

Freizeitgesellschaft zwischen Umwelt, Spaß und Märkten



Liebe Spenderinnen, liebe Spender,

ohne die Zuwendungen seiner Mitglieder und Freunde wäre das Öko-Institut e.V. nicht in der Lage, immer wieder innovative Themen aufzugreifen und sich – wie mit dem vorliegenden Buch, dem Ergebnis des Spendenprojekts 2000 – in die umweltpolitische Diskussion um aktuelle gesellschaftliche Prozesse einzumischen.

Ihre Spende hat dieses Projekt ermöglicht – dafür danken wir Ihnen herzlich!

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'U. Ilgemann', with a long horizontal flourish extending to the right.

Uwe Ilgemann, Geschäftsführer

Freiburg, im April 2002

Impressum

Konzeption und Redaktion:
Christine Henseling, Ilka Buchmann, Dr. Volker Strubel

Lektorat:
Anne Wilcken

Gestaltung:
Hannes Osterrieder

Satz:
Boris Pfetzing

Druck:
Meisterdruck GmbH

Herausgeber:
Öko-Institut e.V.
Institut für angewandte Ökologie
Geschäftsstelle Freiburg
Postfach 6226
79038 Freiburg

Die Deutsche Bibliothek – CIP Einheitsaufnahme
Der Titeldatensatz für diese Publikation ist bei
Der Deutschen Bibliothek erhältlich

ISBN 3-934490-16-6

Inhalt

Zum Geleit	5
Dr. Elke Leonhard, MdB	
1 Fun Goes Green – Diagnose und Empfehlungen für eine umweltgerechte Freizeitgestaltung	7
Christine Henseling, Ilka Buchmann, Dr. Volker Strubel	
2 Natur im Freizeitstress – eine ökologische Herausforderung	19
Univ.-Prof. Dr. Horst W. Opaschowski	
3 Der Feldberg zwischen Freizeitstress und Naturschutz – mit Schneekanonen auf Auerhühner?	33
Dr. Stefan Büchner	
4 Umweltauswirkungen und Optimierungspotenziale von Freizeit- und Erlebnisparks	55
Christian Hochfeld, Dr. Volker Strubel, Kirsten Havers	
5 Go for Green Gold – Ziele und Wege für die nachhaltige Gestaltung von Sportgroßveranstaltungen	73
Dr. Hartmut Stahl, Christian Hochfeld	
6 Freizeitveranstaltungen und rechtliche Aspekte des Lärmschutzes	87
Andreas Hermann	
7 Senioren: die neue Anspruchsrevolution im Freizeitbereich	101
Christine Henseling	
8 Freizeitverkehr	115
Willi Loose	
9 Last Minute für den Umweltschutz – Perspektiven für die Zukunft des Reisens	137
Martin Schmied, Christine Persitzky	
10 Wirtschaftsfaktor Freizeitindustrie	157
Sigurd Agricola	
Autorenverzeichnis	188

Zum Geleit

Die Herausgeber des Buches „Freizeitgesellschaft zwischen Umwelt, Spaß und Märkten“ treffen mit der Fokussierung Ökologie und Freizeit ins Schwarze. Das Jahr 2002 wurde von den Vereinten Nationen zum internationalen Jahr des Öko-Tourismus erklärt. Im Sinne nachhaltiger Entwicklungen sollen sich Maßnahmen anschließen, die der Förderung des Umweltschutzes auf allen Gebieten gelten. Nicht nur die Vereinten Nationen, auch die Bundesregierung leistet durch ihre Initiative für das Konzept der Umweltmarke „Viabono“ einen wichtigen Beitrag für den Tourismus in Deutschland. Ein Mehr an Qualität, Erlebnis und Genuss sind dabei die Ziele.

Durch den Zusammenschluss von Umwelt-, Verbraucher und Tourismusverbänden wird die ökologisch orientierte Freizeitgestaltung effizient verbessert! Neben überzeugenden Konzepten muss eine tief greifende Aufklärung den notwendigen Bewusstseinswandel flankieren. Vor allem dort, wo Freizeit zur Massenveranstaltung wird, durch Freizeitparks und Shoppingcenter, Openair-Events oder große Wintersportzentren, entsteht ein erheblicher „Freizeit-Druck“ auf die Umwelt. Die Umkehr erfordert Bewusstsein und Umdenken.

Freizeit und Umwelt gehören zusammen. Ob wir arbeiten oder die von dieser Tätigkeit scheinbar abgegrenzten zeitlichen Freiräume als „freie Zeit“ nutzen – stets ist es der Umgang mit den Ressourcen, der über die jetzigen und künftigen Lebensgrundlagen entscheidet.

Intakte Landschaften, verknüpft mit biologischer und kultureller Vielfalt, sind als notwendige Grundlagen zu betrachten. Von daher schließen sich ökologisches und wirtschaftliches Denken nicht von vornherein aus. Gerade für strukturschwache Länder und Regionen öffnen sich durch eine naturbelassene Umwelt neue Perspektiven und Chancen. Der Wirtschaftsfaktor „Natur“ wird noch vielfach unterschätzt.

Die Verantwortung für nachfolgende Generationen zwingt uns zu einem nachhaltigen Umgang mit der Natur, auch in unserer Freizeit, und zu Solidarisierung mit jenen Menschen, Gruppierungen und Ländern, die diese Gedanken teilen. Die Zahlen nehmen täglich zu.

Dr. Elke Leonhard, MdB

1

**Fun Goes Green –
Diagnose und
Empfehlungen für
eine umweltgerechte
Freizeitgestaltung**



Seit einigen Jahren ist in Deutschland ein gesellschaftlicher Wandel zu beobachten: die Verschiebung von der Industriegesellschaft zur Freizeit- und Erlebnisgesellschaft.

Branchen mit hoher Umweltintensität wie die Chemieindustrie oder die Automobilindustrie stehen schon seit langem im Fokus von Umweltbewegung und Umweltforschung. Die Freizeitindustrie dagegen wurde hinsichtlich ihrer Umweltsignifikanz seitens der Öffentlichkeit bisher kaum wahrgenommen. Durch die Entwicklung zur Freizeit- und Erlebnisgesellschaft haben aber die mit Freizeitaktivitäten verbundenen Umweltauswirkungen ein erhebliches Gewicht bekommen, sodass der Freizeitbereich die Umweltauswirkungen einiger Industriebranchen deutlich übersteigt.

Der Anteil der Freizeit an der Lebenszeit eines Menschen ist heute wesentlich höher als in vergangenen Jahren. Durch eine Verringerung der Arbeitszeit bei breiten Bevölkerungsschichten steht dem Einzelnen vermehrt freie Zeit zur Verfügung. Auch gewinnt – durch eine gestiegene Lebenserwartung – die Lebensphase des Ruhestands zunehmend größere Bedeutung in der Biografie eines Menschen und damit die „freie“ Zeit nach der Erwerbsphase. Gleichzeitig ermöglicht ein höheres durchschnittliches Pro-Kopf-Einkommen eine aktivere Freizeitgestaltung als in früheren Jahren.

Die Zunahme von Freizeitaktivitäten ist an eine stärkere Kommerzialisierung der Freizeit gekoppelt. In den letzten Jahrzehnten ist ein ungebremsster Boom der Freizeitindustrie festzustellen. Allein im Jahr 2000 stiegen die Freizeitumsätze in Deutschland um 7% im Vergleich zum Vorjahr auf ca. 500 Milliarden DM an. Hervorgerufen wird dieser Trend u.a. durch eine zunehmende Professionalisierung im Freizeitbereich. Bei der Freizeitgestaltung spielen professionell gestaltete Angebote eine immer größere Rolle. Neben der Fahrradtour auf eigene Faust lockt nun der professionell organisierte Mountainbike-Marathon. Auch der Trend zur Konzentration von Freizeitangeboten (z.B. in Freizeitparks oder Shoppingcentern) und zur Schaffung von immer neuen (Zusatz-)Angeboten trägt zum Wachstum der Freizeitwirtschaft bei.

Umweltauswirkungen des Freizeitbereichs Der Konsum von Produkten und Dienstleistungen ist heute in erheblichem Maß vom Verhalten in der Freizeit geprägt. Das Aufkommen neuer Fun-Sportarten (wie Snowboard oder Mountainbiking), die verstärkte Ausrichtung von Kulturveranstaltungen als Mega-Events (wie Großkonzerte, Openairkonzerte, Streetparades), die Errichtung von Erlebnis-Shoppingcentern und High-techparks, Computerspiele und Internet setzen erhebliche Stoffströme in Bewegung. Hinzu kommt, dass die Freizeitgesellschaft eng mit dem Autoverkehr verknüpft ist, was erheblich zur Umweltbelastung beiträgt.

Etwa ein Viertel der Konsumausgaben kann dem Freizeitsektor zugerechnet werden (siehe hierzu Agricola, Kapitel 10). Neuesten Einschätzungen zufolge stehen Tourismus und Erholung nach Landwirtschaft und Forstwirtschaft/Jagd an dritter Stelle der Verursacher des heute zu beobachtenden Artenrückgangs (siehe Büchner, Kapitel 3). Gleichzeitig stellt die Thematisierung von Umweltauswirkungen in der Freizeit eine große Herausforderung dar. Freizeit als Zeit für Erholung, Spaß und Geselligkeit erfüllt wichtige soziale Funktionen. Einerseits bestehen also hohe soziale Ansprüche an Freizeit und Erholung, auf der anderen Seite steht die Gefährdung von Natur und Umwelt durch Freizeitaktivitäten, durch Lärm, Rohstoffverbrauch, Emissionen etc. Hier Lösungen zu finden und Konzepte anzubieten stellt eine erhebliche Herausforderung dar. Das vorliegende Buch will hierzu einen Beitrag leisten, indem es Konfliktfelder zwischen Freizeit und Umwelt beschreibt und Handlungsmöglichkeiten aufzeigt.

Umweltauswirkungen, die im Freizeitbereich entstehen, sind beispielweise:

- Energie- und Wasserverbräuche durch Freizeitparks und Badelandschaften
- Flächenverbrauch durch Sporthallen, Freizeit- und Erlebnisparks
- Lärmbelastung durch Freizeitveranstaltungen
- Beeinträchtigung von sensiblen Naturräumen durch Errichtung von Infrastruktur (wie Skilifte, Anfahrtsstraßen oder Parkplätze)
- Umweltbelastungen (Kohlendioxid-Emissionen, Energieverbrauch, Lärm- und Bodenbelastung) durch Freizeitverkehr

Allerdings können die Umweltbelastungen im Freizeitsektor nicht pauschal bewertet, sondern müssen – je nach Bereich – differenziert betrachtet werden. Unterschiedliche Freizeitbereiche adressieren unterschiedliche Umweltproblemfelder. Einige Beispiele seien hier genannt:

Sport und in der Natur verbrachte Freizeit gehören nach wie vor zu den beliebtesten Freizeitaktivitäten. Hier kann es – vor allem in Gebieten mit großem Besucherandrang – zu einer erheblichen Beeinträchtigung von sensiblen Naturräumen kommen. Es entsteht eine paradoxe Situation: Freizeit ist angewiesen auf eine intakte Natur – gleichzeitig werden Natur und Landschaft durch die Freizeitaktivitäten bedroht. Ein Beispiel hierfür sind Sportgebiete, in denen häufig die Interessen von Saisonsportlern und Naturschutz aufeinander prallen. Wenn sich Snowboarder oder Mountainbiker abseits der angelegten Wege und Pisten in die „unberührte Natur“ begeben, mag das das Freizeiterleben steigern, sie stören damit aber die Rückzugsräume für Tiere und Pflanzen. Auch der Bau der benötigten Infrastruktur (Straßen, Skilifte, Servicestationen etc.) stellt für Natur und Umwelt eine Belastung dar.

Ein Konfliktfeld ganz anderer Art bilden die Großveranstaltungen. Spätestens seit den Berichterstattungen über die Loveparade in Berlin geraten Großveranstaltungen in Hinblick auf ihre Umweltauswirkungen ins Visier der Öffentlichkeit. In die Landschaft geworfene Abfälle, überfüllte Parkplätze, niedergetrampelte Parks und zugeparkte Straßen, Staumeldungen auf Zufahrtswegen sowie Großbaustellen und Konflikte in Naturschutzgebieten verdeutlichen die negativen Umweltauswirkungen von Großveranstaltungen.

Großen Aufschwung erleben seit einigen Jahren die Freizeit-, Unterhaltungs- und Erlebniszentren. Dazu gehören u.a. Freizeit- und Erlebnisparks, Multiplexkinos, Fun-Bäder, Brand-Parcs, Indoor-Skihallen und Urban-Entertainment-Center. Hier ergeben sich Probleme für die Umwelt durch den Bau und Betrieb der Anlagen (Flächenverbrauch, Energie- und Wasserverbrauch, Abfälle, Ausstoß von Klimagasen und Luftschadstoffen) und durch die induzierten Verkehrsströme, vor allem durch die Besucher der Anlagen.

Allen Freizeitaktivitäten, die außer Haus stattfinden, ist gemein, dass sie wesentlich zum motorisierten Individualverkehr beitragen. Über ein Drittel des gesamten Verkehrsaufwands ist auf den Freizeitverkehr zurückzuführen. Für die Umwelt besonders problematisch ist dabei der hohe Anteil, den Auto und Motorrad bei Freizeitfahrten einnehmen.

Im dem vorliegenden Buch werden unterschiedliche Aspekte des Themenfeldes Freizeit und Umwelt beleuchtet und Handlungsmöglichkeiten aufgezeigt, wobei der Fokus auf die Freizeit außer Haus gerichtet ist. Das Handlungsfeld Freizeit ist breit gefächert. Es umfasst eine große Anzahl von Branchen, Akteuren und Aktivitäten sowie vielfältige Konfliktfelder, die sich beim Aufeinanderprallen von divergierenden Interessen ergeben.

Die Autoren nähern sich dem Thema von verschiedenen Seiten: Neben wissenschaftlichen Untersuchungen und der Darstellung juristischer Grundlagen steht die Entwicklung von Handlungsoptionen im Vordergrund. Dabei soll es nicht darum gehen, Freizeitaktivitäten in Misskredit zu bringen, den moralischen Zeigefinger zu erheben und die Ökologie die „große Spielverderberin“ sein zu lassen. Es geht vielmehr darum, Konzepte für eine Freizeitgestaltung zu entwickeln, die den Wünschen nach Erholung, Abwechslung und Erlebnis Rechnung tragen und gleichzeitig die Belange der Umwelt berücksichtigen.

Im zweiten Kapitel spannt Prof. Horst W. Opaschowski den Bogen zum Thema Freizeit und Umwelt. Er stellt die Frage nach der Bedeutung von Natur für die Freizeit und nach unserem Umgang mit Natur. Er weist auf eine paradoxe Situation hin: Freizeit braucht und nutzt die Natur und be-

droht sie zugleich. Er stellt Handlungsansätze vor, um diesem Dilemma zu begegnen und es zu überwinden.

Der Wirtschaftsfaktor Freizeitindustrie wird in Kapitel 10 von Sigurd Agricola umfassend dargestellt. Agricola beleuchtet die Bedeutung des Freizeitmarkts insgesamt sowie einzelner ausgewählter Felder der Freizeitwirtschaft (Outdoor-Tätigkeiten, Events, Freizeitgroßeinrichtungen und Freizeitmobilität) und geht auf die Fragen ein, welche Hemmnisse oder Chancen für eine nachhaltige Gestaltung von Freizeit bestehen.

Wichtige Zielgruppe für die Freizeitwirtschaft ist zunächst die junge Generation. In Zukunft wird aber auch die Bedeutung der älteren Generation als Zielgruppe für den Freizeitbereich zunehmen. Bei der Förderung umweltgerechten Freizeitverhaltens sollte daher dieser Bevölkerungsgruppe besondere Beachtung geschenkt werden. Mit dem Freizeitverhalten sowie den Freizeittrends in dieser neuen wichtigen Zielgruppe befasst sich Christine Henseling in Kapitel 7.

Mit den Konfliktlinien zwischen Freizeitsport und Naturschutz beschäftigt sich Dr. Stefan Büchner in Kapitel 3. Am Beispiel des Feldbergs im Schwarzwald zeigt er die Bedrohung und die Probleme auf, die eine verstärkte Freizeitnutzung dieser Landschaft – v.a. durch Ski- und Snowboardfahren, Mountainbiking oder Wandern – für die Tier- und Pflanzenwelt mit sich bringt. Büchner gibt Anregungen, wie ein Nebeneinander von Naturschutz und Naturnutzung in freizeitlich stark genutzten Gebieten besser gestaltet werden kann.

Die wachsende Erlebnisorientierung der deutschen Bevölkerung hat in den vergangenen Jahren zur Errichtung einer Vielzahl von Erlebniswelten geführt: In künstlich gekühlten Skihallen im Ruhrgebiet kann man nun auch im Sommer Ski- und Snowboard fahren, ohne um die halbe Erdkugel reisen zu müssen. „Erlebniswelten“ in Gestalt von Freizeitparks werden immer beliebter. In Kapitel 4 nehmen Christian Hochfeld, Dr. Volker Strubel und Kirsten Havers die Umweltauswirkungen von Freizeitparks ins Visier und zeigen Optimierungspotenziale auf. Die Autoren gehen auf die wichtigsten Umweltauswirkungen ein (Zersiedlung der Landschaft, Flächenverbrauch, Ressourcenverbrauch, Abfallproblematik sowie Ausstoß von Klimagasen und Luftschadstoffen) und suchen nach Handlungsansätzen für eine umweltgerechtere Gestaltung der Freizeitparks.

Dr. Hartmut Stahl und Christian Hochfeld zeigen in Kapitel 5 Wege zu nachhaltigeren Sportgroßveranstaltungen auf. Anhand der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 und anderer Beispiele werden Ansatzpunkte und Konzepte für eine nachhaltige Gestaltung der Spiele vorgestellt, nach dem Motto: mit dem Brennstoffzellen-Bus zum Fußballstadion. Durch rechtzei-

tige Weichenstellung bieten sich Möglichkeiten, bereits in der Planungsphase und fortlaufend in der Ausrichtung von Großveranstaltungen darauf hinzuwirken, dass Umweltbelastungen reduziert und – teilweise – sogar vermieden werden können.

Mit einem speziellen, aber großen Umweltproblem bei Freizeitveranstaltungen – der Lärmbelastung – beschäftigt sich Andreas Hermann in Kapitel 6. Hermann beleuchtet die rechtlichen Aspekte des Lärmschutzes und geht der Frage nach, wie Behörden durch ein verbessertes Lärmmanagement dazu beitragen können, die Lärmbelastungen für Anwohner und Teilnehmer zu senken.

Einer der wesentlichen Verursacher von Umweltbelastungen ist der Freizeitverkehr. In Kapitel 8 stellt Willi Loose die Ergebnisse einer Untersuchung vor, in der unterschiedliche Mobilitätstypen ermittelt und im Hinblick auf die Umweltrelevanz ihres Verkehrsverhaltens in der Freizeit untersucht wurden. Er geht weiterhin der Frage nach, mit welchen (zielgruppenspezifischen) Maßnahmen eine Minderung der Belastung im Freizeitverkehr erreicht werden kann.

Kapitel 9 behandelt einen Bereich, der nicht im eigentlichen Sinne zum Freizeitsektor gehört, aber unmittelbar an ihn angrenzt: den Tourismus. Neben der wirtschaftlichen und soziokulturellen Bedeutung rücken seit einigen Jahren die Umweltbelastungen des Tourismus als negative Kehrseite ins gesellschaftliche Blickfeld. Martin Schmied und Christine Persitzky stellen die Ergebnisse eines Forschungsprojekts vor, in dem die durch private Reisen der Deutschen verursachten ökologischen Folgen analysiert wurden. Die Analyse des Status quo wird ergänzt um Betrachtungen zur zukünftigen Entwicklung der Umweltbelastungen durch den Tourismus.

Den Herausgebern ist bewusst, dass die Problemfelder von den verschiedenen Autoren zum Teil unterschiedlich bewertet werden. Sie halten es für wichtig, diese unterschiedlichen Einschätzungen darzustellen, da es in einem so komplexen Themenfeld einen „Königsweg“ nicht geben kann. Der Weg zu einer nachhaltigen Freizeitgesellschaft führt über eine Vielzahl von differenzierten Lösungsansätzen.

Handlungsansätze für eine umweltgerechte Freizeitgestaltung – Schlussfolgerungen und Empfehlungen Freizeitsuchende wie Freizeitanbieter stehen im Spannungsfeld zwischen Ökologie, Spaß und Märkten. Dies zeigen die in diesem Buch versammelten Fachbeiträge in unterschiedlichen Facetten. Gleichzeitig wird auch deutlich, dass es eine pauschale Lösung für die anstehenden Probleme nicht geben kann. Hierzu sind die Aktivitäten, die wirtschaftlichen Voraussetzungen und die

ökologischen Folgen zu verschiedenartig. Die Gruppe der Freizeitsuchenden ist groß und heterogen, sodass Einheitslösungen auch aus diesem Grund wenig Erfolg versprechend sind. Dennoch können aus den verschiedenen Beiträgen Lösungsansätze und Handlungsoptionen aufgezeigt werden.

Für den Freizeitmarkt bedeutet der gesellschaftliche Wandel der letzten Jahrzehnte eine große Herausforderung. Freizeit ist zum Wirtschaftsfaktor geworden: Freizeit ist Zeit für Konsum und ist Anstoß für wirtschaftliche Tätigkeit. Die Freizeitwirtschaft steht dabei, so nennt es Agricola, in einem „Interessenkonflikt“: Sie benötigt die intakte Umwelt als Rahmenbedingung und Verkaufsargument, zugleich aber frisst sie Flächen und belastet die Umwelt erheblich. Hier sind nachhaltige Ökologierungsstrategien notwendig. Den höchsten Erfolg versprechen dabei diejenigen Maßnahmen, die auf ein Miteinander von Umweltschutz und Spaß in der Freizeit setzen.

Der erste Schritt hin zu einer umweltgerechten Freizeitgestaltung sollte – aus Sicht der Herausgeber – eine systematische wissenschaftliche Analyse der unterschiedlichen Aktivitäten und deren ökologischer Relevanz sein. Auf diese Weise können jene Bereiche ermittelt werden, bei denen ein besonders großes Optimierungspotenzial besteht. Hier sind zum einen Ökobilanzen und Stoffstromanalysen erforderlich, um die Umweltauswirkungen einzelner Freizeitbereiche besser abschätzen zu können. Zum anderen sind Akteurs- und Institutionenanalysen notwendig, um sich die Rolle und den Einfluss der einzelnen Akteure zu verdeutlichen und Ansatzpunkte für Ökologierungsstrategien zu identifizieren. Zu nennen sind hier vor allem auch Sozial- und Konsumforschung, um die Bedürfnisse und Motive der Freizeitsuchenden besser zu verstehen.

Wie die Beiträge in diesem Buch verdeutlichen, können folgende wichtige Instrumente und Maßnahmen für eine Verbesserung des Umweltschutzes im Freizeitsektor identifiziert werden:

Maßnahmen zum Schutz von Natur und Umwelt müssen attraktiv gestaltet werden und für die Freizeitsuchenden nachvollziehbar sein. Es muss deutlich gemacht werden, dass es nicht darum geht, Freizeitaktivitäten zu unterbinden, sondern darum, Konzepte für eine Freizeitgestaltung zu finden, die die Grenzen von Natur und Umwelt wahren. Ein Beispiel hierfür ist das Konzept, das am Feldberg im Schwarzwald verfolgt wird, um eine Lösung für den Konflikt zwischen Freizeitsport und Naturschutz zu finden (siehe Büchner, Kapitel 3). Hier wird nach dem Grundsatz vorgegangen: „Der Naturschutz heißt die Menschen willkommen“. Anstatt nach dem „Käseglocken-Prinzip“ den Menschen aus dem Naturschutzgebiet auszusperrern wird hier ein Nebeneinander von Freizeitsport und

Naturschutz versucht. Statt Verbotsschildern steht der Naturerlebnis-Charakter im Vordergrund. Mithilfe eines Besucherzentrums, ansprechenden Informationstafeln und geführten Wanderungen wird um mehr Akzeptanz von Naturschutzmaßnahmen geworben.

Nebeneinander von Freizeit- und Umweltinteressen bedeutet auch, das Image und den Kommunikationswert von Freizeitveranstaltungen für Umwelt- oder Nachhaltigkeitsthemen zu nutzen. Wie Hochfeld et al. in Kapitel 4 darstellen, bieten beispielsweise Sportveranstaltungen (wie die Fußball-Weltmeisterschaft 2006) eine einmalige Chance, das Konzept der nachhaltigen Entwicklung großen Bevölkerungsteilen (weltweit) zu vermitteln und für deren Akzeptanz zu werben. Eine derartig breite und positive Außenwirkung für das Konzept der Nachhaltigkeit, wie sie über große Sportveranstaltungen möglich ist, ist in kaum einem anderen Zusammenhang zu erreichen.

Natur- und Umweltschutz sollte nicht als Spielverderber oder als Verhinderer von wirtschaftlichen oder sozialen Entwicklungen in Erscheinung treten. In vielen Fällen sind sogar Win-win-Situationen möglich, wenn durch Maßnahmen zur Verbesserung des Umweltschutzes gleichzeitig auch die Freizeitqualität steigt. Eine Philosophie, auf die beispielsweise die Umweltmarke Viabono setzt. Mit der Marke Viabono werden touristische Angebote ausgezeichnet, die hohe Umweltstandards erfüllen und gleichzeitig durch eine intakte Natur ein Mehr an Genuss und Erholung bieten.

Dennoch gibt es Bereiche, die gesetzlich geregelt werden müssen, damit die Grenzen von Natur und Umwelt gewahrt werden, beispielsweise die Sperrung von besonders sensiblen Gebieten für den Freizeitsport, Genehmigungsverfahren für größere Veranstaltungen oder die gesetzlichen Vorschriften, die den Lärm bei Veranstaltungen regeln. Wie in Kapitel 6 für den Bereich des Lärmschutzes gezeigt wird, sind hier zwar verschiedene gesetzliche Regelungen vorhanden, dennoch gibt es durchaus noch Verbesserungsmöglichkeiten. So werden vorhandene Instrumentarien wie die Freizeitlärm-Richtlinie noch längst nicht von allen Bundesländern genutzt. Zum anderen müssen die vorhandenen Lösungswege noch verbessert werden. Im Bereich des Lärmschutzes ist ein Lärmmanagement durch eine stärkere Zusammenarbeit der beteiligten Behörden zu fordern. Eine Häufung von Lärmbelastungen durch mehrere verschiedene Veranstaltungen in ein und demselben Gebiet könnte so besser überwacht und verhindert werden. Schließlich ist es auch ein legitimes Freizeitbedürfnis, „seine Ruhe“ zu haben.

Auch bei der Standortplanung für Freizeit- und Erlebniszentren in Deutschland zeigen sich Schwächen (siehe Kapitel 8). Aspekte der Erreich-

barkeit und der Verkehrsinfrastruktur werden von den zuständigen politischen Ebenen bei der Standortplanung zu wenig berücksichtigt. Stattdessen bestimmen in der Regel Vorgaben der Investoren die Standorte. Dies führt beispielsweise dazu, dass Freizeitzentren mit öffentlichen Verkehrsmitteln nicht oder nur sehr schlecht erreicht werden können – eine Weichenstellung, die im Nachhinein nur mit erheblichem Aufwand zu beheben ist.

Neben einer Verbesserung von gesetzgeberischen und planerischen Instrumenten müssen auch freiwillige Instrumente gestärkt werden. Auf der Seite der gewerblichen Freizeitanbieter ist vor allem die Einführung von Umweltmanagementsystemen zu fordern. Was für die produzierende Industrie nahezu selbstverständlich geworden ist – Ökomanagement als Teil des Qualitätsmanagements zu begreifen, das in alle Unternehmensbereiche eingreift – sollte auch in der Freizeitindustrie umgesetzt werden (siehe auch Kapitel 4). In produzierenden Betrieben, aber auch bei vielen Dienstleistern wie Banken und Versicherungen sind betriebliche Umweltmanagementinstrumente (wie z.B. Öko-Audits, Umwelterklärungen etc.) weitgehend schon seit Jahren eingeführt. Um die Grundlagen für eine nachhaltige Freizeitgestaltung zu legen, muss der Einsatz solcher Instrumente auch in den Unternehmen der Freizeitbranche eine geläufige Methode werden. Um Umwelterklärungen und Zieldiskussionen voranzutreiben, sind darüber hinaus grundlegende Veränderungen der Unternehmensphilosophie notwendig.

Über die klassischen Instrumente des Umweltmanagements hinaus müssen Ansätze entwickelt werden, die die Umweltauswirkungen von Freizeitaktivitäten nicht nur einzelbetrieblich betrachten, sondern die gesamte Branche in den Blick nehmen. So können in größerem Maße die Aktivitäten der Freizeitkonsumenten außerhalb des engen betrieblichen Rahmens, wie z.B. die An- und Abreise der Kunden oder die Überlagerungseffekte verschiedener Aktivitäten, berücksichtigt werden. Da die meist mittelständischen Unternehmen der Freizeitbranche mit der Entwicklung eines solchen Instrumentariums überfordert wären, ist hier die Unterstützung durch öffentliche Förderung zu empfehlen.

Als ein weiteres freiwilliges Instrument ist der Einsatz von Umweltlabeln zu nennen. Ein gutes Beispiel hierfür ist das Umweltzeichen Viabono, die Dachmarke für umweltgerechte Angebote im Tourismus.

Auch auf Seiten der regulierenden Behörden sind zukünftig neben klassischen ordnungsrechtlichen Maßnahmen neue Wege gefragt. Dies könnte der verstärkte Einsatz von neuen Kommunikationsinstrumenten (z.B. Besucherzentren oder Mediationsrunden) sein, wie dies am Beispiel des Naturschutzzentrums Südschwarzwald aufgezeigt wird.

Ein wesentlicher Beitrag zur Problemlösung für die Zukunft muss ein verändertes Freizeitverhalten zugunsten der Umwelt sein. Von zentraler Bedeutung für das Freizeitverhalten sind die Individuen und ihr emotionales Erleben. Für den Freizeitsuchenden – gleichgültig, welcher Altersklasse – bedeutet die Rücksichtnahme auf die Umwelt immer eine innere Bereitschaft zum Umdenken und – in gewisser Hinsicht – auch eine Bereitschaft, auf bestimmte Dinge zu verzichten oder besser: andere Schwerpunkte bei seiner Freizeitgestaltung zu setzen. Erleichtert werden Verhaltensänderungen dann, wenn sie nicht einfach diktiert werden, sondern wenn es gelingt, über ökologische Zusammenhänge zu informieren und für den Wert unzerstörter Natur zu sensibilisieren. Von großer Bedeutung ist es dabei, bei der Entwicklung alternativer Konzepte und Angebote die unterschiedlichen Freizeit- und Lebensstile zu berücksichtigen und zielgruppenspezifische Ansätze zu entwickeln. Wie Loose in Kapitel 8 für den Bereich Freizeitverkehr zeigt, ist solch eine stärker an der Zielgruppe orientierte Herangehensweise dringend geboten. Beim Freizeitverkehr müssen unterschiedliche Mobilitätsstile unterschieden werden. Sind diese Mobilitätsstile und die Gruppen, die sie vertreten, bekannt, können bessere und zielgenauere Anknüpfungspunkte für ein umweltfreundliches Mobilitätsverhalten entwickelt werden.

Ein weiteres Beispiel für eine zielgruppenorientierte Herangehensweise stellt das Kommunikationskonzept des Naturschutzzentrums am Feldberg dar. Hier wird mit gezielten Angeboten und Maßnahmen für Jugendliche versucht, diese spezielle Zielgruppe besser zu erreichen.

Hervorzuheben ist die große Bedeutung, die die Vernetzung der verschiedenen Akteure für die Umsetzung tragfähiger Lösungen hat. Nur im gegenseitigen Dialog zwischen Verwaltung, Unternehmen und Freizeitsuchenden, in der offenen und zugleich sachlichen Diskussion, kann ein Verständnis für die vielfältigen ökologischen Wechselbeziehungen erreicht und können tragfähige Lösungen erarbeitet werden. Will man beispielsweise die Kunden einer Freizeitgroßanlage zum Umsteigen auf öffentliche Verkehrsmittel bewegen, bietet eine Zusammenarbeit zwischen Betreiber und Verkehrsanbieter sicherlich die größten Erfolgchancen. So können kooperativ entwickelte attraktive Angebote (z.B. Nutzung der Eintrittskarte als Bahnticket, höhere Taktzeiten etc.) Anreize zum Umsteigen bieten. Hierzu müssen die Akteure jedoch erst an einem Tisch sitzen.

Neue Planungsinstrumente und -systeme, Öko-Audits und Umweltmediation in Kombination mit ordnungsrechtlichen Maßnahmen ergeben perspektivisch ein weites Handlungsfeld. Das setzt ein paradigmatisches Denken in der Umweltpolitik und in der Freizeitwirtschaft voraus. Freizeitverhalten kann, das dürfen wir abschließend nicht unterschätzen, nur

so umweltfreundlich und nachhaltig sein, wie es die Gesellschaft und mit ihr die Wirtschaft gerade sind. Auf dem Weg zur Nachhaltigkeit haben wir noch eine weite Strecke vor uns.

Christine Henseling, Ilka Buchmann, Dr. Volker Strubel

2 Natur im Freizeitstress – eine ökologische Herausforderung



Abstimmung mit den Füßen

Fast alle wollen heute ihre Freizeit im Freien verbringen – aber kaum einer zu Fuß. So entsteht eine paradoxe Situation: Freizeit nutzt die Umwelt und bedroht sie zugleich. Freizeit braucht und verbraucht Natur und Landschaft. Die Auseinandersetzung mit diesem Thema soll dazu beitragen, Zielkonflikte zwischen Freizeit- und Urlaubsbedürfnissen einerseits und Natur- und Umweltschutzinteressen andererseits zu reduzieren und auch in Zukunft eine naturnahe Freizeitgestaltung der Bevölkerung sicherzustellen.

Mit der Problematisierung dieses Themas soll also nicht der Naturgenuss in Misskredit gebracht werden. Und die Ökologie soll auch nicht der „große Spielverderber“ sein. Ganz im Gegenteil: Dieses Recht ist dauerhaft zu sichern. Es muss frühzeitig auf die Folgen einer rücksichtslosen Ausbeutung der Natur aufmerksam gemacht werden, damit wir nicht eines Tages Natur nur noch in Reservaten, Tiere nur im Zoo und Pflanzen nur noch im Botanischen Garten erleben.

Die Massenfzeit findet vorwiegend im Freien und in frischer Luft, in Natur und Landschaft statt. Das Natur- und Landschaftserleben macht einen wesentlichen Teil der individuellen Lebensqualität von Freizeit aus. Doch die Expansion außerhäuslicher Freizeitaktivitäten kann auf Dauer nicht folgenlos bleiben. Aggressiver oder sanfter Umgang mit Natur und Umwelt wird von den Menschen durch „Abstimmung mit den Füßen“ entschieden. Ein verändertes Freizeitverhalten kann der Schlüssel zur Problemlösung für die Zukunft sein und nicht etwa die Erschließung neuer Zielgebiete. Die innere Bereitschaft zum Umdenken und zur Änderung „eingefahrener“ Freizeitgewohnheiten muss erschlossen werden: *Gesucht wird der sanfte Freizeittourist, der, ökologisch gesehen, keine Spuren hinterlässt* – der Freizeitmüll gar nicht erst entstehen lässt und den freundlichen Umgang mit der Natur bei sich selbst und nicht bei anderen sucht.

Umweltbewusst denken ist die eine Sache, umweltbewusst handeln die andere. Aus einem veränderten Problembewusstsein folgt nicht schon ein verändertes Handeln. Keine leichte Aufgabe – bedeutet es doch auch, zum Überdenken und teilweise auch zur Aufgabe lieb gewordener Freizeitgewohnheiten gezwungen zu sein. Das kann nicht nur, das muss persönliche Betroffenheit auslösen. Konkret heißt dies beispielsweise:

- mehr Freizeit haben, aber die eigene Freizeitmobilität einschränken müssen
- mehr Sportinteressen haben, aber nicht alle Sportarten ausüben können
- mehr Urlaub haben, aber nicht mehr überall hinreisen dürfen

Und das alles freiwillig, aus persönlicher Einsicht heraus: Wer kann das schon, wer will das schon?

Aufklärungsarbeit ist sicher erforderlich. Aber genauso wichtig sind überzeugende Beispiele aus der Praxis, die zum Mit-, Nach- und Selbermachen anregen. Verstand und Gefühl müssen angesprochen werden, damit aus der Sicht- eine Lebensweise wird. Das emotionale Erleben ist für das Freizeitverhalten von zentraler Bedeutung.

Das erlebnishungrige Umweltbewusstsein der Urlauber

Die Amerikaner haben es schon jahrelang vorgelebt: In den Achtzigerjahren zerstörte ein Großfeuer über 300.000 ha Waldfläche des Yellowstone-Nationalparks. Seither hat diese Naturlandschaft nicht etwa an Wert eingebüßt, sondern ganz im Gegenteil die touristische Attraktivität erhöht. *Die verbrannten Bäume werden als Naturereignis bestaunt*. Mehr als 2,5 Millionen Menschen kommen jedes Jahr aus allen Teilen der Erde, um die Nadelbaumskelette zum Greifen nah zu spüren und zu erleben, wie insektenfressende Vögel langsam in das Gebiet wieder zurückkehren. Wie im Theater sehen die Besucher den Vorhang aufgehen und sind Zeuge des ersten Akts eines großartigen ökologischen Dramas.

