglicherweise ist das Zuschußgebaren öffentlicher Träger (Landeszuschüsse) intensiver als bei mehreren Zentralen. Nachteilig kann sich bei zentralen Lösungen womöglich ein Informationsverlust zu den einzelnen Trägern auswirken. Diese Gefahr beruht weniger auf der fehlenden Technik der Übermittlung, sondern vielmehr auf Kontaktschwächen oder Präsenzschwierigkeiten. Die Führungsebene der Zentrale ist auf ständigen Informationsaustausch mit allen Beteiligten angewiesen, um einen optimalen Grad an Abstimmung und Koordination zu erreichen. Ebenso ist sie auf Partner angewiesen, die die Umsetzungsphase mitbegleiten und die Kontakte zu anderen Ebenen (z.B. Vereinsebene) herstellen und halten.

Dezentrale Lösungen bieten den Vorteil der räumlichen Nähe zu potentiellen Besuchern, die bei einem Besuch keine großen Entfernungen überwinden müssen. Die Einbindung in den Landkreis oder die Gemeinde ist intensiver, als das bei einer entfernteren Zentrale der Fall ist. Damit kann eine höhere Identifikation mit der Naturparkidee erfolgen. Auch für spezielle Nutzergruppen, wie Schulen beispielsweise, ist eine direkte Einbindung in den Unterricht eher durchführbar, wenn sich das Entfernungsproblem als zweitrangig erweist. Durch institutionelle Nähe - zu Kommunen, Ämtern, Presse - ist eine höhere Präsenz gegeben, die eine engere Koordination erlaubt. Dezentrale Lösungen dürfen politisch allerdings nicht mit "kleinen Insellösungen" gleichgesetzt werden. Auch sie bedürfen eines hohen Attraktivitätsgrades, um auf Dauer ihre Nutzung aufrecht zu halten. Personelle Betreuung und ausgedehnte Öffnungszeiten müssen ebenso gewährleistet sein wie das Angebot

an attraktiven Programmen mit ökologischen Inhalten. Nur wenn es gelingt, eine Infozentrale ständig mit Leben zu erfüllen, wird auch auf Dauer Akzeptanz bei Einheimischen und Gästen erreicht werden können.

Um der Gefahr eines kommerziellen Wettbewerbes der Infozentralen untereinander zu begegnen, erweist sich eine übergreifende inhaltliche Koordination als sinnvoll. Wünschenswert und effektiv wäre eine möglichst große Streuung von der Angebotsseite her. Nach dem System der heterogenen Konkurrenz könnten gleich gelagerte Angebote eine Differenzierung durch die Ansprache verschiedener Zielgruppen erfahren.

Als räumliche Variante bei der Entscheidung zu einem alleinigen Standort für eine Informationsstelle bietet sich ein zentral gelegener Ort innerhalb des Landschaftsraumes an. Als geographischer Mittelpunkt des Naturparkes Saar-Hunsrück/saarländischer Teil kann der Bereich um Wadern fixiert werden.

Von diesem Bereich sind entfernt (Luftlinie):

der südwestlichste Punkt bei Ittersdorf: ca. 32 km

der nordwestlichste Punkt bei Nennig: ca. 36 km

der südöstlichste Punkt bei Bubach: ca. 32 km

der nordöstlichste Punkt bei Nohfelden: ca. 24 km

Übersteigt das Einzugsgebiet eine gewisse Größenordnung, die am Zeitaufwand für den Besuch gemessen werden kann, empfiehlt sich eine dezentrale Lösung.

Als Alternativlösung - zentral oder dezentral - bieten sich weitere Varianten an, die auch in deutschen Naturparken zu finden sind. Neben einer zentralen Infostelle besteht die Möglichkeit, mehrere Unterzentralen einzurichten, die die vertikale Koordination mit der übergeordneten Stelle übernehmen. Darüber hinaus kann ein Netz von kleineren Informationsstellen über den Naturpark verteilt werden, wobei die überörtliche Abstimmung der Naturparkarbeit von einer anderen Institution aus, beispielsweise der Geschäftsführung, erfolgen kann. Denkbar ist auch ein System, nach dem bestehende Einrichtungen, wie Fremdenverkehrsämter oder aber bedeutende Besichtigungspunkte mit hohem Anziehungsgrad, wie z.B. ein heimatkundliches Museum, in Erweiterung ihrer Funktion für die naturkundlichen Informationsdienste genutzt werden. Bei allen Lösungen sollte gewährleistet sein, daß der Bildungs- und Öffentlichkeitsauftrag optimal erfüllt werden kann und eine klare Funktions- und Aufgabenteilung erfolgt, damit ein Naturpark einer einheitlichen und

konsistenten Entwicklung unterliegt.

## **5.4 Standortbedingungen einer Informationszentrale**

Die groß- und kleinräumigen Standortfaktoren können maßgeblich Akzeptanz bzw. Nicht-Akzeptanz einer Informationszentrale beeinflussen. Insofern ist gerade diese Frage einer besonderen Abwägung zu unterziehen. Pauschal läßt sich kein Urteil über die Qualität eines Standortes fällen. Lediglich gewisse Anforderungen an die groß- und kleinräumigen Strukturfaktoren können Allgemeingültigkeit beanspruchen. Die Eignung eines Standortes für eine Infozentrale sollte vor allem vor dem Hintergrund ihrer Funktion sowie der primären Zielgruppe und deren Anforderungen geprüft werden. Im konkreten Planungsfall sind gegebenenfalls auftretende Konkurrenzsituationen durch verschiedene Nutzungsansprüche an den Raum gegeneinander abzuwägen. Dies trifft in besonderem Maße zu, wenn die freie Landschaft als Standort einer Informationszentrale in Frage kommt.

### **5.4.1 Großräumige Standortfaktoren**

Nach Job (1994, S. 170) verfügen derzeit weniger als die Hälfte der deutschen Großschutzgebiete über mindestens eine Informationszentrale, wobei die Naturparke noch beträchtliche Lücken aufzuweisen haben. Der Autor konnte weder in Deutschland noch in anderen europäischen Schutzgebieten einen signifikanten Zusammenhang zwischen der Größe der Zentren (in m<sup>2</sup>) und deren Anzahl pro Schutzgebiet feststellen. Er ermittelte, daß in deutschen Großschutzgebieten 22 % der Informationszentren in der freien Landschaft angesiedelt sind, 42 % in einer kleinen Siedlung und 35 % in einer Stadt.

In Zusammenhang mit dem Grad des Schutzstatus und der Lage der Infozentralen im Raum kam Job zum Ergebnis, daß 10,3 % der Zentren in Nationalparks und Biosphärenreservaten in einer Stadt liegen, während sich diese Zahl bei Naturparken um 45 % bewegt. Lediglich 56 % der Infozentren sind an den ÖPNV angeschlossen.

Hinsichtlich der Anzahl der Besucher und der Lage im Raum konnte Job den Trend auch international nachweisen, daß die Frequentierung innerhalb von Städten geringer ausfällt als in der freien Landschaft. Bei der Besucherklasse über 50 000 pro Jahr finden sich alle Zentren außerhalb von Siedlungen. In Anbetracht der Tatsache, daß es sich bei den Besuchern in der Mehrheit um Touristen handelt, kann davon ausgegangen werden, daß solche

Einrichtungen ganz gezielt aufgrund eines Informationsbedürfnisses aufgesucht werden. Aus diesem Grund sollte bei der Standortwahl auch die Gästezahl bzw. Fremdenverkehrsintensität geltend gemacht werden.

Von dieser Nutzerstruktur ausgehend, müssen Lage, Erreichbarkeit, Größe sowie Aufgabenstellung und Inhalt dieser zentralen Einrichtung wohlüberlegt und genau an die Bedürfnisse der Besucher angepaßt sein, aber nicht ohne die Ansprüche der einheimischen Bevölkerung und damit einen Teil des Bildungsauftrages der Infozentrale, zu vernachlässigen. Die Erreichbarkeit sollte unter dem Aspekt des motorisierten Individualverkehrs, des ÖPNV sowie der naturgebundenen Fortbewegung beurteilt werden. Als Anhaltspunkte dienen die Lage zu Straßen, Haltepunkten des öffentlichen Nahverkehrs und Verbindungen zu Wander- und Radwanderwegen.

Nur eine unter museumspädagogischen Grundsätzen eingerichtete Institution, die didaktisch, methodisch und organisatorisch abgestimmt ist, bietet möglichst vielen sozialen Gruppen (Kindern, Erwachsenen, Schulen) ein interessantes Feld.

Um einer Infozentrale langfristigen Bestand zu sichern, ist eine Konzeption als multifunktionale Freizeitstätte eine Möglichkeit, ein günstiges Verhältnis zwischen Nutzungsgrad und Kosten zu erreichen. Bisher wird allerdings nur bei 10 % aller Informationszentren eine Eintrittsgebühr erhoben (Job 1994, S. 170).

Aus technisch-organisatorischen und funktionalen Gründen ist es sinnvoll, eine den Aufgaben entsprechende personelle Besetzung vorzunehmen. Nach der Untersuchung von Job muß rund ein Drittel aller Informationszentren ohne festangestelltes Personal auskommen. Im Schnitt verfügt jede Infozentrale über nur eine Stelle. Davon ist nur jede zweite Stelle mit einer pädagogisch geschulten Fachkraft besetzt. Nationalparks und Biosphärenreservate sind personell besser ausgestattet als andere Schutzgebiete. Hieraus lassen sich personalintensivere Aktivitäten im Bereich der Umwelterziehung sowie der praktischen Animation (Führungen) dokumentieren. Eine fundierte Ausbildung des Personals sichert eine optimale Betreuung und Informationsvermittlung für die Gäste. Das Wissen über die touristische Infrastruktur, Veranstaltungen, naturnahe Angebote sowie ökologische Besonderheiten und Verhaltensmaßregeln zum Schutz der Natur, können bereits bei der ersten Kontaktaufnahme vermittelt werden. Selbstverständlich müssen sich die Öffnungszeiten an den Bedürfnissen des "Kunden" orientieren, was unter Umständen zu einem hohen Personalbedarf bzw. einer hohen Arbeitsbelastung und erheblichen Kosten führen kann.

Bei der Untersuchung nach geeigneten Standorten wird sehr bald die Basisfrage zu entscheiden sein, ob eine Infozentrale eher in der freien Landschaft bzw. in einem Ort etabliert werden sollte.

Die Beantwortung dieser Frage sollte sich sinnvollerweise an der Funktion der Infozentrale ausrichten. Wird die Institution in Verbindung mit einem Verkehrsamt bzw. einer touristischen Anlaufstelle gebracht, ist ein zentraler Ort zu favorisieren, der verkehrsmäßig gut angebunden ist, um lange Suchfahrten zu vermeiden. Ausreichende Parkmöglichkeiten sollten zur Verfügung stehen. Die Erreichbarkeit kann maßgeblichen Einfluß auf das Einzugsgebiet sowie die Benutzergruppen haben, da bei ungünstiger Lage nur die "bildungsbereiten" Gäste das Zentrum aufsuchen werden, während der Besuch durch die breite Masse eher dem Zufall überlassen bleibt. Von der landschaftlichen Lage her sollte die Einrichtung schon so attraktiv sein, daß sich Gäste und Touristen längere Zeit aufhalten, um sich zu informieren. Gleichzeitig bietet eine solche Lage die Voraussetzung, den Bildungsauftrag durch Aktivangebote entsprechend zu erfüllen.

Neben der natürlichen Attraktivität des Umlandes spielt die Nähe zu größeren Agglomerationen eine Rolle für das quantitative Besucheraufkommen. Sicherlich bietet ein interessantes Umfeld Anregung zu einem längeren Aufenthalt im Naturpark.

#### **5.4.2 Kleinräumige Standortfaktoren**

Die kleinräumigen Standortfaktoren sind ortsgebunden.

Eine gute Verbindung zur Kultur der Region würde die Unterbringung der Naturkundlichen Infozentrale in einem kulturhistorisch bedeutsamen Gebäude oder einem ortstypischen Haus herstellen. Unter dem Aspekt des Denkmalschutzes könnte ein bestehendes historisches Gebäude gegebenenfalls restauriert und einer sinnvollen Nutzung zugeführt werden. Diese Vorgehensweise ist in vielen deutschen Naturparks praktiziert worden. In 81 % der Informationszentralen griff man auf vorhandene Bausubstanz zurück (Job 1993, S. 33). Als positives Beispiel läßt sich der Naturpark Altmühltal erwähnen. Mit Millionenaufwand wurde vom Landkreis Eichstätt die Klosteranlage Notre Dame de Sacre Coeur für diesen Zweck restauriert. Eine ähnliche Lösung wurde für den Naturpark Pfälzer Wald gefunden. Mit einem Aufwand von etwa 3,5 Millionen DM wurde die "Herzogsmühle" in Bad Dürkheim für die Unterbringung des Pfalzmuseums mit dem Informationszentrum des Naturparkes wiederhergestellt.

Um der Forderung eines Kommunikations-, Bildungs- und Spielzentrums Nachdruck zu verleihen, bietet sich an, einen angrenzenden Außenbereich der Infozentrale anzugliedern. Das Freigelände könnte auch für Demonstrationszwecke oder wissenschaftliche Versuche genutzt werden. Solche Zonen sind geeignet, konkrete Erfahrungen mit Pflanzen oder freilebenden Tieren (Streichelzoo) zu gewinnen. Diese Form der Außennutzung setzt eine entsprechende landschaftliche Eignung voraus. Wie bei der Informationszentrale "Naturpark Schleswig Holsteinisches Wattenmeer" in Bredstedt verwirklicht, wird der Außenbereich auch für Beschäftigungsmaßnahmen für Kinder genutzt. Um bei diesem Beispiel zu bleiben, wurde diese Einrichtung von Schülern mit konzipiert und geht dementsprechend durch viele plastische Darstellungsformen auf die Ansprüche von Kindern ein.

Im Idealfall sollte ein Infozentrum u.a. folgende Räumlichkeiten beinhalten: Ausstellungshalle für Wander- oder sonstige Ausstellungen, Seminarraum, Veranstaltungsraum, Werkraum, Kinderspielstube, Kommunikationsbereich evt. mit Gastronomie, Selbstlernraum mit Bücherei, Vorführraum für Filme oder Dias, Verwaltungsbereich, Lagerräume sowie "Grüne Boutiquen". Wie bei einer Untersuchung in deutschen Großschutzgebieten ermittelt, setzen Infozentren zu 65 % passive Medien zur Informationsvermittlung ein (Broschüren, Plakate), zu 43 % finden Medien aus dem audiovisuellen Bereich Anwendung (Schaukästen, Diavorführungen), und zur aktiven Informationsvermittlung zählen 31 % (PC's, Mikroskope) (Job et al. 1993, S. 35).

In der Vorphase der Planung muß auf politischem Weg die Trägerschaft sowie die Organisationsform (öffentlich-rechtlich, Verein) entschieden sein. Die Finanzierung sollte auf eine breite Basis gestellt werden, um einseitige Abhängigkeiten zu vermeiden, damit auch in Zeiten schlechter finanzieller Situation die Arbeit in vollem Umfange fortgesetzt werden kann. Ohne öffentliche Gelder werden wohl die Unterhaltungskosten einer solchen Einrichtung nicht aufgebracht werden können. Gebühren, Eintritte, Entgelte für die Inanspruchnahme bestimmter Leistungen, Verkauf sind wichtige Einnahmequellen, die die Betriebskosten einer solchen Einrichtung wesentlich entlasten können.

## **6 Fahrradtourismus - Bedeutung und Praktische Voraussetzungen im Angebotsbereich**

### **6.1 Begriffsbestimmungen**

Der ADFC (1993, S. 4/5) unterscheidet grundsätzlich zwischen Alltags- und Freizeitradlern. Die Alltagsradler nutzen das Fahrrad als Verkehrsmittel für tägliche Besorgungen oder den Weg zur Arbeit. Unberücksichtigt hierbei bleibt, ob nun die komplette Wegstrecke mit dem Rad zurückgelegt oder das Fahrrad als Zubringer zu öffentlichen Verkehrsmitteln benutzt wird.

Als Freizeitradler wird die Personengruppe definiert, die das Fahrrad zum Zwecke der Freizeit- oder Urlaubsgestaltung nutzt. Hierzu zählen Kurz- und Tagesausflüge, Wochenendtouren, mehrtägige Radtouren sowie ausgedehnte Radreisen.

Nach der Nomenklatur des ADFC werden alle Wege, die mit dem Fahrrad befahrbar sind, als Radrouten bezeichnet. Sie sollten möglichst direkt Verbindungen zwischen zwei Orten schließen, ohne daß größere Umwege in Kauf genommen werden müssen. Bedingung ist, daß sie schnell, sicher und komfortabel das ganze Jahr über befahrbar sind. Radrouten werden hinsichtlich ihrer primären Nutzergruppe in Freizeitrouten und Alltagsrouten unterschieden. Die Freizeitrouten selbst werden konzeptionell differenziert in Radfern- und Radwanderrouen. Radfernrouen mit den entsprechenden Radfernwegen definiert der ADFC als durchgehende überregionale Verbindungen zur Überbrückung größerer Entfernungen. In der Regel bilden Radfernwege thematische oder landschaftliche Einheiten, wie z.B. die Deutsche Fehnroute oder die Romantische Straße. Radwanderrouen mit ihnen zugeordneten Radwanderwegen zeichnen sich durch ein engmaschiges Netz auf Gemeinde- oder Kreisebene aus. Sie sollten ganzjährig und durchgängig befahrbar sein. Radwanderwege können als lokale Rundwege oder als Zielwege konzipiert sein.

In Anlehnung an die zeitliche Dimension unterscheidet der ADFC zwischen Freizeitradeln (stundenweise nach Feierabend oder Tagesausflug am Wochenende ohne Übernachtung), Radwandern (mehrtägige Radtouren mit mindestens einer bis zu drei Übernachtungen) sowie Radreisen (Urlaubsreise mit mehr als drei Übernachtungen und meist wechselnden Quartieren).



## 6.2 Entwicklung und Bedeutung des Fahrradtourismus

In den letzten zehn Jahren hat das Radfahren eine Renaissance erlebt, die diese Sportart mit auf die Hitliste der beliebtesten Freizeitbeschäftigungen hob. Während in der Nachkriegszeit das Fahrrad noch als wichtiges Verkehrsmittel neben dem öffentlichen Nahverkehr galt, wurde es seit den 50er Jahren verstärkt durch das Auto im Straßenverkehr verdrängt. Sein Image hat sich in den letzten Jahren grundlegend geändert. Der Einstellungswandel zum Fahrrad hin ist bedingt durch die Entwicklungen auf dem Freizeitsektor in unserer Gesellschaft und ebenso zurückzuführen auf den Wertewandel, der sich seit den 80er Jahren in der deutschen Bevölkerung bemerkbar macht. Im Bestreben nach neuen Lebenswerten in Verbindung mit dem naturnahen Erleben von Kultur, Landschaft und Menschen wurde das Fahrrad als Mittel sportlicher Aktivität wiederentdeckt. Der Wunsch nach Aktivitäten in sauberer und lärmfreier Umgebung zieht insbesondere Menschen aus der Stadt auch nach Feierabend hinaus in die Natur. Umweltverträglichkeit und Gesundheitsförderung sind Faktoren, die den Aufschwung des Fahrrades in Freizeit und Alltag begründet haben.

Wie Opaschowski (1989, S. 23) ermittelte, hat das Fahrradfahren im letzten Jahrzehnt wie keine andere Sport- bzw. Freizeitbeschäftigung Zuwachsraten erreicht. Während 1981 lediglich 5 % der Befragten das Radfahren als eine ihrer beliebtesten Sportarten bezeichneten, waren es 1989 bereits 14 %. Im Jahr 1994 stand das Fahrradfahren mit 11 % aller ausgeübten Sportarten sowohl in West- als auch Ostdeutschland an der Spitze (Opaschowski 1994, S. 7). Nach einer Untersuchung des EMNID-Institutes im Jahre 1994 treiben 27 % der bundesdeutschen Bevölkerung regelmäßig Sport. Spitzenreiter mit 39 % ist das Fahrradfahren (Kommunalpolitische Blätter 1995, S. 729) (vgl. Kap. 3.3.2 und 3.5). Für das Jahr 1998 ermittelte die Deutsche Gesellschaft für Freizeit (1999, S. 104) 17 Millionen Anhänger des Radsportes, die diesen "besonders gern bzw. regelmäßig" ausüben (vgl. Mevissen 1998, S. 13).

Das Fahrrad muß von daher als Bestandteil einer Strategie des nachhaltigen Tourismus Anerkennung finden, vor allem vor dem Hintergrund, daß endogenes Potential nutzbar wird und der Radtourist zur wirtschaftlichen Stärkung der Entwicklung eines ländlichen Raumes beitragen kann.

### 6.2.1 Entwicklung des Fahrradbestandes

Nachvollziehen läßt sich diese Entwicklung an den Verkaufszahlen: der Fahrradbestand in den westlichen Bundesländern lag 1986 bei 37 Millionen und stieg bis 1990 um 13,5 % auf rund 42 Millionen an. Anfang 1993 erreichte der Bestand mit 60 Millionen, die neuen Bundesländer allerdings einbegriffen, einen neuen Höchststand (ADFC 1993, S. 7). Nach einem Bericht des Verbandes der Fahrrad- und Motorrad-Industrie wurden 1996 4,6 Mio Fahrräder in Deutschland angeliefert, wobei auch 2,9 Mio Räder in Deutschland produziert worden sind (VFM 1997, S. 2).

In der Bundesrepublik kommt der Produktion von Fahrrädern sowohl in der Entwicklung als auch im Ergebnis (Bestand) eine bedeutende volkswirtschaftliche Rolle zu. Die expansive Entwicklung in der Herstellung verläuft seit 1986 positiv. 1994 wurden in rund 50 Fertigungsbetrieben 3,5 Mio Fahrräder hergestellt und zusätzlich rund 2 Mio importiert, so daß sich 1994 eine Inlandsanlieferung von 5,3 Mio Fahrrädern ergab. Der erzielte Umsatz lag bei über 3 Mrd. DM (FAZ 1996, S. B5). Nach einem Bericht in der BIKE (1/1996, S. 3) wurden 1995 etwa 600 000 Mountainbikes gekauft. Ihr Anteil am Gesamtmarkt wird damit auf rund 20 % geschätzt.

Der Fahrradbesitz steigt mit Familiengröße und Haushaltseinkommen. Gründe hierfür sind in der vielfältigen Nutzung des Rades zu sehen: zum Zwecke der Fortbewegung (hierbei ist der Anteil an Frauen besonders hoch) und der aktiven Freizeitgestaltung. Auf dem Lande sind 89 % aller Haushalte im Besitz eines Fahrrades, in der Stadt mit über 500 000 Einwohnern lediglich noch 65 % (ADFC 1989, S. 12).

Das Fahrrad hat, abgesehen von den im Handel erzielten Umsätzen, eine eminente volkswirtschaftliche Bedeutung, wird ein Kosten-/Nutzenvergleich mit dem motorisierten Verkehr angesetzt. Die sozialen Kosten (Kosten durch Luftverschmutzung, Lärm, Verkehrsunfälle), die der motorisierte Verkehr jährlich verursacht, werden auf 92 Mrd. DM beziffert (ADFC 1989, S. 12/13). In einem nicht unerheblichen Maße kann das Fahrradfahren zur Verbesserung der allgemeinen Volksgesundheit und damit zur Kostenreduzierung der medizinischen Versorgung beitragen. Nicht umsonst propagieren die Krankenkassen den Wert des Radfahrens, das sich wie kaum eine andere Bewegungs- und Sportart gesundheitsfördernd auswirkt.

## 6.2.2 Touristische Bedeutung von Fahrradreisen

Viele Fremdenverkehrsregionen haben die wirtschaftliche Bedeutung des Fahrradtourismus erkannt und sich mit entsprechenden Angeboten auf diese Entwicklung eingestellt. Der Fahrradtourismus ist eine dominante Säule des Erholungstourismus mit positivem Imagefaktor, der zu einer steigenden Akzeptanz des Reisezieles Deutschland beigetragen hat. Als Beispiele seien erwähnt: 100-Schlösser-Route im Münsterland, Fehn- und Emsroute in Niedersachsen, Aktion Theodor-Fontane - 10 000 km Radwege für Brandenburg, Altmühltal-, Weser- oder Bodenseeradweg. Der Weserradweg zeigt eine jährliche Frequenz von ca. 60 000 Radtouristen (Miglbauer et al. 1994, S. 9), auf dem Donauradweg zwischen Passau und Wien sind über 100 000 Radler pro Jahr unterwegs (Miglbauer et al. 1991, S. 10). Heute gehört Fahrradfahren neben Wandern zu den gefragtesten Angeboten und beliebtesten Beschäftigungen in Urlaub und Freizeit (DGF 1996, S. 42, ADFC 1993, S. 7, TOPAS 1995, S. 35). Radwandern und Radreisen, auch über größere Entfernungen, haben ihre Nachfrage gefunden. Speziell in Regionen, die sich einem umweltschonenden Tourismus verschrieben haben, gehört der Fahrradtourismus zum Schwerpunkt der Angebotspalette. In vielen Fremdenverkehrsorten hat das Fahrrad als alternatives Fortbewegungsmittel zur Reduzierung des motorisierten Individualverkehrs und der damit einhergehenden Emissionsbelastung an Bedeutung gewonnen. Als Beispiele können Oberstdorf, Bad Dürkheim, Ostseebad Damp sowie einige Nordsee- und Ostsee-Inseln, z.B. Fehmarn, genannt werden.

In Sachen Radurlaub gilt Horst von Xylander als Pionier. Bereits Anfang der 70er Jahre gründete er "Rotalis" und war damit weltweit der erste professionelle Anbieter für organisierte Fahrradreisen. Seit dieser Zeit drängen immer mehr Veranstalter auf den Radreisemarkt: 1990 wurden noch 46 registriert, 1995 liegt diese Zahl bereits bei rund 200 (Wollinsky 1995, S. 24). Auch die etablierten größeren Veranstalter, wie TUI, Ameropa, DER-tour, bieten in ihrer Produktpalette zahlreiche Radreisen an. Dabei konnte DER-tour 1994 rund 5 600 Buchungen verzeichnen (Wollinsky 95, S. 27). Die Anbieter konnten im Jahr 1994 nach Schätzungen des ADFC (Minister für Wirtschaft, Technik und Verkehr des Landes Schleswig-Holstein 1994, S. 57) insgesamt etwa 30 000 bis 40 000 Pauschalgäste für sich gewinnen, und der Trend ist ungebrochen. Im Vergleich zu den Individualreisenden des Radmarktes ist diese Zahl eher noch als gering einzustufen. Die einzelnen Leistungen der Pauschalen variieren stark. Zu finden sind Angebote für Gruppen- und Individualreisende, Pauschalen in Kombination mit anderen Verkehrsmitteln, z.B. Bus oder Schiff, geführte und nicht geführte Touren als auch Touren mit Gepäcktransfer (vgl. Jilg 1992, S. 51).

Obwohl eine große Nachfrage nach Radreisen zu verzeichnen ist, erfolgt der Großteil an Buchungen immer noch direkt bei den jeweiligen Veranstaltern. Die Reisebüros nehmen nur einen geringen Prozentsatz des Verkaufes für sich in Anspruch (Hofmann 2000, S. 79). Als Grund könnte unter anderem die hohe Beratungsintensität des Produktes ausschlaggebend sein. Die Radreisenden haben einen hohen Informationsbedarf. Nicht selten sind Nachfragen seitens der Expedienten beim Veranstalter notwendig, um entsprechende Informationen an die Kunden weiterleiten zu können. Eine starke Personalbindung beim Verkauf solcher Angebote im Gegensatz zu anderen Produkten bedeutet für ein Reisebüro hohe Kosten, die über die normalen Provisionssätze nicht ausgeglichen werden können. Zudem gehören die Radreiseinteressenten zu den kritisch eingestellten Kunden, die sehr wohl Preis und Leistung miteinander zu vergleichen wissen und organisatorisch in der Lage sind, die Reise selbst vorzubereiten. Typischerweise werden Radpauschalreisen überwiegend dann über Reisebüros gebucht, wenn die Organisation der angebotenen Leistungen mit einem hohen Aufwand verbunden ist und die Reise selbst einen höheren Finanzbedarf aufweist. So finden auch Gruppen oder Einzelreisende mit einem hohen Sicherheitsbedarf (Abholservice, Radbegleitung, bestimmte Hotelausstattung, Unterbringung für eine Nacht, Gepäcktransfer) den Weg in ein Reisebüro (vgl. ADFC 1992 b, S. 68-70). Wie Klemm (1996, S. 103) bei einer Untersuchung von pauschal- und individualreisenden Radfahrern an Mosel und Saar feststellte, liegt der Hauptgrund für die eigenständige Organisation einer Radtour darin, die Strecke selbst bestimmen zu können.

In den letzten Jahren wurden viele bestehende "Ferienstraßen" - seit 1988 in der Begriffsterminologie als "Ferienrouten" bezeichnet - zur Nutzung mit dem Rad ausgebaut und sind intensiv beworben. Als Beispiel sei die "Romantische Straße" zwischen Würzburg und Füssen erwähnt, die, um sie für Radfahrer zugänglich zu machen, zum Teil in der Trassenführung geändert wurde. Erwähnenswert sind außerdem die "Deutsche Fehnroute", die mittlerweile von mehr Radfahrern als Autofahrern genutzt wird, sowie die "100-Schlösser-Route" im Münsterland. Als Marktführer haben sich Touristische Routen mit einer Länge von 250 bis 350 Kilometern herauskristallisiert (ADFC 1995). Diese Entfernungen werden im Durchschnitt mit dem Rad während einer Woche zurückgelegt. Müller (1993) ermittelte in Deutschland über 150 Ferienrouten. Jedoch nicht alle entsprechen den touristischen Mindestanforderungen, die der DFV formuliert hat. Eine Touristische Route sollte bei Eignung verschiedene Nutzungsmöglichkeiten erlauben und nach den entsprechenden Bedürfnissen der Nutzer gestaltet werden. Dies trifft insbesondere für die Trassenführung zu. Der Allgemeine Deutsche Fahrrad-Club fordert für jede Touristische Straße eine getrennte Trasse für Radfahrer, um auch dieser Zielgruppe den Leitgedanken solcher thematischer Routen näher zu bringen. 165 reine Radfernwege (überregionale und ausgeschilder-

te Radtouren) finden sich zur Zeit in Deutschland (ADFC 1995).

Sowohl Touristische Routen als auch Radfernwege sind von ihrer Philosophie her auf längere Strecken ausgelegt. 32,1 % der 165 in Deutschland existierenden Radfernwege weisen eine Distanz von 151 bis 200 Kilometern auf, immerhin noch 5 % tauchen im Bereich zwischen 501 und 1 000 Kilometern auf (ADFC 1995). Sie werden ihrer Bezeichnung als Radfernweg erst dann gerecht, wenn sie durchgängig erschlossen sowie einheitlich bezeichnet und beschildert sind. Diese, über große Entfernungen geführten Touren, setzen spezielle Wegweisung voraus, die nicht an Kreis- oder Ländergrenzen enden darf. Interkommunale Zusammenarbeit ist gefordert. Eine sichere und komfortable Routenführung mit radfahrgerechter Infrastruktur, wie Rastplätzen, Orientierungstafeln, Gastronomie- und Beherbergungsbetrieben, erhöht die Attraktivität des Radfernweges. Dem Informationsbedürfnis sollte mit entsprechenden Broschüren, Karten und Beschreibungen Rechnung getragen werden. Pauschalangebote öffnen den Weg für organisierte Touren sowohl für Individualisten als auch für Gruppen (Projekt Sanfter Tourismus Saar 1990). Ein fester Träger solcher Routen sollte verantwortlich zeichnen, was Organisation, Unterhaltung, Kontrolle und Marketing angeht. Konzeptionslose Angebote durch undifferenzierte Bündelung vorhandener Infrastrukturen ohne kreative Ideen werden sich auf dem Markt nicht durchsetzen.

### **6.2.3 Fahrrad als Verkehrsmittel**

Das Fahrrad als Verkehrsmittel im Alltag gewinnt an öffentlicher Wertschätzung. Bereits in den 80er Jahren wurde das Fahrrad im Zuge der wachsenden Mobilität und der damit einhergehenden Beeinträchtigung von Natur und Umwelt in die allgemeine Verkehrsplanung miteinbezogen. So unterstützte das Bundesumweltamt zahlreiche Initiativen von Städten und Gemeinden, die die Bedeutung dieses umweltschonenden Verkehrsmittels erkannt haben. Zu erwähnen wären Detmold, Erlangen, Delft, Rosenheim, der Landkreis Neuss, Münster und Berchtesgaden.

Bei Verkehrsplanung und -politik hat vielerorts ein Umdenkungsprozeß begonnen. Planungen in Richtung Umweltverbund gehen davon aus, das Fahrrad als festgeschriebenen Teil eines öffentlichen Nahverkehrskonzeptes (ÖPNV) neben Bus, Bahn und Fußgängerverkehr zu integrieren. Diese Konzepte schließen sowohl den Alltags- als auch Freizeitradverkehr mit ein.

Das Fahrrad als integrativer Bestandteil des ÖPNV hat ein unvorhersehbares Potential: etwa 50 % aller Wege, die mit dem Auto zurückgelegt werden, finden in der Freizeit oder im Urlaub statt (ADFC 1993, S. 7). Desweiteren ist die Hälfte aller mit dem Auto gefahrenen Wege kürzer als 5 km. Bei Untersuchungen in Erlangen wurde nachgewiesen, daß im Berufs-, Ausbildungs- und Einkaufsverkehr auch in Distanzenklassen von über 10 km beachtliche Verkehrsanteile durch das Rad erzielt werden (Monheim 1989, S. 21). Offenbar besteht eine positive Bereitschaft zur Nutzung des Rades als Verkehrsmittel, wenn die entsprechende Infrastruktur vorhanden ist. Den Städten Münster und Erlangen ist es gelungen, ihren Radverkehrsanteil auf 30 % zu erhöhen, wohingegen bundesweit im Mittel 10 % erreicht werden (Monheim 1989, S. 21). Bei einer Untersuchung der Verkehrsgemeinschaft Saar (VGS) wurde ermittelt, daß im Landkreis St. Wendel lediglich 2 % aller Wege mit dem Fahrrad zurückgelegt werden. Mit 35 % außerhäuslicher Aktivitäten im Bereich Freizeit liegt der Landkreis St. Wendel an der Spitze des Saarlandes (VGS 1992, S. 7 und 10). Wirksame Fahrradpolitik sollte ein umfassendes Konzept zur Verlagerung von motorisierten Verkehrsanteilen auf den Radverkehr als oberste Zielvorgabe beinhalten und zwar dort, wo es machbar und sinnvoll ist. Die umweltschonenden Verkehrsarten Fußgängerverkehr, Fahrradverkehr und ÖPNV sollten in einem sich ergänzenden System aufeinander abgestimmt werden, mit dem Ziel, ein flächendeckendes und attraktives Verkehrssystem als Alternativangebot zum Kfz-Verkehr bereitzustellen.

In die Radverkehrsplanung müssen infrastrukturelle Maßnahmen einbezogen werden, wie z.B. Anlage eines Wegenetzes, Herstellung neuer Wege, Bau zusätzlicher Brücken oder Umgehungen sowie Installation von Abstellanlagen (ADFC 1993, S. 2). Als gescheitert können die Versuche bezeichnet werden, bei denen zulasten der Fußgänger Radwege von Fußwegen oder Straßen abgetrennt wurden. Straßenbegleitende Radwege oder Fahrradstreifen machen das Radfahren sicher und konfliktlos. Entlastend kann die Ausweisung von verkehrsberuhigten Zonen u.a. im Nebenstraßennetz oder in Wohngebieten sein (Minister für Stadtentwicklung, Wohnen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen 1989, S. 6 ff). Die Möglichkeit zu "Bike and Ride" an Bahnhöfen oder zentralen Haltepunkten des öffentlichen Verkehrsnetzes sind als Zubringer unabdingbare Voraussetzung der Fahrradnutzung (Sächsisches Staatsministerium für Wirtschaft und Arbeit 1993, S. 11). Sichere Abstellmöglichkeiten, Leih- und Mietfahrräder sowie Servicestationen an Abfahrt- und Zielpunkten werden von den Radfahrern erwartet. Zur Erhöhung der Attraktivität solcher Angebote könnte über "Umwelt-Verbundkarten" nachgedacht werden, und die Mitnahme des Rades in Bus, Bahn oder Schiff sollte kein unüberwindbares Hindernis darstellen.

Im Hinblick auf solche Konzepte hat der Allgemeine Deutsche Fahrrad-Club großes Engagement gezeigt und viele Initiativen zur Verbesserung des Fahrradtourismus gestartet. In zahlreichen Schriften hat dieses auf Vereinsbasis geführte Fachgremium Bedingungen und Voraussetzungen für einen gut funktionierenden Fahrradtourismus erstellt. Berücksichtigung fanden dabei die Anforderungen an Radwege, Wegweisung, Abstellanlagen, Radkarten; ferner wurden Gastronomie, Serviceangebote, Pauschalangebote umfassend bearbeitet. Vor allem im Bereich der Wegweisungssysteme hat der ADFC (1993, S. 15-18, FAF 30, o. Jahr) versucht, zu einem einheitlichen System in Deutschland beizutragen.

Die Radverkehrsplaner müssen sich vielfach gegen politische Vorurteile durchsetzen, die dem Fahrrad lediglich eine Nischenposition einräumen und es als marginales Verkehrsmittel für Freizeit und Kurzstrecken verstehen. Eine radfahrerfreundliche Innenstadt hat durchaus ihre wirtschaftliche Bedeutung: Radfahrer, wie auch Fußgänger, weisen durch ihre höhere Mobilität größere Aktionsradien und mehr Aktivitäten auf als Autofahrer, die durch Restriktionen technischer Zwänge, Staus oder Parkplatzprobleme weitaus weniger flexibel sind (Monheim 1989, S. 22).

Trotz aller Euphorie, die in den letzten Jahren um die Planungen zum Umweltverbund zu beobachten sind, mischen sich auch kritische Stimmen in die Diskussionen, die auf die Problematik der auf den Kfz-Verkehr ausgelegten Verkehrsplanung, u.a. in innerstädtischen Bereichen, hinweisen (Mensendiek 1992, S. 321-323). Topographische und klimatische Gegebenheiten sowie die geographische Trennung von Wohn- und Arbeitsplatz stellen sich als Hemmschuh für eine ökologische Verkehrsplanung heraus. Zudem bewirkt die Politik der Deutschen Bahn AG, sich systematisch aus der Fläche zurückzuziehen, entsprechend negative Voraussetzungen. Eine eingeschränkte persönliche Mobilität durch Radnutzung findet vor allem im ländlichen Raum, wo größere Wege bis zu den Zentren zurückgelegt werden müssen, wenig Akzeptanz.

### **6.3 Fahrradtourismus - eine umweltschonende Freizeitbeschäftigung?**

Unbestritten sind die ökologischen Vorteile des Verkehrsmittels Fahrrad. Vom ihm gehen weder Abgase noch Lärm aus, und die Flächenbeanspruchung im öffentlichen Straßenraum ist geringer als beim motorisierten Verkehr. Als flexibles und bedingt zeitsparendes Verkehrsmittel hat das Fahrrad im Stadtverkehr durchaus seine Vorzüge. Im direkten Wohnumfeld kann eine Verkehrsverlagerung auf das Fahrrad durch Flächengewinn eine Bereicherung an Grünzonen, Spielplätzen und Kommunikationsräumen bedeuten. Das Rad

ermöglicht auch denjenigen Mobilität, denen kein Auto zur Verfügung steht.

So wird das Fahrradfahren auch in Fachkreisen als anlagenungebundene und naturorientierte Aktivität mit wenig Belastungserscheinungen für die Natur anerkannt (Becker 1991, S. 48, Minister für Wirtschaft, Technik und Verkehr des Landes Schleswig-Holstein, 1994, S. 7). Desweiteren konnte bei den Radfahrern eine hohe Lenkungsbereitschaft festgestellt werden (Albrecht 1997, S. 31). Als Hauptverkehrsmittel im Urlaub hat das Fahrrad bereits Motorrad, Schiff und Wohnmobil überholt (Minister für Wirtschaft, Technik und Verkehr des Landes Schleswig-Holstein, 1994, S. 8). Der Fahrradtourist greift verstärkt auf Mitnahmemöglichkeiten durch den ÖPNV zurück. Laut ADFC (1993, S. 8) erhöhte sich die Mitnahme des Fahrrades im Nahverkehr bis zu 100 km zwischen 1982 und 1992 um 2 700 %!

Unterschiedlich in den ökologischen Auswirkungen wird das Mountainbiking bewertet. Becker (1991, S. 41) sieht im Mountainbiking erhebliches Konfliktpotential durch Bevorzugung von unbefestigten Feld- und Waldwegen in möglichst bewegtem Relief sowie Nutzungsüberlagerungen mit anderen Freizeitaktivitäten. So stellt auch Weigand (1994) fest, daß durch un gelenktes Mountainbiking Schäden an Vegetation, Tierwelt und Böden möglich sind. Zum gleichen Ergebnis kommt Mevissen (1998, S. 97 ff) für den Gardaseebereich. Nach einem Bericht in der Zeitschrift "Bike" 4/95 bevorzugt die Mehrzahl der Biker allerdings großzügig ausgebaute Wege und verläßt diese, im Gegensatz zu den Wanderern kaum. Drei Viertel der Biker starten ihre Tour direkt von zu Hause aus, ohne große Anfahrtswege mit dem Auto. Die zeitraubende Anfahrt bedingt, daß Mountainbiker frühzeitig wieder den Rückweg antreten und vor Dämmerung die Wälder verlassen, wohingegen die Wanderer sich viel länger aufhalten, da sie zu 80 % mit dem Auto anreisen, das sie zu 32 % erst in der einbrechenden Dunkelheit erreichen. Aufgrund einer Befragung von 1 000 Wanderern und Bikern gaben 85 % der Wanderer an, noch nie Konflikte mit Bikern gehabt zu haben. Nach einer Untersuchung von Wöhrstein (1993, S. 112) treten Probleme beim Mountainbiking nur bei ungeeigneten Untergründen und entsprechender Witterung in stark frequentierten Naherholungs- bzw. Wochenendausflugsgebieten auf. Auch ermittelte er einen kleinen prozentualen Anteil an Querfeldeinfahrern, die allerdings die mit Abstand größten Schäden hervorrufen können. Beim Bremsen mit blockiertem Hinterreifen wird viel Bodenmaterial mittransportiert, was aber auf breiten Wegen vergleichsweise geringe Beeinträchtigungen hervorruft. Die Druckbelastung beim Wanderstiefel ist zwar geringer als bei einem Fahrradreifen, dennoch hinterläßt eine Schuhsohle beim Bergabgehen größere Schäden in den Grasnarben als ein Reifen. Wöhrstein (1993, S. 87) räumt allerdings auch ein, daß beim Querfeldeinfahren durch Antriebskräfte des Hinterrades Wurzelwerk beschädigt und Rindenstücke abgerissen werden können. Wie Weigand (1994) in seiner



Studie zu Umwelt und Mountainbiking feststellte, nutzen Mountainbiker bei entsprechenden Angeboten beschilderte Wege für ihren Sport und können somit ebenfalls als lenkungsfähig eingestuft werden.

Mittlerweile liegen zum Thema ökologische Mountainbikekonflikte einige wissenschaftliche Untersuchungen vor, wie Gander (1994), Leiter (1991), Roder (1995), Twiehaus (1994), Wigand (1993), Wöhrstein (1993) und Mevissen (1998). Diese Untersuchungen bestätigen durchweg der Natursportart Mountainbiking ein hohes Maß an Umweltverträglichkeit, wenn es rücksichtsvoll und in quantitativ angemessener Zahl ausgeübt wird. Auch nach Froitzheim (et al. 1996, S. 125) leistet das Mountainbiking einen wichtigen Beitrag zum umwelt- und naturverträglichen Tourismus. Das Angebot ist außerdem eine attraktive Freizeitbeschäftigung, wichtige Einkommensquelle für die Tourismuswirtschaft sowie von verkehrspolitischer Bedeutung.

Der ADFC hat in Zusammenarbeit mit dem BUND Nordrhein-Westfalen Leitbilder für einen natur- und landschaftsverträglichen Mountainbikesport entwickelt (vgl. Kap. 7.7.2). Da das Mountainbiking auch in weniger sensiblen Regionen ausgeübt werden kann, stellt diese Sportart eine Möglichkeit zur Entlastung von Naturräumen dar (DNR 1996, S. 131). Voraussetzung ist ein entsprechend attraktives Routennetz. Eine gezielte Information der Mountainbiker über ein natur- und umweltgerechtes sowie sozialverträgliches Verhalten kann nachhaltig zur Vorbeugung von Problemen beitragen, so daß diese Sportart ohne Bedenken unter den genannten Voraussetzungen auch in Naturparks als Freizeitangebot zur Heranführung an die Natur bereitgestellt werden kann.

#### **6.4 Zielgruppe Fahrradtouristen**

Um ein für die Zielgruppe akzeptables und attraktives Produkt zu erstellen, müssen deren Ansprüche und Eigenheiten mit in die Planung eingebunden werden (vgl. Abb. 20). Umfassende wissenschaftliche Gesamtanalysen zum Thema Fahrradtourismus gibt es nur wenige. Allerdings sind etliche wissenschaftlich begründete regionale Studien vorhanden, die einen relativ gesicherten Datenpool liefern. Aus diesem Grunde kann auch eine Zielgruppenspezifizierung lediglich aus bisher vorliegenden örtlichen Untersuchungen abgeleitet werden.

Insbesondere drei Trendfaktoren ließen den Fahrradboom aufleben: der Trend zu mehr Fitness, Freizeit sowie Natur und Umwelt (vgl. Kap.3.3). Dabei handelt es sich um drei

stabile Trends, die seit Jahren innerhalb Deutschlands zu beobachten sind (Steinecke 1995, o. Seitenangabe, Opaschowski 1989, S. 173, F.U.R. 1997, DGF 1999, S. 31 ff)). Aufgrund dessen ist davon auszugehen, daß der Fahrradtourismus wohl noch in den nächsten Jahren zu den beliebtesten Freizeitbeschäftigungen zu rechnen ist. Einer Untersuchung von Miglbauer und Schuller über Fahrradtouristen des Donau-Radweges zufolge (1991, S. 10), sind Bewegung und Fitness zwar wichtige Bedürfnisse, ebenso bedeutend sind aber als Motivationsfaktoren die Begegnung mit Natur und Kultur der Region (vgl. Klemm 1995, Biermann 1994).

Fahrradtouristen stellen keine homogene Zielgruppe dar (ADFC 1993, S. 8). Ihre Erwartungen an Touren, Ausschilderung, Infrastruktur und Gastronomie variieren stark und zeigen eine große Abhängigkeit von der Art des ausgeübten Radsportes: Radwandern, Radrennen, Mountainbiking. Sehr unterschiedlich sind auch Dauer, Intensität sowie sportliche Aktivität, so daß hierzu keine allgemeingültige Aussage getroffen werden kann (Hofmann 1995). In Anlehnung an die Maslow'sche Bedürfnispyramide, kann der Fahrradtourist als hedonistisch und selbstorientiert betrachtet werden. Die Grund-, Sicherheits- und sozialen Bedürfnisse können als befriedigt vorausgesetzt werden. Wichtiger als das Wertschätzungsmotiv dürfte die durch den Sport erzielte Lebensfreude sein.

Die regionalen Studien bringen eindeutig das Ergebnis, daß ein ganz spezielles Nachfrageverhalten bei den Radtouristen vorhanden ist. Die Hauptmotivationsfaktoren bewegen sich um das Thema "Naturerlebnis", das für alle sozialen Gruppen der Radtouristen festgestellt werden konnte (Miglbauer et al. 1991, Biermann 1994, Schneider 1995, ADFC 1992, Projekt Sanfter Tourismus im Saarland 1990). Das Bedürfnis nach Erholung und Gesundheit entspricht den allgemeinen Trends. Geringere Bedeutung als das Erholungs- und Gesundheitsmotiv hat der Sport- und Fitnessaspekt, der allerdings bei Mountainbikern einen höheren Stellenwert einnimmt.

Eine der umfangreichsten Untersuchungen erstellten Miglbauer und Schuller in den Jahren 1988 bis 1990 über den Donauradweg. Diese Befragung brachte das Ergebnis, daß mittlere und gehobene Berufspositionen äußerst stark vertreten waren, während Jugendliche und Studenten das Schlußlicht bildeten. Als Hauptmotiv wurden auf dem Donauradweg genannt "dem Alltag den Rücken kehren" und "etwas anderes kennenlernen, auch ohne Auto". Bei den Urlaubserwartungen stand der Wunsch nach einer "schönen Landschaft" mit 87 % an der Spitze, dicht gefolgt von "Sport und Bewegung" (81 %). Unter den Befragten befanden sich Radtouristen, Radrenner und Mountainbiker. Der größte Teil der Donauradler (43 %) war zu zweit unterwegs. Fast 22 % radelten in Gruppen von mehr als vier Perso-

nen. Der Anteil an Kleingruppen bzw. Familien bewegte sich bei rd. 17 % (Miglbauer und Schuller 1991, S. 9-12).

Miglbauer (1991, S. 9-12) beschrieb die Radler als Gäste, die sich intensiv für die Region interessierten, sei es für Landschaft, Kultur oder die einheimische Bevölkerung. Ihre Gesprächsbereitschaft und der Versuch, Kontakt mit Einheimischen aufzunehmen, brachte den Radlern bei den Gastronomen den Ruf einer angenehmen und willkommenen Gästegruppe ein. Auffallend war eine starke Nachfrage nach regionaltypischer Küche und Unterkunft (vgl. Miglbauer 1992, S. 47). Die Radgäste zeigten sich allerdings sensibel für das Preis-Leistungs-Verhältnis und waren kritisch, was die Prospektaussagen anbelangte. Für viele der Donauradler war es der Zweit- oder Dritturlaub. Da sich die meisten Radtouristen in der ausgabefreudigen mittleren Altersgruppe bewegten, war auch eine hohe Konsumbereitschaft festzustellen. Die Ausgaben lagen im Schnitt bei 100 bis 150 DM pro Tag. Diese charakteristischen Merkmale des Radtouristen an der Donau zeigten Auswirkungen auf die Gastronomie, die sich mit Infrastruktur, Service und verschiedenen Angebotselementen auf die Bedürfnisse ihrer Kunden einstellen mußte. Unter den Radtouristen war mit über 90 % ein sehr hoher Anteil an Individualreisenden festzustellen. Sie zeichneten sich aus durch eine hohe Flexibilität, was das Nachfrage- und Reiseverhalten selbst anbelangt. So hatten am Donauradweg nur 36 % der Befragten ein festes Endziel.

Eine Untersuchung unter den Individualradlern an Saar und Mosel (Klemm 1995) beschrieb die Fahrradtouristen im Hinblick auf ihre Altersstruktur als "Jungsenioren". Die nur begrenzt auf andere Gebiete übertragbaren Ergebnisse dieser Studie belegten, daß für den Saar-Mosel-Raum die 46-55jährigen mit 39 % überwogen. Mit einem Anteil von 28 % lagen die 36-45jährigen über dem der 56-65jährigen, die lediglich 20 % der Radtouristen an Saar und Mosel ausmachten. Auch bei den Radlern an Saar und Mosel wurde ein hoher Tagesausgabesatz festgestellt: 98,80 DM. Über die Hälfte der Befragten wählte als Unterkunft ein Hotel oder einen Gasthof. Jugendherbergen und Campingplätze bildeten das Schlußlicht.

Das Image des Tourismus der Einkommensschwachen ist längst überholt. Dies konnte Schneider (1995) bei einer Untersuchung am Bodensee erhärten. 51 % der Bodenseeradler waren Beamte und Angestellte, lediglich 2 % Studenten. Auch Selbständige waren stark repräsentiert. In Abhängigkeit mit der Berufsstruktur läßt sich das Haushaltsnettoeinkommen verstehen: 31 % der Bodenseeradler verfügen über ein monatliches Nettoeinkommen von über 5 000 DM, nur 13 % weisen ein monatliches Nettoeinkommen bis zu 5 000 DM auf. Die Bodenseeradler zeichnen sich durch einen hohen Bildungsgrad aus. Den Nach-

weis, daß Radfahrer zu den Besserverdienenden gehören, erbrachte auch Mevissen bei Mountainbikern im Gardaseegebiet. Über 50 % der Befragten gaben an, mehr als 3 000 DM Netto pro Monat zu verdienen (Mevissen 1998, S. 70, vgl. Hofmann 2000, S. 79).

Allgemein kann festgehalten werden, daß Radtouristen vor allem dem "Neuen Mittelstand" zuzuordnen sind. Ein relativ hoher Bildungsstand schlägt sich im durchschnittlichen monatlichen Einkommen wider, das, wie die Analyse bei den Bodenseeradlern ergab, bei einem Drittel über 5 000 DM pro Monat liegt. Bei der untersuchten Gruppe waren die Berufssparten der Angestellten, Beamten und Selbständigen stark vertreten. Ein bei den Radtouristen besonders ausgeprägtes Anspruchs- und Qualitätsdenken kann auf den Bildungsstand sowie die berufliche Tätigkeit zurückgeführt werden. Diese psychologischen Merkmale beeinflussen auch in starken Maße das Preis-Leistungs-Bewußtsein sowie die Kritikfähigkeit. Der als "anspruchsvoll" einzustufende Fahrradtourist bevorzugt die regionaltypische Küche und Zimmer mit authentischem regionalem Charakter (Miglbauer 1995). Dieser Gast schätzt kleine, aber notwendige Aufmerksamkeiten der Hotellerie und Gastronomie, wie Radabstellanlagen, Trockenräume, Radersatzteile gleichermaßen wie Prospektmappen über die Region oder gut informiertes Servicepersonal, das ihm Wegrichtung bzw. Sehenswürdigkeiten erklären kann.

## **6.5 Anforderungen an Informations- und Orientierungshilfen**

Fahrradtouristen bereiten sich in der Regel auf ihre Radtouren intensiv vor (Froitzheim 1995). Lange vor Urlaubsbeginn informieren sie sich anhand verschiedenster Medien. Dabei greifen sie gerne auf Radwanderführer in Form von Broschüren oder Radkarten zurück, um eine nach eigenen Wünschen und Möglichkeiten angepaßte Planung vorzunehmen (Hofmann 2000, S. 69).

Diese Erfahrungen lassen den Schluß zu, daß das Marketing-Instrument der Kommunikation für Radtouristen eine bedeutende Rolle spielt (BTE 1994, S. 20). Optimale Informations- und Orientierungshilfen, ob Radkarte, Broschüre oder Wegweisung, sind wesentliche Voraussetzungen für eine stärkere Nutzung des Fahrrades in Freizeit und Alltag. Zur Deckung des Informationsbedarfes bieten sich visuelle sowie textliche Informationssysteme oder eine Kombination beider an. Unter visuellen Informationssystemen sind insbesondere kartographische Darstellungen zu verstehen, unter textlichen werden Reise- und Wanderführer zusammengefaßt (Ulbert 1985). Der zu vermittelnde Informationswert sollte das jeweilige Informationssystem bestimmen.

### 6.5.1 Anforderungen an Radkarten aus Nutzersicht

Mit Freizeitkarten, zu denen auch Radkarten zu rechnen sind, wird ein spezifischer Kommunikationsprozeß mit dem Nutzer ausgelöst, um Informationen zu übermitteln und eine Steuerung des Verhaltens im Raum zu erreichen (vgl. Ulbert 1985, Brigg 1985, Häuser 1985). Dies kann nur dann zum Erfolg führen, wenn die Karte auf Freizeitverhalten und Wünsche der Nutzer sowie den Bedarf an notwendigen informationstheoretischen Prozessen abgestimmt ist (Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen 1986, S. 65). Neben der Grundthematik interessieren den Radfahrer eine Reihe weiterer Informationen, die zur Ausübung seines Sportes von Bedeutung sind. Eine nutzerfreundliche Karte muß diesem Bedarf Rechnung tragen und zudem durch Übersichtlichkeit und Lesbarkeit eine problemlose Orientierungshilfe im Gelände darstellen. Daneben hat sich eine Radkarte als wichtiges Marketinginstrument für den Fahrradtourismus bewährt (ADFC 1995 a, S. 1)

Nach Schätzung des ADFC sind etwa 1 500 Radkarten auf dem deutschen Markt, die konzeptionell und qualitativ sehr unterschiedliche Ausführungen aufweisen (Froitzheim 1995). Für alle Karten gilt die einheitliche Grundforderung: sie müssen selbsterklärend und eindeutig sein.

Aus dieser Forderung heraus ergibt sich der Anspruch, daß die Karte den speziellen Informationsbedarf einzelner Zielgruppen decken sollte. Längst ist aber die Zielgruppe der "Fahrradfahrer" nicht so homogen, wie zu vermuten wäre. Innerhalb dieser lassen sich die unterschiedlichsten Nutzerkreise ausmachen, die jeweils ganz andere Ansprüche und Informationsbedürfnisse aufweisen. So legen beispielsweise Familien mit Kindern Wert auf möglichst autofreie, befestigte Wege, die wenig Steigungen aufweisen. Touristische Erlebnisorte, wie Sehenswürdigkeiten, Rastplätze, werden während der Fahrt gerne aufgesucht (Miglbauer 1994, S. 165). Ganz im Gegensatz dazu bevorzugen Mountainbiker unbefestigte Wege mit Gefäll- und Steilstrecken. Sportlich orientierte Fahrer, die mit Rennrädern unterwegs sind, wählen bevorzugt befestigte gute Straßenoberflächen aus und nehmen auch Autoverkehr in Kauf. Desweiteren spielt auch die vorhandene Ortskenntnis der Radwanderer eine Rolle. Touristen, die sich mit dem Rad in unbekanntem Gebiet bewegen, benötigen mehr Informationen als Tagesausflügler, denen die Region bekannt ist.

Diesen sehr unterschiedlichen Informationsbedarf kann ein einzelnes Kartenblatt kaum erfüllen, wenn die Grundanforderungen nach Selbsterklärung und Übersichtlichkeit erfüllt sein sollen. Deshalb sollte sich die Karte an einer bevorzugten Nutzerkategorie orientieren,

wobei auch Informationen für andere Zielgruppen daraus hervorgehen sollten. Der ADFC (1995 a, S. 3) hat einige Grundkriterien für Radwanderkarten formuliert. Demnach sollten Radwanderkarten selbsterklärend und einfach, deutlich, nicht überfrachtet, ansprechend, praktisch, haltbar und aktuell sein.

### **6.5.2 Kartengrundlagen**

Als Kartengrundlage empfehlen sich amtliche Karten, die von den jeweiligen Landesvermessungsämtern herausgegeben und von diesen auch fortgeschrieben werden (ADFC 1995 a, S. 6). Ein Vorteil amtlicher Karten liegt darin, daß sie auf Bundesebene gleiche Signaturen enthalten, so daß sich der Nutzer nicht immer neu einlesen muß. In der Praxis bilden auch amtliche Blätter die am meisten verwendete Kartengrundlage. Nur selten finden sich Kartengrundlagen privater Verlage in Eigenherstellung.

Die am häufigsten anzutreffenden Radkarten sind topographische Karten im Maßstab 1 : 25 000 (TK 25), auch als Meßtischblätter bezeichnet, 1 : 50 000 (TK 50) sowie 1 : 100 000 (TK 100) (Froitzheim 1993, S. 68).

Der ADFC (1995 a, S. 2) unterscheidet Radwanderkarten und Radtourenkarten je nach Maßstab und Zweck der Karte. Radwanderkarten haben sich aus landkreisbezogenen Karten entwickelt und beinhalten Vorschläge für Tagestouren, bei denen geringere Entfernungen zurückgelegt werden. Radtourenkarten hingegen richten sich an Langstrecken- und Urlaubsradler.

Nur bedingt geeignet für Radkarten ist die TK 25, weil die Größe des dargestellten Gebietes aufgrund des großen Maßstabes eingeschränkt ist. Da Radfahrer meist größere Entfernungen zurücklegen, genügt dieses Kartenblatt den Ansprüchen nicht und bietet sich eher für Wanderkarten an. Besser geeignet ist der Maßstab 1 : 50 000. Maßstabs- und formatbedingt können durchschnittlich 50 x 60 Kilometer abgedeckt werden (ADFC 1995 a, S. 2). Zudem sind Karten dieses Maßstabes mit Schummerung versehen, die das Gelände plastisch erscheinen läßt und somit für den Nutzer eine wichtige Informationsquelle bietet.

Die Kartengrundlage TK 100 und kleiner findet häufig Anwendung bei Radtourenkarten, bei denen größere Wegstrecken dargestellt werden, wie beispielsweise bei Touristischen Routen (Ferienstraßen) entlang der Donau, der Romantischen Straße oder der Deutschen Ferienroute Alpen-Ostsee.

Obwohl Karten kleineren Maßstabes viele, für den Radfahrer wichtige Informationen enthalten, leiden solche Karten an Überladung und Unübersichtlichkeit. Teilweise werden thematische Aussagen durch topographische überlagert, was einer schnellen Erfassung des Themas nicht zuträglich ist.

Viele Herausgeber sind dazu übergegangen, die TK 100 auf den geeigneten Maßstab zu vergrößern. Die aus Meßtischblättern hervorgegangenen und generalisierten TK 100 enthalten nicht mehr die Fülle an Detailinformationen, werden aber noch den Anforderungen der Zielgruppe gerecht. Der Raumgewinn, der durch die Vergrößerung erzielt wird, kann für die Darstellung freizeitrelevanter Informationen genutzt werden, ohne daß das Kartenblatt überladen ist.

Pauschal läßt sich keine Aussage über den idealen Maßstab treffen. Der ADFC empfiehlt für den lokalen Bedarf einen Maßstab zwischen 1 : 50 000 und 1 : 75 000 (ADFC 1995 a, S. 6, ADFC 1992 S. 59). Der zu wählende Maßstab sollte zunächst von der Beschaffenheit des Raumes abhängig gemacht werden. In topographisch bewegtem Gelände empfiehlt sich eher der Maßstab 1 : 50 000, da Steigungen und Gefällstrecken gut lesbar sein müssen. In flacherem Gelände reicht der Maßstab 1 : 75 000 aus. Die Größe des darzustellenden Gebietes und somit der Kartenausschnitt sollten bei der Festlegung des Maßstabes berücksichtigt werden.

Ebenso sollte der Einzugsbereich der Radfahrer in die Überlegungen nach der Größe des Kartenblattes einbezogen werden, damit Haupteinzugsgebiete noch auf der Karte vorhanden sind, um direkte Anbindungsmöglichkeiten darzustellen (Froitzheim 1993, S. 68).

### **6.5.3 Karteninhalte**

Auch für die inhaltliche Darstellung gelten dieselben Forderungen wie für die Kartengrundlage: der Inhalt muß übersichtlich, eindeutig und selbsterklärend sein.

Herkömmliche Freizeitkarten, meist im Maßstab 1 : 100 000 bis 1 : 50 000, enthalten oft eine Fülle von entsprechenden Signaturen, wie Museen, Grillplätze, Schwimmbäder u.ä. sowie meist integriert, Rad- und Wanderwege. Allein schon durch die Quantität der Signaturen erschweren solche Karten die Orientierung im Gelände, und die Übersichtlichkeit ist nicht mehr gewährleistet. Diese Karten sprechen meist keine spezielle Zielgruppe an, sondern sie verwirklichen eher das Prinzip, für jeden Bedarf alle informatorischen Inhalte be-

reitzustellen.

Für den Fahrradfahrer sind selbstverständlich auch touristische Informationen sinnvoll (ADFC 1993, S. 21, Miglbauer 1994, S. 165). Diese sollten auf seine Bedürfnisse abgestimmt und sofort in der Symbolik erkennbar sein. Ein Golfplatz mag für den Radfahrer während seiner Tour nur von sekundärer Bedeutung sein, während er allerdings gerne einmal einen Rastplatz für eine Pause aufsucht oder einen Stopp an einer Sehenswürdigkeit einlegt.

Die Thematik (Radwege) sollte auf Anhieb erkennbar sein. Hierbei gilt es, die unterschiedlichen Ebenen der Farbwahrnehmung zu beachten, zumal schon einige Farben in den amtlichen Karten beansprucht sind (Siedlungen, Straßen, Wald, Gewässer, Höhenlinien u.s.w.) (ADFC 1995 a, S. 9). Die Zeichen sollen durch ihre Anordnung und Struktur so beschaffen sein, daß sie sich in ihrer Aussage deutlich voneinander unterscheiden. Häufig wird für die Darstellung der Wege die Farbe Rot verwendet, die sich vom Kartenblatt optisch gut abhebt und in einer amtlichen Signatur nicht enthalten ist. Das Rot "fällt sofort ins Auge" und damit werden Wege auf Anhieb wahrgenommen. Kleinsignaturen erfordern kräftige, symbolhafte Farben, um auf andersfarbigem Untergrund eine Signalwirkung zu erzielen.

Die in Karten üblichen Farbdifferenzierungen für Straßen unterschiedlicher Bedeutung (damit in der Regel auch Verkehrsbelastung) von kräftigen Farben für Autobahnen und helleren Farben für Bundes- und Landesstraßen, sollte für die Darstellung der Radwege nicht weiter geführt werden. Die für den Straßenverkehr unbedeutenden Radwege würden dann konsequenterweise in einer hellen Farbe abgebildet, die einen niedrigen Wahrnehmungseffekt erzielt. Den Radfahrer interessiert auf seiner Tour lediglich die Verkehrsbelastung auf den vorgeschlagenen Routen. Zudem wirken die helleren Farben nicht als Signalfarben, die schnelle Erkennung erlauben.

Für den Radfahrer ist der Oberflächenbelag der Wege und Straßen von Interesse. Insofern sollte aus der Karte zu entnehmen sein, ob es sich um eine feste Oberfläche (Asphalt) oder wassergebundene Decken (Schotter, Sand) handelt.

Sinnvoll ist es, die Symbolik in der Karte freizustellen. Dadurch gehen die Informationen des zu überdruckenden Kartenausschnittes nicht verloren. Insbesondere in Stadt- oder Siedlungslagen bleibt die Übersichtlichkeit des Straßen- und Wegeverlaufes gewahrt.



Eine der wichtigsten Informationen für die Fahrradfahrer ist eine umfassende Geländedarstellung, damit Steigungen und Gefällstrecken problemlos ersichtlich sind. Als kartographisches Mittel zur Darstellung bieten sich insbesondere Höhenlinien an. Ergänzend dazu läßt eine Schummerung das Gelände dreidimensional erscheinen und bietet somit eine plastische Darstellung der Oberfläche. Zusätzliche Höhenangaben und Steigungspfeile in verschiedenen Abstufungen erleichtern den Radfahrern die Interpretation der Karte. Wünschenswert sind weiterhin Angaben zur Verkehrsbelastung sowie Oberflächenbeschaffenheit (Froitzheim 1993, S. 72)

Da Landkreise oft Herausgeber solcher Kartenwerke sind, findet man häufig sogenannte "Inselkarten", bei denen die Radstrecken an den Landkreisgrenzen enden bzw. die Grenzen optisch hervorgehoben sind. Stattdessen sollten sich Kartenausschnitt und -inhalt an der Attraktivität der Touren ausrichten und sinnvollerweise bis an den Kartenrand weitergeführt werden (Froitzheim 1993, S. 68). Zusätzliche Informationen lassen sich auf der Kartenrückseite unterbringen, wie z.B. Streckenbeschreibung, Erklärung der Sehenswürdigkeiten, Angaben zur Strecke, Fahrradreparaturstellen oder Übernachtungsmöglichkeiten.

Erster Anreiz zum Kauf und Nutzen einer Karte vermittelt die optische Gestaltung des Titelblattes. Der amtliche Charakter der Grundlagenkarten empfiehlt sich bei den Radkarten nicht. Vielmehr sollte die Gestaltung nach Grundsätzen moderner Werbung erfolgen, um Interesse und Sympathie für das Radfahren zu erzeugen und gleichzeitig zum Kauf anzuregen (ADFC 1995 a, S. 10). Radkarten sind besonderer Belastung durch die Mitnahme in Fahrradtaschen bzw. Radtrikots ausgesetzt. Deshalb sollte eine gute Papierqualität gewählt werden, die das Einreißen der Karten, vor allem an den Falzungen, verhindert.

### Radwanderführer

Radwanderführer eignen sich insbesondere für die Darstellung von Radfernwegen, für das Umland von Verdichtungsräumen sowie für touristisch interessante Gebiete (ADFC 1993, S. 21). Radwanderführer sind gegenüber Karten zu bevorzugen, wenn viele Informationen vermittelt werden sollen. Während sich die meisten Radwanderführer mit Kartenskizzen begnügen, weisen die besseren amtliche topographische Karten als Grundlage auf. Insbesondere bei Fernwegen bieten Radwanderführer eine kompakte Lösung zur Darstellung an, die bei einzelnen Kartenblättern nicht mehr gewährleistet wäre. Als vorteilhaft erweist sich ein Radwanderführer beim Querverlauf von Routen. Hierbei kann durch Drehen des Kartenblattes eine gute Orientierung erreicht werden, wobei allerdings die Nordeinordnung

nicht mehr möglich ist (ADFC 1993, S. 21).

Bei Radwanderführern setzt sich die Spiralheftung allmählich durch. Im Taschenformat passen sie in jede Gepäcktasche am Fahrrad und können so problemlos mitgeführt werden (ADFC 1995 a, S. 11).

#### **6.5.4 Wegweisungssysteme**

Die Wegweisung ist neben der Karte wichtigstes Hilfsmittel zur Orientierung. Gerade im Bereich des Fahrradfahrens, wo größere Entfernungen in kürzerer Zeit als beispielsweise beim Wandern zurückgelegt werden, führen ständige Stopps zum Studieren von Karte bzw. Beschreibung zu Unmut.

Grundsätzlich sollte die Wegweisung einheitlich, durchgängig und selbsterklärend sein. Diese Forderung wird umso wichtiger, je dichter ein Gebiet mit Radwegen durchzogen ist, z.B. mit Radfernwegen, Radtouren und örtlichen Radwegen. Der Fahrradfahrer sollte durch eine konsequent durchgesetzte Symbolik in der Beschilderung, die auf Anhieb erkennbar ist, geleitet werden. Route und Richtung sind für ihn die wichtigsten Leitangaben (ADFC 1993, S. 15). Die Beschilderung selbst sollte als Radwegweisungssystem sofort wahrgenommen werden können (Fahrradsymbol). Ein hoher Orientierungsstandard wird erreicht, wenn in regelmäßigen Abständen eine Beschilderung zu finden ist, die auch denjenigen eine problemlose Routenfindung erlaubt, die ohne Karte oder Beschreibung unterwegs sind.

Wie in der Praxis festgestellt werden kann, ist vielerorts die Ausschilderung durch Zerstörung, mechanische Kräfte oder Witterungseinflüsse unterbrochen. Ein einziges fehlendes Schild kann bereits in die Irre führen. Deshalb gehört die Wartung in regelmäßigen Abständen zu einer qualitativ guten Wegweisung. Wie u.a. die Erfahrung der Tourist-Information Sankt Wendeler Land und anderer Träger radtouristischer Routen zeigt, sollte die Kontrolle eines Radnetzes von übergeordneten Gremien geleitet und beobachtet werden, um die Sicherstellung einer durchgängigen Beschilderung auf Dauer zu gewährleisten. Zudem stellt eine gute Beschilderung eine gewisse Sympathiewerbung für das Fahrradfahren dar.

### 6.5.5 Inhalte der Wegweisung

Geregelte Zuständigkeiten oder Vorschriften zur Gestaltung und Ausführung einer Wegweisung gibt es bundesweit nicht (Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen 1986, S. 22). Die Wegweisung ist Aufgabe des Trägers radtouristischer Strecken. Hierin liegt die unterschiedliche Systematik und Ausführung der Beschilderung von Radwegen innerhalb der Bundesrepublik begründet. Anders als bei Straßenbeschilderung ist leider keine Einheitlichkeit festzustellen, so daß der Nutzer sich immer wieder auf neue Systeme einstellen muß, die teilweise auch in eng begrenzten Gebieten (z.B. in einem Landkreis) zum Vorschein treten. In einigen Bundesländern, z.B. Schleswig-Holstein, Sachsen wurden Verordnungen für die Beschilderung von Radwegen erlassen, um eine landesweite Einheitlichkeit zu erreichen.

Die Notwendigkeit für ein einheitliches und flächendeckendes Wegweisungssystem für den Fahrradverkehr ergibt sich durch den Stellenwert dieser Verkehrsart neben dem motorisierten Verkehr. Dem Alltags-Fahrradfahrer sollen die sichersten, schnellsten und und komfortabelsten Strecken aufgezeigt werden, die ihn zu bestimmten Zielen führen. Zudem sollten in die Überlegungen zu einem Radverkehrsnetz die Möglichkeiten als Zu- und Abbringer zum öffentlichen Nahverkehr einbezogen werden (Bike and Ride). Akzeptable Alternative zur Benutzung des Autos in der Freizeit kann ein ausgeklügeltes Netz von Verbindungen und entsprechender Ausschilderung von Radwegen sein.

Sehr intensiv mit Inhalt und Ausführung von Wegweisungssystemen hat sich der ADFC auseinandergesetzt, und er bemüht sich seit geraumer Zeit um die Aufnahme einer bundesweit einheitlichen Fahrradwegweisung in die Straßenverkehrsordnung (vgl. Sächsisches Staatsministerium für Wirtschaft und Arbeit 1993, S. 25-32).

Nach Ansicht des Fahrrad-Clubs kann ein- und dasselbe Wegweisungssystem sowohl dem Freizeit- als auch dem Alltagsradler dienen (ADFC 1993, S. 9). Dieses einheitliche System mag in Gegenden mit flächendeckenden Radverkehrsnetzen sinnvoll und nützlich sein. Dies mag dort der Fall sein, wo Radtouristen aus der Fülle von geeigneten Radwegen eigene Touren zusammenschmieden können oder aber innerhalb des Verkehrsnetzes einzelne Touren unter touristischen Aspekten zusammengestellt wurden, wie dies im Ostallgäu beispielsweise praktiziert wird. In radtouristisch weniger erschlossenen Gebieten bzw. in Regionen, in denen der Alltagsradverkehr aufgrund verschiedener Faktoren (Topographie, Entfernung) keinen hohen Stellenwert einnimmt, können sich Probleme bei der Ausschilderung ergeben.

Als problematisch erweist sich diese Form der Beschilderung, wenn der Radtourismus gegenüber dem Alltagsverkehr Vorrang hat. Unterschiedliche Ansprüche der Radfahrer für Freizeit- und Alltagsfahren führen zu differierenden Netz- bzw. Tourenkonzeptionen. Diese können sich zwar in einzelnen Bereichen überschneiden, im wesentlichen liegen ihnen jedoch ganz andere Intentionen zugrunde.

Insbesondere die touristischen Touren sind in der Regel konzeptionell so angelegt, daß sie verschiedene Themen beinhalten: seien es Landschaft, Sehenswürdigkeiten oder Naturdenkmäler. Sie haben die Funktion, Touristen zu leiten und zu führen (vgl. Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen 1986, S. 69). Hierbei spielt die Sicherheit eine große Rolle vor allem dann, wenn Familien mit Kindern eine der Hauptzielgruppen darstellen. Deshalb werden solche Touren bevorzugt auf Feld- und Feldwirtschaftswegen geführt, die zudem ein optimales Landschaftserleben ermöglichen.

Die Ausschilderung dieser Touren kann nach dem vom ADFC vorgeschlagenen System Probleme bereiten, da eine Orientierung in der freien Landschaft nur bedingt anhand der Ortschaften erfolgen kann, zumal dann, wenn das Tangieren von Orten ohne infrastrukturelle Relevanz bewußt in der Planungsphase vermieden wurde.

Zu bedenken bei der vom ADFC vorgeschlagenen Wegweisung ist auch, daß es zu Verwirrungen bei den Radfahrern kommen kann, da für den Freizeitradverkehr nicht immer die kürzesten Entfernungen gewählt, sondern andere Prämissen zugrunde gelegt werden.

Problematisch kann auch die Beschilderung der Radtouristiktouren in Anlehnung an die Straßenverkehrsbeschilderung in freiem Gelände sein. Sowohl Forst als auch Naturschutz zeigen allgemein Bedenken gegen eine Überbeschilderung der Wälder und neigen eher dazu, kleinere Lösungen zu bevorzugen. Gleich welches Wegweisungssystem gewählt wird, sollte auf eine gute Unterscheidung von Alltags- und Freizeitradtouren geachtet werden. Hierzu empfiehlt der ADFC (1993, S. 18) für die touristische Wegweisung grün auf hellem Grund, für die Alltagswegweisung rot auf hellem Untergrund, analog der Wegweisung in den Niederlanden. Wegen der verbreiteten Rot-Grün-Blindheit empfiehlt sich neben der farblichen Abstufung eine Unterscheidung durch verschiedene Schilderformen, wie im Landkreis Neuss realisiert: rechteckige Schilder für die Alltagswegweisung, sechseckige Schilder für die Freizeitwegweisung.

### Gestaltung der Wegweisung

In Anlehnung an die Straßenverkehrsbeschilderung favorisiert der ADFC vier Elemente der Wegweisung: Vorwegweiser, Hauptwegweiser und Zwischenwegweiser, die durch weitere Orientierungstafeln ergänzt werden können (ADFC 1994, S. 16/17, ADFC 1992 a, S. 61, Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen 1989, S. 22/23).

Vorwegweiser als Tabellen- oder Einzelhinweiser dienen der rechtzeitigen Orientierung vor wichtigen Kreuzungen oder unübersichtlichen Punkten. Ein ausreichender Abstand dieser Vorwegweiser zu den kritischen Punkten läßt dem Radler genügend Zeit, seine Entscheidung zu treffen und eventuell eine Fahrspur zu wechseln. Zwischenwegweiser haben ausschließlich Erinnerungsfunktion, um die richtige Route zu bestätigen, während Hauptwegweiser alle Hinweise auf die Streckenführung enthalten. Auch hier bieten sich Tabellen- oder Einzelhinweise in Pfeilform an. Eine umfassende Beschilderung kann aber auch Probleme bringen: in Städten gibt es häufig Platzmangel bzw. Überfrachtung mit Schildern, im ländlichen Raum wirken einzeln stehende Schilder oft wie Fremdkörper in der Landschaft.

Orientierungstafeln können für weiterführende Informationen und Auskünfte parallel verwandt werden. Die Anbringung an zentraler Stelle bewirkt gleichzeitig eine Werbung für das Fahrradfahren. Gegebenenfalls sollten, wenn für den motorisierten Verkehr noch nicht vorhanden, Hinweise auf touristische Besonderheiten hinzugefügt werden (Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen 1986, S. 32, Miglbauer 1994, S. 80 ).

Gute fahrradtouristische Wegweiser sollten folgende Angaben enthalten: Richtung, Ortsbezeichnung, Entfernung, Fahrradpiktogramm sowie Signet oder Routenname (Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen 1986, S. 23). Diese Inhalte erlauben auch Ortsunkundigen eine sichere Führung und schnelle Orientierung.

Um die optische Wahrnehmbarkeit zu gewährleisten, sollte die Ausführung der Schilder nach einheitlichen Prinzipien erfolgen und konstant fortgeführt werden. Dies gilt für Form, Gestaltung, Layout, Schrift, Material und Farben. Die Größe des Wegweisers und der Schrift sollte so gewählt werden, daß er früh genug, schon aus der Fahrt heraus, gelesen werden kann. 100 mm Schrifthöhe werden als optimal angesehen (Institut für Landes- und

Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen 1986, S. 27), wünschenswert sind mindestens 80 mm, damit die Inhalte aus einer Entfernung von 20 m zu lesen sind (Miglbauer 1994, S. 64). Die einzelnen Wegweiser sollten nur eine schnell erfassbare Menge an Angaben aufweisen, damit Lesbarkeit und Übersichtlichkeit gewahrt bleiben. Dieser Anspruch ist insbesondere in innerörtlichen Bereichen von Bedeutung, wo oft eine Fülle von Straßenschildern vorzufinden ist, die eine schnelle Erfassung der Wegweisung erschwert.

Neben dem Einsatz von Schildern als Wegweiser bieten sich aber auch Bodenplatten oder Wegepilze an (Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen 1986, S. 30). Beide fügen sich optisch gut in die freie Landschaft ein, besitzen aber nicht die Fernwirkung wie Schilder. Zudem besteht die Gefahr, daß sie bei Laubfall, Schnee oder Pflanzenbewuchs nicht ausreichend sichtbar sind. Das Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen (1986, S. 80-83) schlägt eine "ökologische" und "künstlerische" Wegweisung mit Bäumen oder Sträuchern bzw. Holz-, Stein- oder Stahlkunstobjekten vor.

Eine sinnvolle und praktikable Wegeplanung und Beschilderung hat die Stadt Troisdorf aufzuweisen, die die gleichen Grundsätze wie beim motorisierten Verkehr als Maßstab für die Fahrradplanung zugrundelegte. In die Wegeplanung wurden über- und innerörtliche Ziele einbezogen. Zu den innerörtlichen Zielen gehören Stadtteile, bedeutende Wohnsiedlungen und wichtige Einzelziele, wie Rathaus, Bahnhof oder Schwimmbad. Eine durchgehende eindeutige Farbsystematik macht eine schnelle Erkennung von Alltags- und Freizeittouren möglich. Analog der Kfz-Wegweisung wurden Fern- und Nahziele in der Region angezeigt.

## **6.6 Anforderungen an die radtouristische Infrastruktur**

Wie bereits geschildert, stellen Radtouristen keine homogene Zielgruppe dar. Wie aus bisher vorliegenden regionalen Untersuchungen hervorgeht, gehören die Radtouristen der mittleren Altersklasse an, zeichnen sich durch eine hohe Berufsausbildung aus, sind finanzkräftig, aber auch kritisch und preisbewußt. Auffallend ist ihr Interesse an regionaltypischen Besonderheiten, sei es in Natur, Kultur oder Gastronomie. Die bereits reiseerfahrene Zielgruppe weist eine hohe Flexibilität auf und wählt als Unterkunft gerne Hotels und Pensionen, schläft aber auch gerne einmal im Heu. Keine andere Zielgruppe bereitet sich so intensiv auf ihren Urlaub vor. Je nach Art des ausgeübten Sportes haben die Radurlau-

ber spezielle Ansprüche an die touristischen Infrastrukturen (vgl. Miglbauer und Schuller 1989, Miglbauer 1995, Albrecht 1997, Klemm 1995, Steinecke 1995, Schneider 1995).

### **6.6.1 Anforderungen an Wegeverlauf und -beschaffenheit**

Wichtiger Qualitätsmaßstab radtouristischer Infrastruktur ist die Beschaffenheit der Wege. Den idealen Radwanderweg gibt es wohl kaum, da die Ansprüche an Bodenbelag, Breite, Topographie, Tourenführung u.s.w. sehr nutzerorientiert sind. Dennoch gibt es Grundsätze, die bei der Anlage von Wegen beachtet werden sollten. Radwanderwege sollten als durchgehende Achsen konzipiert sein, die ohne Unterbrechung von einem Ausgangspunkt bis zu einem Endpunkt führen. Diese Forderung hat sowohl für Ziel- als auch Rundtouren Gültigkeit. Ein Umweg von maximal 15 % wird von den Radlern noch in Kauf genommen (ADFC, 1995). Wege, die in Schlangenlinien geplant werden, um eine gewisse Streckenlänge anbieten zu können bzw. nur über große Umwege zum Ziel führen, finden wenig Akzeptanz.

Wege, die parallel zu öffentlichen Straßen geführt werden, büßen erheblich an Attraktivität ein. Einer Belastung durch Lärm und Abgase will sich kein Radfahrer während seiner Tour aussetzen, zumal die Motivationsfaktoren Gesundheit und Landschaftserleben dadurch verlorengehen. Als Frequenzobergrenze sind 3 000 Kraftfahrzeuge pro Tag anzusehen (ADFC 1995, S. 12), wobei die tägliche und wöchentliche Verteilung mit in die Betrachtung einbezogen werden muß. Zudem sollten an den betroffenen Streckenabschnitten Geschwindigkeitsbeschränkungen verhängt werden. Allenfalls als Teil eines Alltagsroutennetzes, bei dem kurze Verbindungen gefragt sind, finden Radwege entlang öffentlicher Straßen noch Zuspruch.

Aus Sicherheitsgründen sollten Kreuzungspunkte mit Autostraßen möglichst vermieden werden. Falls dennoch eine Straßenüberquerung erforderlich ist, sollte an der Radstrecke frühzeitig auf diese Gefahr aufmerksam gemacht werden. Da Radwege meist auf vorhandenen Feldwegen geführt werden, können Konflikte mit anderen Nutzern, wie Fahrzeugen der Land- und Forstwirtschaft, nicht ausgeschlossen werden, wodurch mit Attraktivitätseinbußen zu rechnen ist. Deshalb sollte bereits in der Planungsphase der Nutzungsgrad durch Dritte abgeklärt werden, um auch einen optimalen Grad an Sicherheit für den Radfahrer zu erreichen.

Die Breite des Weges beeinflusst die Verkehrssicherheit. Ein Überholen und Ausweichen

bei entgegenkommenden Radfahrern muß auf allen Streckenabschnitten gewährleistet sein. Die Fahrbahnbreite sollte mindestens zwei Meter betragen und darf nur in Ausnahmefällen auf kurzen Streckenabschnitten schmaler sein, wie z.B. auf Stegen oder Brücken (ADFC 1993, S. 11, Sächsisches Staatsministerium für Wirtschaft und Arbeit 1993, S. 20/21). Diese Größenordnung erlaubt auch eine gefahrlose Tour mit Kindern, die wegen Verunsicherungen oder abrupten Lenkbewegungen größere Freiräume benötigen. Zudem ist es möglich, ohne Gefahren nebeneinanderher zu fahren, denn gerade bei Radwanderungen spielt das Gruppenerlebnis eine große Rolle. Bei starker Freqüentierung der Strecke erweist sich eine Fahrbahnbreite von drei Metern als sinnvoll. Außerdem muß die Möglichkeit der Wartung und Unterhaltung der Wege durch Baufahrzeuge in Betracht gezogen werden.

### Oberflächenbefestigung

Nach den Ausführungen des Büros für Tourismus und Erholungsplanung (BTE 1994, S. 11) ist neben der Wegführung die gute Nutzbarkeit eines Weges entscheidend für seine Attraktivität. Grundsätzlich sollte ein Radweg ganzjährig nutzbar sein. Deshalb sollte bei der Wahl der Beschichtung darauf geachtet werden, daß auch nach längeren Regenzeiten der Weg befahrbar bleibt. Somit erübrigen sich auch langfristige Kosten für ständige Instandsetzungen. Gesetzlich besteht keine Räum- und Streupflicht durch den Baulastträger bei extremen Witterungsperioden.

Möglichst glatte Oberflächen sind nicht nur komfortabler, sondern auch sicherer zu befahren. Geringe Rollwiderstände und ebene Flächen ohne Schlaglöcher mindern die Sturzgefahr. Deshalb sind Asphalt- bzw. Bitumendecken bei den Radfahrern am begehrtesten (BTE 1994, S. 17, vgl. Landesagentur für Struktur und Arbeit (LASA) 1992). Der schwarze Asphaltbelag läßt sich durch verschiedene Beimengungen auch aufhellen, so daß er sich der Landschaft besser anpaßt. Eine Querneigung von 3 % fördert den Selbstreinigungseffekt der Wege durch Niederschlagswasser (ADFC 1995, S. 13). Für Radwege geeignet sind aber auch wassergebundene Decken, die sich jedoch bei starker Verdichtung wie befestigte Oberflächen ausnehmen. Pfützen können sich bilden, da nur ein geringer Teil des Wassers tatsächlich einsickert. Das meiste Wasser fließt oberirdisch ab und kann Gräben und Rillen in die Oberflächen reißen. Ein großer Nachteil wassergebundener Decken ist die Staubentwicklung nach Trockenperioden, was sich gerade beim Fahren in Gruppen sehr negativ auswirkt (Sächsisches Staatsministerium für Wirtschaft und Arbeit 1993, S. 21). Obwohl sich solche Decken in die Landschaft besser einfügen als Teerflächen, so sind sie ökologisch kaum wertvoll, da Kleinstlebewesen Teerdecken schneller überqueren als



geschotterte Wege, und somit ist die Gefahr überfahren zu werden, geringer (ADFC 1995, S. 13). Auch die Kosten spielen mit eine Rolle: wasserdurchlässige Beläge sind erheblich wartungsintensiver als Teerdecken. Wenn diese Wege zusätzlich von land- und forstwirtschaftlichen Fahrzeugen oder Pferden genutzt werden, ist eine regelmäßige Instandhaltung unbedingt erforderlich. Zudem ist in Abschnitten mit Steil- und Gefällstrecken aus Sicherheitsgründen eine zusätzliche Befestigung notwendig.

Mancherorts sind Wege mit Kopfsteinen gepflastert, optisch sicherlich ansehnlicher als Teerwege, zum Radfahren allerdings sind sie wenig geeignet. Eine hohe mechanische Belastung von Rad und Fahrer führen zu einer Verringerung der Akzeptanz sowie einer Gefahrenzone durch davon ausgehende Beeinträchtigungen. Ähnliche Erfahrungen wurden mit Betonverbundsteinen oder Betonplatten gemacht. Nach einer Untersuchung des Umwelt- und Prognoseinstitutes Heidelberg erfordert das Radfahren auf Betonverbundsteinen 20-40 % mehr Kraft als auf asphaltierten Wegen (ADFC 1995, S. 14). Das Argument, einen geringeren Grad an Versiegelung zu erreichen, erweist sich als wenig stichhaltig, da sich die Zwischenräume sehr stark zusetzen und dem Regenwasser keine Chance zum Einsickern bieten. Experten raten von solchen Wegen ab, zumal die Kosten für Asphaltdecken etwa in gleicher Höhe liegen (Sächsisches Staatsministerium für Wirtschaft und Arbeit 1993, S. 24).

### **6.6.2 Anforderungen an Gastronomie und Beherbergung**

Gäste, die mit dem Fahrrad unterwegs sind, stellen für Gastronomie und Beherbergung einen wachsenden Kundenkreis mit zielgruppenadäquaten Ansprüchen dar. Je nach Art des ausgeübten Sportes ist eine große Variationsbreite sowohl in der kulinarischen Nachfrage als auch in der Unterbringung feststellbar, wobei ein qualitativ angemessener Standard als Grundvoraussetzung gilt (ADFC 1993, S. 22-24, Miglbauer 1994, S. 131, Klemm 1995, S. 259, Hofmann 2000, S. 78/79).

Es kommen alle Kategorien an Unterkunftsarten in Frage: vom Privatzimmer bis zum Nobelhotel (ADFC 1995, FAF 7). Hinsichtlich der Ausstattung werden regionaltypische Zimmer in ruhiger Lage bevorzugt (Miglbauer 1995, o. Seitenangabe). So wichtig dem fahradfahrenden Gast auch Zimmer mit Dusche und WC sind, legt er ebenso großen Wert auf einen sicheren und abschließbaren Raum für das Fahrrad. Von Vorteil sind ebenerdige Keller oder Garagen, die zudem eine Möglichkeit für die Reinigung des Rades aufweisen (Albrecht 1997, S. 44). Sehr gerne werden als Übernachtungsquartiere Häuser mit ange-

schlossener Gastronomie aufgesucht.

Die radfahrenden Gäste wissen Trockenräume für Kleidung und Ausrüstung zu schätzen. Für den Notfall sollten Schläuche, Werkzeuge, Klebematerial oder Luftpumpen bereitgehalten werden. Das Personal des Betriebes muß in der Lage sein, dem auskunftsuchenden Gast Tips und Ratschläge zu geben. Fragen nach Transportmöglichkeiten, Veranstaltungen, Routenverlauf, Reparaturwerkstätten oder Einkehrmöglichkeiten werden von dieser Gästegruppe immer wieder an das Personal herangetragen (Miglbauer 1995, o. Seitenangabe). Ebenso sollten Radkarten, Fahrpläne und Informationsbroschüren zum Verkauf bereitgehalten werden. Auf wichtige Informationen über die Region, die in einem gut exponierten Prospektständer gesammelt sind, greift der Radlergast gerne zurück. Zudem erhält er durch diese kleine Aufmerksamkeit das Gefühl, daß man sich für ihn interessiert und daß er willkommen ist. Für diesen Zweck leisten Sammelordner mit Prospekten und Informationen wertvolle Dienste und können direkt am Tisch studiert werden (Ministerium für Wirtschaft, Technik und Verkehr des Landes Schleswig-Holstein 1994, S. 25, ADFC 1993, S. 23).

Sichere Abstellanlagen vor dem Haus, die von der Terrasse aus einsehbar sind, gehören zu einem fahrradfreundlichen Betrieb dazu (Miglbauer 1995, o. Seitenangabe). Leihräder in guter Qualität können schon einmal über mißliche Situationen hinweghelfen und Akzente im Sinne eines sanften Urlaubsverkehrs setzen (Albrecht 1997, S. 44). Ein Radverleih stellt jedoch hohe Anforderungen an den Betrieb, da die Räder ständig gewartet werden müssen (Miglbauer 1995, o. Seitenangabe). Der allgemein hohe Unterhaltungsaufwand, verbunden mit hohen Personalkosten, kann entweder in Eigenregie oder aber in Kooperation mit einer Fachwerkstätte erfolgen.

Vor allem Radwanderer, die teilweise viele Stunden am Tag unterwegs sind, erwarten auch spät abends noch eine warme Mahlzeit. Auf der Speisekarte sollten vor allem leichte Gerichte zu finden sein, die wenig Fett, dafür aber viel Kohlenhydrate enthalten sollten. Die Portionen sollten auf den hungrigen Radfahrer abgestimmt und mit einem Salat angeboten werden. Ein Dessert mit frischem Obst liefert zudem Vitamine und Nährstoffe. Morgens tritt der Fahrradfahrer gerne gut gestärkt mit Müsli, Obst, Säften und nährstoffreichen Produkten die Radtour an, wobei ein Lunchpaket für unterwegs mehr als nur freundliche Geste des Betriebes ist (ADFC 1993, S. 23). Grundsätzlich wird die regionaltypische Küche der Vollwertküche vorgezogen (Miglbauer 1994, S. 133). Das Ausprobieren der einheimischen Gerichte ist ein wichtiger Aspekt und Urlaubsmotiv der Radtouristen, um die Kultur des Gastlandes kennenzulernen. Auf Interesse stößt die Herkunftsdeklaration der Produkte,

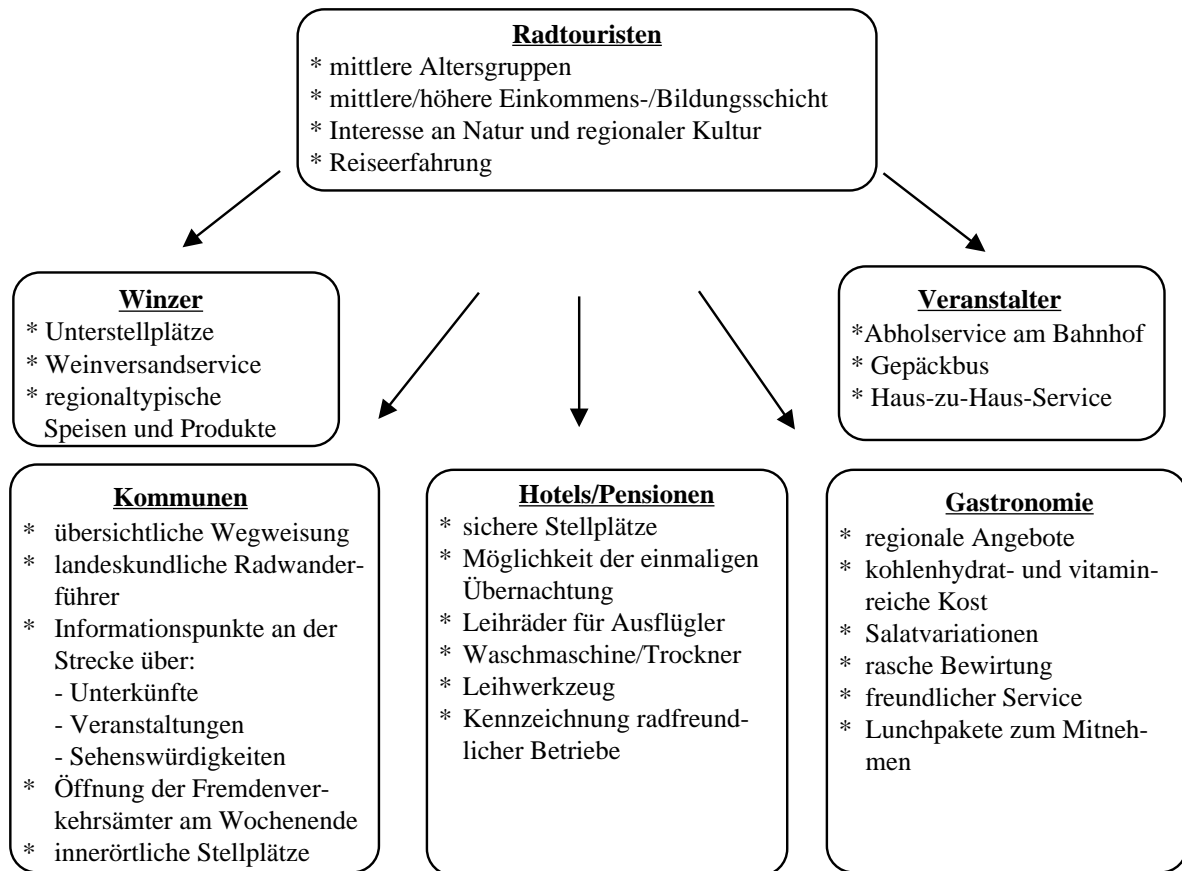
die von örtlichen landwirtschaftlichen Betrieben direkt bezogen werden. Ein Begrüßungstrunk mit hausgemachten Säften oder Schnäpsen kommt bei den Gästen besonders gut an (Miglbauer 1994, S. 133). Wegen der eingeschränkten Transportkapazität sind Radfahrer auf Gaststätten und Restaurants entlang der Route angewiesen. Sie legen tagsüber öfter kleine Pausen ein und speisen auch zwischendurch, was bedeutet, daß die Küchen ganzjährig warme Mahlzeiten anbieten sollten.

Viele Radtouristen buchen nicht vor, so daß es in der Hauptsaison zu Engpässen bei der Unterbringung kommen kann. Einige Regionen haben aus diesem Dilemma einen Ausweg gefunden, indem sie sogenannte "Heubetten" anbieten, auf die die Touristen gerne einmal zurückgreifen (Arbeitsgemeinschaft "Urlaub und Freizeit auf dem Lande" Bothel). Vor allem für Kinder ist diese neue Form der Übernachtung interessant. Die Qualität muß allerdings hinsichtlich Hygiene und Verpflegung gewährleistet sein. Aus diesen Tendenzen und Entwicklungen können sich Impulse und Chancen für den ländlich geprägten Raum ergeben, denn auch Winzer- und Bauernhöfe als regionaltypische Besonderheiten liegen im Trend der Radtouristen (ADFC 1993, S. 24). Hinweise auf den Betrieb am Radweg sichern zusätzlich Gäste und sind eine freundliche Art, auf die Verpflegungsstation hinzuweisen. Der ADFC ist damit beschäftigt, Plaketten für fahrradfreundliche Betriebe mit Qualitätsstandards auszuarbeiten, die vom DEHOGA aus einer Kontrolle unterworfen werden könnten (ADFC 1995, FAF 7, Miglbauer 1994, S. 141).

Ein funktionierender Transportdienst vom und zum Bahnhof erleichtert den mit öffentlichen Nahverkehrsmitteln anreisenden Gästen den Weg zur Unterkunft. Es gibt schon mancherlei positive Beispiele eines Radlerbusses, die in speziell angefertigten Anhängern Räder sicher und schadlos befördern können (Miglbauer 1994, S. 127/128, ADFC 1993, S. 30-33).

In Regionen, die bereits radtouristische Bedeutung erlangt haben, bietet ein zentrales computergesteuertes Zimmervermittlungs- und Buchungssystem bzw. eine Informationssäule einen besonderen Service für Fahrradgäste, die nach Dienstschluß der Fremdenverkehrsstelle anreisen. Viele der Fahrradtouristen sind auf der Durchreise und suchen für nur eine Nacht ein Quartier. In vielen Fremdenverkehrsregionen war in dieser Beziehung ein Umdenken erforderlich, da man sich auf neue Bedürfnisse von Kunden einstellen mußte (Miglbauer 1994, S. 13).

Abb. 20: Erwartungen der Radfahrer an die touristischen Leistungsträger



Quelle: Steinecke 1995

Über spezielle Pauschalangebote kann die Aufenthaltsdauer der Radtouristen verlängert werden. Für diesen Zweck muß ein Haus die entsprechende Infrastruktur erbringen. Geführte Radwanderungen, Veranstaltungen oder Schlechtwetterprogramme für Kinder weiß der Radfahrer zu schätzen. Spielmagazine sollten in keinem Betrieb fehlen. Die Radtouristen interessieren sich für Routen mit regionaltypischen Besonderheiten, wie beispielsweise eine "Mühlentour" oder eine "Kartoffeltour" (Miglbauer 1994, S. 136, ebd. 1995 o. Seitenangabe). Eine Radwander-Urkunde kann die Gäste animieren, verschiedene Erlebnispunkte anzufahren und zu besichtigen. Bei diesen Angeboten ist eher Kreativität gefordert als große finanzielle Investitionen. Die Gastronomie kann für den Erfolgsfaktor des Radtourismus in einer Region einen entscheidenden Beitrag leisten. Gutes Beispiel hierfür ist das Münsterland (Ministerium für Wirtschaft, Technik und Verkehr 1994, S. 74-89).

## **7 Konzeption und Realisierung fahrradtouristischer Angebote im Sankt Wendeler Land sowie empirische Analysen**

### **7.1 Vorstellung des Sankt Wendeler Landes**

Das Sankt Wendeler Land im Naturpark Saar-Hunsrück umfaßt das politische Gebilde des "Landkreises St. Wendel". Im äußersten Nordosten des Saarlandes an der Grenze zu Rheinland-Pfalz gelegen, erstreckt sich der Landkreis St. Wendel über eine Fläche von 476,13 Quadratkilometern und hat 96 347 Einwohner. Er ist damit flächenmäßig der größte Landkreis innerhalb des Saarlandes, einwohnermäßig aber der kleinste (Stand 31.3.97, Statistisches Landesamt des Saarlandes). Zu der im Zuge der Gebiets- und Verwaltungsreform 1974 geschaffenen politischen Einheit gehören die Gemeinden: Freisen, Marpingen, Namborn, Nohfelden, Nonnweiler, Oberthal, Tholey sowie die Kreisstadt St. Wendel.

Das Sankt Wendeler Land kann auf eine lange geschichtliche Vergangenheit zurückblicken. Bereits aus der Bronze- und Eisenzeit sind Spuren menschlicher Besiedlung belegt (Hoppstädter et al. 1960). Kelten, Römer und Franken bescherten viele kulturhistorische Zeugnisse, wie der keltische Ringwall in Otzenhausen, Befestigungsanlagen auf dem Momberg bei Gronig sowie die Abteikirche Tholey. Namensgeber und Schutzpatron ist der heilige Wendalinus, der im 7. Jahrhundert im heutigen St. Wendel als Eremit der irisch-schottischen Mönchsbevewegung gelebt und gewirkt hat. Seine Verehrung im frühen Mittelalter begründete den Reichtum der Stadt durch die Verleihung der Markt- und Stadtrechte im Jahre 1332 sowie die Errichtung der Wendalinusbasilika im frühen 15. Jahrhundert (siehe auch Kap. 2 "Naturpark Saar-Hunsrück"). Die Burgruine Veldenz in Nohfelden sowie die Liebenburg in Namborn dienen heute als Aussichtspunkte.

Die ländlich geprägte Region wird überwiegend agrarisch genutzt. Insbesondere kleinere und mittlere industrielle Betriebe stellen das Arbeitsplatzpotential für die einheimische Bevölkerung. Nur wenige größere Industrieunternehmungen haben sich im Landkreis St. Wendel niedergelassen.

### Entwicklung und Bedeutung des Tourismus im Sankt Wendeler Land

Wirtschaftliche Gründe waren es, die Politiker zum Bau des Bostalsees veranlaßten, der 1979 offiziell seiner Bestimmung übergeben wurde. Bauträger und Eigentümer der auf

mittlerweile 360 Hektar arrondierten Fläche ist der Landkreis St. Wendel. Der 120 Hektar große Freizeitsee hat die Initialzündung zur touristischen Entwicklung im Sankt Wendeler Land gegeben, die mittlerweile eine Spitzenstellung im Saarland erreicht hat. Alle Wassersportarten - außer Motorsport - dürfen hier ausgeübt werden: Baden, Tretbootfahren, Angeln, Segeln, Surfen, Tauchen. Großzügig gestaltete Spiel- und Liegewiesen, Rad- und Wanderweg, Fischereilehrpfad sowie ein angeschlossener Campingplatz ziehen jedes Jahr viele Tagestouristen aus einem Umkreis bis zu 150 Kilometern sowie Urlaubsgäste an diesen naturnah angelegten See. Rund 20 Hektar Wasserfläche wurden als Naturschutzgebiet ausgewiesen und sind für Besucher gesperrt.

Nach der Maxime, die touristische Entwicklung in den Seedörfern zu fördern, wurde der See frei von privater Bebauung gehalten und ist somit für die Öffentlichkeit überall zugänglich. Rund 420 000 Besucher verzeichnete das Freizeitzentrum Bostalsee 1998 (Freizeitzentrum Bostalsee 1998). Durch seine verkehrsgünstige Lage - zwischen 9,5 km bzw. 5 km von den Anschlußstellen zur A 1 bzw. A 62 - ist der größte Freizeitsee im Südwesten Deutschlands in etwa einer Autostunde von Trier, Kaiserslautern, Saarbrücken und Mannheim erreichbar.

Im Jahr 1998 registrierte das Statistische Landesamt des Saarlandes (1998) für den Landkreis St. Wendel eine Übernachtungszahl von 268 754 und eine Gästezahl von 74 196. Von den im Landkreis St. Wendel existierenden 132 Betrieben (Stand: 1998 laut Unterkunftsverzeichnis der Tourist-Information Sankt Wendeler Land) unterliegen lediglich 42 der amtlichen Berichtspflicht.<sup>7</sup> Gemeldet sind 1 907 Gästebetten.

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer liegt bei 3,6 Tagen. Laut Deutschem Wirtschaftswissenschaftlichen Institut für Fremdenverkehr an der Universität München (DWIF) (1992, S. 182) werden pro Übernachtungsgast (Grundlage alle Betriebsarten) im Saarland Ausgaben in Höhe von 109,50 DM am Tag getätigt. Hinzuzuaddieren sind die Übernachtungen auf dem Campingplatz am Bostalsee, die 1998 20 589 betragen (Freizeitzentrum Bostalsee 1998). Laut DWIF (1995) werden rund 25 % der Übernachtungen in Privatquartieren gebucht, wodurch im Sankt Wendeler Land nochmals eine Übernachtungszahl von 72 335 angesetzt werden kann. Hieraus ergibt sich ein Gesamtumsatz durch den übernachtenden Fremdenverkehr 1998 in Höhe von 39,6 Millionen DM.

---

<sup>7</sup> Berichtspflichtig sind nach dem Beherbergungsstatistikgesetz vom 14. Juli 1980 (BGBII, S. 953 ) alle Beherbergungsbetriebe privater und gewerblicher Art, die mehr als acht Gäste gleichzeitig unterbringen können.

Das DWIF (1995) ermittelte für das Saarland durchschnittliche Ausgaben von Tagesausflüglern in Höhe von 48,40 DM. Allein auf der Basis "Besucherzahlen Bostalsee" ergibt sich hierfür im Jahr 1998 ein Umsatz von 20,3 Mio. DM. Insgesamt kann für das Jahr 1998 von einem Gesamtumsatz durch übernachtenden Fremdenverkehr und Tagesausflugsverkehr am Bostalsee in Höhe von 59,9 Mio. DM ausgegangen werden. Folgt man den Berechnungen des DWIF, so fließen ca. 3 % der Netto-Umsätze in Form von Steuern und Abgaben in öffentliche Kassen zurück. Wichtiges Indiz für die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus sind Arbeitsstättenpotential und Umsätze aus dem Gastronomiebereich. Die Handels- und Gaststättenzählung in den Bundesrepublik Deutschland (Totalerhebung, Stichtag 30.4.1993) ergab, daß sich rund jede fünfte Arbeitsstelle im saarländischen Gastgewerbe im Landkreis St. Wendel befindet (zum Vergleich: Saarbrücken verfügt über ein Drittel aller Arbeitsstellen in diesem Dienstleistungsbereich) (Monatsheft Statistisches Landesamt des Saarlandes 7/96, S. 12).

Ein Maß für die Bedeutung der Gastronomie ist der Umsatz je Einwohner. Hierbei lag die Gemeinde Nohfelden mit 1 572 DM pro Einwohner neben Saarbrücken und Saarlouis (jeweils 1 586 DM/Einwohner) an der Spitze des Saarlandes (Basis 1992, Monatsheft Statistisches Landesamt des Saarlandes 7/96, S. 15). Auch landkreisweit betrachtet, liegt das Sankt Wendeler Land mit einem Umsatz aus dem Gastgewerbe von 842,03 DM je Einwohner nach dem Stadtverband Saarbrücken (1 099,56 DM) in der oberen Rangskala. Der Landkreis St. Wendel bildet saarlandweit auch die Spitze mit 20,4 Beschäftigten im Gastronomiebereich pro 1 000 Einwohner (Monatsheft Statistisches Landesamt des Saarlandes 7/96, S. 14). Aus den aufgeführten Daten geht hervor, daß Freizeit und Tourismus eine nicht zu unterschätzende wirtschaftliche Bedeutung in dem ländlich strukturierten Gebiet im Norden des Saarlandes haben.

Für den Kreistag des Landkreises St. Wendel ist Tourismusförderung erklärtes Ziel, dem sich auch die dazugehörenden Gemeinden anschließen. Dieses politische Entscheidungsgremium unterstützt fremdenverkehrsfördernde Projekte der Gemeinden finanziell mit der Übernahme von 10 % der zuschußfähigen Kosten. So konnten u.a. in den letzten Jahren erhebliche Verbesserungen auf dem Freizeitsektor erreicht werden: Bau einer Sommerrodelbahn in Nonnweiler-Braunshausen, originalgetreue Restaurierung der historischen Johann-Adams-Mühle mit Kreismühlenmuseum in Theley, Umbau des Schaumbergbades in Tholey zu einem Spaßbad, Restaurierung der Burg in Nohfelden, Restaurierung eines südwestdeutschen Bauernhauses in Freisen-Reitscheid als Landwirtschaftsmuseum sowie Ausbau der ehemaligen Bahntrasse Türkismühle - Kusel zu einem Rad- und Wanderweg.

An der Primstalsperre in Nonnweiler, einem Trink- und Brauchwasserreservoir, entstand auf dem 13 km langen Rundweg ein Planetenwanderweg, der maßstabsgerecht die Größenverhältnisse der Planeten zur Sonne und ihre Entfernungen anschaulich repräsentiert.

Aufgrund seiner topographischen Lage, der Vielfältigkeit der Landschaft sowie der ländlich geprägten Struktur wurden Teile des Sankt Wendeler Landes in den Naturpark Saar-Hunsrück integriert (siehe auch Kap. 2 "Naturpark Saar-Hunsrück"). Durch seine natürlichen Voraussetzungen und die Lage in einem großräumigen Schutzgebiet ist das Sankt Wendeler Land für naturgebundene Urlaubsformen geradezu prädestiniert. So gehören Erholungsformen wie Wandern, Radfahren oder Wassersport zu den Angebotsschwerpunkten der Tourist-Information Sankt Wendeler Land, der für den Fremdenverkehr zuständigen Kreisstelle. Einer regen Nachfrage erfreuen sich auch die Pauschalen im Kreativbereich, die im Kunstzentrum Bosener Mühle, in der Rötelmalschule Oberthal sowie der Johann-Adams-Mühle angeboten werden.

## **7.2 Konzeptionsphase des Radwanderangebotes im Sankt Wendeler Land**

Wie in Kapitel 3 dargestellt, gehört das Fahrradfahren zu den beliebtesten Sportarten. So konnte auch im Sankt Wendeler Land eine verstärkte Nachfrage nach radtouristischen Angeboten sowohl von Gästen als auch von Einheimischen festgestellt werden. Dieses Interesse ist auch zurückzuführen auf die seit Jahren stattfindenden, international bedeutenden Radsportveranstaltungen in der Kreisstadt St. Wendel (Deutsche Meisterschaften im Duathlon und Straßenrennen, MTB-Weltcup, MTB-Marathon, Powerman-Duathlon), von denen eine gewisse Animationswirkung ausgeht (mündliche Auskunft Klaus Bouillon, Bürgermeister der Stadt St. Wendel) (s. Anhang 8). Die Tourist-Information Sankt Wendeler Land begann im August 1991 mit der Ausarbeitung eines Konzeptes zur Erstellung eines Radwanderwegenetzes. Theoretische Grundlage hierfür boten u.a. die Ausführungen in Kap. 6, der "Radverkehrs- und Beschilderungsplan Kreis Neuss" (Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen 1986) sowie die Ergebnisse der Fachtagung "Fahrradtourismus - Marketing und Strategien der Öffentlichkeitsarbeit" in Bochum (veröffentlicht in: ADFC Nordrhein-Westfalen 1992) (s. Anhang 6). Primär für die Zielgruppe Familien mit Kindern sollte eine Angebotslücke bei den naturgebundenen Erholungsformen geschlossen werden.

Ziel war es, ein radtouristisches Grundnetz für den Landkreis St. Wendel zu erstellen, an das eventuell örtliche Radwege angeschlossen werden können. Da die Erstellung eines sol-



chen Netzes von der Landkreisverwaltung in Angriff genommen worden ist, konnte die Thematik gemeindeübergreifend bearbeitet werden. Dies hatte den Vorteil, daß nicht kommunale Verwaltungsgrenzen, sondern vielmehr spezifische thematische Inhalte die Konzeption der Wege bestimmten. Auf diese Weise war es möglich, landschaftsräumliche Einheiten und verschiedene Sehenswürdigkeiten in die Routenplanung miteinzubeziehen.

Vom Grundgedanken her sollten Rundtouren erstellt werden. Diese haben gegenüber Zielwanderwegen den Vorteil, daß sie zum Ausgangspunkt zurückführen und somit dem Nutzer entweder Sucharbeit oder aber die wiederholte Nutzung desselben Weges ersparen. In der Konzeption wurden die Ansprüche von Einheimischen, Naherholungstouristen und Urlaubern gleichermaßen berücksichtigt. Deshalb wurde der Ausgangspunkt der Touren vom Vorhandensein eines Parkplatzes abhängig gemacht. Somit sollte gewährleistet sein, daß Naherholungstouristen, die mit dem Wagen anreisen, eine sachgerechte Abstellmöglichkeit vorfinden. Mit Rücksicht auf die Einheimischen sollten die Ausgangspunkte der Touren gleichmäßig über den Landkreis verteilt und weniger an touristischen Zentren orientiert werden. Da die einheimische Bevölkerung in der Regel Ortskenntnis besitzt, kann sie problemlos direkt vom Wohnort auf eine der Strecken auffahren, ohne daß ein PKW für den Transfer benötigt wird.

Aus Umwelt- und Kostengründen sollte zunächst versucht werden, bestehende Wege zu nutzen, ohne daß ein Ausbau bzw. eine Neuanlage von Wegen notwendig werden sollte. Deshalb kamen nicht nur asphaltierte Feldwirtschaftswege als Radstrecken in Frage, sondern auch Feldwege mit wassergebundenen Decken mußten von vornherein in die Konzeption miteinbezogen werden. In dieser Phase war zunächst noch nicht abzusehen, ob eventuell ein Teilausbau von Wegstrecken erforderlich sein würde. Solche Baumaßnahmen hätten die praktische Umsetzung der Radwegeplanung zeitlich verzögert und finanziell möglicherweise in Frage gestellt.

Nur in Ausnahmefällen sollten öffentliche Verkehrsstraßen in das Radstreckennetz einbezogen und nach Möglichkeit Kreuzungspunkte mit solchen Straßen vermieden werden. Aus Sicherheitsgründen sollte Wegen mit einer Mindestbreite von zwei Metern der Vorzug gegeben werden.

Neben diesen Grundanforderungen an die Wege selbst wurden in der Konzeption wichtige Aussagen zu den thematischen Inhalten der Radstrecken getroffen. Die Zielvorgabe bestand darin, Gästen und Einheimischen gleichermaßen die Infrastruktur für eine attraktive Freizeitbeschäftigung zu bieten, die es erlaubt, die Gast- bzw. Heimatregion intensiv zu er-

leben und kennenzulernen. Möglichst viele Sehenswürdigkeiten, Kultur- und Naturdenkmäler sowie verschiedenartige Landschaftsformen sollten die einzelnen Routenführungen einschließen. Gastronomische Einrichtungen fanden ebenso Beachtung wie Spiel- und Grillplätze.

In der Konzeption festgeschrieben war die Berücksichtigung unterschiedlicher sportlicher Leistungsfähigkeit. Das Wegenetz sollte sowohl ungeübten als auch sportlich interessierten Fahrern gerecht werden. Aus diesem Grund mußten Alternativen hinsichtlich Streckenlänge und Schwierigkeitsgrad ausgearbeitet werden, um den verschiedensten Anforderungen Rechnung zu tragen.

Die Topographie des Sankt Wendeler Landes mit ihrem bewegten Relief, vor allem im Norden des Landkreises, erlaubt viele Variationsmöglichkeiten, so daß dieser leistungsorientierte Anspruch in die Praxis umgesetzt werden konnte. Diese speziellen Streckenführungen sollten allerdings den weniger sportlichen Fahrern nicht vorenthalten werden, weshalb insbesondere für diese Routen Abkürzungsvorschläge erarbeitet werden sollten. Zudem schien es sinnvoll, für die sportlichen Fahrer eine Routenführung zu finden, die größere Touren erlaubt, ohne daß Strecken mehrmals tangiert werden. Diese Wegführung sollte Bestandteil der bestehenden Routen sein und analog des "Kreisrundwanderweges Sankt Wendeler Land" konzeptionell berücksichtigt werden.

Neben der Angabe einzelner Abkürzungsmöglichkeiten sah das Konzept die Herstellung überörtlicher Verbindungen an die benachbarten Landkreise vor. Als Ziel sollte eine Tour von Kusel bis nach Frankreich über ausgeschilderte Wegstrecken als Zielwanderung ermöglicht werden. Von den Landkreisen Saarlouis, Neunkirchen, Kusel und Merzig-Wadern wurde grundsätzlich Einverständnis für diese Vorgehens- und Verfahrensweise erteilt, so daß diese Idee konzeptionell mitaufgenommen wurde.

Hinsichtlich der Ausschilderung wurde ein kreisübergreifendes, einheitliches Wegweisungssystem als sinnvoll erachtet. Da bisher mit Ausnahme des Saarland-Rundradweges (1990 initiiert vom saarländischen Umweltministerium, war in Umorganisation und Neuausschilderung begriffen) keine Radwegebeschilderung im Landkreis St. Wendel vorhanden war, mußte keine Rücksicht auf bereits bestehende Ausschilderungen genommen werden.

Auf der Basis des Radverkehrs- und Beschilderungsplanes Kreis Neuss sowie der Fachtaugung "Fahrradtourismus - Marketing und Strategien der Öffentlichkeitsarbeit" (Institut für

Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen 1986, S. 68-82, ADFC Nordrhein-Westfalen 1992, S. 56) wurden folgende Grundanforderungen an die Beschilderung formuliert:

1. Einheitlichkeit in der Beschilderung aller Strecken
2. gute Erkennbarkeit durch Signalfarbe und Symbolik
3. eindeutige Richtungsweisung
4. eindeutige Routenbezeichnung

Viele Regionen, die mit dem Radtourismus ein Image aufzubauen versuchen, leiden unter mangelhafter Ausschilderung. Strecken, erst einmal beschildert, werden viel zu oft sich selbst überlassen und weisen durch Zerstörungen, Baumfällarbeiten oder auch natürliche Kräfte nach kurzer Zeit bereits beträchtliche Lücken auf, die zu Verärgerung der Nutzer führen können. Deshalb wurde der Routen- und Beschilderungsüberwachung schon in der Konzeptionsphase intensive Beachtung geschenkt. Es wurde die Idee geboren, den sieben im Landkreis St. Wendel ansässigen Radvereinen eine Art "Patenschaft" über eine bestimmte Tour zu übertragen, die finanziell honoriert werden sollte. Auf diese Weise könnte eine ständige Kontrolle der Wege gewährleistet sein.

Parallel zur Einrichtung der Radtouren und einer Beschilderung sollte weiteres Informationsmaterial erstellt werden, das eine zusätzliche Orientierungshilfe durch die Angabe topographischer Elemente bot. Um dem Anspruch einer "Sanften Freizeitform" gerecht zu werden, waren Erläuterungen zu den an den Strecken liegenden Besonderheiten notwendig. Das Informationsmaterial sollte darüberhinaus eine Lokalisierung von Sehenswürdigkeiten und Freizeiteinrichtungen ermöglichen sowie Grundlage für eigene Tourenplanungen sein.