Die Natur als Fotoalbum hat für viele Touristen einen Hauch von Langeweile bekommen. Der vom Feuer zerstörte Wald hingegen garantiert ein *eventorientiertes Naturerleben* – aber nur mehr für zwanzig Jahre. Dann „droht“ die Wiedergeburt des Waldes und die erlebnishungrige Touristenkarawane zieht weiter – zum nächsten Naturschauspiel. Yellowstone, der erste Nationalpark der Welt, wurde immerhin schon 1872 vom damaligen amerikanischen Präsidenten Ulysses S. Grant nicht etwa zur Erholung und Erbauung der Besucher eingerichtet, sondern „reserved for the enjoyment of the people ...“. Auf den ersten Blick scheinen solche amerikanischen Verhältnisse in Deutschland unvorstellbar zu sein: Das weit verbreitete Umweltbewusstsein kann keine Lust an solchen Untergangsszenarien aufkommen lassen. Doch gerade das Beispiel des Borkenkäferfraßes im Nationalpark Bayerischer Wald schreckte zeitweilig Pensionsbesitzer und Kommunalpolitiker auf: Die Zerstörungswut der Borkenkäfer gefährdet nicht nur den Wald, sondern die touristische Existenz ...

Wie jedoch eine Befragung von 600 Nationalpark-Besuchern (Pauli 1998) ergeben hat, wenden sich die Urlauber weder mit Grauen ab noch packen sie vorzeitig ihre Koffer. Ganz im Gegenteil: *Der sterbende Wald fasziniert die Touristen*. Die massenhaft sterbenden Bäume werden als ungewöhnliches Naturschauspiel erlebt. Und das bayerische Landwirtschaftsministerium stellt ernsthafte Überlegungen an, wie die Naturkatastrophe bun-

desweit so lange „vermarktet“ werden kann, bis das Leben in den Wald wieder zurückkehrt ...

Das Naturerlebnis steht immer mehr im Mittelpunkt, wobei die Natur mitunter nur das Ereignis und die Kulisse liefert. Dies schließt nicht aus, sondern notwendig ein, dass auch *stille Natur oder intakte Landschaft als Mega-Event* erlebt werden kann. Die Sensibilität der Bundesbürger für Naturerlebnisse im Urlaub ist jedenfalls groß – entsprechend hoch sind daher auch die Erwartungen an das ökologische Angebot der Reiseveranstalter. Zwei von fünf Urlaubern träumen von einer „naturbelassenen Umwelt“. Auffallend ist hierbei, dass die jüngere Generation der 14- bis 29-Jährigen im Vergleich zu den anderen Altersgruppen am wenigsten Wert auf Umweltfreundlichkeit legt, wie das B·A·T Institut bereits Anfang der Neunzigerjahre ermittelte. Für die junge Generation sind Kneipen und Cafés im Urlaub wichtiger als ein umweltfreundlicher Ferienort, Diskotheken und Tanzbars attraktiver als eine naturbelassene Umwelt am Reiseziel.

Wenn sanfter Tourismus bedeutet, dass man dabei Amüsement und Vergnügen einschränken soll, dann sind offenbar viele Jugendliche entschlossen, lieber auf Umweltfreundlichkeit als auf Urlaubsspaß zu verzichten. Für jugendliche Urlauber hört im Entscheidungsfall beim sanften Tourismus der Spaß auf, wenn im Ferienort nichts los ist. Für zwei Drittel der jungen Leute gehört das Kriterium der Umweltfreundlichkeit nicht gerade zur wichtigsten Entscheidung bei der Auswahl ihres Urlaubszieles. *Demonstriertes Umweltbewusstsein droht zum reinen Lippenbekenntnis zu werden*, wenn es an die Substanz der eigenen Lebensqualität geht, der Ferienort z.B. reich an intakter Natur, aber arm an Abwechslung und Unterhaltung ist.

Dieses Verhalten macht eine Erfahrung des ADAC verständlich. Jahrelang forderten die Mitglieder vom ADAC, er möge doch auch einmal ein Ferienziel anbieten, in dem die Natur noch in Ordnung sei. Daraufhin habe man die Halbinsel Eiderstedt an der Nordsee in das Programm aufgenommen: Aber kein einziger Urlauber hat dieses naturbelassene Ferienziel gebucht. Also wurde dieses Ferienziel wieder aus dem Programm genommen. Die Begründung dafür lautete: Keiner will nach Eiderstedt.

Eine Befragung von über fünfhundert Reisebüros in Deutschland erbrachte zudem den Nachweis (Baltes 1996):

- Ökologische Aspekte spielen bei der Reiseentscheidung fast keine Rolle.
- Umweltaspekte werden im Urlaub verdrängt.
- Umweltbewusstsein bleibt im Urlaub zu Hause.

Die Reiseverkäufer machen die Erfahrung, dass sich die Reisebürokunden – wenn überhaupt – nur an sauberen Stränden und an sauberem Wasser interessiert zeigen, weil sie im Urlaub *unmittelbar damit konfrontiert* werden, sie dabei auch *nicht wegsehen können*. Zu den häufig nachgefragten Umweltaspekten gehört zwar das saubere Wasser, deutlich weniger jedoch die Frage, ob die Wasserqualität auch durch Kläranlagen der Hotels garantiert wird. An einem umweltfreundlichen Hotel ist ohnehin nur eine Minderheit stärker interessiert.

Das halbherzige Umweltbewusstsein der Touristikbranche

Das Umweltengagement der Reiseveranstalter ist manchmal nichts anderes als ein *moderner Ablasshandel*: Die meisten Touristen „kaufen“ sich frei. Fast das ganze Jahr über sammeln sie zu Hause fleißig Joghurt-Becher, aber im Urlaub lassen sie sich gehen und überlassen das (Auf-)Sammeln den anderen, die das „von Berufs wegen“ machen müssen. Doch darauf kann man sich bald nicht mehr verlassen. Der TUI-Umweltbeauftragte W.M. Iwand spricht es offen aus: „Wir sehen Ökotourismus bisher eher als ein *Nischen-Angebot für kreative Minderheiten*, für kleine und kleinste Zahlen“. Wer Ökotourismus als Zukunftskonzept für den Tourismus „predigt“, muss mit einem „Desaster“ rechnen (Iwand 1998).

In Sachen Umwelt wird in der Reisebranche immer weniger Flagge gezeigt. Die Umweltpolitik stellt bei den Verantwortlichen geradezu eine *Resignation im Umweltgedanken* fest. Die Folgen der Umweltbelastung (z.B. durch Flüge) werden kaum mehr thematisiert. Mit „good will“ allein erscheint die touristische Umweltschutzarbeit nur halbherzig. Eine Expertenbefragung in der Branche (touristik management 1997) lässt die Vermutung zu, dass das Wedeln mit der Ökofahne kaum mehr die Marketingstrategien in den touristischen Chefetagen bestimmt.

Umweltengagement gilt in der Reisebranche immer weniger als Investition in die Zukunft (von Spezialanbietern für sozial- und umweltverträgliches Reisen einmal abgesehen). Sicher: Gravierende Umweltsünden, wie z.B. Helikopter-Transfers in Malta, Helikopter-Skifahren in Kanada, Glasbodenfahrten in Sri Lanka, werden heute immer weniger angeboten. Die touristische Umweltdiskussion der letzten Jahre hat manche Entlastungen für die Natur gebracht, aber der Gedanke der aktiven Umweltvorsorge und Umweltförderung ist wieder weitgehend in Vergessenheit geraten.

Selbst die mit Unterstützung durch das Bundesumweltministerium erarbeitete Studie „Urlaubsreisen und Umwelt“ gelangt zu dem desillusionierenden Ergebnis, dass die meisten Reiseveranstalter der Umweltthematik

immer noch *ablehnend oder wenig aufgeschlossen* gegenüberstehen (StfTuE 1997). Und die Bemühungen einiger weniger, sich zur ökologischen Mitverantwortung zu bekennen, werden schnell als *Werbestrategie* entlarvt oder als *Umweltaktivismus* gebrandmarkt. Statt selbst aus eigenem Anteil zu handeln, wartet die Reisebranche lieber auf staatliche Vorschriften.

Die Touristen stellen hohe Erwartungen an das ökologische Engagement der Reiseveranstalter – und die Reiseveranstalter erwarten noch mehr von der Politik. Wie aber soll die Politik z.B. die Widersprüche Massentourismus/Sanfter Tourismus oder Fernflugreisen/Umweltverträglichkeit lösen helfen? Kompromisse sind kaum vorstellbar, weshalb sich auch die meisten so genannten Öko-Urlaubsangebote als Etikettenschwindel erweisen (Greenpeace 1998). Denn: Echter Öko-Tourismus endet immer am Flughafen. Es ist sicher kein Zufall, dass sich DER REISEPAVILLON, Deutschlands größte Messe für umwelt- und sozialverantwortlichen Tourismus, 1998 in Hannover mit der *Natur als Markenartikel* der Tourismusbranche ernsthaft auseinandersetzte. Nicht der sanfte Tourismus, sondern der *Marktfaktor Natur* traf nach Meinung der Veranstalter den „Nerv der Reiselust und -branche“.

Freizeitkonsumenten zwischen Scheinwelt und Kulisse

Der griechische Geograph und Geschichtsschreiber Strabon (64 v.Chr. bis 20 n.Chr.), Verfasser des Werkes „Geographie“, schrieb vor zweitausend Jahren: „Ein Eichhörnchen kann durch die Baumwipfel von den Pyrenäen bis nach Gibraltar hüpfen, ohne den Boden zu berühren“. Zu seiner Zeit und bis zum ausgehenden Mittelalter bedeckten *Wälder* etwa 95 Prozent der Fläche Spaniens. Dann wurde *unbarmherzig gerodet*: im 15. Jahrhundert für den Schiffsbau und im 19. Jahrhundert für die Landwirtschaft. Sorgt in Zukunft der Massentourismus für den restlichen Kahlschlag (auch indirekt, z.B. durch selbst gelegte Waldbrände aus Gründen der Bodenspekulation)?

Bleibt uns als Zukunftsalternative zur Naturlandschaft nur die Kunstwelt? Am 8. Februar 1972 berichtete die „Los Angeles Times“ über den Beschluss der örtlichen Stadtverwaltung, auf dem Mittelstreifen einer Hauptverkehrsstraße rund 1.000 Plastikbäume aufzustellen, da nach dem Ausbau der Kanalisation nur noch eine zentimeterdünne Erdschicht übrig geblieben war. Als nach Beginn der Pflanzaktion unbekannte Täter begannen, die Bäume mutwillig zu zerstören, sah man schließlich von der weiteren Bepflanzung ab. Ein Jahr später erschien im Wissenschaftsjournal SCIENCE unter der Überschrift „What’s Wrong with Plastic Trees?“ der wissenschaftliche Nachweis, dass das verbreitete Bedürfnis nach einer na-

türlichen Umwelt „phylo- und ontogenetisch erlernt“ sei – also durch bewusst gesteuerte Umlernprogramme auch auf künstliche Umwelten gelenkt werden könnte. Wird es in Zukunft ein *Bedürfnis nach künstlichen und virtuellen Freizeitwelten geben?*

Seit der Erfindung der Fotografie vor über hundert Jahren gibt es eine *Krise des Originals*. Original. Kopie. Klon: Die nächsten Schritte sind bereits vorgezeichnet. Am Ende kopiert und kloniert der Mensch sich selbst (Weibel 1999). Die Grenzen zwischen Illusion und Wirklichkeit sind fließend geworden. Der amerikanische Kreuzfahrtveranstalter ROYAL CARIBIC hat auf der unbewohnten karibischen Insel Coco Cay eine Erlebniswelt geschaffen, die echt und künstlich zugleich ist. Alles, was sich Touristen unter Karibik vorstellen und erträumen, wurde hier arrangiert: Ein weißer Sandstrand wurde gestaltet, Palmen wurden angepflanzt, karibiktypische Holzhäuser errichtet sowie ein „historisches“ Schiff und ein Flugzeugwrack für Taucher im Wasser versenkt. Wenn ein Kreuzfahrtschiff andockt, kommen für einen Tag „echte“ Bewohner von den Nachbarinseln herbei ...

In der Retortenwelt von Disneyland sehen die Kopien wie die Wirklichkeit aus. Die Kunstwelt ist fast wie das wirkliche Leben und übertrifft es nicht selten. Wer hat schon Zeit und Geld, Lust und Geduld, echte Krokodile in Gambia zu beobachten? Der Krokodilroboter von Disney rollt jederzeit mit den Augen, kriecht auf allen vieren, verschwindet unter der Wasseroberfläche und taucht wieder auf. Das Disney-Krokodil fesselt unsere Aufmerksamkeit. Das echte Krokodil hingegen döst ständig vor sich hin. *Die Imitation ist faszinierender als das Original*. Die Psychologin Turkle nennt dies den „*Artificial-Crocodile-Effect*“ (Turkle 1998). Tiere in freier Wildbahn verhalten sich nicht so bühengerecht.

Droht uns in Zukunft eine Entwertung unmittelbarer Naturerfahrungen, wenn wir z.B. an künstliche Skihallen mit künstlichen Beschneiungsanlagen denken? Kann es sein, dass Kinder dann weniger Interesse an den wirklichen, d.h. auch nicht so schnelllebigen Naturerlebnissen zeigen, weil diese mit der „Spannung“ der simulierten Natur nicht mithalten können? Die Natur hält wenig von schnellen Schnitten und raschen Szenenwechseln. Lösen virtuelle Erlebniswelten immer mehr wirkliche Wirklichkeiten ab?

Ein moderner Zoo kann und darf sich heute keine Langeweile mehr leisten. Der Zoo von Hannover hat seit 1994 100 Millionen Mark in neue Anlagen investiert, darunter einen Palast für Elefanten, den so genannten Dschungelpalast, sowie den Nachbau einer afrikanischen Flusslandschaft.

Auch andere Zoos stellen sich um: In Duisburg jagen afrikanische Wildhunde hinter einem hölzernen Zebra her, das mit einem Fleischbatzen an einer Seilbahn aufgehängt durch das Zoogelände prescht. Und in Antwerpen werden mit einem Heuschreckengewehr lebende Insekten in das Gehege der Wüstenfüchse katapultiert.

Naturgenuss findet immer mehr auf dem Balkon, im Sessellift oder Kinosessel, im Auto, im Bus oder im Boot statt. Auch und gerade die Natur- und Umweltbewusstsein demonstrierende Jugend macht hier keine Ausnahme. Derzeit deutet vieles darauf hin, dass sich die Urlauber nicht nur mit der Kulisse zufrieden geben, sondern auch *die Natur zur Kulisse degradieren*: Begeistert rauschen Skifahrer am liebsten unberührte Hänge hinunter, nur noch übertroffen vom Helikopter-Skiing, bei dem ohne Rücksicht auf Lärm, Schmutz und Benzinvergeudung Egozentrik ausagiert werden kann. *Die Brücke vom Naturwunsch zur Erlebniswirklichkeit ist noch nicht gebaut*. Wer will das nicht – kristallklares Wasser, grüne Bäume und gesunde Luft? Nur Konsequenzen werden kaum gezogen. Aus der Sicht der Manager und Macher droht die Freizeitwelt von morgen zur perfekten Kunstwelt im Stile von Disneyland zu werden. Künstlich angelegte Lagunen- und Grottenlandschaften, Kunstberge und Kunstpalmen, künstliche Wasserfälle und künstliche Inseln schaffen eine *Pseudonatur* mit Klimaanlage.

Sanftes Reisen – ein Zauberwort wird erwachsen. Vor zwei Jahrzehnten führte Robert Jungk diesen Begriff in die umweltpolitische Diskussion ein. Inzwischen hat sich die Erkenntnis von der Paradoxie dieses Anliegens weitgehend durchgesetzt: Denn auch der sanfte Reisende zerstört, was er sucht – indem er es findet. Wenn Menschen massenhaft reisen, sind Massenbewegungen und (auch) Massenerstörungen die Folge.

Der Rat von Sachverständigen für Umweltfragen hat daher in seinem Umweltgutachten von 1998 dem Problembereich „Umwelt, Freizeit und Tourismus“ ein besonderes Gewicht beigemessen: „Die fortschreitende Zunahme der Freizeitaktivitäten und des Tourismus, insbesondere des Ferntourismus, hat neben den erwünschten ökonomischen Vorteilen auch vermehrt Belastungen für die Umwelt zur Folge. Durch landschaftsbezogenen Tourismus und Freizeitsport werden oftmals empfindliche Lebensräume in Anspruch genommen. Flächenverbrauch, Zersiedelung, Beeinträchtigung der verschiedenen Umweltmedien sowie Verkehrsemissionen sind wesentliche Ursachen der Belastung. Symptomatisch für die von Freizeit- und Erholungsaktivitäten ausgehenden Umweltbeeinträchtigungen und -schädigungen ist, daß sie sich in einem *langfristigen, schleichenden Prozeß* entwickeln und deshalb nur schwer wahrnehmbar sind. Die Wachstumsprognosen der Freizeit- und Tourismusbranche lassen eine Verstärkung der Problematik erwarten.“ (SRU 1998).

Der Umweltrat muss eingestehen, dass es bei der Berücksichtigung von Umweltbelangen in Freizeit und Tourismus Erkenntnisfortschritte in der Wissenschaft gibt, aber die Praxis noch erheblich hinterherhinkt. Die praktische Lösung des Konfliktes zwischen naturnahen Freizeitaktivitäten und dem Natur- und Umweltschutz wird zudem immer komplizierter, weil ein wachsender Teil der *Freizeit- und Sportaktivitäten individuell oder über kommerzielle Anbieter ausgeübt* wird. Staatliche Kontrollen und traditionelle Steuerungsmechanismen (z.B. Vereine) bleiben hier weitgehend wirkungslos.

Kommunikation mit den Erlebnisindustrien als Lösungsansatz

Der *Ausbreitung nichtorganisierter Freizeit- und Sportaktivitäten* steht die Umweltpolitik derzeit relativ hilflos gegenüber. Resigniert muss sie einen *massiven Wirkungsverlust* feststellen, weil die durch den Staat gefährdeten Vereine nur mehr bedingt Einfluss auf die nichtorganisierte Freizeitbewegung haben. So steht die Politik vor einem Dilemma. Der deutsche Umweltrat empfiehlt daher, die „Kommunikation mit der Freizeitindustrie zu intensivieren“ (SRU 1998).

Nur: Wer soll der Kommunikator eigentlich sein? Jahrzehntlang hat die Politik den Freizeit- und Tourismusbereich dem freien Spiel der Kräfte, dem freien Markt und dem individuellen Belieben überlassen. Freizeit- und Tourismuspolitik wurden zwar als Querschnittaufgaben gesehen – mit dem Ergebnis allerdings, dass alle oder keiner für Problemlösungen in diesem Bereich zuständig waren. Die seit Jahren von Freizeit und Sport, Mobilität und Tourismus ausgehenden Umweltbeeinträchtigungen und -belastungen wurden frühzeitig von der Wissenschaft empirisch nachgewiesen und mit entsprechenden politischen Forderungen verbunden: „Nicht alles kann dem freien Spiel der Kräfte überlassen bleiben ... Deutschland zählt zu den Ländern mit den besten Umwelt- und Naturschutzgesetzen – aber dem größten Vollzugsdefizit“ (Opaschowski 1985). Die Handlungsempfehlungen des Umweltrates, die Erlebnisindustrien zu bewegen, wenigstens auf eine „Minimierung“ der nachteiligen Umweltrisiken hinzuwirken, kommen mehr als ein Jahrzehnt zu spät.

Trend-, Fun- und Risikosportarten breiten sich überall fast *wildwüchsig* aus und kommerzielle Sport- und Freizeitzentren schießen *wie Pilze aus dem Boden*. Die Ausbreitung naturnaher Sport- und Freizeitaktivitäten ist jetzt über eine gezielte Informations- und Öffentlichkeitsarbeit der Umweltpolitik nur mehr *begrenzt steuerbar*. Die umweltpolitische Kommunikation mit der Freizeitindustrie muss institutionalisiert werden – sonst bleibt alles, wie es ist: Regelungen und Verbote, aber keine regelmäßigen

Kontrollen. Es sind also Maßnahmen, Instrumente und Institutionen erforderlich, um eine stärkere Verknüpfung der Landschaftsplanung mit der Freizeit- und Fremdenverkehrsplanung zu erreichen und auch Großveranstalter von Freizeitereignissen und touristischen Events (z.B. Loveparade, Formel-1, Fußball-WM) zum Prinzip der Nachhaltigkeit zu verpflichten.

Ein neues Konzept zur Lösung von Umweltproblemen ist in Zukunft erforderlich: die *Umweltmediation*. Darunter ist ein Verhandlungsverfahren zu verstehen, in dem Konfliktgegner und -parteien mithilfe eines neutralen Dritten (eines Mediators) versuchen, eine für alle Beteiligten trag- und zukunftsfähige Regelung zu finden. In den USA wird dieses Vorgehen schon seit einem Vierteljahrhundert erfolgreich praktiziert. Eine solche *Umweltmediation für Freizeit, Mobilität und Tourismus* müsste institutionell verankert und personell durch Experten von Wissenschaft, Wirtschaft und Politik besetzt werden.

- Die Rolle des neutralen Mediators unterscheidet sich vom Schlichter dadurch, dass er die Beteiligten selbst zu einer Lösung kommen lässt.
- Im Unterschied zum Runden Tisch beinhaltet die Mediation eine größere Verbindlichkeit und Ergebnisorientierung. Mediation dient in erster Linie dem Finden pragmatischer Lösungen (Fietkau 1997).

Die Wende zur umweltverträglichen Freizeit kommt nicht von selbst. Und die Freizeit mit Einsicht (in Abwandlung der Aktion „Tourismus mit Einsicht“) bedarf vor allem der „Akzeptanz der Akteure“ (ABN 1989). In Zukunft werden wir auf eine umweltsensible Ethik nicht verzichten können. Damit ist eine umweltbewusste Freizeitethik gemeint, deren Handlungsmaxime das verantwortliche Handeln gegenüber der natürlichen Umwelt ist und die das Freizeitverhalten so wirksam zu motivieren und zu steuern vermag, dass die „Hauptziele des Natur- und Umweltschutzes in individuelle Ziele der Freizeitbürger übersetzt werden können“ (Lüthke 1989). Gemeint ist eine *Ökologie* im Freizeitalltag, d.h. das ökologische Anliegen muss in den alltäglichen Lebensstil der Menschen integriert werden. (Äußerungen von Jugendlichen: „Ich lebe bewusster auf die Umwelt hin“ – „Mein Freizeitverhalten ist bewusster geworden“.) Umweltbewusstsein und Umweltverantwortung müssen zu einer Sache von uns allen werden.

Wir müssen nicht nur unsere Anschauungsweise, sondern auch unsere Lebensweise verändern. „Wir“ – das ist in erster Linie die Bevölkerung in den Industrieländern, die ihren Lebensstil ändern muss. Der aufwendige Lebensstil des im Norden der Erde lebenden reichen Fünftels der Weltbevölkerung muss freiwillig begrenzt werden. Die übermäßige Kauflust und der sich ständig steigernde Freizeitkonsum mit entsprechendem *Ressourcen- und Energieverbrauch* kann zur größten Bedrohung von Natur und

Umwelt werden. Jenseits der Wohlstandsgrenze leben Millionen von Menschen unter dem Existenzminimum, während die konsumierenden Klassen in den industrialisierten Ländern ihr Selbstwertgefühl mit ihren Konsummöglichkeiten verwechseln. „Wir“ müssen also unsere eingefahrenen Lebensgewohnheiten in Zukunft verändern.

In Zukunft muss deutlicher zwischen Naturvorrang-Räumen und naturnahen Freizeiträumen unterschieden werden, sodass unterschiedliche Nutzungsintensitäten nötig und möglich sind. In besonders geschützten Gebieten dürfen umweltschädigende Freizeitaktivitäten (z.B. Mountainbiking, Klettern) nicht mehr ohne Auflagen zugelassen werden. Andererseits sollten ökologisch weniger empfindliche Ersatzräume angeboten werden. Nachhaltigkeit im Tourismus kann jedenfalls nicht nur heißen, dass mangels praktikabler Beispiele am Ende nur „Urlaub auf dem Bauernhof“ (Becker et al. 1996) als ökologische Verlegenheitslösung empfohlen wird nach dem Motto „Neue Städter braucht das Land“ – so z.B. eine Empfehlung der Hessischen Arbeitsgemeinschaft für biologisch-dynamische Wirtschaftsweise, wozu auch die Mitarbeit in der Tierpflege oder bei der Feldarbeit gehören soll ...

Als gelungene Synthese für eine Gleichgewichtigkeit ökologischer und touristischer Ziele gilt eher die Einrichtung von Naturparks, wie z.B. Hoher Vogelsberg, Lüneburger Heide, Harz und Altmühltal. Hierbei werden Besucherströme auf belastbare Bereiche gelenkt, damit empfindliche Teilbereiche der Naturlandschaft geschützt und ungestört bleiben. Der Landschaftsrahmenplan Naturpark Harz kann beispielhaft genannt werden, weil er versucht, die verschiedenen ökologischen und touristischen Ansprüche an die Landschaft zu ordnen und zu lenken. Im Einzelnen werden unterschieden (Schemel 1988):

1. Siedlungsgebiete
2. flächenintensive Erholungszonen
3. Wander- und Ruhezone
4. ökologische Vorrangszonen (keine Freizeitnutzung möglich)

Immer mehr Reisende werden in Zukunft *Freizeit mit Umweltqualität einfordern* oder ganz selbstverständlich voraussetzen. Eine Freizeitentwicklung ohne Öko-Bilanz ist eine nicht mehr bezahlbare Zukunftshypothek.

Literatur und Literaturempfehlungen

ABN 1989

ABN/Arbeitsgemeinschaft beruflicher und ehrenamtlicher Naturschutz e.V. (Hg.). 1989. Freizeit und Umwelt im Konflikt; Bonn.

Baltes 1996

Baltes, J. „Umweltbewusstsein bleibt im Urlaub zu Hause“; in: Fremdenverkehrswirtschaft International. 11/1996; S. 18-20.

Becker et al. 1996

Becker, Chr. et al. 1996. Tourismus und nachhaltige Entwicklung. Grundlagen und praktische Ansätze für den mitteleuropäischen Raum; S. 154. Darmstadt.

Fietkau 1997

Fietkau, H.-J. 1997. „Mediation“; in: G. Michelsen (Hg.). Umweltberatung; S. 157. Bonn.

Greenpeace 1998

Greenpeace Magazin Jan./Febr. 1998.

Iwand 1998

Iwand, W. M. 1998. „Schützen durch Nützen“; in: Politische Ökologie/ Tourismus special/Ökologisches Reisen. S. IX-XII.

Lüthke 1989

Lüthke, H. 1989. „Kollektive Nebenfolgen modernen Freizeitverhaltens als umweltethische Herausforderung“; in: ABN (Hg.). Freizeit und Umwelt im Konflikt; S. 34. Bonn.

Opaschowski 1985

Opaschowski, H.W. 1985. Freizeit und Umwelt. Der Konflikt zwischen Freizeitverhalten und Umweltbelastung. Ansätze für Veränderungen in der Zukunft. Bd. 6 der B·A·T Schriftenreihe zur Freizeitforschung; S. 44. Hamburg.

Opaschowski, H.W. 1999. Umwelt. Freizeit. Mobilität. Konflikte und Konzepte. 2. Aufl.; Opladen.

Opaschowski, H.W. 2000. Kathedralen des 21. Jahrhunderts. Erlebniswelten im Zeitalter der Eventkultur; Hamburg.

Opaschowski, H.W. 2001. Tourismus. Eine systematische Einführung – Analysen und Prognosen. 3. Aufl.; Opladen.

Pauli 1998

Pauli, B. 1998. Presseverlautbarung der Forstwissenschaftlichen Fakultät der Ludwig-Maximilians-Universität München.

Schemel 1988

Schemel, H.-J. 1988. Tourismus und Landschaftserhaltung. ADAC (Hg.); München.

SRU 1998

SRU/Rat von Sachverständigen für Umweltfragen (Hg.). 1998. Umweltgutachten; S. 40 f. Bonn.

StfTuE 1997

StfTuE/Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. (Hg.). 1997. Urlaubsreisen und Umwelt. Eine Untersuchung über die Ansprechbarkeit der Bundesbürger auf Natur- und Umweltaspekte in Zusammenhang mit Urlaubsreisen. (Bearb. v. D.v. Laßberg); Ammerland.

touristik management 1997

touristik management 3/1997; S. 58-67.

Turkle 1998

Turkle, Sh. 1998. Leben im Netz. Identität in Zeiten des Internet; S. 385. Reinbek b. Hamburg. (Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet. 1995)

Weibel 1999

Weibel, P. 1999. „Digitale Doubles: Von der Kopie zum Klon“; in: Vernissage Nr. 5/99; S. 22-31. Weimar.

3

**Der Feldberg
zwischen Freizeitstress
und Naturschutz –
mit Schneekanonen
auf Auerhühner?**



Konfliktherd Feldberg im Schwarzwald

Weite, offene Weiden prägen das Haupt des „mons veltperg“, seit der Mensch die ursprünglich vorhandenen, auf wenige Sonderstandorte begrenzten waldfreien Bereiche durch Rodungen erheblich erweiterte und die gewonnenen Freiflächen als Jungviehweide nutzte. Die abwechslungsreiche Landschaft mit urigen Wäldern, blütenreichen Bergwiesen, tief eingeschnittenen Karen und Aussichten bis zu den Alpen sowie die weitgehende Schneesicherheit im Winter locken bereits seit über 100 Jahren die Menschen in ihrer Freizeit an den mit knapp 1.500 m ü. NN höchsten Berg des Landes Baden-Württemberg.

Der Feldberg stellt heute einen der zentralen touristischen Anziehungspunkte Südbadens dar. Zwischen 1 und 1,5 Millionen Menschen suchen jährlich Erholung im Ski- und Wandergebiet der Feldbergregion. Besonders an schönen Winterwochenenden konzentriert sich hier der Besucherandrang. Dies wird in schneearmen Wintern wie der Saison 2000/2001 noch dadurch verschärft, dass dann die Skipisten und Loipen um den Feldberg als einzige im weiten Umkreis einigermaßen befahrbar sind. Die Schneesicherheit soll jetzt durch eine Ende 2001 genehmigte Beschneiungsanlage weiter verbessert werden.

Andererseits bildet der Feldberg den Kern des mit über 4.200 Hektar größten und zugleich ältesten Naturschutzgebietes im Land. Insbesondere der Reichtum an außerordentlich seltenen Pflanzenarten führte bereits 1937 zur Schutzgebietsausweisung. Der Blick auf die Karte (Abbildung 1) zeigt die enge Vernetzung des Naturschutzgebietes mit dem um Feldberg-Ort sowie östlich und südöstlich angrenzenden Landschaftsschutzgebiet, welches die eigentliche Gemeindefläche sowie die vorrangig von Freizeitsportlern genutzten Bereiche, wie z.B. den Skihang am Seebuck, umfasst.

Naturschutz und Naturnutzung sind hier daher so intensiv miteinander verwoben wie kaum an einem anderen Ort in Baden-Württemberg. Konflikte sind fast unvermeidlich und das ohnehin komplizierte Beziehungsgefüge zwischen Naturschützern und den Befürwortern einer möglichst weitgehenden Erschließung für den Freizeitsport ist oft angespannter als anderswo.

Auch hier treten so genannte *neue* oder Trendsportarten immer mehr in den Vordergrund und verschärfen die Konfliktsituation. Mountainbiker rivalisieren mit Wanderern und Spaziergängern um schmale, idyllische Pfade. Snowboarder bevorzugen das „Freeriden“ abseits gebahnter Pisten und tragen jugendliche Unruhe in winterliche Rückzugsräume der vom Aussterben bedrohten Raufußhühner.

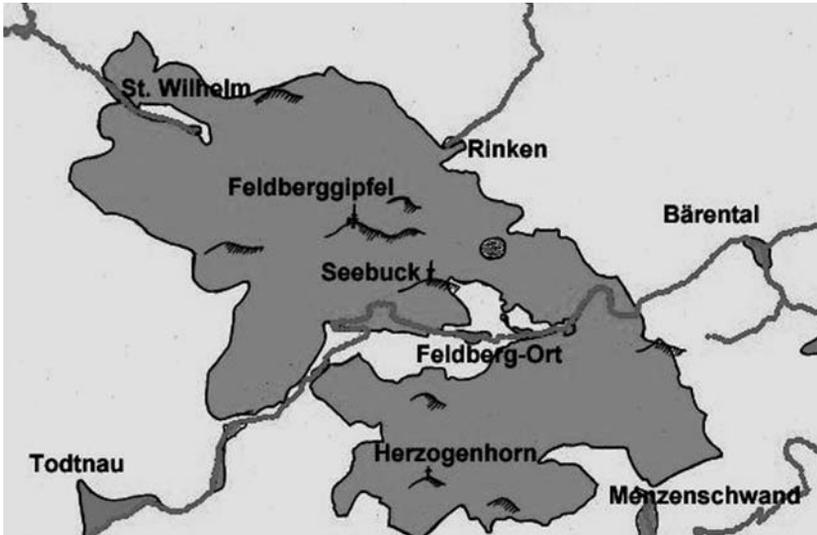
Die Begehrlichkeiten für die Ausübung weiterer Sportarten, wie z.B. Gleitschirmfliegen, machen auch vor dem Naturschutzgebiet nicht Halt. Großveranstaltungen bringen zusätzliche Unruhe in die sensible Landschaft. Schneeschuhwanderer ziehen „mit Vorliebe ihre eigenen Spuren dort, wohin sich im Winter nur selten eine Seele verirrt, jenseits vollbefahrener Loipen und überlaufener Moderouten“¹. Nur gut – aus Sicht des Naturschutzes –, dass es am Feldberg keine steilen Schluchten oder Gletscher gibt, sonst stände wohl „Canyoning“ oder „Gletscherspalting“ auf der Wunschliste obenan.

Es ist sicher davon auszugehen, dass sich die ungeheuer rührige Freizeitindustrie nicht mit dem bisher Erreichten begnügen wird, sondern weiterhin neue Trends produzieren bzw. aufgreifen wird. Die schnelllebige Freizeitgesellschaft fordert dies geradezu heraus. Die allumfassende Mobilität, der Anspruch, alles Machbare auch zu tun, und weltweit greifende Wirtschaftsinteressen stehen den Erfordernissen des Naturschutzes zunächst entgegen.

Der Feldberg im unauflösbaren Konflikt zwischen Schutz und Kommerz, zwischen Wanderlust und Events, zwischen Naturerlebnis und Ausverkauf? Bleibt der Naturschutz auf der Strecke? Oder wird – wie oft geäußert – im Gegenteil die Entwicklung der Freizeitsportmöglichkeiten durch

Abbildung 1:

Naturschutzgebiet Feldberg und umgebende Landschaftsschutzgebiete



¹ Leicht verändert zitiert nach Hitzler, B. „Auf leisen Sohlen“; in: DAV-Panorama Winter Spezial, Skisaison 2001/2002.

den behördlichen Naturschutz so eingeschränkt, dass die touristische Weiterentwicklung der ganzen Region gefährdet erscheint?

Betrachten wir zunächst einige Aspekte des Naturschutzes am Feldberg auf der einen und der Entwicklung des Freizeitsports auf der anderen Seite sowie Berührungspunkte und Konfliktfelder zwischen beiden, bevor wir der Beantwortung dieser Fragen näher treten.

Naturschutz am Feldberg

Subalpine Insel im Mittelgebirge Zur Beurteilung der Situation und als Grundlage für die Erarbeitung zukunftsfähiger Konzepte für ein Miteinander von Naturschutz und Freizeitsport ist die besondere Bedeutung des Feldbergs für den Naturschutz zu berücksichtigen². In erster Linie trägt das Zusammenspiel der Auswirkungen der letzten Vereisung (Würm-Eiszeit) mit den auch heute noch extremen klimatischen Bedingungen zu dieser Bedeutung bei.

Am Ende der letzten Eiszeit lag fast das gesamte Gebiet unter den Eismassen des Feldberggletschers und seiner weit in die Täler hinabreichenden Zungen begraben. Pflanzen und Tiere konnten damals nur im Eisrandbereich überleben. Mit dem Abschmelzen der Gletscher wurde die Besiedelung der hoch gelegenen Bereiche wieder ermöglicht – die Vegetation folgte den schwindenden Gletschern sozusagen nach. Doch wurden viele der an lichtreiche Standorte angepassten Pflanzenarten durch den bald nachfolgenden Wald schnell wieder verdrängt und konnten nur auf wenigen, auch unter natürlichen Bedingungen waldfreien Standorten überdauern.