Zusammenfassend wurden folgende Leitgedanken entwickelt:

1. Schaffung eines kreisübergreifenden Radnetzes, das Verbindungen in die benachbarten Landkreise des Saarlandes ermöglicht
2. Ausgiebiges Landschafts- und Kulturerlebnis mit entsprechenden Erklärungen
3. Zielgruppe "Familien mit Kindern" mit vielfältigen Variationsmöglichkeiten sowohl für sportliche als auch ungeübte Radfahrer
4. Rundwandertouren mit einem Parkplatz am Ausgangspunkt
5. Streckenführung möglichst auf asphaltierten Feldwirtschaftswegen und befestigten Feldwegen

6. Berücksichtigung der Verkehrssicherheit
7. Entwicklung eines Beschilderungssystems
8. Regelung der Streckenkontrolle
9. Erstellung von begleitendem Informationsmaterial

### **7.3 Genehmigungs- und Realisierungsphase Radwanderkonzept**

Nachdem die radtouristische Konzeption der Tourist-Information Sankt Wendeler Land von den politischen Gremien, insbesondere dem Kreistagsausschuß für Naherholung und Fremdenverkehr, genehmigt worden war, konnte die praktische Umsetzung der theoretischen Ausführungen beginnen.

Nachdem Gemeinden, Forst und Naturschutz über das Vorhaben informiert waren, wurde eine Inventarisierung der bestehenden Wege vorgenommen. Im Oktober 1991 wurden die Gemeinden angeschrieben und um Mithilfe bei Erfassung und Kartographieren der Wege gebeten. In farblicher Abstufung kennzeichneten sie in einer Blaupause Straßen mit geringem Verkehrsaufkommen, geteerte Feldwirtschaftswege sowie Feldwege, die mit dem Fahrrad befahrbar waren. Auf diese Art und Weise sollte sichergestellt werden, daß durch die Ortskenntnis der zuständigen Sachbearbeiter eine fundierte Vorauswahl möglicher Strecken getroffen werden konnte. Die Ergebnisse der Gemeinden trafen Ende des Jahres 1991 bei der Tourist-Information Sankt Wendeler Land ein und wurden dort in eine großmaßstäbige Übersichtskarte übertragen. Diese enthielt eine umfassende Inventarisierung bestehender Wege im gesamten Landkreis St. Wendel, die bereits hinsichtlich der Oberflächenbeschaffenheit und Befahrbarkeit einen Überblick über fahrradtouristisch geeignete Strecken und somit eine Grundlage für die Auswahl von Routen bot.

Parallel dazu erfaßte die Tourist-Organisation des Landkreises alle Sehenswürdigkeiten, landschaftliche Besonderheiten, Natur- und Kulturdenkmäler sowie für den Fahrradtouristen interessante Freizeitstätten und Rastmöglichkeiten. Diese wurden ebenfalls in den Übersichtsplan eingetragen. Auf diese Weise kristallisierten sich bereits grobe Grundzüge der Streckenführung heraus, die sich an den Richtlinien der konzeptionellen Ausführungen orientierten. In einem folgenden Schritt wurden aufgrund der Häufigkeitsverteilung spezieller interessanter Punkte gemeindeübergreifend sechs mögliche Rundstrecken fixiert, die in verschiedenen Richtungen den Landkreis mit einem Netz überzogen. Dabei wurde darauf geachtet, daß Naturschutzgebiete nicht tangiert wurden, um auf diese Weise eine Besucherlenkung zu erreichen.

Um die Routen endgültig festlegen zu können, wurden ortsansässige Fahrradfahrer gebeten, anhand der Vorgaben einen Streckenvorschlag zu erstellen. Aufgrund jahreszeitlicher Bedingungen lagen diese Ausarbeitungen im Februar 1992 vor. Es folgte eine Kontrollfahrt, wobei gleichzeitig umfassende Beschreibungen der Touren von der Tourist-Information Sankt Wendeler Land erstellt wurden. Diese von Fahrradexperten ausgearbeiteten Streckenvorschläge entsprachen weitgehend den konzeptionellen Bedingungen, so daß nun ein zufriedenstellender Entwurf für ein Radnetz fertiggestellt war.

### **7.3.1 Testphase Radwanderkonzept**

Um eine optimale zielgruppenspezifische Umsetzung der Konzeption zu erreichen, wurde ein praxisorientierter Test der von der Verwaltung vorgeschlagenen Routen als sinnvoll erachtet. Die Tourist-Information erwartete sich davon Kritiken, Anregungen und Verbesserungsvorschläge, die in die endgültige Routenplanung einfließen sollten, um den spezifischen Bedürfnissen der Hauptzielgruppe "Familien mit Kindern" gerecht zu werden. Insbesondere waren Routenführung, Streckenlänge, Schwierigkeitsgrad, Fahrtzeit, Routenname, Personenzahl sowie Sehenswürdigkeiten entlang des Weges von Interesse (siehe Anhang 1). Um einen möglichst breiten Interessentenkreis ansprechen zu können, bot es sich an, den Vertrieb in Zusammenarbeit mit einem kompetenten Partner zu realisieren. Aus diesem Grunde wurde Kontakt mit dem ADAC Saarland aufgenommen, der über seinen Vertrieb eine große Personenzahl erreichen könnte. Im Rahmen seines Freizeitservice paßte das Thema Radfahren in das Konzept des saarländischen Automobilclubs.

#### Testablauf

Eigens für die Testaktion wurde mit Unterstützung des ADAC eine Broschüre erstellt, in die bereits die in der Konzeption entwickelten Ideen integriert waren. Sechs Touren wurden in der Broschüre vorgestellt. Da zu diesem Zeitpunkt noch keine Ausschilderung der Strecken vorhanden war, mußten die Touren sehr ausführlich und unmißverständlich beschrieben werden. Gerade diese Beschreibungen gestalteten sich im Bereich des offenen Geländes als schwierig, z.T. auch umständlich, da nur feste Bestandteile der Landschaft mit in die verbalen Ausführungen aufgenommen werden konnten, wie beispielsweise Wegkreuzungen, Gebäude, Ortslagen, Straßen. Eine zusätzliche Kilometrierung sollte die Orientierung erleichtern, was natürlich voraussetzt, daß Fahrradcomputer vorhanden sind. Zusätzlich wurde mit Genehmigung des Landesvermessungsamtes des Saarlandes eine

Schwarz-weiß-Karte mit der jeweiligen Routenführung in das Testpaket mitaufgenommen, um eine Groborientierung zu ermöglichen. Die einzelnen Tourenbeschreibungen wurden mit Nummern sowie Namen versehen, die das Typische der Route herausstellten, wie z.B. Zwei-Seen-Tour (vgl. ADFC 1993, S. 43). Parallel dazu wurde ein Fragebogen entwickelt, der den Testfahrern eine Hilfestellung bei der Beantwortung der offenen Fragen bieten sollte (siehe Anhang 1).

Um einen Anreiz für die Teilnahme zu bieten, stellte der ADAC ein Fahrrad zu Verfügung, und die Tourist-Information Sankt Wendeler Land stiftete einen Aufenthalt für zwei Personen mit zwei Übernachtungen. Nach Beendigung der Aktion sollten unter den Einsendern die Gewinner gelost werden.

Bereits in der Testbroschüre mit dem Titel "Unser Rat: Fahr` Rad im Sankt Wendeler Land" wurde eine Kreisradtour mit einer Länge von 160 Kilometern vorgestellt, die für sportliche Fahrer geeignet ist. Ohne einen Streckenabschnitt zu wiederholen, war es möglich, über Verbindungswege alle Touren miteinander zu verknüpfen. Darüber hinaus wurden bereits Anbindungen an die benachbarten Landkreise Saarlouis, Neunkirchen und Kusel vorgestellt.

Die zweifarbige Broschüre im DIN-A 4-Format wurde in einer Auflage von 1 000 Exemplaren aufgelegt. Durch eine intensive Pressearbeit wurde auf die Aktion aufmerksam gemacht, die offiziell am 10. April 1992 (Datum der Pressekonferenz) eingeläutet wurde. Bereits auf der Freizeitmesse in Saarbrücken im März des gleichen Jahres wurde per Handzettel Werbung gemacht. Berichte erfolgten im Saarländischen Rundfunk und Fernsehen. Eine Veröffentlichung wurde im bundesweit erscheinenden Magazin "ADAC-Motorwelt" getätigt, die eine große Nachfrage auslöste. Zudem wurde eine Prominenten-Radtour in Zusammenarbeit mit "SR 3-Saarlandwelle" durchgeführt, zu der Persönlichkeiten aus Politik, Sport, Wirtschaft und Presse eingeladen waren. Insbesondere diese aktive Form der Bekanntmachung stieß auf eine rege Resonanz. Die Verteilung der Broschüre wurde weit gestreut durch die Tourist-Information Sankt Wendeler Land, ADAC, Sportgeschäfte, Verkehrsämter der Gemeinden sowie Radfahrvereine.

Die Aktion löste eine derart große Nachfrage aus, daß die Broschüre bereits nach kurzer Zeit vergriffen war und man sich mit Kopien behelfen mußte, ein eindeutiges Indiz für die Attraktivität dieses Sportes. Ein Nachdruck war finanziell zu aufwendig, zumal die weitere Nachfrage nicht abgeschätzt werden konnte. Die Aktion wurde am 30.9.1992 nach einer fünfeinhalbmonatigen Testphase offiziell mit der Überreichung der beiden Preise an die

Losgewinner beendet.

### Testergebnis

Von den 1 687 in Umlauf gebrachten Testpaketen gingen lediglich 195 ausgefüllte Fragebögen bei der Tourist-Information Sankt Wendeler Land ein, die auch die Auswertung vornahm. Im Vergleich zu Fragebogenaktionen zum Fahrradtourismus in anderen Gebieten ist diese Rücklaufquote von 11,6 % als sehr gering einzustufen (z.B. beim Tauernradweg wurde eine Rücklaufquote von 55 % erreicht (Albrecht 1997, S. 82). Der Fragebogen selbst wäre ohne großen Zeitaufwand zu beantworten gewesen, abgesehen von möglichen Alternativvorschlägen für Routenführungen. Auch die Zeitspanne des Testlaufes von Anfang April bis Ende September wird für 6 Touren als ausreichend erachtet. Möglicherweise wurden die Testpakete nur angefordert, um Vorschläge über Fahrradstrecken zu erhalten, ohne Interesse an einer aktiven Mitwirkung bei der Routengestaltung. Einigen mündlichen Auskünften zufolge, beendeten verschiedene Fahrradfahrer frühzeitig die Aktion, weil der Spaß an den Touren verloren ging, aufgrund der umständlichen Beschreibungen, die ständig zum Anhalten zwangen.

In der Zusammenfassung brachte die Auswertung folgendes Ergebnis:

Die Mehrheit der Testpersonen kam aus dem Landkreis St. Wendel (rd. 58 %) und dem übrigen Saarland (rd. 28 %). Die restlichen rd. 14 % der beantworteten Fragebögen wurden von Gästen eingereicht. Am häufigsten wurden die Radstrecken Nr. 2 (Rund um Spiemont und Steinberg) sowie Nr. 3 (Zwei-Seen-Tour) abgefahren, gefolgt von Nr. 6 (Rund um den Weiselberg), Nr. 1 (Skulpturentour), Nr. 5 (Panoramatour) und zuletzt Nr. 4 (Rund um St. Wendel).

Überraschend dabei war, daß die anspruchsvollste Strecke (Nr. 3) mit am häufigsten befahren worden ist. Die überwiegende Zahl der Tester war in Gruppen von drei und vier Personen unterwegs und fuhr eher regelmäßig (3-4 Touren pro Monat) Fahrrad.

Die in den Beschreibungen angegebenen Fahrtzeiten stimmten zum größten Teil mit den Angaben der Testpersonen überein. Auch der Schwierigkeitsgrad entsprach, wie von der Tourist-Information angegeben, den Beurteilungen der Radfahrer. Schwierigkeiten in der Routenbeschreibung traten nur vereinzelt auf, in der Regel wurden die Beschreibungen als ausreichend erachtet. Aufgrund der noch fehlenden Beschilderung wurde in einigen Fällen auf die recht umständliche Art der Beschreibung verwiesen, die insgesamt aber als not-

wendig akzeptiert wurde. Die zu bewertenden Alternativvorschläge wurden nicht beurteilt, so daß die vorgeschlagenen Routenführungen beibehalten werden konnten. Der Tourist-Information liegen keine Angaben darüber vor, ob diese Alternativstrecken überhaupt getestet worden sind. Die angefertigten Routenskizzen in Schwarz-weiß boten den Testern eine Orientierungshilfe. Die meisten Radfahrer waren mit Mountainbikes und Tourenrädern unterwegs.

Eine Person reichte einen kompletten Vorschlag einer Radtour im Bereich Marpingen-Alsweiler ein, der soweit ausgearbeitet war, daß er nach Kontrolle in das Routennetz des Landkreises übernommen wurde. Diese Tour erlaubt vor allem einen direkten Anschluß an das Tourennetz des benachbarten Landkreises Neunkirchen. So existierten nunmehr sieben Radstrecken im Bereich des Sankt Wendeler Landes.

Die Testphase ergab hinsichtlich Streckenauswahl und Routenführung insgesamt ein positives Ergebnis, so daß in dieser Beziehung keine Änderungen vorgenommen werden mußten. Etliche Testpersonen stellten die Vielfalt und "Schönheit" der Landschaft heraus, woraus eine Bestätigung der Bedeutung des Faktors "Landschaftserleben" für den Fahrradtouristen zu entnehmen ist.

### **7.3.2 Rechtliche Situation der Wegenutzung**

Bevor nun eine Freigabe der Fahrradwege zur allgemeinen Nutzung erfolgen konnte, mußte die rechtliche Situation der Haftungsfrage geklärt sein. Das Benutzungsrecht für Straßen und Wege sowie die Verkehrssicherungspflicht sind in entsprechenden bundes- und landesrechtlichen Vorschriften geregelt. Klassifizierte Straßen (Bund, Land, Kreis) oder öffentliche Gemeindestraßen, die der Straßenverkehrsordnung unterliegen, dürfen nur im Rahmen ihrer Widmung genutzt werden. Werden Radwege auf nichtöffentlichen Straßen geführt, bedarf die Zulassung einer Prüfung der jeweiligen landesrechtlichen Regelungen. Der Träger der Wege ist mit der Übernahme der Verkehrssicherungspflicht verantwortlich für einen adäquaten verkehrssicheren Zustand und muß für die damit verbundene Baulast aufkommen. Umfang und Art der Sicherungspflicht richten sich nach dem Verkehr, für den der Weg zugelassen ist. In der Regel sind die Gemeinden Träger der Feld- und Forstwirtschaftswege, und ihnen obliegt damit die Verkehrssicherungspflicht. Kommunen, die Radwanderwege institutionalisieren, sollten vorab bei ihrer Haftpflichtversicherung Klärung herbeiführen, ob diese Versicherungsschutz für diese Wege gewährt. Im Falle des Sankt Wendeler Landes übernahmen Gemeinden bzw. Stadt die Verantwortung für die



Radwege, die sich aus der Verkehrssicherungspflicht und der Baulastträgerschaft ergibt.

Unklarheiten über die rechtliche Situation und möglicherweise fehlender Bedarf haben in der Vergangenheit Städte und Gemeinden zur Sperrung der Feldwirtschaftswege veranlaßt. Diese wurden mit Hinweisschildern mit dem Zeichen 250 Straßenverkehrsordnung (STVO) (Verbot für Fahrzeuge aller Art) und dem Zusatzschild 812 (Land- und forstwirtschaftlicher Verkehr frei) versehen. Auf diesen so gekennzeichneten Wegen ist laut Straßenverkehrsordnung das Radfahren nicht erlaubt und könnte bei Mißbrauch mit einem Verwarnungsgeld geahndet werden. Laut einem Erlaß des saarländischen Ministeriums des Innern vom 16. Juli 1984 wurde das Schutzpolizeiamt angewiesen, das "Radfahren auf den zur Freigabe vorgesehenen Feldwirtschaftswegen nicht mehr zu beanstanden". In Rücksicht auf die finanzielle Situation der Gemeinden sollten die Träger die Zusatzbeschilderung 723 (Radfahrer frei) nach und nach anbringen. Eine Alternative zur Zusatzbeschilderung "Radfahrer frei" ist die Anbringung des Verkehrszeichens 260 "Verbot für Krafträder auch mit Beiwagen, Kleinkrafträder und Mofas sowie für Kraftwagen und sonstige mehrspurige Kraftfahrzeuge). Mit diesem Zeichen eröffnet der Träger keinen Radverkehr, so daß die Ansprüche aus der allgemeinen Verkehrssicherungspflicht an Gemeinden minimal sind.

Feldwirtschaftswege sind, laut STVO, ausschließlich für die Bewirtschaftung von Feldern und Wäldern zugelassen und müssen in einem Zustand gehalten werden, die diese Nutzungsart gefahrlos ermöglicht. Eine Freigabe für den Radverkehr würde zusätzliche Sicherungsmaßnahmen für den Träger erfordern, deren Ausmaß sich allerdings nach Verkehrsbedürfnis und Nutzungsintensität unterscheidet. Freizeitrouten werden hinsichtlich der Verkehrssicherungspflicht anders beurteilt als Radwege im Sinne der STVO. Während Radwege zu einem begrenzten Zweck auf intensive Nutzung angelegt sind, ist bei den Freizeitrouten laut STVO nur von einer gelegentlichen Nutzung auszugehen. Die Gemeinden sind nicht verpflichtet, Radrouten, insbesondere außerhalb geschlossener Ortschaften, ständig in einem Zustand zu halten, der ein gefahrloses Benutzen gewährleistet. Vielmehr müssen die Radfahrer selbst im Rahmen ihrer eigenen Sorgfaltspflicht auf Hindernisse achten. Allerdings sollten auf Wegstrecken versteckte oder offene Hindernisse, die für den Radfahrer nicht auf Anhieb erkennbar sind, vom Träger beseitigt werden. Auf erhebliche natürliche Gefahrenstellen, wie Steilstrecken, Kurven, sollte durch ein Hinweisschild aufmerksam gemacht werden (Denk 1992). Die Verkehrssicherungspflicht von Städten und Gemeinden ist durch die Zumutbarkeit begrenzt. Sicherungsmaßnahmen sind insbesondere außerhalb geschlossener Ortschaften nur dann zwingend erforderlich, wenn auf den Routen Gefahren auftreten, vor denen sich der Benutzer durch eigene Vorsicht nicht mehr

schützen kann. Eine umfassende Zusammenstellung über Rechtsurteile zur Verkehrssicherungspflicht sind in den BADK-Informationen (Bundesarbeitsgemeinschaft deutscher Kommunalversicherer) des Gemeindeversicherungsverbandes (GVV) 1/97, Köln, S. 16-36) veröffentlicht.

### **7.3.3 Genehmigungen**

Die nun in den Grundzügen feststehenden Touren wurden den Forstämtern St. Wendel und Türkismühle (seit 1996 zusammengeschlossen zum Forstamt St. Wendeler Land) sowie der Unteren Naturschutzbehörde des Landkreises St. Wendel zur Stellungnahme vorgelegt. Beide Behörden meldeten keine Einwände an. Einverständnis über die Wegeführung sowie die Übernahme der Verkehrssicherungspflicht und Baulastträgerschaft bekundeten auch die Bürgermeister der einzelnen Gemeinden und der Stadt St. Wendel. Das Konzept wurde auch dem Verein des Naturparkes Saar-Hunsrück zur Begutachtung vorgelegt und stieß dort auf eine positive Resonanz. In der Kreistagssitzung am 26.11.1992 wurde die Umsetzung des Radwanderkonzeptes sowie die alleinige Übernahme der Kosten durch den Landkreis St. Wendel beschlossen.

### **7.3.4 Herstellung überörtlicher Anschlüsse, Informationsmaterial, Wegweisung und Marketingmaßnahmen**

#### Herstellung überörtlicher Anschlüsse

Im Werbeausschuß des Fremdenverkehrsverbandes Saarland, in dem alle Touristik-Sachbearbeiter der saarländischen Landkreise vertreten sind, wurden Möglichkeiten überörtlicher Anschlüsse in die entsprechenden Landkreise diskutiert und in geplanter Form befürwortet. Verbindungslinien zu den Landkreisen Saarlouis und Neunkirchen wurden in den Ortsbereichen Steinbach und Hirzweiler hergestellt. Eine Anschlußmöglichkeit an den Landkreis Merzig-Wadern ergab sich aufgrund deren Routenführung nicht. In dem nach Norden angrenzenden rheinland-pfälzischen Landkreis Birkenfeld existierte kein ausgewiesenes Radwegenetz, so daß sich eine Verbindung erübrigte. Mit Erfolg konnte allerdings ein Anschluß an den Landkreis Kusel im Osten hergestellt werden. Hierzu mußte ein Wegstück auf einer ehemaligen Bahntrasse vom Landkreis Kusel aus hergestellt werden, was zu diesem Zeitpunkt bereits planerisch durch die Gemeinde Freisen in die Wege gelei-

tet war. Dieser rheinland-pfälzische Landkreis erteilte auch die Genehmigung, die im Bereich des "Kuseler Musikantenlandes" verlaufenden Radtouren des Sankt Wendeler Landes zu beschildern. Ebenso erteilte der Landkreis Neunkirchen die Erlaubnis, eine Ausschilderung der kreisübergreifenden Route vorzunehmen. Durch diese Vorgehensweise war es möglich, mit entsprechenden Anschlußkarten von Kusel über das Sankt Wendeler Land und Saarlouis bis hin nach Frankreich zu radeln, was eine erhebliche Attraktivitätssteigerung des Radwegenetzes bedeutet.

Das sich mittlerweile abzeichnende Routennetz im Landkreis St. Wendel verlief auf bestehenden Feldwirtschaftswegen, ohne daß, abgesehen von einem Teilstück im Landkreis Kusel, eine bauliche Ergänzungsmaßnahme von Wegen notwendig war.

#### Erstellung des Informationsmaterials

Ein wichtiger Diskussionspunkt innerhalb des radtouristischen Konzeptes des Sankt Wendeler Landes betraf Art und Herstellung des Informationsmaterials. Dabei standen zwei grundverschiedene Lösungen zur Disposition: Karten- oder Broschürenform.

Das Informationsmaterial sollte sowohl Orientierungshilfe sein als auch der Vermittlung von Wissenswertem dienen. Beide Medien - Karte und Broschüre - sind hierzu geeignet. Ein großer Vorteil der Karte liegt in der Übersichtlichkeit, da der Landkreis St. Wendel mit seinen angrenzenden Regionen komplett präsentiert werden kann. Die Lage der Sehenswürdigkeiten und Besonderheiten ließ sich genau lokalisieren und war nicht auf einzelne Blätter beschränkt, auf denen eine Radtour abgebildet war. Die Kartenrückseite stand für Beschreibungen und Erläuterungen zur Verfügung. Außerdem bot die Karte ein einfacheres Handling als eine Broschüre. Als Kartengrundlage existierte bereits die Grundkarte einer Kreiswanderkarte im Maßstab 1 : 50 000. Dieser Maßstab wurde für die Bedürfnisse des Landkreises St. Wendel als optimal beurteilt (vgl. ADFC Nordrhein-Westfalen 1992, S. 59, Sächsisches Staatsministerium für Wirtschaft und Arbeit 1995, S. 31).

Für die Erstellung der Karte bot sich die Alternative an, entweder selbst als Herausgeber zu fungieren oder aber einen Verlag zu gewinnen. Ein Verlag bot den Vorteil, daß die Karte fachmännisch ausgeführt und das Projekt aus einer Hand abgewickelt werden konnte. Zudem konnte der Vertrieb der Karte über den Verlag gesichert werden. Angebote wurden bei drei kartographischen Verlagen angefragt, wobei zwei dem Projekt eine Absage erteilten.

Parallel dazu nahm die Tourist-Information Sankt Wendeler Land Kontakt mit dem Landesvermessungsamt Saarland auf, das sich bereit erklärte, als Mitherausgeber der Karte aufzutreten. Zudem war das Landesvermessungsamt des Saarlandes in der Lage, Fotosatz und Kartographie zu erstellen sowie den Druck über das Landesvermessungsamt Rheinland-Pfalz in Koblenz abzuwickeln.

Um vom amtlichen Charakter der Karte wegzukommen, wurde eine Werbeagentur mit der Gestaltung der Titelseite beauftragt. Diese marktgerechte Aufmachung der Karte sollte sowohl zum Kauf animieren als auch "Appetit" auf das Radfahren allgemein machen. Die Radwanderkarte (Kopie s. Anhang 2) in einer Auflage von 5 000 Exemplaren war Mitte Juni 1993 fertiggestellt und ging in den Verkauf des örtlichen Buchhandels, der Gemeinden des Landkreises St. Wendel sowie der Tourist-Information. Der Verkaufspreis wurde auf 8,-DM festgelegt. In den beiden ersten Jahren wurden rund 1 500 Karten verkauft.

#### Herstellung, Durchführung und Kontrolle der Wegweisung

Um dem Wunsch der Forstverwaltung zu entsprechen, sollte die Wegweisung sehr behutsam erfolgen. Deshalb sollte auf große Schilder verzichtet werden, ebenso auf Plastikschilder, die an Bäume genagelt werden. Die Größe der Schilder sollte eine problemlose Erkennung gewährleisten, ohne daß ein Schilderwald produziert wird. In der Symbolik eines Radfahrers mit der Abkürzung "R" und der entsprechenden Routennummer sollte Einheitlichkeit sowie sofortige Erkennung der entsprechenden Route gewährleistet sein. Die Richtungsangabe erfolgte durch die Darstellung eines Fahrrades nach rechts bzw. links weisend (später wurden Richtungspfeile ergänzt). Die Tourist-Information ließ Schablonen erstellen und unternahm den Versuch, mittels außentauglicher Sprühfarbe die Kennzeichnung der Wege vorzunehmen.

Um eine korrekte Ausschilderung zu gewährleisten, übernahm die Tourist-Information die Erstausschilderung der Wege, die sich durch die Umständlichkeit des Verfahrens als sehr zeitaufwendig erwies. (Zunächst wurde ein heller Grundton aufgebracht, der dann mit Hilfe der Schablone übersprüht wurde.) Leider bewährte sich dieses Verfahren nicht, da bereits nach kurzer Zeit die Farbe verblaßte und den Witterungseinflüssen nicht standhielt. Aus diesem Grund wurden Plastikschilder und Klebefolien angebracht, die sich als weitaus

haltbarer erwiesen.

Um eine regelmäßige Kontrolle der Wege zu garantieren, wurden sieben im Landkreis St. Wendel ansässige Radvereine gewonnen, eine Art "Patenschaft" über eine in ihrem Zuständigkeitsbereich verlaufende Route zu übernehmen. Mit dieser Patenschaft war eine gezielte Kontrolle der Wege zu Beginn eines jeden Jahres verbunden sowie Überwachungen in unregelmäßigen Abständen. Dafür wurde jedem Radverein im Jahr eine kleine Aufwandsentschädigung gezahlt. Nach mittlerweile mehrjähriger Durchführung kann diese Verfahrensweise als bewährt bezeichnet werden.

Da sich im Laufe des Jahres zeigte, daß sich die Wegweisung mittels Schablone und Sprühfarbe als nicht beständig erwies, wurde die Beschilderung im folgenden Jahr mit Klebefolien sowie Forexschildern zum Nageln in der Größe 10 x 10 cm ausgeführt.

#### Marketingsmaßnahmen sowie Infrastrukturverbesserungen

Nachdem nun das Produkt erstellt war, galten die Bemühungen der Tourist-Information Sankt Wendeler Land der Verbesserung der Infrastruktur. So wurde ein Pauschalangebot geschaffen, das in einem eigens dafür hergestellten Prospekt auf Messen, Promotions und über Anzeigen beworben wurde. Dieses Angebot beinhaltete 2 bzw. 7 Übernachtungen mit Radlerfrühstück, ein Dreigang-Menü, Radwanderkarte, Pin sowie Eintritt in ein Hallenbad. Zusätzlich erhielten die Gäste bei Buchung der Wochenpauschale eine Radwanderkarte des Landkreises Merzig-Wadern. Veranstalter war die Tourist-Information Sankt Wendeler Land, bei der zentral gebucht werden kann. Um eine radlergerechte Unterkunft bieten zu können, mußte das Hotel gewisse Bedingungen erfüllen, wie abschließbare Räume für die Räder, kräftiges Frühstück, Ortskenntnis des Bedienungspersonals. Am Bostalsee selbst wurde durch räumliche Änderungen eine Radverleihstation auf privater Basis eröffnet, von der auch Reparaturen vorgenommen werden konnten. Die Nachfrage nach diesem Angebot mit 10 Buchungen in den ersten beiden Jahren blieb allerdings hinter den Erwartungen des Anbieters zurück. Da aber die Karte in den ersten beiden Jahren von etwa 50 Nichtsaarländern schriftlich bei der Tourist-Information (Auskunft Tourist-Information Sankt Wendeler Land) angefordert wurde, ist davon auszugehen, daß das Radwandern in Eigenregie organisiert wurde (vgl. Klemm 1995).

Seit Bestehen des Radwegenetzes wurden jedes Jahr verschiedene Marketingmaßnahmen durchgeführt. In einem Direktmailing wurden alle saarländische Radvereine über das neue Angebot informiert. Über Presseveröffentlichungen in der nationalen Fachpresse sowie einer über zwei Jahren ausgetragenen Großveranstaltung "Rad am See" mit Sternfahrten wurde versucht, dem Sankt Wendeler Land ein Image als Radregion zu verleihen. Zum Bekanntheitsgrad trugen zwei Filme des saarländischen Fernsehens bei, in dem einzelne Sehenswürdigkeiten explizit vorgestellt wurden. In Zusammenarbeit mit der AOK Saarland wurden Radtourenfahrten organisiert, die zwischen 300 und 800 Teilnehmer aufweisen konnten. Seit 1996 führt auch die Saarbrücker Zeitung einmal im Jahr sog. Leserradtouren im Sankt Wendeler Land durch, an der ebensoviele Interessenten teilnehmen.

Eine wichtige Infrastrukturverbesserung liegt im Neubau eines Radweges um den Bostalsee. Der bestehende sieben Kilometer lange Weg um den See wurde sowohl von Wandernern als auch von Radfahrern genutzt. Vor allem an den Wochenenden kam es immer wieder verstärkt zu Konflikten durch die Nutzungsüberlagerung, die zu Verärgerungen und Beschwerden geführt haben. Aus diesem Grunde entschloß sich der Landkreis St. Wendel, einen getrennten Radweg um den See zu bauen, der weitgehend parallel zum bestehenden Wanderweg verläuft. Durch finanzielle Unterstützung des Landes war dieses Projekt, das Kosten von fast zwei Millionen DM verursachte, überhaupt erst durchführbar.

1997 wurden jeweils an den Ausgangspunkten der sieben Radtouren Informationstafeln in der Größe 70x100 cm aufgestellt. Unterlegt mit einem Foto, auf dem das Typische dieser Tour zu erkennen ist, geben diese Tafeln einen Überblick über Routenverlauf, Sehenswürdigkeiten, gastronomische Einrichtungen sowie Rastplätze. In einem Beschreibungsteil wird die Entfernung zu den Sehenswürdigkeiten vom jeweiligen Ausgangspunkt deutlich gemacht. Ein kleiner Übersichtsplan mit allen Routen soll Einheimische und Gäste auf das Radwanderangebot aufmerksam machen. Veröffentlicht ist auch die Anschrift der Tourist-Information Sankt Wendeler Land.

#### **7.4 Kosten**

Die Gesamtkosten für die Umsetzung des Radwanderkonzeptes betragen rd. 32 000 DM (ohne Personalkosten, jeweils inkl. MwSt). Im einzelnen handelt es sich um:

Kartenherstellung inkl. Druck, Aufl. 5 000 Exemplare:	16. 000 DM
Graphische Gestaltung des Titelblattes sowie der Schablonen:	2. 000 DM
Metallschablonen und Sprühfarbe:	500 DM
Pauschale an Radvereine für Wegekontrolle: 7 Vereine à 200 DM/ Jahr	1. 400 DM
Erstellung von Forex-Schildern und Aufklebern	2. 000 DM
Informationstafeln und Trägergestelle	11. 000 DM

Damit wurden 7 Rundtouren mit einer Streckenlänge von 170 km erstellt.

### **7.5 Gästebefragung**

Mit der radtouristischen Erschließung des Sankt Wendeler Landes sollte ein Produkt geschaffen werden, das erlaubt, Kultur, Landschaft sowie Historie der Region durch eine Form der gezielten Besucherlenkung kennenzulernen. Es lag in der Absicht des Initiators, sowohl Gästen als auch einheimischer Bevölkerung durch eine Trendsportart eine Möglichkeit aktiver Freizeitbeschäftigung anzubieten.

Die guten Verkaufszahlen der Radwanderkarte ließen keinen Zweifel daran, daß dieses Tourismusangebot auf reges Interesse stieß und damit eine touristische Angebotslücke im Sankt Wendeler Land geschlossen werden konnte.

Die Akzeptanz des Angebotes aufgrund der Nachfrage ist jedoch noch kein sicheres Indiz dafür, daß die konzeptionelle Idee, die dahinter steht, auch tatsächlich verwirklicht werden konnte. Die bei der Tourist-Information Sankt Wendeler Land aufgrund vieler Gespräche gemachten Erfahrungen zeigten, daß die Radfahrer die ausführlichen Erläuterungen auf der Kartenrückseite mit Beschreibungen zu Sehenswürdigkeiten und Besonderheiten der Landschaft grundsätzlich positiv aufnahmen und teilweise auch konkrete Äußerungen machten, den ein oder anderen Stopp an einer Sehenswürdigkeit einzulegen. Inwieweit diese Absichtserklärung in die Tat umgesetzt worden ist, konnte nicht verifiziert werden.

Insofern blieb die Frage offen, ob das Radwanderangebot tatsächlich eine Auseinandersetzung mit Natur, Kultur und Landschaft ausgelöst hat, denn erst durch die Beschäftigung mit den erwähnten Einrichtungen wird der Anspruch erfüllt, das Gastland bzw. die Heimatregion kennenzulernen. Das Interesse an den ausgearbeiteten Routen ließe sich auch

mit einem Bequemlichkeits- und Sicherheitsbedürfnis der Nutzer erklären, bei denen das Radfahren mehr oder weniger im Vordergrund steht und die Landschaft als Kulisse dient. Desweiteren wollte sich die Tourist-Information Sankt Wendeler Land einen Überblick über die wichtigsten demographischen Faktoren der Radtouristen sowie die Nutzungsintensität der Radwege verschaffen. Um diese Fragen beantworten zu können, wurde eine Gäste- und Kundenbefragung gestartet. Hieraus sollten allgemeine Kenntnisse gewonnen werden, unter welchen technisch-organisatorischen Voraussetzungen (z.B. Streckenlänge, Wegweisung) die Beschäftigung mit umweltrelevanten Themen im Sinne eines nicht-direktiven und freien Lernens bei hohem Erlebniswert erfolgt und wie diese gegebenenfalls optimiert werden können.

### **7.5.1 Durchführung der Befragung von Radwanderern**

Befragungen sind ein wichtiges Marketinginstrument, um den Wünschen und Vorstellungen der Gäste näherzukommen in der Absicht, das touristische Angebot auf die Erwartungen der Gäste abstimmen zu können (Barg 1990 a, S. 23 ff). Die Ergebnisse von Befragungen dienen als Wissenspool, der die strategischen Maßnahmen und Vorgehensweisen einer zukunftsgerichteten Arbeit bestimmt (vgl. Arnold et al. o. J).

Um die Forderung nach Repräsentativität der Stichprobe zu erfüllen, lag das organisatorische Ziel der Umfrage darin, einen möglichst großen und heterogenen Kreis an Probanden zu gewinnen, um die Zufallsauswahl der Umfrage zu gewährleisten. Die Befragung sollte schriftlich durchgeführt werden. Bei mündlicher Befragung sah die Tourist-Information Sankt Wendeler Land die Gefahr der Verzerrung des Ergebnisses, da Nichtanonymität bzw. Beeinflussung nie ganz ausgeschlossen werden können.

Die Tourist-Information Sankt Wendeler Land trug zunächst einen Fragenkatalog mit wissenswerten Daten und Fakten zusammen, die anschließend in thematischen Zusammenhang gebracht wurden. Vom Test erwartete sich der Befrager Antworten zu den wichtigsten demographischen Daten über die Nutzer des Radwegesystems, Bekanntheitsgrad der Radwege sowie Aktivitätsgrad der Radtouristen des Sankt Wendeler Landes, Attraktivität der vorgeschlagenen Besichtigungspunkte, Kriterien zur Streckenplanung und -auswahl sowie der Orientierung während der Touren. Hieraus ergaben sich insgesamt 17 konkrete Fragen, wovon 16 als geschlossene Fragen (Alternativfragen ja - nein bzw. Mehrfachauswahlfragen) gestellt worden sind. Die letzte Frage wurde offen formuliert; hierbei ging es um Kritik oder Anregungen, die frei geäußert werden konnten.



Bei den geschlossenen Fragen wurde darauf geachtet, daß die Zahl der Antwortalternativen genügend Entfaltungsspielraum zuließ. Der Zeitaufwand, der für die Beantwortung von geschlossenen Fragen aufgewandt werden mußte, war für den Probanden geringer als bei offener Fragestellung. Zudem spielt ein psychologischer Aspekt mit eine Rolle: bei offenen Fragen stößt der Befragte möglicherweise auf Artikulationsschwierigkeiten, die ihn daran hindern, seine Meinung wiederzugeben (Barg 1990 b, S. 19 ff).

Um eine möglichst hohe Rücklaufquote bei optimalem Informationsgewinn zu erreichen, wurden bei der Zusammenstellung des Testbogens die wichtigsten formalen Kriterien berücksichtigt: Einfachheit, Verständlichkeit, Eindeutigkeit, Präzision und Neutralität der Fragen (Barg 1990 a, S. 23 ff). Da der optische Aufbau von Fragebögen die quantitative und qualitative Antwortbereitschaft beeinflussen kann, wurde auf eine klare und übersichtliche Gliederung sowie eine anspruchsvolle Gestaltung großer Wert gelegt. Diese klare und durchgehende Linie im Layout erleichterte zudem die Auswertung des Tests mittels EDV. Bei insgesamt 17 Fragen war davon auszugehen, daß die Zumutbarkeitsschwelle für den Probanden noch nicht erreicht war und somit nicht mit Ermüdungserscheinungen beim Ausfüllen des Fragebogens zu rechnen war (Arnold et al. o. J.).

Die Titelseite des Fragebogens wurde mit Anschrift des Auftraggebers (Tourist-Information Sankt Wendeler Land) sowie einem Radfahrersymbol versehen, um bereits optisch eine Zuordnung erkennbar zumachen. In einem kurzen Einführungstext wurde Sinn und Zweck der Aktion erläutert und der Proband um Mithilfe gebeten. Hierbei wurde in der Formulierung herausgestellt, daß jede Meinung von Bedeutung ist und eventuell zu einer Veränderung in der Radkonzeption des Sankt Wendeler Landes beitragen könne. Damit sollte gleichzeitig die Schwellenangst vor dem Ausfüllen des Fragebogens genommen werden. Die Fragen selbst wurden bewußt einfach, kurz und unmißverständlich formuliert.

Die beiden ersten Fragen zielen auf Herkunft und Altersstruktur der Nutzer ab. Der nächste Punkt soll Auskunft liefern, ob das Radfahren im Sankt Wendeler Land eher dem Individual- oder dem Gruppensport zuzuordnen ist. Die Inhalte der nächsten Fragen betreffen den Aktivitätsgrad des Radfahrens sowohl hinsichtlich Häufigkeit als auch Leistungsgrad, ausgedrückt durch gefahrene Kilometer pro Jahr. Der Bekanntheitsgrad von Radstrecken, Radwanderkarte und Beschilderung der Touren im Sankt Wendeler Land zielt auf das Innenmarketing ab. Die Kriterien für die Auswahl von einzelnen Routen und das Maß der Vorbereitung sollen Aufschluß über die Entscheidungsfindung der Nutzer zu einer bestimmten Route liefern. Ob und wie intensiv die in der Radwanderkarte beschriebenen Sehenswürdigkeiten und Besonderheiten Anlaß für ein Anhalten während der Tour sind,

beinhalten die beiden nächsten Fragen. Ergebnisse bezüglich der Art der Orientierung bei dem Radwanderer selbst lassen Rückschlüsse auf die Intensität der Nutzung der Beschilderung sowie der Akzeptanz der Karte zu. Anregungen und Kritiken sollen ganz konkret auf eventuelle Mißstände hindeuten bzw. Anstoß zu initiiierenden Maßnahmen liefern.

Der Fragebogenaktion ging ein Pre-Test voraus, bei dem gezielt verschiedene Zielgruppen im Beisein des Initiators um die Beantwortung der Fragen gebeten wurden. Auf diese Weise konnten eventuelle Unsicherheiten bzw. mißverständliche Fragestellungen bereits am Verhalten der Auskunftspersonen während des Antwortens fixiert werden. Zaudern, Rückfragen beim Ausfüllen oder aber Antworten, die sich nicht in die vorgegebenen Schemata einordnen ließen, standen dabei im Mittelpunkt des Interesses. Der Pre-Test zeigte, daß nur eine redaktionelle Änderung notwendig war, die sich auf die Frage nach der Planung einer Radtour bezog. Hierzu wurden die Begriffe "intensiv" und "grob" etwas näher erläutert. Erst nach dieser Probebefragung wurde die offizielle Fragebogenaktion gestartet.

Parallel dazu wurde per EDV eigens eine Eingabemaske sowie ein Auswertungssystem erstellt, das rationale Verarbeitung, auch einer größeren Datenmenge, ermöglichte. Dieses Verfahren erlaubte, auch Kreuztabellierungen und Korrelationen vorzunehmen, ohne daß eine neue Datenerfassung notwendig geworden wäre. **Missing values wurden bei der %-Angabe in der Auswertung mitberücksichtigt, d.h. die Grundgesamtheit bezieht sich auf die Anzahl der Antwortenden.**

Es wurden 750 Fragebögen hergestellt, die von der Tourist-Information Sankt Wendeler Land gezielt verteilt wurden. Um die ganze Radfahrersaison auszunutzen, begann die Aktion am 1. April und endete am 1. Oktober 1995. Eine Befragungszeitspanne von mehreren Wochen ist auch deshalb notwendig, um unterschiedliche Gästegruppen in der Stichprobe zu erfassen. Eine Differenzierung in verschiedene Saisonzeiten wurde nicht für notwendig erachtet, da die Fragen auf allgemeine individuelle Einstellungen abzielen, die keine Verhaltensänderung während eines Jahres erwarten lassen.

Die Verteilung der Fragebögen erfolgte nach einem festgelegten Schema, um sowohl Einheimische als auch Gäste mit in die Aktion zu integrieren. Gewährleistet wurde hierdurch sowohl eine örtliche als auch zielgruppenspezifische Streuung bei der Befragung.

Im einzelnen wurden den sieben im Landkreis St. Wendel ansässigen Radfahrvereinen Fragebögen ausgehändigt, die sowohl im Verein als auch bei den geführten Gästeradtouren zur Verteilung gebracht werden sollten (Anm.: Die Radfahrvereine im Landkreis St. Wen-

del beteiligten sich am Animationsprogramm der Tourist-Information und boten während der Sommermonate jeden Sonntag eine geführte Radtour an). Darüberhinaus wurden die wichtigsten Unterkunftsbetriebe in die Aktion einbezogen. Hierdurch konnten weitere Urlaubsgäste erfaßt werden. Ebenso wurden Fragebögen auf dem zum Freizeitzentrum Bostalsee gehörenden Campingplatz zur Auslage gebracht. Dieser zeichnet sich durch einen hohen Anteil an ausländischen Gästen aus, vor allem Niederländer, Belgier, Dänen und Franzosen (vgl. Kap. 7.1). Desweiteren wurde die Fahrradverleihstation am Bostalsee mit Fragebögen ausgestattet. An dieser Servicestation werden auch Radwanderkarten verkauft und Beratungen für Touren durchgeführt. Auch in der Tourist-Information Sankt Wendeler Land wurden Fragebögen ausgelegt, die zum Teil beim Kauf der Radwanderkarten und gezielt Einzelpersonen ausgehändigt wurden.

## **7.6 Auswertung und Interpretation der Ergebnisse der Fragenbogenaktion zum Radwandern**

Von den 750 in Umlauf gebrachten Fragebögen gingen 236 ausgefüllt bei der Tourist-Information Sankt Wendeler Land ein. Dies entspricht einer Rücklaufquote von 31,5 %. Diese hohe Bereitschaft, sich mit Fragen des Radtourismus auseinanderzusetzen, ist unter anderem auf demographische Eigenheiten dieser Zielgruppe allgemein zurückzuführen: hoher Bildungsstand, berufliche Beschäftigung in mittleren und gehobenen Positionen sowie Zugehörigkeit zur mittleren Altersgruppe.

Mehr als andere beschäftigen sich die Radtouristen bereits im Vorfeld mit der Ferienregion, in der sie ihren Urlaub verbringen<sup>8</sup>. Der hohe Anteil der Einheimischen an dieser Befragung kann möglicherweise auf ihr regionales Interesse am Geschehen in "ihrem" Landkreis zurückgeführt werden, zumal die Radvereine im Sankt Wendeler Land mit in die Planung der Radwege integriert waren.

---

<sup>8</sup> Während sich 9 % der Bundesdeutschen allgemein im Vorfeld auf ihre Reise vorbereiten, liegt dieser Wert bei Radtouristen bei 37 % (Klemm 1995).

### 7.6.1 Herkunft der Radtouristen im Sankt Wendeler Land

Wie folgender Graphik zu entnehmen ist, kommt fast die Hälfte der befragten Radtouristen aus dem Landkreis St. Wendel. Knapp ein Fünftel ist aus dem übrigen Saarland und fast ein Drittel aus dem restlichen Deutschland. Spitzenreiter ist hierbei Nordrhein-Westfalen mit 15 Nennungen, gefolgt von Berlin mit 12 und Baden-Württemberg sowie Hessen mit jeweils 11 Personen. Zudem gingen acht Rheinland-Pfälzer, drei Sachsen und jeweils zwei Hamburger und Bayern in die Statistik ein. Schlußlicht bildeten mit je einer Person Niedersachsen, Schleswig-Holstein und Bremen. Vierzehn ausländische Gäste aus den Niederlanden (7), Belgien (4) sowie Großbritannien (1), Polen (1) und Kanada (1) beteiligten sich jedoch an der Aktion.

*Abb. 21: Herkunft der Radtouristen im Sankt Wendeler Land*

*(LK=Landkreis)*

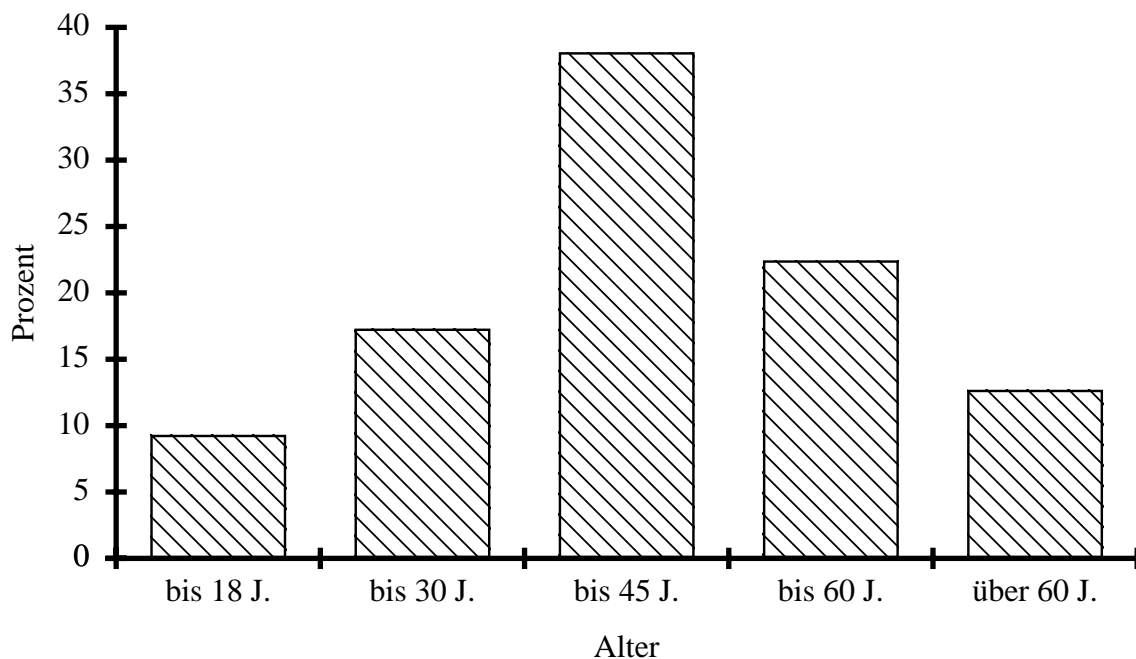
Quelle: Eigene Erhebung 1995

Auffallend bei dieser Untersuchung ist der überaus hohe Anteil der einheimischen Bevölkerung (Herkunft: Landkreis St. Wendel) sowie der Gäste aus dem übrigen Saarland, die zusammen 64 % der Radfahrer ausmachen. Bei einer vergleichbaren Untersuchung an der Mecklenburgischen Seenplatte stammen lediglich 1,4 % aus dem Bundesland Mecklenburg-Vorpommern (Rust 1996, S. 107). Offensichtlich findet das radtouristische Angebot im Sankt Wendeler Land auch über die Grenzen des Landkreises hinaus hohe Akzeptanz.

### 7.6.2 Altersstruktur der Radtouristen im Sankt Wendeler Land

Die 31-45jährigen bilden mit 39 % die stärkste Altersgruppe der Radtouristen im Sankt Wendeler Land. Diese Struktur entspricht sehr genau der von Radfahrern in Schleswig-Holstein, nachgewiesen von Lohmann (in: Minister für Wirtschaft, Technik und Verkehr des Landes Schleswig-Holstein 1994, S. 34). (Anm.: da beim Studienkreis für Tourismus Kategorien von jeweils 10 Jahren zugrunde gelegt sind, wurden die prozentualen Anteile zu 50 % den gewählten Altersklassen zugeschlagen). Diese Daten bezüglich des Alters stimmen allerdings nicht mit den Untersuchungsergebnissen von Opaschowski (1994 a, S. 9/10) über die durchschnittliche sporttreibende Bevölkerung in Deutschland überein. Er behauptet, Sport sei überwiegend ein Privileg der Jugend: Ab 30 Jahre verabschieden sich laut Opaschowski die meisten vom Gelegenheits-, Aktiv- und Leistungssport. Offenbar bestehen hier Unterschiede zwischen Sportlern allgemein und Radfahrern.

Abb. 22: Altersstruktur der Radtouristen im Sankt Wendeler Land

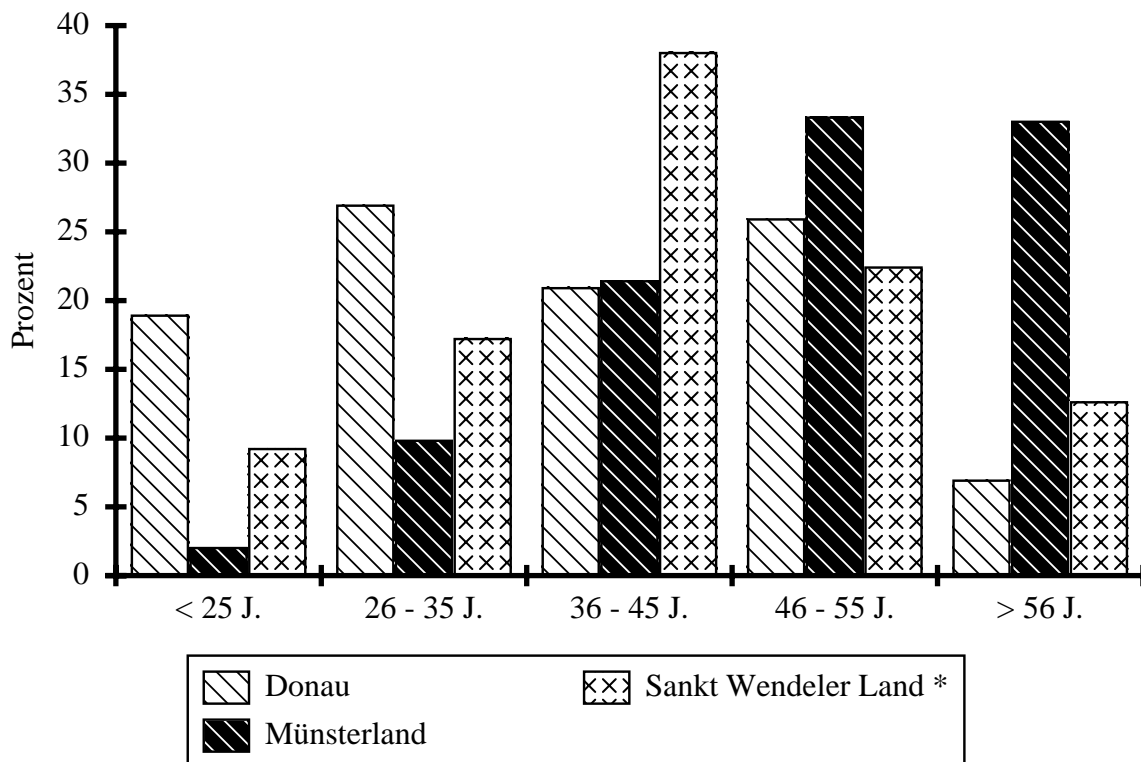


Quelle: Eigene Erhebung 1995

Von Interesse ist ein Vergleich der Altersstrukturen von Radtouristen in einer Mittelgebirgsregion (Sankt Wendeler Land), einem Flachland (Münsterland; Biermann 1994) sowie einem Flußtal (Donau; Miglbauer et al. 1989). Bei dieser vergleichenden Analyse ist

zu bemerken, daß im Sankt Wendeler Land bewußt auch Einheimische mit in die Untersuchung einbezogen worden sind. Obwohl eine etwas andere Kategorisierung bei den einzelnen Arbeiten gewählt worden ist, läßt sich jedoch tendenziell ein deutlicher Unterschied feststellen.

Abb. 23: Vergleich der Altersstrukturen von Fahrradfahrern in unterschiedlichen Landschaftsräumen



(Anm.: \* Der Untersuchung aus dem Sankt Wendeler Land liegen etwas abweichende Alterskategorien zugrunde)

Quelle: Eigene Erhebung 1995, Biermann 1994, S. 43

Die Graphik zeigt deutliche Unterschiede in den Altersstrukturen von Fahrradfahrern, die sich in unterschiedlichen Landschaftsformen bewegen. Grundsätzlich ist festzustellen, daß das Münsterland eher von den älteren Generationen aufgesucht wird, als dies im Sankt Wendeler Land oder an der Donau der Fall ist. Die flache Streckenführung läßt Vorteile gegenüber der bewegten Topographie einer Mittelgebirgsregion erkennen. Die jüngeren Radfahrer finden sich wesentlich häufiger im Donautal als im Münsterland.

Eine mögliche Erklärung hierfür ergibt sich aus der Form der Tourengestaltung. Im Münsterland unternehmen nach Biermann (1994) 51 % der Radtouristen, von einer Unterkunft ausgehend, verschiedene Tagestouren. Beim Donauradweg ist ein Wechsel der Unterkunft erforderlich, was mehr Aufwand im Buchungsstadium bzw. beim Gepäcktransfer erfordert. Diese Überlegung bestätigt Rust (1996, S. 102/103) bei ihrer Untersuchung der Radtouristen an der Mecklenburgischen Seenplatte<sup>9</sup>: Das Durchschnittsalter beträgt 36 Jahre, wobei bei Radausflüglern der Schnitt mit 41 Jahre deutlich höher liegt als bei den Radreisenden, die im Durchschnitt nur 32 Jahre alt sind.

Eine ähnliche Altersstruktur der Radfahrer im Naturpark Saar-Hunsrück zeigt sich im Naturpark Altmühltal. In der Altersgruppe von 41 bis 50 Jahren wird das Fahrradfahren am intensivsten ausgeübt (TOPAS 1995, S. 28), wobei bis zu dieser Altersstufe das Radfahren beliebter als das Wandern ist. Erst die über 50jährigen bevorzugen im Altmühltal Spaziergehen und Wandern. Die Gruppe TOPAS begründet die Beliebtheit des Fahrradfahrens mit dem gut ausgebauten Radwegenetz, vor allem entlang der Altmühl.

Bei näherer Betrachtung der Altersstrukturen zeigen sich im Sankt Wendeler Land deutliche Unterschiede in Abhängigkeit von der Herkunft (Es wurde unterschieden: Landkreis St. Wendel, übriges Saarland, übriges Deutschland, Ausland). Im Landkreis St. Wendel betragen die Unterschiede in den gewählten Altersklassen maximal 10 %. Bei den als Urlauber einzustufenden Gruppen (Herkunft: Deutschland und Ausland) überwiegt die Alterskategorie zwischen 31 und 60 Jahren. Diese ermittelten Daten spiegeln die allgemeine Alterszusammensetzung der Urlauber des Sankt Wendeler Landes wider. Dominant bei den als Naherholungsuchenden einzustufenden Saarländern zeigt sich die Altersstufe bis 45 Jahre, wobei auch die bis 30jährigen noch überaus stark vertreten sind. Zu bedenken ist, daß den Untersuchungen eine unterschiedliche Probandenauswahl zugrunde liegt, die die Ergebnisse maßgeblich beeinflussen. So wurden im Sankt Wendeler Land Gäste und Einheimische befragt, im Münsterland wurden Haushaltsbefragungen bei Personen durchgeführt, die bei der Fremdenverkehrsstelle Informationen angefordert hatten, und im Donautal wurden Radtouristen auf ihrem Weg zwischen Passau und Wien in die Befragung einbezogen. Im Altmühltal wurden Gäste interviewt.

---

<sup>9</sup> Rust faßt unter dem Begriff Radtouristen die Radausflügler und die Radreisenden zusammen. Radausflügler sind nach ihrer Definition von einem festen Quartier aus unterwegs, Radreisende unternehmen Touren von Ort zu Ort.

### 7.6.3 Radfahren als Gruppenerlebnis

Das Radfahren ist eine Aktivität, die gerne in der Gruppe ausgeübt wird. Während 72 % der Befragten aus dem Nahbereich (Landkreis St. Wendel und übriges Saarland) und 81 % aus dem Fernbereich (übriges Deutschland plus Ausland) mit Familie, Bekannten oder Sportfreunden im Sankt Wendeler Land unterwegs sind, ist die Anzahl derer, die diesen Sport alleine ausübt, mit 27 % (Nahbereich) bzw. 19 % (Fernbereich) im Vergleich zu anderen Gebieten sehr hoch. Befragt nach der Reisebegleitung sind an der Donau nur rund 2 % allein unterwegs, der größte Teil reist zu zweit (Miglbauer et al. 1991, S. 12). Lohmann ermittelte auf der Basis von 1990 (Alte Bundesländer), daß nur jeder zehnte Radfahrer alleine reist (in: Minister für Wirtschaft, Technik und Verkehr des Landes Schleswig-Holstein 1994, S. 39). Für den Tauernradweg ermittelte Albrecht (1997, S. 111) 7 % Alleinreisende. Rust (1996, S. 116) wies an der Mecklenburgischen Seenplatte ebenfalls die Bedeutung des kommunikativen Charakters beim Fahrradfahren nach: Sowohl Radreisende als auch Radausflügler sind zu über 50 % zu zweit unterwegs. Zusätzlich radelten 30 % in einer Gruppe. Lediglich 6 % waren alleine unterwegs.

Da alle aufgeführten Untersuchungen auch Radurlauber miteinschließen, bestätigt sich die Reiseanalyse (F.U.R. 1995), wonach das allgemeine Urlaubsmotiv "Zeit füreinander haben" mit 39,3 % mittlerweile auf Rang vier der Skala aufgerückt ist (vgl. Kap. 3.5.2).

Nach Albrecht (1997, S. 110) ist beim Tauernradweg der Anteil derer, der eine organisierte Reise in Anspruch nimmt, verschwindend gering, ebenso beim Donauradweg (2 %) (Miglbauer et al. 1991, S. 11), so daß wohl die Organisationsform eines Radurlaubes keine Auswirkungen auf die Anzahl der Reisebegleitung hat.

Der hohe Anteil an Alleinfahrer im Sankt Wendeler Land zeigt sich besonders bei den Befragten, die aus dem Landkreis stammen. Deren Altersstruktur zeigt, daß weit über die Hälfte der jüngeren Generation (bis 30 Jahre) zuzuordnen ist. Dies gibt Grund zur Annahme, daß damit sportliche Trainingsfahrten verbunden sind. Die Alterskategorie zwischen 31 und 45 Jahren zeichnet sich besonders aus, da sie zu 90 % in Gruppen unterwegs sind. Mit jeweils 80 % üben die über 41jährigen ihren Sport fast ausschließlich mit anderen zusammen aus, die bis 18jährigen immerhin noch zu 64 %.

Von den 178 Nennungen von Gruppenfahrern im Sankt Wendeler Land bevorzugen 117 das Radeln mit maximal 4 Personen. 44 Personen fahren mit mehr als vier Teilnehmern. Dominant dabei sind Kleingruppen bis 10 Personen. Nur 10 Personen der 44 befinden sich



in Gesellschaft bis zu 30 Personen. Die durchschnittliche Gruppengröße liegt bei 3,4 Personen.

Tab. 5: Radfahren als Gruppenerlebnis

Herkunft	% Alleinfahrer	% Gruppenfahrer	Miss. v.
Nahbereich	27	72	
Fernbereich *	19	81	
<b>Durchschnitt</b>	<b>24</b>	<b>75</b>	<b>0,4</b>

\* Fernbereich: jeweils Deutschland inklusive Ausland

Quelle: Eigene Erhebung 1995

22 % fahren im Donautal mit mehr als vier Personen Fahrrad (Miglbauer et al. 1991, S. 12). Bei einer Befragung im Gebiet Bayerischer Wald-Böhmerwald-Mühlviertel ermittelte Hackl (1994, S. 53) 48 %, die zu zweit und 42 %, die im Verband mit mehreren Leuten unterwegs sind. Der gesellige Charakter des Radsportes läßt sich einer Aufstellung entnehmen, die Lohmann aufgrund der Reiseanalyse des Studienkreises für Tourismus 1990 zusammengestellt hat. Bei Gruppenstärken ab drei Personen zeichnen sich die Fahrradfahrer durch einen wesentlich höheren Anteil (20 %) aus als die Reisenden im Durchschnitt mit 15 % (In: Minister für Wirtschaft, Technik und Verkehr des Landes Schleswig-Holstein 1994, S. 39).

#### 7.6.4 Radfahren als Freizeitbeschäftigung

Die überwiegende Zahl der Radfahrer (48 %) im Sankt Wendeler Land übt ihren Sport öfter im Sommer (etwa jede Woche einmal) aus. 38 % der Befragten sind eher den sportlichen Fahrern zuzuordnen, da sie regelmäßig zu allen Jahreszeiten mit ihrem Rad unterwegs sind. Diese Ergebnisse spiegeln die von der DGF (1995, S. 42) ermittelte "Hitliste" von Freizeitaktivitäten wider, wonach das Radfahren von 55,3 % der bundesdeutschen Bevölkerung "besonders gern" und "gern" ausgeübt wird (vgl. Kap. 3.3.2).

Unter den Saarländern scheint der Radsport sehr beliebt zu sein. Unter den Probanden aus dem Nahbereich sind 41 % regelmäßig (zu jeder Jahreszeit) mit dem Fahrrad unterwegs. Zudem fahren 41 % dieser Befragten öfter Rad (jede Woche einmal). Abweichend davon

zeigt sich, daß die Gäste aus dem übrigen Deutschland zu 32 % regelmäßig und zu 61 % öfter im Sommer eine Radtour unternehmen. Weit abgeschlagen sind unter den Urlaubern diejenigen, die nur alle vier Wochen einmal eine Radtour unternehmen (6 %).

Tab. 6: Radfahren - eine beliebte Freizeitbeschäftigung nicht nur im Sommer

Häufigkeit in %	regelmäßig	öfter	ab und zu	Miss.v.
Nahbereich	41	41	17	
Fernbereich	32	61	6	
<b>Durchschnitt</b>	<b>38</b>	<b>48</b>	<b>13</b>	<b>0,4</b>

Quelle: Eigene Erhebung 1995

Nach einer Untersuchung von Opaschowski (1994 a, S. 10) finden sich unter den Gelegenheitssportlern 38 %, die den Radsport ausüben, gefolgt von Schwimmen. Bei den Aktivsportlern fällt das Radfahren dagegen auf 21 % ab. Opaschowski führt den hohen Anteil an Radsportlern auf die individuelle und von Einschränkungen unabhängige Ausübungsmöglichkeit zurück (je nach Zeit, Lust und Laune). Der hohe Anteil an Radfahrern im Saarland im Vergleich zum restlichen Deutschland, ist eventuell auf diesen Unabhängigkeitsfaktor zurückzuführen, allerdings wohl aufgrund eingeschränkter Angebote im ländlichen Raum. Sportarten, die Infrastrukturen voraussetzen (z.B. Golfen), erfordern Planung und Zeitaufwand. Sicherlich gehen von den Radsportevents im Landkreis St. Wendel eine gewisse Werbung und Animation für das Radfahren aus.

Die Häufigkeit der Ausübung des Radsportes spiegelt sich in der Radkilometerleistung pro Jahr wider. Fast ein Drittel aller Befragten absolviert über 500 Kilometer jährlich mit dem Fahrrad. Ein Viertel der Befragten legt pro Jahr noch eine Strecke bis zu 500 Kilometern zurück. Mit 32 % öfter genannt wurde dagegen eine Entfernung bis zu 300 Kilometern. Lediglich jeder zehnte ist nach Jahresende maximal 100 Kilometer Rad gefahren.

### 7.6.5 Bekanntheitsgrad des Produktes

Die Fragen über den Bekanntheitsgrad von Radwanderkarte und Beschilderung sollten Aufschluß über den Erfolg des Marketings der Tourist-Information Sankt Wendeler Land geben.

Tab. 7: Bekanntheitsgrad von Radwanderkarte und Beschilderung

% - Anteil	Bekanntheitsgrad Radwanderkarte			Besitz Radwanderkarte			Bekanntheitsgrad Beschilderung		
	Ja	Nein	Miss. v.	Ja	Nein	Miss.v	Ja	Nein	Miss.v
Nahbereich	58	42		39	60		63	36	
Fernbereich	54	45		39	61		73	26	
<b>Durchschnitt</b>	<b>57</b>	<b>43</b>	<b>0</b>	<b>39</b>	<b>60</b>	<b>0,9</b>	<b>66</b>	<b>32</b>	<b>1,7</b>

Quelle: Eigene Erhebung 1995

Wie diese Tabelle zeigt, erfreut sich die Radwanderkarte des Sankt Wendeler Landes eines sehr hohen Bekanntheitsgrades. Von den 236 Personen, die den Fragebogen ausgefüllt haben, kennen 135 die Karte des Landkreises. Ein Grund für diesen überraschend hohen Wert mag die zum Teil gezielte Verteilung der Fragebögen sein: Radvereine wurden direkt in die Befragung miteinbezogen. Es ist davon auszugehen, daß den organisierten Radfahrern im Landkreis St. Wendel die Karte hinlänglich bekannt ist.

Durch eine intensive örtliche Pressearbeit, bei Veranstaltungen des Landkreises am Bostalsee sowie durch freien Verkauf in den örtlichen Buchhandlungen, der Tourist-Information Sankt Wendeler Land sowie den Verkehrsämtern der Gemeinden ist ein hoher Verbreitungsgrad gewährleistet.

Mit 54 % ist der Bekanntheitsgrad der Radkarte unter den Gästen aus dem Fernbereich noch als sehr gut zu bewerten. Diese Zahl belegt, daß ein hoher Informationsstand über das Urlaubsgebiet vorherrscht und die Marketingbemühungen der Tourist-Information bezüglich dieses Angebotes stimmig sind. Konkrete Beratungsgespräche sowie Auslage der Radkarte in der Touriststelle, in Beherbergungsbetrieben sowie auf dem Campingplatz tragen zum Bekanntheitsgrad bei. Mit 43 % zeigen die Saarländer (außer Landkreis) ein Informationsdefizit gegenüber den Gästen aus dem Fernbereich. Sicherlich sind diese ausgewerteten Daten nicht auf eine repräsentative Stichprobe zurückzuführen, da die Befragten in der Regel Anhänger dieses Freizeitsportes sind und allein schon aufgrund ihrer Interessenlage sich speziell mit dem Thema Radfahren beschäftigt haben. So wurde z.B. bei der Tourist-Information Sankt Wendeler Land jedem Gast, der eine Radwanderkarte erwerben bzw.

sich über die Radwege informieren wollte, ein Fragebogen ausgehändigt.

Mit 39 % im Durchschnitt ist der Anteil derer, die im Besitz der Radwanderkarte sind, wesentlich geringer. Etwa die Hälfte der befragten Einheimischen besitzt die Radwanderkarte des Sankt Wendeler Landes, die Wegebeschilderung ist ihnen auch zum größten Teil bekannt. Ein Fünftel der befragten (übrigen) Saarländer und 39 % der Gäste aus dem (übrigen) Deutschland sind in Besitz der Radwanderkarte. Sicherlich sind diese Zahlen durch den Befragerkreis stark beeinflusst und nicht ohne weiteres auf alle Radfahrer übertragbar. Anders sieht es wiederum bei dem Bekanntheitsgrad der Wegweisung aus. Weit mehr als der Hälfte der Befragten ist der pinkfarbene Radfahrer auf weißem Grund ein Begriff.

Eine altersabhängige Variante zeigt sich bei den Radfahrern aus dem Nah- und Fernbereich, die in Besitz einer Radkarte sind. 14 % der bis 30jährigen aus dem Nahbereich besitzen eine Karte (Fernbereich: 11 %) und fast ein Fünftel der bis 45jährigen (Fernbereich: 11 %). 27 % der über 60jährigen aus dem Nahbereich (Fernbereich: 6 %) besitzen die Radwanderkarte des Sankt Wendeler Landes. Es kann vermutet werden, daß in dieser Altersklasse das Sicherheitsgefühl, eine Orientierungshilfe zur Hand zu haben, eine Rolle spielt. In allen Altersklassen ist der Anteil derer aus dem Nahbereich, die in Besitz einer Karte sind, höher als bei den Gästen aus dem Fernbereich. In den weiteren Altersklassen zeigt sich eine enge Korrelation zwischen Besitz der Karte und Intensität der Tourenvorbereitung.

### **7.6.6 Attraktivitätsgrad der Touren**

Aufschluß über den Attraktivitätsgrad der sieben einzelnen Rundtouren im Sankt Wendeler Land sollte Frage Nr. 9 liefern. Da Mehrfachnennungen möglich waren, wurden bei dieser Frage insgesamt 540 Kreuze gemacht. Die ursprünglich integrierte Teilfrage "davon mehrmals" wurde im Nachhinein von der Wertung ausgenommen, da nur einige diese überhaupt beantworteten und diese Frage keinen Einfluß auf die Rangskala der Routenattraktivität hat.

Mit 115 Nennungen (absolut) ist die "Skulpturentour" Spitzenreiter. Diese Route ist in der Radwanderkarte des Sankt Wendeler Landes mit einer Streckenlänge von 37 km ausgewie-

sen und enthält mäßige Steigungen. Als Fahrzeit wurde 5 bis 7 Stunden (für Familien mit Kindern) angegeben. Die Tour beginnt am Steinbildhauersymposion zwischen Baltersweiler und St. Wendel und führt zum Bostalsee. Die Skulpturenstraße mit 38 Bildhauerarbeiten, 1979 von dem einheimischen Künstler Leo Kornbrust entlang des Saarland-Rundwanderweges initiiert, erfreut sich ohnehin eines hohen Bekanntheitsgrades. Eine eigene Broschüre informiert über Künstler, Stein, Symbolik und Standort. Auf der Route bietet darüberhinaus ein restaurierter Turm der um 1200 erbauten Liebenburg eine Aussichtsplattform.

Auf Rang zwei liegt mit 84 Nennungen Route Nr. 2 "Rund um Spiemont und Steinberg". Für diese kinderfreundliche und verkehrsarme 17 km lange Tour mit flacher Streckenführung wird eine Fahrzeit von ca. 1,5 bis 2 Stunden benötigt. In der Karte beschrieben sind die geologischen Besonderheiten von Spiemont und Steinberg, zwei Erhebungen von etwa 400 Meter Höhe, die die geologische Grenzlinie zwischen Karbon und dem sich nach Norden anschließenden Rotliegenden bilden. In der Routenbeschreibung erwähnt sind ein Wasserlehrpfad sowie ein Biotop.

Route Nr. 6 "Rund um den Weiselberg" ist die am dritthäufigsten gefahrene Tour. Auch diese Radroute ist mit dem Hinweis "ideal für Kinder" in der Karte gekennzeichnet. Durch fast ebenes Gelände ist die 20 km lange Strecke in ca. drei Stunden zu bewältigen. Die Trassenführung auf einer ehemaligen Bahnlinie verläuft durch einen beleuchteten Tunnel sowie über die 30 Meter hohe Oberkircher Talbrücke. Ein Kulturdenkmal außerordentlicher Bedeutung befindet sich auf dieser Route: das Mithras-Denkmal, ein in die Felswand eingehauenes, allerdings stark verwittertes Relief, das wahrscheinlich auf das 1. Jahrhundert n. Chr. datiert werden kann. Ein Bereich des Weiselberges selbst steht aufgrund seiner geologischen Besonderheit unter Naturschutz.

Die beiden letztgenannten Routen Nr. 2 und 6 zeichnen sich durch Kinderfreundlichkeit, leichte Streckenführung und relativ geringe Streckenlänge aus. Beide weisen geologisch interessante Fakten auf, die jedoch nicht ohne weiteres von Laien in der Landschaft erkannt werden können. Obwohl das Mithras-Denkmal als kulturhistorisch bedeutend eingestuft werden muß, ist die Mithras-Kultur nach den Erfahrungen der Tourist-Information bei Gästebetreuungen nur wenigen "Insidern" ein Begriff, so daß insgesamt davon auszugehen ist, daß Eigenheiten der Streckenführung bei beiden Routen ausschlaggebend für ihre Beliebtheit sind.

Die "Zwei-Seen-Tour" findet sich mit 75 Nennungen auf Rang vier. Mit 43 km Länge bietet sie nicht nur die größte Streckenlänge, sondern erweist sich auch als die anspruchsvollste durch viele, zum Teil lange und steile Anstiege. Die Route beginnt am Bostalsee und führt über den "Hunnenring"- ein keltischer Ringwall- zur Primstalsperre.

Diesem zweiten künstlichen See im Landkreis St. Wendel liegt eine ganz andere Konzeption zugrunde: Während der Bostalsee als Freizeitsee zur Stärkung der örtlichen Wirtschaftskraft angelegt worden ist, bildet die Primstalsperre ein Reservoir für Trink- und Brauchwasser. Der 12 km lange Rundweg dient Wanderern und Radfahrern zur Erholung in Stille. Der Radfahrer muß am Peterberg erst den Anstieg von 124 Höhenmetern auf zwei Kilometern Länge hinter sich bringen, bevor er sich eventuell auf der Sommerrodelbahn, diesmal in Schlitten, wieder talabwärts begibt. Der Aufstieg kann dann allerdings mit dem Sessellift erfolgen. Als Grund für die Beliebtheit dieser Route kann die Nähe zum Touristenzentrum Bostalsee angeführt werden, die ortsansässigen Gästen Anfahrtswege mit Rad oder Auto erspart. Möglicherweise übt sie auch durch ihren Schwierigkeitsgrad eine gewisse Anziehungskraft auf sportlich versierte Fahrer aus.

Gleichermaßen beliebt wie die Zwei-Seen-Tour sind die Routen Nr. 4 "Rund um St. Wendel" und Nr. 5 "Panoramatur". Beide zeichnen sich durch eine Streckenlänge von 30 Kilometern aus, die in etwa 4 Stunden Fahrzeit zu bewältigen sind. Als einzige Route überhaupt verläuft die Strecke "Rund um St. Wendel" ausschließlich auf geteerten Feldwegen und ist damit auch mit dem Rennrad befahrbar. Sie weist allerdings größere Steigungen als die "Panoramatur" auf. Letztgenannte beginnt in Oberthal, verläuft Richtung Bostalsee, durch den historischen Ort Tholey nach Alsweiler wieder zum Ausgangspunkt zurück. Ihre Bezeichnung als "Panoramatur" läßt bereits auf landschaftlich "schöne" Streckenabschnitte schließen, in die sich immer wieder bedeutende Sehenswürdigkeiten einreihen. Zu erwähnen sind: Hofgut Imsbach (Saarländisches Ökologiezentrum), Johann-Adams-Mühle (restauriertes Mühlenensemble aus dem 18. Jh., heute Kreismühlenmuseum), Schaumberg (571 Meter hohe Erhebung mit Aussichtsturm), Abteikirche St. Mauritius (Frühgotischer Bau mit romanischen Elementen, der auf den Resten einer römischen Badeanlage errichtet worden ist) sowie der Ausblick auf den Segelflughafen Marpingen. Die Route rund um St. Wendel hat an Sehenswürdigkeiten direkt an der Strecke lediglich das Naturschutzgebiet Ostertal entgegenzusetzen. Im Kartenblatt vermerkt ist allerdings die Wendalinusbasilika, eine frühgotische Hallenkirche, die dem Schutzheiligen der Stadt geweiht ist. Entlang der Panoramatur befinden sich die meisten Sehenswürdigkeiten, dennoch wurde sie auf Platz fünf der Beliebtheitsskala verwiesen.

Weit abgeschlagen bildet die Route Nr. 7 "Zwischen Ill und Alsbach" mit 60 Nennungen das Schlußlicht. Die Tour zwischen Marpingen, Urexweiler und Hirzweiler weist eine Streckenlänge von 17 km auf und liegt damit weit hinter den Favoriten gleicher Tourenlänge ("Rund um Spiemont und Steinberg" sowie "Rund um den Weiselberg") zurück. Aufgrund mäßiger Steigungen ist diese Rundtour in etwa 1,5 bis 2 Stunden zu bewältigen. An Sehenswürdigkeiten beschrieben sind Hügelgräber, die für das ungeübte Auge jedoch schwer im Gelände auszumachen sind.

Tab. 8: Beliebtheitskala der sieben verschiedenen Radtouren des Sankt Wendeler Landes

Tour	Landkreis St. Wendel (%)	übriges Saarland (%)	übriges Deutschland inkl. Ausland (%)
Skulpturentour (R1)	62	27	51
Rund um Spiemont und Steinberg (R2)	45	23	38
Zwei-Seen-Tour (R3)	36	24	39
Rund um St. Wendel (R4)	44	16	30
Panoramatour (R5)	34	25	39
Rund um den Weiselberg (R6)	47	13	33
Zwischen Ill und Alsbach (R7)	29	23	26
Miss. value	7		

Quelle: Eigene Erhebung 1995

Zwischen Landkreisbevölkerung und Gästen des Sankt Wendeler Landes aus dem übrigen Saarland und dem übrigen Deutschland zeigt sich im Beliebtheitsgrad der verschiedenen Radtouren R1 bis R7 ein Unterschied. Mit großem Abstand ist die Skulpturentour zwischen St. Wendel und Bostalsee unter den Einheimischen die am meisten favorisierte Strecke, gefolgt von den flachen Strecken auf der ehemaligen Bahntrasse und der ebenfalls leicht befahrbaren Rundroute um Spiemont und Steinberg. Mit geringfügigem Unterschied wurde die Strecke rund um die Stadt St. Wendel als Lieblingsroute oft genannt. Möglicherweise liegen die Gründe -mit Blick auf die Bevorzugung der Routen von den übrigen Saarländern- in der rein statistischen Häufung der Befragten aus St. Wendel sowie in der Tatsache, daß diese Route wegen der kompletten Asphaltierung auch mit dem Rennrad befahrbar ist. In etwa gleichauf liegen Route Nr. 3 (vom Bostalsee nach Otzenhausen) und Route Nr. 5 (im Bereich Tholey), die beide neben der Landschaft sehenswerte Objekte beinhalten. Am wenigsten zieht es die St. Wendeler auf eine Tour um Marpingen.

Herausragend bei den als Ausflügler bezeichneten Saarländern (außer Landkreisbevölkerung) ist ebenfalls die Skulpturentour. Ansonsten fällt eine relativ einheitliche Rangskala auf, bis auf die Routen um St. Wendel und um den Weiselberg. Weder Erreichbarkeit noch Streckenlänge oder Unbekanntheit können hierfür als Gründe herangezogen werden, so daß eine gesicherte Erklärung ohne weitere Nachfragen nicht gegeben werden kann.

Obwohl auch bei den Urlaubern (Herkunft: übriges Deutschland) die Skulpturentour als Spitzenreiter rangiert, zeigen sich jedoch in der Rangskala der Beliebtheit kaum Unterschiede, außer dem landschaftlich reizvollen Radweg zwischen Ill und Alsbach R7, der auch hier das Schlußlicht bildet.

Um herauszufinden, ob die Streckenlängen der sieben Radtouren im Sankt Wendeler Land richtig gewählt sind und den Bedürfnissen der Zielgruppe entsprechen, wurde die durchschnittliche Fahrleistung pro Tour abgefragt, die die Radfahrer im allgemeinen zurücklegen.

*Tab. 9: Durchschnittliche Fahrleistung pro Tour von Radtouristen im Sankt Wendeler Land*

Fahrleistung	bis 10 km	bis 20 km	bis 30 km	über 30 km	Miss.v.
Nahbereich	8	20	36	34	
Fernbereich	0	17	36	38	
<b>Durchschnitt</b>	<b>5</b>	<b>19</b>	<b>36</b>	<b>35</b>	<b>2,1</b>

Quelle: Eigene Erhebung 1995

Zieht man jedoch die Streckenlängen der tatsächlich gefahrenen Routen R1-R7 heran, so ergibt sich ein völlig anderes Bild. Die Radtouren bis zu 20 km wurden mit Abstand am häufigsten gefahren, gefolgt von Touren über 30 km (vgl. Tab. 8). Offensichtlich ist eine Diskrepanz vorhanden zwischen tatsächlich gefahrenen Kilometern im Sankt Wendeler Land und den bei Radtouren allgemein zurückgelegten Distanzen, insbesondere im 20-Kilometerbereich. Dies könnte auf die Attraktivität der Routen und damit zusammenhängende Stopps zurückgeführt werden, auf eine eventuelle Fahrtbegleitung mit Kindern oder darauf, daß die Radtouren des Sankt Wendeler Landes nur als kleine sportliche "Auflockerungsübung" angesehen werden. Die Tabelle zeigt aber auch, daß Einheimische aus dem Landkreis St. Wendel und Urlauber aus dem übrigen Deutschland allgemein eher Strecken über 30 km bevorzugen, vielleicht ein Indiz, daß diese Befragten das Rad für die Anfahrt



zu den Touren nutzen

Für den Donauradweg stellt sich ein grundsätzlich anderes Bild dar: knapp 40 % haben eine Strecke bis zu 80 Kilometern zurückgelegt, lediglich 7 % sind unter 40 Kilometern gefahren. Bis zu 20 km legten nur 0,8 % der Befragten zurück (Albrecht 1997, S. 111/112). Dieses Distanzverhalten konnte Klemm (1995, S. 82) für den Moselraum nicht bestätigen. Dort legt über die Hälfte der Radfahrer zwischen 40 und 60 km zurück. Rund 4 % absolvieren bis 25 km. Rust (1996, S. 125) ermittelte für die Mecklenburgische Seenplatte bei Radausflüglern eine Entfernung pro Tour von 36 km, bei Radreisenden von 46 km. Topographische Verhältnisse und Art des Radurlaubes spielen eine Rolle. Der Aktionsradius beträgt allgemein zwischen 30 und 60 Kilometern.

### 7.6.7 Planung der Radtouren

Ob Radtouren im Vorfeld geplant und nach welchen Kriterien die Strecken ausgewählt werden, liefert bereits Indizien, ob sehenswerte Objekte entlang der Tour gezielt aufgesucht werden. Überraschenderweise gaben von den 228 antwortenden Personen lediglich 67 an, die Tour im "detaillierten Streckenverlauf" im Vorfeld zu planen. Weit über der Hälfte reicht das Wissen um die ungefähre Richtung aus. Ein zielstrebiges Aufsuchen von besonderen Sehenswürdigkeiten ist dabei fragwürdig. Vielmehr ist bei dieser Gruppe während der Tour mit einer gewissen Flexibilität zu rechnen, so daß Richtungsänderungen zwar erfolgen, aber nur dann, wenn bestimmte Anreize gegeben werden, wie z.B. eine Beschilderung zu kulturellen Besonderheiten oder Freizeiteinrichtungen.

Tab. 10: Intensität der Planung von Radtouren im Vorfeld

Planung	intensiv	grob	Miss.v.
Nahbereich	21	75	
Fernbereich	43	57	
<b>Durchschnitt</b>	<b>29</b>	<b>68</b>	<b>3,4</b>

Quelle: Eigene Erhebung 1995

Deutliche Unterschiede in der Intensität der Vorbereitung der Radtouren zeigen sich zwischen den Einheimischen und den Gästen. Die Ortskenntnis der St. Wendeler Bevölkerung bedingt eine größere Sicherheit in der Orientierung, die sich bei der Tourenplanung bemerkbar macht. 21 % der Einheimischen bereiten ihre Radtour intensiv vor gegenüber 43 % der Radfahrer aus dem übrigen Deutschland.

Die Intensität der Planung für einzelne Radtouren im Sankt Wendeler Land konnte Miglbauer (1991, S. 11) in ähnlicher Weise für den Donauradweg bestätigen. Dort legten sich 36 % der Radler auf ein konkretes Ziel fest, die übrigen überließen das Ziel der persönlichen Kondition oder den Gegebenheiten während der Tour. Nur 29 % legten lediglich die Route fest, ein Ergebnis, das sowohl für einen Radfernweg als auch für die Radrundwege im Sankt Wendeler Land zutrifft und den starken Individualcharakter der Radtouristen bestätigt. Diese Feststellungen decken sich mit der Aussage Opaschowskis (1994 a, S. 13), der eine allgemeine individuelle Spontaneität und sinkende Organisationsbereitschaft bei seinen Untersuchungen zum Sportverhalten der deutschen Bevölkerung nachwies. Er führte diese Fakten auf eine wachsende Freizeitorientierung zurück.

Das Vorhandensein einer Radwanderkarte bringt auch eine intensivere Vorbereitung der Tour mit sich. Über zwei Drittel der Radfahrer, die eine Karte besitzen, planen die Tour intensiv vor. Unterschiede in den Kriterien zur Streckenauswahl zeigen sich allerdings nicht.

Bei den bis 30jährigen wird die Radtour intensiver (39 %) als bei allen anderen Altersstufen vorbereitet. Möglicherweise läßt sich diese höhere Quote durch mitfahrende Kinder erklären, die eine detailliertere Planung notwendig machen.

Ob primär nach sportlich-leistungsorientierten oder kulturhistorischen Kriterien die Auswahl der Strecke für eine Radtour erfolgt, sollte durch Frage Nr. 12 beantwortet werden. Mehrere Nennungen waren möglich, und es wurden 426 abgegeben. Am häufigsten wurde die Streckenlänge als ausschlaggebend für die Wahl einer Radroute genannt (44 %). Durch den Schwierigkeitsgrad, wie Steigungen oder Straßenbelag, lassen sich 30 % leiten. Für 26 % bilden die Sehenswürdigkeiten entlang der Tour ein wichtiges Auswahlkriterium (absolut: 111 Nennungen). An sonstigen Kriterien wurden aufgeführt: Verkehrssituation, Landschaft, Wetter sowie Lust und Laune.

Die Streckenlänge ist sowohl bei den Gästen aus dem Nahbereich (77 %) wie auch bei den Gästen aus dem Fernbereich (80 %) ausschlaggebendes Kriterium bei der Auswahl der

Routen.

Der Schwierigkeitsgrad einer Tour spielt bei den Radfahrern aus dem Landkreis St. Wendel und dem übrigen Saarland eine größere Rolle (61 %) bei der Streckenauswahl als das Vorhandensein von Sehenswürdigkeiten (39 %). Die vergleichbaren Zahlen liegen bei den Gästen aus dem Fernbereich bei 39 % bzw. 60 %. Erklären läßt sich dies dadurch, daß den Radfahrern aus der unmittelbaren Umgebung die Sehenswürdigkeiten eher bekannt sind als den von weiter entfernt herkommenden Gästen. Der Beliebtheitsgrad der sieben Radtouren im Sankt Wendeler Land läßt jedoch keine eindeutige Korrelation mit dem favorisierten Auswahlkriterium der Streckenlänge zu. Vor allem bei den Urlaubsgästen rangieren die Routen mit Streckenlängen von jeweils 17 km, 30 km und 43 km gleichermaßen auf Platz zwei der beliebtesten Touren. Die Route "Zwischen Ill und Alsbach", die ebenfalls eine Länge von 17 km aufweist, unterscheidet sich um fast 10 % bei den Nennungen von der Route "Rund um Spiemont und Steinberg", die dieselbe Entfernung hat.

#### **7.6.8 Freizeitbeschäftigung und Bildungsbereitschaft**

Wie in Kapitel 2 ausführlich dargelegt, besteht eine Hauptaufgabe der Naturparke in der Sensibilisierung von Einheimischen und Gästen für Natur und Umwelt im weitesten Sinne. Diese Sensibilisierung setzt eine Form der Bildung voraus, die nachgewiesenermaßen nach nicht-direktiven Methoden erfolgen sollte, um eine höchst mögliche Akzeptanz zu finden. Freies und unabhängiges Lernen mit hohem Erlebniswert sollte Leitlinie des Bildungsangebotes sein, da Lernen freiwillig und nach individuellen Bedürfnissen erfolgen kann (vgl. Kap. 5.1.2.2). Voraussetzung für den Lernprozeß ist Kommunikation, die über verschiedene Medien erfolgen kann (vgl. Kap. 5.2). Medien wirken sich allerdings sehr unterschiedlich auf den Lernerfolg aus. Nach Nahrstedt (et al. 1995, S. 9) ist die Behaltensquote dann am höchsten, wenn "wir selber etwas tun".

Diese neue Form zur Vermittlung von naturräumlichen und landschaftsökologischen Zusammenhängen ist auch Inhalt der Radwanderangebote im Donauland-Strudengau (oberösterreichisches Mühlviertel) gemäß dem Konzept "Spurensuche" (Miglbauer 1994 a, S. 121-136). Das Urlaubsinteresse von Fahrradtouristen schätzt Biermann (1996, S. 51) aufgrund ihres hohen Bildungsstandes allgemein überdurchschnittlich hoch ein. Nachweisen konnte dies u.a. Klemm (1995) für den Moselradweg. Bezogen auf den Naturpark Saar-Hunsrück sollte die Lernbereitschaft bei einer Aktivität mit Erlebnischarakter (Fahrradfahren) untersucht werden, wobei die Radkarte mit Beschreibung sowie die Beschilderung als

Kommunikationsmittel dienen. Diese Bildungsbereitschaft sollte anhand der Kardinalfragen: "Halten Sie während der Radtour an den in der Radwanderkarte beschriebenen Sehenswürdigkeiten an ?" und "Lesen Sie bei Ihrem Stopp die Erläuterungen auf der Kartenrückseite ?" ermittelt werden.

Nach einer Untersuchung von Steil <sup>10</sup> (1997, S. 49/50) in der Gemeinde Nohfelden kommt dieser zum Ergebnis, daß die Urlauber eine "sportliche Freizeit" (26 %, Rang eins) mit ihrem Traumurlaub verbinden. "Besichtigungen" wurden an vierter Stelle genannt. Bei den Ausflüglern steht wiederum die "sportliche Freizeit" an erster Stelle, gefolgt von "Naturerleben" und, ebenfalls auf Rang drei, die Besichtigungen. Bei den Anwohnern selbst spielt der Freizeitsport nur eine untergeordnete Rolle (8 %), während Natur, Sonne, Strand und Besichtigungen mit einem Traumurlaub in Verbindung gebracht werden.

Allgemein muß zunächst festgestellt werden, daß zwischen beiden Fragen ein gravierender Unterschied bei der Beantwortung hinsichtlich der vergleichbaren Kategorien besteht. Der Großteil (41 %) gibt an, "meistens" an den Sehenswürdigkeiten anzuhalten, wohingegen die meisten nur "gelegentlich" die Erläuterungen auf der Kartenrückseite lesen (45 %). Während 38 % "gelegentlich" an den Sehenswürdigkeiten einen Stopp einlegen, beschäftigen sich 24 % mit den schriftlichen Ausführungen. Bei den weiteren Rangfolgen besteht Übereinstimmung, wenn auch Differenzen in bezug auf die Anzahl der Nennungen auffällig sind. Von 236 antwortenden Personen gaben 25 (11 %) an, "immer" an kulturhistorisch bedeutsamen Einrichtungen eine Pause während der Radtour einzulegen. Rund 10 Personen mehr lesen dagegen "immer" die Erläuterungen auf der Kartenrückseite. Für 7 % spielen die Sehenswürdigkeiten am Rande der Strecke überhaupt keine Rolle, und 11 % beschäftigen sich grundsätzlich nicht näher mit den Beschreibungen.

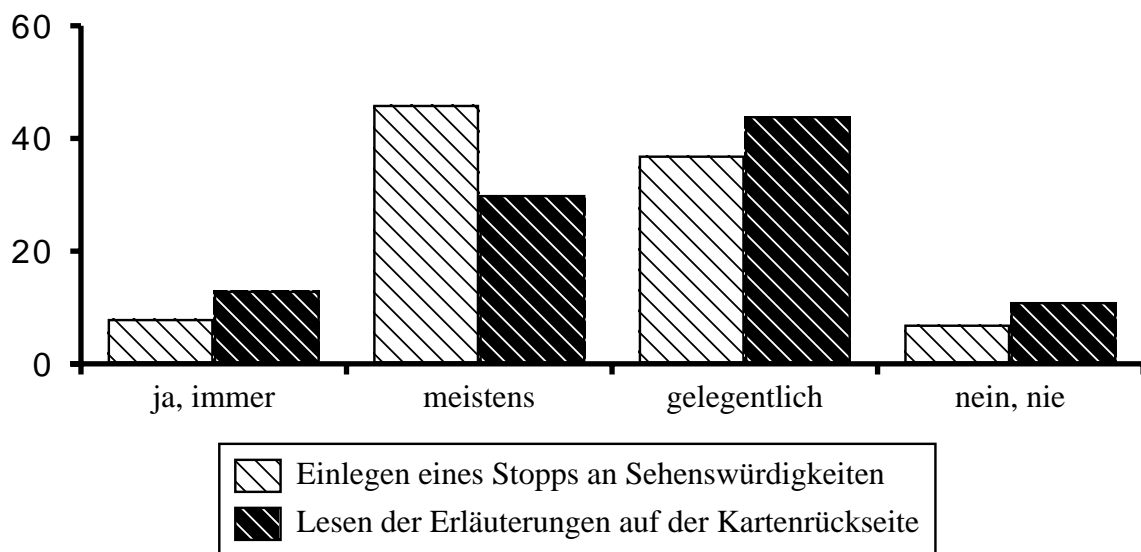
---

<sup>10</sup> Steil verwendet eine etwas andere Terminologie als die in dieser Arbeit. Als Urlauber bezeichnet er Touristen, die sich länger als 4 Tage im Sankt Wendeler Land aufhalten. Ausflügler oder Kurzreisende bleiben bis max. 4 Tage, wobei die Herkunft keine Rolle spielt. Anwohner sind Bürger der Gemeinde Nohfelden. Die Befragung erfolgte in drei Erhebungswellen in Form von mündlichen und schriftlichen Interviews. Die Einheimischen wurden über einen Fragebogen erreicht, der mit dem Amtlichen Bekanntmachungsblatt der Gemeinde Nohfelden verteilt wurde. Hierbei betrug die Rücklaufquote 14,9 %.

### Bildungsbereitschaft in Abhängigkeit von der Herkunft

Insbesondere die Frage, ob die Gäste aus dem Fernbereich an den Sehenswürdigkeiten anhalten und auch die Erläuterungen auf der Kartenrückseite lesen, sollte Aufschluß über die Akzeptanz eines radtouristischen naturnahen Angebotes in einem Naturpark liefern.

Abb. 24: *Beschäftigung mit Sehenswürdigkeiten während einer Radtour durch Gäste aus dem Fernbereich*



Quelle: Eigene Erhebung 1995

Fast identisch ist das Verhalten von Touristen aus dem Nahbereich und Touristen aus dem Fernbereich dann, wenn sie immer bzw. nie an Sehenswürdigkeiten <sup>11</sup> anhalten. 44 % der Gäste aus dem Fernbereich geben an, meistens einen Stopp an bedeutenden Punkten einzulegen und immerhin 41 % halten gelegentlich an. 6 % kann nichts während ihrer Radtour aufhalten. Mit 41 % überwiegen die, die nur gelegentlich die Erläuterungen auf der Kartenrückseite lesen. Damit kann das von Steil (1997, S. 49) für die Urlauber allgemein in der Gemeinde Nohfelden ermittelte relativ geringe Interesse an Sehenswürdigkeiten nicht bestätigt werden.

<sup>11</sup> Zum Zeitpunkt der Untersuchung war die Informationszentrale des Naturpark Saar-Hunsrück erst in der Planung, so daß diese nicht konkret in die Untersuchung miteinbezogen werden konnte.

Bei der Befragung von Fahrradtouristen an der Donau nannten rund 42 % das kulturelle/geschichtliche Angebot als Hauptmotiv für einen Radurlaub (Miglbauer et al. 1991, S. 10). Laut einer Untersuchung im Bereich Bayerischer Wald-Mühlviertel-Böhmerwald bezeichnete Hackl (1994, S. 53) die Radreisen als multifunktional. 84 % der Radfahrer verbanden mit der Tour andere Beschäftigungen, meist einkehren (82 %) und/oder Besichtigungen (42 %). Rust (1996, S. 123) bestätigte 70 % der Radausflügler und 50 % der Radreisenden an der Mecklenburgischen Seenplatte Interesse an Sehenswürdigkeiten. Auffallend ist die Einheitlichkeit des Ergebnisses. Nach Klemm (1995) haben an der Mosel lediglich 5 % der Individualradler kein Interesse an Erläuterungen. Es interessierten sich für: Kirchen 27 %, Erdgeschichte 35 %, Geschichte 40 %, Burgen und Schlösser 67 %. Nach der Interpretation von Klemm sind es insbesondere regionaltypische Aspekte eines Urlaubsgebietes, für die sich die Radtouristen interessieren. Wie Albrecht behauptet, reist der Radfahrer ganzheitlicher als der normale Aufenthaltstourist, da er viel intensiver Konsument von Sehenswürdigkeiten und anderen touristischen Einrichtungen ist (Albrecht 1995, S. 80). Aus einer Zusammenstellung von Jilg (1989, S. 158) geht hervor, daß sogar 62 % der Gäste im Naturpark Altmühltal Besichtigungen vornehmen. Damit konnte für die radfahrenden Gäste im Sankt Wendeler Land ähnlich wie in anderen Regionen ein höheres Interesse an der Kulturhistorie festgestellt werden.

#### Bildungsbereitschaft in Abhängigkeit vom Alter

Die Entscheidung, während einer Radtour an Sehenswürdigkeiten anzuhalten, ist altersabhängig. Damit die Werte besser vergleichbar sind, wurde die Auswertung in drei Kategorien zusammengefaßt: "ja, immer", "regelmäßig" und "nein, nie". Die laut Umfrage ermittelten Daten "meistens" und "gelegentlich" wurden addiert und zu der neuen Kategorie "regelmäßig" zusammengefaßt.

*Tab. 11: Altersabhängiges Interesse an Sehenswürdigkeiten*

Anhalten in %	ja, immer	regelmäßig	nein, nie
Alter			
bis 18 J.	5	86	5
bis 30 J.	12	68	15
bis 45 J.	12	79	6
bis 60 J.	8	83	4
älter als 60 J.	13	80	7

Quelle: Eigene Erhebung 1995

Wie aus der Tabelle hervorgeht, zeigen die über 60-jährigen das größte Interesse, während einer Radtour an Sehenswürdigkeiten regelmäßig anzuhalten. Sie lesen auch zu 70 % regelmäßig die Erläuterungen auf der Kartenrückseite. Bei den bis 30jährigen, die auch eher alleine unterwegs sind, wird doch nicht allzuoft ein Stopp eingelegt. Im Vergleich zu den anderen Daten ist auch der Anteil derer, die nie aus gegebenem Anlaß einen Stopp einlegen, mit 15 % in dieser Altersklasse relativ hoch. Beliebter sind bedeutsame Einrichtungen am Rande der Tour bei den 31 bis 45jährigen, unabhängig aus welcher Region sie kommen. Für diese sind kulturhistorische Besonderheiten entlang einer Radstrecke immer wieder Anlaß, eine Pause einzulegen und sich mit den Einrichtungen zu beschäftigen. Der Anteil derer, die sich dabei auch mit den schriftlichen Ausführungen zu den Objekten beschäftigen, ist bei den letzten drei Altersgruppen mit rund 70 % fast gleich hoch.

Unterschiede im Interesse an kulturhistorischen Sehenswürdigkeiten je nach Alter konnte im Naturpark Altmühltal nachgewiesen werden. Die Aktivität, die den höchsten Prozentsatz auf sich vereinigen konnte, war die Besichtigung von Kirchen, wobei bei den Gästen ab 40 Jahren das Interesse an Kirchen besonders hoch war, während es sich bei den 18-40jährigen weniger ausgeprägt präsentierte (TOPAS 1995, S. 30). So hat auch Albrecht (1997, S.124) für den Tauernradweg versucht, ein altersabhängiges Interessenprofil zu erstellen. Bei den häufigsten Nennungen Natur und Burgen ist ein leichter Anstieg mit dem Alter feststellbar. Museen werden von der Altergruppe 29-39 und den Senioren am liebsten besucht. Von allen Altersklassen zeigen die 18-24jährigen das größte Interesse an kulturellen Veranstaltungen, ansonsten ist fast gleichbleibendes Interesse erkennbar.

Da bei der Untersuchung im Sankt Wendeler Land nicht näher unter den Sehenswürdigkeiten differenziert wurde, kann eine Aussage zu den Interessenschwerpunkten nur vage über die bevorzugten Radstrecken gemacht werden, da diese sich in ihren Inhalten wesentlich voneinander unterscheiden.

#### Bildungsbereitschaft in Abhängigkeit von einer Begleitung

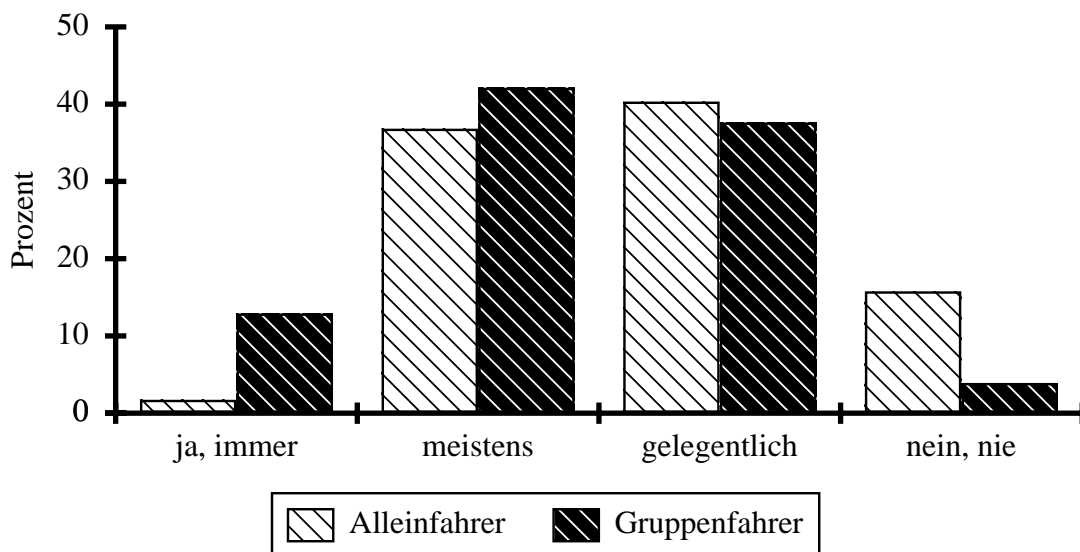
Bei denjenigen, die alleine unterwegs sind, spielt das Vorhandensein von Sehenswürdigkeiten entlang einer Route bei der Streckenauswahl nur eine geringe Rolle (33 %). Vielmehr sind bei den Alleinfahrern Streckenlänge (75 %) sowie Schwierigkeitsgrad (65 %) ausschlaggebend dafür, welche Route eingeschlagen wird. Dieses Ergebnis wurde auch im Naturpark Altmühltal für Alleinreisende ermittelt, die deutlich weniger Interesse an Besichtigungen aller Art haben (TOPAS 1995, S. 31). Anders bei den Gruppenfahrern: Über

die Hälfte (52 %) möchte sich während ihrer Radtour mit kulturhistorischen oder anderweitigen Besonderheiten der Region auseinandersetzen. Dabei spielt die Streckenlänge bei der Wahl der Tour eine größere Rolle als bei den Alleinfahrern (80 %), der Schwierigkeitsgrad wird jedoch geringer bewertet als bei denen, die allein mit dem Rad unterwegs sind. Es läßt sich eindeutig das Fazit ziehen, daß Alleinfahrer in der Tat auch seltener an Sehenswürdigkeiten einen Stopp einlegen als dies bei Gruppenfahrern der Fall ist. Immerhin geben noch 40 % an, gelegentlich an Sehenswürdigkeiten zu pausieren, der Wert, 16 % würden nie anhalten, spricht dagegen für sich.

Mehr als jeder zehnte, der in einer Gruppe unterwegs ist, legt dagegen an Besonderheiten in der Region während einer Radtour immer eine Pause ein, und 42 % geben an, meistens anzuhalten. Unwesentlich geringer ist die Zahl derer, die nur gelegentlich einmal einen Stopp einlegt, um sich etwas anzuschauen. Nur jeder vierte, der überwiegend in Gruppen unterwegs ist, hält nie unterwegs an.

Genauso deutlich präsentieren sich die Ergebnisse bei Gruppenfahrern, die an Ort und Stelle sich auch schon einmal mit den schriftlichen Ausführungen über die Besonderheiten am Wegesrand auseinandersetzen. Pauschal gesagt, lesen Radfahrer in Gruppen zu 46 % immer oder meistens die Beschreibungen. Die entsprechende Zahl bei Alleinfahrern liegt bei 16 %.

Abb. 25: Anhalten an Sehenswürdigkeiten bei Allein- und Gruppenfahrern



Quelle: Eigene Erhebung 1995



### Bildungsbereitschaft in Abhängigkeit vom Kartenbesitz

Fast jeder fünfte Radfahrer, der in Besitz einer Karte ist, hält immer an Sehenswürdigkeiten an, während dieser Wert bei Nichtkartenbesitzern bei 6 % liegt. Das heißt, die Karte ist ein Medium, das durchaus dazu animiert, an Besonderheiten der Region eine Rast einzulegen. Ebenso eindeutig kann die Aussage getroffen werden, daß Radfahrer genau zu einem Viertel die Karte nutzen, um sich über die Sehenswürdigkeiten am Wegesrand näher zu informieren. Entsprechend gering liegt die Vergleichszahl bei den Nichtkartenbesitzern: sie beschäftigen sich nur zu 9 % näher mit den Einrichtungen, die sie während einer Radtour vorfinden. Auffallend ist, daß Gäste aus dem Nahbereich zu einem höheren Anteil (15 % bzw. 11 %) in Besitz einer Karte sind und sich meistens mit Sehenswürdigkeiten beschäftigen.

### Bildungsbereitschaft in Abhängigkeit der Streckenauswahl

Welcher Zusammenhang besteht zwischen der Einstellung zu Kriterien der Streckenauswahl (Sehenswürdigkeiten, Streckenlänge, Schwierigkeitsgrad) und tatsächlich gefahrenen Routen?

*Tab. 12: Gefahrene Routen und Bedeutung von Sehenswürdigkeiten entlang der Strecken*

Radtour	R 1	R 2	R 3	R 4	R 5	R 6	R 7
Bedeutung von Sehenswürdigkeiten in %	39	38	37	45	41	47	37

Quelle: Eigene Erhebung 1995

Überraschenderweise sind für 47 %, die die Route Nr. 6 "Rund um den Weiselberg" auf einer ehemaligen Bahntrasse gefahren sind, Sehenswürdigkeiten entlang einer Radstrecke besonders wichtig. Diese Strecke, die in diesem Kapitel bereits beschrieben wurde, verfügt neben dem Mithras-Denkmal über die geologischen Besonderheiten des Weiselberges, die auf Anhieb für geologische Laien nicht sofort erkennbar sind. Eher nachvollziehbar sind die ermittelten Werte bei der Route Nr. 4 "Rund um St. Wendel" und Nr. 5, der "Panoramator" um Tholey, die beide doch bedeutende und einmalige kulturhistorische Besonderheiten aufweisen.

Bei der Beantwortung dieser Frage liegt die Versuchung nahe, eine "Bewertung" einer Sehenswürdigkeit nach ihrer kulturhistorischen Bedeutung vorzunehmen. Die aufgeschlüsselten Daten scheinen sich auf den ersten Blick zu widersprechen. Die für Familien mit Kindern konzipierten Radtouren im Sankt Wendeler Land beziehen ihre Attraktivität nicht nur aus "einmaligen", im Sinne von einzigartigen Einrichtungen, sondern auch von solchen, die Kindern Raum für Phantasien lassen, wie eben diese Bahntrasse, die über ein großes Viadukt verläuft und durch einen beleuchteten Tunnel hindurchführt. Eben solche Einrichtungen sind auch dazu angetan, Identität des Gast- bzw. Heimatlandes zu vermitteln. Für diejenigen, die die "Skulpturenstraße" (R 1) abgefahren sind, haben die Sehenswürdigkeiten zu 39 % Bedeutung.

#### Bildungsbereitschaft in Abhängigkeit von der Streckenlänge

Relevant für die Wahl der Streckenlänge bei der Zusammenstellung von Radtouren für den Organisator ist die Frage, ob sich die Streckenlänge einer Route auf die Bereitschaft der Fahrradfahrer auswirkt, an einer Besonderheit anzuhalten bzw. sich damit auch näher in Form von schriftlichen Ausführungen zu beschäftigen.

Um einen aufschlußreicheren Datenpool zu erhalten, wurden die im Fragebogen angegebenen vier Kategorien zu drei zusammengefaßt. Die neuen Kategorien lauten: "fast immer" (addiert aus "ja, immer" und "meistens"), "gelegentlich" sowie "nein, nie". Hierbei zeigen sich eindeutige Ergebnisse:

In der Kategorie "Ich halte fast immer an Sehenswürdigkeiten" an, ist eindeutig eine Korrelation mit der Streckenlänge einer Radtour festzustellen: je kürzer die Strecke, desto eher findet sich die Bereitschaft, eine Informationspause an Besonderheiten einzulegen. Gegenüber verhält sich der Wert bei denjenigen, die "gelegentlich" anhalten. Eine genaue quantitative Aussage läßt sich bei der bestehenden Fragestellung nicht treffen. Sicherlich spielen persönliche Einstellungen und Positionen mit einer Rolle, wie weit die Begriffe "meistens" und "gelegentlich" gefaßt werden. Die Tendenz ist allerdings eindeutig.

Abgesehen von einem Wert, ist ein weiterführendes Interesse an Besonderheiten einer Region ebenfalls in gleicher Weise mit der Streckenlänge interpretierbar. Je kürzer eine Strecke ist, desto eher wird auch eine schriftliche Ausführung zur weiteren Information zur Hand genommen. Bei der Sparte "bis zu 30 Kilometer pro Tour" ist eine Unterbrechung

der Reihe feststellbar, die ohne weiteres nicht interpretiert werden kann.

Tab. 13: Anhalten an Sehenswürdigkeiten in Abhängigkeit der Streckenlänge einer Radtour

<b>Anhalten in %</b>	fast immer	gelegentlich	nein, nie
<b>Streckenlänge</b>			
bis 10 km	67	25	8
bis 20 km	58	29	7
bis 30 km	55	40	4
über 30 km	42	43	10
<b>Lesen in %</b>			
<b>Streckenlänge</b>			
bis 10 km	50	42	8
bis 20 km	40	40	11
bis 30 km	53	35	9
über 30 km	22	57	11

Quelle: Eigene Erhebung 1995

Offensichtlich spielt bei einer Freizeitbeschäftigung der Zeitfaktor eine Rolle und die Tatsache, ob eine Radtour primär sportlichen Interessen oder eher der Unterhaltung dient. Steil (1997, S. 73/74) konnte bei seinen Untersuchungen in der Gemeinde Nohfelden nachweisen, daß die Mehrzahl der Touristen (62,2 %) bei ihrem 1., 3. und 4. Besichtigungshandeln in der Tat Ausflugsziele in der näheren Umgebung bis zu 20 km. Erst die 2. Besichtigungstour führt in der Regel zu Ausflugszielen, die mindestens 21-50 km vom Standort entfernt liegen. Für die Initiatoren von Radstrecken, die regionsspezifische Besonderheiten tangieren sollen, bedeutet dies, daß ein ausgewogenes Verhältnis von kürzeren und längeren Strecken vorhanden sein sollte.

#### Bildungsbereitschaft in Abhängigkeit von der Vorbereitung einer Radtour

Die Verwendung von Kommunikationsmitteln vor einer Aktivität läßt größeres Interesse und Aufmerksamkeit während der eigentlichen Beschäftigung vermuten. Zur Überprüfung dieser Aussage wurde untersucht, wie vorhergehende Planung einer Radtour sich auf die Beschäftigung mit Sehenswürdigkeiten während der eigentlichen Fahrt auswirkt. Um wie-

der vergleichbare Datenreihen zu erhalten, wurden wiederum drei Kategorien gebildet: "fast immer" (addiert aus "ja, immer" und "meistens"), "gelegentlich" sowie "nein, nie".

Die Ergebnisse überraschen nicht: je intensiver eine Radtour vorher geplant wird, desto eher besteht Bereitschaft, an Ort und Stelle anzuhalten, um eine Besichtigung durchzuführen. Auch bei dieser Fragestellung kann weder eine quantitative noch qualitative Aussage über Dauer, Zeitpunkt und Intensität der Vorbereitung getroffen werden. Es kann jedoch klar definiert werden, daß, wenn eine Radtour vorher vorbereitet wird, mehr an Sehenswürdigkeiten anhalten als im Falle einer ungeplanten Tour. Die Radfahrer beschäftigen sich auch öfter mit schriftlichen Ausführungen an Ort und Stelle, wenn der Radtour eine gewisse Planung vorausgegangen ist. Hierbei zeigt sich bereits die Bedeutung eines Medieneinsatzes für das Lernen. Durch Informationsvermittlung wurde Lernbereitschaft und Motivation erzeugt, sich während einer Freizeitbeschäftigung mit der Kulturhistorie auseinanderzusetzen.

*Tab. 14: Anhalten an Sehenswürdigkeiten in Abhängigkeit von der Vorbereitung einer Radtour*

<b>Anhalten in %</b>	fast immer	gelegentlich	nein, nie
intensive Planung	57	30	9
grobe Planung	49	43	6
<b>Lesen in %</b>			
intensive Planung	43	43	7
grobe Planung	37	47	12

Quelle: Eigene Erhebung 1995

#### Bildungsbereitschaft in Abhängigkeit von Orientierungshilfen

Hat nun die favorisierte Orientierungshilfe Auswirkungen auf die Tatsache, ob an Sehenswürdigkeiten ein Stopp eingelegt wird und auch Erläuterungen dazu gelesen werden?

Um die Vergleichbarkeit der Daten zu gewähren, wurden bei dieser Auswertung abweichend von der ursprünglichen Fragestellung wiederum drei Kategorien gebildet: "fast im-

mer" (addiert aus der Antwortgruppe "ja, immer" und "meistens"), "gelegentlich" sowie "nein, nie".

Aus den Daten geht eindeutig hervor, daß diejenigen, die sich anhand von Beschreibungen orientieren, zu 61 % öfter an den Sehenswürdigkeiten anhalten und zu 50 % auch die Erläuterungen lesen. Eine Karte selbst hat nicht die Relevanz in der Animation (47 % bzw. 36 %). Eine Beschilderung wirkt am geringsten anziehend, sich mit Besonderheiten der Region auseinanderzusetzen. Diese Analyse gibt Aufschluß, daß eine Karte nicht ausreicht, um radfahrende Gäste und Einheimische an Sehenswürdigkeiten heranzuführen. Eine Karte mit Beschreibungen ist wohl in erster Linie dazu geeignet, diesem Ziel näherzukommen.

### **7.6.9 Nutzung von Orientierungshilfen**

Intensität und Art genutzter Orientierungshilfen sind ein Indiz für die Lenkungsfähigkeit von Radtouristen. Diese Lenkungsfähigkeit von Touristen ist ein wichtiger Gesichtspunkt innerhalb der ökologischen Dimension der Nachhaltigkeit (vgl. Kap. 4.2.1). Wie aus vergleichbaren Untersuchungen hervorgeht (vgl. Miglbauer et al. 1991, Biermann 1994, Klemm 1995), finden sich unter den Radtouristen viele Individualisten, für die die Vorbereitung und Planung eines Radurlaubes im Vorfeld bereits als Bestandteil der Reise interpretiert wird (Miglbauer et al. 1991, S. 11). Dieser Individualcharakter am Beispiel des Donauradweges (Miglbauer et al. 1991, S. 11) findet Ausdruck in: Informationsbeschaffung (37 % über Reiseliteratur entgegen 9 % unter den Urlaubern allgemein), Zeitpunkt der Reiseplanung (86 % legen sich im Jahr der Reise fest entgegen 69 % der Urlauber allgemein), hoher Anteil von Selbstorganisation (94 % bei Radtouristen entgegen 38 % der Urlauber allgemein) und geringer Anteil bei der Fixierung eines festen Zieles (36 % der Radtouristen legen ein festes Ziel fest). Dieses persönliche Engagement bei der Durchführung einer Radtour legt die Vermutung nahe, daß auch die Streckenführung individuell geprägt ist, was bedeuten würde, daß Orientierungshilfen eine untergeordnete Rolle spielen und somit eine geringe Lenkungsfähigkeit bestehen würde. Aufschluß darüber sollte die Frage nach den genutzten Orientierungsmitteln im Sankt Wendeler Land geben.

Die Tatsache, daß den Radtouristen eine Beschilderung als Informationsquelle nicht ausreicht, konnte auch Miglbauer (et al. 1991, S. 11) für den Donauradweg bestätigen. Dort wollten 39 % der Radler mehr Informationen über Wegedetails sowie Routenvarianten und 28 % etwas über Sehenswürdigkeiten wissen. Rust (1996, S. 112) bestätigte bei ihrer Un-

tersuchung an der Mecklenburgischen Seenplatte die große Bedeutung von Radwanderkarten. Dort nutzten 80 % der Radausflügler die Karte als Orientierungsmittel, 55 % zogen die Beschilderung vor, 8 % verwendeten Radwanderführer. Am Tauernradweg (Albrecht 1997, S. 19) spielen auch Karte und Beschilderung die größte Rolle, Texte werden weniger in Anspruch genommen <sup>12</sup>. Ebenso wies Hackl (1994, S. 53) für das Gebiet des Bayerischen Waldes als Hauptorientierungsart eine Kombination von Karte und Wegweisung (88 %) nach.

Vergleichbare Ergebnisse lieferte die Untersuchung der Radtouristen im Sankt Wendeler Land. Vorgegeben waren: Beschilderung, Karte, Beschreibung sowie die Kombination der drei Elemente. Fast die Hälfte der Befragten (47 %) gibt an, während einer Radtour gleichermaßen Beschilderung, Karte und Beschreibung für die Wegfindung heranzuziehen. Ein Viertel nutzt die Beschilderung als Orientierungsmittel, überwiegend mit Karte sind 15 % unterwegs. Am wenigsten sind die reinen Beschreibungen (8 %) gefragt. Bei der Frage nach den Orientierungsmitteln während einer Radtour zeigen sich erwartungsgemäß deutliche Unterschiede, die durch die Herkunft der Radfahrer bedingt sind. Zunächst bleibt festzustellen, daß die Zahl derer, die sowohl Beschilderung, Karte und Beschreibung als Hilfe zur Orientierung verwenden, sowohl bei den Gästen aus dem Nahbereich als auch den Gästen aus dem Fernbereich am höchsten ist (51 % bzw. 40 %). Aufgrund der Ortskenntnis der Radfahrer aus der näheren Umgebung sind Karte und Beschreibung von untergeordneter Bedeutung. Fast ein Drittel nutzt ausschließlich die Beschilderung, um den richtigen Weg zu finden. Daraus leitet sich ein hoher Anteil an lenkungsfähigen Radtouristen aus der näheren Umgebung ab, die die heimischen Angebotsstrukturen nutzen. Gäste aus dem Fernbereich nehmen doch weitaus häufiger die Radwanderkarte zur Hand. Rund ein Viertel nutzt sie als Orientierungshilfe. Die Bedeutung der Beschilderung ist weitaus geringer als bei den Einheimischen (19 %). Lediglich 12 % geben an, für sie seien die Beschreibungen wichtig für die Wegefindung.

Unterschiede durch Aspekte der Tourenplanung ergeben sich für den Gebrauch von Orientierungshilfen während der Fahrt. Bei denjenigen, die ihre Radtour in irgendeiner Form planen, spielt der Gebrauch einer Karte als Orientierungshilfe für 9 % eine Rolle, während bei der nichtplanenden Gruppe 16 % auf eine Karte zurückgreifen.

---

<sup>12</sup> In der Untersuchung von Albrecht wurde eine Kombination von Orientierungsmitteln nicht abgefragt.

Maßgebliche Differenzen zeigen sich auch in der Bedeutung der Beschreibungen: 19 %, die vorbereitet sind, nutzen Beschreibungen, um den Weg zu finden, während die vergleichbare Zahl bei den Unvorbereiteten bei 3 % liegt. Beschilderungen haben für beide Gruppen einen ähnlich hohen Stellenwert (rund 25 %).