Dass es solche Stellen überhaupt gab, wird vorrangig durch das raue Feldberg-Klima mit einer Jahres-Durchschnittstemperatur von ca. 3,2°C, großen Schneemengen und sehr hohen Durchschnitts-Windgeschwindigkeiten verursacht: Insbesondere auf den vom Wind schneefrei gewehten und damit der Frosttrockenheit ausgesetzten Kuppen, in nasskalten Moorbereichen und an solchen Stellen, wo der Schnee oft bis in den Hochsommer hinein liegen bleibt, konnte sich kein geschlossener Wald entwickeln.

Hier überdauerten seit dem Ende des Eiszeitalters Pflanzenarten, die außerhalb des Feldberggebietes oft erst wieder in den Alpen oder auch in Skandinavien zu finden sind. Das häufige Vorkommen solcher so genannter Glazialrelikte mit überwiegend alpiner oder auch arktisch-alpiner Ver-

² Für tiefer gehende Information ist das folgende Buch sehr zu empfehlen, das einen umfassenden Überblick über Geologie, Klima, Pflanzen- und Tierwelt des Feldbergs gibt: Bogenrieder, A. et al. 1982.

breitung verhalf, zusammen mit der klimatischen Situation, dem Feldberg zu seinem oft genannten Beinamen „subalpine Insel im Mittelgebirge“ und war einer der wesentlichen Gründe für die Ausweisung des Naturschutzgebiets Feldberg im Jahre 1937 mit einer damals schon beachtlichen Größe von 3.250 Hektar. 1991 wurde das Naturschutzgebiet auf insgesamt 4.226 Hektar erweitert.

Von Hähnen und Spechten – Lebensraum für bedrohte Arten Nicht nur botanisch ist der Feldberg eine Besonderheit. Hier finden auch viele Tierarten einen Lebensraum, die in der intensiv genutzten Kulturlandschaft ansonsten selten geworden und oft sogar vom Aussterben bedroht sind.

Besonderes Augenmerk des Naturschutzes erfahren darunter die so genannten Raufußhühner, deren bekanntester einheimischer Vertreter das imposante Auerhuhn ist (auch wenn die meisten Feldbergbesucher den scheuen Auerhahn wohl nur als eher mehr denn weniger verstaubtes Präparat aus der Gaststätte kennen). Noch stärker gefährdet ist das Haselhuhn, das im Schwarzwald nur noch vereinzelt vorkommt und akut vom Aussterben bedroht ist.

Die Hauptverbreitungsgebiete dieser vorsichtigen Waldhühner decken sich am Feldberg nahezu vollständig mit den Waldflächen. Im Winter stellen gerade die auch von Freizeitsportlern gerne aufgesuchten, lichten Übergangsbereiche zwischen dem geschlossenen Wald und den Freiflächen wichtige Rückzugsräume des Auerhuhns dar.

Eine weitere ornithologische Besonderheit ist, stellvertretend für viele andere Totholzbewohner und -nutzer, der sehr seltene Dreizehenspecht, der nach etwa 100-jähriger Abwesenheit seit einigen Jahren wieder am Feldberg beobachtet wird und vor allem auf einen hohen Totholzanteil in seinem Lebensraum angewiesen ist.

Das Vorkommen dieser und weiterer bedrohter Arten führte dazu, dass das Gebiet als EU-Vogelschutzgebiet in die Vorschlagsliste für die Flora-Fauna-Habitat(FFH)-Gebietskulisse aufgenommen wurde. Als weitere im Bereich des Feldbergs ausgewiesene Schutzgebietskategorien sind Bannwald, Schonwald, Landschaftsschutzgebiet (LSG) und Vogelschutzgebiet nach der EU-Vogelschutzrichtlinie zu nennen. Auf eine nähere Betrachtung dieser Rahmenbedingungen muss hier verzichtet werden.

Freizeitsport am Feldberg

Wintersport *„Der Ski, einfach aber sicher beherrscht, führt uns in die fabelhafte Pracht des so lange verkannten Winters. Es war nicht meine Absicht, die vielen, die in unnatürlicher Lebensgewohnheit schmachten, zu überzeugen, ich wollte nur den einen oder anderen veranlassen, über seinen waschlappigen Larvenzustand nachzudenken und sich vielleicht zu einer erlösenden Tat emporzuschwingen.*

Erlaubt uns die Sportart, größere Strecken zurückzulegen, welche Fülle von Eindrücken, von Beobachtungen und Empfindungen lohnen uns reichlich die Mühe, die wir nicht nur jetzt, sondern auch zum Erlernen des Sports verwendet haben!“ (Zdarsky 1905).

Auch wenn es dieser Aussage nach zu Beginn des 20. Jahrhunderts offensichtlich noch gewisser Mühen bedurfte, die Mitmenschen zur Ausübung des „weißen Sports“ zu motivieren, markiert doch der Feldberg-Ausflug des französischen Konsultssekretärs Dr. Pilet aus Todtnau mit seinen aus Norwegen importierten Schneeschuhen 1891 den Beginn des Wintersports im Südschwarzwald. Der Feldberg gilt damit als die Wiege des alpinen Skisports in Deutschland. Neben dem Skifahren etablierte sich früh auch das Skispringen am Feldberg, wobei bis zur Errichtung der Sprungschanze im Fahler Loch (1937) noch am Seebuckhang gesprungen wurde. Verschiedene Namensgebungen erinnern noch heute an die Zeit der Skipioniere³.

Zur Zeit der Ausweisung des Naturschutzgebietes in seinen damaligen Grenzen hatte man sportlich große Pläne mit dem Feldberg: Die Nationalsozialisten planten 1936 die Errichtung des olympischen Dorfes am Feldberg. Hierfür sollten 14 Hektar aus dem Naturschutzgebiet herausgelöst werden. Zu hohe Erschließungskosten und der zweite Weltkrieg vereitelten das geplante Bauvorhaben.

Mit der Inbetriebnahme des ersten Sessellifts am Seebuckhang 1951 setzte eine Zeit erheblicher Eingriffe in das Naturschutzgebiet Feldberg ein. Um Schwierigkeiten zu vermeiden, die aus der engen Umschließung der Gemeinde durch Schutzgebietsflächen resultierten (und um den Bau des Sesselliftes genehmigungsfähig zu machen), wurden 1950 die Skihänge am Seebuck wieder aus dem Naturschutzgebiet herausgeschnitten. Nur durch den Einsatz vieler engagierter Mitglieder des Schwarzwaldvereins und der Arbeitsgemeinschaft Heimatschutz Schwarzwald konnten

³ So hat das neue „Haus der Natur“ am Feldberg die offizielle Anschrift „Dr. Pilet Spur“. Auch die „Tauerinne“, die vom Seebuck steil hinunter zum Feldsee führt, ist keineswegs nach der österreichischen Gebirgsgruppe benannt, sondern nach demjenigen, der sie als erster per Ski befuhr.

Mitte der 1960er-Jahre Pläne verhindert werden, das Zastler Loch als einen der wertvollsten Pflanzenstandorte am Feldberg mit einer Kabinenseilbahn zu erschließen.

Seitdem hat sich die Situation grundlegend gewandelt: Mittlerweile ist es nicht nur in den Alpen, sondern insbesondere auch hier in den Mittelgebirgen zu einem explosionsartigen Anstieg der Zahl der Wintersportler gekommen. So geht man für Deutschland von mehr als 5 bis 6 Millionen Wintersportlern aus, davon ca. 200.000 Tourengerer, Stand 1999 (ANL 1999a). Auch am Feldberg haben sich im Laufe der Jahrzehnte einige „klassische“ Skitouren etabliert.

Vier Seilbahnen bestimmen das Winterbild der Landschaft am Seebuck-Nordhang und bringen Carver und Snowboarder teils im Sechserpack zum Pistenkopf. Spätestens ab der Wintersaison 2002/2003 wird eine Beschneigungsanlage versuchen, der allgemeinen Klimaerwärmung zum Trotz für Schneesicherheit zu sorgen. Jugendliche „Freerider“ ziehen bevorzugt in den licht bewachsenen Übergangsbereichen zwischen dem geschlossenen Wald und der offenen Piste ihre Snowboard-Spuren. Die Verbindung der Skigebiete am Seebuck und der so genannten Grafenmatt mittels einer per Ski befahrbaren Brücke über die Bundesstraße rückt in greifbare Nähe. Überlegungen zu weiteren Attraktionen besonders für das jüngere Publikum, wie etwa die Anlage einer „Halfpipe“ oder die nächtliche Flutlichtbeleuchtung der Pisten, stehen Schlange.

Aber auch die so genannten *sanften*, weil – scheinbar – umweltverträglichen Sportarten wie Skilanglauf, Skitourengehen oder Schneeschuhwandern hinterlassen ein immer dichteres Spurennetz in der faszinierenden Winterlandschaft um den „Höchsten“.

Wintersport und Naturschutz – wo ist das Problem? Die Zahl der Wintersport-Spielarten steigt ebenso wie der Ausbau der hierfür benötigten (oder zumindest für notwendig erachteten) Infrastruktur ständig an. Ohne Anspruch auf Vollständigkeit seien zur Veranschaulichung genannt:

Wintersportarten

- Ski alpin mit verschiedenen Varianten wie Tiefschneefahren, Telemarking, Carving, Bigfoot, Heli-Skiing, ...
- Snowboarden (mit ähnlichen Varianten wie beim Ski alpin, dazu z.B. „Powdern“ oder „Freeriden“)
- Skitouren
- Skispringen/Skifliegen
- Langlauf/Biathlon
- Schneeschuhwandern
- Winterwandern
- Schlittenfahren
- Schlittschuhlaufen
- Winterklettern
- Eisfallklettern
- Eissurfen
- Rodeln, Bobfahren
- Motorschlittenfahren
- Hundeschlittenfahren
- Events

Infrastruktur

- Zufahrtsstraßen und -wege
- Parkplätze
- Gastronomie, Schneebars
- Geschäfte, Kiosks
- Lifte und Lifttrassen
- Ski-Hallen
- Pistengestaltung (Bulldozer)
- Pistenpräparation (Pistenwalze)
- Beschneiungsanlagen mit Wasserversorgung und -leitung
- Halfpipes
- Sprungschanzen
- Flutlichtanlagen (Nachtskillauf)
- Loipen
- Skischulen
- Event-Center
- Herstellung und Transport von Materialien und Ausrüstungsgegenständen

Die Zunahme des Flächenverbrauchs durch die Erschließung neuer Skigebiete hat in den letzten Jahren zwar deutlich abgenommen. Doch die unter dem Aspekt der Qualitätssicherung bzw. Qualitätsverbesserung vorgenommenen Veränderungen bestehen oft in einer Vergrößerung der Gebietskapazitäten und einer erheblichen Ausweitung der angebotenen Infrastruktur.

Die Zukunft des modernen Wintersports wird heute eher in Groß-Skigebieten gesehen, was im Alpenraum bereits dazu geführt hat, dass ehemals zuverlässig geschützte Gebiete beeinträchtigt werden. Der Feldberg gehört zu den am besten für den Wintersport geeigneten Gebieten im ganzen Schwarzwald (Roth 2000). Auf der anderen Seite ist hier das Interesse des Naturschutzes besonders ausgeprägt, Konflikte unter dem Gesichtspunkt der skizzierten Entwicklungstendenzen sind daher zu befürchten.

Ein Beispiel aus jüngster Zeit ist die nach langem Schlagabtausch zwischen Gegnern und Befürwortern genehmigte Beschneigung einiger Flächen am Seebuck. Problematisch aus Sicht des Naturschutzes erscheint hierbei in erster Linie das Thema Wasserbevorratung und die Beschneigung von naturschutzfachlich wertvollen so genannten Borstgrasrasen, die in Baden-Württemberg unter dem Schutz des § 28 des Landesnaturschutzgesetzes stehen⁴. Zudem kann aufgrund der Positionierung der Schneekanonen nicht ausgeschlossen werden, dass auch Flächen im Naturschutzgebiet künstlich beschneit werden.

Aus Sicht des Naturschutzes steht allerdings nicht in erster Linie die maschierte Nutzung des Seebucks als Skipiste im Vordergrund der Problematik, zumal sich die Piste außerhalb des Naturschutzgebiets befindet und die meisten Alpinskifahrer den engeren Pistenbereich ohnehin nicht verlassen. Deshalb soll hier auch nicht vorrangig auf das mit dem Pistenskilaufl verbundene Problemfeld (Stichworte Pistenbau, Pistenpräparation, Vegetationsschäden, Liftanlagen, Beschneigung, Verkehrsbelastung etc.) eingegangen werden⁵.

Schwieriger erscheint die steigende Zahl derjenigen Wintersportler, die sich abseits der Pisten und Loipen im Gelände – auch und gerade innerhalb des Naturschutzgebiets – bewegen. Vor allem das Skitourengehen und das Snowboardfahren haben in den letzten Jahren zugenommen: Je voller die Pisten wurden, desto eher fanden begeisterte, gute und sportliche Skifahrer in dem Massenbetrieb nicht mehr die gesuchte Erfüllung und wichen in bis dahin unberührtes Gelände abseits präparierter Hänge aus.

Weil Skitourengeher nicht auf technische Aufstiegshilfen und präparierte Pisten angewiesen sind, gilt das Tourengehen als sanfte Sportart⁶. Ähnlich werden der Skilanglauf und das als neuer Trend zu beobachtende Schneeschuhwandern beurteilt, das schneebegeisterten Natursportlern noch weiter gehende Möglichkeiten bietet, sich abseits von Wegen, Pisten und Loipen durch die Winterlandschaft zu bewegen. Diese Sportarten entsprechen den modernen Freizeitidealen der Natur-, Erlebnis- und Bewegungsorientierung besonders gut.

Die Flächenwirksamkeit dieser als sanft geltenden Sportarten ist jedoch sehr hoch; ihre beunruhigende Wirkung auf Wildtiere wird oft unterschätzt. Besonders ungünstig wirken sich dabei solche Störfaktoren aus, die räumlich und zeitlich unregelmäßig und damit für die Wildtiere un-

⁴ Der § 28 des Landesnaturschutzgesetzes Baden-Württemberg stellt bestimmte Lebensräume quasi „automatisch“ unter Naturschutz, ohne dass ein Naturgebiet ausgewiesen werden müsste.

⁵ Die z.T. recht erheblichen Probleme, die sich aus dem an schönen Wintertagen massiven Besucherandrang ergeben (z. B. Verkehrsaufkommen, Abgasbelastung, usw.) sollen hier nicht unbeachtet bleiben. Doch entspricht die intensive Nutzung des Seebucks durchaus dem Prinzip der Kanalisierung, auf das im Folgenden noch eingegangen wird.

⁶ Auch im DAV-Projekt „Skibergsteigen umweltfreundlich“ wird Skitourengehen aus diesen Gründen als sanft bezeichnet.

vorhersehbar und überraschend auftreten. Dies betrifft insbesondere Störungen abseits häufig genutzter Wege, Loipen oder auch Pisten. Nicht übersehen werden darf dabei auch der Ausstrahlungseffekt: So wirkt sich die Störung durch nur einen einzigen Skifahrer oder Schneeschuhwanderer im Winterwald nicht nur auf die von ihm begangene Spur aus, sondern strahlt je nach Tierart unterschiedlich weit in die Umgebung hinein aus.

Auch diese Thematik kann und soll hier nicht umfassend dargestellt werden. Als Stichpunkte für Auswirkungen dieser Sportarten auf Wildtiere seien lediglich genannt:

- Einengung der Rückzugsmöglichkeiten der Wildtiere
- vorübergehende/dauerhafte Abdrängung von Tieren in z.B. hinsichtlich des Nahrungsangebots, des Klimas oder der Räuberexposition suboptimale Biotope
- erhöhter Energieverbrauch bei der Flucht (bis >10-fach!), Abbau von Energiereserven
- Änderungen im Tagesrhythmus und Raumnutzungsmuster (Ernährung!), dadurch z.T. erhöhte Verbiss-/Schältschäden (Knospen, Zweige, Rinde)
- Erhöhung der Scheue, damit schlechtere Bejagbarkeit und schlechtere Beobachtbarkeit

Dieser „sanfte“ Druck auf die Flächen auch abseits der Pisten nimmt in den letzten Jahren zu. Immer mehr Menschen wird der Rummel auf den Pisten zu viel, sie suchen Erholung und Naturerlebnis weitab von den Massen. Anhand der Vielzahl von Ski-, Snowboard- und Schneeschuhspuren im lichten Wald am oberen Seebuck ist dieser Trend leicht nachvollziehbar.

Gerade diese lückigen Waldbereiche innerhalb des Naturschutzgebietes Feldberg zwischen den baumfreien Weidfeldern und dem geschlossenen Wald stellen im Winter gern genutzte Rückzugsgebiete stark gefährdeter Arten wie der Auerhühner dar. Die starke Nachfrage nach naturnahen Aktionsräumen auch in Naturschutzgebieten droht die Belastbarkeitsgrenzen zu überschreiten und kann seitens engagierter Naturschutzvertreter zu verstärkten Rufen nach Restriktionen führen.

Es hat sich gezeigt, dass sich eine extensive Erholungsnutzung des Waldes am ehesten dann mit dem Vorkommen des Auerhuhns verträgt, wenn der Wald deckungsreich ist, also reiche Vorkommen z.B. der Heidelbeere bietet. Ist der Wald hingegen deckungsarm, kann bereits ein einzelner abseits vom Weg gehender Wanderer, Variantenfahrer, Snowboarder oder Tourengerer einen breiten Streifen „auerhuhnfrei“ machen.

Insbesondere solange die Raufußhühner in ihrer Verbreitung auf wenige, inselartige Vorkommen beschränkt sind, kommt dem Schutz dieser „Inseln“ und damit der Lenkung des Wintersports in diesen Bereichen besondere Bedeutung zu. Die Verordnung für das Naturschutzgebiet Feldberg gibt dabei klare Regelungen vor:

§ 4 Verbote im Naturschutzgebiet

(1) *Im Naturschutzgebiet sind alle Handlungen verboten, die zu einer Zerstörung, Beschädigung oder Veränderung des Schutzgebietes oder seiner Bestandteile [...] führen können.*

(2) *Im Naturschutzgebiet ist es insbesondere verboten:*

9. das Schutzgebiet außerhalb von Straßen und markierten Wegen zu betreten; dieses Verbot gilt nicht [...] bei geschlossener Schneedecke für Flächen in der offenen Landschaft mit wenigstens 50 m Abstand zum Wald.

§ 5 Besondere Verbote für den Erholungs- und Sportbetrieb im Naturschutzgebiet

Im Naturschutzgebiet ist es insbesondere auch verboten:

13. beim Wintersport im Wald die ausgewiesenen Skiabfahrten, Loipen oder markierten Wege zu verlassen;

14. in der offenen Landschaft außerhalb von ausgewiesenen Skiabfahrten, Loipen, markierten Wegen oder für den Wintersport besonders ausgewiesenen Flächen mit geringerem Abstand als 50 m zum Wald Wintersport zu betreiben.

Wandervögel und Mountainbiker – Sommerfreuden Ebenfalls seit über 100 Jahren wird der Feldberg als Wanderziel aufgesucht. Bereits 1906 waren die ersten „Mountainbiker“ am Feldberg zu beobachten!

Während zunächst überwiegend verschwiegene, schmale Pfade den Berg erschlossen, wurde er im Laufe der Zeit von einem immer dichter gesponnenen Wegenetz überzogen, ergänzt durch befestigte Straßen zu den baulichen Anlagen im Gipfelbereich.

Insbesondere eine klimatisch bedingte Eigenart führte zudem über die Jahre und mit steigenden Besucherzahlen zu einer seltsamen Vervielfältigung dieser Wege: Gerade im Herbst, wenn sich die Oberfläche der schmalen Trampelpfade durch Kammeisbildung und Wiederauftauen in

eine recht matschige Angelegenheit verwandelt, ist die Verlockung groß, diesem Matsch in die benachbarte Wiese auszuweichen. Schnell entsteht so eine neue Spur knapp neben dem bisherigen Weg. Auf diese Weise waren bereits in den 1960er-Jahren einige beliebte Routen auf bis zu 15 parallel verlaufende Spuren erweitert. Die Erosionskraft fließenden Wassers vertiefte manche dieser Spuren auf fast 1,70 Meter.

Heute ziehen an schönen Sommertagen wahre Karawanen von Spaziergängern vom Großparkplatz hinauf zum Bismarckdenkmal, wo ein großer Teil der Besucher bereits den Höhe- und Endpunkt der Tour erreicht hat. Man verweilt, genießt die Aussicht – so vorhanden – und strebt wieder zügig dem Ausgangspunkt zu. Abgesehen von den flächig um den Seebuckgipfel vorhandenen Trittschäden, fast der Idealfall von Besucherlenkung!

Seit einigen Jahren werden die Scharen der Wanderer am Feldberg noch verstärkt durch Mountainbiker. Der ganze Hochschwarzwald stellt ein hervorragendes Zielgebiet für diese Sportart dar. Nicht nur der je nach Fahrtstrecke rassige Berganstieg reizt (aus dem Rheintal bei Freiburg bis zum Feldberggipfel immerhin satte 1.200 Höhenmeter, je nach Fahrtstrecke noch mit diversen Gegensteigungen gewürzt!), sondern auch die Vielzahl der durch eine wunderschöne, abwechslungsreiche Mittelgebirgslandschaft führenden und oft sehr gut befahrbaren Forstwege.

Trotz dieses Angebots bleibt es nicht aus, dass auch die schmalen, z.T. steilen und kurvenreichen Fußwege von Bikern befahren werden, was nicht zuletzt oft erbittert geführte Streitigkeiten mit Wanderern nach sich zieht. Besonders die manchmal weit in den Abend ausgedehnten Touren auf ehemals ruhigen Forststraßen stellen eine erhebliche Beunruhigung z.B. des Auerwildes dar, das an den Wegböschungen gerne Heidelbeeren oder Magensteinchen aufnimmt.

Regeln, wie etwa das im Rahmen der Naturschutzgebietsverordnung bestehende und durch Weidezäune unterstützte Wegegebot oder die Beschränkung des Mountainbikens im Naturschutzgebiet auf Wege mit einer Mindestbreite von 3 Metern, helfen hier bei der Bewältigung der Besuchermassen.

Ich bin doch immer hier gewandert – ist Wandern umweltschädlich?

Wie sind nun die Umweltwirkungen des doch gemeinhin als außerordentlich naturverträglich geltenden Wanderns speziell im Feldberggebiet zu beurteilen? Geradezu klassisch ist die oft gestellte Frage: „Was mache ich denn schon kaputt, wenn ich hier durch die Wiese laufe?“ Angesichts der Besucherzahlen ebenso klassisch die unausweichliche Antwort: „Die Menge macht halt den Unterschied.“

Betrachtet man das Wegenetz vor der besonders durch die „Interessengemeinschaft zum Schutz von Natur und Landschaft am Feldberg“ (IGNLF) initiierten und vom „Feldberg-Ranger“ seit 1989 fortgesetzten Reduzierung und denkt sich dazu um jeden Weg einen „Störstreifen“ von beiderseits mindestens etwa 20 bis 30 Metern dazu, also den Bereich, in dem beispielsweise bodenbrütende Singvögel, wie der fast nur auf der Nordseite des Feldbergs vorkommende Bergpieper (*Anthus spinoletta*), durch

Abbildung 2:

Wegenetz am Feldberg vor der Reduzierung (Laber 1997)

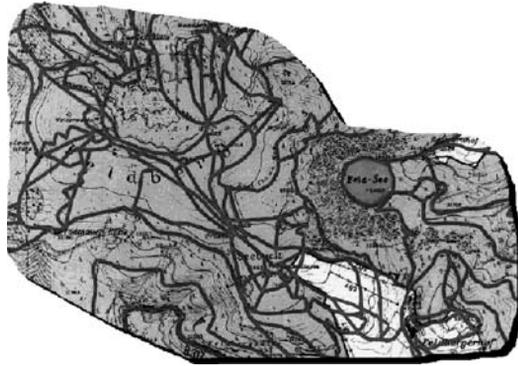
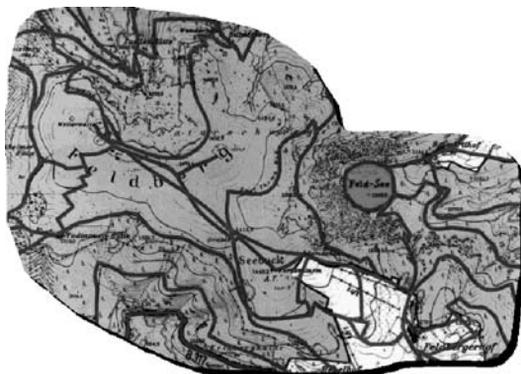


Abbildung 3:

Wegenetz am Feldberg nach der Reduzierung (Laber 1997)



fast jeden Wanderer aufgescheucht werden, lässt sich leicht nachvollziehen, wie stark der Lebensraum Weidfelder durch diese Wege eingeengt wurde (Abbildungen 2 und 3).

Die bereits angesprochene Verbreiterung der Wege durch viele Parallelspuren, die z.T. erheblichen Trittschäden im Bereich beliebter Aussichtspunkte und die Beliebtheit des Abkürzens quer durch die Wiesen vervielfältigen die Störwirkungen des Sommerbetriebs auf die empfindliche Lebensgemeinschaft der Weidfelder.

Als ein weiterer Aspekt der sommerlichen Freizeitnutzung des Naturschutzgebiets sei der Badebetrieb im Feldsee genannt. Zwar untersagt die Naturschutzgebietsverordnung grundsätzlich das Baden im Feldsee, doch war es seit 1991 im Rahmen einer Ausnahmeregelung in einem eng begrenzten Bereich am Südufer des Sees gestattet. Nachdem sich jedoch herausgestellt hatte, dass gerade im Bereich dieser Badezone zwei extrem seltene, als Eiszeitrelikte geltende Wasserpflanzen – Stachelsporiges Brachsenkraut (*Isoëtes echinospora*) und See-Brachsenkraut (*Isoëtes lacustris*) – stark zurückgegangen waren, wurde das Baden im Feldsee zur Sommersaison 2000 wieder verboten. Die Naturschutzverwaltung hatte hier im Naturschutzgebiet (!) aus Gründen der Vorsorge eingegriffen; die Entrüstung in der Region war dennoch nicht unerheblich.

Naturschutz und Freizeitsport – Wege zur Koexistenz

Nach einer Zusammenstellung von Schemel und Erbguth (Schemel/Erbguth 2000) stehen Tourismus und Erholung nach Landwirtschaft und Forstwirtschaft/Jagd an dritter Stelle der Verursacher des heute zu beobachtenden Artenrückgangs. Die Ursache hierfür liegt insbesondere darin, dass gerade der Natursport oft besonders wertvolle und sensible Lebensräume beansprucht (z.B. Gewässerufer, Fließgewässer, Felsen, Rückzugsgebiete ...).

Muss der Naturschutz daher also doch die Menschen aus der zu schützenden Natur ausschließen, die viel zitierten „Käseglocken“ über die Landschaft stülpen? Lassen sich Naturschutz und Freizeitsport auf keinen Fall verbinden?

Ein wichtiger und den Besuchern des Gebiets zu vermittelnder Grundsatz ist, dass in einem Land, in dem lediglich 1,10% (Regierungsbezirk Stuttgart) bis 2,88% (Regierungsbezirk Freiburg)⁷ der Fläche unter Natur-

⁷ Nach „Umweltdaten 2000 Online“, der Umweltdatenbank der Landesanstalt für Umweltschutz Baden-Württemberg (<http://www.lfu.baden-wuerttemberg.de/lfu/abt2/umweltdaten2000/>).

schutz stehen, nicht grundsätzlich alles überall möglich sein kann. Sicher muss in einem Naturschutzgebiet der Naturschutz grundsätzlichen Vorrang genießen – wo sonst?

Andererseits ist es aber außerordentlich wichtig, in einer Zeit, in der das öffentliche Interesse am Natur- und Umweltschutz zugunsten anderer Themen wie Arbeitslosigkeit, wirtschaftlicher Entwicklung oder globalem Terrorismus bereits seit etlichen Jahren wieder abnimmt, eine bleibende gesellschaftliche Anerkennung der Bedeutung des Naturschutzes zu gewährleisten. Andernfalls würde der Naturschutz wohl immer stärker in die Rolle des Bremsers, des Verhinderers einer wirtschaftlichen Weiterentwicklung gedrängt werden. Dies wäre gerade in einer so eng vernetzten Situation wie am Feldberg außerordentlich kontraproduktiv.

Die Akzeptanz von Naturschutzmaßnahmen ist dann am größten, wenn diese unter Einbeziehung der lokalen Bevölkerung konzipiert und durchgeführt werden. Diese Einbeziehung ist auch auf die Ausübung von Sportarten anzuwenden, die Natur und Landschaft als Ressource benötigen. Erholung in der freien Natur entspricht einem sehr weit verbreiteten Grundbedürfnis der Menschen. Zugleich steigert der Aufenthalt in der freien Landschaft den Bezug des Einzelnen zur Natur⁸.

In erster Linie ist also danach zu differenzieren, welche Art des Naturerlebens im Naturschutzgebiet stattfinden kann und muss bzw. wie die unmittelbare und intensive Verflechtung von Naturschutz und Freizeitsport am Feldberg in für beide Seiten nicht nur tragbare, sondern im Idealfall gewinnbringende Bahnen gelenkt werden kann (Win-win-Strategie).

In diesem Zusammenhang spielt verstärkt auch das Thema Nachhaltigkeit (Sustainable development) eine wichtige Rolle in der Entwicklung zukunftsfähiger Konzepte. Die Bedürfnisse heutiger Generationen sollen bzw. müssen befriedigt werden, ohne diejenigen kommender Generationen zu gefährden. Umweltpolitische Probleme können also nicht isoliert von der wirtschaftlichen und sozialen Entwicklung betrachtet werden. Vielmehr ist ein ganzheitlicher Ansatz erforderlich.

Somit umfasst Nachhaltigkeit neben der ökologischen Dimension (Nutzung der Naturgüter im Rahmen ihrer Regenerationsfähigkeit) auch eine sozioökonomische Dimension: Menschliche Aktivitäten müssen einen langfristigen, gesellschaftlich akzeptierten, wirtschaftlichen und sozialen Lebensstandard der regionalen Bevölkerung sichern. Gleichzeitig sind auch bei der Raumplanung ökologische Aspekte verstärkt zu berücksichtigen.

⁸ Ein wesentliches Ziel der Umweltbildung ist es, gerade diesen Bezug zur Natur vor allem bei Kindern und Jugendlichen zu verbessern. Aus solchen und ähnlichen Gründen spielt das Thema „Naturerlebnis“ in der Umweltbildung gerade mit dieser Zielgruppe, verstärkt aber auch mit Erwachsenen, eine so wesentliche Rolle.

gen: Der Wintertourismus ist auf geeignete Gebiete zu konzentrieren; auf eine Neuerschließung oder Erweiterung ungeeigneter Bereiche sollte verzichtet werden.

Für den Freizeitsport bedeuten diese grundsätzlichen Überlegungen, dass der Sport als solcher durch den Naturschutz nicht in Frage gestellt wird. Seine wichtigen, gesellschaftlich-sozialen Funktionen, wie z.B. persönliches Wohlbefinden, Persönlichkeitsentwicklung, Gesundheitsvorsorge etc., werden wahrgenommen und in ihrer Bedeutung akzeptiert. Der Sport ist jedoch wiederum gebunden an gesunde Umweltbedingungen und an eine Landschaft mit langfristig zu sichernden Qualitäten wie Naturnähe, Vielfalt, Eigenart und Schönheit. Es geht somit um das „Wie?“ und gegebenenfalls das „Wo?“ des Sporttreibens. In Vorranggebieten des Naturschutzes sind dabei unter Umständen Nutzungsgrenzen zu respektieren, um diese Werte nicht zu gefährden oder gar im schlimmsten Fall unwiederbringlich zu zerstören.

Prinzip Entflechtung Ein wesentlicher Schritt für ein konstruktives Miteinander von Naturschutz und sportlicher Naturnutzung wurde am Feldberg in durchaus weiser Voraussicht bereits 1950 getan: Die Schutz- und Nutzungsinteressen wurden durch die Herausnahme des Skihangs aus dem Naturschutzgebiet entflochten. Auch wenn damals pragmatische Gründe (Genehmigungsfähigkeit des geplanten Sesselliftes) eine nicht unerhebliche Rolle spielten, entspricht diese Vorgehensweise durchaus derjenigen bei modernen Schutzgebietskonzeptionen etwa in Nationalparks, in denen man auf der einen Seite Kernzonen des Naturschutzes definiert und andererseits Randzonen, in denen die wirtschaftliche bzw. touristische Nutzung weiterhin ermöglicht und teilweise sogar gefördert wird.

Schwierig ist am Feldberg in erster Linie die sehr enge Verzahnung des touristischen Entwicklungsraumes mit dem Schutzgebiet, was immer wieder zu Konflikten führt. Hier könnten möglicherweise zukünftig weitergehende räumliche Trennungen erforderlich sein. Dies bedarf allerdings sehr differenzierter Planungen und eines beiderseitigen starken Willens zur Zusammenarbeit. Ein geeignetes Mittel, um in diesem Sinne gangbare Wege aufzuzeigen, könnte die bisher noch ausstehende Erarbeitung eines übergreifenden Pflege- und Entwicklungsplanes für das Naturschutzgebiet Feldberg sein, die voraussichtlich im Rahmen eines Naturschutz-Großprojekts des Bundes erfolgen wird⁹.

⁹ Bund und Land fördern das so genannte „Naturschutz-Großprojekt Feldberg – Belchen – Oberes Wiesental“ im Rahmen des „Förderprogramms des Bundes zur Errichtung und Sicherung schutzwürdiger Teile von Natur und Landschaft mit gesamtstaatlich repräsentativer Bedeutung“ mit voraussichtlich insgesamt 10,8 Millionen DM über 10 Jahre. 10% der Gesamtkosten (1,2 Millionen DM) müssen die kommunalen Projektpartner in diesem Zeitraum beisteuern. Wesentliches Projektziel ist die Offenhaltung der Landschaft. Eine der Projektgrundlagen ist die Erstellung eines Pflege- und Entwicklungsplans für das Kerngebiet des Projekts, zu dem u.a. alle bereits bestehenden Naturschutzgebiete gehören.

Besucherlenkung Bereits seit Anfang der 1970er-Jahre intensivierte der Schwarzwaldverein die ehrenamtliche Naturschutzstreife am Feldberg. Seit 1989 ist ein Mitarbeiter der Bezirksstelle für Naturschutz und Landschaftspflege (BNL) Freiburg als hauptamtlicher Naturschutzwart – der so genannte Feldberg-Ranger – für die Schutzgebietsüberwachung und Besucherinformation zuständig. Eines der Verdienste der BNL war der Aufbau eines Besucherlenkungs- und -informationssystems und die Reduzierung des überaus dichten Wegenetzes.

Der Vergleich von Abbildung 2 und 3 zeigt das Grundprinzip und das Ausmaß der erfolgten Veränderungen. Insbesondere vielfach vorhandene Parallelverbindungen wurden auf wenige, gut zu begehende Verbindungslinien reduziert, erosionsanfällige „Direttissimas“ gesperrt. 1978 schlossen sich die Anliegergemeinden und Anliegerkreise des Naturschutzgebiets zur „Interessengemeinschaft zum Schutz von Natur und Landschaft am Feldberg“ (IGNLF) zusammen. Dieser Verein beseitigte unter tatkräftiger Mithilfe des Forstamtes Todtnau v.a. durch Auffüllen der Erosionsgräben und durch Ableitung von Wasser die entstandenen Erosionsschäden.

Parallel zu dieser Maßnahme musste das Wegegebot im Naturschutzgebiet verstärkt überwacht werden. Nach anfänglichen Schwierigkeiten vor allem mit einheimischen Wanderern, die „plötzlich“ auf ihnen lieb gewordene Routen verzichten mussten, konnte durch den Einsatz des Rangers, vieler ehrenamtlicher Helfer, z.B. des Schwarzwaldvereins und seit 1994 der Sommer-Ranger, mittlerweile eine gute Akzeptanz für diese Maßnahmen erreicht werden.

Einfache Weidezaundrähte unterstützen darüber hinaus die Bindung der Spaziergänger und Wanderer an die Wege. Nur wenige übersteigen diese Zäune auf die Gefahr hin, einem leibhaftigen Hinterwälder Rind unmittelbar gegenüberzustehen; dass nicht immer alle Drähte tatsächlich Strom führen, tut der lenkenden Wirkung keinen Abbruch.

Darüber hinaus bilden die so genannten „I-Punkte“ attraktive Anziehungspunkte für die Besucher. Schön gestaltete Tafeln informieren hier über Alltägliches wie auch Besonderes am Feldberg, und Wichtel „Velt“ erzählt auch etwas Spannendes für kleine Wanderer. Die Standorte dieser Tafeln lassen sich zu reizvollen Rundwanderungen verbinden.

Auerhähne? – Ich kenn’ nur Moorhühner! Die aus Sicht des Naturschutzes zunehmende Problematik der verstärkten Nutzung der empfindlichen Übergangszonen zwischen Wald und offener Landschaft, besonders durch Snowboarder, wurde bereits angesprochen. Doch wie diesem Problem begegnen? Es ist außerordentlich schwierig, diese zumeist jugendlichen Wintersportler mit herkömmlicher Naturschutzinformation zu erreichen.