Eine Differenzierung in den genutzten Orientierungsmitteln ergibt sich auch aus dem Alter. Vor allem die Jugendlichen bis 18 Jahre ziehen in besonders hohem Maße Beschilderung, Karte und Beschreibung für ihre Orientierung heran (68 %). Bei den älteren Generationen nimmt die Bedeutung der Beschreibungen als Orientierungsmittel immer mehr ab, wohingegen sich Karte und Beschilderung größerer Beliebtheit als bei den Jüngeren erfreuen. Insgesamt nimmt, außer bei den Jugendlichen, die Beschilderung für die Orientierung eine größere Bedeutung (rund 10 % mehr in jeder Altersklasse) als die Karte ein.

Unterschiede ergeben sich auch bei Allein- und Gruppenfahrern. Während bei den Alleinfahrern Beschilderung, Karte und Beschreibung als einzelne Hilfen zur Wegfindung relativ gleichmäßig berücksichtigt werden, zeigt sich bei den Gruppenfahrern ein anderes Bild: sie nutzen hauptsächlich eine Kombination von Orientierungselementen. Von ganz untergeordneter Bedeutung ist die Beschreibung. Für die Alleinfahrer sind Beschreibungen nur von geringer Bedeutung.

Evidente Unterschiede im Gebrauch von Orientierungshilfen zwischen denen, die häufiger unterwegs sind, und denen, die ab und zu radfahren, bestehen nicht.

#### **7.6.10 Akzeptanz einer Radwanderkarte als Informationsmedium**

Einer Umfrage am Tauernradweg zufolge finden Radwanderführer zu 81 % und Radkarten zu 61 % Akzeptanz als geeignete Informationsmaterialien. Topographische Karten, Reiseführer und Straßenkarten finden jeweils nur zu rund 10 % Zustimmung (Albrecht 1997, S. 126/127). Hieraus schließt Albrecht, daß Radfahrer eine spezielle Reiseliteratur benötigen, wobei in erster Linie genaue Karten gefordert sind. Von den Tauernradfahrern immer noch als sehr wichtig beurteilt, sind ausführliche Routentexte, Beschreibungen von Sehenswürdigkeiten, Kurzinformationen sowie Übernachtungshinweise. Eher unwichtig erscheint die Ausstattung der Literatur mit Fotos (Albrecht 1997, S. 128). Diese Analyseergebnisse bestätigen die von Froitzheim (1993 a, S. 1) gestellten Anforderungen an einen Radwanderführer: Motivation zur Fahrradreise in ein bestimmtes Zielgebiet, einfache und eindeutige Orientierungsmöglichkeiten, Service für den reisenden Radler und Darbietung

touristischer Hintergründe (vgl. Schneider 1995, S. 11-25). Da die Radwanderführer in der Regel in Buch- oder Broschürenform angeboten werden, sind sie bei der Radtour selbst umständlicher zu handhaben als eine Karte, bieten allerdings ein breiteres Informationsspektrum, das bei einer Karte aus Platzgründen beschränkt ist.

Im Sankt Wendeler Land wurde als Informationsmedium eine Radwanderkarte erstellt, die sich inhaltlich an einen Radwanderführer anlehnt. Bei der Befragung im Sankt Wendeler Land wurde die Akzeptanz einer Radkarte getestet. Bei dieser Frage war nur eine "Ja"- oder "Nein"-Antwort möglich, wobei für letztere eine offene Zusatzfrage nach weiteren Orientierungs- und Informationsmitteln gestellt wurde. Die überwältigende Mehrheit von 84 % sprach sich für die Radkarte als geeignetes Mittel zur Orientierung und Information aus. Lediglich 3 % kreuzten "Nein" an. Als einzige Anmerkung wurden "Einzelkarten" als besseres Informationsmittel genannt. Auffallend bei dieser Frage ist die hohe Missing value-Quote von 13 %. Dies mag möglicherweise damit zusammenhängen, daß diese Frage auf dem letzten Blatt des Fragebogens stand und vielleicht bei der Bearbeitung übersehen worden ist. Möglicherweise waren auch einige Befragte damit überfordert, weitere Informationsmedien zu nennen.

#### **7.6.11 Kritiken und Anregungen über die Radwanderwege des Sankt Wendeler Landes**

Den Radtouristen im Sankt Wendeler Land sollte die Gelegenheit gegeben werden, Anregungen und Kritiken zu äußern, um eventuelle Verbesserungen vornehmen zu können. Es wurden genannt: mehr Radwege in der Stadt (St. Wendel), kein roter Split als Belag, Steigungen in die Karte eintragen und asphaltierte Wege bevorzugen, bessere Beschilderung, Symbol der Beschilderung fehlt auf der Karte, bessere Ausschilderung (Anm.: wurde mehrmals genannt), Schilder besser sichtbar anbringen, mehr Tagestouren beschreiben, Radweg um Bostalsee fehlt (Anm.: wurde mehrmals genannt; seit 1997 ist ein Weg vorhanden), Plan von Karte am Start anbringen (wurde 1997 durchgeführt), teilweise schlechte Wegeabschnitte (wurde mehrmals genannt), Ausbau von Wegen, Streckenbeschreibung fehlt, nur topographische Karten verwenden <sup>13</sup>, Karte kleiner und haltbarer, spezielle MTB-Touren (vgl. Kap. 7.7) mehr Radtouren, mehr Radwege.

---

<sup>13</sup> Da die Radwanderkarte des Sankt Wendeler Landes auf der Basis einer topographischen Karte erstellt worden ist, könnte bei dieser Kritik davon ausgegangen werden, daß die entsprechende Person lediglich den Prospekt zur Hand hatte.



Die meisten Anregungen betreffen den Zustand der Wege, wobei man sich mehr Teerwege und die Ausbesserung von schlechten Wegabschnitten wünscht. Kritisch angemerkt wurden Anbringung und "geringe" Anzahl der Beschilderung. Wie die Auswertung ergab, ist die Beschilderung selbst ein wichtiges Wegführungselement. Vielfach wurde auch angeregt, mehr Radwege auszuweisen.

### **7.7 Konzeptionsphase des Mountainbikeangebotes im Sankt Wendeler Land**

Das radtouristische Angebot des Sankt Wendeler Landes umfaßte neben dem Radwandern auch das Mountainbiking, das auch die Bedürfnisse der Erlebnis-, Freizeit- und Konsumgesellschaft erfüllt (Mevisen 1998, S. 26).

Das Mountainbiking (MTB), das sich Mitte der 70er Jahre in Kalifornien entwickelte, wurde erst Ende der 80er Jahre in Deutschland populär (Froitzheim et al. 1996, S. 127). 1995 wurden in Deutschland nach der Zeitschrift Bike (1/1996, S. 3) etwa 600 000 Mountainbikes gekauft, und ihr Anteil am Gesamtmarkt wird auf rund 20 % geschätzt. In Zahlen ausgedrückt bedeutet dies einen Bestand von 10-15 Millionen Rädern in Deutschland. Die enorme Popularität beweist auch die Tatsache, daß das Mountainbiking 1996 als olympische Disziplin eingeführt worden ist und in Deutschland pro Jahr etwa 200-300 MTB-Rennen stattfinden (Froitzheim et al. 1996, S. 127).

Dabei ist der Besitz eines Mountainbikes keineswegs mit der Ausübung des Mountainbikesportes gleichzusetzen. Das als Geländefahrrad entwickelte Bike wird als solches nur in wenigen Fällen verwandt (Wöhrstein 1993, S. 8). Zunächst ist das Mountainbike gegenüber anderen Fahrradtypen (z.B. Cross-Rennräder) nur schwer abzugrenzen, wobei die breiten, stark profilierten Reifen, die robuste Ausführung und die üblicherweise 21 Gänge die markantesten Merkmale sind.

Mit der Erstellung von Mountainbiketouren wollte die Tourist-Information Sankt Wendeler Land ein weiteres Angebot naturgebundener Sportarten im Naturpark Saar-Hunsrück schaffen, das dem heutigen Trend der Freizeitaktivitäten nahekommt. Ausgehend von der Überzeugung, daß die oft in Frage gestellte Lenkungsfähigkeit von Mountainbikern vorhanden ist, sollte eine ökologisch verträgliche Variante des MTB-Sportes angeboten werden. Durch gezielte Kooperation mit betroffenen Umwelt- und Naturschutzorganisationen und -institutionen sollten ökologisch unbedenkliche Lösungen gefunden werden, um auch bestehende Vorbehalte gegenüber dieser Sportart abzubauen.

Einige wissenschaftliche Arbeiten haben den Nachweis geliefert, daß Mountainbiker nicht mehr als andere Nutzer schädigend auf die Natur wirken, wenn bei der Anlage der MTB-Wege einige Grundsätze beachtet und die Sportler selbst über ihr Tun und Handeln informiert werden.

Vor der Konzepterstellung sollten noch einige spezifische Ansprüche dieser Zielgruppe an Wege und Infrastruktur ermittelt werden, die über die allgemeinen Wünsche von Radtouristen (vgl. Kap. 6.4 ff) hinausgehen. Ebenso sollte großer Wert auf ein umweltverträgliches Konzept gelegt werden, das den Prinzipien der Nachhaltigkeit entspricht.

### **7.7.1 Zielgruppe Mountainbiker**

Nach Froitzheim und Spittler (1996, S. 128) benötigt der Mountainbiker eine weiträumige Landschaftskulisse. Mountainbiking im Gebirge hat zwar einen gewissen Reiz, kann jedoch allein schon aufgrund des hohen Kraftaufwandes nur von wenigen Sportlern ausgeübt werden. Flachere Regionen und Mittelgebirge mit hoher Reliefenergie genügen durchaus den sportlichen Ansprüchen der Mountainbiker (vgl. Kap. 2.2). Für diese Sportler ist demnach nicht die Bergigkeit eines Geländes ausschlaggebend, sondern die Naturnähe vorhandener Routen (Froitzheim et al. 1996, S. 132). So wird als Hauptmotivation für die Ausübung des Mountainbiking immer wieder das Bedürfnis nach unberührter Natur und das Landschaftserlebnis genannt (Froitzheim et al. 1996, S. 131, Wöhrstein 1993, S. 19, BIKE, 6/96, S. 3). Insofern sind die Ansprüche eines Mountainbikers mit denen identisch, die allgemein von der Durchschnittsbevölkerung mit "Freizeit" in Verbindung gebracht werden: Raus aus dem Alltag in die Schönheit und Einsamkeit der Natur (vgl. Kap. 3.3.2, Tab 2 in Kap. 3.5.2). Ebenso entsprechen die in Zusammenhang mit Mountainbiking genannten Leitbegriffe Abenteuer, Erlebnis, Herausforderung, Leistung dem heutigen Wertesystem des Menschen (vgl. Kap. 3.3.1, Abb. 4) (Froitzheim et al. 1996, S. 130/131, Wöhrstein 1993, S. 19). Obwohl sich unter den Mountainbikern ein hoher Anteil an Individualisten befindet, spielt nach Wöhrstein (1993, S. 19) das Gruppenerlebnis, auch im Kreise der Familie, gelegentlich eine Rolle.

Der ADFC (1998, S. 48) stellt die Ansprüche der Mountainbiker zusammen:

1. möglichst autofreie, naturbelassene Wege sowie nichtasphaltierte Feld- und Waldwege in naturnahen Räumen
2. Steigungs-, Abfahrts- und Streckenerlebnis (schmale Wege in ausreichender Zahl)

3. MTB-Routen in verschiedenen Schwierigkeitsgraden (analog der Skiloipen)
4. möglichst vernetzte Routen statt isolierter Rundkurse
5. Einbezug der touristischen Ziele und Versorgungseinrichtungen
6. entsprechende Karten und Radwanderführer
7. MTB-Wegweisung
8. MTB-Vermietangebote
9. geführte MTB-Touren
10. entsprechendes Marketing

### **7.7.2 Mountainbikekonflikte und Wege zu einem umwelt- und naturfreundlichen Konzept**

Während die Erstellung von Radwandertouren durchweg als positiver Ansatz einer touristischen Vermarktung und als Freizeitangebot für die Einheimischen Akzeptanz fand, so waren doch bei der Initiative von Mountainbike-Touren unterschiedliche Erwartungshaltungen bei den verantwortlichen Akteuren erkennbar. Insbesondere ökologische und soziale Aspekte wurden als Bedenken gegen die Schaffung eines solchen Angebotes angeführt. Ob es sich dabei um Vorurteile handelte oder um konkrete Erfahrungen, war den verbalen Ausführungen nicht zu entnehmen (vgl. Wöhrstein 1993, S. 19). Die Mountainbiker selbst konnten diese Bedenken nicht teilen. Obwohl bisher in wenigen Regionen Deutschlands konkrete Strecken für Mountainbiking ausgewiesen sind (z.B. Todtnau im Schwarzwald), sah die Tourist-Information Sankt Wendeler Land darin einen Weg, durch ein gezieltes Angebot eine Lenkungsfunktion auf sensible Art zu erreichen (Mevisen 1998, S. 50). Diese Einstellung, bezogen auf eine soziale Ebene, bestätigt Wöhrstein (1993, S. 111). Seiner Darstellung nach haben Orte mit ausgewiesenen MTB-Touren weniger soziale Konflikte als Orte, in denen Sportler ihren Wege selbst aussuchen.

Nach dem ADFC (1998, S. 49) erfolgt bereits durch die Ausweisung von MTB-Touren eine angebotsorientierte und somit positiv empfundene Lenkung. Lenkungsbedarf bei Mountainbikerouten besteht laut ADFC (1998, S. 49), abgesehen von der Einhaltung der allgemeingültigen Rahmenbedingungen (Ausschluß besonders sensibler Gebiete), nur in Ausnahmefällen. Insbesondere an attraktiven touristischen Zielen, in Naherholungsgebieten sowie auf stark frequentierten Wander- und Radwandererrouten kann örtlich Bedarf an Einschränkungen für Mountainbiker bestehen. Der Begegnungskonflikt zwischen Mountainbiker und Wanderer wird vom ADFC (1998, S. 50) kritischer beurteilt als ökologische Probleme durch diese Art des Radsportes.

Der ADFC (1998, S. 50) hat einige ökologische Argumente gegen die Ausweisung von MTB-Touren zusammengefaßt, die mittlerweile wissenschaftlich widerlegt werden können:

- \* Das den Mountainbikern unterstellte Querfeldeinfahren findet kaum statt: Im Karwendelgebirge benutzten 90 % Forststraßen und weitere 6 % Wanderwege
- \* Ökologische Schäden wurden nicht festgestellt, nur vereinzelt Wegeschäden, die aber im Vergleich zu Schäden der Forstwirtschaft oder Landwirtschaft gering erscheinen. Die Trittschäden, die ein Wanderer verursacht, sind etwa 3-4 mal so hoch wie bei einem Radfahrer
- \* Wild zeigt bei Mountainbikern kein wesentlich anderes Fluchtverhalten als bei anderen Nutzern
- \* Mountainbiker bleiben bei Dämmerung nicht länger im Wald als Wanderer, nachgewiesen für das Feldberggebiet im Taunus

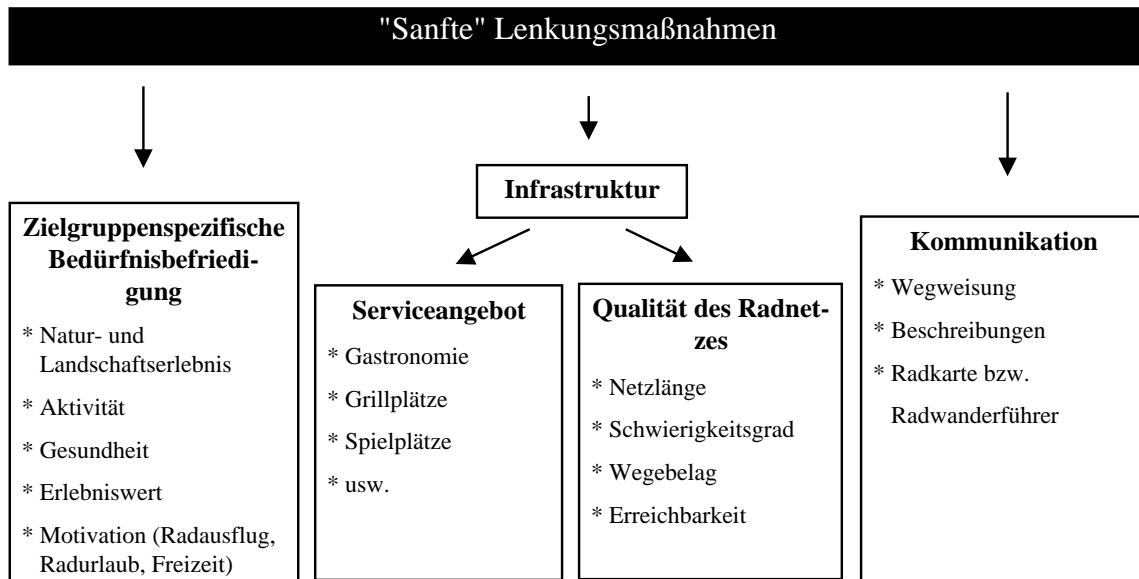
(vgl. Mevissen 1998, S. 34-46)

Nach Wöhrstein (1998) sind zur Beurteilung der Umweltverträglichkeit einer Sportart fünf unterschiedliche Bereiche zu betrachten:

1. Die Sportart selbst mit ihren spezifischen Belastungen
2. die sportartbegleitenden Belastungen
3. die Belastungen, die durch das Verhalten bzw. Fehlverhalten der Sportausübenden hervorgerufen werden
4. Umweltbelastungen, die bei Herstellung und Transport des Sportgerätes bzw. spezieller Bekleidung und Ausrüstungsgegenstände entstehen
5. Signalwirkungen, die von der Ausübung dieser Sportart auf das Umweltverhalten der Menschen im allgemeinen ausgehen können

Insbesondere das persönliche Verhalten prägt die Umweltbilanz einer Sportart sehr wesentlich. Um Ansätze für Lösungsmöglichkeiten von Konflikten erarbeiten zu können, müssen spezifische Aussagen getroffen werden u.a. zu Altersstruktur der Sportler, Bildungsniveau, Erwartungshaltung bei der Ausübung des Sportes, Verhaltensweisen, die die Ökobilanz negativ beeinflussen sowie Grad dieses Fehlverhaltens. Einige Daten darüber soll u.a. die Befragung der Mountainbiker im Sankt Wendeler Land liefern.

Abb. 26: Sanfte Lenkungsmaßnahmen im Radsport



Quelle: Eigene Darstellung

Froitzheim (et al. 1996, S. 132-135) faßte die Hauptkonfliktbereiche des Mountainbikesports zusammen:

a) Primäre Belastungsfaktoren

- Wegschäden mit Erosionsfolgen
- Erosions- und Vegetationsschäden durch Querfeldeinfahren (Zerstörung des Bodengefüges, Bodenverdichtung, Schäden an Gras- und Krautschicht, Wurzelschädigungen, Bildung neuer Wege)
- Erosionsverstärkung bereits vorhandener, aber unerwünschter Wege
- Wildstörungen (Auslösung von Fluchtverhalten, Überfahrung von Kleintieren, mittel- bis langfristige Einschränkung des Lebensraumes)

b) Sekundäre Belastungsfaktoren

- Schäden durch Wildverbiß (Gestreßtes Wild nach Fluchtreaktion)
- Anreiseverkehr bei häufiger Benutzung des PKW (insbesondere im touristischen Bereich), Luftverschmutzung, Unfallgefährdung
- Trittschäden durch Besucher bei Mountainbike-Veranstaltungen
- Parken abseits von Parkplätzen
- Verschmutzung durch Abfälle, Fäkalien, insbesondere an Rastplätzen

### c) Tertiäre Belastungsfaktoren

- Landschaftsverbrauch durch Ausbau von Verkehrsflächen und -bauwerken, Parkplätzen
- Ausbau von Infrastruktureinrichtungen wie Gastronomiebetriebe, Seilbahnen und den damit verbundenen Erschließungsflächen

Als Weg- und Erosionsschäden sind insbesondere Rinnenbildung und Materialverfrachtung zu erwähnen. Diese Art ökologischer Beeinträchtigungen finden im wesentlichen bei blockierenden Reifen statt, wie beim schnellen Bergabfahren mit häufigen Bremsmanövern und Richtungswechseln. Verstärkt wird die Erosion bei speziellen äußeren Bedingungen, wie starke Nässe des Untergrundes, hohe Druckbelastung auf den Untergrund, einer Bereifung, die Materialverfrachtung begünstigt sowie große Steilheit des Geländes. Diese Weg- und Erosionsschäden können in Hochgebirgen und, lokal begrenzt, in Mittelgebirgen besondere Ausmaße annehmen. Stark gefährdet sind Almwiesen, Hänge mit geringem Pflanzenwuchs und langsamer Regeneration, die regelmäßig mit Mountainbikes befahren werden.

Laut Zeitschrift BIKE (6/96, S. 175) verursacht der Mountainbiker eher soziale Konflikte als ökologische durch schnelles und lautloses Heranfahren an Wanderer, die sich erschrecken (vgl. Wöhrstein 1993, S. 111). Zudem wird allein schon die Anwesenheit von Mountainbikern mit ihrer entsprechenden Kleidung von den Wanderern als störend empfunden. Nach Froitzheim (et al. 1996, S. 134) spielt wohl auch der Generationenkonflikt eine Rolle, da Wanderer im Durchschnitt älter sind als Mountainbiker (vgl. Mevissen 1998, S. 34-45).

### Leitbilder eines natur- und landschaftsverträglichen Mountainbikings

Der ADFC hat in Zusammenarbeit mit dem BUND Nordrhein-Westfalen Leitbilder eines natur- und landschaftsverträglichen Mountainbikings zusammengestellt. Diese wurden bei einem Kongress (auf Einladung des Deutschen Naturschutzringes in Kooperation mit dem deutschen Sportbund vom 11.-13.10.1996) zum Thema Sport und Umwelt diskutiert und verabschiedet:

- \* **Akzeptanz von Nutzungsausschlüssen (Taburaum)**  
(Lenkungsmaßnahmen in Nationalparks und Naturschutzgebieten)

- \* **Akzeptanz von Begrenzungen**  
(Führung von MTB-Routen auf vorhandenen Wegen, ohne Trennung von Rad- und Wanderwegen)
- \* **Umlenkung in belastbare Areale (Kulissenräume)**
- \* **Schaffung und Aufwertung siedlungsnaher Angebote**
- \* **Inhaltliche, erlebnisintensive und naturverträgliche Gestaltung von Sportangeboten**
- \* **Maßnahmen für einen verhaltensändernden Bewußtseinswandel**
- \* **Gewichtung der Verkehrs- und Anreiseproblematik**

Wie diese Ausführungen zeigen, gehen vom Mountainbiking keine wesentlichen Belastungen des Naturhaushaltes aus, wenn einige Grundsätze bei der Anlage und Auswahl der Wege beachtet werden. Wenn es gelingt bei der Ausweisung von MTB-Touren auf bestehende Wege zurückzugreifen, ökologisch unbedenkliche Wege in das MTB-Netz mit einzubeziehen und Lenkungsmaßnahmen in Naherholungsgebieten zu ergreifen, kann auch das Mountainbiking als naturnahe und -verträgliche Sportart bezeichnet werden, die ebenso wie das Radwandern die Voraussetzungen der Nachhaltigkeit auf regionaler Ebene erfüllt. Eine für Radfahrer erlassene Sperrung der Wege unter zwei Meter Breite, wie dies in Thüringen verordnet wurde, wird als nicht notwendig und sinnvoll betrachtet (DIMB 1996/97, S. 12). Zudem kann das Mountainbiking in weniger sensiblen Naturräumen ausgeübt werden, so daß in Teilbereichen sogar eine Entlastung gefährdeter Landschafts- und Naturräume erreicht werden kann.

Eine gezielte Information der Mountainbiker über ein natur- und umweltgerechtes sowie sozialverträgliches Verhalten kann nachhaltig zur Vorbeugung von Problemen beitragen, so daß diese Sportart ohne Bedenken unter den genannten Voraussetzungen auch in Naturparks als Freizeitangebot zur Heranführung an die Natur bereitgestellt werden kann.

### **7.7.3 Theoretische Ansätze für Mountainbiketouren im Sankt Wendeler Land**

Die Tourist-Information Sankt Wendeler Land begann 1995 mit der Erstellung einer Konzeption für Mountainbiking, wobei die gleichen theoretischen Ansätze wie bei der Ausarbeitung der Radwandertouren zugrunde gelegt wurden (vgl. Kap. 7.2). Wiederum in enger Zusammenarbeit mit fahrradinvolvierten Experten (s. Anhang 6) wurden die sportlichen und technischen Ansprüche der Mountainbiker an Wege, Beschilderung und Topographie ermittelt und auf Erfahrungen der betroffenen Gesprächspartner zurückgegriffen, wodurch

die Planung unter Einbeziehung der einheimischen Bevölkerung vorstatten ging, entsprechend dem von Becker (1995, S. 26-29) entwickelten Strategienrahmen für nachhaltige Tourismusentwicklung (vgl. Kap.4.2.2). Ermuntert durch die Organisatoren der Kreisstadt St. Wendel, die bei ihren MTB-Veranstaltungen für die Bevölkerung hohe Teilnehmerzahlen verzeichnen konnte (z.B. beim ersten Mounty-Marathon 1995 nahmen 1 700 Mountainbiker teil), sowie aufgrund vieler Anregungen von Radfahrern, ein spezielles Angebot für diese Zielgruppe zu schaffen, nahm sich die Fremdenverkehrsstelle des Landkreises diesem Thema an. Die Bestätigung für die Attraktivität der Landschaft lieferte eine Befragung unter den MTB-Teilnehmern eines Wettkampfes in St. Wendel, bei der die überwiegende Zahl der Sportler die hügelige Landschaft als besonderen Anreiz für Mountainbiker nannte. Wohlwissend um die Problematik bei der Erstellung von Mountainbiketouren wollte die Tourist-Information Sankt Wendeler Land durch die Ausweisung von Wegen aber auch ganz gezielt Lenkungsmaßnahmen einleiten, um Natur und Landschaft vor dem exzessiv fahrenden Mountainbiker zu schützen. Das inhaltliche Ziel der Tourist-Information Sankt Wendeler Land lag darin, ein kreisübergreifendes MTB-Netz zu erstellen, analog der sieben Radwandertouren. Hierbei sollten Gemeinde- als auch Kreisgrenzen, soweit möglich, unberücksichtigt bleiben.

Um dieses Angebot einer breiten Öffentlichkeit zugänglich zu machen, sollten für verschiedene sportliche Leistungsstufen entsprechende Wegstrecken angeboten werden. Für die Initiatoren bedeutete dies, die Schaffung einer Variationsbreite hinsichtlich Streckenlänge und Schwierigkeitsgraden. Das unterschiedliche Anspruchsniveau kann sich dabei in der Routenführung durch gezielte Auswahl der Reliefenergie (z.B. Anzahl der Steigungen und Abfahrten auf einer bestimmten Streckenlänge) sowie dem Streckenbelag äußern. Neben diesen technischen Anforderungen an die Route sollte aber auch das Streckenprofil Abwechslung aufweisen: mal unbefestigte Feldwege, aber auch hin und wieder Querfeldein-Strecken, wenn es die landschaftliche Beschaffenheit zuläßt. Down-hill-Strecken sollten aus ökologischen Gründen nicht ausgewiesen werden (vgl. ADFC 1998, S. 48).

Grundsätzlich sollten, wie bei den Radwandertouren, Rundwege konzipiert werden, die wieder zum Ausgangspunkt zurückführen. Tourenbeginn sollte von verschiedenen Stellen innerhalb des Landkreises St. Wendel möglich sein, damit die Sportler von den verschiedenen Orten aus ohne große Anfahrtsschwierigkeiten mit dem Mountainbike auf die ausgewiesenen Routen fahren können. Diese Konzeption erwies sich bereits bei den Radwandertouren als sinnvoll, so daß wegen noch unzufriedenstellender ÖPNV-Verbindungen im Landkreis St. Wendel auch für Einheimische ein attraktives Angebot direkt "vor der Haustür" zu finden ist. Aus dem gleichen Grund wurde der Routenbeginn an einen Parkplatz



verlegt, damit auch Tagesausflügler, die mit dem Auto anreisen, eine Parkmöglichkeit vorfinden.

Wie aus den geführten Gesprächen (s. Anhang 6) hervorging, gehören Mountainbiker zu den sportlichen Fahrern, die unbefestigte Feldwirtschaftswege bevorzugen. Straßen sollten nach Möglichkeit ganz gemieden werden. Ebenso sollten Naturschutzgebiete von den MTB-Touren nicht berührt werden. Wesentliche Forderungen an die Routen waren Sicherheit und Attraktivität hinsichtlich der Landschaft (vgl. Große Beilage 1997). Dabei sollte auch darauf geachtet werden, daß es keine bzw. nur in kurzen Streckenabschnitten Überschneidungen mit den Radwandertouren gab, um Nutzungskonflikte zu vermeiden. Außerdem sollten die Wege durch intensiven Radverkehr nicht allzu stark belastet werden.

Analog der Radwandertouren sollte versucht werden, bei den Strecken Abkürzungsmöglichkeiten zu beschreiben, damit auch weniger sportliche Fahrer ohne Orientierungsprobleme die Strecken nutzen können. Für die sportlich versierten Mountainbiker sollte aber auch die Möglichkeit geschaffen werden, einzelne Routen miteinander zu verbinden, um somit die Streckenlängen zu erhöhen. Auf diese Weise konnten auch aktiven Teilnehmern der MTB-Veranstaltungen in St. Wendel attraktive Trainingsmöglichkeiten angeboten werden.

Wie bei den Radwandertouren auch, sollte bei der Zusammenstellung der MTB-Touren auf die Erfahrung und Ortskenntnis der örtlichen Radfahrvereine zurückgegriffen werden. Einige Vereine verfügen sogar über MTB-Abteilungen, die auf diese Sportart spezialisiert sind. Diese Vorgehensweise bei der Neuanlage von MTB-Routen schlägt auch der ADFC vor (1998 S. 50).

## **7.8 Genehmigungs- und Realisierungsphase des Mountainbikekonzeptes**

### **7.8.1 Organisatorische Vorarbeiten und Streckenkonzeption**

Bei der praktischen Umsetzung des MTB-Konzeptes konnte sich die Tourist-Information Sankt Wendeler Land auf umfangreiche Erfahrungen durch die Verwirklichung des Radwanderkonzeptes stützen. Deshalb wurde auch auf eine Testaktion mit dem ADAC wie bei der Realisierung des Radwanderangebotes verzichtet. Analog dazu wurden die organisatorischen Verfahrensschritte eingeleitet (vgl. 7.3). Zunächst wurde das MTB-Konzept in den

politischen Gremien der Landkreisverwaltung diskutiert und dessen Umsetzung Ende 1995 beschlossen. Da sich bei der Realisierung des Fahrradkonzeptes gezeigt hatte, daß der Erfolg unter anderem von einer klar geregelten Organisationsstruktur abhängt, stand außer Frage, daß sich die Fremdenverkehrsstelle des Landkreises St. Wendel hauptverantwortlich für die Umsetzung dieses Konzeptes zeichnete. Die Vorgehensweise bei der Realisierung lehnt sich dabei stark an die der Radwandertouren an. Deshalb seien an dieser Stelle die einzelnen Schritte im wesentlichen stichwortartig in chronologischer Reihenfolge zusammengefaßt, wobei wichtige Maßnahmen im folgenden Kapitel erläutert sind:

- Abstimmung des Konzeptes mit den Trägern (Gemeinden, Stadt und MTB-Experten)
- Abstimmung mit den Radfahrvereinen:
  - Zusammenstellung von acht Touren nach Vorgaben im Konzept
  - Festlegung von Abkürzungs- und Verbindungsmöglichkeiten
  - Namensgebung der Routen
  - Übernahme von Patenschaften über die einzelnen Wege durch die Vereine
- Abstimmung der Routenvorschläge mit dem Forstamt, der Unteren Naturschutzbehörde sowie den Gemeinden
- Klärung der Übernahme von Verkehrssicherungspflicht und Baulastträgerschaft durch die Gemeinden (vgl. Kap. 7.3.2)
- Kooperation mit benachbarten Landkreises wegen möglicher Routenanschlüsse, Überschneidungen und Ausschilderung (vgl. Kap. 7.8.2)
- Verhandlungen mit dem Landesvermessungsamt des Saarlandes
- Erstellung des Informationsmaterials (Broschüre) (s. Anhang 3), Herstellung der Beschilderung sowie Ausschilderung (vgl. Kap. 7.8.2)
- Erstellung von Pauschalangeboten sowie Einleitung der Werbe- und Vertriebsmaßnahmen

In enger Zusammenarbeit mit den Radvereinen im Landkreis St. Wendel wurden acht MTB-Rundtouren konzipiert mit einer Streckenlänge von insgesamt 270 Kilometer. Diese erhielten Namen, die auf das charakteristische der Strecke hinweisen sollten. Im einzelnen sind es:

Nr. 1:	"Warm-Up-Tour"	18,5 km	Start:	Sportplatz Gehweiler
Nr. 2:	"Fitness-Tour"	33,0 km	Start:	Liebenburghalle Eisweiler
Nr. 3:	"Knochen-Tour"	53,1 km	Start:	Jugendgästehaus Tholey
Nr. 4:	"Profi-Tour"	52,4 km	Start:	Sporthalle Hasborn-Dautweiler

Nr. 5: "Eingewöhnungs-Tour"	24,5 km	Start: Parkplatz zwischen St. Wendel und Winterbach
Nr. 6: "Ausdauer-Tour"	32,0 km	Start: Breitwieshalle Niederlinxweiler
Nr. 7: "Weltcup-Tour"	27,0 km	Start: Techn.-Gewerbl. Berufsbildungs-Zentrum St. Wendel
Nr. 8 "Höhen-Tour"	31,0 km	Start: Biotop-Parkplatz Niederkirchen

### **7.8.2 Herstellung überörtlicher Anschlüsse, Informationsmaterial, Wegweisung und Marketingmaßnahmen**

#### Herstellung überörtlicher Anschlüsse

Nach ADFC (1998, S. 48) wünscht der Mountainbiker möglichst vernetzte Routen statt einzelner isolierter Rundkurse (vgl. Kap. 7.7.1). Aus diesem Grunde sollte, wie bei den Radwandertouren auch, versucht werden, Anschlüsse an Wege in den Nachbarkreisen herzustellen. Diese Problematik wurde mit den einzelnen Sachbearbeitern in den Landkreisen Merzig-Wadern, Saarlouis, Neunkirchen und auch Birkenfeld sowie Kusel besprochen. Dabei zeigte sich, daß keiner über spezielle MTB-Routen verfügte, so daß Anschlüsse nicht realisierbar waren.

#### Erstellung des Informationsmaterials

Mehr noch als Radwanderer sind Mountainbiker auf exakte topographische Informationen angewiesen (Froitzheim et al. 1996, S. 142). Aufgrund dieses hohen Informationsbedarfes über das Gelände bietet sich als Kartengrundlage die topographische Karte an, wobei sich der Maßstab 1 : 50 000, ebenso wie bei den Radwanderkarten, als sinnvoll erweist (vgl. Kap. 6.5.2). Als sehr wichtig beurteilt wurde die Darstellung von Isohypsen im Kartenblatt, die den Fahrern eine bedeutende Informationsquelle zur Beschaffenheit des Geländes mit Gefälle und Steigungen sind. Als Darstellungsformen zog die Tourist-Information Sankt Wendeler Land drei Möglichkeiten in Erwägung:

- a) Herausgabe einer Karte mit auf Mountainbiker abgestimmten Detailinformationen
- b) Aufnahme des MTB-Tourenverlaufes (farblich abgesetzt) in die Radwanderkarte des

Landkreises St. Wendel bei Neuauflage der Karte

- c) Herausgabe einer Kartenblattsammlung mit gesonderter Darstellung der einzelnen Touren sowie kilometrierter Kurzbeschreibung der Wegstrecken auf der Rückseite des Blattes

Gegen eine Karte sprach der hohe Kostenaufwand für die Herstellung. Die zweite Möglichkeit, die Darstellung der MTB-Touren in der Radwanderkarte, ist kartentechnisch machbar, so daß auch die Wege voneinander unterschieden werden können. Diese Alternative zeigte allerdings Gestaltungsprobleme bei der Kartenrückseite, da diese Seite schon durch Text über die Radwandertouren belegt ist. Getrennt davon erstellte Beschreibungen der MTB-Strecken mit Kilometrierung bedeuteten umständliches Handhaben.

Die Tourist-Information Sankt Wendeler Land entschied sich für Variante drei, die auch unter Kostenaspekten günstiger herzustellen ist als eine Karte und damit preisfreundlicher für die Nutzer. Die Einzelblattlösung hat den Vorteil, daß ganz gezielt nur die Informationen über die entsprechende Route mitgeführt werden müssen. Das Format wurde so gewählt, daß es in handelsübliche Trikottaschen paßt (Größe: 21 x 10 cm, entspricht DIN A4, 3fach gefalzt). Auf diese Weise wäre ein Informationsmedium gewährleistet, das sowohl platz- als auch gewichtsparend ist.

Mit der graphischen Gestaltung wurde eine Werbeagentur beauftragt. Alle Routen-Planer erhielten das gleiche Titelblatt mit unverkennbarem Foto-Hinweis auf Mountainbiking mit Name und Nummer der jeweiligen Tour sowie dem Logo des Sankt Wendeler Landes. Auf der Innenseite wurde die Beschilderung abgebildet und die Tour mit den wichtigsten Daten kurz beschrieben: Start/Ziel, Tourenlänge und Schwierigkeitsgrad. Anschließend folgt eine übersichtlich gelistete, kilometrische Wegebeschreibung, wobei auf Kreuzungspunkte oder gefährliche Wegstücke mit "Vorsicht" im Fettdruck besonders hingewiesen wurde. Desweiteren wurden Abkürzungs- und Verbindungsmöglichkeiten zu anderen MTB-Routen beschrieben. Auf der Rückseite des Faltblattes wurde ein Kartenausschnitt (1 : 50 000) dargestellt, der von der Agentur so gestaltet wurde, daß die für den Mountainbiker wichtigsten Informationen schnell und übersichtlich erkennbar sind. In der Farbe rot wurde der Tourenverlauf eingezeichnet, wobei auch die Verbindungen und Abkürzungen dargestellt wurden.

Zusätzlich wurde eine kleine Übersichtskarte erarbeitet, die die Lage aller Touren im Kreisgebiet auf einen Blick aufzeigt und die benutzten Symbole erklärt. In diesem Faltblatt werden die Radfahrer begrüßt, das Spezifische der Touren vorgestellt und die

Empfehlung ausgesprochen, einen Helm zu tragen. Zudem wurde für die Faltblätter ein Umschlag mit Einstecklasche hergestellt.

### Herstellung, Durchführung und Kontrolle der Wegweisung

Ebenso wie bei den Radwandertouren ist eine Ausschilderung der Touren als Orientierungshilfe unbedingt erforderlich. Im Hinblick auf die bevorzugte Nutzerkategorie und deren Ansprüche ist allerdings eine intensivere Beschilderung als bei den Radwandertouren sinnvoll. Damit kann dem sportlichen Non-stop-Fahren Rechnung getragen werden, ohne daß zusätzliche Orientierungsmittel notwendig sind. Zudem garantiert eine gute Beschilderung schnelle Erkennbarkeit und Identifikation. Bei der Ausschilderung der MTB-Strecken sollte darauf geachtet werden, daß eine gewisse Einheitlichkeit zu den Radwandertouren des Sankt Wendeler Landes gewahrt bleibt, daß aber dennoch eine Differenzierung der unterschiedlichen Wege schnell und problemlos möglich ist.

Froitzheim (et al. 1996, S. 142) betonte die Bedeutung einer Wegweisung als Lenkungsmaßnahme. Hierzu gehört allerdings eine besondere Ausführung der Beschilderung: qualitativ hochwertiges Material (witterungsbeständig, diebstahl- und beschädigungssicher), nutzergerechte Gestaltung (gute optische Wahrnehmbarkeit aus Radfahrerentfernung), ausreichender Informationsgehalt, natur- und landschaftsangepaßte Ausführung (Größe, Kontrast, Materialien) und langfristig gesicherte Wartung.

Hinsichtlich der Ausschilderung hat der ADFC (1998, S. 49) einen Vorschlag für eine bundeseinheitliche Wegweisung getroffen. Die Hauptwegweiser enthalten das Symbol eines Mountainbikers mit einem Pfeil, der die Fahrtrichtung angibt. Zahlen weisen auf spezielle MTB-Touren hin, die farblich nach Schwierigkeitsgraden unterschieden werden, entsprechend der Abstufungen bei Skipisten: blau sind einfache, rot mittel-schwere und schwarz schwere Routen. Ortsangaben mit den jeweiligen Kilometerentfernungen erleichtern die Orientierung. Zwischenwegweiser sind mit der Mountainbike-Symbolik und einem Richtungspfeil versehen. Diese sicherlich optimale Lösung für eine Wegweisung, angepaßt an die Vorschläge des ADFC für die Ausschilderung von Radwandertouren, ließ sich im Sankt Wendeler Land zum einen aus Kostengründen nicht realisieren. Zum anderen stieß die Idee bei Forst- und Naturschutzbehörden wegen Menge und Größe der Schilder auf Ablehnung. Ein weiterer Problempunkt war die aufwendige Befestigung der Stahlpfosten mit Beton in der freien Landschaft. Außerdem bieten sich nicht überall auf den Strecken Möglichkeiten, diese Schilder aufzustellen. Zuweilen mußten im Sankt Wendeler Land

Schilder auf Privateigentum angebracht werden, wofür eine Genehmigung eingeholt werden mußte (z.B. an Gartenzäunen, Bäumen oder auf dem Grundstück mit Holzpfosten).

Die Beschilderung wurde ebenfalls von der Werbeagentur konzipiert. Bei der Gestaltung wurde darauf geachtet, daß das Schild selbst, Richtung und Routennummer schnell erfaßbar sind. Die Richtung wurde mit übersichtlichen Pfeilen dargestellt. Das Schild (10x10 cm) mit weißem Untergrund weist zudem einen pink-farbenen, stilisierten MTB-Fahrer auf. Es wurden Forex-Schilder zum Nageln an Bäume sowie Klebefolien hergestellt.

Um einem hohen Qualitätsanspruch an MTB-Touren Genüge zu leisten, müssen die Touren einer ständigen Kontrolle unterliegen. Hierzu wurden den Radfahrvereinen die Patenschaften über die einzelnen Routen übertragen, was sich bereits bei den Radwandertouren bestens bewährt hat. Zur Kontrolle gehört, daß die Wege ein paarmal im Jahr abgefahren werden, bei Bedarf die Beschilderung nachgebessert wird, Hindernisse oder Wegveränderungen der Organisationsstelle gemeldet werden, damit Abhilfe geschaffen werden kann.

#### Marketingmaßnahmen und Infrastrukturverbesserungen

Parallel zum Informationsmaterial über die MTB-Strecken wurden Prospekte erstellt, die auf dieses Angebot aufmerksam machen sollen. Die Verteilung erfolgt bei Anfragen, Messen und anderen Werbeaktionen. So waren z.B. das Thema Mountainbiking und der Weltcup Schwerpunkte auf der ITB 1998 (Internationale Tourismusbörse Berlin). Begleitend wurden in Fachzeitschriften Anzeigen bzw. redaktionelle Berichte geschaltet (z.B. in der BIKE). Die Tourist-Information Sankt Wendeler Land nutzte auch die Radsportveranstaltungen in St. Wendel, um dieses Angebot zu vermarkten. Eine umfangreiche Pressearbeit landkreisintern, im Saarland sowie in der deutschlandweiten Reisepresse weckte Aufmerksamkeit unter den Sportlern. Es wurden außerdem zwei Pauschalangebote erstellt, wobei zum einen die Tourist-Information Sankt Wendeler Land Veranstalter ist und zum anderen die Bosenbergkliniken in St. Wendel.

Eine Pauschale beinhaltet Übernachtungen, Verpflegung und das Mountainbiketouren-Paket. Das Angebot der Bosenbergkliniken richtet sich an die Radsportprofis und beinhaltet eine Trainingswoche in St. Wendel mit fachgerechten Vorträgen zu Ernährung, Rückenschulung, speziellem Krafttraining, Massagen und Ausgleichssport. Auch hier war der Buchungserfolg im ersten Jahr gering.

## 7.9 Kosten

Die Gesamtkosten für die Realisierung des Mountainbikewegenetzes im Sankt Wendeler Land von insgesamt 280 km Streckenlänge (8 Rundtouren) belief sich auf rd. 30 000 DM (ohne Personalkosten, inkl. MwSt.) (Quelle: Tourist-Information Sankt Wendeler Land). Hierin enthalten sind: die Nutzungsentgelte für das Landesvermessungsamt des Saarlandes, Grafik- und Druckkosten für die Broschüre, Logoerstellung und Herstellung der Beschilderung.

Die Erstauflage der Infobroschüre betrug 3 000 Exemplare, wobei im ersten Jahr 1 000 Broschüren bei der Tourist-Information Sankt Wendeler Land, im örtlichen Buchhandel sowie einigen Fahrradgeschäften verkauft wurden. Der Verkaufspreis wurde auf 10 DM festgelegt. Die Gesamtdauer der Umsetzung vom Konzept bis zur Befahrbarkeit der Routen, inklusive Ausschilderung, nahm genau ein Jahr in Anspruch.

## 7.10 Durchführung der Befragung von Mountainbikern

Mit der Befragung von Mountainbikern im Sankt Wendeler Land sollte u.a. die Lenkungs-fähigkeit dieser Zielgruppe ermittelt und eventuelle Unterschiede zu Radwanderern herausgearbeitet werden. Von Interesse waren auch einige charakteristische Verhaltensweisen und Fahrtechniken von Bikern, um eventuell Ansätze für Lösungsmöglichkeiten auftretender Konflikte zu erarbeiten.

Die Grundsätze zu Befragungen, die in Kapitel 7.5 erläutert sind, wurden auch bei der Ausarbeitung und Durchführung der MTB-Befragung beachtet (s. Anhang 5). Neben sportartspezifischen Merkmalen wurden auch Daten erhoben, die einen Vergleich mit der Zielgruppe der Radwanderer ermöglichen. Hierzu gehören demographische (Herkunft, Alter) wie auch sportliche Faktoren (Häufigkeit des Fahrens, jährliche Fahrkilometer). Die Frage nach der Motivation der Mountainbiker sollte Aufschluß über die individuelle Bedeutung spezifischer Rahmenfaktoren sowie deren Gewichtung liefern. Zur Beurteilung der Lenkungs-fähigkeit wurden die Fragen zur Wegenutzung, Orientierung und Art der Anfahrt gestellt. Um spezifische Ansprüche von Mountainbikern an die Strecken feststellen zu können, wurden die Kriterien zur Auswahl einer Route abgefragt. Eine Einschätzung und Bewertung der Touren erwartete sich die Tourist-Information Sankt Wendeler Land von Frage Nr. 11. Zwei offene Fragen ließen den Testpersonen die Möglichkeit, Positives und Negatives der MTB- Routen im Sankt Wendeler Land zu formulieren.

Der eigentlichen Befragung ging wiederum ein Pre-Test voraus, bei dem gezielt Personen beim Ausfüllen des Fragebogens beobachtet wurden. Nach geringfügigen redaktionellen Änderungen des Fragebogens begann die eigentliche Aktion im April 1998 und endete im Oktober des gleichen Jahres. Somit war der Untersuchungszeitraum identisch mit dem der Befragung der Radwanderer.

Um Vergleichbarkeit der Daten zu gewährleisten, erfolgte die Auswertung nach dem gleichen Schema wie die der Radwanderer (vgl. Kap. 7.5.1). **Missing values wurden bei den %-Angaben in der Auswertung mitberücksichtigt, d.h. die Grundgesamtheit bezieht sich auf die Anzahl der Antworten.**

Es wurden 750 Fragebögen hergestellt, die von der Tourist-Information Sankt Wendeler Land nach dem gleichen Verteiler wie die der Radwandertouren in Umlauf gebracht wurden (vgl. Kap. 7.5.1): gezielt bei der Tourist-Information selbst, auf dem Campingplatz am Bostalsee, bei Radfahrvereinen sowie dem Radverleih am Bostalsee und zusätzlich in einem Radsportgeschäft in St. Wendel und in den wichtigsten Unterkunftsbetrieben. Die Rücklaufquote war mit 17,2 % wesentlich geringer als bei der Testaktion der Radwanderer (31,5 %). 129 Fragebögen wurden ausgewertet.

Mögliche Erklärung hierfür mag das verregnete Sommerhalbjahr 1998 sein. Nach Auskunft einiger Verteilerstellen wurden viele Fragebögen ausgehändigt, aber nicht mehr abgegeben bzw. eingesandt. Eine weitere mögliche Erklärung für den spärlichen Rücklauf ist die insgesamt quantitativ geringere Zahl von Mountainbikern. Hinzu kommt, daß unter den Gästen des Sankt Wendeler Landes im Sommer viele Familien mit Kindern zu finden sind, die aufgrund des Schwierigkeitsgrades der Mountainbiketouren die Radwanderstrecken bevorzugen. Zum Vergleich sei eine Befragung zum Tauernradweg (Albrecht 1997, S. 82) angeführt, bei dem eine Rücklaufquote von 55 % erreicht wurde.

## **7.11 Auswertung und Interpretation der Ergebnisse der Fragebogenaktion zum Mountainbiking**

### **7.11.1 Herkunft der Mountainbiker im Sankt Wendeler Land**

Wie der Auswertung zu entnehmen ist, kommen 52 % der Mountainbikefahrer aus dem Sankt Wendeler Land, 29 % aus dem übrigen Saarland und weitere 20 % aus den anderen

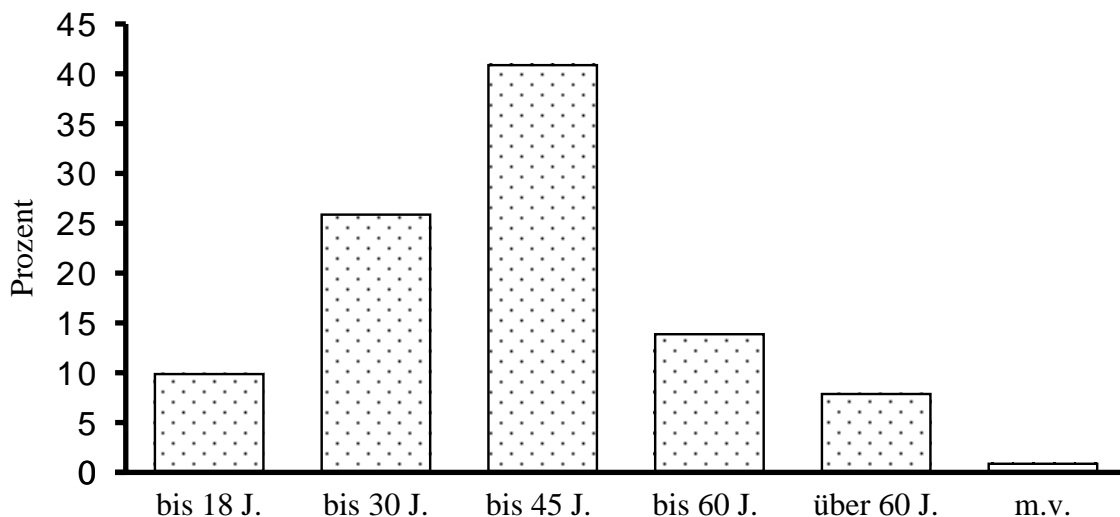


Bundesländern, wobei Rheinland-Pfalz mit sieben Nennungen an der Spitze liegt, gefolgt von Hessen (5), Nordrhein-Westfalen und Baden-Württemberg (jeweils mit 4 Nennungen). Ausländische Gäste nahmen an der Fragebogenaktion nicht teil. Diese Verteilung weist im Vergleich zu den Radwanderern einen höheren Anteil einheimischer Sportler auf. Ein möglicher Grund ist unter anderem die schlechte Witterungsperiode im ganzen Sommerhalbjahr 1998 und die damit in Zusammenhang stehende eingeschränkte Aktivität von Urlaubern und Tagesausflüglern.

### 7.11.2 Altersstruktur von Mountainbikern im Sankt Wendeler Land

Wie aus folgender Abbildung hervorgeht, bilden die 31 bis 45jährigen, wie bei den Radwanderern auch, die stärkste Altersgruppe innerhalb der Mountainbiker (41 %). Auch bei den bis 30jährigen ist eine Vorliebe zum Mountainbikesport erkennbar. Der Anteil der Gäste aus dem Fernbereich liegt bei beiden Altersklassen um die 20 %. Ab 60 Jahre finden sich mehr Radwanderer als Mountainbiker, was eindeutig auf die sportlichen Anforderungen zurückzuführen ist (vgl. Abb. 22).

Abb.: 27: Altersstruktur der Mountainbiker im Sankt Wendeler Land



Quelle: Eigene Erhebung 1998

Diese Altersstrukturen entsprechen denen, die Steil (1997, S. 14) im Bereich der Gemeinde Nohfelden für die Zielgruppen Urlauber, Ausflügler und Anwohner ermittelt hat.

Hieraus läßt sich ersehen, daß die Mountainbiker durch alle Altersklassen hinweg vertreten sind. Mevissen (1998, S. 69) ermittelte bei seiner Untersuchung <sup>14</sup> über Mountainbiker am Gardasee ein Durchschnittsalter von 34 Jahren. Rechnet man allerdings das Ergebnis der Befragung von Mountainbikern im Sankt Wendeler Land grob auf die von Mevissen gewählten Alterskategorien um, so ist auch hier die am stärksten vertretene Altersklasse bei den 30 bis 40jährigen zu finden. Bei der Untersuchung von Weigand (1993, S. 98) am Großen Feldberg tritt die jüngere Alterklasse (20-29 Jahre) deutlich hervor. Hieraus kann für den Landkreis St. Wendel abgeleitet werden, daß der Großteil der Mountainbiker zwischen 19 und 45 Jahre alt ist. Im Gegensatz zu den anderen Regionen finden sich aber noch viele Anhänger bei den höheren Altersklassen. Nach Hofmann (2000, S. 71) liegt einer Repräsentativbefragung zufolge das Durchschnittsalter von Radfahrern allgemein zwischen 30 und 60 Jahren.

### 7.11.3 Mountainbiking als Gruppenerlebnis

Bei Mountainbikern im Sankt Wendeler Land kann ein intensiver Gemeinschaftssinn festgestellt werden. 63 % sind in Gruppen unterwegs, während die entsprechende Zahl bei Radwanderern mit 75 % noch um einiges höher liegt. Mit 88 % ist der Anteil der Gäste aus dem Fernbereich, die mit anderen unterwegs sind, als sehr hoch einzustufen. Am Gardasee waren sogar 91 von 100 befragten Mountainbikern in kleineren Gruppen, aber ohne Kinder unterwegs (Mevissen 1998, S. 71). Diese Zahlen bestätigen, daß diese Sportler auch das Kommunikative schätzen.

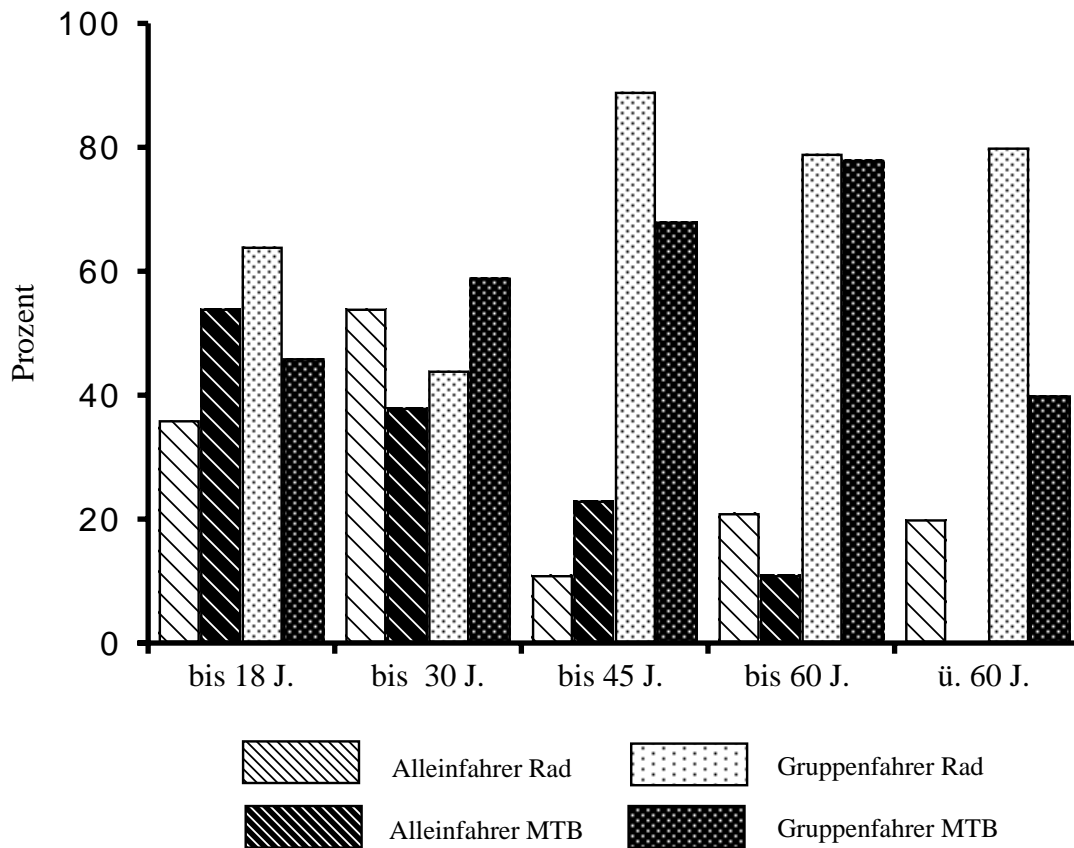
Die durchschnittliche Gruppenstärke im Sankt Wendeler Land liegt bei 5,3 Personen; bei den Radwanderern befinden sich im Schnitt drei Personen in einer Gruppe. Es zeigen sich allerdings altersbedingte Unterschiede, wobei festgehalten werden kann, daß die jüngeren Sportler allgemein eher alleine fahren als die älteren. In der Altersklasse bis 18 Jahre überwiegen die Alleinfahrer mit 54 %, bei den bis 30jährigen sind es immerhin noch 38 %.

Das vorliegende Ergebnis läßt zwei Gruppen deutlich werden: die jüngere Generation, die eher alleine unterwegs ist und die ältere Generation, die sich von den Radwanderern kaum unterscheidet. Folgende Abbildung bestätigt die Polarisierung der Mountainbiker bezüglich ihres Gruppenverhaltens in Abhängigkeit vom Alter (zum Vergleich: die Radwanderer).

---

<sup>14</sup> Mevissen befragte am Gardasee 114 Mountainbiker, die ihren Urlaub dort verbrachten.

Abb. 28: Gruppenverhalten von Mountainbikern und Radwanderern in Abhängigkeit vom Alter



Quelle: Eigene Erhebungen 1995 und 1998

#### 7.11.4 Mountainbiking als Freizeitbeschäftigung und Motivationen

Wie die Auswertung ergibt, sind 41 % der Mountainbiker regelmäßig zu jeder Jahreszeit unterwegs. 28 % sind öfter und 19 % ab und zu auf Tour <sup>15</sup>. Nur jeder elfte sitzt eher selten auf seinem Mountainbike. Im Vergleich zu den Radwanderern zeigen sich in der Fahrbeständigkeit teilweise erhebliche Differenzen. Es ergibt sich die Feststellung, daß MTB-Fahren einer größeren Regelmäßigkeit als das Radwandern unterliegt. Im Sommer scheint das Radwandern allerdings wesentlich attraktiver zu sein als das Mountainbiking, denn jeder zweite nutzt das Rad für seinen Freizeitsport.

<sup>15</sup> Bei der Fragebogenaktion wurde im MTB-Test eine weitere Kategorie aufgenommen, die, um Vergleichbarkeit herstellen zu können, zur Stufe "ab und zu" hinzuaddiert wurde.

Fast jeder dritte übt das MTB-Fahren eher selten/nur ab und zu aus, im Gegensatz zu den Radwanderern (14 %) eine relativ hohe Zahl. Unter den Ferntouristen finden sich 16 %, die regelmäßig und 28 %, die öfters mit dem Bike unterwegs sind, unter den Nahtouristen liegen die entsprechenden Zahlen bei 48 bzw. 29 %, was für einen höheren Stellenwert des Mountainbikings im Nahbereich spricht.

Dieses eindeutige Ergebnis bestätigt wiederum die Annahme, daß unter den Mountainbikern eine sportliche Gruppe existiert und eine Gruppe, die nicht ausschließlich bikt bzw. nur Bike fährt. Diese im Sankt Wendeler Land ermittelte Fahrhäufigkeit ist nach Rust (1996, S. 117) fast identisch mit der von Radausflüglern an der Mecklenburgischen Seenplatte. Rund 43 % sind dort täglich mit dem Rad unterwegs, 27,2 % mehrmals in der Woche, weitere 26,2 % einmal oder noch weniger pro Woche. Die Urlauber am Gardasee nutzen nach Mevissen (1998, S. 83/84) jeden Tag zum biken.