Eine stärker als bisher zielgruppenorientierte Herangehensweise kann hier einen Schlüssel für eine verbesserte Befolgung bestehender Regelungen oder Verbote bieten. Abbildung 4 zeigt ein erstmals im Winter 2000/2001 eingesetztes Plakat, das diesen Gedanken aufgreift¹⁰.

Flucht nach vorn Auch dem in jüngster Zeit verstärkt aufkommenden Schneeschuhwandern wird offen(-siv) begegnet: Statt das Schneeschuhwandern sozusagen prophylaktisch im Naturschutzgebiet zu verbieten und damit neue Fronten aufzubauen, versucht man am Feldberg, neue Wege des Miteinander von Naturschutz und Freizeitsport zu gehen.

So werden vom Naturschutzzentrum Südschwarzwald im neuen „Haus der Natur“ am Seebuck geführte Schneeschuhwanderungen speziell für jugendliche Teilnehmer angeboten. Unter Leitung eines Mitarbeiters des

Abbildung 4:
Plakat: „Auerhähne? – Ich kenn’ nur Moorhühner“.



¹⁰ Die Vorlage für diese Abbildung wurde vom Feldberg-Ranger A. Laber zur Verfügung gestellt.

Naturschutzzentrums können die Besucher das Gebiet auf Schneeschuhen kennen lernen. Dabei steht nicht in erster Linie die naturschutzfachliche Belehrung im Vordergrund, sondern eher der Erlebnischarakter einer solchen Tour durch die tief verschneite Winterlandschaft. Die Vermittlung von für den Naturschutz relevanten Inhalten geschieht quasi nebenbei, „durch die Hintertür“.

Im Gelände durch Pflöcke markierte Schneeschuhtrails ergänzen spätestens ab der Wintersaison 2002/2003 dieses Angebot für diejenigen, die ohne Führung durch das Gebiet wandern wollen. Die Routenführung wurde dabei sowohl hinsichtlich naturschutzfachlicher Vorgaben als auch bezüglich der für die Besucher interessanten Wegstrecken optimiert. Hierbei arbeiten Gemeinden, Naturschutzbehörden, Naturschutzzentrum und Naturpark in vorbildlicher Weise zusammen.

In ähnlicher Weise geht die Naturschutzverwaltung aktiv auf andere Freizeitsportler wie etwa die Radfahrer zu und erarbeitet in enger Kooperation mit den sportlichen Interessenvertretern Wegekonzepte und Informationsmaterialien.

Das Image des Naturschutzes verbessern – Ausblick und Hoffnung

Wie erreichen wir es nun, dass die freizeit- und erlebnisorientierte Gesellschaft trotz der Dominanz anderer Themen bereit ist, den Naturschutz auch zukünftig als Gemeinschaftsaufgabe zu verstehen und sich dafür einzusetzen? Wie kann der Naturschutz selber zu dieser gesamtgesellschaftlichen Verankerung beitragen, selbstverständlich ohne dabei seine fachlich definierten Grundlagen aus den Augen zu verlieren? Wie lassen sich die immer weiter gehenden Möglichkeiten gerade im Freizeitbereich und die, damit einhergehend, ständig steigenden Ansprüche an die Landschaft am und um den Feldberg mit dem dauerhaften Schutz bestimmter Arten oder Lebensraumtypen vereinbaren?

Derzeit (Anfang 2002) gilt der Naturschutz – nicht nur, aber auch am Feldberg – immer noch vielen als der große „Verhinderer“, großflächige Schutzgebiete werden vorrangig als Störfaktoren der kommunalen Entwicklung verstanden. In der Förderung eines positiven Images großflächiger Naturschutzgebiete liegt eine der wesentlichen und vielversprechenden Aufgaben des Naturschutzes in den nächsten Jahren. Beispiele aus anderen Bundesländern (z.B. Nationalpark Bayerischer Wald) und Staaten zeigen, dass hier gute Fortschritte möglich sind. „Der niederländische Naturschutz heißt die Menschen willkommen“ war eine grundlegende Erkenntnis einer Fachexkursion in die Niederlande: Besucherzentren, an-

sprechende Informationstafeln (auf denen die Schönheiten und Besonderheiten im Vordergrund stehen und nicht so sehr Verbote) und viele Naturbeobachtungseinrichtungen, z.B. für Vögel und Säuger, unterstreichen dort den Naturerlebnis-Charakter der Schutzgebiete und die Bedeutung, die diese Gebiete für die Erholung der Bevölkerung spielen (Krüger 2001).

Solche Ansätze spielen seit einigen Jahren dank des Engagements der Naturschutzverwaltung und des Feldberg-Rangers eine immer wichtigere Rolle im Naturschutzgebiet Feldberg. Das Image des Schutzgebietes nicht als Störung, sondern als Motor und Chance einer naturverträglichen und langfristig tragfähigen Tourismusentwicklung muss – gerade auch im Zusammenhang mit dem Aufbau des europäischen Schutzgebietssystems „Natura 2000“ im Rahmen der so genannten FFH-Richtlinie¹¹ – unbedingt auch weiterhin verbessert werden.

Eine wesentliche Rolle hierbei wird das neue „Haus der Natur“ am Feldberg übernehmen. Wichtigstes Ziel des Naturschutzzentrums Südschwarzwald ist es, Besucher ohne erhobenen Zeigefinger zu informieren und für einen sensiblen Umgang mit der empfindlichen Natur am „Höchsten“ zu motivieren. Vor allem aber soll das „Haus der Natur“ ein integratives Forum für die oft widerstreitenden Interessen von Freizeitsport und Naturschutz am Feldberg darstellen.

¹¹ Wesentliches Ziel der Flora-Fauna-Habitat-Richtlinie der Europäischen Union ist der Aufbau eines zusammenhängenden, europäischen Netzwerkes von Schutzgebieten mit dem Namen „Natura 2000“.

Literatur

ANL 1999a

ANL 1999a. „Wintersport und Naturschutz“. Laufener Seminarbeiträge 6/99.

ANL 1999b. „Outdoorsport und Naturschutz“. Laufener Forschungsbericht 6.

Bogenrieder 1982

Bogenrieder, A. et al. 1982. Der Feldberg im Schwarzwald – Subalpine Insel im Mittelgebirge. Die Natur- und Landschaftsschutzgebiete Baden-Württembergs, Band 12.

Krüger 2001

Krüger, U. 2001. „Naturschutzpolitik und Schutzgebiets-Management in den Niederlanden – ein Exkursionsbericht“; in: Natur und Landschaft 76/4, 2001.

Laber 1997

Laber, A. 1997. „Das Besucherlenkungskonzept Feldberg“. Mitt. bad. Landesver. Naturkunde u. Naturschutz 3/4, S. 527-540, sowie Laber persönlich.

Roth 2000

Roth, R. 2000. „Entwicklungskonzeption Sporttourismus im Naturpark Südschwarzwald“. Institut für Natursport und Ökologie; Deutsche Sporthochschule Köln; Forschungsbericht 2.

Schemel/Erbguth 2000

Schemel, H.-J.; W. Erbguth. 2000. Handbuch Sport und Umwelt. Ziele, Analysen, Bewertungen, Lösungsansätze, Rechtsfragen.

Zdarsky 1905

Zdarsky, 1905, zitiert in: ANL. 1999. „Wintersport und Naturschutz“. Laufener Seminarbeiträge 6/99.

4 Umweltauswirkungen und Optimierungspotenziale von Freizeit- und Erlebnisparks



Die Entwicklung von Freizeitparks und Erlebniswelten

Skifahrer können nun auch im Hochsommer ihrem Hobby nachgehen, und zwar nicht auf den hoch gelegenen Gletschern der Alpen, sondern in Skihallen im Ruhrgebiet – auf echtem Schnee in winterlicher Kälte. Wer daran keinen Spaß findet, der kann im Freizeitpark „Kernwasser Wunderland“, im Schatten der alten Kühltürme des „Schnellen Brüters“ in Kalkar, Wildwasser- und Achterbahn fahren oder bei seinem Besuch im Europa-Park Rust feststellen, dass Mykonos ein Ausflugsziel in Baden-Württemberg ist – und das nun auch im Winter.

Kurz gesagt: Der Wettlauf der Freizeit- und Erlebniswelten hat auch in Deutschland begonnen (Opaschowski 1998). Treiber für die boomartige Entwicklung künstlicher Freizeit- und Erlebniswelten waren sicherlich die seit den Sechzigerjahren wachsenden Zeit- und Einkommensbudgets, die den Bundesbürgern in den vergangenen Jahren zur Verfügung standen und in entsprechend gestiegenen Freizeitaktivitäten ihren Niederschlag fanden. Zusätzlich wandelte sich der Anspruch an die Freizeitaktivitäten und -einrichtungen „von der passiven Konsumorientierung der 60er und 70er zur aktiven Erlebnisorientierung der 80er und 90er Jahre“. Erlebnis ist eines der Schlüsselworte der heutigen Freizeitgestaltung. Freizeitbereiche wie Tourismus, Kultur, Sport, Spiel und Unterhaltung stellen Erlebniswerte dar, auf die die Bundesbürger auch und gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten nicht mehr verzichten wollen und können (Opaschowski 1998).

Die wachsende Erlebnisorientierung der bundesdeutschen Bevölkerung hat in den vergangenen Jahren die Errichtung einer Vielzahl von Erlebniswelten ausgelöst. Dieser Artikel konzentriert sich auf die Betrachtung von Freizeit- und Erlebnisparks.

Definition Freizeit- und Erlebnisparks: Unter Freizeit- und Erlebnisparks werden künstlich geschaffene, großflächig angelegte, in sich abgeschlossene, primär stationäre Ansammlungen verschiedenartiger Attraktionen verstanden. Übernachtungsmöglichkeiten können gegeben sein, die durchschnittliche Aufenthaltsdauer liegt jedoch aufgrund des hohen Anteils an Tagesgästen (über 50%) unter einem Tag. Eine thematische Orientierung des Parks ist möglich, aber nicht notwendig; beispielsweise gibt es: Brand-Parcs (Legoland, VW-Autostadt), Märchenparks, Safari-Parks, aber auch unspezifische Vergnügungsparks (in Anlehnung an Baumgartner 2001).

Damit können Freizeit- und Erlebnisparks sowohl von *Ferienwelten* als auch von *städtischen und stadtnahen Erlebniswelten* unterschieden werden. Bei Ferienwelten (Ferienparks, Ferienclubs und Erlebnishotels) ist die Übernachtung das dominante Merkmal der Kategorie. Die durchschnitt-

liche Aufenthaltsdauer der Besucher liegt dabei weit über einem Tag. Sowohl Freizeit- und Erlebnisparks als auch Ferienwelten sind eher im ländlichen Raum angesiedelt und sollen oftmals zur wirtschaftlichen Aufwertung der Region dienen. Bei den städtischen bzw. stadtnahen Erlebniselten stellt die zentrale Lage einen entscheidenden Faktor bei der Standortwahl dar. Städtische und stadtnahe Erlebniselten können sein: Urban Entertainment Center (UEC), Shoppingcenter, Erlebnisbäder, Großkinos/Multiplexe, Ausstellungen/Messen, Sportarenen, Openair-Konzerte, Events etc. (Baumgartner 2001).

Die Diversifizierung der Konzepte von Großeinrichtungen und ihr spezieller Zuschnitt auf ein ganz bestimmtes Marktsegment und eine ausgesuchte Klientel gestaltet die Klassifizierung dieser Einrichtungen zunehmend schwieriger (IfS 1994).

In Deutschland gibt es mittlerweile mehrere Parks (Europa-Park Rust, Heidepark Soltau, Hansa-Park Sierksdorf, Phantasialand Brühl und Holiday Park Hassloch) mit mehr als einer Million Gäste im Jahr. Mehr als 50 Freizeit- und Erlebnisparks haben mehr als 100.000 Besucher. Hinzu kommen mehr als 200 Parks mit weniger als 100.000 jährlichen Gästen. Es wird geschätzt, dass insgesamt etwa 22 Mio. Besucher jährlich in die Freizeit- und Erlebnisparks strömen (THEMATA 2001). Laut einer Repräsentativbefragung des Freizeit-Forschungsinstituts von British American Tobacco (B.A.T.) von 3.000 Personen ab 14 Jahren im Sommer 1998 hatten bereits 37 von 100 Befragten einen Freizeit- oder Erlebnispark besucht (Opaschowski 1998).

Diese Zahlen lassen erkennen, dass Freizeitgroßprojekte einen unbestreitbaren Boom verzeichnen mit weiterhin großen Wachstumspotenzialen, Investitionen und Umsätzen. Damit spiegelt sich in Deutschland der Trend zur weltweiten Expansion der Branche der letzten Jahre wider (THEMATA 2000)¹. Weltweit wurden für 1999 in 340 Freizeit- und Erlebnisparks² 545 Mio. Besucher mit einem Umsatz von 13,8 Mrd. US\$ geschätzt (THEMATA 2000).

In Deutschland wurden in den letzten Jahren zahlreiche weitere Anlagen errichtet – vorwiegend in den neuen Bundesländern. Die Trends bei den Konzepten für Freizeit- und Erlebnisparks zeigen, dass:

- die Technikorientierung zunimmt;
- die Devise „immer höher, immer größer, immer schneller“ weiterhin gilt;
- auf eine attraktive Gestaltung des Geländes als Erlebnisraum zunehmend Wert gelegt wird;

¹ Im Zeitraum von 1990 bis 2000 verdoppelten sich die Umsätze. Die Besucherzahlen stiegen um 80% (THEMATA 2000).

² Berücksichtigt sind die Parks in Nordamerika mit über 500.000 Besuchern sowie weltweit „signifikante“ Parks.

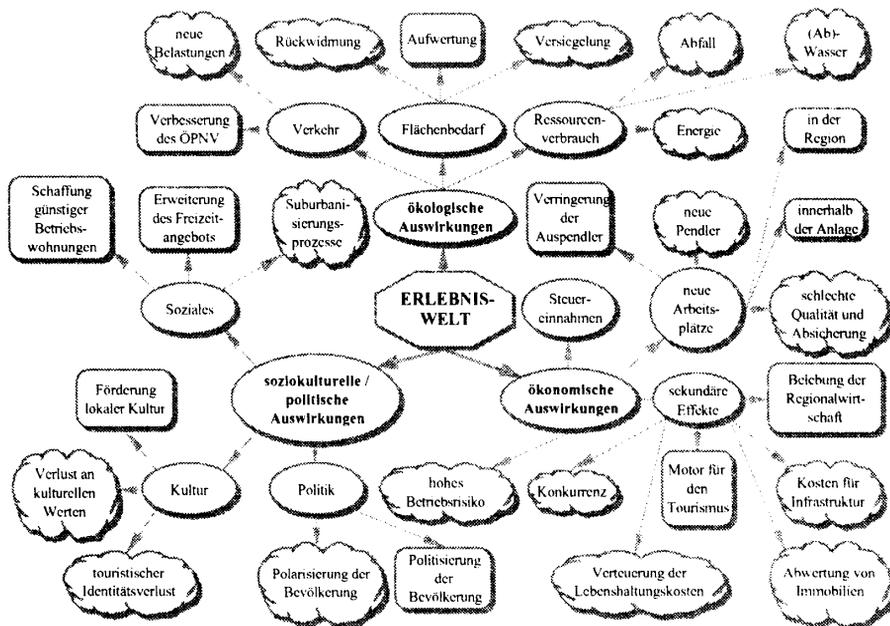
- aufgrund der Konkurrenz untereinander immer mehr Attraktionen gebündelt werden müssen. Damit und mit den notwendigen Übernachtungsmöglichkeiten steigt auch die Flächeninanspruchnahme.

Vor diesem Hintergrund müssen sich Forschung, Wirtschaft und Politik mit der Wirklichkeit und den Wirkungen der Freizeit- und Erlebnisparks auseinander setzen.

Mit den beschriebenen Entwicklungen und den absehbaren Trends steigt neben der wirtschaftlichen Bedeutung auch die soziokulturelle und ökologische Bedeutung dieser Form der Freizeitgestaltung. Im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung auch im Freizeitbereich gilt es, die positiven Effekte von Freizeit- und Erlebnisparks zu fördern, während die negativen Entwicklungen im ökologischen und soziokulturellen Bereich vermieden bzw. verringert werden müssen.

Die Beziehungen, die zwischen Erlebniswelten als Freizeit- und Erlebnisparks und den jeweiligen Umlandregionen bestehen, sind vielfältig und komplex. Eine Darstellung, die das komplexe Wirkungsgefüge des Freizeit- und Erlebnisparks veranschaulicht, findet sich bei Baumgartner (2001):

Abbildung 1:
Mögliche ökologische, ökonomische und soziokulturelle Wechselwirkungen zwischen dem Freizeit- und Erlebnispark und der umliegenden Region



Quelle: Baumgartner 2001

Dieser Artikel konzentriert sich auf die möglichen ökologischen Wechselwirkungen zwischen dem Freizeit- und Erlebnispark und der umliegenden Region. Im unten stehenden Abschnitt *Die Quellen der Umweltbelastungen der Freizeit- und Erlebnisparks* werden die möglichen Umweltbelastungen qualitativ dargestellt und an Beispielen quantifiziert. Darüber hinaus werden die Belastungen der Umwelt hinsichtlich ihrer Bedeutung gewichtet. Im darauf folgenden Abschnitt *Handlungsansätze für umweltgerechtere Freizeit- und Erlebnisparks* werden mögliche Handlungserfordernisse und Optimierungsmöglichkeiten zur Vermeidung bzw. Verminderung der entsprechenden Umweltauswirkungen diskutiert und gewichtet. Abschließend, im Abschnitt *Nachhaltige Perspektiven für die „Kathedralen des 21. Jahrhunderts“?*, werden aus den Analysen konkrete Handlungserfordernisse für die Errichtung und den Betrieb von großen Freizeit- und Erlebnisparks entwickelt und diskutiert.

Die Quellen der Umweltbelastungen der Freizeit- und Erlebnisparks

Die Umweltbelastungen von Freizeit- und Erlebnisparks können sehr vielfältig und von Anlage zu Anlage unterschiedlich sein. Die Umweltauswirkungen werden determiniert durch die Planung und Errichtung der Parkanlage, den Betrieb der Parkanlage und durch die induzierten Verkehre, vor allem durch die Besucher der Anlagen. Die Auswirkungen der einzelnen Umweltbelastungen sind stark abhängig von der räumlichen Reichweite und der Sensibilität der lokalen (Öko-)Systeme.

Welche Effekte die einzelnen Umweltauswirkungen haben, die durch die Freizeit- und Erlebnisparks bedingt sind, und welche Reaktionen hervorgerufen werden, hängt von der Empfindlichkeit der einzelnen Standorte ab.

Bevor die Umweltbelastungen im Folgenden an einigen Beispielen exemplarisch quantifiziert und diskutiert werden, noch ein paar grundsätzliche Anmerkungen: Während bereits Mitte der Neunzigerjahre die Diskussion um die möglichen Umweltauswirkungen und soziokulturellen Effekte recht intensiv geführt wurde, muss man aktuell feststellen, dass die Sensibilität für Umweltschutz nicht mit der rasanten Entwicklung der Freizeit- und Erlebnisparks Schritt gehalten hat. Das ist das Resultat einer qualitativen Interviewreihe, die das Öko-Institut e.V. für die vorliegende Publikation bei den größten Parks in Deutschland durchgeführt hat. Das Ergebnis im Einzelnen: Schon die Verfügbarkeit von Daten zu den Umweltauswirkungen (Energieverbrauch, Abfallmengen etc.) ist nur in den wenigsten Fällen gegeben. Berichte zur Abfallbilanz, zur Wasserbewirtschaftung und zum Energieverbrauch, wie sie für den Europa-Park Rust

für das Jahr 1999 von einer eigenen Abteilung für Umweltschutz erstellt wurden (Europa-Park 2000)³, sind eine Ausnahme. Selbst wenn einmal Daten zu den direkten Umweltauswirkungen verfügbar sind, dann sind diese nicht mit einer eigenen Umweltpolitik bzw. -zielen oder -maßnahmen verbunden. Konsistente, adäquate Umweltmanagementsysteme sowie damit verbundene Umwelterklärungen sind in der Regel nicht vorhanden. Das bestätigt auch die THEMATA Freizeit- und Erlebnisswelten Services GmbH, die Ende der Neunzigerjahre bemüht war, die Betreiber der Freizeit- und Erlebnisparks für die Einrichtung von Umweltmanagementsystemen zu gewinnen. Die Initiative wurde jedoch von den Betreibern kaum angenommen (THEMATA 2001).

Damit fehlen in diesen Unternehmen die methodischen Grundlagen, um Umweltauswirkungen systematisch zu erfassen und Steuerungsmaßnahmen zu entwickeln. In produzierenden Betrieben, aber auch bei vielen Dienstleistern wie Banken und Versicherungen sind betriebliche Umweltinstrumente (z.B. Öko-Audit) weitgehend schon seit Jahren eingeführt. Um die Grundlagen für eine nachhaltige Freizeitgestaltung zu legen, müssen Instrumente des betrieblichen Umweltschutzes auch im Bereich der Freizeit- und Erlebnisparks eingeführt werden.

Tabelle 1:

Wichtige Umweltbelastungen und zugehörige Quellen von Freizeit- und Erlebnisparks

Quellen	Erholungsdruck in der Umgebung
Wichtige Umweltauswirkungen	Beeinträchtigung des Landschaftsbildes
Planung und Errichtung der Anlage	Zersiedelung der Landschaft
Betrieb der Anlage	Flächenverbrauch und -versiegelung durch die Anlagen
Induzierte Besucherverkehre	Beeinträchtigung der Ökosysteme und Artenvielfalt
	Verbrauch von Ressourcen (Energie, Material, Wasser)
	Anfall von Abwasser
	Abfälle
	Ausstoß von Luftschadstoffen
	Ausstoß von Klimagasen

Quelle: Öko-Institut nach IFS 1994.

³ Inzwischen liegen vom Europa-Park Rust aktuelle Umweltdaten für das Jahr 2001 vor. Im Rahmen des Umweltpreises für Unternehmen 2001 des Landes Baden-Württemberg wurde dem Europa-Park Rust eine Anerkennung für sein Umweltengagement ausgesprochen.

Erholungsdruck, Zersiedelung der Landschaft und Flächenverbrauch Viele – vor allen Dingen lokale – Umweltfolgen werden bereits mit der Standortplanung und der Planung und Errichtung von Freizeit- und Erlebnisparks determiniert. Sie lassen sich allerdings nur schwer quantifizieren.

Die Zersiedelung der Landschaft, der Flächenverbrauch, die Flächenversiegelung und die damit verbundene Beeinträchtigung der Biodiversität und des Landschaftsbildes sowie der steigende Erholungsdruck in der Umgebung sind vor allem bei denjenigen Vorhaben schwer wiegend, die nicht in direktem Anschluss an vorhandene städtische Agglomerationen, sondern in der Nähe kleinerer Gemeinden im ländlichen Raum angelegt worden sind oder angelegt werden.

Bei der Analyse von Fallbeispielen konnte der Trend der deutlichen Maßstabsvergrößerung von Freizeit- und Erlebnisparks verifiziert werden. Der *Flächenverbrauch* der Parks ist sehr unterschiedlich. Er liegt zwischen 80 ha und 400 ha. Durch die steigende Vielfalt der Angebote nimmt die Flächeninanspruchnahme deutlich zu. Der Anteil der *Flächenversiegelung* kann stark variieren. Auf den Vorhabensflächen ist zusätzlich mit erheblichen *Bodenverdichtungen* und *Bodenmodellierungen* zu rechnen, die in den Umweltverträglichkeitsprüfungen bei der Genehmigung der Anlagen teilweise nur unzureichend berücksichtigt werden. Zusätzlich zu dem Flächenverbrauch der Parkanlage selbst sind der Flächenverbrauch der Verkehrswege zur Erschließung der Großeinrichtungen sowie die Parkflächen für den ruhenden Verkehr mit hohem Versiegelungsgrad zu bewerten. Sie können noch einmal bis zu 10% der Fläche des Parks ausmachen.

Die mit der Flächeninanspruchnahme verbundene *Beeinträchtigung der Pflanzen- und Tierwelt (Biodiversität)* ist deshalb von Bedeutung, weil oftmals ökologisch wertvolle Landschaften als Standorte für Freizeit- und Erlebnisparks ausgewählt werden, in denen seltene oder gefährdete und besonders störungsanfällige Arten anzutreffen sind. Die *Beeinträchtigung des Landschaftsbildes* ist Folge nicht allein der riesigen Flächenausdehnung der Vorhaben, sondern auch der für die Räume atypischen Nutzung der Flächen, der regionsuntypischen, auffälligen Bauweisen und Bauten (IfS 1994).

Durch das oftmals sehr hohe Besucheraufkommen entsteht ein verstärkter *Erholungsdruck* in der Umgebung. Dies gilt insbesondere für Anlagen mit außen-orientiertem Betriebskonzept.

Ressourcenverbrauch und Abfälle Der für Freizeit- und Erlebnisparks relevante Ressourcenverbrauch und die damit verbundenen Umweltbelastungen sowie die Abfallproblematik sind in erster Linie auf den Betrieb der Anlage sowie die induzierten Verkehre durch die Besucher zurückzuführen. Auch wenn natürlich hier gleichfalls die Planungs- und die Bau-phase eine Rolle spielen, liegt der Fokus dieses Artikels auf dem Betrieb der Anlage sowie auf den induzierten Verkehren.

Der *spezifische Wasserverbrauch* von Freizeit- und Erlebnisparks ist im Vergleich zu Schwimmbädern nicht besonders hoch. Trotzdem kommt ihm – gerade bei hohen Besucherzahlen – eine besondere Bedeutung zu. So lag der Trinkwasserverbrauch des Europa-Parks Rust 1999 beispielsweise bei 43,5 l pro Besucher⁴. Bei rund 3 Mio. Besuchern sind das immerhin 130.000 m³ im Jahr. Bedenkenswert ist zusätzlich, dass durch das ständig steigende Angebot an Attraktionen in den Parks der durchschnittliche Verbrauch steigt. So lag der Trinkwasserverbrauch im Europa-Park 1998 noch bei 36,1 l pro Besucher (Europa-Park 2000).

Die Bedeutung der *Abfallproblematik* für die Umweltbelastungen durch die Freizeit- und Erlebnisparks ist abhängig von der Abfalllogistik und -beseitigung am einzelnen Standort der Parkanlage. In der Regel ist das Abfallmanagement der Betreiber der Parks am weitesten gediehen. Das ergab auch die Umfrage des Öko-Instituts e.V. bei den Betreibern zahlreicher Freizeit- und Erlebnisparks. Häufig werden gerade bei den großen Anlagen bereits Verpackungen und andere Wertstoffe sortiert. In einigen Parks sind schon Rücknahmesysteme mit Pfand für die gastronomischen Einrichtungen zur Vermeidung und Verminderung von Abfällen eingeführt. Die verbleibenden spezifischen Restabfallmengen können stark variieren. Im Europa-Park Rust waren es in der Saison 1999 ca. 200 g pro Parkbesucher. Bezogen auf die Gesamtbesucherszahl für diese Saison, mussten rund 600 t kostenpflichtig entsorgt werden.

Der *Energieverbrauch* von Freizeit- und Erlebnisparks setzt sich zusammen aus dem Energieverbrauch zum Betrieb des Parks und dem Energieverbrauch für die An- und Abfahrt der Besucher. Der Energieverbrauch beim Betrieb der Parkanlagen hängt stark ab von der Ausstattung der Anlagen und Fahrbetriebe. Er setzt sich zusammen aus dem Strombedarf, dem möglichen thermischen Energiebedarf zum Heizen bzw. Kühlen⁵ und gegebenenfalls dem Kraftstoffbedarf für einzelne Fahrbetriebe. Mit der

⁴ Besucher von Abendveranstaltungen oder Tagungen sowie Übernachtungsgäste und der damit verbundene Mehrverbrauch in der Gastronomie wurden nicht berücksichtigt (Europa-Park 2000).

⁵ Hierbei ist zu berücksichtigen, dass die meisten Freizeit- und Erlebnisparks derzeit noch in den Wintermonaten geschlossen sind. In diesem Zeitraum wird die Heizenergie nur benötigt, um baulichen Schäden vorzubeugen. Als erster Freizeitpark hat der Europa-Park Rust angekündigt, auch im Winter 2001/2002 zu öffnen. Es ist abzusehen, dass der Energiebedarf zum Betrieb des Parks im Winter somit noch deutlich steigen wird.

steigenden Ausstattung der Parks mit aufwendigen Attraktionen ist auch der Energieverbrauch in den vergangenen Jahren deutlich gestiegen. So zeigt die Tabelle 2, dass der Energiebedarf des Europa-Parks Rust seit 1997 deutlich gestiegen ist.

Der Energiebedarf steigt vor allem durch den Trend zur stärkeren Technikorientierung und zu energieintensiven Attraktionen. Als ein Beispiel sei hier die vieldiskutierte Ski-Indoor-Anlage „Alpincenter“ in Bottrop aufgeführt⁶. Um sie zu kühlen, ist ein jährlicher Strombedarf von etwa 32.400 GJ erforderlich (Spiegel 2000). Das entspricht dem jährlichen Gesamt-Energieverbrauch von ca. 1.000 Personen in Deutschland⁷. Das Beispiel zeigt, dass grundsätzlich immer aufwendigere Attraktionen geschaffen werden, um Besucher anzuziehen.

Bezogen auf den Endenergieverbrauch pro Gast und Tag, liegt der Energieverbrauch eines Freizeit- und Erlebnisparks etwa vier- bis fünfmal niedriger als der einer Feriengroßeinrichtung gleicher Dimension (IfS 1994). Beim Energievergleich, der sich auf die Aufenthaltsdauer, d.h. auf Gast und Stunde bezieht, ergibt sich hingegen ein ähnliches Niveau bei Park und Großeinrichtung.

Vergleicht man den Energiebedarf zum Betrieb mit dem *Energiebedarf für die An- und Abreise der Besucher*, so zeigt sich, dass Letzterer einen viel größeren Anteil ausmacht. Er macht ungefähr das Drei- bis Vierfache des Energiebedarfs zum Betrieb der Anlagen aus (IfS 1994). Das hat verschiedene Ursachen:

- An- und Abreisestrecke
- Anbindung der Freizeit- und Erlebnisparks
- Wahl des Verkehrsmittels (Modal Split)

Tabelle 2:

Entwicklung des Energieverbrauchs des Europa-Parks Rust für die Jahre 1997 bis 1999.

Jahr	Stromverbrauch in GJ/a	Heizölverbrauch in GJ/a	Kraftstoffverbrauch in GJ/a	Gesamtverbrauch
1997	39.600	13.230	k.A.	k.A.
1998	44.270	12.010	3.610	59.890
1999	54.620	13.400	3.760	71.780

Quelle: Europa-Park 2000; Berechnungen Öko-Institut 2001.

⁶ Das Alpincenter repräsentiert die zur Zeit längste Indoor-Skipiste der Welt (640 m lang und 30 m breit) auf einer ehemaligen Abraumhalde.

⁷ Der durchschnittliche Energieverbrauch (Wärme und Strom) einer Person im privaten Haushalt lag 1999 bei ca. 92 MJ/d (Berechnungen des Öko-Instituts).

Die Ansiedlung der Freizeit- und Erlebnisparks in ländlichen Regionen hat zur Folge, dass die durchschnittliche Anfahrtstentfernung inzwischen beinahe 150-200 km entspricht (IfS 1994; eigene Recherchen des Öko-Instituts). Die Anbindung der Parks an die öffentlichen Verkehrsmittel ist in der Regel sehr schlecht⁸, sodass die meisten Besucher mit dem eigenen Pkw anreisen (mindestens 70% aller Besucher, Besetzungsgrad der Pkw zwischen 3 und 4 Personen). Abhängig von den Besucherzahlen ergibt sich daraus der hohe Energiebedarf für die An- und Abreise der Besucher.

Ausstoß von Klimagasen und Luftschadstoffen Mit dem *Energieverbrauch* von Freizeit- und Erlebnisparks, resultierend aus dem Energieverbrauch zum Betrieb des Parks und dem Energieverbrauch zur An- und Abfahrt der Besucher, korrelieren direkt die Umweltwirkungen des Energieverbrauchs, insbesondere die Emissionen von Klimagasen und Luftschadstoffen.

Den größten Anteil an den Emissionen von Klimagasen und Luftschadstoffen nehmen, entsprechend dem Anteil am Energieverbrauch, die An- und Abreisen der Besucher ein, gefolgt von dem Anteil durch den Betrieb der Parkanlagen.

Ein Freizeitpark mit einer Million Besucher im Jahr trägt über die An- und Abreise der Parkbesucher mit Kohlendioxidemissionen in der Größenordnung von 12.140 t/a zu den globalen Emissionen von Kohlendioxid bei⁹. Das entspricht den jährlichen Pro-Kopf-Emissionen von ca. 1.200 Bundesbürgern.

Gewichtung der Umweltauswirkungen von Freizeit- und Erlebnispark Die Ausführungen zeigen, dass

- die Flächeninanspruchnahme und der Eingriff in die Landschaft,
- der Energieverbrauch und die damit verbundenen Emissionen von Klimagasen und Luftschadstoffen durch
 - die An- und Abreise der Besucher und
 - den Betrieb der Parkanlagen

die bedeutendsten Umwelteinflüsse der Freizeit- und Erlebnisparks darstellen. Hier verbergen sich sowohl beim Betrieb der bestehenden Freizeit- und Erlebnisparks als auch vor allem bei der Planung und Errichtung neuer Anlagen noch erhebliche Potenziale zur Reduzierung der Umweltbelastungen.

⁸ „Die Bundesbahn als Verkehrsmittel hat für Themenpark-Besucher fast eine Null-Attraktivität“ – „Das Auto liegt den freizeitmobilen Menschen einfach näher am Herzen.“ (Opaschowski 1998).

⁹ Bei der Rechnung wurden folgende Annahmen getroffen: durchschnittliche Anreisedistanz 200 km; Modal Split: 80% Pkw (Besetzungsgrad 3 Pers.); 15% Bus (Besetzungsgrad 24 Pers.); 5% Bahn; Emissionsfaktoren entsprechend (UBA 2000).

Aus den beschriebenen Umweltbelastungen, die von Freizeit- und Erlebnisparks ausgehen können, und den Potenzialen zur Vermeidung bzw. Reduzierung dieser Belastungen sind Handlungserfordernisse und Optimierungsmöglichkeiten für Entwickler, Planer, Finanzierer und Betreiber abzuleiten.

Handlungsansätze für umweltgerechtere Freizeit- und Erlebnisparks

Recherchen des Öko-Instituts haben gezeigt, dass es für die umweltgerechtere Gestaltung und den umweltgerechteren Betrieb eines Freizeit- und Erlebnisparks einer Planung und eines Betriebsmanagements bedarf, die viel stärker als bisher auch Umweltaspekte berücksichtigen. So könnten Fehlentwicklungen vermieden und Regionen vor unnötigen und nicht vertretbaren Umweltbelastungen bewahrt werden. Bisher fehlt es jedoch an einer breiten Einführung und konsequenten Anwendung derartiger Planungs- und Managementmethoden.

Bei der Diskussion von Optimierungsmöglichkeiten für Planung, Errichtung und Betrieb der Freizeit- und Erlebnisparks ist die Phase vor der Standortauswahl von der Phase des Baus und des Betriebs abzugrenzen, da viele Umweltauswirkungen von den standortlichen Voraussetzungen abhängig sind.

Standortauswahl und Vorplanung Da die Standortauswahl wichtige Implikationen für die Umwelt besitzt, stellt sie eine Weichenstellung für potenzielle Belastungen durch den Park dar. Bei der Auswahl der Standorte sind aus Umweltgesichtspunkten

- der naturräumliche, landschaftliche Charakter der Flächen und der Umgebung sowie
- die verkehrliche Erschließung bzw. Erschließbarkeit

von Bedeutung. In der Tabelle 3 sind wichtige Kriterien aus Umweltsicht genannt:

Tabelle 3:

Auswahl von Ausschluss- und Positivkriterien der Standortauswahl für Freizeit- und Erlebnisparks hinsichtlich naturräumlicher und landschaftlicher Aspekte

Ausschlusskriterien	Positivkriterien
Nationalparks	devastierte Flächen (z.B. Tageabbauflächen der Braunkohle)
Naturschutzgebiete und Schongebiete	brachliegende Flächen vormaliger gewerblicher oder militärischer Nutzung
Gebiete in räumlicher Nähe und Beziehung zu Schutzgebieten	innerstädtische, hochversiegelte Flächen oder Flächen in Randlagen von Ballungsgebieten
Biosphärenreservate, Landschaftsschutzgebiete und Elemente der Biotopvernetzung	landschaftlich unattraktive Flächen
Wasserschutz-, -vorbehalts- und -mangelgebiete sowie Gebiete mit geringem Grundwasserflurabstand	Flächen mit vorhandenen oder geplanten Erschließungseinrichtungen
Kultur- und Bodendenkmalsbereiche	Flächen im bebauten Innenbereich gemäß § 34 BauGB
Biotope nach § 20c BNatSchG und Standorte der Rote-Listen-Arten	großräumig ausgeräumte, intensiv landwirtschaftlich genutzte Flächen (großflächige Monokulturen)
nicht gesetzlich geschützte Gebiete besonderer landschaftlicher Vielfalt, Eigenart und Schönheit	
naturnahe Waldflächen	
Gebiete mit besonderer Bedeutung für die landschaftsgebundene Erholung (einschl. Kur- und Badeorte)	
lufthygienisch belastete Gebiete	
Gebiete im unbebauten Außenbereich gemäß § 35 BauGB	

Quelle: Auswahl Öko-Institut nach IFS 1994.

Die Diskussion um die Umweltauswirkungen der Freizeit- und Erlebnisparks hat gezeigt, dass die Umweltauswirkungen des Besucherverkehrs gravierend sind. Daher spielen bei der Standortauswahl Aspekte der verkehrlichen Erschließung eine besondere Rolle. Der Standort sollte

- zur Vermeidung langer An- und Abreisewege möglichst nahe an den Besucherquellgebieten liegen;
- über einen leistungsfähigen Anschluss an kollektive/öffentliche Verkehrsmittel verfügen, deren Nutzung mit Anreizen für die Gäste gefördert werden sollte;
- möglichst nah an den Orten liegen, aus denen potenziell das Personal rekrutiert wird;
- möglichst nah an den Niederlassungen der potenziellen Zulieferbetriebe liegen.

Bei der an die Standortauswahl anschließenden Projektplanung ist ein integrierter Ansatz zu verfolgen, der ökologische, wirtschaftliche und sozio-kulturelle Kriterien miteinander verbindet und die Zusammenarbeit und Synergie verschiedener Wirtschaftsformen fördert und nutzt

(Baumgartner 2001). Wichtige Leitfragen dabei sind:

- Werden die möglichen Auswirkungen auf die natürliche und soziale Umwelt hinreichend berücksichtigt?
- Gibt es eine Lebensphasenplanung für das Projekt? Was geschieht bei Erschöpfung des Attraktionsgehalts (Umbauszenarien unter ökologischen Aspekten)?
- Ist der Planungsprozess hinreichend transparent?

Mögliche übergeordnete Leitlinien der Projektplanung und -leitung könnten sein:

- Das Projekt steuert das Mögliche zur Schonung der Umwelt und nachhaltigen Nutzung der regionalen Ressourcen bei.
- Das Projekt vermeidet unzumutbare Verkehrsbelastungen und unerwünschte raumrelevante Effekte (z.B. Zersiedelung).

Die Planung und Errichtung neuer Freizeit- und Erlebnisparks stellt neue Ansprüche an die Raumentwicklung und an die Raumplanung (Baumgartner 2001). Es ist nicht zu erwarten, dass alle Aspekte proaktiv von den Planern und Betreibern aufgegriffen werden.

Es gilt, den überregionalen und regionalen Entscheidungsträgern Leitlinien an die Hand zu geben, mithilfe derer sie identifizieren können, ob und wie ein Freizeit- und Erlebnispark zur nachhaltigen Entwicklung beitragen kann oder aber ein Risiko für die ökologische, ökonomische oder soziokulturelle Identität einer Region darstellt.

Dementsprechend ist es wichtig, dass die rechtlichen und politischen Rahmenbedingungen eine umweltgerechte Planung der Freizeit- und Erlebnisparks unterstützen. Hierbei ist die Umsetzung der IVU-Richtlinie (Richtlinie zur integrierten Vermeidung und Verminderung der Umweltverschmutzung) in nationales Recht von besonderer Bedeutung. Sie sieht die Erweiterung des Anwendungsbereichs der Umweltverträglichkeitsprüfung auch für Freizeitparks vor. Bisher spielten Umweltaspekte bei der Planung und Zulassung der Parks nur eine unzureichende Rolle (IfS 1994). Der Effekt der Veränderung der rechtlichen Rahmenbedingungen auf die Umweltauswirkungen durch Freizeit- und Erlebnisparks lässt sich derzeit noch nicht absehen. Dazu ist die nationale Umsetzung der Richtlinie noch zu neu. In diesem Kontext ist zu diskutieren, inwieweit Zielvorgaben der zulassenden Behörde, aber auch der Standortgemeinden hinsichtlich der Raumverträglichkeit und der Umweltauswirkungen verbindlich festgeschrieben werden können. Noch fehlt hierzu ein Kriterienkatalog, der sinnvollerweise zu erarbeiten wäre.

Wahrscheinlich sind dennoch nicht alle Belange eines Freizeit- oder Erlebnisparks in rechtlichen und raumplanerischen oder politischen Regelungen festzulegen. Ergänzend sollten weitere Regelungen durch privatrechtliche Vereinbarungen zwischen den Standortgemeinden und den potenziellen Betreibern der Anlagen getroffen werden (IfS 1994).

Konkretisierende Planung und Betrieb der Anlage Bei der konkretisierenden Planung und dann vor allem beim Betrieb der Freizeit- und Erlebnisparks sind aus Sicht des Öko-Instituts Maßnahmen, insbesondere zur Senkung des Energiebedarfs im Bereich des Verkehrs und im Bereich des Parkbetriebs, in Zukunft zu fördern. Die Auswahl und Ausgestaltung der einzelnen Maßnahmen hängen von der konkreten Problematik der einzelnen Parkanlagen ab.

Gerade einige Maßnahmen zur Senkung der Umweltauswirkungen des Energieverbrauchs – wie der Einsatz regenerativer Energieträger – können über die Funktion hinaus Wirkung zeigen, indem sie das Image des Parks mitprägen. Darüber hinaus kann über den Park der Einsatz neuer, umweltfreundlicher Technologien kommuniziert und multipliziert werden. Hier bieten sich auch interessante kooperative Finanzierungskonzepte an. Einen Schritt in diese Richtung ist der Europa-Park in Rust gegangen. In Kooperation mit der S.A.G. Solarstrom entstand eines der größten Solarkraftwerke Europas und damit eine Solarattraktion als konstruktiver Bestandteil der neuen Fußgängerangway. Es liefert ca. 230.000 kWh im Jahr.

In den USA wurde unlängst im Santa Monica Pier's Pacific Parc mit dem Sponsor Edison Technology Solutions das erste solarbetriebene Riesenrad der Welt eröffnet. Neben der öffentlichen Wirkung wird eine jährliche Senkung der Energiekosten von 9.000 EUR erwartet.

Es gibt – beispielsweise im Energiebereich – eine Reihe von ersten Pilotprojekten zur Senkung der Umweltbelastungen. Man muss aber feststellen, dass viele generelle Entwicklungstrends diesem Ziel entgegenstehen. So werden zwar aktuell sogar Autobahnzufahrten extra für Parks angelegt (z.B. Europa-Park Rust in 2002), aber eine bessere Anbindung an den öffentlichen Nah- und Fernverkehr ist nicht in Sicht.

Zur Identifizierung der prioritären Handlungsfelder und Optimierungspotenziale – auch unabhängig von den in diesem Artikel vorgestellten Bereichen – bedarf es bei den bestehenden und geplanten Parks der Einrichtung von geeigneten Umweltmanagementsystemen. Damit lassen sich für die einzelnen Parks eigene Umweltziele formulieren, die im Rahmen eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses die Umwelteffekte effektiv und effizient senken können.

Auch wenn ein erster Versuch der flächendeckenden Einführung von Umweltmanagementsystemen fehlgeschlagen ist (THEMATA 2001), so erscheint die kontinuierliche Umsetzung von eigenen Umweltzielen unabdingbar, um die Umweltauswirkungen, insbesondere bei bereits bestehenden Parks, mittel- und langfristig zu senken.

Die Recherchen zeigen, dass bei den Freizeit- und Erlebnisparks erhebliche Entlastungspotenziale für die Umwelt bestehen, die noch erschlossen werden können und müssen, um diese Form von Freizeitgestaltung und Tourismus in Einklang mit den Zielen einer nachhaltigen Entwicklung zu bringen.

Nachhaltige Perspektiven für die „Kathedralen des 21. Jahrhunderts“? Freizeitparks als die „Kathedralen“ der Freizeitgesellschaft an der Schwelle zum dritten Jahrtausend, so beschreibt Opaschowski die Bedeutung der künstlichen Erlebniswelten (Opaschowski 1998). Weniger pathetisch lässt sich die Entwicklung der Freizeit- und Erlebnisparks – wie auch der Ferienwelten der zweiten Generation – als Markt im Dienstleistungssektor mit erheblichem Wachstumspotenzial beschreiben.

Gerade in den freizeit- und ferientouristischen Wachstumsmärkten besteht die Herausforderung darin, die nachweislich bedeutsamen Umweltauswirkungen vom Wachstum zu entkoppeln. Freizeit- und Erlebnisparks sind in Bezug auf die Umweltauswirkungen durchaus vergleichbar mit den Ansiedlungen des produzierenden Gewerbes (IfS 1994).

Doch die Recherchen des Öko-Instituts e.V. wie auch bestehende Arbeiten haben gezeigt, dass die Vermeidung bzw. Reduzierung der Umweltauswirkungen und, darüber hinausgehend, Kriterien der Nachhaltigkeit bei Planung und Betrieb der Parks nicht systematisch beachtet werden. So wird die latente Kritik an den Parks und deren Konzepten, die sich wie ein roter Faden durch die Entwicklung dieser Einrichtungsformen zieht, weiter – zu Recht – aufrechterhalten bleiben. Dem kann in Zukunft nur dadurch begegnet werden, dass vonseiten der raumordnerischen Steuerung systematisch schon bei Planung und Genehmigung die Umweltauswirkungen zu berücksichtigen sind, die bei Errichtung und Betrieb von den Anlagen ausgehen werden. Die ökologische und die soziale Verträglichkeit der Anlagen sind – zumindest gleichberechtigt – mit den ökonomischen Belangen abzuwägen. Voraussetzung dafür ist eine adäquate, am jeweiligen Standort durchzuführende Umweltbilanzierung (Spittler 2001). Neben der standortspezifischen Planung ist auch eine überregional tragfähige und Vorsorge tragende Planung deutlich zu optimieren, da die bundesweite Entwicklungsdynamik durch Schaffung eines nichtbedarfsgerechten Angebots hohe Risiken für räumliche Fehlentwicklungen in sich birgt (Spittler 2001).

Vonseiten der Betreiber ist es erforderlich, Umweltaspekte konsequenter in der Konzeption und beim Betrieb der Anlagen im Management zu integrieren. Insbesondere Kooperationen zwischen den Betreibern bieten unter Umweltgesichtspunkten große Potenziale. Die Recherchen des Öko-Instituts haben gezeigt, dass hier akuter Handlungsbedarf besteht. Anforderungen an den Betreiber hinsichtlich der Berücksichtigung von Umwelt- und Sozialkriterien bei der Konzeption und der Betriebsführung sollten stärker in die Planungs- und Genehmigungspraxis einbezogen werden. Auch hier bestehen bisher große Defizite (Spittler 2001).

Generell sind die Rahmenbedingungen stärker darauf auszurichten, Fehlentwicklungen unter ökologischen Gesichtspunkten soweit wie möglich zu vermeiden. Aber nicht alle ökologischen und sozialen Belange eines Freizeit- und Erlebnisparks lassen sich in raumordnerischen und politischen Rahmenbedingungen festlegen. Ergänzend sollten weitere Regelungen durch privatrechtliche Vereinbarungen hinzukommen (Baumgartner 2000).

Obleich die Diskussion um die Umwelt- und Sozialverträglichkeit von Erlebnis- und Freizeitparks schon seit langem kontrovers geführt wird, hat sich nur wenig zur systematischen Reduzierung der Umweltbelastungen getan. Dennoch ist diese Form der Freizeitanlage nicht generell zu kritisieren. Denn – im Vergleich zu diffusen Umweltbelastungen durch alternative Freizeitgestaltung – erscheint die Konzentration als eine Möglichkeit, potenzielle Umweltbelastungen wirksam zu reduzieren. Diese Entlastungen durch Substitution und Konzentration sind allerdings noch nicht nachzuweisen und sind mit der nachfragesteigenden Wirkung abzuwägen. Hier besteht aus Sicht des Öko-Instituts ein interessantes Forschungsfeld, das für die umwelt- und sozialverträgliche Konzeption in Zukunft wichtige Hinweise liefern kann, um diese stärker an den Anforderungen einer nachhaltigen Entwicklung orientieren zu können.

Auf der Basis des heutigen Wissens können den Freizeit- und Erlebnisparks als „Kathedralen“ unserer Freizeitgesellschaft allerdings noch keine nachhaltigen Perspektiven bescheinigt werden.

Literatur

Baumgartner 2001

Baumgartner, C.; T. Reeh. 2001. Erlebniswelten im ländlichen Raum – Ökonomische und soziokulturelle Auswirkungen; München.

Europa-Park 2000

Europa-Park Rust. 2000. Jahresbericht der Abteilung Umweltschutz für das Jahr 1999; Rust.

Herstell 2000

Herstell, J. 2000. „Untersuchung zur Substituierbarkeit eines Mittelmeerurlaubs oder einer Fernreise durch den Urlaub in einem Ferienpark der zweiten Generation im Kontext nachhaltiger Entwicklung“. Diplomarbeit an der Universität Trier.

Hürlimann 2001

Hürlimann, R.; S. Subak. 2001. „Standortplanung für Freizeitparks“. Semesterarbeit an der ETH Zürich.

IFS 1994

Institut für Stadtforschung und Strukturpolitik GmbH. 1994. Abschätzung der Umweltfolgen künftiger Freizeitgroßeinrichtungen und -infrastrukturen für die Region Berlin-Brandenburg; Berlin.

Opaschowski 1998

Opaschowski, H. W. 1998. Kathedralen des 21. Jahrhunderts – Die Zukunft von Freizeitparks und Erlebniswelten; Hamburg.

Spiegel 2000

Wüst, C. „Wedelspaß auf Wohlstandsmüll“; in: DER SPIEGEL 46/2000.

Spittler 2001

Spittler, R.; S. Reinders. 2001. Freizeit- und freizeittouristischer Anlagenmarkt des Kurzurlaubssegments – Untersuchung der Planungspraxis; Bielefeld.

THEMATA 2000

THEMATA Freizeit- und Erlebniswelten Services GmbH. 2000. Zur Situation der Branche – Jahresbericht von THEMATA zur Entwicklung der Branche der Freizeit- und Erlebnisparks; Potsdam.

THEMATA 2001

Persönliche Auskunft der THEMATA Freizeit- und Erlebniswelten Services GmbH vom 29.11.2001.

5 **Go for Green Gold – Ziele und Wege für die nachhaltige Gestaltung von Sportgroßveranstaltungen**



Sportgroßveranstaltungen – die Umwelt auf der Verliererseite?

Spätestens seit den Berichterstattungen über die Loveparade werden Großveranstaltungen – ob nun sportlich oder kulturell – auch von der breiten Öffentlichkeit als Umweltbelastung wahrgenommen. In die Landschaft geworfene Abfälle, überfüllte Parkplätze und zugeparkte Straßen, Staumeldungen auf Zufahrtswegen sowie Großbaustellen und Konflikte in Naturschutzgebieten, aber auch ungenutzte Veranstaltungsstätten, die der Nachwelt überlassen bleiben, verdeutlichen die negativen Umweltauswirkungen von Großveranstaltungen.

Sportgroßveranstaltungen und deren Auswirkungen auf die Umwelt Allen Großveranstaltungen gemeinsam ist ein sehr großer Besucherandrang. Rund zwei Drittel der Bevölkerung nehmen mindestens einmal pro Jahr an einer regionalen oder überregionalen Großveranstaltung teil. Viele der Veranstaltungen finden im Sportbereich statt. Dazu gehören beispielsweise Fußball-Bundesligaspiele. Derartige Sportveranstaltungen verursachen hohe Stoffströme in unterschiedlichen Bereichen, seien es Abfall, Energieträger oder auch Baumaterialien. Für die Großveranstaltung spielt es keine Rolle, ob der Austragungsort im Stadtbereich oder auf der grünen Wiese, in einer Halle, einem Stadion oder Openair liegt; Schnittpunkte mit Umweltbelangen können nicht vermieden werden. Bei Sportveranstaltungen handelt es sich um zeitlich begrenzte, räumlich relativ konzentriert stattfindende Ereignisse (Schemel 2000).

In den vergangenen Jahren sind die Umweltbelastungen von Großveranstaltungen (im Sportbereich) immer stärker in den Mittelpunkt des öffentlichen Interesses gerückt. Im Vordergrund stehen:

- Umweltbelastungen bei der Errichtung und beim Betrieb der Infrastruktur (z.B. Stadien)
- Ressourcenverbrauch
- Energieverbrauch (Klimagasemissionen)
- Wasserverbrauch
- Anfall von Abfall
- Lärmemissionen
- Flächeninanspruchnahme, z.B. für Parkplätze
- Umweltbelastungen bei der An- und Abreise von Teilnehmern und Zuschauern
 - Klimagasemissionen
 - Emissionen von Luftschadstoffen
 - Lärmemissionen

Durch rechtzeitige Weichenstellung bieten sich Möglichkeiten, bereits in der Planungsphase von Großveranstaltungen darauf hinzuwirken, dass Umweltbelastungen reduziert oder teilweise sogar vermieden werden.

1:0 für die Nachhaltigkeit Aus Sicht der Ökologie ist es das naheliegende Ziel, wesentliche Umweltentlastungen bei der Planung und der Durchführung von Sportgroßveranstaltungen zu erzielen. Dies betrifft insbesondere:

- Ressourcenschonung
- umweltfreundliche Mobilität
- Abfallvermeidung und -verwertung
- umweltschonendes Bauen
- Reduzierung der Lärmbelastung

Neben dem Ziel *Umweltentlastung* gilt es jedoch, über dieses hinaus auch die *soziale Dimension* einer nachhaltigen Entwicklung zu berücksichtigen. Dies ist eine Herausforderung für jede zukünftige Großveranstaltung.

Denn ein derartiges Ereignis hat auch einen übergeordneten Fokus, der in einer weltweiten Publikumswirksamkeit liegt. Großveranstaltungen im Sportbereich – wie Fußball-Weltmeisterschaften und Olympiaden – haben die höchste öffentliche Aufmerksamkeit überhaupt. Damit stellen sie ein ideales Medium dar, um mit einer abgestimmten Kommunikationsstrategie eine große Bevölkerungsgruppe zu sensibilisieren und ihr die Ziele einer nachhaltigen Entwicklung nahe zu bringen. Es ist anzunehmen, dass ein Großteil der Bevölkerung noch gar nicht mit den Zielen und Prinzipien einer nachhaltigen Entwicklung vertraut ist. Ziele und Vorteile der Kommunikation einer Großveranstaltung sind:

- Vorbildfunktion und Wegweiser für andere Großveranstaltungen
- Sensibilisierung und Motivierung einer breiten Bevölkerungsschicht weltweit für den Natur- und Umweltschutz
- Unterstützung einer positiven Stimmung im Vor- und Umfeld der Großveranstaltung
- die Veranstaltung als Leitbild für Nachhaltigkeit
- Darstellung der Veranstalter (Organisatoren und Austragungsstätte) als innovative und umweltbewusste Institution
- Einheit von Sport und Umweltschutz
- Werbung für Natur- und Umweltschutz

Mit diesem komplexen, anspruchsvollen Zielkanon kann einer derartigen Veranstaltung Modellfunktion für viele nationale und internationale Großveranstaltungen (im Sportbereich) und – weiter gehend – sogar für eine generelle Lebensweise beigemessen werden.

Im folgenden Abschnitt werden die bisher bereits gemachten Schritte auf dem Weg zu nachhaltigeren Sportveranstaltungen beschrieben.

Green Games – Konzepte im Trainingslager Einige Verantwortliche von Großveranstaltungen im Sportbereich haben in den letzten zehn Jahren auf die Umweltbelastungen in der Vergangenheit reagiert und sich um deren Reduzierung bemüht.

Die ersten Olympischen Spiele, die durch ein erfolgreiches Umweltmanagement auf sich aufmerksam gemacht haben, waren die Olympischen Winterspiele 1992 in Lillehammer, Norwegen. 1996 fanden die Olympischen Spiele in Atlanta, USA, statt, wo ein umfassendes Abfallmanagementsystem etabliert wurde. Bei den Winterspielen 1998 in Nagano, Japan, wurden verschiedene Umweltaspekte, wie z.B. Abfallvermeidung, Energiesparmaßnahmen, umweltfreundliche Baumaßnahmen oder Umweltbildung, berücksichtigt.

Auch die olympischen Winterspiele 2002 in Salt Lake City/USA und – künftig – 2006 in Turin/Italien haben Umweltthemen in ihre Planung aufgenommen.

Das bisher prominenteste Beispiel für die umweltgerechtere Gestaltung einer Großveranstaltung waren die Olympischen Sommerspiele 2000 in Sydney. Dort wurden viele verschiedene Umweltthemen und -maßnahmen bei der Planung und Durchführung berücksichtigt.

Abbildung 1:
Beispiele für Sport-Events, bei denen der Faktor Umwelt berücksichtigt wurde



Herausragend waren die Anstrengungen im Bereich der Energieversorgung. So wurde das gesamte olympische Dorf mit Photovoltaikanlagen und Solarkollektoren ausgestattet. Die Olympiade wurde während der Spiele vollständig mit „sauberem“ Strom versorgt und das Organisationskomitee (SOCOG) bezog ebenfalls 100% des Stroms aus „sauberen“ Quellen. Zwei Olympia-Hotels haben einen 10-Jahresvertrag über die Lieferung von 100% „sauberem“ Strom unterschrieben und außerdem Sonnenkollektoren installiert. Schließlich wurde auf einem Bunker im Millenium Park eine große Solarstromanlage installiert, um die Wasserkreislaufpumpen mit Strom zu versorgen. Wenngleich nicht alle Optionen zur Anwendung kamen (beispielsweise wurden die Pläne für den Bau eines solarthermischen Kraftwerks nicht umgesetzt), wurde doch eine Vielzahl von Maßnahmen durchgeführt.

Im Bereich des Verkehrs war sicherlich die Durchführung der ersten „auto-freien“ Olympiade die größte Errungenschaft. Die Veranstaltungen waren fast ausschließlich über öffentliche Verkehrsmittel erreichbar. Parkplätze standen nur für die Organisatoren zur Verfügung. Große Bedeutung – über die Olympiade hinaus – hatte der Bau einer neuen S-Bahn, die die Stadt mit dem Flughafen verbindet. Nicht eingehalten wurde wiederum das Versprechen, im VIP-Bereich – dort wurden 3.000 Autos zur Verfügung gestellt – gasbetriebene und effiziente Fahrzeuge einzusetzen.

Andere Aspekte betrafen beispielsweise das Abfallmanagement, die Bodensanierung, die Vermeidung von PVC bei Baumaßnahmen oder die Wasseraufbereitung. Wenngleich bei weitem nicht alle Planungen und Möglichkeiten umgesetzt bzw. genutzt wurden, waren die „Green Games“ in Sydney dennoch sicherlich wegweisend auf dem Weg zu umweltgerechteren Großveranstaltungen (Greenpeace 2000a).

Stimmen zu Umwelt und Nachhaltigkeit bei Großveranstaltungen im Sportbereich:

„The International Olympic Committee is resolved to ensure that the environment becomes the third dimension of Olympicism, the first and second being sport and culture.“ (Das Internationale Olympische Komitee

ist entschlossen zu gewährleisten, dass die Umwelt die dritte Dimension des Olympischen Gedankens wird, die erste und zweite sind Sport und Kultur.)

IOC Präsident Juan Antonio Samaranch (Greenpeace 2000b)

„Sydney hat Maßstäbe gesetzt, die bei den nächsten Veranstaltungen nicht wieder zurückgeschraubt werden dürfen.“

Frei nach Erika Dienstl, Umweltkommission IOC

„... die FIS Ski WM 2003 [will] bewusst Akzente setzen, indem sie sich ihrem Leitbild verpflichtet und die Ziele der Nachhaltigkeit in die Tat umsetzen wird.“

(St.Moritz 2000)

Die FIS Ski WM 2003 in der Schweiz ist die erste Großveranstaltung, die in der Entwicklung einen Schritt weiter geht, von reinem Umweltschutz hin zur nachhaltigen Entwicklung. Das Ziel einer nachhaltigen Gestaltung der Ski WM wird im Rahmen der Vorbereitungen der Veranstaltung kommuniziert und findet sich auch entsprechend in dem Konzept zur Durchführung der Veranstaltung wieder.

Der zugrunde liegende Leitgedanke lautet: Projekte und Maßnahmen müssen längerfristig sozialverträglich, umweltverantwortlich und wirtschaftlich ergiebig sein. Neben der *Umwelt* kommen also die Themen *Soziales und Wirtschaft* neu hinzu. Als wesentliche Aspekte der „wirtschaftlichen Nachhaltigkeit“ werden Nutzung und Folgekosten der Infrastruktur, Optimierung der Marketingwirkung, Generierung und Wahrung von Wissen, Netzwerk der Branchen genannt sowie im Bereich der „gesellschaftlichen Nachhaltigkeit“ Stärkung regionaler Identität, Einbezug der Einwohner, neuer Gemeinschaftssinn im Oberengadin und Handlungsoptionen zukünftiger Generationen.

Auf dem Weg zu nachhaltigeren Sportgroßveranstaltungen

Von der Idee zum Konzept Wie kann eine Großveranstaltung im Sportbereich umweltgerecht und generell nachhaltig gestaltet werden? Im Folgenden wird ein allgemeingültiges Konzept vorgestellt, dessen Grundzüge zumindest prinzipiell auf vergleichbare Großveranstaltungen anwendbar sind. Ein Umwelt- bzw. Nachhaltigkeitskonzept beinhaltet die nachfolgend erläuterten Bausteine.

Erfassung und Bewertung des Status quo: Anhand der Besichtigung bestehender und vergleichbarer Spielstätten und Standorte sowie der Untersuchung von bereits durchgeführten oder geplanten Sportgroßveranstaltungen und ähnlichen innovativen Projekten wird die Ausgangssituation unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit erfasst und charakterisiert.

Identifizierung von Themenfeldern und Handlungsoptionen: Auf Grundlage der Status-quo-Analyse werden die für die Nachhaltigkeit relevanten Themenfelder erarbeitet. Dabei gilt es, Ansatzpunkte zu identifizieren, die Optionen für die Verbesserung der Umweltsituation hin zu einer nachhaltigen Entwicklung darstellen.

Nachfolgend ist eine Reihe von typischen Themenfeldern gegeben, die allgemein für Sportgroßveranstaltungen gültig sind:

- Neu- oder Umbau der Spielstätten und sonstiger Gebäude
- An- und Abfahrt (Zuschauer, Sportler und sonstige Akteure)

- Betrieb der Spielstätten
- Energieversorgung
- Abfallmanagement
- Catering
- Sport- und Fanartikel
- (Errichtung der) Infrastruktur und weiteres Umfeld (z.B. Tourismus)

Gemeinsame Erarbeitung von verbindlichen Nachhaltigkeitszielen im Dialog: Die Veranstalter erarbeiten zusammen mit Experten und gegebenenfalls unter Beteiligung weiterer gesellschaftlicher Anspruchsgruppen in allen Handlungsfeldern verbindliche Nachhaltigkeitsziele, die bei der Umsetzung des Nachhaltigkeitskonzepts erreicht werden sollen. Die Ziele werden öffentlich kommuniziert.

Ausarbeitung eines Umsetzungskonzeptes: Aufbauend auf den bisherigen Schritten, wird ein umfassendes Konzept zur Verwirklichung der aufgestellten Nachhaltigkeitsziele erstellt. Darin enthalten sind detaillierte und praxisnahe Konzepte in den einzelnen Themenfeldern. Vor dem Hintergrund möglicher zusätzlicher Kosten für Umweltmaßnahmen muss ein derartiges Konzept auch Möglichkeiten identifizieren, durch Unternehmenskooperationen das Nachhaltigkeitskonzept zu unterstützen bzw. Modellprojekte zu finanzieren (z.B. Solardächer auf Spielstätten, innovative Verkehrssysteme auf der Basis von Brennstoffzellen, Grüner Strom für die Energieversorgung etc.).

Umsetzung der Konzepte: An die Ausarbeitung der Konzepte in den einzelnen Themengebieten schließt sich deren Umsetzung an. Die Umsetzung der Konzepte wird von Experten, die den jeweiligen Akteuren der einzelnen Themenfelder auch beratend zur Seite stehen, praxisnah begleitet. Während der Umsetzung erfolgt ein Monitoring der jeweiligen Aktivitäten auf dem Weg zu den Nachhaltigkeitszielen. Dadurch können bereits erzielte Erfolge sichtbar gemacht und eventuell noch notwendige ergänzende Maßnahmen aufgezeigt werden.

Kommunikationsstrategie für das Nachhaltigkeitskonzept: Zusätzlich zu der allgemeinen Öffentlichkeitsarbeit der Veranstaltung wird eine Kommunikationsstrategie für das Nachhaltigkeitskonzept erarbeitet. Diese ermöglicht es, durch positive Berichterstattung in der Öffentlichkeit aufzutreten, die Ziele einer nachhaltigen Entwicklung einer möglichst großen Bevölkerungsgruppe nahe zu bringen und sie für diese zu sensibilisieren. Die Öffentlichkeitsarbeit ist ein wesentlicher Bestandteil der gesamten Vorbereitung und Durchführung der Veranstaltung.

Einer Sensibilisierung der Bevölkerung kann nicht genug Bedeutung beigemessen werden. Über die konkreten Maßnahmen zur Reduzierung

der Umweltbelastungen von Großveranstaltungen hinaus bietet sich hier die Möglichkeit, durch Umweltbildung langfristig und dauerhaft ein größeres Verständnis für Umweltbelange bei einer breiten Öffentlichkeit zu erzeugen. Eine wichtige Unterstützung für die Erreichung der Kommunikationsziele kann dabei die strategische Partnerschaft mit einem bekannten und anerkannten Umweltverband sein. Mit dessen Hilfe können einerseits Umweltmaßnahmen und -ziele glaubhaft vermittelt und andererseits zusätzliche Bevölkerungskreise erreicht werden.

Das oben beschriebene Nachhaltigkeitskonzept stellt nur einen Ausschnitt des Gesamt Ablaufs der Veranstaltung dar und muss eingebettet in einen größeren Rahmen betrachtet werden. So wird die Durchführung einer nachhaltigen Sportveranstaltung wesentlich von den nachfolgenden fünf Eckpfeilern getragen:

- Erarbeitung von Commitments
- Knüpfen von strategischen Partnerschaften
- Integration des Nachhaltigkeitskonzepts in die Gesamtplanung, Vorbereitung und das Alltagsgeschäft der Veranstaltung
- Ausbildung und Training bei der Umsetzung
- Kommunikation

Abbildung 2:
Schematische Darstellung eines Nachhaltigkeitskonzepts für Sport-Events

Fahrplan einer nachhaltigen Sport-Großveranstaltung



Ein derartiges Konzept kann die beteiligten Akteure für Umweltbelange sensibilisieren und so eine konkrete Verbesserung der Umweltsituation – entsprechend den aufgestellten Umweltzielen – herbeiführen. Insgesamt wird damit ein wichtiger Beitrag für die nachhaltige Gestaltung einer Großveranstaltung (im Sportbereich) geleistet.

Vom Konzept zu den Praxisbeispielen Aus deutscher Sicht stellt im Hinblick auf Großveranstaltungen im Sportbereich sicherlich die Fußball-Weltmeisterschaft 2006 (WM 2006) in Deutschland das herausragende Ereignis der nächsten Jahre dar. Eine Fußball-Weltmeisterschaft nimmt in zweierlei Hinsicht eine Sonderstellung ein. Da die Stadien nicht nur während der Weltmeisterschaft intensiv genutzt werden, sind auch erhebliche Umweltentlastungen bei einer späteren Nutzung der Spielstätten zu erwarten, z.B. bei Bundesligaspielen – in Deutschland ist jedes Wochenende „WM“. Außerdem gewährleistet die Konstellation eines nationalen Fußballverbandes mit seiner hohen Anzahl an zugehörigen Mitgliedsvereinen eine nicht zu unterschätzende Breitenwirksamkeit.

Auch wenn mit Umweltkonzepten für Großveranstaltungen im Sportbereich bereits vereinzelt Erfahrungen vorliegen, so stellt die Erarbeitung derartiger Konzepte für eine Fußball-WM eine besondere Herausforderung dar. Wesentliche Gründe sind unter anderem:

- Während im Ausland erste integrative Konzepte erarbeitet werden, bestehen in Deutschland bisher kaum Erfahrungen für Sportveranstaltungen dieser Größenordnung.
- Während mit Umweltkonzepten und deren Umsetzung bei Sportveranstaltungen erste Erfahrungen gesammelt wurden, gibt es bisher weltweit keine Erfahrungen mit Fußball-Weltmeisterschaften bzw. allgemein mit *Nachhaltigkeitskonzepten* für Sportveranstaltungen¹.

Auf der Grundlage des im vorangegangenen Abschnitt beschriebenen Umwelt- bzw. Nachhaltigkeitskonzepts für Großveranstaltungen sollen nun für das Beispiel der Fußball-Weltmeisterschaft zwei konkrete Themenfelder mit möglichen Umweltmaßnahmen genauer beschrieben werden.

An- und Abreiseverkehr Am Beispiel des Themenfelds *Verkehr* können anschaulich die zu erwartenden Umweltauswirkungen einer Fußball-WM dargestellt und die Vermeidungspotenziale möglicher Umweltschutzmaßnahmen aufgezeigt werden.

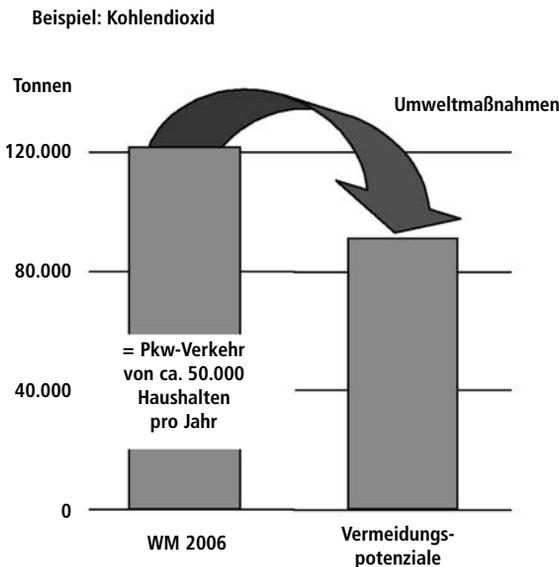
¹ Erste Ansätze für Nachhaltigkeitskonzepte werden derzeit für die Ski-Weltmeisterschaften in St. Moritz 2003 erarbeitet. Unter dem Fokus der Nachhaltigkeit durchgeführte Großveranstaltungen gibt es aber bisher noch nicht.

Eine erste Abschätzung der klimawirksamen CO₂-Emissionen ergibt folgendes Bild: Der An- und Abreiseverkehr von 3,5 Mio. geschätzten Zuschauern zu den 64 Begegnungen der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 verursacht Emissionen in Höhe von 120.000 Tonnen CO₂. Dies entspricht den CO₂-Emissionen von 50.000 Personenwagen bei durchschnittlicher Jahresfahrleistung in Deutschland. Für die Berechnungen wurde unterstellt, dass rund die Hälfte der Zuschauer nicht aus dem Austragungsort selbst kommt, sondern anreisen muss (rund 250 km) sowie dass die Anteile der zur An- und Abreise genutzten Verkehrsmittel (Modal Split) denen anderer Sportveranstaltungen (z.B. Fußballbundesligaspiele) entsprechen.

Eine Analyse zur Wirkung von Umweltschutzmaßnahmen im Verkehrsbereich zeigt, dass die CO₂-Emissionen gegenüber dem Ausgangszustand deutlich gesenkt werden können (von ca. 120.000 auf ca. 90.000 Tonnen CO₂, siehe Abbildung 3). Zur Erreichung von CO₂-Reduktionszielen wurden dabei folgende Maßnahmen betrachtet:

- Kombi-Eintrittskarten und Pauschalreiseangebote für die WM 2006 zur kostenlosen Benutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln
- Ausbau der ÖPNV-Anbindung an die Stadien der Fußball-WM
- Entwicklung innovativer, attraktiver Nahverkehrssysteme
- Einsatz von Brennstoffzellen- oder Erdgasbussen
- Einsatz von Grünem Strom für Bahn und ÖPNV (U-/S-Bahn, Straßenbahn)
- Ausbau von Parkraummanagementsystemen an den Stadien

Abbildung 3:
CO₂-Emission beim An- und Abreiseverkehr zu Fußballspielen sowie Reduktionsziele



Betrieb der Spielstätten Ein weiterer wichtiger Baustein im Rahmen eines Nachhaltigkeitskonzeptes ist der Betrieb der Spielstätten. Dazu gehören auch wesentliche Themen, wie die Energieversorgung oder das Abfallmanagement. In Anlehnung an ein Öko-Audit für Betriebe wird für die Spielstätten ein Praxisleitfaden entwickelt, in dem „audit-spezifische“ Arbeitsfelder aufgegriffen werden, wie z.B. Bestandsaufnahme, Umweltpolitik oder -programm und Umweltmanagementsystem.