Die Regelmäßigkeit, mit der Mountainbiker unterwegs sind, schlägt sich in der Jahreskilometerleistung nieder. 16 % fahren über 3 000 km pro Jahr, 26 % bis zu 3 000 km pro Jahr. Wöhrstein (1993, S. 28) gibt sogar eine durchschnittliche jährliche Fahrleistung von 4 052 km an - ein Beleg, daß MTB-Fahren eher regelmäßig stattfindet und leistungsorientierter ist als das bei überwiegend schönem Wetter betriebene Radwandern. Infolgedessen zeigen sich auch bei der Jahreskilometerleistung deutliche Unterschiede zwischen Radwanderern und Mountainbikern.

*Tab. 15: Fahrhäufigkeit und Jahreskilometerleistung eines Mountainbikers*

<b>Fahrhäufigkeit</b>	<b>regelmäßig</b>	<b>öfter</b>	<b>ab und zu</b>	<b>selten</b>	<b>Miss.v.</b>
in %	41	28	19	11	0
<b>Kilometerleistung</b>	<b>bis 500 km</b>	<b>bis 1 500 km</b>	<b>bis 3 000 km</b>	<b>&gt; 3 000 km</b>	<b>Miss. v.</b>
in %	29	28	26	16	1

Quelle: Eigene Erhebung 1998

Während bei den Radwanderern nur fast ein Drittel über 500 km pro Jahr fährt, sind es bei den Mountainbikern 70 %.

Die Motivation für diese Leistungen ist in den Bereichen "Sport/Fitness", "Spaß haben", "Gesundheit" anzusiedeln. Desweiteren sind Landschaftserleben und Gemeinschaft von großer Bedeutung. Obwohl Mountainbiker die natürliche Umgebung hoch einschätzen, ist

ihr Sinn für Kultur und Sehenswürdigkeiten während einer MTB-Tour eher gering ausgeprägt.

Abb. 29: Motivation der Mountainbiker

Motivation in %	Sport/ Fitness	Gesundheit	Spaß haben	Landschaft/ Natur erleben	Kultur/Se- henswertig. anschauen	Gemein- schafts- erlebnis	Miss. v.
sehr große Bedeut.	12	10	11	8	3	7	1
mittl. Bedeutung	5	5	6	6	6	7	0
kaum Bedeutung	0	2	0	3	6	2	0

Quelle: Eigene Erhebung 1998

Steil (1997, S. 49 ff) untersuchte die Urlaubswünsche von Touristen (ab 4 Tage Aufenthalt), Ausflüglern (Kurzreisende) sowie Einheimischen in der Gemeinde Nohfelden. Hierbei ergaben sich unterschiedliche Ränge der Präferenzen zwischen den einzelnen Untergruppen. Bei den Urlaubern stand der Wunsch nach sportlicher Freizeit an erster Stelle mit 26 %, gefolgt von Handeln mit hedonistischem Hintergrund (z.B. relaxen, sich verwöhnen lassen, Spaß haben). Jeder fünfte nannte die Aspekte Sand, Sonne, Schwimmen als wichtige Elemente seines Traumurlaubes. Auch bei den Ausflüglern steht auf Platz eins der Rangskala die sportliche Freizeit (23 %). Sport treiben in der Freizeit findet bei den Anwohnern nach Steil mit 8 % wenig Interesse (vgl. S. 251). Die Erwartungen an einen Traumurlaub werden nach Steil (1997, S. 87/88) in die Tat umgesetzt: So üben 75 % der Urlauber eine bis drei Sportarten aus, wobei die Ausflügler mit 84 % sogar noch etwas sportlicher sind. Selbst 78,2 % der Anwohner praktizieren eine bis drei Sportarten. Dabei stehen bei allen Untergruppen Schwimmen, Radfahren (15,7 %) und Wandern an erster Stelle. Nach einer Schätzung Steils (1997, S. 89) werden die vor Ort vorhandenen sportlichen Einrichtungen zumindest zu 20 % ihrer Kapazität auch von den Anwohnern genutzt. Eine Frage nach dem Urlaubs- und Freizeitwert in der Gemeinde rund um den Bostalsee ergab, daß 27,1 % der Urlauber und 44,6 % der Ausflügler mit dem sportlich-kulturellen und naturorientierten Angebot zufrieden sind, da sie "nichts zu verbessern wünschen und sich rundum wohlfühlen" (1997, S. 91). Verbesserungen wurden in der örtlichen Infrastruktur gewünscht, wie z.B. Einkaufsmöglichkeiten, Disco, Inlinie-Skating.

Rust (1996, S. 114) fragte Radausflügler an der Mecklenburgischen Seenplatte nach ihrer Motivation für den Radurlaub. Eindeutiges Hauptmotiv mit 94,2 % war das Bedürfnis

nach dem Naturerlebnis. Um die 90 % nannten die Motive "Erholung, Gesundheit", "Spaß haben" und "andere Regionen kennenlernen". Die Motive "Sport/Fitness" (65 %) und Kultur erleben mit 29,1 % traten dabei etwas in den Hintergrund.

Nach Jilg (1989, S. 158) sind die Motivationen zum Radfahren allgemein je nach Gebiet sehr unterschiedlich ausgeprägt: das Naturerleben spielt für 49,6 % im oberen Altmühltal eine Rolle, im Donautal für 93,0 %. Das sportliche Element wird von 37,3 % im oberen Altmühltal für wichtig erachtet und für 66,0 % in Lenggries im Isartal. Albrecht (1997, S. 94) kam zum Ergebnis, daß für 88,2 % der Radler entlang des Tauernradweges das Landschaftserleben an erster Stelle der Motivation steht. Das sportliche Erlebnis spielt dort für 62,4 % eine Rolle, Kontakte für 26,9 %.

Den bikenden Urlaubern am Gardasee stehen die Motive Sport und Bewegung sowie das Naturerlebnis an erster Stelle. Von Bedeutung sind auch Erholung und soziale Kontakte, die noch vor dem Motiv Freiheit genannt werden. Nach dem Mountainbiken suchen die Sportler Abwechslung bei Restaurantbesuchen und Shopping (Mevissen 1998, S. 77).

Sowohl im Sankt Wendeler Land als auch in anderen fahrradtouristisch untersuchten Regionen spielen Landschaft, Spaß, Sport und Geselligkeit immer eine herausragende Rolle, allerdings in unterschiedlicher Gewichtung (vgl. Kap. 7.7.1, vgl. Hofmann 2000, S. 68). Ein möglicher Zusammenhang läßt sich über den Vergleich unterschiedlicher Jahreskilometerleistung erfassen:

*Tab. 16: Zusammenhang von jährlicher Fahrkilometerleistung und Motivation*

in %	Sport/Fitness	Gesundheit	Spaß	Landschaft/ Natur	Kultur/ Sehenswürdigkeiten	Gemeinschaftserlebnis	Miss. v.
< 500 km/ Jahr	14	17	13	16	10	12	18
> 3 000 km/ Jahr	28	11	25	16	2	11	7

Quelle: Eigene Erhebung 1998

Auch in dieser Aufstellung zeigt sich eine Splittung in zwei Mountainbikegruppen. Der Fahrergruppe mit hoher Kilometerleistung (über 3 000 km/ Jahr) sind die Motive Sport,

Spaß und Landschaft von großer Bedeutung. Bei den weniger sportlichen Fahrern spielen Gesundheit, Spaß und Landschaft eine Rolle. Auch das gesellige Moment bei einer Radtour ist bei beiden fast gleich ausgeprägt. Auffallende Unterschiede ergeben sich beim Interesse an Sehenswürdigkeiten. Dieses ist beim sportlichen Fahrer, der leistungs- und zeitorientiert ist, kaum erkennbar.

### **7.11.5 Wegenutzung und Orientierungsverhalten von Mountainbikern**

Die bevorzugte Wegenutzung und das Orientierungsverhalten von Mountainbikern liefern ein wichtiges Indiz zur Umweltverträglichkeit dieser Sportart, insbesondere im Hinblick auf die Angebotspalette in einem Naturpark. Die Frage ist, ob diese Sportler überwiegend auf ausgeschilderte Touren zurückgreifen und damit Lenkungsfähigkeit aufweisen (vgl. Kap. 7.7.1) oder ob das individuelle Querfeldeinfahren attraktiver ist. Damit soll die von Wöhrstein (1993, S. 111) gemachte Erfahrung, daß die Umwelt geschont wird, wenn MTB-Wege ausgewiesen sind, für das Sankt Wendeler Land überprüft werden.

Die hier gewonnenen Ergebnisse bestätigen die von verschiedenen Autoren festgestellte Tatsache, Mountainbiking sei eine umwelt- und naturverträgliche Freizeitbeschäftigung (vgl. Kap. 7.7.2), zumindest was die benutzten Wege anbelangt: Weit über die Hälfte der Befragten geben an, bei ihren MTB-Touren entweder auf ausgeschilderte Wege zurückzugreifen bzw. befestigte Wege zu bevorzugen. Nach dem ADFC (1998, S. 49) wird allein schon durch diese Tatsache Lenkungsfähigkeit auf sanfte Art erreicht, zumal vom Befahren befestigter Feld- und Wirtschaftswege keine Gefahr für die Umwelt und Natur zu erwarten ist. Lediglich fünf Personen von einhundert geben in der Untersuchung an, Querfeldeinfahren zu bevorzugen; eine Zahl, die zu vernachlässigen ist. Dennoch sollte Aufklärungsarbeit geleistet werden, um auf betreffende Gefahren hinzuweisen.

Es zeigen sich deutliche Unterschiede, welche Wege verschiedene Zielgruppen nutzen. Folgende Tabelle belegt, daß je unbekannter ein Gebiet ist, umso mehr auf ausgeschilderte Touren zurückgegriffen wird. Immerhin knapp ein Fünftel der Einheimischen nutzt das fahrradtouristische Angebot der Tourist-Information Sankt Wendeler Land. Tendenziell läßt sich auch der bevorzugte Wegebelag feststellen: fast doppelt soviel Sportler ziehen die befestigten Wege vor, wobei nicht genau nach Art des Wegebelages (Asphalt-, wassergebundene Decken) unterschieden wird.

Tab. 17: Wegenutzung von Mountainbikern in Abhängigkeit zur Herkunft

in %	ausgeschilderte Touren	befestigte Feld- und Wirtschaftswege	unbefestigte Waldwege	Querfeldeinfahren	Miss. v.
Lk St. Wendel	24	37	25	1	13
übr. Saarland	46	30	8	11	5
übr. Deutschland	60	24	8	8	0
<b>Durchschnitt</b>	<b>37</b>	<b>32</b>	<b>17</b>	<b>5</b>	<b>8</b>

Quelle: Eigene Erhebung 1998

Nach Wöhrstein (1993, S. 56) stehen unbefestigte Wirtschaftswege in der Gunst der Mountainbiker mit nur geringem Abstand zu den befestigten an zweiter Stelle. Den Grund dafür sieht Wöhrstein in der abwechslungsreicheren Oberfläche sowie in der Tatsache, daß diese Wege sowohl für den Verkehr als auch für Wanderer von untergeordneter Bedeutung sind.

Auffallende Unterschiede zeigen sich allerdings in der Beliebtheit des Querfeldeinfahrens. Während nur ein Einheimischer gerne abseits von Wegen bikt, sind es bei den übrigen Saarländern und Deutschen wesentlich mehr. Dieser Unterschied ist möglicherweise bereits das Ergebnis von Aufklärungsarbeit. Die in die Befragung einbezogenen Radfahrvereine wurden von der Tourist-Information Sankt Wendeler Land mit diesen Problemen konfrontiert, und es wurde versucht, die Mountainbiker auf bestehenden Wegen zu leiten. Außerdem kann das auffallend rücksichtsvolle Abschneiden der Einheimischen auf Erfolge in der Medienarbeit zurückgeführt werden, wie auch auf das Ergebnis von geführten Radwanderungen durch die örtlichen Vereine. Der relativ geringe Unterschied zwischen Saarländern und den übrigen Deutschen müßte eigens analysiert werden. Möglicherweise spielt in diesem Falle auch die Beratung der Gäste durch die Fremdenverkehrsstelle des Landkreises eine Rolle.

Nach Wöhrstein (1996, S. 71) lehnt der Großteil der Mountainbikefahrer das Querfeldeinfahren ab. Je nach Untersuchung schwankt ihr Anteil zwischen 1,5 % und 16 %. Im Vergleich dazu stellte Mevissen am Gardasee fest, daß weniger als 10 % die Wege verlassen, im Gegensatz zu den Wanderern, die zu fast 70 % auch einmal vom ausgeschilderten Weg abgehen (Mevissen 1998, S. 87).



Ebenso wie die bevorzugte Wegenutzung gibt das Orientierungsverhalten entscheidend Aufschluß über die Lenkungsfähigkeit, wie in Abbildung 26 (Kap. 7.7.2) verdeutlicht. Bei der Nutzung von Orientierungshilfen ergaben sich ebenfalls Unterschiede zwischen Radwanderern und Mountainbikern, eine Tatsache, die die Tourist-Information Sankt Wendeler Land bereits in der Konzeptionsphase versucht hat zu berücksichtigen. Während sich rd. 25 % der Radwanderer an der Beschilderung orientieren, sind es bei den Mountainbikern immerhin 30 %. Hierbei ist allerdings zu erwähnen, daß eine zusätzliche Kategorie "Kenne die Gegend und brauche keine Orientierungsmittel" in der Mountainbikebefragung aufgenommen wurde, die 27 % mit "ja" beantworteten (m.v.:11 %). Während fast die Hälfte der Radwanderer mehrere Medien zur Zielfindung nutzt, ist es bei den Mountainbikern nur jeder Fünfte. 15 % Kartennutzer bei den Radwanderern stehen 7 % bei den Mountainbikern gegenüber. Reine Beschreibungen sind quantitativ zu vernachlässigen. Dennoch bleibt festzuhalten, daß sowohl Radwanderer als auch Mountainbiker verstärkt auf Orientierungsmittel zurückgreifen und sich damit einer "Führung" unterwerfen.

#### 7.11.6 Planung der Mountainbiketouren

Die Streckenlänge ist im Durchschnitt für 80 % ausschlaggebend bei der Planung einer MTB-Tour. Für 45 % spielen die Steigungen eine Rolle, und das Landschaftserlebnis ist für 35 % mitentscheidend bei der Tourenvorbereitung. Sonstige Faktoren wurden in Frage Nr. 9 nicht genannt (m.v. = 0). Ein Vergleich mit den Radwanderern ergibt, daß bei Mountainbikern der Schwierigkeitsgrad der Touren eine wesentlich geringere Bedeutung hat (vgl. Kap. 7.6.7). Albrecht (1997, S. 105) stellte für den Tauernradweg fest, daß die meisten Urlauber ihre Radtour Monate im voraus planen, nicht ganz ein Drittel beschäftigt sich ein halbes Jahr vorher mit dem Radurlaub.

*Tab. 18: Kriterien bei der Planung der Mountainbiketouren*  
(Mehrere Nennungen möglich)

%	Streckenlänge	Steigungen	Landschaft	Miss.v.
Nahtouristen	78	44	32	0
Ferntouristen	84	48	44	0
<b>Durchschnitt</b>	<b>80</b>	<b>45</b>	<b>35</b>	<b>0</b>

Quelle: Eigene Erhebung 1998

Die meisten Mountainbiker im Gardaseegebiet haben sich laut Mevissen (1998, S. 75/76) mit Hilfe von Zeitschriften über die Wege informiert. Als weitere Informationsquellen wurden genannt: Tips von Freunden und Bekannten, Material des Fremdenverkehrsamtes und Reiseführer. Auf die Frage ob sich Mountainbiker an die ihnen bekannten Wege und Verhaltensregeln halten, antworteten 97 % mit "immer" oder "meistens".

Festzuhalten bleibt, daß sich Mountainbiker, genau wie Radwanderer auch, im voraus mit dem Zielgebiet und den Angeboten beschäftigen.

### **7.11.7 Anreise zum Mountainbiking**

Fast die Hälfte der Biker nutzt umweltschonende Verkehrsmittel zur An- und Abreise. Gleichzeitig finden dabei die konzeptionellen Überlegungen der Tourist-Information Bestätigung, die Ausgangspunkte der Touren möglichst im Landkreis zu streuen. Sicherlich spielt auch die Ortskenntnis der Einheimischen eine nicht zu unterschätzende Rolle, da die Biker irgendwo auf die gemeindeübergreifenden Touren auffahren können. Als sehr hoch ist der Anteil derer einzustufen, die den PKW zum Zwecke der Anreise nutzten (40 %). Im Gegensatz dazu sind 5 %, die in Bus oder Bahn steigen, als verschwindend gering zu beurteilen. Wöhrstein (1998, o. Seitenangabe) ermittelte bei einer Untersuchung, daß 93,8 % mit dem Bike, 12 % mit dem PKW und 3,0 % mit Bus/Bahn zum Ausgangspunkt von Biker-touren anfahren. Aus diesem Verhältnis läßt sich eindeutig Handlungsbedarf ableiten. Obwohl der Grund in dieser Fragestellung nicht erfaßt ist, gibt es zwei Ansatzpunkte zur Verbesserung in Richtung umweltfreundliche Anreise: Verbesserung der ÖPNV-Strukturen und des Service sowie bessere Aufklärungsarbeit. Auch die Start- und Zielpunkte der MTB-Routen sind einer kritischen Überprüfung zu unterziehen. Vor allem wenn es viel Umstände erfordert, von der Haltestelle zur MTB-Tour zu gelangen, sollte eine Verlagerung des Start- und Zielpunktes ins Auge gefaßt oder effektive Zubringerdienste eingerichtet werden.

Eine eindeutige Korrelation ist zwischen Anreise und Herkunft der Biker erkennbar. Die Biker, die aus dem Landkreis St. Wendel stammen, fahren zu 53 % mit dem Rad an, um ihren Sport ausüben zu können. Nicht ganz ein Drittel greift auf den PKW zurück. Knapp die Hälfte der Urlauber aus dem übrigen Deutschland nutzt den PKW, immerhin 16 % wählen Bus oder Bahn, um die Räder an den Ausgangspunkt einer Tour zu transportieren. Auch bei der Gruppe der Saarländer (ohne Bewohner des Landkreises St. Wendel) erweist sich der ÖPNV als unattraktivstes Mittel, um zur Freizeitstätte zu gelangen. 80 % wählen

den eigenen PKW. Diese Zahlen bestätigen die Forderung von Froitzheim (et al. 1996, S. 138), der die Bedeutung von siedlungsnahen Angeboten besonders beim Mountainbiking betont, wodurch auf ein anderes Anreiseverkehrsmittel verzichtet und sekundäre Belastungseffekte verhindert werden können.

Ein hohes Umweltbewußtsein konnte Rust den Radausflüglern nachweisen: 63,1 % verzichteten bewußt auf das Auto. (Anm.: bei der von ihr untersuchten Gruppe der Radurlauber waren es sogar 74,5 %). 78,6 % gaben als Motiv an, mit dem Fahrrad eine größere Reichweite im Vergleich zum Wandern zu haben.

*Tab. 19: Anreisemittel in Abhängigkeit zu Herkunft, Gruppenverhalten und Fahrhäufigkeit*

	Bike (%)	ÖPNV (%)	PKW (%)	Miss.v. (%)
LK St. Wendel	53	0	29	18
übr. Saarland	0	12	80	8
übr. Deutschl.	36	16	48	0
Alleinfahrer	60	3	34	3
Gruppenfahrer	38	8	47	8
regelmäßig	51	2	31	16
öfters	44	6	39	11
ab und zu	36	8	56	0
seltener	20	13	60	7

Quelle: Eigene Erhebung 1998

Für den Bereich des Gardasees ermittelte Mevissen (1998, S. 80), daß 100 % der Mountainbiker mit dem Auto angereist waren, wobei die Entfernung im Durchschnitt 370 km Luftlinie zum Wohnort betrug. Bei der Nutzung von Verkehrsmitteln am Ort selbst verhielten sich die Biker umweltschonend: 80 % nutzten das Fahrrad. Auch direkt nach einer Radtour wählten immerhin noch 22 % das Fahrrad, 52 % gingen zu Fuß.

Biermann (1996, S. 46) ermittelte für das Münsterland bei einer Untersuchung von Individual- und Pauschalradreisenden eine ähnliche Verteilung, wie sie im Sankt Wendeler Land unter den Ausflugsgästen nachgewiesen werden konnte: 79,1 % reisten dort mit dem PKW an, 12,4 % mit Bus oder Bahn sowie 4,4 % mit dem Fahrrad. Jilg (1989, S. 157) stellte Untersuchungsergebnisse zum Radtourismus, u.a. auch die Anreiseart, aus verschiedenen

Regionen gegenüber. Hierbei zeigen sich gravierende Unterschiede: mit dem PKW reisen ins obere Altmühltal 48 % an, in Lenggries im Isartal 61,8 % und im Donautal (Raum Grein) 32,0 %; mit dem Fahrrad (in gleicher Reihenfolge): 37,6 %, 32,3 %, 15,0 % und mit der Bahn 14,4 %, 5,9 % und 49,0 %. Nach einer Studie von Leiter (1991, in: Froitzheim et al. 1996, S. 139) führen im Karwendel-Raum 3/4 der Besucher trotz günstiger Verkehrsbedingungen mit dem Auto an. Offensichtlich ist intensives Marketing erforderlich, um die Nutzer auf andere Verkehrsmittel umzulenken. Für den Hochtaunus ermittelte Weigand (in: Froitzheim 1996, S. 139), daß 73,6 % der Mountainbiker mit dem eigenen Rad angereist waren, im Gegensatz zu den Wanderern in diesem Gebiet, die zu 77,7% per Auto ins Erholungsgebiet kamen. Nach Wöhrstein (1993, S. 29) gelangen 71 % mit dem eigenen Rad zu den Touren, 8 % benutzen die Bahn und 20 % den PKW (Befragungsaktion an Mountainbike-Clubs und Vereine in Deutschland).

Im Salzburger Land stellte Albrecht (1997, S. 101) fest, daß mehr als die Hälfte mit dem Auto angereist war, für den PKW entschieden sich 33 % der Radler am Tauernradweg. Lediglich 3,3 % nutzten bereits das Fahrrad, um zu diesem Radfernweg zu gelangen. Die treuesten Bahnkunden wies Albrecht unter den jüngsten (bis 25 Jahre) und den ältesten (ab 55 Jahre) nach. In den Altersklassen zwischen 25 und 54 wird noch am ehesten auf das Auto zurückgegriffen, wobei innerhalb dieser Gruppen die höheren Einkommensklassen überaus stark vertreten waren. Offensichtlich legen die Besserverdienenden größeren Wert auf individuelle Mobilität. Wohl mag auch der Zeitfaktor zur Vorbereitung einer Bahnfahrt eine Rolle spielen.

Umweltbewußtere Anreiseformen konnte Rust (1996, S. 119) für die Mecklenburgische Seenplatte nachweisen, wobei sich evidente Unterschiede bei Radausflüglern (unternehmen von festem Quartier aus Radtouren) und Radreisenden (sind von Ort zu Ort mit dem Rad unterwegs) zeigten. Insgesamt reisten nur 45 % mit dem PKW an, an zweiter Stelle steht die Bahn. Radausflügler nutzten zu rund 71 % den PKW, um zu ihrer Radstrecke zu gelangen. Bezüglich PKW-Nutzung sind die Radreisenden mit rd. 27 % als eher umweltbewußt einzustufen. Radausflügler, die immer wieder zum Ausgangspunkt ihrer Radtour zurückkehren müssen, sind damit flexibler als mit Bus oder Bahn. 15 % der Radreisenden kamen bereits mit dem Fahrrad in ihren Urlaubsort, während Rust unter den Radausflüglern niemanden feststellen konnte. Bei beiden Untergruppen lag die Anzahl derer, die mit dem Bus kamen, unter 10 %. Rust wies nach, daß an der Mecklenburgischen Seenplatte vor allem der Fahrpreis die Radler von der Nutzung der Bahn abhielt. An zweiter Stelle wurde erst der Zeitverlust durch die Bahnfahrt als Hinderungsgrund genannt. Als weitere Negativpunkte wurden häufiges Umsteigen, Mobilitätseinbußen, die Umständlichkeit mit

Kindern und Gepäck und vor allem ungünstige Anschlußmöglichkeiten genannt. Nach Rust (1996, S. 121) gaben allerdings auch 52 % der Radausflügler an, das Auto bei einer Radtour nicht einzubeziehen und direkt vom Stammquartier aus zu radeln. 38 % dagegen integrieren das Auto.

Steil (1997, S. 57) konnte bei seiner Untersuchung in der Gemeinde Nohfelden sowohl bei Urlaubern (44,8 %), Ausflüglern (47,7 %) als auch den Einheimischen (37,5 %) die Vorherrschaft des PKW als Anfahrtsmittel zum Reiseziel nachweisen. Interessant ist die Gegenüberstellung der Präferenzstrukturen Anreisemittel und benutzte Verkehrsmittel am Reiseort selbst. Urlauber bevorzugen auch am Reiseort den PKW (34,3 %). Auf Rang zwei findet sich mit 19,0 % bereits das Fahrrad. Weit abgeschlagen sind mit 4,8 % Bus und Bahn. Für genau die Hälfte der Ausflügler ist die Mobilität am Urlaubsort äußerst wichtig. 14,1 % greifen auf das Fahrrad zurück, während nur jeder Dritte sich auf Bus oder Bahn verläßt. Auch bei der Hälfte der Anwohner ist das Auto beliebtestes Fortbewegungsmittel im Urlaub. Das Fahrrad verliert gegenüber den Kurzzeittouristen etwas an Bedeutung (10,2 %) zugunsten von Bus/Bahn (8,5 %). Steil zieht aus dieser Untersuchung das Ergebnis, daß die Attraktivität eines Urlaubsortes steigt, wenn die Infrastrukturen für die Nutzung von ÖPNV, Fahrrad oder Motorrad bereitgestellt werden.

Ganz eindeutige Korrelationen ergeben sich zwischen Anreiseart und Fahrhäufigkeit im Sankt Wendeler Land: je häufiger mit dem Bike gefahren wird, umso höher die Nutzung des Rades für die Anfahrt. Genau umgekehrt ist es beim Gebrauch von Bus oder Bahn: je weniger mit dem Bike gefahren wird, umso eher erfolgt die Anfahrt mit dem ÖPNV. Hieraus läßt sich die Schlußfolgerung ableiten, daß die sportlichen Fahrer nicht bereit sind, Umstände bei der Anreise zu ihrem Freizeitsport in Kauf zu nehmen. Ein weiterer Grund für die Nutzung von Bahn/Bus liegt im Quellgebiet selbst und der Güte der Verkehrsanbindung zwischen Quell- und Zielgebiet.

### **7.11.8 Gefahrene Routen und Einschätzungen**

Klarer Favorit der Mountainbiker im Sankt Wendeler Land war Route Nr. 5, die Eingewöhnungstour mit 24,5 km Länge. Ihre Bewertung schwankte von 1,7 bis 2,3. Am besten abgeschnitten hat die Route mit den größten Steil- und Gefällstrecken (Knochentour mit 53,1 km) mit dem Notendurchschnitt 1,7. Ein Beliebtheitsgrad in Abhängigkeit von Entfernungen kann anhand der Antworten nicht nachgewiesen werden.

Die letzte Frage sollte Aufschluß über Positives und Negatives der MTB-Touren im Sankt Wendeler Land geben. Den Bikern hat am besten gefallen (Anzahl der Nennungen in Klammern, Antworten sind thematisch zusammengefaßt): Landschaft (20), Natur, Wald (5), Wegebelaag (2), Ausschilderung (5), Streckenführung, Höhenprofil (5), Abwechslungsreichtum, Vielfalt (10), unbefestigte Passagen (1), war o.k. (1), Parkplatz am Ausgangspunkt (4), Karten (4), kein PKW-Verkehr (2), wenig Betrieb (1), anspruchsvolle Strecken (3), Erdbeeren am Wegesrand (1), kenne die Gegend (1), gute Trainingsmöglichkeiten (1), Sehenswürdigkeiten (1), verschiedene Ausgangspunkte (1), Verknüpfung verschiedener Strecken (1), unterschiedliche Anspruchsniveaus (1), für jeden etwas (2).

Als Negative wurden genannt: Beschilderung (25), teilweise Wege nicht gefunden (1), fehlende Einkehrmöglichkeiten (4), Touren zu einfach (1), schlechte Wege (4), zu große Steigungen, Strecken zu schwer (3), Wanderer, Spaziergänger (2), Down-hill fehlt (2), zu lange Strecken (1), Verkehrsanbindung schlecht (1), Querfeldein fehlt (1), asphaltierte Strecken (1).

Aus diesen Nennungen geht die Bedeutung der Landschaft sowie von Natur und Wald hervor. Ebenso äußern sich einige Befragten positiv zur Streckenkonzeption mit verschiedenen Ausgangspunkten, Parkplätzen und Anbindungen. Sehr unterschiedlich fallen die Bewertungen der Routen aus: von "zu einfach" über "zu schwer" bis hin zu "o.k".. Auffallend oft wird die Beschilderung als Manko angeführt <sup>15</sup>.

## **7.12 Zusammenfassung der gewonnenen Ergebnissen der Fragebogenaktionen und Schlußfolgerungen**

Die politische Verantwortung in einem Naturpark, vorwiegend naturnahe Freizeitmöglichkeiten mit Bildungsinhalten anzubieten (ETI-aktuell 01/00, S. 2/3), sowie die konkrete Nachfrage nach Fahrradwegen bei der Tourist-Information Sankt Wendeler Land führte zur Erstellung eines Radwegenetzes im Landkreis St. Wendel unter Einbeziehung der angrenzenden Region.

---

<sup>15</sup> An dieser Stelle sei erwähnt, daß nach Aussage der Tourist-Information Sankt Wendeler Land keine Beschilderung so oft zerstört wird wie die von MTB-Touren. Insbesondere in Bereichen, in denen Nutzungskonflikte auftreten, findet der MTB-Sport weniger Akzeptanz als beispielsweise Wandern und Radwandern.

Zielgruppenspezifisch für Familien mit Kindern unter Berücksichtigung verschiedener Leistungsanforderungen arbeitete die Tourist-Information sieben Radwege mit entsprechenden Streckenprofilen aus und setzte diese gemeinde- und kreisübergreifend in die Praxis um.

Bereits konzeptionell verankert war die Vorstellung, für Einheimische und Gäste gleichermaßen ein touristisches Angebot zu erstellen, das die immer bedeutender werdenden Freizeitwünsche berücksichtigt: gesundheitsvorsorgende Aktivität, Natur- und Kulturerleben. Aus diesem Grunde wurden im Sinne eines bildungsorientierten Tourismus die Streckenführungen so gewählt, daß die wichtigsten Sehenswürdigkeiten, die geographischen, geologischen und kulturhistorischen Besonderheiten des Sankt Wendeler Landes miteingebunden waren.

Die als Informationshilfe herausgebrachte Radwanderkarte erfreut sich reger Beliebtheit; ebenso waren die mündlichen Aussagen zu den neuen fahrradtouristischen Wegen durchweg positiv. Für die Tourist-Information Sankt Wendeler Land stellten sich aber die Fragen: Besteht Bildungsbereitschaft während einer Freizeitbeschäftigung? Greifen Radfahrer auf Kommunikationsmittel zurück? Welche Kriterien erzeugen Motivation, sich mit Sehenswürdigkeiten und kulturhistorischen Besonderheiten der Region zu beschäftigen? Wie wirken sich demographische Faktoren auf das Interesse aus, und welche Rolle spielt dabei die Herkunft der Radfahrer, oder anders formuliert: gibt es Unterschiede bei Gästen aus dem Nahbereich (Landkreis St. Wendel und übriges Saarland) und Gästen aus dem Fernbereich (übriges Deutschland)? Ganz allgemein interessierte auch, wie der Fahrradfahrer des Sankt Wendeler Landes charakterisiert werden kann.

Als Fazit kann festgehalten werden:

Die überwiegende Zahl der Fahrradfahrer im Sankt Wendeler Land findet man in der Alterskategorie von 31 bis 45 Jahre. Die Untersuchung bestätigt die gesellige Komponente des Radfahrens: die meisten sind in der Regel in Gruppen mit einer durchschnittlichen Personenzahl von 3,4 unterwegs. Die meisten Gruppenfahrer finden sich in der Altersklasse zwischen 31 bis 45 Jahre. Dennoch läßt sich ein Unterschied zu anderen Untersuchungsgebieten ausmachen: während an Donau, Altmühl, Bayerischer Wald und Münsterland um die 90 % der Befragten in Gruppen unterwegs sind, wurden im Sankt Wendeler Land ein Anteil von 75 % festgestellt. Zurückzuführen ist diese relativ geringe Anzahl auf die Probandengruppe: einheimische Radfahrer nutzen den Feierabend für eine sportliche Radtour für persönliche Erholung und Fitness.

Die Altersklasse zwischen 19 und 30 Jahren weist die meisten Alleinfahrer auf. Obwohl diese Gruppe ihre Touren intensiver plant als Gruppenfahrer, hält sie doch weitaus weniger an Sehenswürdigkeiten an. Das bedeutet, daß in dieser Altersklasse eher das sportliche Fahren im Vordergrund der Freizeitbeschäftigung steht.

Fast die Hälfte der Radfahrer ist im Sommer etwa jede Woche einmal mit dem Rad auf Tour, weitaus geringer ist die Anzahl derer, die regelmäßig auf dem Fahrrad sitzt. Die überwiegende Zahl legt über 500 Kilometer pro Jahr mit dem Rad zurück, etwa gleich viele fahren bis zu 300 Kilometer. Pro Tour bewältigen die meisten Radfahrer über 30 Kilometer.

Die Radwanderkarte des Sankt Wendeler Landes erfreut sich eines hohen Bekanntheitsgrades. Die am häufigsten gefahrene Tour ist die "Skulpturentour", gefolgt von "Rund um Spiemont und Steinberg" und "Rund um den Weiselberg". Gleiche Beliebtheit haben die drei Touren "Zwei-Seen-Tour", "Rund um St. Wendel" und die "Panoramatour". Schließlich bildet die Strecke "Zwischen Ill und Alsbach". Anhand der bevorzugten Radrouten im Sankt Wendeler Land zeigt sich, daß Sehenswürdigkeiten nicht unbedingt nach ihrer "Wertigkeit" beurteilt und damit auch von den Radfahrern bevorzugt werden. Vielmehr ergibt sich, daß der Erlebniswert ebenfalls eine große Rolle spielt, vor allem, wenn die entsprechende Zielgruppe Familien mit Kindern sind. Dies wird in der Analyse der Radtouristen im Sankt Wendeler Land bestätigt, da die meisten zwischen 31 und 45 Jahre alt sind, und in dieser Altersklasse die meisten Gruppenfahrer (Familien) zu verzeichnen sind. Die auf Platz eins der Rangskala ausgewiesene "Skulpturentour" enthält ausschließlich interessante Elemente in der freien Landschaft. Daraus sollte allerdings nicht die Schlußfolgerung gezogen werden, daß Einrichtungen in den Ortslagen weniger stark frequentiert werden, da der Beliebtheitsgrad von vielen Einflußfaktoren abhängig ist. Zu erwähnen wären neben den getesteten Faktoren u.a.: Einzugsbereich, Lage zu einem öffentlichen Verkehrsmittel, Attraktivität des Zieles, Bekanntheits- und Beliebtheitsgrad der Sehenswürdigkeiten. Auch Faktoren, die in die Werbung mithineinspielen, wie z.B. der Name der Route, können Entscheidungen und damit auch das Ergebnis beeinflussen.

Eine intensive Planung der Routen erfolgt bei den wenigsten, weitaus häufiger legt sich der Radfahrer nur auf eine grobe Richtung fest. Nicht ganz die Hälfte der Gäste aus dem Fernbereich bereitet eine Radtour intensiv vor, während die Planung bei den Einheimischen aufgrund der Ortskenntnis weitaus geringer ausfällt. Häufiger als bei den Einheimischen spielen bei den Gästen die Sehenswürdigkeiten am Rande einer Radtour eine Rolle. Die Zahl derer, die dann auch tatsächlich anhält, ist jedoch etwas kleiner als bei den Ein-



heimischen. Am geringsten fällt die "Stoppquote" bei den Gästen aus dem Saarland (ohne Landkreis St. Wendel) aus. Diese Gruppe ist auch nur zu einem geringen Teil in Besitz einer Radwanderkarte, so daß von einem defizitären Informationsstand ausgegangen werden kann, der seine Auswirkungen zeigt.

Wesentliches Kriterium bei der Streckenwahl ist für fast die Hälfte der Fahrradfahrer im Sankt Wendeler Land die Streckenlänge. Für etwa ein Drittel ist der Schwierigkeitsgrad ausschlaggebend, und rund ein Viertel legt die Route aufgrund der am Wegesrand vorhandenen Besichtigungsmöglichkeiten fest.

Hoch ist insgesamt die Anzahl derer, die an Sehenswürdigkeiten einen Stopp während einer Radtour einlegt. Ähnlich wie Touristen aus dem Nahbereich verhalten sich Touristen aus dem Fernbereich: 8 % halten immer an Sehenswürdigkeiten an. Zudem geben 44 % der Ferntouristen an, meistens einen Stopp einzulegen, immerhin noch 41 % unterbrechen ihre Radtour gelegentlich, wenn etwas Interessantes am Wegesrand zu sehen ist. An Donau, Mosel und im Bayerischen Wald wurden die Sehenswürdigkeiten an der Radstrecke als ein Hauptmotiv (von rd. 40 %) für die Radreise genannt.

Der Bekanntheitsgrad der Radwanderkarte ist erwartungsgemäß bei den Einheimischen am größten, gefolgt von den Gästen aus dem übrigen Deutschland (ohne Saarland). Weniger bekannt ist die Karte bei den übrigen Saarländern. Diese Tatsache spiegelt die unterschiedliche Wirksamkeit der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit wider, zeigt aber auch gleichzeitig die Bedeutung der Information als Motivationsfaktor, damit Gäste sich mit Landschaft und Kulturhistorie auseinandersetzen.

Fast die Hälfte der Radfahrer greift auf alle Orientierungsmittel, Karte, Beschreibung und Beschilderung, zurück. Als das am häufigsten genutzte alleinige Orientierungsmittel wird die Beschilderung genannt, deutlich abgeschlagen ist die Bedeutung der Karte, und am Ende rangieren erst die Beschreibungen. Diejenigen, die sich aller Orientierungsmittel bedienen, halten zu 58 % an Sehenswürdigkeiten an. So konnte auch für den Bayerischen Wald eine Kombination von Karte und Wegweisung als häufigstes Orientierungsmedium nachgewiesen werden. Eine Radtour wird bei Besitz einer Radkarte nachweislich intensiver geplant und damit ist auch die Bereitschaft größer, sich mit Einrichtungen am Wegesrand zu beschäftigen. Fast ein Fünftel der Kartenbesitzer hält an Sehenswürdigkeiten an, gegenüber von nur 6 % der Nichtkartenbesitzer. Noch höher liegt die Anzahl derer, die an besonderen Sehenswürdigkeiten die Erläuterungen lesen;

ein Viertel der Kartenbesitzer beschäftigt sich intensiver damit. Im Gegensatz dazu liest nur jeder Zehnte auch schriftliche Erläuterungen zu den einzelnen Einrichtungen.

Fahrradfahrer, die in Gruppen unterwegs sind, zeigen sich wesentlich interessierter an kulturhistorischen Besonderheiten als Einzelfahrer. Fast doppelt soviel Gruppenfahrer wie Einzelfahrer halten an Sehenswürdigkeiten an. Am intensivsten beschäftigen sich die über 60jährigen mit Sehenswürdigkeiten, die zu 93 % immer/regelmäßig an konkreten Besichtigungspunkten einen Stopp einlegen. Sehr hoch ist die Zahl auch bei den bis 18jährigen. Die Bereitschaft, an Sehenswürdigkeiten anzuhalten, korreliert eng mit der Streckenlänge einer Radtour. Bei einer Streckenlänge von maximal 10 Kilometern hält fast die Hälfte der Radfahrer an. Diese Zahl verringert sich mit zunehmender Entfernung.

Parallel zum Radwandern arbeitete die Tourist-Information Sankt Wendeler Land für eine zweite Zielgruppe ein landschaftsgebundenes Angebot aus: Mountainbiking. Um auch für dieses Produkt eine möglichst hohe Akzeptanz zu finden, wurden die Ansprüche an Wege, Wegebeschaffenheit und Infrastrukturen ermittelt. Die Wegekonzeption erfolgte durch intensive Zusammenarbeit mit örtlichen Radvereinen sowie den Organisatoren der Sportevents in der Kreisstadt St. Wendel. Wiederum durch eine enge Abstimmung mit Natur-

schutz- und Forstbehörde während der Planungsphase erstellte die Tourist-Information ein Netz mit acht Rundtouren, dem gleiche Ansätze wie bei den Radwandertouren zugrunde lagen.

Die Befragung von Mountainbikern brachte das Ergebnis, daß diese Gruppe dieselbe Altersstruktur wie Radwanderer aufweist. Die meisten sind in der Altersklasse von 31-45 Jahre zu finden. Auch bei der sportlichen Variante des Radfahrens spielt das Gruppenerlebnis eine Rolle: 63 % sind bei der Ausübung ihres Sportes in Gesellschaft. Alleinfahrer finden sich vor allem bei den bis 18jährigen. Die Mountainbiker sind die beständigeren Sportler, die nicht nur, wie die Radwanderer, einen Ausflug im Sommer bevorzugen. Diese Fahrhäufigkeit schlägt sich in der jährlichen Fahrkilometerleistung nieder: 16 % fahren über 3 000 km pro Jahr. Während nur fast ein Drittel der Radwanderer über 500 km pro Jahr absolviert, sind es bei den Mountainbikern 70 %! Die Motivation für diese Leistungen sind in den Bereichen "Sport/Fitness", "Spaß haben" und "Gesundheit" zu finden. Obwohl Mountainbiker ihre Umwelt sehr intensiv wahrnehmen, ist ihr Sinn für kulturhistorische Besonderheiten geringer als bei den Radwanderern.

Die Befragung der Mountainbiker hat zwei unterschiedliche Gruppen deutlich werden lassen. Ein Teil der Mountainbiker ist den sportlichen Fahrern zuzurechnen, die regelmäßig im Jahr unterwegs sind, eher allein fahren mit hohen durchschnittlichen Kilometerleistung im Jahr. Bei ihnen ist die Motivation "Sport" besonders deutlich ausgeprägt. Die zweite Gruppe unterscheidet sich kaum von den Radwanderern. Sie lieben die Geselligkeit, fahren eher im Sommer und ihre Hauptmotivationen sind Gesundheit und Spaß. Allen Gruppen ist aber Landschaftserleben von Bedeutung.

Die Umweltverträglichkeit dieser Sportart zeigt sich u.a. durch die Bevorzugung ausgeschilderter Touren. Vom Wegebelag her sind diesen Freizeitsportlern auch befestigte Feld- und Wirtschaftswege am liebsten. Querfeldeinfahren findet kaum statt, wenn, dann bei wenigen Jugendlichen. Auch zur Anfahrt nutzen viele Fahrer ihr Mountainbike. Bus oder Bahn sind als Anreisemittel relativ uninteressant. Demgegenüber weist der PKW offensichtlich doch einige Vorteile auf. Das am häufigsten benutzte Anreisemittel ist abhängig von der Herkunft der Sportler: während Einheimische aus dem Landkreis St. Wendel (53 %) und Urlauber (36 %) (aus dem übrigen Deutschland) zum großen Teil schon mit dem Rad losfahren, begibt sich der Ausflugs-gast (Saarländer ohne Landkreis St. Wendel) eher mit dem Auto zur Radstrecke.

Die Bewertung der MTB-Strecken im Sankt Wendeler Land ergab insgesamt einen guten Notendurchschnitt. Anhand der Präferenzliste gefahrener Touren liegen die bevorzugten Streckenlängen um die 20 km. Einen Ausreißer nach oben ist mit 27 km die Weltcup-tour, die wohl doch einen gewissen Reiz ausübt. Sehr gut in der Bewertung hat die Strecke abgeschnitten, die die meisten Steil- und Gefällstrecken aufweist.

## 8 Zusammenfassung

Naturparke sind gesetzlich geschützte Landschaften mit Multifunktionalität. Sie bieten gleichzeitig Raum für die Natur und dienen der Erholung des Menschen. So weist auch der 1980 gegründete Naturpark Saar-Hunsrück (in dieser Arbeit wird Bezug auf das Sankt Wendeler Land im saarländischen Teilbereich genommen) in seinem Positionspapier von 1994 neben dem Schutzgedanken die "Förderung eines landschaftsbezogenen natur- und umweltverträglichen Tourismus" als Schwerpunkt seines Aufgabenspektrums auf. Die Sicherung der Erholungslandschaft soll dabei von der Konzeption des nachhaltigen Tourismus getragen sein. Insbesondere auch im Hinblick auf die vom Verband Deutscher Naturparke 1995 propagierte stärkere Akzentuierung der heutigen Naturparkarbeit auf Erholungsaspekte und wirtschaftliche Entwicklungen erfordert eine Inwertsetzung der Landschaft für Erholungszwecke. Gleichzeitig dient diese Landschaft der "Umweltbildung", die ihrerseits wiederum durch "Informations- und Öffentlichkeitsarbeit" konkretisiert wird.

Abgeleitet von neueren didaktischen Kenntnissen aus der Museumspädagogik soll Sensibilisierung durch Heranführen des Menschen an seine Umwelt erfolgen. Mittlerweile existieren etliche Ansätze, Natur und Umwelt durch die Sinnerfahrung Erleben - Denken - Handeln - (Fromme 1991, S. 193) zu erfassen (vgl. Altmühltal, Otterzentrum Hankensbüttel). Nach Job (1993, S. 8) ist der Mensch in urlaubsähnlichen Situationen besonders aufnahmebereit, vorausgesetzt er kann seine Bedürfnisse letztendlich auch befriedigen. Um Bildungsbereitschaft überhaupt erst zu erzeugen, müssen Wege für Bedürfnisbefriedigung aufgezeigt und Informationen freizeitgerecht aufgearbeitet werden (DGF 1991, o.S. ). Die Informationsvermittlung erfordert demnach eine Kommunikation mit den Nutzern. Die auf diese Weise vermittelte Bildung folgt nach Job (1993, S. 17) dem pädagogischen Grundprinzip, das Freiland als Lernort zu nutzen, wobei Lernen (bzw. Bildung) auf persönlicher Erfahrung nach nichtdirektiven Lernprinzipien und in direkter Auseinandersetzung mit der Umwelt beruht.

Kristallisationspunkt dieser Arbeit ist die Heranführung an die Umwelt über eine Freizeitbeschäftigung, die die vom Naturpark Saar-Hunsrück geforderten Prämissen der Nachhaltigkeit erfüllt. Hierzu ist es notwendig, die "Freizeit" einer Analyse zu unterwerfen, um festzustellen, welches Freizeitverhalten in heutiger Gesellschaft vorherrscht, welche -zeitliche und soziale- Bedeutung der Freizeit heute beigemessen wird und welchen Veränderungen und sich verändernden Faktoren sie unterworfen ist, um die von Job vorausgesetzten Bedingungen für eine Bedürfnisbefriedigung zu erreichen. Deshalb soll im Angebotssektor des Naturparkes Saar-Hunsrück eine landschaftsgebundene und umweltverträgliche Frei-

zeitbeschäftigung gewählt werden, bei der möglichst viele Menschen ihre Bedürfnisse befriedigen können - in dieser Arbeit der Trendsport Radfahren.

Eine Befragung von Radfahrern im Sankt Wendeler Land soll Aufschluß geben, ob bei dieser Freizeitbeschäftigung der Raum als Lernort genutzt wird und ob Radwandern und Mountainbiking Angebote im Sinne der Nachhaltigkeit darstellen. Zudem interessiert auch die Frage, wie Radwanderwege strukturiert sein sollten, um eine möglichst hohe Lenkungsfähigkeit und Bildungsbereitschaft in der Praxis zu erreichen. Darüberhinaus steht die Frage im Raum, welche kommunikativen Medien die Freizeitsportler nutzen.

Einstieg in die Untersuchung ist die Analyse des Naturparkes Saar-Hunsrück hinsichtlich seiner Landschaftsformen und kulturhistorischen Bedeutung. Die naturräumliche Gliederung ergab für das Schutzgebiet ein abwechslungsreiches Landschaftsbild. Ebenso bedeutend ist die kulturhistorische Entwicklung, die siedlungsgeschichtliche Zeitzeugen als auch historische Nutzungsformen hinterlassen hat, die das Bild der Kulturlandschaft prägen. Diese Vielfalt bietet allein schon einen hohen landschaftsgebundenen Erholungswert, der in konkreten Angeboten zur Sensibilisierung der Besucher des Naturparkes sowie der Einheimischen seine praktische Umsetzung finden kann. Obwohl die Arbeit im Naturpark Saar-Hunsrück zunächst auf ökologische Schwerpunkte konzentriert war, bekannte sich die Naturparkverwaltung mit der Verfassung ihres Positionspapiers eindeutig zu Bildungsaufgaben durch Information und Öffentlichkeitsarbeit. In der Praxis findet sich diese u.a. durch das Veranstalten von Bauernmärkten und geführten Wanderungen oder die Einrichtung von Informationszentralen wieder. Konkrete Freizeitangebote wurden bisher noch nicht in Angriff genommen.

Die Aufbereitung dieses räumlichen Erlebniswertes erfordert Planung nach einem überregionalen und integrativen Gesamtkonzept (Becker et al. 1991), das sich an den Wünschen der Nutzer orientieren sollte. Szenarien über die Einschätzung des Freizeitverhaltens in den kommenden Jahren werden je nach Betrachtungsweise und Fachrichtung des Autors zum Teil sehr unterschiedlich kommentiert. Konsens besteht allerdings bei den Faktoren, die das Freizeitverhalten beeinflussen: Arbeitszeiten, soziale Werte, wirtschaftlicher Status, Medien, Konsumverhalten und Generationenverhalten. Alle Freizeitwissenschaftlicher bewerten den Freizeitmarkt als Wachstumsmarkt der Zukunft.

Die Entwicklung der Freizeit im Lauf des letzten Jahrhunderts stellt sich als Ergebnis der gesellschaftlichen Errungenschaften dar, ausgelöst durch eine erhöhte Wirtschaftskraft, verbesserte soziale Bedingungen in der industriellen Arbeitswelt sowie einer steigenden

Mobilität. Die engen Interdependenzen zwischen Arbeit und Freizeit zeigen sich u.a. in bestimmten Werthaltungen, die nach Opaschowski (1994, S. 251) in Tendenzen zur Selbstständigkeit, Spaß, Selbstenfaltung, Zeit und Muße liegen, geprägt von Freiheit, Spontaneität und Selbstverwirklichung.

Der Wandel im Freizeitverhalten von der reinen Rekreation im beginnenden Industriezeitalter zur Nutzung der Zeit für Sinnerfüllung in der heutigen Gesellschaft erfordert Angebote, die sich an der Werteskala orientieren, wobei die örtlichen Erholungseinrichtungen maßgeblich die Aktivitäten der Bevölkerung beeinflussen. Im Freizeitverhalten zeigen sich Abhängigkeiten zu verschiedenen Lebensphasen, wobei das im Kindes- und Jugendalter vorgeformte Verhalten auch im Alter im wesentlichen beibehalten wird. Folgende Ergebnisse in Kurzform haben sich bei den Literaturstudien zum Verhalten in der Freizeit herausgeschält: 17,7 % der Männer und 11,2 % der Frauen treiben Sport. Freizeit im Alter ist abhängig von Finanzsituation, Gesundheit, sozialer Lebenslage sowie Mobilität. Ansprüche der Rentner sind eher kultur- und bildungsorientiert, auch sport- und gesundheitsorientiert. Ebenso spielt der Konsum eine Rolle, wobei allgemein eine hohe Kaufkraft zu verzeichnen ist (Opaschowski 1994, S. 141). Ein Drittel der Rentner treibt Sport.

Freizeit am Wochenende findet außer Hause statt und ist eher aktiv als sozial-kommunikativ orientiert. Nur für die Kurzzeiterholung nach Feierabend werden innerstädtische Grünanlagen aufgesucht, ansonsten wird das natürlich "Grüne" in städtischen Außenbezirken bevorzugt, was die Bedeutung des ländlichen Raumes für Erholungsuchende aus urbanen Räumen hervorhebt (Opaschowski 1995, S. 181). Die Wochenendfreizeit wird von den Motiven Freiheit, frische Luft, Natur, Bewegung und Kontakt erfüllt. Rund 23 % der Bevölkerung fühlen sich manchmal und 60 % sogar häufig während der Freizeit einsam und haben Langeweile. Rund ein Drittel der Bevölkerung sieht in aktiver Bewegung ein Mittel gegen Langeweile, was wiederum für die Bedeutung sportlicher Angebotsstrukturen spricht. Die psychosozialen Probleme, mit der freien Zeit nichts anfangen zu können, sind geringer, wenn in der Jugend Freizeitinteressen geweckt und entwickelt wurden, was wiederum entsprechende zielgruppenspezifische Angebote voraussetzt.

Neben psychosozialen Merkmalen wird die Beschäftigung in der Freizeit von den Wohnverhältnissen (Wohnung sowie Wohnumfeld) sowie den Mobilitätsmöglichkeiten beeinflusst (Opaschowski 1994, S. 60/61). Faktoren der Mobilität sind Netzdichte des öffentlichen Personennahverkehrs, Haltestellennetz, Tarife und Fahrplanabstimmung.

Die Literaturstudien ergaben, daß Radfahren bei der bundesdeutschen Bevölkerung an

oberer Stelle in der Rangskala der beliebtesten Freizeitbeschäftigungen steht, 1999 mit 17 Millionen Anhängern (Opaschowski 1998, DGF 1999). Auch bei Kindern und Jugendlichen gehört das Fahrradfahren zu den häufigsten Aktivitäten. Dabei werden die Freizeitmuster körperliche Bewegung, Geselligkeit, Konsum, Vergnügen und Zerstreuung, wie sie von der Deutschen Gesellschaft für Freizeit (1996, S. 36) definiert wurden, erfüllt.

Die Analyse der gesamtgesellschaftlichen Bedeutung der Freizeit zeigt viele Veränderungen des Freizeitverhaltens im Laufe der Jahrzehnte durch wirtschaftliche Errungenschaften. Beschäftigungen während der Freizeit sind von sozialen, wirtschaftlichen Faktoren sowie Werthaltungen der Gesellschaft abhängig, wobei allgemein dem Sport in verschiedenen sozialen Gruppen eine hohe Bedeutung beigemessen werden kann. Beliebte Sportart ist das Radfahren.

Nach der DGF (1996, S. 46) wird auch das Reisen in Verbindung mit Freizeit, Sport, Kultur und Bildung gebracht. Damit kommt dem Tourismus eine wichtige Bedeutung innerhalb des Nachhaltigkeitsgedankens zu. Ihm werden drei bedeutende Funktionen zugeschrieben: eine gesellschaftliche (Rekreation, Kontaktpflege, Kennenlernen anderer Kulturen), eine wirtschaftliche (Arbeitsplätze, volkswirtschaftliche Bilanz) sowie eine ökologische (Umweltsensibilisierung, Natur- und Umweltschutz) (Krippendorf 1986, S. 2 ff). Wichtigste ökonomische Kenndaten des Tourismus sind: ein Drittel der deutschen Bevölkerung macht Urlaub in Deutschland (F.U.R. 1997, S. 2ff). Mit 71,8 % ist die Reiseintensität der Deutschen weltweit am höchsten. Die Reiseintensität steigt mit dem monatlichen Haushaltsvolumen. Für das Reisen wird viel investiert: 15 % gibt eine deutsche Durchschnittsfamilie (mittleres Einkommen, 2 Kinder) für Urlaub und Reisen pro Jahr aus. Allerdings weist die Reiseverkehrsbilanz von Deutschland ein Defizit von rd. 50,5 Mrd. DM (1995) auf.

Das Reiseverhalten selbst zeigt Abhängigkeiten von Alter, Schulbildung und Beruf. Begünstigend auf die Reiseintensität wirken sich die sinkende Haushaltsgröße mit vielen Singles und 1-2-Personen-Haushalten aus, zunehmende Zweitjobs (zwischen 1987 und 1992 Anstieg um 126 %!) sowie ein durchschnittliches Nettoeinkommen pro Haushalt von über 4 000 DM/Monat. Diese Zahlen belegen, daß Tourismus, auch innerhalb Deutschlands, ein hohes wirtschaftliches Potential aufweist.

Hinsichtlich des Urlaubsverhaltens stehen seit jeher hedonistische Faktoren im Vordergrund, wie abschalten, ausspannen und Zeit füreinander haben. Nur jeder zehnte möchte im Urlaub Sport treiben. Auffallend in der Statistik ist die Zunahme der Beliebtheit von

Natur und Landschaft und Umwelt. Während eine Haupturlaubsreise eher multimotivationalen Charakter hat, bei bevorzugten Beschäftigungen wie Wandern, Ausflüge machen, zeigt sich bei der 2. und 3. Reise eine Polarisierung in verschiedene Faktoren, z.B. Wandern oder Radfahren. Insgesamt nehmen erlebnisorientierte Motive zu, wodurch auch sportliche Betätigungen an Bedeutung gewinnen.

Diese Statistiken zeigen, daß sowohl bei der Haupturlaubsreise als auch bei Zweit- und Dritturlaubsreisen erlebnisorientierte Beschäftigungen eine große Rolle spielen; beim Haupturlaub eher aus Rekreativgründen heraus, bei Mehrfachurlaubsreisen aus Fitness- und Gesundheitsgründen. Wirtschaftlich spielt der Tourismus weltweit eine überaus wichtige Rolle und stellt in vielen Destinationen eine entscheidende Lebensgrundlage für die Einwohner dar.

Das Unternehmen von Ausflügen ist eine beliebte Freizeitbeschäftigung überwiegend an den Wochenenden. Ein Bundesbürger begibt sich im Jahresverlauf rund 30 mal auf einen Ausflug, wobei Entfernungen von ca. 70 Kilometer bewältigt werden. Die Hälfte der Ausflüge dauert zwischen 6 und 12 Stunden. Die größte Intensität zeigt sich bei den 14 bis unter 25jährigen. Häufigstes Transportmittel sind Auto oder Fahrrad. Insbesondere durch die Naherholungstouristen geht eine starke Beeinträchtigung der Landschaft einher, da sie meist räumlich und zeitlich konzentriert auftreten (ETI aktuell 01/00, S. 32)

Aus dieser Darstellung ist ersichtlich, daß eine Großzahl von Bundesbürgern öfter als jedes zweite Wochenende eine Tour in die Umgebung des Wohnortes unternimmt - eine Herausforderung besonders für den ländlichen Raum.

Mit der Freizeit geht ein enormer Konsum einher, der heute weltweit einen erheblichen Marktfaktor darstellt. Freizeitkonsum hat nicht nur eine bedarfsorientierte Komponente als auslösenden Faktor, sondern auch psychologische und soziale: Geltung, Prestige und Gruppenzwang. Das Konsumieren von Freizeitgütern bezieht sich sowohl auf konkrete Waren als auch auf Dienstleistungen. Laut DGF (1996, S. 85) wurden 1997 440 Mrd. DM in Deutschland für Freizeit Zwecke ausgegeben. Davon entfielen ca. 4,8 Mrd. DM auf die Fahrradindustrie. Freizeitkonsum hat auch eine beschäftigungspolitische Bedeutung: fast jeder zwölfte Arbeitnehmer ist in der Freizeitwirtschaft tätig und dies mit steigender Tendenz (FAZ 1996, S. 34).

Wegen der gesamtgesellschaftlichen Bedeutung der Freizeit ist politisches Handeln notwendig. Lange Zeit war der politische Handlungsraum allerdings auf eine reine Infrastruk-



turplanung beschränkt. Um aber der Freizeitvielfalt und den damit zusammenhängenden Problemen gerecht zu werden, ist interdisziplinäre Zusammenarbeit verschiedener Fachrichtungen gefordert. Diese setzt Freizeitkompetenz voraus, wobei der Mensch als ganzheitliches Wesen in seiner Umwelt Arbeit - Wohnen - Freizeit zentraler Ausgangspunkt aller Planungen und Entscheidungen sein sollte. Damit soll der Prozeß zu seinem individuellen Wohlbefinden und seiner Lebenszufriedenheit in Freizeit und Arbeit unterstützt werden.

Das Bedürfnis des Menschen, seine Freizeit in freier Natur zu verbringen sowie die aus Sensibilisierungsgründen gezielte Heranführung des Menschen an Natur und Umwelt erfordern einen behutsamen Umgang mit der Natur- und Kulturlandschaft zur Erfüllung der Funktionen Naturschutz und Erholung (ETI aktuell 01/00, S. 2). Bereits aus den 60er Jahren sind gezielte Ansätze einer natur- und umweltschonenden Entwicklung in Tourismusregionen erkennbar, die u.a. Jost Krippendorf maßgeblich mitbeeinflusste. In massentouristischen, ökologisch, sozial und wirtschaftlich überformten Regionen, insbesondere in den Alpen, wurden Konzepte entwickelt, die unter dem Begriff "sanfter Tourismus" Eingang in Literatur und Planungen der Tourismusorganisationen fanden. Aus den regionalen Ansätzen zur Problemlösung, die sich aus dem Massentourismus ergaben, wurden allgemeingültige Aussagen und Handlungsanweisungen entwickelt, die u.a. in Erklärungen verschiedener Fachorganisationen als Leitlinien touristischer Entwicklungen fixiert wurden, wie beispielsweise die Toblacher Thesen (1996) oder die Mörfelder Erklärung (1988) der Naturfreunde International.

Unter globalem Blickwinkel und Einbezug aller wirtschaftlichen Tätigkeiten des Menschen fand 1987 mit dem "Brundtland-Bericht" der Begriff der "Nachhaltigkeit" Eingang in die wissenschaftlichen Diskussionen. Eine nachhaltige Entwicklung ist als gesellschaftlicher Prozeß zu verstehen mit dem Ziel, Bedürfnisbefriedigung beim gegenwärtig lebenden Menschen zu erreichen, ohne daß künftige Generationen eingeschränkt oder belastet werden. Bezogen auf den Erholungs- und Freizeitbereich hat sich der Begriff "Nachhaltigkeit mit Tourismus" durchgesetzt, der sich nach Becker (1995, S. 25) auf ökologische Verträglichkeit, soziale Verantwortbarkeit und ökonomische Ergiebigkeit bezieht. Im Unterschied zum sanften Tourismus versteht sich die Nachhaltigkeit mit Tourismus als geplantes Entwicklungskonzept, das auf Langfristigkeit ausgelegt ist, wobei der ökonomischen Entwicklung eines Raumes gleiche Bedeutung wie der ökologischen und sozialen beigegeben wird. Umsetzungsebene der nachhaltigen Prinzipien ist die regionale Ebene, wie sich auch die Motivation zur Umsetzung von Handlungskonzepten nur aus der Region rekrutieren kann.

Bei der Umsetzung des Nachhaltigkeitsprinzips müssen die Bedürfnisse auf Angebot- und Nachfrageseite Berücksichtigung finden, wobei Job (1993, S. 24) für einen Naturpark die Information der Besucher, die Bereitstellung naturnaher Angebote sowie die Heranführung an eine schonende Mobilität als vorrangige Aufgabe bei der Umsetzung des Nachhaltigkeitsprinzips ansieht. Becker spricht von einem Besuchermanagement, das zur Regulierung der Komponenten Freizeit und Naturschutz ein wichtiges Instrumentarium zur Lenkung der Touristenströme in Naturparks darstellt (ETI aktuell 01/00, S 1).

Bei der praxisorientierten Umsetzung im Tourismus schälen sich verschiedene operative Handlungsebenen heraus: Reiseveranstalter, Reisende sowie Bereiste.

Reiseveranstalter bewerten die Bedeutung des Faktors "Umwelt" unterschiedlich. Einige Veranstalter (z.B. TUI) vertreten die Ansicht, daß sich die Einstellung der Deutschen zur Umwelt nicht geändert habe, wohl aber die "Wahrnehmung" dieses Themas. So wird die Umwelt bei den Reisenden als effizienter Teil der Reiseleistung betrachtet, der Preis tritt vor Umweltgütern in den Vordergrund. Eine Umfrage der Zeitschrift "Fremdenverkehrswirtschaft International" (1998, Nr. 6, S. 97) unter Reisebüros ergab, daß nur jeder fünfte Urlauber sich nach Umweltkriterien in den Reisezielgebieten erkundigte. Sehr unterschiedlich ist auch die Bewertung von Umweltaspekten durch Veranstalter. Deshalb sind konzentrierte Aktionen notwendig, um einheitliche Bewertungsmaßstäbe zugrunde zu legen. Notwendig ist, daß sich auch kleinere Veranstalter den Bewertungsmaßstäben anschließen, wie sie beispielsweise von TUI entwickelt wurden.

Bei den Reisenden zeichnet sich nach Opaschowski (1998, S. 49) in den 90er Jahren eine Trendwende hin zu umweltbewußterem Verhalten bei Reisen ab. Heutige Untersuchungen zeigen, daß nur die Maßnahmen Akzeptanz finden, die relativ einfach und bequem praktiziert werden können. Das Interesse an der "Umwelt" als Reisemotiv ging von 1984 bis 1994 um 10 % zurück. Gründe hierfür sieht Opaschowski in Budgetzwängen und psychologischen Sättigungsgrenzen beim Thema Umwelt sowie Vorbehalten, wenn es um Einschränkungen geht, vor allem im Urlaub. Breite Akzeptanz (91 %) findet die Aufklärung (Opaschowski 1998, S. 51). Obwohl ein höherer Informationsstand der Bevölkerung im Bereich Umwelt feststellbar ist, kommt es kaum zu Verhaltensänderungen. Diese sind nur erreichbar, wenn sie positiv zur Lebensbereicherung und zur Entwicklung persönlicher Interessen und Lebensqualität beitragen (Opaschowski 1998, S. 52, Job 1993, S. 64).

Der einheimischen Bevölkerung brachte der Tourismus über Jahrzehnte hinweg Wohlstand und eine sichere Einnahmequelle. Langfristig zeigen sich jedoch auch negative Konse-

quenzen aus der Tourismuswirtschaft, die besonders dann deutlich wurden, wenn Touristen in Massen auftreten und sensible Landschaften betroffen sind. Neben ökologischen Schäden an der Natur werden sowohl soziale Probleme bemerkbar als auch ökonomische, die sich z. T. in Preissteigerungen für Grund und Boden und finanzielle Aufwendungen von Versorgung und Dienstleistungen äußern. Die Bereisten selbst sollten mehr Verantwortung für ihre Region übernehmen und in politische Entscheidungsprozesse einbezogen werden.

Um die Bedürfnisse sowohl von Touristen aus dem Nahereich und als auch Touristen aus dem Fernbereich in einem Naturpark zu befriedigen und zugleich die Umwelt zu schützen, sind entsprechende Angebote notwendig. Hierdurch wird die Planungsebene stark gefordert. Sie muß raumordnerische Zielvorgaben mit Leitlinien und Planungsgrundsätzen erarbeiten. Die Angebotsschaffung nach dem Nachhaltigkeitsprinzips im Tourismus erfordert Konzepte mit gemeindeübergreifenden Kooperationen, die auf Langfristigkeit ausgelegt sind. Konkret für den Naturpark bedeutet dies das Angebot von landschaftsgebundenen Erholungsformen, Umweltbildung und -sensibilisierung, Beachtung des Einklanges zwischen Freizeitmöglichkeiten und Naturschutz, Förderung großräumiger Kooperationen und Planungsansätzen unter Einbeziehung der einheimischen Bevölkerung.

Ein konkretes Angebot, das landschaftsgebunden, umweltschonend und den Freizeitbedürfnissen vieler Menschen entspricht, ist das Fahrradfahren. Dieses Angebot wurde nach dem von Becker (1995, S. 26 ff) entwickelten Strategienrahmen zur Erfüllung des Nachhaltigkeitsprinzips beurteilt und erfüllt im Hinblick auf Nachfrage- und Angebotspotential die Anforderungen nach ökologischer Verträglichkeit, ökonomischer Ergiebigkeit und sozialer Verantwortbarkeit, was unter anderem auch von Rust (1996, S. 37-52) belegt wurde.

Das Zustandekommen einer Kommunikation ist Voraussetzung für bewußte Wahrnehmung der Umwelt zum Zwecke von Bildung, Sensibilisierung und Informationsvermittlung. Als effektive Wissensvermittlung wird heute das erlebnisorientierte Lernen betrachtet, das während einer Freizeitbeschäftigung erfolgen kann (Stehr et al. 1991, Frech et al. 1998). Nach Trommer (1990, S. 18) werden dabei verschiedene Erfahrungsebenen angesprochen: Natur wohlwollend erleben, Natur erkunden, Natur verstehen und mit Natur verständlich umgehen.

Auch die Sensibilisierung ist als Lernvorgang zu verstehen, der nach einem ganzheitlichen Ansatz erfolgt durch die Erfassung mit Geist, Sinnen und Psyche (Nahrstedt et al. 1995, S. 5).

Leitlinie dieser Art von Lernvorgängen sind das freie, unabhängige und nichtdirektive Lernen bei hohem Erlebniswert. Bildung erschöpft sich damit nicht in der Bereitstellung von Wissen, sondern zielt auf die "Selbstfähigkeit" der Nutzer ab, die in die Lage versetzt werden sollen, ihr Lebens- und Weltbild kritisch zu überprüfen und eventuell daraus resultierendes Verhalten anzupassen.

Lernen und Lernerfolg sind an soziale Faktoren geknüpft, wobei Jugendliche eher lernbereit sind, da sie in ihren Erfahrungen noch nicht so gefestigt sind wie Erwachsene. Das Institut für Freizeitwissenschaften und Kulturarbeit bestätigt Erwachsenen eine besonders motivierte Auseinandersetzung mit der Umwelt während der Freizeit. Die sinnliche Wahrnehmung und Neugierde ist in einer fremden Umwelt besonders ausgeprägt, da Erwachsene allgemein ein zunehmend erlebnisorientiertes Bildungsinteresse aufweisen. Ihre wachsenden Ansprüche an eine sinnvolle Freizeitbeschäftigung erfordern qualitative Angebote mit Informationen zur Umwelt (IFKA 1991, S. 180).

Unter dem Gesichtspunkt eines Bildungsauftrages leitet sich insbesondere für den Naturpark Saar-Hunsrück die Aufgabe ab, Starthilfen für qualitativ hochstehende Freizeitbeschäftigungen zu liefern und konkrete Angebote mit Bildungselementen zu schaffen. Diese Angebote sollten einer möglichst großen Gruppe zugänglich sein und ihren Bedürfnissen und Wünschen entsprechen. Der Transfer der Informationen und Bildungsinhalte ist Aufgabe der Öffentlichkeitsarbeit.

Kommunikation bedarf der Medien zum Transport der Informationen. Medien - visuelle, akustische oder audiovisuelle- erleichtern und intensivieren die Möglichkeiten für eine Individualisierung des Lernvorganges. Neue Technologien in Form von Medienverbundsystemen besitzen hohe Aktualität durch mehrdimensionale Verknüpfungsmöglichkeiten von Daten. Technische Medien verstärken Lernbereitschaft und Behaltensquote. Bevorzugter Ort für einen Einsatz verschiedenster Medien stellen die Informationszentralen von Naturparks dar.

Mit der Schaffung von konkreten Angeboten für den Freizeitnutzer läßt sich aus planerischer Sicht gleichzeitig eine Lenkungsfunktion ausüben, wodurch ökologisch gefährdete Bereiche ausgeklammert werden können. Die Frage, ob bei Fahrradfahrern, insbesondere aber Mountainbikern, Lenkungsmaßnahmen durchgesetzt werden können, ist Bestandteil einer Analyse in dieser Arbeit.

Wie bereits erwähnt, stellt das Fahrradfahren eine umweltschonende Freizeitbeschäftigung dar, die die wichtigsten Ansprüche an eine nachhaltige Regionalentwicklung enthält. Zudem ist diese Sportart bei vielen Bevölkerungsgruppen bevorzugte Aktivität in der Freizeit. Um aber ein bedürfnisorientiertes Angebot bereitzustellen, ist die Kenntnis der Wünsche und Ansprüche dieser Zielgruppe notwendig, um eine nachfragegerechte Attraktivität zu erlangen.

Insbesondere drei Trendfaktoren ließen den Fahrradtourismus aufleben: der Trend zu mehr Fitness, der Trend zu mehr Freizeit sowie der Trend zu Natur und Umwelt (Steinecke 1995, DGF 1999, S. 34).

Diese Sportart hat hohe ökonomische Relevanz. Zum einen erzielt der Handel durch den Verkauf von Fahrrädern hohe Umsätze, zum anderen findet der Fahrradtourismus zunehmend Akzeptanz. Der Radsport hat nach der DGF (1999, S. 104) 17 Millionen Anhänger, wovon 400 000 sportliches Mountainbiking betreiben.

Fahrradfahrer sind allerdings keine homogene Zielgruppe. Sehr unterschiedlich sind ihre Erwartungen an Strecke, Ausschilderung, Infrastruktur und Gastronomie. Die Zielgruppe der Fahrradtouristen kann einigen Studien zufolge (vgl. Miglbauer et al. 1991, Biermann 1994, Schneider 1995) als anspruchsvoll eingestuft werden. Sie gehört dem "neuen Mittelstand" an und verfügt über einen relativ hohen Bildungsstand. Das durchschnittliche Einkommen liegt bei über 5 000 DM/Monat (vgl. Schneider 1995). Berufsgruppen von Angestellten, Beamten und Selbständigen sind unter Radtouristen besonders häufig anzutreffen. Sie besitzen ein besonders ausgeprägtes Anspruchs- und Qualitätsdenken, das auch in starkem Maße das Preis-Leistungs-Bewußtsein beeinflusst. Der Fahrradtourist liebt die einheimische Küche und beschäftigt sich, oft lange im voraus, mit seinem Urlaubsgebiet. Aus diesem Grund greift er gerne auf Radwanderführer oder Radkarten zurück.

Bezüglich des Informationsmaterials bieten sich amtliche Karten an, die Angaben zu den Strecken als auch Hinweise auf Erlebnisorte, wie Sehenswürdigkeiten, Spiel- und Rastplätze, enthalten sollten. Die Karte selbst als auch der Inhalt muß übersichtlich, eindeutig und selbsterklärend sein. Neben den Informationsmaterialien benötigt der Fahrradfahrer eine Wegweisung, die einheitlich und flächendeckend sein sollte. Der ADFC (1993) hat sich für eine bundeseinheitliche Beschilderung eingesetzt, die folgende Angaben enthalten sollte: Richtung, Ortsbezeichnung, Entfernung, Fahrradpiktogramm sowie Signet und Routenname.

Wichtiger Qualitätsmaßstab radtouristischer Infrastruktur ist die Beschaffenheit der Wege. Radwanderwege sollten grundsätzlich als durchgehende Achsen konzipiert sein. Radwege an öffentlichen Straßen, die durch Lärm und Abgase belastet sind, büßen maßgeblich an Attraktivität ein. Nutzungskonflikte mit anderen sollten möglichst ausgeschlossen sein. Die Fahrbahnbreite sollte auch aus Sicherheitsgründen mindestens zwei Meter betragen. Diese Breite ermöglicht das bei den Radfahrern beliebte Nebeneinanderfahren. Asphaltierte Oberflächen sind nicht nur komfortabler, sondern auch sicherer zu befahren.

Bei den Unterkünften erwartet der Radfahrer einen angemessenen qualitativen Standard, wobei eine große Bandbreite vom Heubett bis zum Nobelhotel möglich ist. Ebenso sollten radlerfreundliche Unterkunftsbetriebe über Abstellanlagen, Trockenräume, abschließbare Unterstellmöglichkeiten sowie über Flickzeug verfügen. Das Servicepersonal sollte bei radrelevanten Fragen jederzeit kompetent Auskunft geben können.

Nach Analyse der allgemeinen Daten über Landschaft im Naturpark Saar-Hunsrück, Freizeitbedürfnisse und -verhalten sowie nach Überprüfung des Angebotes bezüglich des Nachhaltigkeitsprinzips wurde für das Sankt Wendeler Land ein Konzept für Fahrradfahren -Radwandern und Mountainbiking- von der Tourist-Information Sankt Wendeler Land entwickelt und gemeinde- und kreisübergreifend umgesetzt. Wichtigste Inhalte der Planung waren: Radwanderwege für die Zielgruppe "Familien mit Kindern" unter Einbindung von Landschaft, Sehenswürdigkeiten und Freizeiteinrichtungen sowie für Mountainbiker ein Rundwegenetz mit sportlich anspruchsvollen Strecken, die auf Waldwegen verlaufen; Ausgangspunkte an Parkplätzen; Nutzung bestehender Wege, um Neubaumaßnahmen zu vermeiden; Verlauf abseits des öffentlichen Straßennetzes; Rundtouren mit überörtlichen Anbindungen; Variationen bei Streckenlängen und Schwierigkeitsgraden sowie Abkürzungs- und Verbindungsmöglichkeiten. Bereits in der strategischen Phase wurden Forst- und Naturschutzbehörden sowie örtliche Radvereine eingeschaltet, um eine optimale Wegführung zu erhalten und eine Akzeptanz in der Bevölkerung zu erreichen. Dies war insbesondere bei den Mountainbikerouten wichtig, um Konflikte zu vermeiden.

Neben der Erstellung eines attraktiven Angebotes war erklärtes Ziel der Tourist-Information Sankt Wendeler Land, eine Kanalisierung der Radfahrströme zu erreichen, um ökologisch wertvolle Gebiete zu schonen. Das Sankt Wendeler Land hat aufgrund der großen Radsportevents in der Kreisstadt St. Wendel ein hohes Aufkommen an Fahrradfahrern zu verzeichnen. Zudem ist diese Aktivität neben Wandern ein Schwerpunkt innerhalb des touristischen Angebotes im Naturpark Saar-Hunsrück mit entsprechender Nachfrage. Nach den Genehmigungsverfahren und Klärung der rechtlichen Kompetenzen (Verkehrs-

sicherungspflicht, Baulastträgerschaft) erstellte die Fremdenverkehrsstelle des Landkreises die notwendigen Informationsmaterialien wie Karte und Prospekte. Nach Einleitung vielfältiger Marketingmaßnahmen fanden die Radwander- und Mountainbikekarten mehr als zufriedenstellenden Absatz.

Da bislang keine Rücklaufkontrollen bezüglich der Akzeptanz des inhaltlichen Konzeptes der Radwanderwege im Sankt Wendeler Land vorlagen, wurde eine Befragung unter Radtouristen durchgeführt. Die Differenzierung nach der Herkunft -Landkreis St. Wendel, übriges Saarland, übriges Deutschland, Ausland bzw. Touristen aus dem Nahbereich und Touristen aus dem Fernbereich- sollte Auskunft über verschiedene Zielgruppen liefern.

Von Interesse dabei war, inwiefern eine Beschäftigung mit Sehenswürdigkeiten während einer Radtour erfolgt, welche Medien (Karte, Beschilderung, Beschreibung oder alle drei Medien) die Leitungsfunktion übernehmen. Zudem sollten einige Daten Aufschluß über das Verhalten der Radtouristen im Sankt Wendeler Land liefern. Damit sollten allgemeingültige Aussagen für die Praxis möglich sein, um bei der Neuanlage von Radwegen mit Bildungsaspekten über hilfreiche Informationen zu verfügen.

Folgend, in Kürze und zusammengefaßt, die wichtigsten Ergebnisse der Befragung unter Radtouristen im Sankt Wendeler Land:

Der Radwanderer im Landkreis St. Wendel kann charakterisiert werden als Tourist aus dem Nahbereich zwischen 31 und 45 Jahren, der größtenteils in Gruppen bis maximal drei Personen unterwegs ist. 41 % der Radfahrer halten meistens an Sehenswürdigkeiten an und 45 % davon lesen gelegentlich auch die Erläuterungen dazu. Fast die Hälfte nutzt als Orientierungshilfe Karte, Beschilderung und Beschreibung gleichermaßen. Der St. Wendeler Radtourist plant seine Tour grob im voraus und ist öfter im Sommer unterwegs. Er bewältigt pro Tour meist über 30 Kilometer. Sein Wunsch: mehr asphaltierte Wege und eine bessere Ausschilderung.

Die Bedeutung des Informationsmaterials, nicht nur als Orientierungshilfe sondern auch als Motivation, an Besonderheiten der Region einen Stopp einzulegen, konnte durch die Befragung herausgearbeitet werden. Für die Praxis leitet sich daraus die Notwendigkeit ab, Fahrradwege einheitlich zu kennzeichnen, eventuell zusätzlich versehen mit einem Schild, das auf die Einrichtung hinweist.

Fahrradfahrer halten eher an Sehenswürdigkeiten an, wenn sie in Besitz einer Karte sind.

Diese dient zur Planung der Radtour im voraus. Die Radwanderkarte des Sankt Wendeler Landes enthält neben der topographischen Übersicht auch Beschreibungen des Wegeverlaufes und den Besonderheiten am Wegesrand. Eine optimale Lenkungsfunktion wurde erreicht, wenn Radwanderer die Beschreibungen zur Orientierung nutzten. Auf Grund dieser Tatsache wird für die Praxis vorgeschlagen, den Radlern ein Medium an die Hand zu geben, anhand dessen er sich orientieren und informieren kann, sprich Karte plus Erläuterungen. Als Lösung bietet sich neben einer Karte auch eine Broschüre mit Kartenausschnitten und Texten an. Selbstverständlich darf bei der Zusammenstellung und Formulierung der Texte die Zielgruppe nicht außer acht gelassen werden. Die Texte müssen verständlich aufbereitet sein. Hinweise über weitere Informationsmöglichkeiten sind für die Nutzer sicherlich eine wertvolle Hilfe, wie auch Tipps über Rast-, Spiel- oder sonstige Beschäftigungsmöglichkeiten. Eine hohe Lenkungsfunktion konnte bei Touristen aus dem Nahbereich festgestellt werden, obwohl bei diesen in mehr oder minder starkem Maße Ortskenntnisse vermutet werden können.

Für ein Viertel der Befragten bilden die Sehenswürdigkeiten entlang der Strecke das wichtigste Auswahlkriterium, wobei nicht der kulturhistorische Stellenwert entscheidend ist, wie der Beliebtheitsgrad der Radstrecke "Rund um den Weiselberg" beweist. Die ältere Generation zeigt sich interessierter an der Kulturlandschaft als die mittlere. Das kommunikative Element und der Zeitfaktor beeinflussen ebenfalls das Interesse: Gruppen widmen sich eher den Besonderheiten der Region als Alleinfahrer. Je kürzer die ausgewählte Strecke ist, umso eher nutzt der Fahrradfahrer die Zeit, sich mit Sehenswürdigkeiten zu beschäftigen. Die Radwanderer sind durchschnittlich kulturinteressierter als andere Touristen, was den Vergleich mit Gästen in der Gemeinde Nohfelden anbelangt (Steil 1997). Zudem hat sich herausgestellt, daß die Besonderheiten an einer Route nicht nach Einmaligkeit und historischer Bedeutung gewertet werden, sondern entscheidend ist der Erlebniswert.

Rust (1996, S. 123) konnte auch für die Mecklenburgische Seenplatte ein überaus hohes Interesse der Radfahrer an Sehenswürdigkeiten feststellen. Dort interessierten sich 70 % der Radausflügler und 50 % der Radreisenden für Sehenswürdigkeiten. Zur Wegefindung nutzt fast die Hälfte der Radfahrer im Sankt Wendeler Land alle Medien, 15 % überwiegend eine Karte, 8 % überwiegend Beschreibungen und 25 % überwiegend die Beschilderung zur sicheren Orientierung im Gelände.

Als Ergebnis dieser Befragung kann festgehalten werden, daß das Radwandern im Sankt Wendeler Land eine beliebte Freizeitbeschäftigung darstellt und bei allen Altersklassen



auf gute Resonanz stößt. Das radtouristische Angebot findet sowohl bei Touristen aus dem Nahbereich als auch aus dem Fernbereich Anerkennung. Ein intensiver Nutzungsgrad der Orientierungshilfen bescheinigt den Radwanderern eine hohe Lenkungsfähigkeit.

Das Bildungskonzept des Naturparks Saar-Hunsrück, die Freizeitnutzer während einer Aktivität mit Besonderheiten der Region vertraut zu machen, hat zum Erfolg geführt. Allerdings beeinflussen viele Faktoren die Bereitschaft, sich mit der Kultur des Gastlandes auseinanderzusetzen. Einige davon können von den Initiatoren gesteuert werden, wie z.B. die Auswahl angemessener Streckenlängen, um die Motivation zur Bildungsbereitschaft zu erhöhen. Voraussetzung ist allerdings eine gute methodische und didaktische Aufbereitung der Informationen und der Einsatz entsprechender Kommunikationsmittel.

Albrecht (1997, S. 135) bestätigt am Beispiel des Tauernradwegs, daß Radtouristen umweltsensibel sowie naturverbunden sind und die regionalen Infrastrukturen stark nutzen. Die intensive Inanspruchnahme der Orientierungshilfen und der hohe Bekanntheitsgrad der Beschilderung der Radwege im Sankt Wendeler Land läßt den Schluß zu, daß durch das Radwanderangebot eine Leitungsfunktion ausgeübt wird, die u.a. zum Ziel hat, sensible Landschaften zu schützen.

Durch die Lenkungsfähigkeit der Touristen erfährt auch das inhaltliche Konzept seine Bestätigung. Ein großer Anteil der Fahrradfahrer legt einen Stopp an Sehenswürdigkeiten ein und beschäftigt sich zum Großteil auch damit, indem Erläuterungen darüber gelesen werden. Diese Tatsache belegt die in Kap. 3 aufgestellte These, daß der Raum als Lernort dienen kann. Voraussetzung sind entsprechend attraktive Angebote. Die Analyse belegt auch, daß beim Fahrradfahren eine intensive Auseinandersetzung mit Natur und Umwelt stattfindet, gegeben durch eine starke Einheit von Erleben, Denken und Handeln. In diesen sinnlichen Erlebnissen sieht Fromme (et al. 1991, S. 192) die Voraussetzungen für Bildung in der Freizeit. Durch die Kombination von Sehen, Lesen und selber Tun wird ein hoher Grad an Erinnerungsvermögen durch ganzheitliche Erfassung von Zusammenhängen erreicht.

Während die Radwanderer in Urlaubsgebieten eine willkommene Zielgruppe sind und ökologisch so gut wie keine Bedenken bei der Anlage von Radwanderwegen innerhalb der verschiedensten Fachrichtungen bestehen, stellt sich die Situation beim Mountainbikesport oft nicht so eindeutig dar. In Deutschland gibt es kaum ausgewiesene MTB-Routen, obwohl einige wissenschaftliche Arbeiten den Mountainbikern umweltgerechtes Verhalten bescheinigen und bisher kaum Schäden an der Natur durch die sportlichere Variante des Radfahrens bekannt geworden sind (vgl. ADFC 1998, Wöhrstein 1993 und 1998, Froitz-

heim et al. 1996, Deutscher Naturschutzring 1996, DIMB 1996/97). Das Mountainbiking ermöglicht ebenso wie das Radwandern eine landschaftsgebundene Erholung und damit auch eine erlebnisorientierte Form von Umweltsensibilisierung. Deshalb stellte sich für die Tourist-Information Sankt Wendeler Land die Frage, ob in einem Naturpark das Mountainbiking als Angebot geschaffen werden sollte, wodurch noch mehr Freizeitsportler mit eventuell nicht umweltangepaßtem Verhalten in die Natur gelockt würden. Nach einem intensiven Erfahrungsaustausch mit den Eventveranstaltern der MTB-Wettkämpfe in der Kreisstadt St. Wendel und den Radfahrvereinen entschlossen sich die verantwortlichen politischen Gremien, das Projekt anzugehen und gezielt MTB-Strecken auszuweisen. Dabei blieb die Frage offen, ob Mountainbiker tatsächlich lenkungsfähig sind und somit durch die gezielte Ausweisung von Routen eine Kanalisierung auf ökologisch unbedenklichen Wegen erreicht werden kann.

Das Konzept lehnte sich an das der Radwandertouren an, wobei an eine intensivere Beschreibung gedacht war, um dem Orientierungsverhalten sportlicher Fahrer gerecht zu werden. Eine enge Beteiligung der Naturschutz- und Forstbehörde sowie der Radfahrvereine an den Planungen ergab eine Wegenetzkonstruktion, die ökologisch unbedenklich war. Als Informationsmaterial wurde eine Kartenblattsammlung erstellt, in der jede der acht Touren kartographisch abgebildet und der Wegeverlauf entfernungsmaßig beschrieben war. Durch Abkürzungs- und Verbindungsmöglichkeiten zu anderen Touren sollten die Strecken variabel gestaltet werden können. Das MTB-Angebot löste eine starke Nachfrage aus. Nach den ersten Erfahrungen wurde die Befragung von Mountainbikern durchgeführt. Diese sollte Aufschluß zur Lenkungsfähigkeit von Mountainbikern geben, einige Charakteristika der Sportler und Unterschiede zu den Radwanderern feststellen.

Folgendes Ergebnis in Kurzform kann festgehalten werden:

Die Befragung ergab mit 52 % einen hohen Anteil an einheimischen Sportlern, 29 % kamen aus dem übrigen Saarland, 20 % aus dem übrigen Deutschland <sup>17</sup>.

---

<sup>17</sup> Obwohl gleiche Befragungszeiträume von Mountainbikern und Radwanderern gewählt wurden, gibt das Ergebnis die Anteile von Touristen aus dem Nah- und derer aus Fernbereich nicht repräsentativ wider, da bei der MTB-Befragung eine schlechte Witterungsperiode mit viel Regen herrschte.

Die stärkste Altersgruppe bilden die 31-45jährigen. 63 % sind in Gruppen mit durchschnittlich 5,3 Personen unterwegs, wobei die jüngere Generation eher alleine fährt. 41 % sind regelmäßig unterwegs, 28 % öfter (im Vergleich: 48 % der Radwanderer) und 19 % ab und zu. Nur jeder elfte gab an, selten mit dem MTB zu fahren.

70 % der Mountainbiker legen über 500 km/ Jahr zurück; bei den Radwanderern sind es ein Drittel. Hauptmotivationsfaktoren sind Sport, Spaß und Gesundheit. Auch das Landschaftserlebnis und der Gemeinschaftssinn spielen für Mountainbiker eine erhebliche Rolle. Selbst Einheimische, die sich in der Region auskennen, nutzen zu 24 % die ausgeschilderten MTB-Touren bei der Ausübung ihres Sportes, zudem gaben 37 % an, befestigte Feld- und Wirtschaftswege zu fahren. Das Querfeldeinfahren findet nur bei einigen wenigen Sportlern statt, die der jüngeren Generation angehören. Ein Großteil der Biker fährt bereits mit seinem Fahrrad die Strecken an.

Als Ergebnis kann festgehalten werden, daß Mountainbiker lenkungsfähig sind und so gut wie nicht zu Querfeldeinfahrten neigen. Bei der Befragung zeigte sich eine Polarisierung in zwei Gruppen: die sportlichen Mountainbiker, die jünger sind, eher alleine fahren und regelmäßig unterwegs sind. Für die Tourismusregion Naturpark Saar-Hunsrück bedeutet dies, daß die Mountainbiker nicht wie die Radwanderer im Sommer in verstärktem Maße auftreten, sondern auch die anderen Jahreszeiten für die Ausübung ihres Sportes nutzen. Somit ist ein massenhaftes Auftreten während einer bestimmten Zeitspanne bei Mountainbikern eher nicht vorhanden (vgl. Mevissen 1998, S. 28). Die Biker legen bis oder über 3 000 km pro Jahr zurück. Ihre Leistungsorientiertheit zeigt sich in der Motivation: Sport, Spaß und Landschaft. Die andere Gruppe ist älter, ab und zu unterwegs, und ihre Hauptmotive liegen in Gesundheit, Sport und Landschaft. Sie zeigen sich auch kulturinteressierter als die sportlichen Fahrer. Auffallend ist, daß im Sankt Wendeler Land ein höherer Anteil an Mountainbikern innerhalb der älteren Generation zu finden ist, ganz im Gegensatz zum Gardaseegebiet (vgl. Mevissen 1998, S. 69). Aus der Befragung kristallisierte sich heraus, daß die jüngeren Mountainbiker kaum Kommunikationsmittel nutzen und damit die Lenkungsfähigkeit gegenüber der älteren Generationen eingeschränkt ist. Die zweite Gruppe unterscheidet sich in Fahr- und Orientierungsverhalten kaum von den Radwanderern. Diese zweite Gruppe kann als Radwanderer bezeichnet werden, die mit einem Mountainbike unterwegs sind.

In dieser Arbeit wurde versucht, ausgehend vom gesetzlichen Schutzstatus eines Naturparks, den Funktionsbereich Erholung unter Bildungsaspekten zu beleuchten. Stellvertretend für den Naturpark Saar-Hunsrück mit Spezifizierung auf den Teilbereich Sankt Wendeler Land sollte eine Starthilfe für eine Freizeitbeschäftigung gegeben werden, durch die gleichzeitig eine Umweltsensibilisierung erfolgt. Den Transfer der dafür notwendigen Informationen übernimmt die Öffentlichkeitsarbeit, die sich verschiedener Medien bedienen kann. Die Vermittlung der Werte sollte dabei nach dem didaktischen Prinzip eines nichtdirektiven Lernens erfolgen durch die Sinnerfahrung Denken - Handeln - Fühlen. Aussicht auf Erfolg für eine Umweltbildung im weitesten Sinne besteht, wenn eine optimale Bedürfnisbefriedigung bei einer möglichst großen Zielgruppe erreicht werden kann. Das Freizeitangebot sollte die Leitlinien der Nachhaltigkeit erfüllen in ökologischer Hinsicht: Umweltverträglichkeit, in ökonomischer Hinsicht: Verdienstmöglichkeiten für die einheimische Bevölkerung, und in sozialer Hinsicht: Integration in bestehende gesellschaftliche Strukturen und Einbeziehung der einheimischen Bevölkerung. Mit dieser Untersuchung konnte eine Kooperation im Naturpark Saar-Hunsrück aufgezeigt werden, die nach dem ETI (ETI-aktuell 01/00, S. 3) wichtige Bausteine bei der Umsetzung eines nachhaltigen Tourismus darstellen: Einrichtung und Konzeption der Umweltbildung, Kooperation mit der einheimischen Bevölkerung, Inwertsetzung regionaltypischer Eigenarten und Produkte, alle Formen der Besucherlenkung, geeignete Einrichtungen für Besucher sowie Hilfestellungen und Kontrolle.

In dieser Arbeit konnte der Nachweis geliefert werden, daß eine hohe Akzeptanz der Sportart Fahrradfahren bei Touristen aus dem Nahbereich und dem Fernbereich vorhanden ist sowie Bildungsbereitschaft während dieser Freizeitbeschäftigung besteht. Diese Lernbereitschaft ist jedoch in mehr oder minder starkem Maße von verschiedenen Einflußfaktoren abhängig, die zum Teil steuerbar sind, um eine größere Akzeptanz zu erreichen. Innerhalb der Fahrradfahrer zeigen sich sowohl Radwanderer als auch Mountainbiker lenkungsbereit durch die Nutzung von Kommunikationsmitteln. Damit ist grundsätzlich das Fahrradfahren ein Produkt, das in die landschaftsgebundene Angebotspalette eines Naturparkes integrierbar ist. Der Naturpark übernimmt eine Vorreiterrolle für andere Regionen und erzeugt über eine Freizeitbeschäftigung die Motivation für Bildungsbereitschaft - letztendlich die Voraussetzung für einen verantwortungsvollen Umgang mit der Umwelt in Rücksicht auf kommende Generationen.

## Literaturverzeichnis

**ADAC** (Hrsg.), 1987: Familiengerechte Ferienorte. Eine Planungshilfe für Ferienorte und Beherbergungsbetriebe, München

**ADAC** (Hrsg.), 1988: Tourismus und Landschaftserhaltung, München

**ADFC** (Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club) (Hrsg.), 1993: Handreichung zur Förderung des Fahrradtourismus, Bremen

**ADFC** (Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club) (Hrsg.), 1998 (2.Auflage): Handreichung zur Förderung des Fahrradtourismus, Bremen

**ADFC** (Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club) (Hrsg.), Nr. 1, 1989: Das Fahrrad als Wirtschaftsfaktor. Kongreß zur wirtschaftlichen und ökologischen Bedeutung des Fahrradverkehrs, Düsseldorf

**ADFC** Nordrhein-Westfalen (Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club) (Hrsg.), Nr. 3, 1992 a: Fahrradtourismus - wegweisend für die Zukunft! Grundlagen und Elemente der Wegweisung bei Projekten des regionalen und örtlichen Fahrradtourismus. Seminar für Fremdenverkehrsorganisationen, Tourismusplaner und am Tourismus mit dem Fahrrad Interessierte, Düsseldorf

**ADFC** Nordrhein-Westfalen (Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club) (Hrsg.), Nr. 4, 1992 b: Fahrradtourismus - Marketing und Strategien der Öffentlichkeitsarbeit. Seminar für Fremdenverkehrsorganisationen, Tourismusplaner und am Tourismus mit dem Fahrrad Interessierte, Düsseldorf

**ADFC** (Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club) (Hrsg.), 1995: Fahrradfreundliche Gastronomie- und Beherbergungsbetriebe, FAF 7, Bremen

**ADFC** (Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club) (Hrsg.), 1995 a: Empfehlungen zur Erstellung von Radwanderkarten, Bremen

**Ahlheim, K.**, 1986: Neue Technik und Kulturarbeit. In: Pädagogische Arbeitsstelle des Deutschen Volkshochschul-Verbandes (Hrsg.), Theorie und Praxis der Erwachsenenbildung, Bad Heilbrunn

**Aktion Fischotterschutz** e.V., Otterzentrum Hankensbüttel, (o. Jahr): Die etwas andere Art des Naturschutzes

**Albrecht, B.**, 1995: Fahrradtourismus - der Qualitätstourismus von morgen? Wien

**Arbeitsgemeinschaft Tourismus mit Einsicht** (Hrsg.), Hamele, H., 1991, München

**Arbeitsgemeinschaft "Urlaub und Freizeit auf dem Lande 1997"**, Bothel/Niedersachsen

**Armanski, G.**, 1978: Die kostbarsten Tage des Jahres. Massentourismus - Ursachen, Formen, Folgen, Berlin

**Arnold, M., Paulussen, S., Schmidt, R.**, (o. J.): Entwicklung standardisierter Methoden zur Analyse der Besucher von Großschutzgebieten sowie zur Bewertung der Akzeptanz und der wirtschaftlichen Bedeutung der Schutzgebiete für die Schutzregion. Gesellschaft für Wirtschaftsforschung und Management Consulting, im Auftrag der Föderation der Natur- und Nationalparke Europas, Sektion Deutschland e.V. FÖNAD, Passau

**Barg, C-D.**, 1988: Aufstand der Bereisten. Die Einstellung der einheimischen Bevölkerung sollte Tourismusmanagern zu denken geben. In: *touristik management*, Heft 6/ 1988, München, S. 69-74

**Barg, C-D.**, 1990 a: Mit geschickt aufgebauten Fragebögen die wahren Urlaubswünsche ermitteln. In: *touristik management*, Heft 1 + 2/ 1990, München, S. 23 ff

**Barg, C-D.**, 1990 b: Die Fragen bei einer Gästebefragung richtig formulieren. In: *touristik management*, Heft 4/1990, München, S. 19 ff

**Becker, Ch.**, 1982: Aktionsräumliches Verhalten von Urlaubern im Mittelgebirge. In: *Materialien zur Fremdenverkehrsgeographie*, Heft 9, Trier

**Becker, Ch.**, 1983: Einfache Tourismusedwicklung im Interesse der Kommunen? In: *Neue Entwicklungen im Fremdenverkehr, Informationen zur Raumentwicklung*, H. 1, Bonn-Bad Godesberg, S. 61-69

**Becker, Ch., Klemm, K.**, 1978: Raumwirksame Instrumente des Bundes im Bereich der Freizeit. Der Bundesminister für Raumordnung, Bauwesen und Städtebau (Hrsg.), Schriftenreihe "Raumordnung", Bd. 28, Bonn

**Becker, Ch.**, 1972: Bioklimatische Reizstufen für eine Raumbewertung zur Erholung. Zur Landschaftsbewertung für die Erholung. In: *Forschungs- und Sitzungsberichte der Akademie für Raumforschung und Landesplanung*, Bd. 76, Hannover, S. 45-61

**Becker, Ch., Job, H., Koch, M.**, 1991: Umweltschonende Konzepte der Raumordnung für Naherholungsgebiete. Belastungen, Lösungs- und Planungsansätze, Verwaltungsstrukturen. In: *Materialien für Fremdenverkehrsgeographie*, Heft 22, Trier

**Becker, Ch.**, (Hrsg.), 1995: Ansätze für eine nachhaltige Regionalentwicklung mit Tourismus. Institut für Tourismus der Freien Universität Berlin, *Berichte und Materialien*, Nr. 14, Berlin

**Becker, Ch., Steinecke, A.**, (Hrsg.), 1993: Megatrend Kultur? Chancen und Risiken der touristischen Vermarktung des kulturellen Erbes. In: *Europäisches Tourismus Institut (ETI) an der Universität Trier, ETI-Texte*, Heft 1, Trier

**Becker, Ch.**, 1998: Neue Herausforderungen für die Fremdenverkehrsgemeinden und die Rolle der Raumordnung. In: *Der Landkreis. Zeitschrift für kommunale Selbstverwaltung*, Aug./Sept. 1998: *Tourismus in Deutschland: Mehr als nur ein Wirtschaftsfaktor!* Bonn, S. 532-534

- Bell, D.**, 1975: Die nachindustrielle Gesellschaft, Frankfurt
- Beratende Kommission für Fremdenverkehr des Bundesrates** (Hrsg.), 1979: Grundlagen für die Tourismuspolitik, Schlußbericht, (Schweizerisches Tourismuskonzept), Bern
- Berliner Erklärung der Ministerkonferenz** vom 6.-8.3.1997 in Berlin
- Biermann, A.**, 1994: Fahrradtourismus - eine umweltschonende Fremdenverkehrskonzeption? Trier
- Biermann, A., Hofmann, F., Steinecke, A.**, (Hrsg.), 1996: Fahrradtourismus - Baustein eines marktgerechten und umweltverträglichen Tourismus. In: Europäisches Tourismus Institut (ETI) an der Universität Trier, ETI-Texte, Heft 8, Trier
- BIKE**, Das Mountain-Bike Magazin, 4/95: Radfahren im Wald. Sind Biker Umweltrowdies? München, S. 108-112
- BIKE**, Das Mountain-Bike Magazin, 1/96; 6/96, 10/96, München
- Billion, F., Flückiger, B.**, 1978: Bedarfsanalyse Naherholung und Kurzzeittourismus, Bremen
- Blank, J.-T.**, 1988: Freizeitwert als Maßstab für den Lebenswert der Gesellschaft. In: Deutscher Landkreistag (Hrsg.), Der Landkreis, Nr. 7, Bonn
- Borghs, H.P.**, 1993: Einordnung der Öffentlichkeitsarbeit in die Unternehmensstruktur. In: Kalt, G. (Hrsg.), Öffentlichkeitsarbeit und Werbung, 4. Aufl., Frankfurt, S. 63-67
- Brigg, M.**, 1985: Der methodische Aufbau einer Radfahrererkarte für Österreich, Wien
- Brinkmann, D.** et al., 1991: Konzepte freizeitorientierter Weiterbildung. Möglichkeiten der Einführung von Bildungselementen in Freizeitangebote. In: IFKA Dokumentation. Stehr, I., Fromme, J., Nahrstedt W. (Hrsg.): Freizeit bildet - bildet Freizeit? Bielefeld, S. 103-128
- Brücher, W.** et al., 1989: Das Saarland. Bd. 1: Beharrung und Wandel in einem peripheren Grenzraum. Bd. 2: Die Saar- Eine Flußlandschaft verändert ihr Gesicht, Saarbrücken
- BTE** (Büro für Tourismus- und Erholungsplanung), 1995: Machbarkeitsstudie für ein Nationalparkzentrum Harz, Hannover
- BTE** (Büro für Tourismus und Erholungsplanung), 1994: Wegekonzeptionen. Eine Planungshilfe für Gemeinden, Berlin
- Bundesforschungsanstalt für Landeskunde und Raumordnung** (Hrsg.), Die naturräumlichen Einheiten, 1964: Blatt 150 Mainz, 1972: Blatt 159 Saarbrücken, 1974: Blatt 148/49 Trier-Mettendorf, Bonn-Bad Godesberg
- Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten** (Hrsg.), 1984: Konfliktlösung Naturschutz - Erholung. Ergebnisse eines Bundeswettbewerbes Deutscher Naturparke, Reihe A: Angewandte Wissenschaften, Heft 318, Bonn
- Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit** (Hrsg.), 1989: Bundeswettbewerb Deutscher Naturparke "Vorbildliche Informations- und Öffentlichkeits-

arbeit in Naturparken, Bonn

**Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit** (Hrsg.), 1994: Bundeswettbewerb Deutscher Naturparke "Vorbildliche Schutz- und Pflegemaßnahmen zur Erhaltung historischer Kulturlandschaften in Naturparken", Bonn

**Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit** (Hrsg.), (o. J.): Umweltpolitik. Naturparke als Instrument von Naturschutz und Landschaftspflege, Bonn

**Bundesministerium für Verkehr** (Hrsg.), 1993: Radfahren, Bonn

**Chorherr, Th.**, 1980: Der Freizeitschock. Leben in der Urlaubsgesellschaft, Wien-München-Zürich-New York

**Claadera Don J.**, 1987: Gedanken über eine kritische und konstruktive Durchsicht touristischer Verfahrensweisen und deren Einfluß auf Raum und Welt. In: Studienkreis für Tourismus e.V. (Hrsg.), 1987: Tourismus und Umwelt. Bericht über eine Fachtagung des Studienkreises für Tourismus e.V. im Rahmen der 21. Internationalen Tourismus-Börse am 11. März 1987 in Berlin, Starnberg

**Clauß, G., Ebner, H.**, 1977: Grundlagen der Statistik. Thun und Frankfurt am Main

**Commission Internationale pour la protection des Regions alpines** (CIPRA) (Hrsg.), 1985: Sanfter Tourismus: Schlagwort oder Chance für den Alpenraum? Vaduz

**Danz W.**, 1985: Die weitere Fremdenverkehrsentwicklung in Europa unter besonderer Berücksichtigung von Natur- und Umweltproblemen - Korreferat. In: Meinung, A., Bohr, M. (Hrsg.): Europäisches Seminar für Tourismus: Tourismuspolitik in der Europäischen Gemeinschaft, Luxemburg

**Datzer, R.**, 1987: Wandeln die Werte oder wandeln wir? In: Deutsches Seminar für Fremdenverkehr (Hrsg.), 1987: Neue Tourismus-Märkte erschließen! Dokumentation des Seminars für Führungskräfte - Internationale Vortragsreihe 1987 mit Beiträgen zum Tourismus-Marketing, Berlin

**Denk, E.**, 1992: Radtouren? Aber sicher! In: ADFC Landesverband Bayern

(Hrsg.): Fahrrad und sanfter Tourismus - Wir radeln in die Zukunft. Dokumentation der Fachtagung "Fahrradtourismus - eine neue Reiseform - Aufgaben für Politik und Planung, München

**Deutsche Gesellschaft für Freizeit** (Hrsg.), 1996: Freizeit in Deutschland, Erkrath

**Deutsche Gesellschaft für Freizeit** (Hrsg.), 1999: Freizeit in Deutschland. Freizeittrends 2000 plus, Erkrath

**Deutsche Gesellschaft für Freizeit und deutsche Straßenliga** (Hrsg.), 1980: Freizeit und Straße, Köln

**Deutsche Gesellschaft zur Förderung der Freizeitwissenschaften** (Hrsg.), 1990: Arbeit



und Freizeit. Perspektiven der sozialen Marktwirtschaft, Stuttgart

**Deutscher Bundestag**, 1997: Bericht des Ausschusses für Bildung, Wissenschaft, Forschung, Technologie und Technikfolgenabschätzung "Entwicklung und Folgen des Tourismus", Drucksache 13/9446, Bonn

**Deutscher Heimatbund** (Hrsg.), Heft: Umwelt, Landschaft, Denkmalpflege: Umwelterziehung und Freizeit/Tourismus

**Deutscher Naturschutzring** (DNR) (Hrsg.), 1996: Leitbilder eines natur- und landschaftsverträglichen Sports. Vorlagen zum Kongreß. Bonn, S. 123-145

**Deutsches Seminar für Fremdenverkehr** (DSF) (Hrsg.), 1992: Qualitätsmanagement im Tourismus, Dokumentation des Seminars für Führungskräfte, Berlin

**Deutsches Seminar für Fremdenverkehr** (DSF) (Hrsg.), 1989: Dokumentation Tourismus 2000, Berlin

**Deutscher Tourismusverband** (DTV), 1999: Der Tourismus in Deutschland, Bonn

**Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr an der Universität München** (DWIF) (Hrsg.), 1992: Die Ausgabenstruktur im übernachtenden Fremdenverkehr in der Bundesrepublik Deutschland, Heft 43, München

**Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr an der Universität München** (DWIF) (Hrsg.), 1995: Tagesreisen der Deutschen, Heft 46, München

**DIMB** (Deutsche Initiative Mountainbike e.V.) 1. Ausg. 1996/1997, 1998, Freiburg

**Dohmen, G.**, 1991: Offenheit und Integration. In: Pädagogische Arbeitsstelle des Deutschen Volkshochschul-Verbandes (Hrsg.): Theorie und Praxis der Erwachsenenbildung, Bad Heilbrunn

**DRV** (Deutscher Reisebüroverband) (Hrsg.): 1992: Das Reisebüro, Heft 7, Frankfurt

**DRV** (Deutscher Reisebüroverband) (Hrsg.): 1995: Das Reisebüro, Heft 5, Frankfurt

**Dümmler, H., Mühle, G.**, 1996: Info-Zentren / Umweltbildung. In: VDN Handbuch deutscher Naturparke, Teil 1

**Dumazedier, J.**, 1972: Nichtproduktive Beschäftigung. In: Scheuch, E., Meyersohn, R. (Hrsg.): Soziologie der Freizeit, Köln

**Dumazedier, J.**, 1967: Toward a Society of Leisure, New York,

**Ebers, S.**, 1996: Lehrpfadsituation in Deutschland. Entwicklung -Ist-Zustand-Neue Ansätze. Förderverein Natur- und Schulbiologiezentrum (Hrsg.), Leverkusen

**Edition agrippa** (Hrsg.) (o. J.): Wirtschaftsfaktor Freizeit, Entwicklungen auf dem deutschen Freizeitmarkt, (ohne Ortsangabe)

**ETI aktuell** (Europäisches Tourismus Institut), Ausg. 1/00, April/Mai 2000, Trier, S. 2-3

**Feldmann, G.**, 1989: Informations- und Öffentlichkeitsarbeit im Naturpark Altmühltal - Ein Beitrag des Landkreises Eichstätt zum Bundeswettbewerb der Naturparke, Eichstätt

- Fingerhuth, C., Hesse, S., Knops, H.-G., Schwarze M.**, 1973: Arbeitsmethoden zur Bewertung der Erholungseignung eines landschaftlichen Angebots für verschiedene Typen von Erholungssuchenden. In: Landschaft und Stadt, H. 4, Stuttgart, S. 161-171
- Fischer, D.**, 1985: Qualitativer Fremdenverkehr. Neuorientierung der Tourismuspolitik auf der Grundlage einer Synthese von Tourismus und Landschaftsschutz, Bern
- Frankfurter Allgemeine Zeitung** vom 16.1.1996: Freizeitwirtschaft, Frankfurt, S. B1 bis B 10
- FOCUS**, 1999: Der Markt für Urlaub und Reisen. Fakten 99, München
- Franz-Balsen, A.**, 1996: Informationsvermittlung in der Umweltbildung oder: Über den Umgang mit Nichtwissen. In: Theorie und Praxis der Erwachsenenbildung. Deutsches Institut für Erwachsenenbildung (Hrsg.), S. 140-170
- Frech, S., Halder-Werdon, E., Hug, M.** (Hrsg.): Natur - Kultur. Perspektiven ökologischer und politischer Bildung. Didaktische Reihe der Landeszentrale für politische Bildung Baden-Württemberg
- Freizeit** (Hrsg. gruppe), 1980: Freizeit in der Kritik. Alternative Konzepte zur Freizeit-Kulturpolitik, Köln
- Freizeitzentrum Bostalsee**, 1994, 1995, 1996, 1997, 1998, Daten der Saison, Nohfelden-Bosen
- Fremdenverkehrsamt St. Wendeler Land und ADAC Saarland**, 1992: Unser Rat: Fahr´Rad im Sankt Wendeler Land (Testaktion), Nohfelden-Bosen
- Froitzheim, Th.**, 1993: Strategische Planung. In: Radfahren-Extra, Bielefelder Verlagsanstalt (Hrsg.), Nr.4/1993, Bielefeld, S. 66-75
- Froitzheim, Th.**, 1993 a: Radwanderführer. Mitteilung des ADFC, Bremen
- Froitzheim, Th.**, 1995: Karten und Bücher - Marketinginstrumente fahrradtouristischer Routen. Manuskript anlässlich des Seminars des DSF "Von der (Auto-)Ferienstraße zur (Fahrrad-)Touristikroute vom 12.-14.6.1995 in Würzburg
- Froitzheim, Th., Spittler R.**, 1996: Leitbilder für natur- und landschaftsverträgliches Mountainbiking. In: DNR (Hrsg.): Vorlagen zum Kongreß Leitbilder eines natur- und landschaftsverträglichen Sports, Bonn, S. 123-145
- Fromme, J., Stehr, I.**, 1991: Sport und Gesundheit - Inhalte von Freizeit und Bildung. In: IFKA-Dokumentation, 1991: Freizeit bildet - bildet Freizeit ? Bielefeld, S. 191-199
- F.U.R Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.** Erste Ergebnisse der Reiseanalyse "Urlaub und Reisen 1996", veröffentlicht anlässlich der ITB 1996, Hamburg
- F.U.R Forschungsgemeinschaft für Urlaub und Reisen e.V.**, 1995-1998 Hamburg
- FWW International**, Fachzeitschrift für Touristik und Geschäftsreiseverkehr, Heft 2, 1994, Hamburg

**FVW International**, Fachzeitschrift für Touristik und Geschäftsreiseverkehr, Heft 4, 1994, Hamburg, S. 16-22

**FVW International**, Fachzeitschrift für Touristik und Geschäftsreiseverkehr, Heft 27, 1995, Hamburg, S. 67

**FVW International**, Fachzeitschrift für Touristik und Geschäftsreiseverkehr, Heft 1, 1995, Hamburg, S. 47

**FVW International**, Fachzeitschrift für Touristik und Geschäftsreiseverkehr, Heft 5, 1997, Hamburg, S. 84-98

**FVW International**, Fachzeitschrift für Touristik und Geschäftsreiseverkehr, Heft 7, 1998, Hamburg, S. 60 ff

**Gander, H.**, 1994: Vergleichende Untersuchungen zur Reaktion von Gemsböcken auf Wanderer, Jogger und Mountainbiker. Diplomarbeit an der Uni Bern

**Gershuny, J.**, 1981: Die Ökonomie der nachindustriellen Gesellschaft: Produktion und Verteilung von Dienstleistungen, Frankfurt

**Görne, H.**, 1968: Urlaub nach Maß. Die Kunst sich richtig zu erholen. Düsseldorf, Wien

**Große Beilage, J.**, 1997: Planerische Grundlagen für den Fahrradtourismus, Dortmund

**Grüner, M.**, 1990: Tourismus und Umweltschutz. In: Der Landkreis, Zeitschrift für kommunale Selbstverwaltung, Deutscher Landkreistag (Hrsg.), Heft 8-9, Bonn, S. 366-368

**Gruner und Jahr AG & Co.** (Hrsg.), 1989/90: Marktanalyse, Hamburg

**Gruner und Jahr AG & Co.** (Hrsg.), 1991: Marktanalyse. Branchenbild Tendenzen, Interessen im Freizeitbereich, Hamburg

**Hackl, G.**, 1994: Bestandsanalyse und Entwicklungsmöglichkeiten für den Fahrradtourismus im Grenzgebiet Bayerischer Wald, Böhmerwald und Mühlviertel, Regensburg

**Hahn, H., Kagelmann, H.J.**, (Hrsg.), 1993: Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie. Ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft, München

**Häuser, F.**, 1985: Radwanderkarten als Ausgabeart der topographischen Karte 1 : 100 000, Bonn

**Hamele, H.**, 1987: Zum aktuellen Stand der Diskussion um einen umwelt- und sozialverträglichen (sanften) Tourismus. In: ADAC (Hrsg.), Tourismus auf neuen Wegen. Ein Diskussionsbeitrag des ADAC, München

**Hamele, H.**, 1987: Welche Rolle spielen Natur und Landschaft für den Touristen? In: ADAC (Hrsg.), Tourismus auf neuen Wegen, München

**Hamele, H.**, 1988: Natur und Kultur erleben und erhalten. In: Umwelt, Natur, Nationalpark, Heft Nr. 59- 2.88

- Hamele, H.**, 1987: Meinungen über Tourismus und Umweltprobleme. In: Studienkreis für Tourismus e.V. (Hrsg.): Tourismus und Umwelt. Bericht über eine Fachtagung des Studienkreises für Tourismus im Rahmen der 21. Internationalen Tourismus-Börse in Berlin am 11. März 1987, Starnberg
- Hanhart, D.**, 1964: Arbeiter in der Freizeit. Eine sozialpsychologische Untersuchung, Bern-Stuttgart
- Harfst, W.**, 1980: Zur Gültigkeit von Erholungsbewertungsmethoden, Diss., Hannover
- Harfst, W., Scharpf, H.**, 1977: Studie landschaftsbezogene Fremdenverkehrsentwicklungsplanung, Institut für Landesplanung und Naturschutz, Hannover
- Hartmann, K. D.**, 1982: Zur Psychologie des Landschaftserlebnisses im Tourismus. In: Studienkreis für Tourismus (Hrsg.), Starnberg
- Hasslacher, P.**, 1985: Durchsetzungsprobleme "sanfter" Tourismusstrategien - Fallbeispiel Virgental/Osttirol. In: Sanfter Tourismus: Schlagwort oder Chance für den Alpenraum? CIPRA- Schriften, Bd. 1, S. 317-331
- Hasslacher, P.**, 1989: Sanfter Tourismus Virgental. In: Oesterreichischer Alpenverein (Hrsg.), Serie Alpine Raumordnung Nr. 3: Sanfter Tourismus. Theorie und Praxis, Innsbruck, S. 123-144
- Heinze, G., Kill, H.**, 1997: Freizeit und Mobilität, Akademie für Raumforschung und Landesplanung, Hannover
- Hessischer Fremdenverkehrsverband Wiesbaden e.V.**, 1988: Tourismus und Natur. Empfehlungen zu einem natur- und umweltfreundlichen Tourismus in Hessen, Wiesbaden
- Heu, G.**, 1982: Öffentlichkeits-, Bildungs- und Forschungsarbeit in Naturparks - eine Analyse unter besonderer Berücksichtigung des Informations- und Forschungszentrum Naturpark Pfälzerwald, Bad Dürkheim
- Historischer Verein Eichstätt** (Hrsg.), 1989: Dokumentation zur Erneuerung der ehemaligen Klosterkirche Notre Dame in Eichstätt und zur Errichtung des Informationszentrums Altmühltal, Sammelblatt, Eichstätt
- Hoffmann, H.**, 1981: Kultur für alle. Perspektiven und Modelle, Frankfurt
- Hofmann, F.**, 1995: Zielgruppenanalyse Fahrradtouristen. Vortrag anlässlich des Seminars des DSF: Von der (Auto-) Ferienstraße zur (Fahrrad-) Touristikroute 1995 in Würzburg
- Hofmann, F.**, 2000: Fahrradtouristen - eine bundesweite Analyse der Nachfrage, Trier
- Hoplitschek, E., Scharpf, H., Thiel, F.** (Hrsg.), 1991: Urlaub und Freizeit mit der Natur. Das praktische Handbuch für ein umweltschonendes Freizeitverhalten, Stuttgart und Wien
- Hoppstädter, K., Mathias, K.**, 1957: Siedlungskunde des Saarlandes, Wiebelskirchen
- Hoppstädter, K., Hermann, H.-W.**, (Hrsg.), 1960: Geschichtliche Landeskunde des Saarlandes, Bd. 1: Vom Faustkeil zum Förderturm, Wiebelskirchen

**Huber, K.**, 1987: Nationalpark Hohe Tauern. Strukturierungs-, Marketing- und Organisationskonzept für die Region oberes Mölltal; i.A. der Kärntner Landesregierung, Klagenfurt

**Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen (ILS)** im Auftrag des Ministers für Stadtentwicklung, Wohnen und Verkehr des Landes NRW (Hrsg.), 1986: Pilotprojekt Radverkehrs- und Beschilderungsplan Kreis Neuss, Dortmund

**Jacsman, J.**, 1990: Die mutmaßliche Belastung der Wälder durch die Erholungssuchenden, ORL-Bericht 79/1990, Zürich

**Jilg, A.**, 1989: Radfahren, ein freizeitrelevantes Element. Aspekte einer geographischen Analyse, München

**Job, H.**, 1989 a: Die bundesdeutschen Naturparke - Freizeit- und Erholungsnutzung mit oder ohne Naturschutz? In: Naturschutz und Naturparke, Heft 134, Bispingen, S. 15-26