Für das konkrete Beispiel *Fußball* bedeutet dies wiederum die Betrachtung der Fußballstadien. Im Rahmen einer Weltmeisterschaft kann ein modellhaftes Audit am Beispiel eines Stadionstandortes durchgeführt und später auf andere Standorte übertragen werden. Der Betrachtungsrahmen kann sich dabei von den Themen Energie und Abfall über Regenwassernutzung und Rasenpflege bis hin zu Lebensmitteln aus ökologischem Landbau beim Catering erstrecken. Zu jedem einzelnen Punkt sind Ziele zu setzen und diese durch entsprechende Maßnahmen umzusetzen bzw. zu erfüllen. Im Sinne der Nachhaltigkeit gilt es, dabei einen offenen und öffentlich kommunizierten Prozess unter Einbeziehung aller relevanten Akteure (z.B. Stadionbetreiber, Verein, Zuschauer, Anwohner) zu gestalten.

Ausblick

Sportliche Großveranstaltungen – gerade in der Größenordnung von Olympischen Spielen oder Fußball-Weltmeisterschaften – haben sehr lange Planungszeiträume. Die Welt, in der wir sie planen, wird nicht die Welt sein, in der die Veranstaltung dann stattfindet. Heute ist es „state of the art“, ein Umweltkonzept für größere Sportveranstaltungen zu erstellen und umzusetzen. Doch schon in einigen Jahren wird das nicht mehr reichen und man wird nach ganzheitlichen Nachhaltigkeitskonzepten, insbesondere für die ganz großen Sportereignisse fragen. Mit einer proaktiven Herangehensweise können die Veranstalter bzw. die veranstaltende Nation die von sich aus schon vorhandene Begeisterung für die Planung und Durchführung dieser Veranstaltungen noch verstärken. Sie können mit dazu beitragen, Reputationsverluste zu vermeiden, indem sie neben der Sportbegeisterung auch ihre Verantwortung für Mensch und Umwelt manifestieren.

Die Verknüpfung zukünftiger Sportveranstaltungen mit dem Leitbild der nachhaltigen Entwicklung bietet die Chance, bei großen Bevölkerungsteilen (weltweit) das Konzept der Nachhaltigkeit an einem praktischen Beispiel zu vermitteln. Eine derartig breite und positive Außenwirkung für das Konzept der Nachhaltigkeit, wie sie über große Sportveranstaltungen möglich ist, ist wohl in kaum einer anderen Diszi-

plin zu erzielen. Die Themen Umwelt und Nachhaltigkeit werden häufig mit Zwang und Einschränkung gleichgesetzt. Mit der Sportveranstaltung als Träger besteht die beinahe einmalige Chance, das Konzept der nachhaltigen Entwicklung als integrativen Bestandteil moderner Planung darzustellen. Um diese Chance zu nutzen und das Nachhaltigkeitskonzept in die Planung und Gestaltung einer Sportgroßveranstaltung zu integrieren, bedarf es der Kooperation zwischen den veranstaltenden Verbänden, der Politik, der Wirtschaft und nicht zuletzt auch der sportbegeisterten Öffentlichkeit. Nur gemeinsam lassen sich ehrgeizige Nachhaltigkeitsziele konsequent in die Realität umsetzen. Dazu bedarf es einer engen Verschränkung von Planung und Umsetzung; und die Kommunikation hierüber muss schon von einem sehr frühen Zeitpunkt der Planung an den gesamten Prozess begleiten.

Das Thema Nachhaltigkeit ist in Deutschland „Chefsache“ geworden, spätestens mit der Einrichtung des Rats für eine Nachhaltige Entwicklung durch den Bundeskanzler und mit der Erarbeitung eines nationalen Nachhaltigkeitskonzepts. Das sollte Beispiel, Ansporn und Herausforderung auch für die Planer und Ausrichter von großen Sportereignissen sein.

Der Sport wird bei den Veranstaltungen immer im Vordergrund stehen, und das ist auch gut so! Doch mit der konsequenten Orientierung von Sportgroßveranstaltungen am Leitbild einer nachhaltigen Entwicklung hat der Veranstalter die Chance, zweifacher Meister zu werden: sportlich und nachhaltig!

Literatur

Greenpeace 2000a

„Olympia 2000: Bewertung“. 09.09.2000. http://www.greenpeace.de/GP_DOK_3P/BRENNPUN/F0013D.HTM.

Greenpeace 2000b

10.01.2001. <http://www.greenpeace.org.au/campaigns/olympics/introduction.htm>

StMoritz 2000

Info 2003. Informationsmagazin FIS Alpine Ski WM 2003. 1. Auflage; Mai 2000. www.stmoritz2003.ch

Schemel 2000

Schemel, H.-J. 2000. Handbuch Sport und Umwelt. 3. Auflage; Aachen: Meyer und Meyer, Edition Sport und Umwelt.

6 Freizeitveranstaltungen und rechtliche Aspekte des Lärmschutzes



Freizeitveranstaltungen wie Openairkonzerte, Bundesligaspiele oder die Loveparade konzentrieren zehntausende bis hunderttausende Besucher für nur wenige Stunden oder einen Tag auf einen räumlich eng begrenzten Bereich einer Kommune. Neben dem wirtschaftlichen Potenzial und der Bedeutung für den Freizeitwert der jeweiligen Städte und Gemeinden bedeutet eine große Ansammlung von Menschen auch eine starke Belastung für die Umwelt und die Bewohner in der jeweiligen Kommune. Diese Belastungen sind u.a. abhängig von der Veranstaltungsart und dem Veranstaltungsort. Viele Großveranstaltungen sind an einem Ort gebündelt, z.B. einer Sportstätte, Freilichtbühne oder einem Festplatz. Es gibt jedoch auch Veranstaltungen, die weniger ortsgebunden sind, wie z.B. die Loveparade oder ein Marathonlauf. Bei allen diesen Veranstaltungen wird Lärm durch den Veranstaltungszweck selbst sowie die An- und Abreise der Besucher produziert. Zwar wird von der Mehrzahl der Menschen der Straßenverkehrslärm wesentlich störender empfunden als der Lärm, der von Freizeitveranstaltungen ausgeht.¹ Aber zum einen ist ein wesentlicher Teil des Straßenverkehrs auch Freizeitverkehr und zum anderen sind von Freizeitveranstaltungen gerade auch solche Menschen betroffen, die sich zu Hause erholen wollen und eben nicht an dem Freizeitverkehr teilhaben. Zudem finden die Veranstaltungen häufig dann statt, wenn das Ruhebedürfnis der Bevölkerung am größten ist, in den späten Abendstunden und am Wochenende.

Dieser Beitrag beleuchtet die rechtlichen Aspekte des Lärmschutzes bei Freizeitveranstaltungen. Der erste Abschnitt *Vorschriften zum Schutz der Umgebung* behandelt dazu rechtliche Regelungen jeweils aus dem *öffentlichen Baurecht*, dem *öffentlichen Immissionsschutzrecht* und dem *Ortsrecht*, die zum Schutz der Umgebung vor Freizeitlärm dienen. Berücksichtigt wird dabei, dass bereits bei der Planung und dem Bau von Veranstaltungsorten Entscheidungen getroffen werden, die für spätere Lärmbelastungen durch die Nutzung der Anlage relevant sind. Ebenso sollen den Kommunen aber auch Steuerungsmöglichkeiten aufgezeigt werden, die sie haben, um Lärmbelastungen zu begrenzen, die durch die Nutzung bereits bestehender Veranstaltungsorte verursacht werden.

Der darauf folgende Abschnitt *Lärmmanagement durch die Behörden* beschreibt einen Vorschlag für ein Lärmmanagementkonzept in den Kommunen. Dieses Lärmmanagementkonzept soll die Belastung der Anwohner durch eine gehäufte Anzahl von Veranstaltungen an einem Ort verhindern. Zudem soll ein einheitlich hohes Schutzniveau bei der Genehmigungspraxis für Freizeitveranstaltungen in einer Kommune erreicht werden.

¹ In einer Befragung des Umweltbundesamtes wurde für den Freizeitlärm repräsentativ der Lärm von Sportanlagen abgefragt (UBA 1995).

Der letzte Abschnitt *Lärmschutzkonzept* stellt schließlich ein Lärmschutzkonzept vor, das Anregungen für eine flexible Genehmigungspraxis enthält. Damit soll der Verwaltung ermöglicht werden, auf die Herausforderungen durch sehr unterschiedliche Veranstaltungen zu reagieren.

Vorschriften zum Schutz der Umgebung

Schutz vor Lärm, der von Freizeitanlagen ausgeht, kann durch unterschiedliche rechtliche Vorschriften erreicht werden: das öffentliche Baurecht, das öffentliche Immissionsschutzrecht und das Ortsrecht der Kommunen. Daneben können Nachbarn die Untersagung von lärmintensiven Veranstaltungen oder einen Geldausgleich für erlittene Beeinträchtigungen nach den Vorschriften des zivilrechtlichen Immissionsschutzes gem. §§ 1004 und 906 Bürgerliches Gesetzbuch erreichen. Im Folgenden werden nur die öffentlich-rechtlichen Schutzmöglichkeiten dargestellt.

Öffentliches Baurecht Schon bei der Planung von Veranstaltungsorten, wie z.B. einem Fußballstadion, bietet das öffentliche Baurecht den Kommunen zahlreiche Möglichkeiten, Lärmschutzaspekte zu berücksichtigen. Die Kommunen regeln die Nutzung der Gemeindeflächen durch Bauleitpläne (Flächennutzungs- und Bebauungspläne). Bereits wenn die Gemeinde die zukünftige Nutzung eines Gemeindegebietes plant, kann sie besondere Flächen für den Lärmschutz festlegen. So kann die Gemeinde Flächen sowohl für aktive Maßnahmen an der Emissionsquelle (deren Einkapselung) als auch für passive Maßnahmen im Bereich der Betroffenen (z.B. Schutzhecken) vorschreiben. Beispielsweise können zum Schutz der Wohnbebauung vor Lärm in der Nähe eines geplanten Fußballstadions Flächen zwischen dem Stadion und den Wohnhäusern für gewerbliche Nutzung vorgesehen werden. Darüber hinaus kann die Gemeinde in den Bebauungsplänen auch allgemeine bauliche und technische Vorkehrungen für die jeweilige Freizeitanlage selbst vorschreiben (Bunge 1993), z.B. Lärmschutzwälle für Freizeitanlagen. Lärmschutz spielt auch dann eine Rolle, wenn die Gemeinde bestimmt, welche Grundstücksnutzungen in einem bestimmten Gemeindegebiet zugelassen sind. So könnte z.B. in einem reinen Wohngebiet der Bau von Tennisanlagen grundsätzlich untersagt werden.

Die vorgenannten Schutzmaßnahmen sind mögliche Ergebnisse der gemeindlichen Aufgabe, die verschiedenen Nutzungsmöglichkeiten eines Baugebietes zu einem gerechten Ausgleich zu bringen. Sieht die Gemeinde für ein Baugebiet vor, dass dort lärmträchtige Freizeitanlagen errichtet werden können, so hat sie die möglichen Lärmkonflikte durch einen gerechten Ausgleich der unterschiedlichen Interessen zu lösen. Von einem Lärmkonflikt muss die Gemeinde ausgehen, wenn der Lärm von einer

Freizeitanlage den Anwohnern nicht mehr zugemutet werden kann. Die Beurteilung der Zumutbarkeit steht im Ermessen der Gemeinde, soweit keine gesetzlich definierten Grenzen für die Lärmeinwirkungen existieren. Solche Grenzen sind z.B. in der 18. Bundes-Immissionsschutzverordnung für den Sportanlagenlärm geregelt. Für andere Freizeitanlagen bestehen in verschiedenen Ländern Richtwerte in der jeweiligen Freizeitlärm-Richtlinie.² Die Gemeinden sind bei der Bestimmung der Zumutbarkeitsgrenze allerdings nicht an die Richtwerte der jeweiligen Freizeitlärm-Richtlinie gebunden, da es sich dabei nur um allgemeine Verwaltungsvorschriften handelt. Als solche wirken sie nur innerhalb einer Verwaltung. Regelt eine Gemeinde die Nutzung ihres Gemeindegebietes, handelt sie nicht als Verwaltung. Gleichwohl können die Richtwerte in den Freizeitlärm-Richtlinien den Gemeinden als Orientierung für einen gerechten Ausgleich bei Lärmkonflikten dienen. Anhaltspunkte für die Zumutbarkeit von Lärm lassen sich auch in der Baunutzungsverordnung finden. Diese enthält generelle Festlegungen zur Frage, welche Nutzungen in verschiedenen Baugebieten zulässig sind. So können Lärmeinwirkungen, die in einem Industriegebiet zulässig sind, in einem reinen Wohngebiet unzulässig sein. Diese Zuordnung bestimmter Nutzungen zu einem bestimmten Baugebiet ist eine Ausprägung des in § 50 Bundes-Immissionsschutzgesetz geregelten Trennungsgrundsatzes. Danach sind „die für eine bestimmte Nutzung vorgesehenen Flächen einander so zuzuordnen, dass schädliche Umwelteinwirkungen auf die ausschließlich dem Wohnen dienenden Gebiete sowie auf sonstige schutzbedürftige Gebiete soweit wie möglich vermieden werden“. Schließlich kann die Gemeinde die Baugebiete selbst nochmals gliedern, solange alle rechtmäßig zulässigen Nutzungen in diesem Gebiet möglich bleiben. Besonders lärmintensive Nutzungen können damit auf eine bestimmte Teilfläche des jeweiligen Baugebietes beschränkt werden, um so z.B. den Abstand zu einem benachbarten Wohngebiet zu vergrößern (Bunge 1993).

Öffentliches Immissionsschutzrecht Eine Vielzahl von Freizeitveranstaltungen findet an einem festen Ort statt, z.B. in Fußballstadien oder Festhallen. Bei diesen Veranstaltungsorten handelt es sich regelmäßig um eine „Anlage“ nach dem Bundes-Immissionsschutzgesetz. Unter den Anlagenbegriff fallen auch Grundstücke, wie Rummelplätze und Freizeitparks, oder Veranstaltungen, bei denen ortsveränderliche technische Einrichtungen verwendet werden, wie z.B. Lautsprecherboxen auf den Loveparade-Wagen. Geht von diesen Anlagen im Sinne des Bundes-Immissionsschutzgesetzes eine schädliche Lärmeinwirkung für die Anwohner aus, so müssen die Freizeitanlagen die folgenden Anforderungen einhalten:

² Siehe dazu die Ausführungen unten: Öffentliches Immissionsschutzrecht.

1. Nach dem Stand der Technik vermeidbare Umwelteinwirkungen dürfen nicht ausgehen (Vermeidungsgebot).
2. Unvermeidbare schädliche Umwelteinwirkungen sind auf ein Mindestmaß zu beschränken (Mindestmaßgebot).

Beantragt eine Konzertagentur bei der zuständigen Behörde ein Openairkonzert im örtlichen Fußballstadion, so muss der Veranstalter alle technisch möglichen Maßnahmen vornehmen, um schädliche Lärmauswirkungen zu vermeiden. Einzelne Maßnahmen, um dieses Ziel zu erreichen, werden im Abschnitt *Lärmschutzkonzept* angesprochen. Lärmeinwirkungen, die nicht vermieden werden können, müssen auf ein Mindestmaß beschränkt werden. So dürfen z.B. nicht ununterbrochen Veranstaltungen auf einem Festplatz stattfinden, wenn von diesen für die Anwohner schädliche Lärmeinwirkungen ausgehen. Welche Rolle spielt nun die „schädliche Umwelteinwirkung“? Nur wenn „schädliche Umwelteinwirkungen“ von einer Freizeitanlage ausgehen, sind die Anforderungen aus dem Bundes-Immissionsschutzgesetz einzuhalten. Wann eine „schädliche Umwelteinwirkung“ vorliegt, wird durch das Überschreiten von Immissionsgrenzwerten oder Immissionsrichtwerten bestimmt. Für Verkehrslärm sind in der 16. und 24. Bundes-Immissionsschutzverordnung und für Sportanlagen in der 18. Bundes-Immissionsschutzverordnung Werte bundesweit festgelegt. Für Lärm, der von anderen Freizeitanlagen ausgeht, fehlt eine entsprechende gesetzliche Vorgabe. Den Behörden fehlt deshalb für die Genehmigungspraxis von Freizeitveranstaltungen häufig ein Maßstab für ihre Entscheidung.

Ein Versuch, für das praktische Verwaltungshandeln konkrete Maßstäbe an die Hand zu geben, ist die von der Länderarbeitsgemeinschaft Immissionsschutz (LAI) für alle Bundesländer aufgestellte Musterverwaltungsvorschrift „Freizeitlärm-Richtlinie“ (NVwZ 1997). Diese Muster-Richtlinie ist keine rechtsverbindliche Vorschrift, sondern soll den Ländern die rechtlichen Möglichkeiten zum Schutz vor Freizeitlärm aufzeigen. Die Länder Schleswig-Holstein (Abl. Schleswig-Holstein 1998), Berlin (Abl. Berlin 1996), Mecklenburg-Vorpommern (Abl. Mecklenburg-Vorpommern 1998), Niedersachsen (Niedersächsisches Ministerialblatt 2001) und Nordrhein-Westfalen (Ministerialblatt Nordrhein-Westfalen 1997) haben mit dieser Musterverwaltungsvorschrift weitgehend übereinstimmende eigene Vorschriften erlassen. Diesen Verwaltungsvorschriften kommt zwar keine Außenwirkung zu, d.h. sie sind nicht unmittelbar von einem Bürger einklagbar. Aber sie binden die Verwaltungen bei der Anwendung von Richtwerten, d.h. die Verwaltung muss bei der Genehmigung vergleichbarer Veranstaltungen auch die gleichen Richtwerte zugrunde legen. Dadurch wird bei der Genehmigungspraxis von Freizeitveranstaltungen ein einheitliches Verwaltungshandeln gewährleistet.

Wie wirkt sich die Freizeitlärm-Richtlinie auf die Genehmigung von Freizeitveranstaltungen konkret aus? Dies soll im folgenden Beispiel anhand der Freizeitlärm-Richtlinie aus Schleswig-Holstein (kurz: Richtlinie) dargestellt werden.

Ein Konzertveranstalter beantragt für einen Sonntag ein Openairkonzert in einem Fußballstadion, das an ein allgemeines Wohngebiet angrenzt. Das Konzert soll von 21.00 bis 22.30 Uhr dauern. Aufgrund des starken Besucherinteresses ist noch bis 24.00 Uhr mit abfahrenden Autos zu rechnen. Die vom Veranstalter angegebenen maximal zulässigen Lautsprecherpegel würden zu einem Richt-Schallpegel von 58 dB (A) im benachbarten Wohngebiet führen, gemessen an der Außenseite der Fenster. Die Geräusche der abfahrenden Autos am Ende des Konzerts würden zu einem Richt-Schallpegel von 30 dB (A) in den Wohnhäusern führen. Für die Verwaltung stellt sich die Frage, ob sie das Konzert genehmigen kann bzw. ob und welche Maßnahmen sie zum Schutz der Nachbarn dem Veranstalter vorschreiben muss. Durch die Schallemissionen der Lautsprecher wird der Immissions-Richtwert überschritten, den die Richtlinie für reine Wohngebiete vorschreibt. Die Verwaltung muss demnach von einer erheblichen Belästigung der Nachbarn ausgehen. Sie muss deshalb prüfen, wie sich diese Belästigung vermeiden lässt. Sie könnte z.B. die Herabsetzung des maximalen Schallpegels der Lautsprecher fordern. Durch die abreisenden Besucher werden die Immissions-Richtwerte der Richtlinie für Innenräume von 25 dB (A) in der Nachtzeit überschritten. Auch in diesem Fall liegt eine erhebliche Belästigung der Nachbarn vor. Die Verwaltung könnte dem Veranstalter vorschreiben, ein Park-&-ride-System bereitzustellen, um Lärm zu vermeiden.

Liegt in dem obigen Beispiel das Stadion neben einem Gewerbegebiet, müsste die Behörde anders entscheiden. Für ein Gewerbegebiet sieht die Richtlinie einen höheren Immissions-Richtwert von 60 dB (A) vor. Maßnahmen zur Begrenzung der Schallemissionen von den Lautsprechern müssten in diesem Fall nicht vorgeschrieben werden. Für den Fall der abfahrenden Autos gilt, dass die Behörde eingreifen muss. Auch hier werden die Innenraumwerte überschritten, welche nach der Richtlinie für alle Baugebiete gleich sind. Bei der Beurteilung der Erheblichkeit von Lärm differenziert die Richtlinie allerdings zwischen Tag- und Nacht-, Außen- und Innenrichtwerten in Abhängigkeit von dem jeweiligen Baugebietstyp der Baunutzungsverordnung.

Ein weiteres Lärmproblem taucht bei einer Freizeitanlage auf, wenn die Anlage trotz Einhaltung des Standes der Lärminderungstechnik zu einer erheblichen Belästigung der Nachbarn führt. Es werden beispielsweise an zwölf aufeinander folgenden Wochenenden Veranstaltungen für einen Veranstaltungsort beantragt, wodurch die Nachbarn trotz technischer

Lärminderung erheblich belastigt werden. Nach der Richtlinie darf die Behörde zwei der Veranstaltungen nicht genehmigen, da nur maximal zehn Veranstaltungen zulässig sind. Hintergrund ist, dass für die Frage, ob eine erhebliche Belästigung vorliegt, die Häufigkeit solcher Veranstaltungen eine wichtige Rolle spielt. Auch für die zehn genehmigten Veranstaltungen gilt aber, dass sie in der Richtlinie festgelegte Höchstwerte nicht überschreiten dürfen. Weiterhin darf die Behörde Veranstaltungen nur an zwei aufeinander folgenden Wochenenden genehmigen, d.h. an dem darauf folgenden dritten Wochenende darf sie keine Veranstaltung genehmigen. Der Grund liegt darin, dass eine massive Ballung störender Veranstaltungen dem Gebot, Lärmbelästigung auf eine Mindestmaß herunterzuschrauben, widersprechen würde. Schließlich berücksichtigt die Richtlinie, dass ausnahmsweise auch Lärmbelastungen, die über den Immissions-Richtwerten liegen, zugelassen werden können, wenn es die politische, kulturelle, traditionelle oder andere Bedeutung der Veranstaltung erfordert. Auch dann dürfen aber die in der Richtlinie festgelegten Höchstwerte nicht überschritten werden.

Ein entscheidendes Problem beim Schutz vor (Freizeit-)Lärm löst auch die schleswig-holsteinische Freizeitlärm-Richtlinie nicht: die Berücksichtigung von Summationseffekten bei der Lärmeinwirkung. Die Richtlinie regelt den Lärmschutz nur gesondert für einzelne Lärmquellen. Dies lässt außer Acht, dass neben dem Freizeitlärm noch andere Lärmquellen bestehen, die ebenfalls nur isoliert geregelt sind, wie z.B. in der Technischen Anleitung Lärm (TA Lärm) für gewerbliche Anlagen oder in der 16. Bundes-Immissionsschutzverordnung für Verkehrslärm. Die Schädlichkeit von Lärm und gerade auch von Freizeitlärm ist aber vor dem Hintergrund einer deutlichen Lärmvorbelastung der Umgebung durch andere Lärmquellen zu sehen, insbesondere durch den Verkehr. Notwendig ist es also, einen rechtlichen Ansatz zu verfolgen, der auf den Einwirkungsbereich des Lärms gerichtet ist. Eine Möglichkeit ist es, die selektive, ursachenbezogene Betrachtungsweise im deutschen Immissionsschutzrecht zumindest durch eine Gesamtbetrachtung aller Lärmeinwirkungsfaktoren zu ergänzen. Erste Ansätze dazu sind in der TA Lärm vorhanden (Feldhaus 1998). Die bestehenden Freizeitlärm-Richtlinien sind dahingehend abzuändern und dringend benötigte Freizeitlärm-Richtlinien in anderen Bundesländern müssen diese Bedenken berücksichtigen.

Immissionsschutz durch Ortsrecht Da der Freizeitlärm vorwiegend lokal auftritt, sind die Kommunen eine geeignete Ebene zur Lösung von Lärmkonflikten. Zwar steht den Kommunen bereits mit dem Bauplanungsrecht eine effektive Steuerungsmöglichkeit zur Verfügung, um unverträgliche Nutzungen räumlich zu trennen.³ Aber für die Regelung bestehender Nutzungen sind neben den abstrakten Regelwerken, wie z.B.

³ Siehe oben: Öffentliches Baurecht.

den landesrechtlichen Freizeit-Lärmrichtlinien, Regelungen wünschenswert, welche auf die spezifischen örtlichen Gegebenheiten eingehen. Das Bundes-Immissionsschutzgesetz sieht dazu in § 49 Abs. 3 vor, dass die Länder neue Regelungskompetenzen für die Kommunen schaffen dürfen. Bisher sehen nur die Regelungen in § 5 Abs. 1 Landes-Immissionsschutzgesetz Nordrhein-Westfalen und Art. 10 des Bayerischen Landes-Immissionsschutzgesetz vor, dass die Gemeinden zum Schutz vor Geräuschen den Betrieb von Anlagen verbieten oder beschränken können. Andere Bundesländer haben von dieser Kompetenzerweiterung zugunsten der Kommunen keinen Gebrauch gemacht. In diesen Ländern wäre eine gemeindliche Regelung für den Lärmschutz allein gestützt auf die örtliche Satzungsautonomie denkbar. Dies ist nach der bisherigen Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts nicht möglich (BVerwGE 90). Um den Gemeinden die Möglichkeit zu geben, ortsspezifische Lärmkonflikte zu lösen, muss deshalb auch in anderen Ländern die Ermächtigungsgrundlage des § 49 Abs. 3 Bundes-Immissionsschutzgesetz genutzt werden.

Wie die Ausführungen zum Schutz der Umgebung vor Lärm gezeigt haben, können Lärmschutzmaßnahmen sowohl bei der Planung einer Freizeitanlage (öffentliches Baurecht) als auch bei ihrem Betrieb (öffentliches Immissionsschutzrecht und Immissionsschutz durch Ortsrecht) ergriffen werden. Steuerungsmöglichkeiten haben die Gemeinden bei der Planung neuer Freizeitanlagen vor allem durch die Festlegung bestimmter Nutzungsbeschränkungen in den Bauleitplänen und bei der Frage, welche Lärmbelastungen den Bewohnern noch zugemutet werden können. Gerade die Frage der Zumutbarkeit sollten die Gemeinden aufgrund der gestiegenen Lärmbelastung und Lärmempfindlichkeit kritisch betrachten.

Bei der Lärmbeeinträchtigung im Zusammenhang mit der Nutzung bestehender Freizeitanlagen stellt das öffentliche Immissionsschutzrecht mit der Musterverwaltungsvorschrift „Freizeitlärm-Richtlinie“ ein Steuerungsinstrument zur Verfügung, welches noch nicht von allen Bundesländern erkannt und genutzt wird und das insbesondere im Hinblick auf die Berücksichtigung von Summationseffekten noch verbesserungsfähig ist. Das Bundes-Immissionsschutzgesetz schafft im § 49 Abs. 3 die Möglichkeit, spezielle örtliche Lärmkonflikte auf der kommunalen Ebene durch Satzungsrecht zu lösen. Von dieser Möglichkeit haben bis jetzt nur zwei Bundesländer Gebrauch gemacht. Diese Möglichkeit muss intensiver in allen Bundesländern genutzt werden.

Lärmmanagement durch die Behörden

Die Lärmbelastung durch Veranstaltungen wird auch gerade durch die Häufigkeit einer Veranstaltung am gleichen Ort bzw. an verschiedenen Orten in der gleichen Umgebung bestimmt. Es ist deshalb notwendig, die Lärmbelastung der Anwohner durch eine Koordinierung der Veranstaltungshäufigkeit zu senken. Dazu könnte eine Koordinierungsstelle eingerichtet werden, die sich beispielsweise folgendermaßen zusammensetzen könnte:

- Ordnungsamt
- Umweltamt
- Untere Naturschutzbehörde
- Stadtmarketinggesellschaft bzw. Kulturamt
- Gartenamt der Kommune
- Feuerwehr
- städtische Nahverkehrsgesellschaft
- Abfallbehörde

Als federführende Behörde der Koordinierungsstelle bietet sich das Ordnungsamt an, da diesem regelmäßig auch weitere Aufgaben obliegen, wie die Erteilung von Sondernutzungen oder die Verkehrsregulierung.

Ein solches einheitliches Veranstaltungsmanagement durch eine Koordinierungsstelle hätte zahlreiche Vorteile:

1. Aufseiten der Behörde werden alle Veranstaltungen im Gebiet einer Kommune erfasst, unabhängig davon, bei welcher Behörde eine Genehmigung beantragt wurde. Die Behörde gibt den Antrag an die Koordinierungsstelle weiter, in der alle zu beteiligenden Behörden vertreten sind. So kann gewährleistet werden, dass alle relevanten Behörden beteiligt sind.
2. Durch die umfassende Beteiligung aller Behörden wird ein einheitliches Verwaltungshandeln bei der Genehmigung von Veranstaltungen in der jeweiligen Kommune erreicht.
3. Bestimmte Ziele, wie z.B. nach der Freizeitlärm-Richtlinie auf häufig genutzten Flächen nur eine bestimmte Anzahl von Veranstaltungen zu genehmigen, sind besser zu überwachen.
4. Für den Veranstalter wird dasungsverfahren vereinfacht, da er nur einen Ansprechpartner hat und in einem einzigen Bescheid alle Genehmigungen gebündelt erhält.

5. Der Veranstalter kann zu dem Treffen der Koordinierungsstelle geladen werden, an dem alle beteiligten Behörden teilnehmen. Dort kann er sein Konzept vorstellen und Probleme und Lösungswege sogleich mit allen beteiligten Behörden besprechen.

Gleichwohl wird durch diese Praxis nicht jeder Konflikt beseitigt werden können, da nicht alle Lärmquellen durch technische Maßnahmen verhindert werden können. Dies gilt z.B. für den Lärm von an- und abreisenden Besuchern eines Veranstaltungsortes.

Lärmschutzkonzept In Anbetracht dessen, dass das Instrument „Freizeitlärm-Richtlinie“, wie oben beschrieben, noch nicht bundesweit eingeführt ist und auch noch Probleme offen lässt, ist ein effizienterer Lärmschutz durch eine flexible und konstruktive Genehmigungspraxis zu erreichen. Die Verwaltung kann dem Veranstalter, der häufig in lärmtechnischen Fragen wenig bewandert ist, praktische Umsetzungsmöglichkeiten zur Lärminderung aufzeigen. So können die Genehmigungen für Veranstaltungen mit einem Lärmschutzkonzept als Nebenbestimmung versehen werden. Dieses Konzept könnte, abhängig von Art und Größe der Veranstaltung, u.a. folgende Punkte regeln:⁴

1. Benennung eines qualifizierten Lärmschutzbeauftragten durch den Veranstalter

Damit wird dem Veranstalter die Verantwortung und Bedeutung des Lärmschutzes vor Augen geführt. Ähnlich wie die Rolle des „Beauftragten“ in anderen Umweltvorschriften steht der Behörde ein fachlich qualifizierter Ansprechpartner für Lärmschutzfragen zur Verfügung.

2. Festlegung von Lärm-Emissionswerten und deren Überwachung

Im Genehmigungsbescheid sollten Emissionsgrenzwerte festgelegt werden, deren Einhaltung der Veranstalter selbst messtechnisch überprüfen muss. Die Einhaltung muss gegenüber der Behörde durch Messprotokolle dokumentiert werden. Dadurch wird der zusätzliche Überwachungsaufwand durch eigene Messungen der Behörde erheblich verringert.

3. Technische Lärmschutzmaßnahmen am Veranstaltungsort

Durch technische Lärmschutzmaßnahmen, wie den Einbau von Leistungsbegrenzern in die elektroakustische Anlage, die Einpegelung der Anlage und die Vorlage eines Beschallungsplans, kann die Einhaltung

⁴ Vgl. dazu auch (Mann 1999).

von Grenzwerten gewährleistet werden. Die Lärmausbreitung und damit die Steuerung der Lärmbetroffenheit von Anwohnern lässt sich durch einen Beschallungsplan erreichen, welchen der Veranstalter zusammen mit dem Genehmigungsantrag einreichen muss. Aufgrund dieses Plans kann die Art und Position der Boxen überprüft und entsprechend arrangiert werden. Mithilfe der Einpegelung kann die Anlage auf die maximal zulässige Lautstärke eingestellt werden. Schließlich kann durch Leistungsbegrenzer in den elektroakustischen Anlagen die Einhaltung der jeweiligen Emissionsgrenzwerte erreicht werden.

4. Zeitliche Beschränkung der eigentlichen Veranstaltung

Da viele Veranstaltungen bis in die späten Abendstunden dauern, ist die Einhaltung der zeitlichen Beschränkung der eigentlichen Veranstaltung eine wichtige Genehmigungsvoraussetzung. Die Einhaltung dieser Beschränkung könnte durch die Androhung von Zwangsgeld mit mehr Nachdruck versehen werden.

Bei manchen der beschriebenen Maßnahmen kann der Gesetzgeber die Kommunen durch gesetzliche Regelungen unterstützen. So könnte die Stellung und Aufgabe eines Lärmschutzbeauftragten auch gesetzlich vorgeschrieben werden.

Resümee

Bereits beim Bau neuer Freizeitanlagen bestehen umfassende Möglichkeiten, die Anwohner vor Lärm bei der zukünftigen Nutzung zu schützen. Problematisch bleibt die wohl überwiegende Zahl der Fälle, in denen in der Vergangenheit Freizeitanlagen ohne ausreichende Berücksichtigung der Lärm Aspekte gebaut wurden. In diesen Fällen müssen die Kommunen noch viel stärker als bisher den Schutz der Anwohner vor Lärm mithilfe von Lärmmanagement- und Lärmschutzkonzepten als Bestandteil der Veranstaltungsgenehmigungen sicherstellen. Durch ein Lärmmanagementkonzept kann eine einheitliche und veranstalterfreundliche Genehmigungspraxis erreicht werden. Für die Ausgestaltung von Lärmschutzkonzepten steht der Verwaltung ein ausreichendes Instrumentarium an technischen und rechtlichen Möglichkeiten zur Verfügung. Ist der Schutz der Anwohner nicht durch Lärmschutzkonzepte möglich, so stellt die bisherige Rechtslage zahlreiche Regelungen zur Verfügung, um Gesundheitsgefahren zu begegnen, wie z.B. die Beachtung der Richtwerte in den Freizeitlärm-Richtlinien. Lösungswege, wie die Freizeitlärm-Richtlinie oder die Ermächtigung zu ortsrechtlichen Vorschriften gem. § 49 Abs. 3 Bundes-Immissionsschutzgesetz, werden zum einen noch nicht bundesweit beschrritten. So haben erst fünf Bundesländer Freizeitlärm-Richtlinien

erlassen, obwohl eine entsprechende Musterverwaltungsvorschrift bereits seit 1998 zur Verfügung steht. Zum anderen müssen diese Lösungswege noch verbessert werden, z.B. durch die Berücksichtigung von Summationseffekten in den Freizeitlärm-Richtlinien.

Literatur

Abl. Berlin 1996

Amtsblatt Berlin 1996, Seite 2803.

Abl. Schleswig-Holstein 1998

Amtsblatt Schleswig-Holstein 1998, Seite 572.

Abl. Mecklenburg-Vorpommern 1998

Amtsblatt Mecklenburg-Vorpommern 1998, Seite 960.

Bunge 1993

Bunge, Thomas. 1993; in: Lübke-Wolff, G. (Hg.). Umweltschutz durch kommunales Satzungsrecht; Berlin.

BVerwGE 90

Offizielle Entscheidungssammlung des Bundesverwaltungsgerichts.
Bd. 90, Seite 359.

Feldhaus 1998

Feldhaus, Gerhard. 1998. „30 Jahre TA Lärm – Auf dem Weg zu einem gesetzeskonformen Lärmschutz?“; in: Koch, H.-J. (Hg.). Aktuelle Probleme des Immissionsschutzes.

Mann 1999

Mann, Ursula. „Der kommunale Freizeitlärm-Alltag“; in: Lärmkontor (Hg.). Freizeitlärm – Tagungsband; Tagung vom Juni 1999.

Ministerialblatt Nordrhein-Westfalen 1997

Ministerialblatt Nordrhein-Westfalen 1997, Seite 1352.

Niedersächsisches Ministerialblatt 2001

Niedersächsisches Ministerialblatt 2001, Seite 201.

NVwZ 1997

Neue Zeitschrift für Verwaltungsrecht 1997, Seite 469.

UBA 1995

Umweltbundesamt (Hg.). 1995. Daten zur Belästigung der Bevölkerung durch Lärm; Berlin.

7

Senioren: die neue Anspruchsrevolution im Freizeitbereich



Immer öfter wird in den Medien unter Überschriften wie „Reisende Rebellen“ oder „Im Unruhestand“ über die Generation der „neuen Senioren“ berichtet, die sich vom klassischen Ruhestand verabschiedet hat. Rentner stürmen Gipfel oder nehmen an Mountainbike-Marathons teil. Nicht jeder Rentner ist ein Marathonläufer, aber auch in weniger spektakulären Aktionen wird deutlich: Die Freizeitgestaltung im Alter und das Bild der Senioren in der Gesellschaft verändern sich.

Demographischer Wandel und Veränderung der Freizeitgestaltung im Alter

Mit der Veränderung der gesellschaftlichen und persönlichen Rahmenbedingungen wandelt sich auch das Freizeitverhalten. Dies gilt für alle Bevölkerungsgruppen und insbesondere für die Gruppe der Senioren.

Deutschland erlebt derzeit einen tiefgreifenden demographischen Wandel. Der Anteil der älteren Menschen an der Bevölkerung steigt überproportional an, während der Anteil der Jüngeren zurückgeht. Prognosen zufolge wird der Anteil der über 60-Jährigen in Deutschland in den nächsten 30 Jahren auf etwa 35 Prozent ansteigen (heute sind es etwa 22 Prozent). Das heißt, dass dann über ein Drittel der Bevölkerung zur älteren Generation gehören wird. Durch diese Entwicklung wird die Gruppe der über 60-Jährigen in Zukunft erheblich an Bedeutung gewinnen. Ihre Bedürfnisse als Mieter, Kunden oder Patienten werden besonders zu berücksichtigen sein. Dies betrifft alle gesellschaftlichen Bereiche und damit auch den Bereich der Freizeit.

Neben der Alterung der Bevölkerung ist derzeit auch ein Strukturwandel des Alters zu beobachten. Alt zu sein bedeutet heute etwas anderes als beispielsweise vor 30 Jahren.

Ein wesentliches Merkmal dieses Strukturwandels ist die zeitliche Ausdehnung der Altersphase. Die Lebenserwartung ist in den letzten Jahrzehnten erheblich gestiegen. Das eigentliche Altsein, das oft einhergeht mit Krankheit oder Gebrechlichkeit, setzt zu einem immer späteren Zeitpunkt ein. Gleichzeitig erfolgt der Ausstieg aus dem Beruf immer früher. Wenn ein Mensch heute in den Ruhestand geht (mit durchschnittlich 59 Jahren), hat er eine Lebensphase vor sich, die nicht selten 15 oder 20 Jahre beträgt. Hinzu kommt, dass sich die gesundheitliche Situation älterer Menschen im Durchschnitt verbessert hat. Immer mehr Menschen bleiben bis ins hohe Alter hinein relativ gesund und leistungsfähig, sodass sie die Altersphase aktiv nutzen und gestalten können.

In vielen Studien wird in diesem Zusammenhang von der Entstehung einer neuen Lebensphase in der Biografie der Menschen gesprochen, einer Lebensphase, die immer mehr ältere Menschen mit nützlichen und sinnstiftenden Aktivitäten ausfüllen wollen. Im Zusammenhang damit steht auch, dass die subjektive Einschätzung, alt zu sein, zu einem immer späteren Zeitpunkt getroffen wird. Die Selbstzuordnung „alt“ wird heute im Durchschnitt erst nach dem 75. Lebensjahr getroffen.

Einhergehend mit diesem Strukturwandel ändern sich auch die Ansprüche von Senioren an ihre Freizeitgestaltung. Durch die gestiegene Lebenserwartung und eine durchschnittliche Verbesserung der finanziellen und gesundheitlichen Situation der älteren Bevölkerung kann die Phase des Ruhestands – der freien Zeit im Alter – aktiver gestaltet werden. Auch die veränderten Lebenserfahrungen heutiger und zukünftiger Senioren spielen eine Rolle bei der Entwicklung von Freizeitwünschen und Freizeitgestaltung. Die heutigen Senioren sind reiseerfahrener, sie sprechen häufiger eine oder mehrere Fremdsprachen und besitzen häufiger einen Führerschein als frühere Senioren-Generationen.

Abbildung 1:
Alterspyramide 1993 und 2040



Angesichts der sich abzeichnenden Veränderungen im Freizeitverhalten von Senioren entwerfen Marketingfachleute bereits ein Bild von den „neuen Alten“, die sich vom klassischen Ruhestand verabschiedet haben und statt dessen bis ins hohe Alter hinein aktiv und mobil ihre Freizeit gestalten. Nach dieser Einschätzung hat das Bild von „Großmutter und Großvater im Schaukelstuhl“ ausgedient. An ihre Stelle sind die aktive Seniorin und der aktive Senior getreten, die regelmäßig ins Fitness-Studio und ins Theater gehen, Fernreisen unternehmen und sich am Wochenende im Wellness-Center verwöhnen lassen. Entspricht dieses Bild tatsächlich der Trendentwicklung im Freizeitverhalten von Senioren oder handelt es sich eher um eine Wunschvorstellung von Freizeit Anbietern und Marketingfachleuten? Auch wenn das Bild in dieser Form etwas überspitzt erscheint, zeigen sich im Vergleich zu früheren Generationen doch deutliche Veränderungen in der Einstellung und im Verhalten älterer Menschen.

Wirtschaftliche Situation der Senioren

Eine wesentliche Rolle für die gewachsenen Freizeitansprüche der Senioren spielt die Verbesserung der Einkommens- und Vermögenslage. Im Durchschnitt hat sich die finanzielle Situation älterer Menschen in Deutschland in den letzten Jahren deutlich verbessert.

Zu diesem Ergebnis kommt auch der dritte Altenbericht der Bundesregierung. Danach verfügten 1998 deutsche Pensionärshaushalte durchschnittlich über 4.090 DM und Rentnerhaushalte über 2.590 DM pro Monat (BMFSFJ 2001).

In einer Untersuchung zum Geldvermögen der privaten Haushalte in Deutschland hat die GfK festgestellt, dass die Gruppe der 55- bis 59-Jährigen das größte Geldvermögen besitzt. Mit Ende 50 liegt das Geldvermögen gut 50% über dem Durchschnitt. Mit dem Eintritt in den Ruhestand gehen die Reserven wieder etwas zurück, bleiben aber dennoch auf einem hohen Niveau (GfK 2000). Dies wirkt sich auf die Konsumausgaben und – als Teilmenge der Konsumausgaben – auf die Freizeitausgaben aus.

Wesentliche Grundlage für den Umfang der Konsummöglichkeiten sind die frei verfügbaren Einkommen, d.h. das nach Abzug der Lebenshaltungskosten zur Verfügung stehende Einkommen. Nach Berechnungen des Instituts der Deutschen Wirtschaft haben ältere Menschen ab 50 Jahren monatlich durchschnittlich 638 DM an frei verfügbarem Einkommen zur Verfügung. Im Berufsleben angesparte Geldmittel, Vermögenswerte und Immobilien dienen als zusätzliche finanzielle Rücklage (BBE 2000). Der finanzielle Spielraum älterer Menschen ist damit im Vergleich zu anderen Bevölkerungsgruppen der höchste. Während die unter 30-Jährigen

angeben, dass sie „nur“ etwa 28% ihrer Einkünfte zur freien Verfügung haben, steigt dieser Wert für die über 65-Jährigen auf 37% an (GfK 2000). Die ältere Generation hat sich damit zu einer wichtigen Zielgruppe für die Freizeitindustrie entwickelt.

Allerdings ist die Wirtschaftskraft in der Bevölkerungsgruppe der Senioren ungleich verteilt. Die Gruppe der Senioren mit einem hohen frei verfügbaren Einkommen ist durchaus beachtlich, doch es gibt auch große Gruppen älterer Menschen, die nach Abzug der Lebenshaltungskosten nur ein geringes oder kein frei verfügbares Einkommen haben.

Freizeit im Alter

Wenn man das Freizeitverhalten von Senioren betrachtet, muss man sich zunächst darüber im Klaren sein, dass es „die Senioren“ als eine homogene Gruppe nicht gibt. Ebenso wie in anderen Bevölkerungsgruppen gibt es bei den Senioren eine Vielfalt von Lebensstilen. Verhaltensweisen und Einstellungen bzw. Lebensstile ändern sich nicht einfach, weil man älter wird. Vielmehr werden gewohnte Verhaltensmuster in den Ruhestand mit übernommen. In der Altersforschung und im Marketing versucht man, dieser Vielfalt von Lebensstilen Rechnung zu tragen, indem man beispielsweise zwischen Jungsenioren (50 bis 64 Jahre), Senioren (65 bis 79 Jahre) und Hochaltrigen (80 Jahre und mehr) (Opaschowski 1998a) oder zwischen „aktiven Alten“ und „passiven Alten“ (Bayerische Rundfunkwerbung 1992) unterscheidet.

Im Auftrag der Bayerischen Rundfunkwerbung hat Infratest Burke eine Typologisierung der über 50-Jährigen entwickelt. Dabei wird zwischen fünf Typen unterschieden.

Tabelle 1:
Typologisierung älterer Menschen

	Typus	Anteil (in %)	Beschreibung
Aktiv 66%	der "selbstbewusst kritische junge Alte"	23	qualitätsorientiert, selbstbewusst, voller Pläne und Ideen
	der "aufgeschlossene interessierte junge Alte"	21	aufgeschlossen und unternehmungslustig
	der "aktive flexible junge Alte"	22	positive Lebenseinstellung; hohe Anspruchseinstellung
Passiv 34%	der "passive graue Alte"	19	psychisch und physisch lethargisch
	der "abgeklärte und zufriedene Alte"	15	ist zufrieden, aber eher passiv; qualitätsbewusst

Quelle: Bayerische Rundfunkwerbung 1992.

Entsprechend der Vielfalt von Lebensstilen unterscheidet sich auch die Freizeitgestaltung älterer Menschen. Die in der Vergangenheit entwickelte persönliche Alltags- und Freizeitkultur wird im Alter in der Regel nicht einfach abgebrochen, sondern übernommen und weiterentwickelt. In der Untersuchung von Infratest kristallisieren sich auf der einen Seite die aktiven Älteren heraus, die ihre Freizeit selbst gestalten wollen, viele Reisen unternehmen und am gesellschaftlichen Leben teilnehmen. Auf der anderen Seite finden sich die passiven Älteren, die sich vornehmlich an Häuslichkeit und verwandtschaftlichen und nachbarschaftlichen Kontakten orientieren.

Wie sieht nun die Freizeitgestaltung älterer Menschen im Einzelnen aus? Eine Übersicht über die Freizeittätigkeiten von Senioren liefert eine Untersuchung von Horst W. Opaschowski (Opaschowski 1998b).

Den Bereich der Freizeit zu Hause dominiert bei den Senioren – ebenso wie bei allen anderen Bevölkerungsgruppen – der Medienkonsum. Hier stehen Zeitunglesen und Fernsehen an erster Stelle. Auch das Radiohören gehört zu den beliebten Freizeittätigkeiten. Einen hohen Stellenwert für die Freizeit zu Hause haben auch Muße und Nichtstun. Neben diesen Freizeittätigkeiten spielen bei der Betätigung zu Hause auch Hausarbeit und Handarbeit eine große Rolle, wozu auch Gartenpflege und Handwerken gehören. Opaschowski zufolge hat sich bei den „neuen Alten“ in den 90er Jahren eine ausgeprägte Mußekultur entwickelt. Im Vergleich zur Ruhestandsgeneration der 80er Jahre leisten sich die Alten von heute deutlich mehr den Luxus des Nichtstuns und diese Einstellung vertreten sie auch offen.

Die Freizeittätigkeiten außer Haus haben sich seit den 80er Jahren verändert. Während Einkaufsbummel, Spaziergehen und Ausflüge in die nähere Umgebung im Vergleich zu den 80er Jahren bei den Senioren an Attraktivität verloren haben, nahmen kulturelle Interessen deutlich zu. Der Besuch von Ausstellungen und Vorträgen sowie Konzert- und Theaterveranstaltungen ist in den vergangenen Jahren deutlich gestiegen. Ebenfalls zugenommen haben gemeinschaftliche Aktivitäten. Weil heute mehr ältere Menschen als je zuvor allein leben, suchen sie Geselligkeit und gemeinsame Aktivitäten und finden sie in Vereinen und Club-Angeboten. Aber auch Stammtisch und Kaffeekränzchen werden im Zuge dieser Entwicklung wieder beliebter. Im Zeitvergleich auffallend ist auch der Bedeutungszuwachs, den die Familie – das Zusammensein mit Kindern und Enkelkindern – bekommen hat. Der Anteil der Ruheständler, der die Gemeinsamkeit mit Kindern und Enkelkindern als Schlüsselerlebnis betont, hat sich in den letzten fünfzehn Jahren verdreifacht (von 7 auf 22 Prozent) (Opaschowski 1998b). Der Umgang mit Kindern und Enkelkindern wird als sinnstiftende Aktivität im Alter erfahren und nimmt an

Bedeutung zu, obwohl (oder vielleicht gerade weil) es immer weniger Familien und immer weniger Enkelkinder gibt.

Auch ehrenamtliche Tätigkeiten haben im Vergleich zu den 80er Jahren zugenommen (von 11 auf 17 Prozent). Die Ausweitung der Lebensphase des Ruhestands durch einen immer früheren Ausstieg aus dem Berufsleben und die gleichzeitig gestiegene Lebenserwartung stellt viele Ruheständler vor die Aufgabe, sich einen neuen sinnstiftenden Tätigkeitsbereich zu schaffen. Das können ein Hobby, die Unterstützung von Kindern und Enkelkindern, die Verlängerung der Berufstätigkeit in das Rentenalter hinein oder eben eine ehrenamtliche Tätigkeit sein. Die Zunahme von Angeboten und Initiativen für eine „zweite Berufstätigkeit“ (z.B. Senioren-Büros oder Senior-Experten-Services) sowie die Zunahme ehrenamtlich Tätiger unter den Senioren deuten darauf hin, dass viele Senioren sich von der Zeit nach dem Renteneintritt mehr erwarten, als sich vom Berufsleben zu erholen.

Spezielle Seniorenprogramme werden von den meisten älteren Menschen abgelehnt. So stoßen Angebote wie „Senioren-Cafés“ oder „Senioren-Reisen“ auf wenig Begeisterung. Vielen dieser Angebote haftet das Image an, lediglich eine Beschäftigungstherapie zu sein. Auch wollen ältere Menschen nicht ständig an ihr Alter erinnert werden. Sie bevorzugen „normale“ Angebote und Aktivitäten, bei denen sie auch Kontakte zur mittleren und jüngeren Generation haben. Anstatt Senioren-Programme anzubieten, gilt es also vielmehr, die normalen Angebote so zu gestalten, dass sie auch für Ältere attraktiv sind und deren Bedürfnissen gerecht werden.

Freizeitgestaltung der Senioren: Zukunftstrends

Zwar hat ein gravierender Wandel im Freizeitverhalten der Senioren bisher noch nicht stattgefunden, wie der Vergleich des Freizeitverhaltens in den 80er und 90er Jahren zeigt, es gibt jedoch diverse Anzeichen für Veränderungen. Die meisten Senioren zeigen eine Vitalität, die sich kaum von derjenigen der mittleren Altersgruppen unterscheidet.

Auch deutet einiges auf einen Bewusstseinswandel bei den Senioren hin. Das Bild von den „aktiven Alten“ ist auch im Bewusstsein der Senioren präsent. Den Anspruch, stets aktiv und unternehmungslustig zu sein, stellen viele Senioren an sich selbst. Auch wenn dieser Anspruch in der Praxis oft an unterschiedlichen Hürden – seien es die eigene Bequemlichkeit, der Mangel an Zeit, Geld oder Gelegenheit – scheitert.

Für die Zukunft werden für einzelne Freizeitbereiche deutliche Veränderungen erwartet, was die Inanspruchnahme und die Ansprüche durch

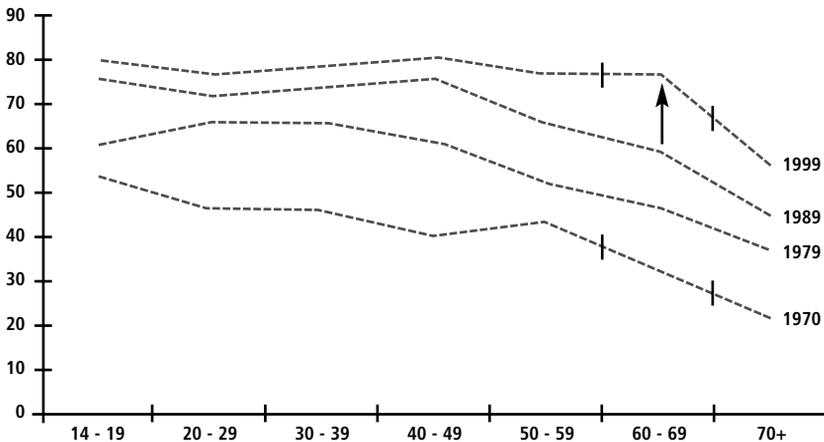
die ältere Generation betrifft. Im Folgenden sollen einige Zukunftstrends beschrieben werden, die im Bereich der Freizeitgestaltung von Senioren eine wesentliche Rolle spielen werden. Auf folgende Freizeitbereiche soll an dieser Stelle näher eingegangen werden:

- Reisen
- Freizeitmobilität
- Wellness und Gesundheit
- neue Medien

Reisen Die Reisetätigkeit älterer Menschen hat – ebenso wie die der jüngeren Bevölkerungsgruppen – in den letzten 30 Jahren erheblich zugenommen. Haben 1970 nur etwa 43% der 60-Jährigen eine Reise unternommen, so waren 1999 fast 80% dieses Jahrgangs verreist (F.U.R. 2000a). Die Abbildung 2 verdeutlicht noch einmal die Zunahme der Reiseintensität aller Bevölkerungsgruppen. Wie die Grafik zeigt, sind – vor allem in den letzten zehn Jahren – bei der Gruppe der 60- bis 69-Jährigen besonders große Zuwächse zu verzeichnen. Gründe hierfür sind u.a. die bessere finanzielle Ausstattung, steigende Fremdsprachenkenntnisse, die wachsende Urlaubserfahrung sowie die Verbesserung des Gesundheitszustands der älteren Menschen. Für die heutigen Senioren gehören Reisen ganz selbstverständlich zu ihrem Leben. Nach Abschluss der Berufs- und Familienphase haben sie nun Zeit, sich ihre Reisewünsche zu erfüllen. Tatsächlich steht bei jüngeren Berufstätigen der Wunsch zu reisen ganz oben auf der Liste dessen, was sie nach dem Berufsaustritt unternehmen wollen.

Abbildung 2:

Reiseintensität 1970, 1979, 1989 und 1999 nach Alter (in %)



Quelle: F. U. R. 200a, S. 30.

Betrachtet man die Reisetätigkeit der Deutschen im Jahr 1999, so lässt sich feststellen, dass in der Altersgruppe der über 60-Jährigen 67% eine Urlaubsreise unternommen haben (F.U.R. 2000a). Es lässt sich aber auch beobachten, dass die Reisetätigkeit im hohen Alter (über 75 Jahre) erheblich abnimmt. Hier spielen sicherlich die häufig eingeschränkte Gesundheit im Alter und der Verlust an Beweglichkeit eine Rolle.

Was die Urlaubsform angeht, so stehen bei den Senioren zum einen Kur- aufenthalte und Gesundheitsurlaube hoch im Kurs, zum anderen Städte-, Studien- oder Bildungsreisen. Auch Verwandten- und Bekanntenbesuche sind häufige Reiseanlässe. Demgegenüber nimmt die Bedeutung der Erholungsreise, die besonders für Berufstätige von Bedeutung ist, ab.

Bei den Reisezielen stehen bei den Jungsenioren (50 bis 64 Jahre) Spanien und Österreich ganz oben auf der Rangliste. Aber auch innerdeutsche Reiseziele sind in dieser Bevölkerungsgruppe sehr beliebt. Hier stehen Bayern, die Nord- und die Ostsee an der Spitze. Bei den Ruheständlern (über 65 Jahre) sind die innerdeutschen Reiseziele noch beliebter: 64% der Ruheständler, die verreist waren, gaben als Urlaubsziel eine Region in Deutschland an (Bevölkerungsdurchschnitt 39%) (Opaschowski 1998a).

Für die Prognosen, wie sich der Reisemarkt der Senioren in Zukunft entwickeln wird, spielt aber nicht nur das Anwachsen der Reiselust der Senioren eine Rolle, sondern auch die absolute sowie die relative Zunahme der Gruppe der Senioren in der Bevölkerung. Wie eingangs ausgeführt, ist die Gruppe der Senioren die am schnellsten wachsende Bevölkerungsgruppe in Deutschland. Vor dem Hintergrund der demographischen Entwicklung und der steigenden Reisetätigkeit der Senioren fallen die Zukunftsprognosen für den Bereich Seniorenreisen optimistisch aus. So geht die Reiseanalyse 2000 davon aus, dass die Senioren in Zukunft „der Wachstumsmotor des Tourismus“ sein werden. Die Autoren der Reiseanalyse stellen fest, dass die meisten Menschen beim Älterwerden ihren Urlaubsgewohnheiten treu bleiben. Für die Zukunftsentwicklung in diesem Reise-segment bedeutet dies: 2010 werden voraussichtlich 77% der 65- bis 75-Jährigen eine Urlaubsreise unternehmen. Damit wird der Anteil der Urlaubsreisenden in dieser Altersgruppe um über 15% gegenüber 1999 auf fast 8 Mio. Reisende zunehmen (F.U.R. 2000b). Dies stellt eine Entwicklung dar, wie sie in keiner anderen Altersgruppe zu erwarten ist. Die wachsende Zahl der Senioren bedeutet eine Herausforderung für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft. Vor allem bei der Angebotsgestaltung wird die Tourismusbranche in Zukunft stärker auf die Bedürfnisse und Wünsche der „neuen Senioren“ eingehen müssen.

Freizeitmobilität Auch der Bereich der Freizeitmobilität von Senioren ist ein Wachstumsbereich – zumindest was die Automobilität angeht. Zwar ist die Fortbewegung zu Fuß, vor allem das Spaziergehen und Wandern, bei Senioren eine beliebte Freizeittätigkeit (in diesem Bereich schlagen sie die übrigen Bevölkerungsgruppen), für die Erreichung von Freizeit- und Urlaubszielen spielt jedoch auch bei den Senioren das Auto die Hauptrolle. In der Gruppe der Jungsenioren (50 bis 64 Jahre) ist das Auto für das Erreichen von Freizeitzielen noch beliebter als im Bevölkerungsdurchschnitt. 70 Prozent geben an, dass sie für Tagesausflüge das Auto benutzen (Bevölkerungsdurchschnitt: 65 Prozent). Auch Ruheständler (über 65 Jahre) bevorzugen für Tagesausflüge den Pkw, doch gewinnen bei ihnen öffentliche Verkehrsmittel und das Zu-Fuß-Gehen im Vergleich zu den übrigen Bevölkerungsgruppen an Bedeutung (Opaschowski 1998a).

Die Gruppe der Senioren, die ein Auto besitzt, wird in Zukunft voraussichtlich erheblich zunehmen. Die zuletzt ins Rentnerdasein eingetretenen Kohorten verfügen bereits in weit größerem Maße über eigene Autos als die vorangegangenen Kohorten. Dieser Trend dürfte sich fortsetzen. Hatten 1991 nur 67% der über 60-jährigen Männer und 21% der Frauen einen Führerschein, werden es 2005 bereits über 80% der Männer und über 50% der Frauen sein (TAZ 1997). Und auch was den Einsatz des Autos für Urlaubs-, Reise-, und Freizeitzwecke angeht, stehen die Senioren anderen Bevölkerungsgruppen in nichts nach. Die Autoindustrie hat die „neuen Alten“ aufgrund dieses Trends bereits als wichtige neue Zielgruppe in den Blick genommen. So setzt z.B. Shell in einer Studie von 1995 auf eine Zunahme der Automobilität vor allem bei der Gruppe der „neuen Senioren“ sowie bei den Frauen (Shell 1995).

Wellness und Gesundheit Der Wellnesstrend, die Pflege und Entspannung von Körper und Geist, ist in allen Bevölkerungsgruppen auf dem Vormarsch und spielt besonders auch in der Gruppe der Senioren eine große Rolle. Marktforscher prognostizieren, dass der Bedarf an öffentlichen und privaten Wellnessangeboten in den nächsten Jahren beständig zunehmen wird. Dabei werden immer mehr Dienstleistungen und Produkte generiert, die dem steigenden Bedürfnis nach Entspannung, Wohlgefühl und Gesundheit entsprechen. Beispiele hierfür sind die vom Kurbad zum „Entspannungstempel“ umgestalteten Thermalbäder oder Hotels, die spezielle Wellnessaufenthalte anbieten. Auch Saunaanlagen erleben einen neuen Aufschwung. Noch nie besuchten so viele Menschen eine öffentliche Sauna wie 1999.

Die Gruppe der Senioren stellt in diesem Bereich eine wichtige Zielgruppe dar. Fitness und Gesundheit haben bei Senioren einen hohen Stellenwert. Dementsprechend steigt in dieser Bevölkerungsgruppe die Nachfrage

nach Gesundheits- und Erholungsangeboten wie Sauna, Thermal- und Erholungsbädern, Kur- und Wellnessurlaube. Motive hierfür sind der Wunsch, sich möglichst lange fit und gesund zu halten, und die Suche nach Entspannung und Wohlbefinden. Von diesem sich ausbreitenden Bewusstsein profitieren Angebote im Wellnessbereich. Die Nachfrage nach solchen Angeboten wird bei zukünftigen Seniorengenerationen noch steigen.

Aber auch sportliche Aktivitäten sind bei Senioren beliebt. Etwa ein Drittel hält sich durch sportliche Betätigung körperlich fit. Der steigenden Bedeutung der Gruppe der Senioren wird auch in Sportvereinen und Fitness-Studios Beachtung geschenkt, indem spezielle Angebote für ältere Menschen geschaffen werden.

Neue Medien Im Gegensatz zu einem häufig geäußerten Vorurteil, das die Technikfeindlichkeit älterer Menschen glauben machen will, werden die neuen Medien – vor allem Computer und Internet – zunehmend auch von älteren Menschen entdeckt und genutzt. Laut aktueller Euro-Net-Untersuchung von Infratest Burke waren im Juni 2000 in Deutschland 23,6 Millionen Menschen im Internet. Übereinstimmend mit anderen Untersuchungen zeigt Infratest Burke große Wachstumsraten bei der Zahl der über 55-jährigen Internet-Nutzer auf. Im Juni 1999 hatten die über 55-Jährigen einen Anteil von 9 Prozent an der Gruppe der Internet-Nutzer, im Juni 2000 waren es bereits 13 Prozent. Da die Altersgruppe ab 55 Jahre in der Bevölkerung den größten Anteil stellt (36 Prozent), könnten sich hier auch künftig bedeutende Zuwächse ergeben (Infratest Burke 2000).

Die zahlreichen Möglichkeiten und Vorteile, die Computer und Internet bieten, werden von immer mehr älteren Menschen genutzt. Eine große Rolle für den Freizeitbereich spielen hier vor allem Computerspiele, die Bereitstellung von Informationen über das Internet, die Möglichkeit zur Kommunikation sowie die Möglichkeit, Produkte oder Dienstleistungen über das Internet zu bestellen. So können beispielweise über das Internet Reisetipps abgerufen oder Bahntickets und Reisen gebucht werden. Gute Möglichkeiten zu kommunizieren ergeben sich auch durch E-Mails: Nachrichten können fast in Echtzeit ausgetauscht und Fotos, Videosequenzen oder Musikstücke können mitgesendet werden.

Zuwächse sind hier bei der Gruppe der Senioren vor allem auch dadurch zu erwarten, dass die zukünftigen Senioren bereits in früheren Lebensphasen (im Beruf oder privat) mit Computer und Internet gearbeitet haben und daher mit dieser Technologie vertraut sind.

Zielgruppe Senioren – begeisterungsfähig für die Umwelt?

Die ältere Generation ist im Kommen – auch im Freizeitbereich. Durch veränderte gesellschaftliche und persönliche Bedingungen – wie etwa die Verbesserung der finanziellen und der gesundheitlichen Situation der Senioren und die Entstehung einer neuen Lebensphase zwischen Berufsaustieg und eigentlichem Altsein – verändern sich die Ansprüche, Wünsche und Möglichkeiten von Senioren im Freizeitbereich. Und durch die Alterung der Bevölkerung erhält die Gruppe der Senioren auch quantitativ ein neues Gewicht.

Bei der Diskussion um eine umweltfreundliche bzw. nachhaltige Freizeitgestaltung sollte die ältere Generation als wichtige Zielgruppe mit ihren speziellen Wünschen, Bedürfnissen und Möglichkeiten in den Blick genommen und bei der Entwicklung entsprechender Konzepte berücksichtigt werden. Angebote für eine ökologische Freizeitgestaltung müssen sich nicht immer nur an die Zielgruppe Familie richten (Stichwort „Ferien auf dem Bauernhof“), auch in der Zielgruppe Senioren gibt es Ansatzpunkte für eine Ökologisierung des Freizeitverhaltens.

Zum einen spielen die Senioren in ökologisch problematischen Bereichen, wie dem Tourismus oder dem Freizeitverkehr, eine nicht unbedeutende Rolle. Hier wird es in Zukunft darauf ankommen, sie als Zielgruppe bei der Entwicklung von Strategien zur Senkung der Umweltbelastungen stärker zu berücksichtigen.

Zum anderen stellt die Gruppe der Senioren auch ein Potenzial dar für eine Freizeitgestaltung im Sinne und zu Gunsten der Umwelt. Die Vorlieben der Senioren für schonende Arten des Naturerlebens – Wandern, Spaziergehen – bieten beispielsweise Anknüpfungspunkte. Auch die steigende Anzahl ehrenamtlich Beschäftigter und die Suche nach sinnvollen Aktivitäten im Alter können – bei entsprechenden Angeboten – in ein Engagement für die Umwelt münden.

Literatur

BBE 2000

BBE Unternehmensberatung GmbH. 2000. Konsumwelten 2010. Band I: Zielgruppen in Deutschland – heute und im Jahr 2010; Köln.

BMFSFJ 1998

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (Hg.). 1998. Zweiter Altenbericht der Bundesregierung. Wohnen im Alter; Bonn.

BMFSFJ 2001

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (Hg.). 2001. Dritter Bericht zur Lage der älteren Generation; Berlin.

Bayerische Rundfunkwerbung 1992

Bayerische Rundfunkwerbung (Hg.). 1992. Die „Ab-50-Jährigen“. Die marktentscheidende Generation von Morgen; München.

F.U.R. 2000a

F.U.R. Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (Hg.). 2000. Die Reiseanalyse RA 2000. Kurzfassung; Hamburg.

F.U.R. 2000b

F.U.R. Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (Hg.). 2000. Die RA-Trendstudie 2000-2010. Langfristige Entwicklungen in der touristischen Nachfrage auf der Basis von 30 Jahren Reiseanalyse; Hamburg.

GfK 2000

GfK Marktforschung (Hg.). 2000. Der Verbraucher 2000. Aufbruch ins neue Jahrtausend; Nürnberg.

Infratest Burke 2000

Infratest Burke (Hg.). 2000. Euro-Net.

Opaschowski 1998a

Opaschowski, H. W. 1998. Umwelt, Mobilität und Tourismus (Tourismusanalyse 97/98); Hamburg.

Opaschowski 1998b

Opaschowski, H. W. 1998. Leben zwischen Muß und Muße. Die ältere Generation: Gestern. Heute. Morgen; Hamburg.

Shell 1995

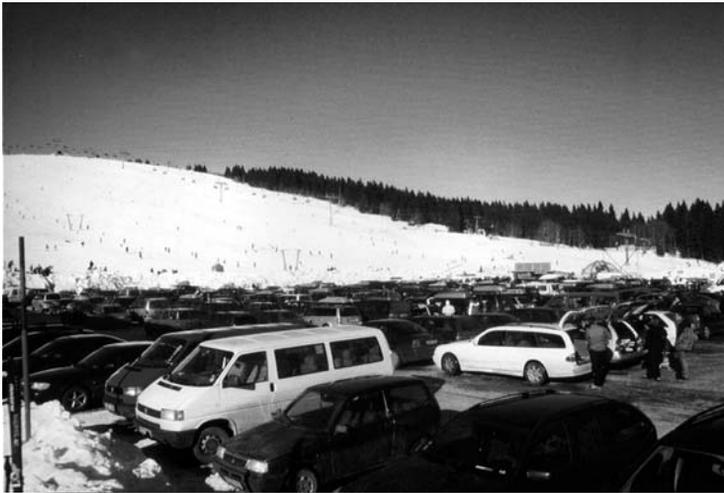
Deutsche Shell Aktiengesellschaft (Hg.). 1995. Shell Pkw-Szenarien. Gipfel der Motorisierung in Sicht; Aktuelle Wirtschaftsanalyse 9/1995; Heft 26.

TAZ 1997

„Mobilität im Zahlenspiegel“. TAZ vom 19.03.1997.

8

Freizeitverkehr



In der Verkehrswissenschaft gilt der Freizeitverkehr als der am schwierigsten zu beeinflussende Verkehrszweck. Diese Einschätzung wird u.a. damit begründet, dass Freizeitfahrten als ein „Wunschverkehr“ zu unterschiedlichen Zeiten und zu unterschiedlichen Zielen unternommen werden und sich dementsprechend nur schwer umweltentlastende Routinen herausbilden können. Ein Teil dieser Fahrten ist auch als Selbstzweck zu betrachten. Bei vielen längeren Spazierfahrten steht nicht ein Ziel im Vordergrund, sondern das Herumfahren an sich ist der Zweck des Wegs („Fahrt ins Blaue“) und verspricht die Befriedigung diffuser Gefühle wie Neugier, Lust oder Sehnsucht. Zudem wollen viele Menschen in der Freizeit ihre Wünsche spontan ausleben und bei der Wahl von Fahrzeit und Fahrtstrecke flexibel bleiben.

Freizeitverkehr wird von einzelnen Verkehrswissenschaftlern als der problematischste aller Verkehrszwecke diskutiert. Hier werden die größten Wachstumstendenzen bei den Verkehrsleistungen unterstellt. Danach erscheint eine Lösung der Verkehrsprobleme der Zukunft nur dann in Sicht, wenn es gelingen kann, den Freizeitverkehr zu reduzieren.

Allerdings sind die Detail- und Datenkenntnisse über den Freizeitverkehr noch sehr gering. Erst in den letzten Jahren wurden Untersuchungen über einzelne freizeitliche Aktivitäten und deren Verkehrsrelevanz abgeschlossen, die auch Ansatzpunkte für eine gezielte Einflussnahme auf das Verkehrsverhalten in der Freizeit anbieten.

Im folgenden Artikel werden zunächst aktuelle Ergebnisse eines Forschungsprojektes zum alltäglichen Freizeitverkehr vorgestellt. Im zweiten Teil werden Daten zur Verkehrserzeugung von überregionalen Freizeitzentren gegenübergestellt. Schließlich werden Maßnahmenkonzepte zum Abbau von Verkehrs- und Umweltbelastungen im Freizeitverkehr skizziert.

Ergebnisse zum alltäglichen Freizeitverkehr

Im März 2002 wird das vom Umweltbundesamt in Auftrag gegebene Forschungsprojekt „Minderung der Umweltbelastungen des Freizeit- und Tourismusverkehrs“, das vom Institut für sozial-ökologische Forschung (ISOE) und dem Öko-Institut gemeinsam bearbeitet wurde, endgültig abgeschlossen (Götz et al. 2001). Ziel des Projektes sollte sein, repräsentative, detaillierte Daten zum alltäglichen Freizeitverkehrsverhalten der bundesdeutschen Bevölkerung zu erhalten und hieraus auf die Umweltbelastungen, die der Freizeitverkehr verursacht, zu schließen. Anhand von Methoden der sozial-empirischen Lebensstilforschung sollten unterschiedliche Mobilitätsstilgruppen im Freizeitverkehr klassifiziert und spezifisch auf die Gruppen zugeschnittene Handlungskonzepte abgeleitet werden.

Der Verkehrszweck Freizeit wird in der verkehrswissenschaftlichen Fachliteratur oftmals als Restkategorie aller übrig gebliebenen Aktivitäten definiert, während die Arbeits- und Ausbildungswege, die Wege zum Einkaufen und Versorgen und die geschäftlichen Wege während der Arbeits- oder Dienstzeit positiv definiert werden. Urlaubsverkehr wird als Freizeitverkehr mit fünf und mehr Tagen Dauer abgegrenzt (BMVBW 1999). Im Freizeitverkehr werden so unterschiedliche Aktivitäten und Wege, wie der Gang zur Kneipe um die Ecke, der Wochenendausflug über große Entfernungen, die Begleitung von Kindern zum Geburtstagsfest der Kindergartenfreunde oder der Besuch von Verwandten an deren Wohnort, zusammengefasst. Diese Aktivitäten unterscheiden sich stark voneinander hinsichtlich der Freiheit bei der Zielwahl, zeitlicher Lage oder Häufigkeit. Auch die Fahrten der Wochenendpendler zwischen ihren Heimatorten und den Wohnorten während der Arbeitsperioden werden zu den Freizeitwegen gerechnet.

Im Projekt des ISOE und des Öko-Instituts hingegen wurde der Freizeitverkehr positiv definiert und als Summe von 19 detailliert aufgeführten Freizeitzielen zusammengefasst. Freizeit wird als Aus-Zeit verstanden, in der die Rollenerwartungen sozialer Systeme vorübergehend ausgesetzt, auf jeden Fall aber abgeschwächt werden (Götz et al. 2001).