**Job, H.**, 1989: Belastung von Natur und Landschaft durch Freizeit- und Erholungsnutzung - dargestellt an Fallbeispielen im Naturpark Pfälzer Wald. In: Berichte zur Deutschen Landeskunde, Bd. 63, H. 2, Trier, S. 409-440

**Job, H.**, 1990: Freizeit und Erholung mit oder ohne Naturschutz? - Auswirkungen der (Nah-) Erholung auf die Umwelt und Möglichkeiten ressourcenschonender Formen touristischer Nutzung, erörtert am Beispiel Naturpark Pfälzer Wald sowie anderer Naturparke (Diss.), Trier

**Job, H.**, 1994: Naturschutz-Informationszentren in deutschen und europäischen Großschutzgebieten. In: Geographische Rundschau, 46, H. 3, Seite 167-171

**Job, H., Maier, P., Niederprüm, H.-D., Preun, W., Witzel, A.**, 1993: Informations- und Öffentlichkeitsarbeit in Natur und Landschaft: Von der Theorie zur Praxis! In: Schriftenreihe des Informationszentrums Naturpark Altmühltal, Heft 6, Eichstätt

**Jung, H.**, 1993: PR als Seismograph und Kompaß. In: Kalt, G., (Hrsg.), Öffentlichkeitsarbeit und Werbung, 4. Auflage, Frankfurt, S. 27-39

**Jungk, R.**, 1983: Wieviel Touristen pro Hektar Strand? In: Geo, Heft 10, Hamburg, S. 154-156

**Jurczek, P.**, 1980: Der Rand des Verdichtungsraumes als Überlagerungsgebiet von Naherholung und Urlaubsverkehr. Erläutert am Beispiel des östlichen Rhein-Main-Gebietes. In: Schnell, P., Weber, P., (Hrsg.), Agglomeration und Freizeitraum, Münstersche Geographische Arbeiten, H. 7, Paderborn, S. 101-107

**Kahn, H.**, 1977: Vor uns die guten Jahre. Ein realistisches Modell unserer Zukunft, Wien

- Kaiser, A.**, 1986: Sinn und Situation. In: Theorie und Praxis der Erwachsenenbildung, Pädagogische Arbeitsstelle des Deutschen Volkshochschul-Verbandes (Hrsg.), Bad Heilbrunn
- Kaupmann, G.**, 1989: Entwicklung eines Kriterienkataloges zur Bestimmung des endogenen Fremdenverkehrspotentials in strukturschwachen ländlichen Gebieten. Versuch eines Leitfadens für die kommunale Planungsebene. Diplomarbeit am Geographischen Institut der Universität Marburg
- Kelly, J. R.**, 1982: Leisure, Engelwood, Prentice-Hall
- Kern, M.**, 1995: Ansätze zu einer nachhaltigen Tourismuspolitik des Bundes und der Länder. In: Materialien zur Fremdenverkehrsgeographie, Heft 31, Trier
- Kirstges, T.**, 1992: Sanfter Tourismus, München
- Klages, H.**, 1984: Wertorientierungen im Wandel, Frankfurt
- Kleiber-Wurm, J.**, 1980: Der Wertewandel unserer Zeit - Folgerungen für die Marketing-Kommunikation im Bereich Tourismus. Referat veröff. beim Axel-Springer-Verlag, Berlin
- Klemm, H.**, 1995: Fahrradtourismus - ein Vergleich der Nachfragesegmente Pauschalreisende und Individualreisende. Eine empirische Analyse am Beispiel der Region Mosel/Saar, Trier
- Klemm, H.**, 1996: Fahrradtourismus in der Region Mosel/Saar - ein Vergleich der Pauschalradreisenden und der Individualradreisenden. In: Biermann, Hofmann, Steinecke (Hrsg.), 1996: Fahrradtourismus - Baustein eines marktgerechten und umweltverträglichen Tourismus, ETI-Texte, Heft 8, Trier
- Koch, A.**, 1980: Wirtschaftliche Bedeutung des Fremdenverkehrs in ländlichen Gebieten. In: Schriftenreihe des Bundesministers für Raumordnung und Städtebau, (Hrsg.), Heft Nr. 06058, Bonn-Bad Godesberg
- Koch, M.**, 1986: Der touristische Markt des Hunsrück-Nahe-Raumes, Thalfang
- Kommunal-Verlag** (Hrsg.), Kommunalpolitische Blätter, 9/1995, Düsseldorf, S. 728-729
- Kramer, D.**, 1982: Der sanfte Tourismus. Umwelt- und sozialverträglicher Tourismus in den Alpen, Wien
- Kramer, G.**, 1988: Entwicklung von Freizeit und Erholung im ländlichen Raum: Möglichkeiten und Grenzen: Beispiel Schleswig-Holstein. In: Deutscher Landkreistag, (Hrsg.), Der Landkreis, Nr. 7, Bonn
- Kreis Eichstätt** (Hrsg.), 1989 a: Tourismus und Umwelt im Landkreis Eichstätt, Konzept und Umsetzung, Eichstätt
- Kreis Eichstätt** (Hrsg.), 1989 b: Informations- und Öffentlichkeitsarbeit im Naturpark Altmühltal - Aufgabenstellung und Konzeption, Eichstätt

- Krippendorf, J., Kramer, B., Müller, H.**, 1986: Freizeit und Tourismus. In: Berner Studien zum Fremdenverkehr, (Hrsg.), Heft 22, Bern
- Krippendorf, J.**, 1984: Die Ferienmenschen . Für ein neues Verständnis von Freizeit und Reisen, Zürich und Schwäbisch-Hall
- Krippendorf, J., Kramer, B., Krebs, R.**, 1984 a: Arbeitsgesellschaft im Umbruch - Konsequenzen für Freizeit und Reisen. In: Berner Studien zum Fremdenverkehr, Heft 20, Bern
- Krippendorf, J., Zimmer, P., Glauber, H.**, 1988: Für einen anderen Tourismus. Probleme - Perspektiven - Ratschläge.
- Krippendorf, J.**, 1985: Die weitere Fremdenverkehrsentwicklung in Europa unter besonderer Berücksichtigung von Natur- und Umweltproblemen. In: Meinung, A., Bohr, M. (Hrsg.), Europäisches Seminar für Tourismus: Tourismuspolitik in der Europäischen Gemeinschaft, Luxemburg
- Kurverwaltung Hindelang** (Hrsg.), 1995/96: Tourismusbericht Hindelang, Hindelang
- Landesagentur für Struktur und Arbeit GmbH (LASA)** (Hrsg.), 1992: Aktion "Theodor Fontane" - 10 000 km Radwege für Brandenburg - Handlungsleitfaden für die Praxis, Potsdam
- Landrat des Landkreises St. Wendel** (Hrsg.), 1968: Der Landkreis St. Wendel - Vergangenheit und Gegenwart, St. Wendel
- Lehr, U.**, 1978: Lernen im Erwachsenenalter. In: Wirth, I. (Hrsg.), Handwörterbuch der Erwachsenenbildung, Paderborn, S. 467-472
- Leiter, S.**, 1991: Bergradeln im Karwendel: Untersuchung im Auftrag des Oesterreichischen Alpenvereins 1991 über das Bergradfahren im Alpenpark Karwendel
- Lohmann, M.**, 1993: Chancen des Fahrradtourismus in Schleswig-Holstein. In: Minister für Wirtschaft, Technik und Verkehr des Landes Schleswig-Holstein (Hrsg.), 1994: Dokumentation zum Workshop "Fahrrad und Tourismus" am 6. September 1993 im Ostseebad Damp, Kiel
- Luder, P.**, 1983: Konflikt Fremdenverkehr und Naturschutz - Beispiel Alpen. In: Geographica Helvetica, Nr. 2, S. 78-82
- Ludwig, K., Has, M., Neuer, M.**, 1990: Der neue Tourismus. Rücksicht auf Land und Leute. Beck'sche Reihe 408
- Lüdtke, H.**, 1972: Jugendliche in organisierter Freizeit, Weinheim
- Lüdtke, H.**, 1982: Die Freizeitaktivitäten der westdeutschen Großstädte, Schriften der Bundesarbeitsgemeinschaft für Freizeitforschung e.V. (Hrsg.), Hamburg
- Lüdtke, H., Agricola, S., Karst, U.**, 1986: Methoden der Freizeitforschung, Opladen

- Mäder, U.**, 1985: Sanfter Tourismus, Alibi oder Chance ? Die Schweiz- ein Vorbild für Entwicklungsländer? Zürich
- Maier, J., Troeger-Weiß, G.**, 1988: Räumliche Konflikte und Fiktionen im Tourismus: Diskussion von Konfliktformen, -wirkungen und Regelungsansätzen unterschiedlicher räumlicher Dimension. In: Storbeck, D., (Hrsg.), Moderner Tourismus - Tendenzen und Aussichten , Materialien zur Fremdenverkehrsgeographie, H. 17, Trier, S. 475-504
- Maier, J.**, 1995: Hindelang, ein Modell ökologischer Dorfentwicklung - Zwischenbilanz einer Evaluation auch im Sinne nachhaltiger Entwicklung. In: Becker (Hrsg.), 1995: Ansätze für eine nachhaltige Regionalentwicklung mit Tourismus, Berlin, S. 67-78
- Martin, E.**, 1980: Entwicklung der touristischen Nachfrage im ländlichen Raum. In: Schriftenreihe des Bundesministers für Raumordnung und Städtebau, (Hrsg.), Heft Nr. 06058, Bonn-Bad Godesberg
- Maser, S.**, 1971: Grundlagen der allgemeinen Kommunikationstheorie, Stuttgart
- Meinung, A., Bohr, M.** (Hrsg.), 1985: Europäisches Seminar für Tourismus: Tourismuspolitik in der Europäischen Gemeinschaft, Dokumentation, Luxemburg
- Mensendiek, J.**, 1992: Das Fahrrad als sanfter Tourismus. In: DSF (Hrsg.), Wie erstelle ich eine Fremdenverkehrskonzeption? - Leitfaden mit praktischen Beispielen, Berlin, S. 321-323
- Mevissen, F.**, 1998: Der Mountainbikesport und seine Auswirkungen auf die Umwelt. Untersucht und dargestellt am Beispiel der Region nördlicher Gardasee, Trier
- Meyer, S.**, 1995: Kommunikation im Tourismus. In: Trierer Tourismus Bibliographien, Band 8, Trier
- Meynen, E., Schmithüsen, J., Gelbert, J., Neef, E., Müller-Miny, H., Schultze, J.-H.**, (Hrsg.), 1961: Handbuch der naturräumlichen Gliederung Deutschlands, Bonn
- Miglbauer, E.**, (ÖAR-Regionalberatung GmbH), 1994: Biosphärenreservat Rhön. Landwirtschaftlich-radtouristisches Konzept, Bad Leonfelden
- Miglbauer, E.**, 1994 a: Perspektive Fahrrad, Gesundheit, Umwelt, Verkehr. In: ADH Schriftenreihe des Hochschulsportes, Bd. 15, S. 121-136
- Miglbauer, E.**, 1995: Innenmarketing für Leistungsträger unter besonderer Berücksichtigung fahrradfreundlicher Hotellerie und Gastronomie. Vortrag anlässlich des DSF-Fachkurses "Von der (Auto-) Ferienstraße zur (Fahrrad-)Touristikroute vom 12. bis 14.6.1995 in Würzburg
- Miglbauer, E., Schuller E.**, 1991: Wie reisen Radler? Ergebnis einer wissenschaftlichen Untersuchung des Donau-Radwege-Tourismus, In: ADFC Bayern (Hrsg), Fahrrad und sanfter Tourismus, München
- Miglbauer, E.**, 1992: Marketing bei Fahrradtourismusprojekten. In: ADFC Nordrhein-Westfalen 1992: Fahrradtourismus - Marketing und Strategien der Öffentlichkeitsarbeit



- Minister für Stadtentwicklung, Wohnen und Verkehr des Landes Nordrhein-Westfalen** (Hrsg.), 1989: Radverkehr - wegweisend in die Zukunft, Düsseldorf
- Minister für Wirtschaft, Technik und Verkehr des Landes Schleswig-Holstein** (Hrsg.), 1994: Fahrrad und Tourismus. Dokumentation zum Workshop am 6. September im Ostseebad Damp, Kiel
- Monheim, H.**, 1989: Die Rolle des Fahrrads in der Stadtentwicklung und Verkehrssanierung. In: ADFC Nordrhein-Westfalen, Nr. 1: Das Fahrrad als Wirtschaftsfaktor, Düsseldorf
- Müller, G.**, 1994: Touristische Routen als Marketinginstrument. Grundlagen - Analysen und Empfehlungen, Aalen
- Müller, H.-J.**, 1980: Untersuchung über Eignungsvoraussetzungen für eine Erweiterung des Naturparkes Saar-Hunsrück nach Luxemburg und Lothringen unter besonderer Berücksichtigung physisch-geographischer Faktoren, Saarbrücken
- Müller, H.**, 1995: Nachhaltige Regionalentwicklung durch Tourismus. In: Biermann et al. (Hrsg.): Fahrradtourismus. Baustein eines markt- und umweltverträglichen Tourismus, ETI-Texte, Heft 8, Trier, S. 11-18
- Müller, W., Steinecke, A.**, (Hrsg.), 1993: Dokumentation der Tagung Jugendreisen 2000. Visionen zu Tourismus, Jugend und Umwelt. In: Europäisches Tourismus Institut (ETI) an der Universität Trier, Trier/Starnberg
- Nahrstedt, W.**, 1972: Die Entstehung der Freizeit, Göttingen
- Nahrstedt, W., Brinkmann, D., Stehr, I.**, 1995: Moderne Lernformen und Lerntechniken in der Erwachsenenbildung. Kritische Einschätzung bestehender Ansätze und Empfehlungen. In: IFKA-Dokumentation, Band 17, Bielefeld
- Nahrstedt, W.**, 1990: Leben in freier Zeit. Grundlagen und Aufgaben der Freizeitpädagogik, Darmstadt
- Nahrstedt, W.**, 1989: Die Wiederentdeckung der Muße, Göppingen
- Naturpark Saar-Hunsrück**, 1982/83-1993: Geschäftsberichte, Weiskirchen
- Naturpark Schwalm-Nette**, 1992: Veranstaltungskalender, Kreise Heinsberg, Kleve, Viersen, Stadt Mönchengladbach, Viersen
- Naturschutzrecht**, 1988, 4. Aufl., DTV-Verlag
- Nestmann, U., Schweckendiek, L.**, 1990: Erholungsvorsorge in Naturparks - Eine Untersuchung zu Möglichkeiten integrativer Entwicklung von Fremdenverkehr und Naturschutz im Naturpark Steinhuder Meer. Diplomarbeit am Inst. für Landschaftspflege und Naturschutz, Universität Hannover

- Nohl, W., Richter, U.**, 1988: Umweltverträgliche Freizeit, freizeitverträgliche Umwelt. In: Institut für Landes- und Stadtentwicklungsforschung des Landes Nordrhein-Westfalen (Hrsg.), Heft 16, Dortmund
- Nuissl von Rein, E.** (Hrsg.), 1996: Innovation. Zeitschrift für Erwachsenenbildung, I, 97, Frankfurt
- Oester, E.**, 1987: Kindern Kultur vermitteln. Der Kulturpfad im Obergoms - ein Vorschlag, wie er sich an Kinder richten könnte am Beispiel von Ulrichen. Schriftl. Arbeit am Forschungsinstitut für Fremdenverkehr, Universität Bern
- Oesterreichischer Alpenverein** (Hrsg.), 1989: Sanfter Tourismus - Theorie und Praxis. Serie: Alpine Raumordnung Nr. 3, Innsbruck
- Ogrissek, R.**, 1978: Zur Funktion des Gedächtnisses bei der Dekodierung kartographischer Informationen. In: Petermanns geographische Mitteilungen, 122, S. 261-270
- Opaschowski, H.**, 1976: Pädagogik der Freizeit. Grundlegung für Wissenschaft und Praxis, Heilbronn
- Opaschowski, H.**, 1982: Freizeit im ökonomischen und sozialen Wandel. In: Wirtschaftskunde, Nr. 6, Hamburg
- Opaschowski, H.**, 1985: Freizeit und Umwelt. In: B.A.T. Freizeit- Forschungsinstitut, Bd. 6, Hamburg
- Opaschowski, H.**, 1986: Freizeit im Grünen, Projektstudie. In: B.A.T. Freizeit-Forschungsinstitut, Hamburg
- Opaschowski, H.**, 1987: Sport in der Freizeit. In: B.A.T. Freizeit-Forschungsinstitut, Bd. 8, Hamburg
- Opaschowski, H.**, 1987: Konsum in der Freizeit. In: B.A.T. Freizeit-Forschungsinstitut, Bd. 7, Hamburg
- Opaschowski, H.**, 1988: Wie leben wir nach dem Jahr 2000? Projektstudie. In: B.A.T. Freizeit-Forschungsinstitut, Hamburg
- Opaschowski, H.**, 1989: Wie arbeiten wir nach dem Jahr 2000 ? In: B.A.T. Freizeit- Forschungsinstitut, Hamburg
- Opaschowski, H.**, 1990: Urlaub 1989/90: Trendwende im Urlaubsverhalten ? Die Grenzen grenzenlosen Reisens, Hamburg
- Opaschowski, H.**, 1990: Herausforderung Freizeit. In: B.A.T. Freizeit-Forschungsinstitut, Bd. 10, Hamburg
- Opaschowski, H.**, 1994: Einführung in die Freizeitwissenschaft, 2. Aufl., Opladen
- Opaschowski, H.**, 1994a: Neue Trends im Freizeitsport. Analysen und Prognosen. In: B.A.T. Freizeit-Forschungsinstitut, Hamburg

**Opaschowski, H.**, 1998: Umwelt, Mobilität und Tourismus. In: B.A.T. Freizeit-Forschungsinstitut, Hamburg

**Otto, V.**, 1977: Weiterbildung im Medienverbund. In: Pädagogische Arbeitsstelle des Deutschen Volkshochschul-Verbandes (Hrsg.): Theorie und Praxis der Erwachsenenbildung: Bildungsfernsehen und Weiterbildung, S. 189-202

**Otto, V.** et al., 1974: Beispiele für Theorie und Praxis von Unterrichtsmedien in der Erwachsenenbildung. In: Pädagogische Arbeitsstelle des Deutschen Volkshochschul-Verbandes. Materialien zur Arbeit mit Medien, Bonn/Frankfurt

**Petzold, B., Schupp, D.**, (Hrsg.), 1984: Naturschutzzentren als Stätten der Umwelterziehung und Bildungsarbeit für Naturschutz, Darstellung und Einstellung verschiedener Konzepte, Hannover

**Pfalzgraff, W.**, 1978: Film und Erwachsenenbildung. In: Wirth, I. (Hrsg.), Handwörterbuch der Erwachsenenbildung, Paderborn, S. 467-472

**Popp, D.**, 1990: Ökomodell Hindelang. BUND Bayern e.V. (Manuskript)

**Prahl, H.-W.**, 1977: Freizeitsoziologie: Entwicklungen - Konzepte - Perspektiven, München

**Projekt Sanfter Tourismus der Naturfreunde Saar** (Hrsg.), 1990: Sanfter Sommer Saar. Bericht über das Modellprojekt "Umweltverträgliches und sozialverantwortliches Reisen in das Saarland 1989", Saarbrücken

**Riedel, W.**, 1989: Probleme gesamtäumlicher Wirkungen von Freizeitaktivitäten. In: ABN (Hrsg.), Freizeit und Umwelt im Konflikt. Jahrbuch für Naturschutz und Landschaftspflege, Bd. 42, Bonn, S. 63-79

**Rochlitz, K.-H.**, 1986: Sanfter Tourismus: Theorie und Praxis, das Beispiel Virgental. In: Arbeitsmaterialien zur Raumordnung und Raumplanung, H. 37, Naturnaher Tourismus im Alpenraum - Möglichkeiten und Grenzen

**Rochlitz, K.-H.**, 1987: Das Virgental in Osttirol - ein Modell für den Sanften Tourismus. In: Studienkreis für Tourismus e.V. (Hrsg.), Tourismus und Umwelt. Bericht über eine Fachtagung des Studienkreises für Tourismus im Rahmen der 21. Internationalen Tourismusbörse in Berlin am 11. März 1987, Starnberg, S. 135-147

**Romeiß-Stracke, F.**, 1985: Andere Rahmenbedingungen - andere Freizeit und Lebensstile, Braunschweig

**Romeiß-Stracke, F., Pürschel, M .B.**, 1986: Freizeitnachfrage - Naturbedürfnis - Siedlungsstruktur. In: Schriftenreihe des Bundesministers für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (Hrsg.), Heft 332, Bonn

- Ruppert, K., Thiel, E.**, (Hrsg.), 1970: Zur Geographie des Freizeitverhaltens. In: Münchner Studien zur Sozial- und Wirtschaftsgeographie, Bd. 6, München
- Ruprecht, H.**, 1977: Bildungsfernsehen und Weiterbildung. In: Pädagogische Arbeitsstelle des Deutschen Volkshochschul-Verbandes (Hrsg.), Theorie und Praxis der Erwachsenenbildung
- Rust, G.**, 1996: Fahrradtourismus an der Mecklenburgischen Seenplatte- Chance für eine nachhaltige Regionalentwicklung mit Tourismus? Trier
- Saarbrücker Zeitung** vom 29.6.1995, Saarbrücken
- Saarbrücker Zeitung** vom 5. 1.1996, "Computer Spezial", Saarbrücken, S. 14
- Saarbrücker Zeitung** vom 13.2.1996, Saarbrücken
- Sächsisches Staatsministerium für Wirtschaft und Arbeit** (Hrsg.), 1993: Touristisches Radfahren in Sachsen. Handlungsleitfaden für die kommunale Praxis, Dresden
- Salzmann, C.**, 1990: Regionales Lernen und Umwelterziehung an Lernstandorten. In: Zeitschrift für Heimat und Kultur Niedersachsen, 31, S. 151-154
- Schäfer, T.**, 1992: Theley. Heimat am Schaumberg, Theley
- Scharpf, H.**, 1989: Freizeitsport in der ökologischen Reformkrise. In: ABN (Hrsg.), Jahrbuch für Naturschutz und Landschaftspflege, Bd. 42, Bonn, S. 120-130
- Scharpf, H.**, 1980: Belastungsprobleme in den Freizeit- und Erholungslandschaften. Ursachen und Ansätze zur Gegensteuerung. In: Landschaftsplanung: belastete Landschaft, verdrängte Natur. Öko-Magazin, Bd. 3, Fellbach, S. 56-84
- Schemel, H.-J.**, 1986: Die Beanspruchung des Naturschutzpotentials durch Sport. Überlegungen zur Quantifizierung und Bewertung sowie zu den Konsequenzen für die Planung. In: Sport und Naturschutz im Konflikt. Jahrbuch für Naturschutz und Landschaftspflege, Bd. 38, Bonn, S. 23-32
- Schemel, H.-J., Scharpf, H., Harfst, W.**, 1987: Touristisch motivierte Landschaftserhaltung - Beispiele und Folgerungen. In: Natur und Landschaft 62, H. 4, S. 139-143
- Schemel, H.-J.**, 1987: Umweltverträgliche Freizeitanlagen. Eine Anleitung zur Prüfung von Projekten des Ski-, Wasser-, und Golfsports aus der Sicht der Umwelt. Bd. 1, Analyse und Bewertung. Umweltbundesamt, (Hrsg.), Berichte 5/87, Berlin
- Schemel, H.-J.**, 1989: Umweltverträglichkeitsprüfung für Sport- und Freizeitanlagen. In: ABN (Hrsg.), Freizeit und Umwelt im Konflikt. Jahrbuch für Naturschutz und Landschaftspflege, Bd. 42, Bonn, S. 131-135
- Schemel, H.-J.**, 1995: Naturparke als Instrument einer nachhaltigen touristischen Entwicklung. In: VDN: die Deutschen Naturparke, Handbuch Teil 2, S. 1-14
- Scheuch, E., Meyersohn, R.**, 1972: Soziologie der Freizeit, Köln

- Schickling, U.**, 1989: Sanft mit kleinen Härten. Eine sozialverträgliche Radtour durch das Saarland. In: Naturfreunde international 13, Nr. 2, Saarbrücken, S. 8-9
- Schmitz-Scherzer, R.**, 1974: Psychologie in der Freizeitforschung. In: Schmitz-Scherzer, R. (Hrsg.), Frankfurt
- Schneider, P.**, 1995: Fahrradtouristen - Eine Zielgruppenanalyse im Hinblick auf die Konzeption von Radwanderführern. Durchgeführt in ausgewählten Radwanderregionen Baden-Württembergs, Trier
- Selg, W.**, 1996: Veränderte Medienwelten - veränderte Lernwelten. In: Deutscher Landkreistag (Hrsg.), 66. Jhg., Bonn, S. 51-53
- SPD-Bundestagsfraktion** (Hrsg.) (o. J.), Dokumentation, Tourismus in Deutschland, Tourismuspolitische Leitlinien der SPD, Bonn
- SPD im Deutschen Bundestag**, 1991: Dokumentation: Fachgespräch Fahrradtourismus, Bonn
- Statistisches Landesamt Saarland** 7/96: Das saarländische Gastgewerbe-Ergebnisse der Handels- und Gaststättenzählung 1993, Saarbrücken, S. 9-15.
- Statistisches Landesamt Saarland** (Hrsg.), 1997, 1998 und 1999: Statistische Berichte Fremdenverkehr Saarbrücken
- Statistisches Landesamt Saarland** (Hrsg.), 1997: Statistische Berichte Bevölkerungsentwicklung im 1. Vierteljahr 1997, Saarbrücken
- Stehr, I., Nahrstedt, W., Beckmann, K.**, 1992: Freizeit-Barometer. Daten - Analyse - Trends für die 90er Jahre, IFKA Schriftenreihe, Bielefeld
- Stehr, I., Fromme, J., Nahrstedt, W.**, (Hrsg.), 1991: Freizeit bildet - bildet Freizeit? Theoretische Grundlagen für eine freizeitorientierte Weiterbildung. Dokumentation der 8. Bielefelder Winterakademie, IFKA Dokumentationen, Bielefeld
- Steil, K.- D.**, 1997: Projektstudium: Urlaubswünsche nachgefragt, Saarbrücken
- Stein, J.**, 1994: Vortrag anlässlich des Symposions "Radverkehrswegweisung in Nordrhein-Westfalen" am 7.9.1994 in Münster
- Steinecke, A.**, 1995: Fahrradtourismus - ein zukunftsträchtiges Marktsegment im internationalen Tourismus. Manuskript anlässlich eines Vortrages während der Tagung "Fahrradtourismus - Baustein eines marktgerechten und umweltverträglichen Tourismus in Rheinland-Pfalz" am 26. Mai 1995 in Saarburg
- Steinecke, A.**, (Hrsg.), 1992: Tourismus - Umwelt - Gesellschaft. Wege zu einem sozial- und umweltverträglichen Reisen. Bielefelder Tourismus-Lektionen, Sommersemester 1988, IFKA Schriftenreihe Bd. 8, Bielefeld
- Steinecke, A.**, (Hrsg.), 1990: Lernen. Auf Reisen? Bildungs- und Lernchancen im Tourismus der 90er Jahre. 2. Bielefelder Tourismus-Lektionen, Sommersemester 1989, IFKA Schriftenreihe Bd. 9, Bielefeld

- Stern Gruner & Jahr AG**, 1987: Lebensziele - Umweltbewußtsein - Urlaubsverhalten. Dialog mit dem nachdenklichen Bürger. Aktuell von STERN-Dialoge 2, Hamburg
- Sternheim, A.**, 1932: Zum Problem der Freizeitgestaltung. In: Zeitschrift für Sozialforschung, S. 336-355
- Storbeck, D.**, (Hrsg.), 1988: Moderner Tourismus. Tendenzen und Aussichten. Materialien zur Fremdenverkehrsgeographie, Heft 17, Trier
- Studer, St.**, 1988: Zukunft am Chasseral, Bern
- Studienkreis für Tourismus e.V.**, (Hrsg.), 1990: Urlaubsreisen 1989. Kurzfassung der Reiseanalyse 1989, Starnberg
- Studienkreis für Tourismus e.V.**(Hrsg.), 1978: Mehr Ferienqualität. Bd.1: Mehr Ferienqualität durch Planung und Koordinierung. Bd. 2: Mehr Ferienqualität durch freizeitpädagogische Angebote, Starnberg
- Then, W.**, 1984: Arbeiten im Schatten der Wirtschaft. In: Blick durch die Welt vom 2. November 1984, S. 4
- Thiele, K.**, 1985: Praktische Möglichkeiten der Besucherlenkung in Schutzgebieten. In: Deutscher Alpenverein e.V. (Hrsg.), Erfahrungen mit dem Betretungsrecht in der freien Landschaft. Tagungsbericht 1985, München, S. 67- 82
- Thiele, K.** et al., 1987: Bildungs- und Informationskonzeption für den Naturpark Bayerischer Wald, 2. Entw., Zwiesel
- Thormählen, C.**, 1978: Freizeit auf dem Lande. Dargestellt am Beispiel von zehn ehemals kleinbäuerlichen Dörfern, Bonn
- Töpfer, K.**, 1988: Naturschutz und Fremdenverkehr - Kontrahenten oder Partner? Rede anlässlich des Besuchs im Naturpark Saar-Hunsrück am 12. September 1988.
- Toffler, A.**, 1980: Die Zukunftschance, München
- Trommer, G.**, 1990: Natur im Kopf - Die Geschichte ökologisch bedeutsamer Naturvorstellungen in deutschen Bildungskonzepten, Weinheim
- Turowski, G., Strassert, G.**, 1972: Ein nutzwertanalytischer Ansatz für die Freizeit- und Fremdenverkehrsplanung. In: Raumforschung und Raumordnung, (Hrsg.), H. 1, Köln, S. 27-31
- Twiehaus, K.**, 1994: Mountainbikefahren und Umwelt im Gebirge - Einflüsse, Schäden und Konflikte. Diplomarbeit an der Uni Hannover
- Uhl, F. X.**, 1988: Die Fremdenverkehrsarbeit im Gebiet "Naturpark Altmühltal". In: Freie Universität Berlin - Institut für Tourismus (Hrsg.). Berichte und Materialien Nr. 4, Berlin, S. 191-199

**Uhl, F. X.**, 1989: Tourismus und Umwelt im Landkreis Eichstätt. Konzept und Umsetzung, Kreis Eichstätt,

**Ulbert, H.-J.**, 1985: Die Freizeitkarte als erholungsorientiertes Kommunikations- und Informationsmittel. In: Materialien zur Fremdenverkehrsgeographie, Trier

**Umwelterklärung von Spitzenverbänden und -organisationen des deutschen Tourismus** mit Unterstützung durch das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit, 1997, Bonn

**UNESCO-Kommission der BRD, Österreichs und der Schweiz** (Hrsg.), 1979: Zwischenstaatliche Konferenz über Umwelterziehung: Schlußbericht und Arbeitsdokumente der von den Vereinten Nationen (UNEP) vom 14.-26.10.1977 in Tiflis veranstalteten Konferenz, München

**Uttitz, P.**, 1985: Freizeitverhalten im Wandel. Deutsche Gesellschaft für Freizeit e.V., H. 62, Düsseldorf

**Venth, O., Freyer, M.**, 1987: Lebensziele - Umweltbewußtsein - Urlaubsverhalten. In: Studienkreis für Tourismus e.V. (Hrsg.), Tourismus und Umwelt. Bericht über eine Fachtagung des Studienkreises für Tourismus e.V. im Rahmen der 21. Internationalen Tourismus-Börse am 11. März 1987 in Berlin, Starnberg

**Verband der Fahrrad- und Motorrad-Industrie** e.V. (VFM), 1997: Medienveranstaltung Zweirad `97. Presseerklärung am 12. März 1997, Köln

**Verband Deutscher Gebirgs- und Wandervereine** e.V. (Hrsg.), 1984: Naturschutz und Tourismus - mit oder gegeneinander? Zusammenfassung der Referate anlässlich des Seminars am 17. November 1984 in Goslar/Harz, Saarbrücken

**Verband Deutscher Naturparke** (Hrsg.). 1984 und 1995: Die deutschen Naturparke - Aufgaben und Ziele, Bispingen

**Verband deutscher Naturparke** (Hrsg.), 1995: Bundeswettbewerb der Naturparke 1995

**Verein Studentische Projekte** e.V., Arbeitsgruppe TOPAS, 1995: Gästestrukturanalyse für den Naturpark Altmühltal. Abschlußbericht, Eichstätt

**Verkehrsgemeinschaft Saar** (VGS), 1992: Mobilität in der Stadt, Saarbrücken

**Vester H.-G.**, 1988: Zeitalter der Freizeit, Darmstadt

**Vliamos, N.**, 1983: Umgestaltung ländlicher Siedlungs- und Baustrukturen im Rahmen des Fremdenverkehrs. Problematik, Planungsmethodik, Projektmanagement, Athen

**Weigand, G.**, 1994: Umwelt und Mountainbiking. Ergebnisse einer Studie. In: Institut für kommunale Wirtschaft und Umweltplanung: Fahrradverkehr und Naturschutz

- Witzel, A.**, 1995: Nachhaltige Regionalentwicklung durch Tourismus - Urlaub auf Öko-Bauern- und Öko-Winzerhöfen in Rheinland-Pfalz. In: Becker (Hrsg.): Ansätze für eine nachhaltige Regionalentwicklung mit Tourismus, Berlin, S. 79-89
- Wöhrstein, Th.**, 1993: Ökologische Auswirkungen des Mountainbike-Sports. Diplomarbeit an der Uni Saarbrücken
- Wöhrstein, Th.**, 1998: Mountainbiking und Umwelt - ökologische Auswirkungen und Nutzungskonflikte, Saarbrücken
- Woike, M.**, 1989: Freizeitaktivitäten in Naturschutzgebieten. Möglichkeiten und Grenzen. In: ABN (Hrsg.), Freizeit und Umwelt im Konflikt. Jahrbuch für Naturschutz und Landschaftspflege, Bd. 42, Bonn, S. 107-119
- Wolf, K., Jurczek, P.**, 1986: Geographie der Freizeit und des Tourismus, Stuttgart
- Wolf, K., Gathof, K.**, 1981: Nutzungsstrukturen in der Naherholung, erläutert am Beispiel Frankfurt-Sossenheim. Die Nutzwertanalyse als sozialgeographisches Bewertungsverfahren zur Bestimmung des Versorgungsgrades des Stadtteils Frankfurt-Sossenheim mit Freizeitinfrastruktur. Materialien 7, Frankfurt
- Wollinsky, M.**, 1995: Pauschale Pedale. In: touristik management 5/95 (Hrsg.), München, S. 24-29
- Zimmer, P.**, 1984: Alternativtourismus - Anspruch und Wirklichkeit. In: Berner Studien zum Fremdenverkehr, Heft 21, Bern
- Zimmermann, F.**, 1982: Naturraum und Fremdenverkehr - Ein Ansatz zum Aufbau eines Fremdenverkehrsinformationssystems auf Gemeindebasis, dargestellt am Beispiel der freizeitrelevanten Umweltfaktoren. In: Klagenfurter Geographische Schriften, S. 161-194
- Zimmers, B.**, 1995: Geschichte und Entwicklung des Tourismus. In: Trierer Tourismus Bibliographien, Band 7, Trier
- Zolles, H.**, 1982: 10 Vorschläge für die Lösung des Zielkonfliktes Umweltschutz und Fremdenverkehr. Thesenpapier, Universität Salzburg, Salzburg



## Anhang 1

**ADAC Saarland**  
Touristik und Freizeit  
Am Staden 3  
6600 Saarbrücken

**Fremdenverkehrsamt  
St. Wendeler Land**  
Verwaltung am Seehafen  
6697 Nohfelden-Bosen

Name
Vorname
Straße
Ort
Einsendeschluß ist der 30. September 1992 Bitte an eine der oben angegebenen Adressen einsenden!

1

Welche Radtouren im Sankt Wendeler Land sind Sie gefahren?

1    2    3    4    5    6

2

Unternehmen Sie in Ihrer Freizeit Radtouren?

viele  
(mehr als 4 Touren im Monat)

ab und zu  
(10 Touren im Monat)

selten  
(1 - 2 Touren im Jahr)

3

Mit wieviel Personen sind Sie gefahren?  
(Bei Kindern bitte das Alter angeben.)

\_\_\_\_\_

4

Welche Zeit haben Sie benötigt?

\_\_\_\_\_

5

Wie schätzen Sie die Touren ein?

leicht                      eher schwierig                      sehr schwierig  
(T.....)                      (T.....)                      (T.....)

6

Hatten Sie Schwierigkeiten mit der Routenbeschreibung?

ja                      nein

(Wenn ja, geben Sie diese bitte auf einem gesonderten Blatt an!)

7

Kann man den Text der Tourenbeschreibung verkürzen?

ja

nein

8

Welche Hinweise müssen unbedingt gegeben werden, damit die Route problemlos abgefahren werden kann?

---

---

9

War die Routenskizze lesbar?

ja

nein

(Wenn nein, dann schreiben Sie bitte Ihre Verbesserungsvorschläge auf ein gesondertes Blatt.)

10

Ist Ihnen Interessantes auf der Strecke aufgefallen, Sehenswürdigkeiten, Kulturelles, Freizeitmöglichkeiten, das in einen "Tourentipp Sehenswürdigkeiten" aufgenommen werden kann?

---

11

Haben Sie interessante Alternativrouten auf Ihrer Tour entdeckt? Welche?

---

12

Haben Sie einen Vorschlag für einen Namen der Tour?

---

13

Mit welchem Fahrrad sind Sie gefahren?

Rennrad

Tourenrad

Mountainbike

14

Besondere Anmerkungen

---

---

## Anhang 2



Radwanderkarte des Sankt Wendeler Landes, Maßstab 1 : 50 000

### Anhang 3



Mountainbikekarte des Sankt Wendeler Landes, Maßstab 1 : 50 000

## Anhang 4

Tourist-Information Sankt Wendeler Land

Am Seehafen

66625 Nohfelden - Bosen

Liebe Gäste, liebe Radfahrfreunde,

die Tourist-Information Sankt Wendeler Land ist stets bemüht, ihr Angebot zu optimieren. Daher überlegen wir zur Zeit, ob die vor 2 Jahren von uns erarbeiteten sieben Radwandertouren im Sankt Wendeler Land **Ihren** Bedürfnissen und Vorstellungen entsprechen. Wir würden uns freuen, wenn Sie mit dazu beitragen würden, das bestehende Konzept noch zu verbessern. Wir möchten Sie daher bitten, folgende Fragen zu beantworten, indem Sie die entsprechenden Antworten ankreuzen.

### 1. Kommen Sie aus

Landkreis St. Wendel

Saarland

Deutschland

(Bundes)Land

### 2. Welcher Altersklasse gehören Sie an?

bis 18 Jahre

bis 30 Jahre

bis 45 Jahre

bis 60 Jahre

älter als 60 Jahre

### 3. Fahren Sie eher

allein

Gruppe (Familie)

Personenzahl

### 4. Wie oft sind Sie mit dem Fahrrad unterwegs?

regelmäßig, zu jeder Jahreszeit

öfters im Sommer (jede Woche einmal)

ab und zu (alle 4 Wochen einmal)

**5. Wie hoch ist ungefähr Ihre Rad-Kilometerleistung pro Jahr?**

- bis 100 km
- bis 300 km
- bis 500 km
- mehr als 500 km

**6. Kennen Sie die Radwanderkarte des Sankt Wendeler Landes?**

ja  nein

**7. Besitzen Sie die Radwanderkarte des Sankt Wendeler Landes?**

ja  nein

**8. Sind Ihnen die Schilder der 7 Radtouren bekannt?**

ja  nein

**9. Welche der sieben Radtouren sind Sie schon gefahren?**

- |                                      |                          |                |                          |
|--------------------------------------|--------------------------|----------------|--------------------------|
| Skulpturentour (R 1)                 | <input type="checkbox"/> | davon mehrmals | <input type="checkbox"/> |
| Rund um Spiemont und Steinberg (R 2) | <input type="checkbox"/> |                | <input type="checkbox"/> |
| Zwei -Seen-Tour (R 3)                | <input type="checkbox"/> |                | <input type="checkbox"/> |
| Rund um St. Wendel (R 4)             | <input type="checkbox"/> |                | <input type="checkbox"/> |
| Panoramatour (R 5)                   | <input type="checkbox"/> |                | <input type="checkbox"/> |
| Rund um den Weiselberg (R 6)         | <input type="checkbox"/> |                | <input type="checkbox"/> |
| Zwischen Ill und Alsbach (R 7)       | <input type="checkbox"/> |                | <input type="checkbox"/> |

**10. Wie hoch ist Ihre durchschnittliche Fahrleistung pro Tour ?**

- bis 10 km
- bis 20 km
- bis 30 km
- mehr als 30 km

**11. Bevor Sie eine Radtour unternehmen, planen Sie diese vorher**

intensiv / im detaillierten Streckenverlauf

grob / ungefähre Richtung

**12. Nach welchen Kriterien wählen Sie in erster Linie Ihre Radstrecke aus?**  
(Mehrere Antworten möglich)

Schwierigkeitsgrad (z.B. Steigungen, Straßenbelag)

Streckenlänge

Sehenswürdigkeiten entlang der Route

sonstige .....

**13. Halten Sie während der Radtour an den in der Radwanderkarte beschriebenen Sehenswürdigkeiten an?**

ja, immer

meistens

gelegentlich

nein, nie

**14. Lesen Sie bei Ihrem Stopp die Erläuterungen auf der Kartenrückseite?**

ja, immer

meistens

gelegentlich

nein, nie

**15. Wie orientieren Sie sich während Ihrer Radtour?**

ausschließlich anhand der Beschilderung

anhand der Karte

anhand der Beschreibung

anhand von Beschilderung, Karte und Beschreibung

**16. Halten Sie die Radkarte für die geeignete Orientierungs- und Informations-  
hilfe?**

ja                       nein

wenn nein, welche Hilfe würden Sie bevorzugen? .....

.....

**17. Ich habe folgende Anregung oder Kritik:**

.....  
.....  
.....

Bitte senden Sie den Fragebogen an die Tourist-Information Sankt Wendeler Land, Am  
Seehafen, 66625 Nohfelden-Bosen.

Für Rückfragen stehen wir Ihnen unter der Telefonnummer: 06852 / 90 11 0 gerne zur  
Verfügung.

Wir danken Ihnen für Ihre Mithilfe!

**Ihre Tourist-Information  
Sankt Wendeler Land**



## Anhang 5

Liebe Gäste, liebe Radfahrfreunde,

die Tourist-Information Sankt Wendeler Land ist stets bemüht, ihr Angebot zu optimieren. So haben wir für Familien mit Kindern zielgruppengerechte Radwege zusammengestellt und in einer Karte veröffentlicht. Für Mountainbiker hat die Tourist-Information neuerdings Rundtouren ausgearbeitet mit Streckenprofilen, die speziell von dieser Zielgruppe gewünscht werden. Wir möchten von Ihnen gerne wissen, ob Sie mit diesen Touren zufrieden sind, ebenso ob Beschilderung und Karte den Anforderungen genügen.

### 1. Kommen Sie aus

Landkreis St. Wendel

Saarland

Deutschland

Bundesland \_\_\_\_\_

Ausland

### 2. Welcher Altersklasse gehören Sie an?

bis 18 Jahre

bis 30 Jahre

bis 45 Jahre

bis 60 Jahre

älter als 60 Jahre

### 3. Fahren Sie eher

allein

Gruppe

Personenzahl

### 4. Wie oft sind Sie mit dem Mountainbike unterwegs?

regelmäßig, zu jeder Jahreszeit

öfters, im Sommer (jede Woche einmal)

ab und zu (alle 4 Wochen einmal)

seltener

**5. Wie hoch ist ungefähr Ihre Kilometerleistung pro Jahr mit dem Fahrrad?**

bis 500 km	<input type="checkbox"/>
bis 1 500 km	<input type="checkbox"/>
bis 3 000 km	<input type="checkbox"/>
mehr als 3 000 km	<input type="checkbox"/>

**6. Welche Bedeutung haben MTB-Touren für Sie (Mehrfachnennungen möglich)**

(Bewertung: 1=sehr große Bedeutung, 2=mittlere Bedeutung, 3=kaum Bedeutung)

	1	2	3
Sport/Fitness	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gesundheit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Spaß haben	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Landschaft/Natur erleben	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kultur/Sehenswürdigkeiten anschauen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gemeinschaftserlebnis	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**7. Welche Wege nutzen Sie insbesondere bei Ihren Mountainbiketouren?**

( nur 1 Antwort)

ausgeschilderte Touren	<input type="checkbox"/>
befestigte Feld- und Wirtschaftswegen	<input type="checkbox"/>
unbefestigte Waldwege	<input type="checkbox"/>
Querfeldeinfahren	<input type="checkbox"/>

**8. Wie orientieren Sie sich während Ihrer MTB-Tour?**

überwiegend an der Beschilderung	<input type="checkbox"/>
der Kartenblattsammlung	<input type="checkbox"/>
der Beschreibung	<input type="checkbox"/>
an Beschilderung, Karte <b>und</b> Beschreibung	<input type="checkbox"/>
kenne die Gegend und brauche keine Orientierungshilfen	<input type="checkbox"/>

**9. Nach welchen Kriterien wählen Sie ihre MTB-Routen aus?**

Streckenlänge	<input type="checkbox"/>
Steigungen	<input type="checkbox"/>
Landschaftserlebnis	<input type="checkbox"/>
sonstige	<input type="checkbox"/>

---

**10. Mit welchem Verkehrsmittel reisen Sie in der Regel für eine MTB-Tour an?**

Bike	<input type="checkbox"/>
Bus/Bahn	<input type="checkbox"/>
PKW	<input type="checkbox"/>

**11. Welche Routen sind Sie schon gefahren und wie bewerten Sie die Touren?**

(Mehrfachnennungen möglich. Bewertung von

1=sehr gut bis 6=ungenügend)

**Bewertung**

MTB 1: "Warm-up-Tour" 18,5 km	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
MTB 2: "Fitness-Tour" 33,0 km	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
MTB 3: "Knochen-Tour" 53,1 km	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
MTB 4: "Profi-Tour" 52,4 km	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
MTB 5: "Eingewöhnungs- tour" 24,5 km	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
MTB 6: "Ausdauer-Tour" 32,0 km	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
MTB 7: "Weltcup-Tour" 27,0 km	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
MTB 8: "Höhen-Tour" 31,0 km	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**12. Was hat Ihnen an den Routen am besten gefallen?**

---

---

**13. Welche negativen Erfahrungen haben Sie bei den MTB-Touren gemacht?**

---

---

---

---

**Wir danken Ihnen für die freundliche Unterstützung!**

Bitte reichen Sie den Fragebogen bei der Tourist-Information St. Wendeler Land, Am Seehafen, 66625 Nohfelden-Bosen, ein.

## **Anhang 6**

### **Gespräche mit Experten (Geführt in der Zeit zwischen 1996 bis 1997)**

Klaus Bouillon, Bürgermeister der Stadt St. Wendel, Organisator verschiedener Sportevents, u.a. MTB Weltcup, MTB Marathon, DM Straßenrennen, EM Duathlon

Fred Kaster und Thomas Wüst, Organisationsteam der Sportevents in St. Wendel

Thomas Froitzheim, Bundesverband ADFC und Redaktionsleiter der Bielefelder Verlagsanstalt

Frank Hofmann, Bundesverband des ADFC

Bernd Zollhöfer, ADFC Saarland

Ernst Miglbauer, ÖAR-Regionalberatung GmbH Oberösterreich

Kerstin Bach, ALPS Mountain-Bike Tours (Radreiseveranstalter)

Hans-Ulrich Behm, ehem. Geschäftsführer der Saarland-Touristik

Prof. Dr. Winfried Pohlmeier, Fakultät für Wirtschaftswissenschaften und Statistik an der Universität Konstanz

Aktive Mitarbeit in der Arbeitsgemeinschaft "Radwegweisung und -tourismus", Ministerium für Umwelt, Energie und Verkehr, Saarbrücken

### **Seminare und Tagungen**

Fachtagung des ADFC Nordrhein-Westfalen "Fahrradtourismus - Marketing und Strategien der Öffentlichkeitsarbeit" vom 13.-14.11.1991 in Bochum

Seminar des DSF (Deutsches Seminar für Fremdenverkehr Berlin) "Von der (Auto-)Ferienstraße zur (Fahrrad-)Touristikroute" vom 12.-14.6.1995 in Würzburg

Tagung des ETI (Europäisches Tourismusinstitut) "Fahrradtourismus - Baustein eines marktgerechten und umweltverträglichen Tourismus in Rheinland-Pfalz" am 26.5.1995 in Saarbürg

## Anhang 7

### Strategienrahmen für eine nachhaltige Regionalentwicklung mit Tourismus

#### **"1. Ökologische Dimension: Erhalten eines Gleichgewichtes bei den erneuerbaren Ressourcen zwischen Abbau und Regenerierungsrate - Reduzieren des Verbrauchs nichterneuerbarer Ressourcen - keine Übernutzung der Assimilationsfähigkeit der Ökosphäre durch Abfallaufkommen und Schadstoffemissionen.**

- Erhalten bzw. Weiterentwicklung der Flächennutzung im Hinblick auf eine vielfältige und harmonische Kulturlandschaft
  - keine Zersiedlung der Landschaft
  - Vielfältige Flächennutzung in der Landschaft
  - Bei Nutzungsänderungen Verbesserung der ökologischen Bilanz anstreben
  - Wenig Flächenversiegelung
  - Förderung regionsspezifischer Bauweisen, wobei auch moderne Materialien und Stilelemente verwendet werden können
  - Nutzung vorhandener Gebäude und Flächenrecycling vor Flächenneuausweisung
  
- Schaffen eines Bewußtseins in der Bevölkerung, den hohen Energieverbrauch bei der Urlaubsreise und bei Fahrten im Urlaubsgebiet (=Suffizienzrevolution zur Selbstbeschränkung der Konsumenten) zu reduzieren
- Ausschöpfen aller Möglichkeiten zur Reduzierung des Energieaufwandes für den touristischen Verkehr (=Effizienzrevolution durch Weiterentwicklung der Technik)
  - Entwickeln von umweltschonenden Verkehrssystemen
  - Förderung von Anreisemöglichkeiten mit dem ÖV und dem Bus
  - Einrichten von ÖPNV-Verbindungen zu den Nachbarorten
  - Erschließen des Umfeldes von Urlaubsorten durch gut ausgebaute Wanderangebote
  - Zulieferungen und Dienstleistungen an die Fremdenverkehrsbetriebe möglichst aus dem Ort und der Region zur Entwicklung kleiner, überschaubarer Kreisläufe
  
- Energieverbrauch in den touristischen Betrieben und Einrichtungen senken, möglichst auf örtlich vorhandene, erneuerbare Energieträger und dezentrale Energieversorgung umstellen (=Effizienzrevolution)

- Möglichst ökologische Bauweise mit einheimischem Baumaterial
- Optimale Isolierung aller Bauten
  
- Schonende Nutzung der Ressource Wasser
  - Wasserverbrauch in den touristischen Betrieben und Einrichtungen so weit wie möglich senken (=Effizienzrevolution) und damit auch Reduzierung des Abwasseraufkommens
  - Reduzieren der Wasserverschmutzung auf das unvermeidliche Maß - Verzicht auf schwer abbaubare Stoffe
  - Keine Absenkung des Grundwasserspiegels, keine verminderte Wasserqualität wegen erhöhtem Verbrauch
  - Dezentrale Abwasserentsorgung - soweit möglich und sinnvoll
  
- Keine dauerhafte Schädigung von Fauna und Flora
  - Vermeiden von Störungen vernetzter Ökosysteme bei der Standortwahl von Freizeiteinrichtungen und bei der Anlage von Wegenetzen
  - Zonierung in schutzbedürftigen Gebieten
  - Verbesserte Information über ökologische Zusammenhänge
  
- Reduzieren von Abfallaufkommen und Schadstoffemissionen beim touristischen Angebot
  - Reduzieren von Abfallprodukten bei Serviceleistungen
  - Verwendung von wiederverwertbaren Materialien z.B. für Verpackung, Ausstattung von Einrichtungen und Anlagen
  - Bei unvermeidbaren Schadstoffemissionen darf die Assimilationsfähigkeit von Boden, Wasser, Luft, Fauna und Flora nicht überschritten werden (=entscheidender Engpaßfaktor)
  
- Verstärkte Öffentlichkeitsarbeit für ein umweltgerechtes Verhalten

## **2. Ökonomische Dimension: Stabile wirtschaftliche Entwicklung**

- Zielgerichtete Weiterentwicklung des Tourismus - insbesondere in qualitativer Hinsicht
- Anstreben eines möglichst hohen Anteils der regionalen Wertschöpfung an den touristischen Umsätzen

- Offener Handlungsrahmen für unterschiedliche Entwicklungspfade im Tourismus auf lokaler und regionaler Ebene
- Fördern von langfristig ausgerichteten, zukunftssträchtigen Entwicklungsprojekten und Angeboten im Bereich des Fremdenverkehrs
  - Schaffen von attraktiven, vielfältigen und zu Aktivitäten anregenden Angeboten
  - Nutzung des endogenen Potentials
  - Vernetzung mit Angeboten der Nachbarorte
- Sichern eines vielfältigen Arbeitsmarktes
  - Ausgewogenes Verhältnis touristische - nichttouristische Arbeitsplätze
  - Stimulierung möglichst dauerhafter Vollzeit-, Teilzeit- und Saisonarbeitsplätze entsprechend der Nachfrage der lokalen Erwerbstätigen
  - Förderung selbständiger Existenzen
  - Schaffen zukunftsorientierter Ausbildungsangebote
- Sichern eines ausgewogenen Verhältnisses zwischen Tourismus und anderen Wirtschaftssektoren
- Schaffen eines ausgewogenen Verhältnisses hinsichtlich Betriebsgrößen bei den Anbietern
  - Besondere Förderung von Klein- und Mittelbetrieben sowie Existenzgründern
- Vermeiden einer örtlichen und regionalen Gesamtentwicklung auf der Basis von staatlichen Dauersubventionen
- Sichern der Verträglichkeit mit anderen Funktionen, wenn diese bereits im Sinne der Nachhaltigkeit gestaltet sind

### **3. Soziale Dimension: Gerechte Verteilung der Lebenschancen zwischen den Generationen am Ort und in der Region**

- Den kommenden Generationen Entwicklungsperspektiven und Lebenschancen offen lassen
  - Planerische Entscheidungsmöglichkeiten für die Zukunft offenhalten
  - Rückbaumöglichkeiten beachten



- Partizipation breiter Schichten der einheimischen Bevölkerung an touristischen Entscheidungsprozessen - auch an der Entwicklung entsprechender Leitbilder und Planungen
- Partizipation breiter Schichten der einheimischen Bevölkerung an den Wohlfahrtswirkungen durch Tourismus
- Erhaltung und Förderung der kulturellen Eigenständigkeit
  - Bewahren überkommener Elemente der Regionalkultur
  - Behutsame Nutzung des baulichen kulturellen Erbes
  - Höhere Anforderungen an die architektonische Gestaltung
  
- Regionalbewußtsein und Engagement der Bevölkerung mobilisieren
- Einbinden der Tourismusentwicklung in die allgemeinen und fachplanerischen lokalen und regionalen Entwicklungskonzeptionen".

(Becker, 1995, S. 26 ff).

## **Anhang 8**

### **Entwicklung der Radsportveranstaltungen in der Kreisstadt St. Wendel**

Mitte der 80er Jahre:

"Cityrennen" mit schnellem Rundkurs durch die Innenstadt und Querfeldeinrennen

1991:

Süddeutsche Straßenmeisterschaft für Jugend und Junioren

1993:

Deutsche Meisterschaft Mountainbike

Deutschlandcup Duathlon

1994:

Erster Mountainbike Marathon Deutschland

Finale des Grundig Top Ten-Cup

Deutsche Meisterschaft Straße für Jugend und Junioren

Deutschlandcup Duathlon

Deutsche Meisterschaft Duathlon

1995:

Deutsche Meisterschaft Straße für Profis und Amateure

Deutsche Meisterschaft Duathlon

1996:

Weltcup Cross Country

3. Internationale St. Wendeler MTB-Marathon in der Serie der Euro Bike Extremes

1997:

Weltcup Cross Country

Powerman Duathlon der World Championship

Internationaler St. Wendeler Mountainbike Marathon als Finale der Euro Bike Extremes

1998:

Weltcup Mountainbike

Powerman Duathlon

Weltmeisterschaft Duathlon

Internationaler St. Wendeler Mountainbike Marathon

1999:

Weltcup Mountainbike

Deutsche Meisterschaften im Straßenrennen Damen und Herren

Internationaler St. Wendeler Mountainbike Marathon

2000:

Weltcup Mountainbike

Internationaler St. Wendeler Mountainbike Marathon

# LEBENS LAUF

## PERSÖNLICHE DATEN

Name	Martina Scheer, geb. Schäfer
geboren am	16.10.1956 in Eisweiler
Nationalität	Deutsch
Familienstand	Verheiratet, 1 Kind

## BERUFSBILDUNG

1963 - 1967	Grundschule Hofeld
1967 - 1970	Kreis-Realschule St. Wendel
1970 - 1976	Gymnasium Neunkirchen, Abschluß: Abitur
1976 - 1981	Studium der Geographie an der Universität des Saarlandes, Abschluß: Diplom

## BERUFLICHER WERDEGANG

1981 - 1982	Befristetes Arbeitsverhältnis beim Deutschen Wetterdienst in Saarbrücken-Ensheim
1983 - 1984	Mitarbeiterin beim Fremdenverkehrsinstitut (IREG) an der Europäischen Akademie Otzenhausen
1985 - 1988	Leiterin des Fremdenverkehrsamtes der Gemeinde Tholey
1989 - 1991	Kreisverwaltung Birkenfeld und kommissarische Leiterin der Naheland-Touristik GmbH
1991 - heute	Leiterin der Tourist-Information Sankt Wendeler Land mit Sitz im Freizeitzentrum Bostalsee

## **Abstrakt**

Scheer Martina

### **Fahrradtourismus im Sankt Wendeler Land**

*Planung, Umsetzung, Akzeptanz eines naturnahen touristischen Angebotes im Naturpark Saar-Hunsrück unter besonderer Berücksichtigung eines veränderten Freizeit- und Informationsverhaltens der Bevölkerung.*

Fachbereich VI (Geografie/Geowissenschaften)  
Dissertation, 2001

Die Zunahme der Freizeit im Laufe des letzten Jahrhunderts und die seit den 60er Jahren gestiegene Mobilität haben eine verstärkte Reisetätigkeit und ein wachsendes Bedürfnis nach Erholung in natürlicher Umgebung ausgelöst. Diese Freizeitbedürfnisse werden politisch als elementarer Bestandteil menschlichen Daseins akzeptiert und sind im Funktionsspektrum eines Naturparks neben dem Naturschutz gesetzlich verankert. Um einen langfristigen Schutz der Umwelt zu bewirken, soll der Mensch neueren pädagogischen Grundsätzen folgend durch attraktive Angebote an die Umwelt herangeführt und sensibilisiert werden. Am Beispiel des fahrradtouristischen Konzeptes im Naturpark Saar-Hunsrück, das die Prinzipien der Nachhaltigkeit berücksichtigt, wurden mit Spezifizierung auf das Sankt Wendeler Land gezielt Sehenswürdigkeiten und kulturhistorische Besonderheiten in das Radnetz einbezogen. Thema einer Befragung waren Akzeptanz und Lernbereitschaft während dieser Freizeitbeschäftigung. Die Nutzung unterschiedlicher Kommunikationsmedien lieferte praxisbezogene Ergebnisse zu technischen und organisatorischen Streckenvariationen, die eine erhöhte Effektivität in der Wahrnehmung bedingen. Eine Analyse von Mountainbikern sollte die Frage klären, ob sich auch diese Sportart in die Angebotspalette eines Naturparks eingliedert und damit einen Beitrag zur Umweltsensibilisierung leisten kann.

Abstract

Scheer Martina

### **Bicycle tourism in the Sankt Wendeler Land**

Planning, Realization, Accepting of a close-to-nature touristic supply in the nature resort Saar-Hunsrück with special emphasis on the changed public behaviour concery leisure and information

The increase in recreational leisure during the last century and the increase in the individual mobility since the sixties have induced growing travel activities as well as a growing demand for recreation in a natural environment. Politically the demand for recreational leisure is regarded as a fundamental part of human life and is legally embedded as inherent goal of nature resorts besides nature conservation. Following new pedagogic principles man should get familiar with the environment in order protect nature in the long-run. Taking the bicycle concept of the nature resort Saar-Hunsrück with special emphasis on the St. Wendel country as an example the bicycle tourism which fulfils the principles of sustainability is analysed with regard to the acceptance by the tourists. Scenic and historical attractions of the area are deliberately taken into account in the design of the bicycle routes. By analysing the results of a survey it is the objective to work out applicable results for the design of routes and systems of orientation. Moreover it is the objective of a special survey on mountain bikers to answer the question on how this extreme type of biking could be incorporated in the supply of recreational activities of the nature resort and whether it can contribute to a growing environmental sensitivity.