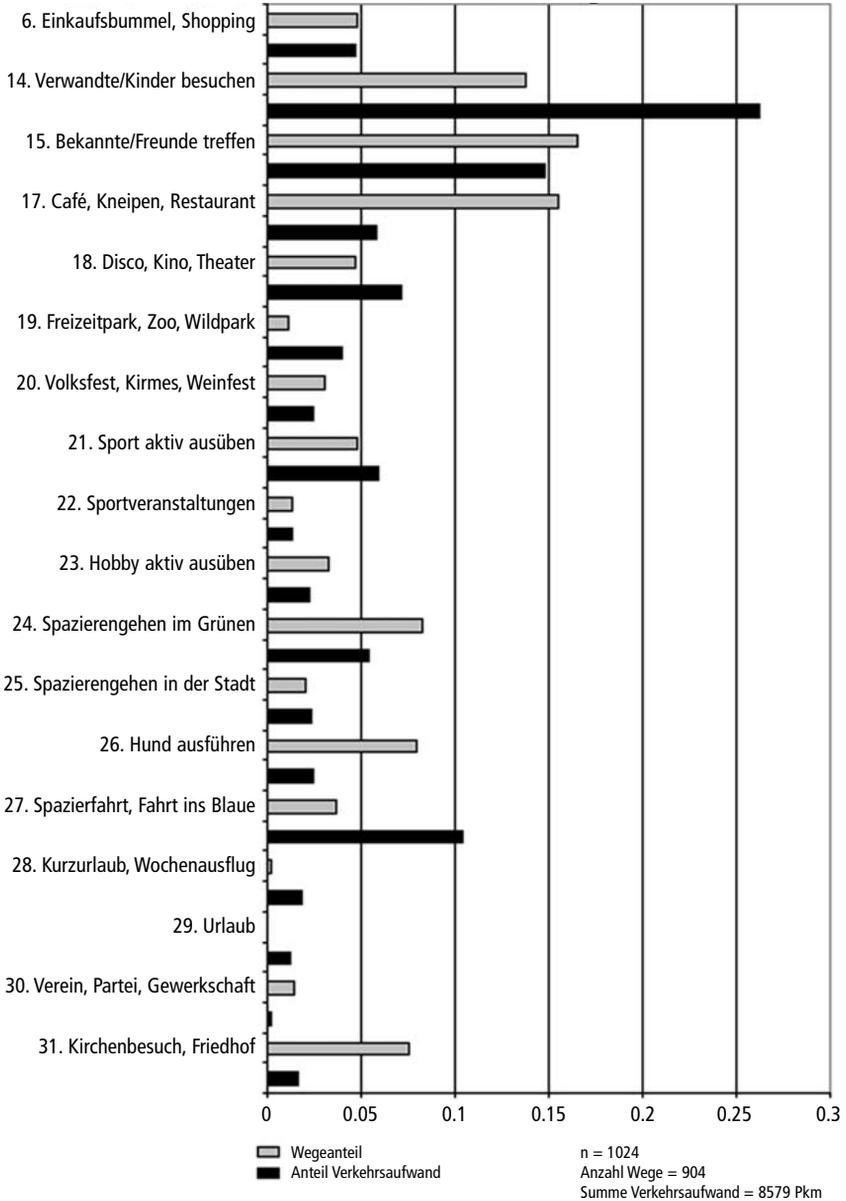
Im Zentrum der Untersuchung stand eine deutschlandweite Bevölkerungsbefragung, mit der u.a. Lebensstil- und Freizeitorientierungen und das Verkehrsverhalten erfasst wurden.

Wege und Verkehrsaufwand im alltäglichen Freizeitverkehr Die Ergebnisse der Befragung gewähren einen guten Einblick in das alltägliche Verkehrsgeschehen und beleuchten insbesondere die vielen unterschiedlichen Facetten des Freizeitverkehrs durch die differenzierte Erfassung der einzelnen Freizeitaktivitäten außer Haus.

An einem durchschnittlichen Wochentag werden 34,8% der Wege zu Freizeitzielen durchgeführt. 33,1% haben Anlässe im Bereich Arbeit oder Ausbildung und 32,1% im Bereich privater oder haushaltsbezogener Dienstleistungen. Montags bis freitags wird ein Viertel aller Wege als Freizeitweg zurückgelegt, während der Anteil samstags auf 55,3% ansteigt und am Sonntag einen Spitzenanteil von 84,6% erreicht.

Wenn anstelle der Wegeanzahl die zurückgelegten Kilometer – d.h. der Verkehrsaufwand – als Grundlage der Betrachtung herangezogen werden, werden die überproportionalen Wegelängen des Berufsverkehrs deutlich. An einem durchschnittlichen Wochentag werden nämlich 52,9% des Verkehrsaufwandes für Wege zur Arbeit oder zur Ausbildung zurückgelegt, während die Dienstleistungen nur einen Anteil von 13,4%

Abbildung 1:
Freizeitverkehr alle Personen, Anteil Wege und Verkehrsaufwand



Quelle: Götz et al. 2001

einnehmen. Der Freizeitverkehrsaufwand beträgt 33,7% aller zurückgelegten Entfernungen. Die vergleichbaren Größenordnungen des Freizeitverkehrsanteils beim Aufkommen einerseits und beim Aufwand andererseits bedeuten, dass der Durchschnitt aller Freizeitwege im Alltag etwa der durchschnittlichen Entfernung der Wege insgesamt entspricht.

Im Laufe einer Woche werden im Durchschnitt etwa 62 km pro Person im Freizeitverkehr zurückgelegt. Davon knapp drei Viertel mit privatem Pkw (73,7%), 10,8% zu Fuß, 9,1% mit öffentlichen Verkehrsmitteln und 6,4% mit dem Fahrrad. 70% der Freizeitwege verbleiben innerhalb der Gemeindegrenzen.

Einen Überblick über die einzelnen verkehrrelevanten Freizeitwegezwecke gibt Abbildung 1. Aus der Liste aller abgefragten Verkehrszwecke sind die zum Freizeitverkehr zählenden herausgefiltert worden. In die Werte eines durchschnittlichen Wochentags gehen die Werkstage Montag bis Freitag, die Samstage und Sonntage gewichtet ein. Es ist getrennt dargestellt, wie hoch der Anteil der einzelnen Freizeitaktivitäten, bezogen auf die zugehörige Wegezanzahl bzw. bezogen auf den Verkehrsaufwand, ist.

Die drei häufigsten Freizeitwegezwecke sind erstens „Bekannte und Freunde (außerhalb der eigenen Wohnung) treffen“, zweitens eine „Kneipe, ein Café oder ein Restaurant aufsuchen“ und drittens „Verwandte oder Kinder besuchen“. Diese Freizeitaktivitäten werden über alle Wochentage am häufigsten ausgeführt. Danach kommen das „Spaziergehen im Grünen“, eine typische Wochenendaktivität, das „Hundausführen“, welches von den Betroffenen regelmäßig täglich mehrfach durchgeführt wird und deshalb in der Häufigkeitsstatistik weit vorne auftaucht, und der „Gang zum Friedhof oder in die Kirche“. Die explizit vorgegebene Aktivität „Besuch eines Freizeitparks oder einer Freizeitattraktion“ findet sich in der Auflistung nur mit einer geringen Wegezanzahl in der befragten Personengruppe wieder.

An der Spitze des Freizeitverkehrsaufwands eines durchschnittlichen Wochentags – wenn also die Wegehäufigkeit unter Einbeziehung der zurückgelegten Entfernungen berücksichtigt wird – steht der Besuch von Verwandten oder Kindern. Hier werden zum Teil größere Entfernungen zum Wohnort dieser Personen zurückgelegt. Es folgen in der Bedeutung wiederum das Treffen mit Freunden und Bekannten und an dritter Stelle die Spazierfahrt und „Fahrt ins Blaue“ am Wochenende. Die nächsten Plätze belegen der Disko-, Kino- oder Theaterbesuch sowie die aktive Sportausübung. Häufig ausgeübte Freizeitaktivitäten, für die nur kurze Wege zurückgelegt werden, die also zum großen Teil in unmittelbarer Nähe der Wohnung stattfinden, sind der Besuch eines Cafés oder einer Kneipe, der Friedhofs- und Kirchenbesuch sowie das Ausführen des Hundes.

Freizeitwege werden meist von mehreren Menschen gemeinsam unternommen. Während bei den Nicht-Freizeitwegen im Durchschnitt 1,34 Personen beteiligt sind, also ein Großteil der Wege allein unternommen wird, sind bei den Freizeitwegen durchschnittlich 1,85 Personen zusammen unterwegs.

Verkehrsverhalten von unterschiedlichen Mobilitätsstiltypen Nach unserer Auffassung müssen zur Ableitung von Erfolg versprechenden Maßnahmen, die Verkehrs- und Umweltbelastungen im Freizeitverkehr abbauen helfen, die Bedürfnisse und Erwartungen der Menschen differenziert wahrgenommen werden. Eine zielgruppenspezifische Handlungsorientierung bietet nach unserer Auffassung die beste Gewähr dafür, dass knappe Ressourcen und Anstrengungen effizient eingesetzt werden. Wenn sich die zuständigen Akteure in Politik, Verwaltung und bei den Mobilitätsdienstleistungsunternehmen auf Minderungsstrategien verständigen, sollten sie nicht bei den schwierigeren und wenig Erfolg versprechenden Zielgruppen anfangen.

Voraussetzung für eine solche Zielgruppenstrategie ist, dass aus der Menge der Befragten einzelne Gruppen unterschieden werden, die jeweils angemessen mit unterschiedlichen Maßnahmen angesprochen werden können. Das Institut für sozial-ökologische Forschung hat in gemeinsamen Projekten mit dem Öko-Institut eine Methode zur Beschreibung von Mobilitätsstilgruppen entwickelt¹.

Theoretischer Ausgangspunkt des Konzeptes ist, dass Verkehrsverhalten nicht nur von rationalen Nutzenkalkülen abhängt, sondern dass Wertorientierungen, Lebensziele, Spaß- und Lustmotive genauso handlungsleitend sind wie zum Beispiel ökonomische Nutzenüberlegungen und in die Ursachenanalyse einbezogen werden müssen. Die sozialwissenschaftliche Verkehrsforschung hat empirisch bewiesen, dass die so genannten „weichen“ Faktoren (psychologische, sozialpsychologische und soziale Dimensionen) einen viel stärkeren Einfluss haben, als in der ökonomisch ausgerichteten Prognoseforschung angenommen wird.²

In der oben beschriebenen Untersuchung für das Umweltbundesamt wurden also nicht nur Daten des Verkehrsverhaltens in der Freizeit und zu anderen Zwecken während einer Woche abgefragt, sondern Fragestellungen zu Lebensstilelementen, Mobilitätseinstellungen und Wertvorstellungen. Letztere wurden zur Bildung von Mobilitätsstilgruppen herangezogen und erst danach mit dem Verkehrsverhalten der Gruppenmitglieder kontrastiert. Der Freizeitbezug wurde über 8 von insgesamt 63 gruppenbestimmenden Items eingebracht.

¹ Eine erste Beschreibung des Forschungsansatzes findet sich in: (CITY:mobil 1997). Dieser Ansatz wurde weiterentwickelt in: (Götz et al. 2001).

² Vgl. zu den so genannten weichen Faktoren: (SRL 2000).

Folgende Mobilitätsstilgruppen werden unterschieden und (hier nur auszugsweise) in ihren konstituierenden Merkmalen beschrieben (Götz et al. 2001).

· FUN-ORIENTIERTE (FUN)

Die Gruppenmitglieder zeichnen sich durch eine individualistische Spaß-, Erlebnis- und Risikoorientierung aus. Sie haben eine hohe Affinität gegenüber moderner Technik und pflegen einen starken Gruppenbezug.

Jüngere Menschen sind deutlich in dieser Gruppe überrepräsentiert, die FUN-ORIENTIERTEN verfügen über die höchsten Bildungsabschlüsse im Vergleich aller Gruppen und ein unterdurchschnittliches Haushaltsnettoeinkommen. Zwei Drittel der Gruppe sind Singles. Ihr Hauptinteresse besteht darin, in der Freizeit etwas mit Freunden zu erleben und dabei Spaß zu haben. Dieser Gruppe gehören 22% der Befragten an.

· MODERN-EXKLUSIVE (MOD-EX)

Die MODERN-EXKLUSIVEN weisen eine starke Berufsorientierung und berufliche Zufriedenheit auf und werden durch ihre Exklusivitäts- und Modernitätsorientierung geprägt. Sie haben den stärksten Technikbezug aller Gruppen und beharren auf der geschlechtsspezifischen Arbeitsteilung.

Zwei Drittel der Mitglieder der Gruppe leben als Paare oder in einer Familie mit Kindern. Sie verfügen über überdurchschnittliche Haushaltseinkommen und haben mittlere bis höhere Bildungsabschlüsse. 17% der Befragten sind dieser Gruppe zugeordnet.

· BELASTETE-FAMILIENORIENTIERTE (BEL-FAM)

Die Gruppenmitglieder leiden unter Problemen mangelnder Abgrenzung von Arbeit, Hausarbeit und Freizeit. Sie fühlen sich oft überlastet und überfordert. Ein starker Familienbezug und eine häusliche, nähräumliche Orientierung zeichnen sie aus.

Fast zwei Drittel der Gruppenangehörigen sind Frauen, ihr Alltag ist überwiegend von Pflichten geprägt. In dieser Gruppe findet sich der höchste Anteil an Teilzeiterwerbstätigen. In der Hälfte der Haushalte leben Kinder, in fast einem Drittel zwei oder mehr Kinder. 24% der Befragten sind in dieser Gruppe.

· BENACHTEILIGTE (BEN)

Die BENACHTEILIGTEN fallen dadurch auf, dass bei ihnen ausgeprägte Lebensstileinstellungen fast vollständig fehlen.

In dieser Gruppe sind Männer leicht überrepräsentiert. Sie sind überdurchschnittlich häufig nicht erwerbstätig und haben den größten Arbeiteranteil. Ein niedriges Haushaltsnettoeinkommen und niedrige Schulabschlüsse sind typisch. Mit 11% der Befragten ist dieses Lebensstilsegment die kleinste Gruppe.

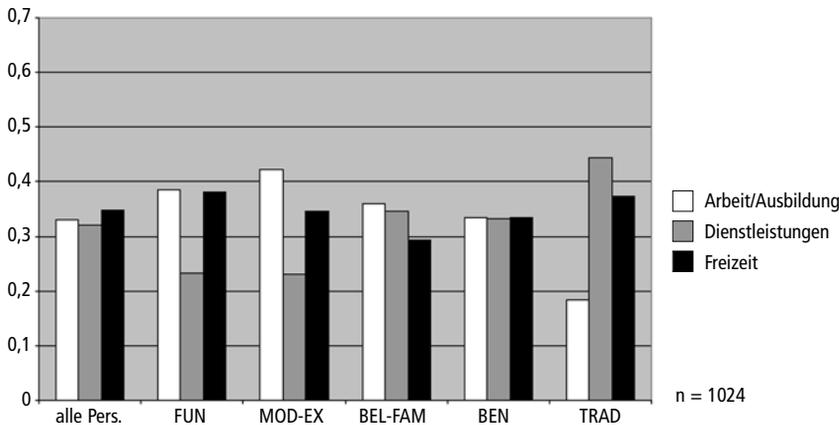
· TRADITIONELL-HÄUSLICHE (TRAD)

Die TRADITIONELL-HÄUSLICHEN orientieren sich an Situationen der Sicherheit und vermeiden jegliche Risiken. Grundsätzlich halten sie sich eher in ihrem vertrauten, sicheren Umfeld auf und stehen Unbekanntem reserviert gegenüber. Sie pflegen starke Vorbehalte gegenüber moderner Technik und orientieren sich an Langlebigkeit und Naturnähe.

In dieser Gruppe sind ältere Personen sehr stark vertreten, 36% sind über 65 Jahre alt. Zwei Drittel der Gruppe sind nicht (mehr) berufstätig, niedrige Schulabschlüsse und ein geringes Haushaltseinkommen kennzeichnen dieses Lebensstilsegment. Dieser Gruppe gehören 26% der Befragten an.

Die Gruppen unterscheiden sich zum Teil deutlich in der Häufigkeit der ausgeübten Wegezwecke, in der Zielwahl und in der Präferenz für bestimmte Verkehrsmittel. Insgesamt lässt sich aus diesen Unterschieden eine gute Übereinstimmung zwischen Einstellungen und Mobilitätsorientierungen einerseits und dem tatsächlich realisierten Verkehrsverhalten ablesen.

Abbildung 2 spiegelt das Verhältnis der Wegezahl im Freizeitverkehr zu den zusammengefassten Kategorien Arbeit/Ausbildung und private/Haushalts-Dienstleistungen wider. Die Bedeutung des Freizeitverkehrs im Vergleich zu den anderen Zwecken ist in der Gruppe FUN-ORIENTIERTE als spaß- und erlebnisorientierter Gruppe, die auch an den Werktagen regelmäßig in der Freizeit unterwegs ist, und in der Gruppe TRADITIONELL-HÄUSLICHE, die zu zwei Dritteln nicht (mehr) am Erwerbsleben teilnimmt, am höchsten. Bei den BELASTETEN-FAMILIENORIENTIERTEN nehmen sowohl Arbeitswege als auch Dienstleistungswege einen höheren Anteil als die Freizeitwege ein.

Abbildung 2:
Wegeanteile nach Zwecken

Quelle: Götz et al. 2001

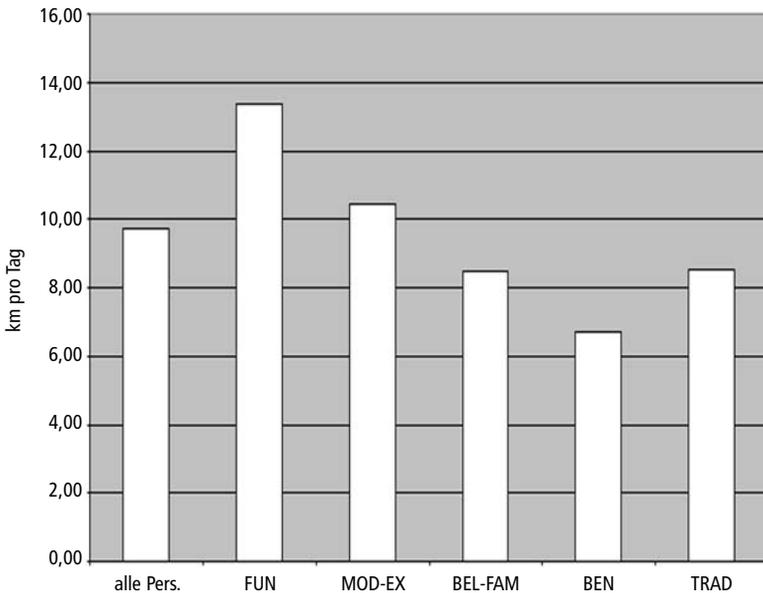
Der spezifische tägliche Verkehrsaufwand der Freizeitwege, also das Produkt aus Wegehäufigkeit und zurückgelegten Entfernungen, stellt Abbildung 3 für die Mobilitätsstilgruppen dar. Dargestellt sind die Werte für den durchschnittlichen Wochentag, einbezogen in die Berechnung sind nur diejenigen Personen, die das Haus verlassen und am Verkehrsgeschehen teilgenommen haben. Auffallend ist, dass die FUN-ORIENTIERTEN täglich etwa ein Drittel mehr Kilometer zu Freizeitzwecken zurücklegen als der Durchschnitt aller Personen. Auch die MODERN-EXKLUSIVEN haben einen überdurchschnittlichen spezifischen Freizeitverkehrsaufwand, was sich bei beiden Gruppen auf eine weniger nähräumliche Zielorientierung der Freizeitwege zurückführen lässt.

Im abschließenden Vergleich wird die Verkehrsmittelwahl im Freizeitverkehr der Mobilitätsstilgruppen dargestellt. Abbildung 4 zeigt die Verkehrsmittelwahl bei den Freizeitwegen, bezogen auf die Wegeanzahl. Abbildung 5 weist die Verkehrsmittelwahl bei den Freizeitwegen in Bezug auf den Verkehrsaufwand aus.

Überdurchschnittliche Präferenzen für die Nutzung des Pkw bei den Freizeitwegen haben die FUN-ORIENTIERTEN, die MODERN-EXKLUSIVEN und die BELASTETEN-FAMILIENORIENTIERTEN, während die TRADITIONELL-HÄUSLICHEN und die BENACHTEILIGTEN vorwiegend die nichtmotorisierten Verkehrsarten nutzen. Daneben ist bemerkenswert, dass die FUN-ORIENTIERTEN auch die höchsten ÖV-Anteile im Freizeitbereich haben. Auch das Fahrrad wird von dieser Gruppe am häufigsten benutzt.

Wenn die Verkehrsmittelwahl auf die zurückgelegten Kilometer bezogen wird, wird in allen Gruppen die Dominanz des privaten Pkw bei der Abwicklung der Freizeitwege sichtbar. Bei den MODERN-EXKLUSIVEN und den FUN-ORIENTIERTEN werden fast 80% der Kilometer im Freizeitverkehr als Fahrer oder Mitfahrer mit dem Pkw oder dem motorisierten Zweirad zurückgelegt und auch bei der am wenigsten autoorientierten Gruppe, den TRADITIONELL-HÄUSLICHEN, sind es noch über 60% der Freizeitkilometer, für die der Pkw genutzt wird. Auffällig bei den Lebensstilsegmenten BENACHTEILIGTE und TRADITIONELL-HÄUSLICHE ist der relativ hohe Anteil, den der Fußverkehr auch bei Einbeziehung der Entfernungen einnimmt, und der vergleichsweise hohe ÖV-Anteil, der vor allem bei den BENACHTEILIGTEN damit zu erklären ist, dass der ÖV für längere Fahrten genutzt wird.

Abbildung 3:
Spezifischer täglicher Verkehrsaufwand Freizeitwege je Person, die am Verkehrsgeschehen teilgenommen hat



Quelle: Götz et al. 2001

Abbildung 4:
Freizeitwege nach Verkehrsbereichen

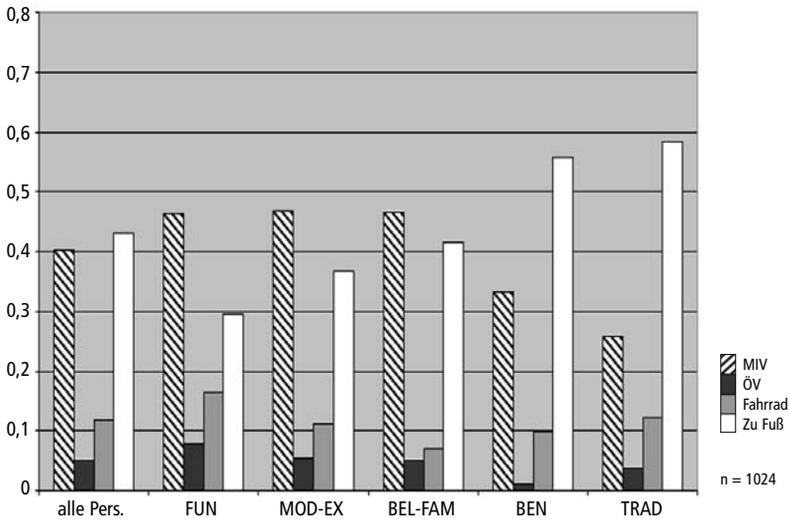
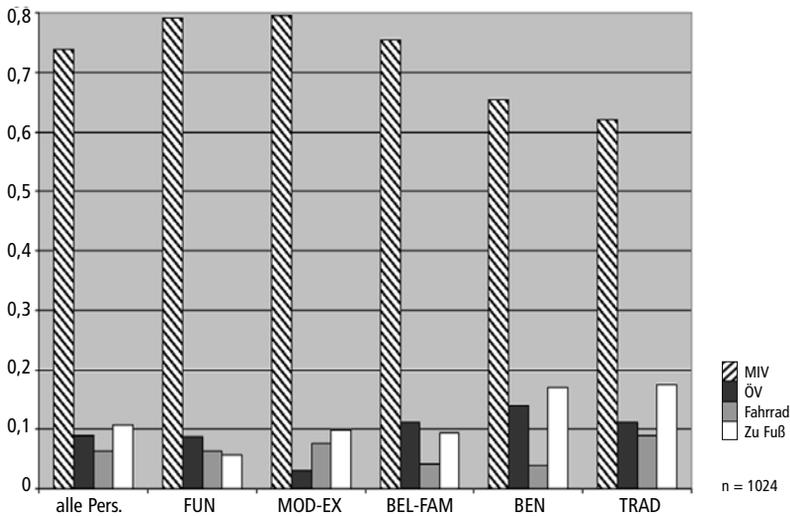


Abbildung 5:
Freizeitverkehrsaufwand nach Verkehrsbereichen



Zwischenbilanz alltäglicher Freizeitverkehr Alle Untersuchungen, die den Alltagsverkehr nach detaillierten Wegezwecken beschreiben, belegen, dass Freizeitverkehr in erster Linie das Ausleben von Sozialkontakten zum Anlass hat. Immer steht der Besuch von Freunden, Bekannten oder Verwandten an oberster Stelle der Häufigkeitsskala von Freizeitwegen. Danach folgen in der Häufigkeit die Besuche von Restaurants, Kneipen, Kinos oder Diskos, die ebenso der sozialen Integration wie der Entspannung vom Alltagsstress dienen. Ziel einer Einflussnahme auf den Freizeitverkehr kann und darf deshalb nicht der Abbau von Wegen, sondern muss eine Verminderung der Verkehrsbelastungen durch Änderung der Verkehrsmittel- und – wo möglich – der Zielwahl sein.

Wachstumstendenzen des Verkehrs und das Problempotenzial des Freizeitverkehrs im Vergleich zu den anderen Verkehrszwecken lassen sich aus Zeitreihenvergleichen ablesen.

Obwohl dies in Veröffentlichungen immer wieder behauptet wird, gehört der Freizeitverkehr nicht zu den stärksten Wachstumsbereichen der Mobilität. Weit höhere prozentuale Zuwächse bei den Verkehrsleistungen sind bundesweit im Geschäfts- und Dienstreiseverkehr sowie im Urlaubsverkehr zu beobachten (DIW 1996). Dennoch rechtfertigt allein das hohe absolute Niveau des Freizeitverkehrs die Besorgnis und begründet die Notwendigkeit, auch in diesem Verkehrsegment verstärkt nach Maßnahmen und Strategien zu suchen, wie die durch den Freizeitverkehr hervorgerufenen Verkehrsbelastungen gemindert werden können.

Nach allen bisherigen Erkenntnissen ist zu erwarten, dass der in Zeitreihen abzulesende Trend anhalten wird und die Wegeentfernungen im Freizeitverkehr – wie bei den anderen Verkehrszwecken – weiter zunehmen werden. Dies bedeutet, dass der Verkehrsaufwand im Freizeitverkehr auch unabhängig von einem möglichen Ansteigen der Freizeitwege ansteigen wird. Hieraus ergibt sich, dass ein vordringliches Handlungsfeld das Eindämmen des weiteren Entfernungswachstums sowohl im Freizeitverkehr als auch in den anderen Bereichen sein muss.

Freizeitverkehr zu überregionalen Freizeitzentren

Die Berichterstattung über herrschende Trends im Freizeitverkehr erweckt oft den Eindruck, als sei die Nation ständig auf der Suche nach dem ultimativen Freizeitkick. In der Untersuchung von ISOE und Öko-Institut im Auftrag des Umweltbundesamtes sind Fahrten zu überregionalen Freizeitzentren, großflächigen Freizeitanlagen oder Urban Entertainment Centern in der statistischen Erfassung des alltäglichen Freizeitverkehrs wenig relevant. Die 1024 repräsentativ befragten Personen legten an den

drei Stichtagen insgesamt 7157 Wege mit eindeutig identifizierbaren Wegezwecken zurück. Lediglich 58 beschriebene Wege oder knapp 1% hatten einen Freizeitpark, Zoo, Wildpark oder eine ähnliche Freizeitattraktion zum Ziel.

Doch auch wenn der quellbezogene Blickwinkel, der die einzelnen Haushalte als Ausgangspunkt von Freizeitwegen und -fahrten analysiert, überregionale Freizeitgroßeinrichtungen nicht als besorgniserregende Verkehrserzeuger identifiziert, so kann der zielbezogene Blickwinkel zu ganz anderen Ergebnissen führen. Aus einem solchen Blickwinkel sind kommerzielle Freizeitzentren als Anziehungspunkt von täglich mehreren tausend Besuchern anzusehen, welche die Verkehrs- und Umweltbelastungen an einem Punkt konzentrieren und die Anwohner an diesen Zielorten über Gebühr belasten.

Im Folgenden werden einige Beispiele vor kurzem eröffneter kommerzieller Freizeitgroßanlagen angeführt und in ihrer Verkehrserzeugung beschrieben.

Die Autostadt Wolfsburg ist ein Markenpark der Volkswagen AG. Bestandteile dieses „Erlebnis- und Kompetenzzentrums für Themen rund um das Auto“ sind das Konzernforum und eine Piazza, das 360°-Kino „Auto-Lab“, eine Ausstellung zur Mobilität im ZeitHaus („von den ersten Rädern, die die Welt veränderten, zu den elegantesten Luxuskarossen und modernsten Sportwagen“), sechs Pkw- und Nutzfahrzeugpavillons und zwei Autotürme, in denen Neufahrzeuge zum Abholen bereitstehen. Gastronomie- und Serviceeinrichtungen sowie ein Hotel der Spitzenklasse runden das Angebot ab. Begrüßung am Bahnsteig des nahe gelegenen Bahnhofs Wolfsburg, Gepäcktransport zum Gelände oder Gepäckaufbewahrung in einem eigenen Raum am Bahnhof verschaffen den bahnreisenden Gästen der Autostadt eine Servicequalität, wie sie von der Deutschen Bahn AG nicht geboten wird. Kunden von VW, die ihren Neuwagen in der Autostadt abholen, können sich und die Familie mit einem komfortablen Shuttle-Service mit Fernsehen, Video, Snacks und Getränken im Fahrzeug an ihrer Wohnungstür abholen lassen.³

Im ersten Betriebsjahr haben 2,3 Mio. Besucher die Autostadt besichtigt, die Erwartungen von 1,2 Mio. Besuchern wurden damit bei weitem übertroffen. 39% der Besucher kamen aus einem Umfeld von 100 km, 55% aus dem weiteren Bundesgebiet, 6% aus dem Ausland. 50% der bisherigen Besucher waren innerhalb der ersten 15 Monate bereits mehrfach in der Autostadt Wolfsburg (Wenzel 2001).

³ Siehe Internetinformation: www.autostadt.de, eingesehen am 15.10.2001.

Im Durchschnitt kommen Gäste von Freizeitgroßparks aus einem Umkreis von etwa 200 km und nehmen dafür eine durchschnittliche Anreisedauer von 1,4 Stunden in Kauf. Jeder Vierte reist aus einer Entfernung von über 300 km an.

Das Alpincenter am Tetraeder in Bottrop ist eine Sporteinrichtung, die klassische Outdoor-Funktionen in die Halle verlegt (siehe auch Kapitel 4 in diesem Buch). Die ganzjährig betriebene Wintersportanlage auf der Abraumhalde einer ehemaligen Zeche ist ganzjährig von morgens 9 Uhr bis nachts 24 Uhr geöffnet. Kernstück der Anlage ist die 640 m lange und 30 m breite Skipiste. Eine Schneebar, ein Restaurant, weitere Räumlichkeiten für Firmenfeiern und Events sowie ein Sportgeschäft und ein Reisebüro ziehen nicht nur aktive „Wintersportler“ an. Betriebsstart der Anlage war am 07.01.2001; bis Mai 2001 wurden 300.000 Gäste gezählt. An einem durchschnittlichen Wochentag besuchen 2.000 bis 2.500 Gäste das Alpincenter, am Wochenende 5.000 bis 5.500 Gäste am Tag (Wenzel 2001).

Das im September 2000 eröffnete Universum Science Center Bremen versteht sich als Brücke zwischen Wissenschaft und Öffentlichkeit und kombiniert damit Bildung und Freizeit auf spielerische Weise. Im ersten Betriebsjahr wurden 507.000 Besucher registriert, durchschnittlich 1.400 Besucher am Tag. 80% der Besucher kommen aus dem Umkreis mit ca. zwei Stunden Fahrtdauer, 15% aus anderen Bundesländern, 5% aus dem Ausland.

Die drei vorgestellten Einzelbeispiele stehen für eine Reihe weiterer moderner Freizeitanlagen. Ihnen ist gemeinsam, dass sie nicht nur Angebote zur Freizeitgestaltung, sondern auch zur weiteren Nutzung integriert haben. So wird in Wolfsburg der (vorher getätigte) Autokauf mit dem Freizeitaufenthalt in der Autostadt verknüpft oder der Kauf von (Winter)Sportartikeln mit dem Probelaufen im Alpincenter Bottrop. Eine Trennung von Freizeitgestaltung im Sinne der oben beschriebenen Definition von Aus-Zeit und anderen Dienstleistungszwecken wird so nicht mehr möglich sein.

Durchschnittswerte der Verkehrsmittelwahl von Besuchern von Freizeitgroßanlagen unterschiedlicher Ausprägung zeigt die folgende Tabelle 1. Aus der Aufstellung ist ersichtlich, dass bei allen Freizeitgroßanlagen das Auto im Zentrum der Verkehrsmittelwahl steht. Bei vielen Anlagentypen kommen mindestens 50% der Besucher mit dem Auto zu ihrem Ziel, zu den Ferienzentren reisen fast alle mit dem Auto an. Es wird aber auch deutlich, dass die Lage der Einrichtungen einen erheblichen Einfluss auf die Verkehrsmittelwahl ausübt. Bei Multiplex-Kinos beträgt der Unterschied in der Pkw-Nutzung bis zu 40 Prozentpunkte, je nachdem, ob das Kino mit dem ÖPNV gut erreichbar ist oder sich an einem schlecht ange-

bundenen peripheren Standort befindet. Zoologische Gärten, Museen und Landesgartenschauen, die meist tagsüber besucht werden und die sich zum Teil an zentralen, gut mit dem ÖPNV erreichbaren Standorten befinden, erreichen einen beachtlich hohen ÖPNV-Anteil. In der Tendenz werden diese Werte auch von Kuchler für kommerzielle Freizeitgroßanlagen in Nordrhein-Westfalen bestätigt (Kuchler 1997). Der Fuß- und Radverkehr spielt bei Anlagen im ländlichen Raum so gut wie keine Rolle.

Einen wesentlichen Anteil an der Verkehrsmittelwahl hat neben der Lagegunst auch die Verfügbarkeit von Parkplätzen in unmittelbarer Eingangsnähe.

Tabelle 1:

Verkehrsmittelwahl in einzelnen Anlagentypen von Freizeitgroßanlagen

Anlagentyp	Anteil MIV (motorisierter Individualverkehr)	Anteil ÖPNV, Fuß, Fahrrad
Freizeitparks	ca. 85%	7-10% (Bus und Bahn)
Ferienzentren	ca. 95%	zu vernachlässigen
Spaß- und Erlebnisbäder	integrierter Standort: 74% Pkw	integrierter Standort: 13% ÖPNV, 13% zu Fuß/Fahrrad
	peripherer Standort: über 90%	peripherer Standort: weniger als 10% ÖPNV
Multiplex-Kinos	City-Standort: 50 – 80%*	City-Standort: 20–50%*
	dezentraler Standort: 90%*	dezentraler Standort: 10%*
Zoologische Gärten	50%	25% ÖPNV
Museen	64%	27% ÖPNV
Landesgartenschau	50%	30% ÖPNV
Musicals	78%	7% ÖPNV 12% Reisebus

* Anteil Fuß- und Radverkehr unklar

Quelle: Wurzel 2001

Maßnahmen zur Minderung der Verkehrsbelastungen im Freizeitverkehr

Normative Appelle helfen bei der Minderung der Verkehrs- und Umweltbelastungen des Freizeitverkehrs wenig weiter. Unser Ansatz besteht darin, angepasste, zielgruppenorientierte Handlungskonzepte zu entwickeln, welche die Bedürfnisse und Orientierungen der Adressaten aufgreifen und in Maßnahmen umsetzen. Dabei ist natürlich nicht außer Acht zu lassen, dass auch allgemeine oder spezielle strukturelle Zwänge und verkehrserzeugende Rahmenbedingungen aufgegriffen und in verkehrssparsame Strukturen umgewandelt werden müssen, damit es im Sin-

ne einer nachhaltigen Entwicklung zu zukunftsfähigen Freizeitverkehrskonzepten kommt.

Mobilitätsstilbezogene Maßnahmenkonzepte In der oben beschriebenen Freizeitverkehrs-Untersuchung wurden beispielhaft Handlungsansätze abgeleitet, die auf die einzelnen Mobilitätsstilgruppen speziell zugeschnitten sind. Sie sollen dazu beitragen, gezielt die Verkehrsmittel des Umweltverbundes (Zu-Fuß-Gehen, Fahrrad, öffentliche Verkehrsmittel im Nah- und Fernverkehr) anstelle der Autonutzung im Bewusstsein der Mitglieder der Zielgruppen herauszustellen. Dies erfolgt für jede Gruppe mit anderen Schwerpunkten und orientiert sich an den Akzeptanzwerten der einzelnen Verkehrsalternativen. Wo möglich, soll die nahräumliche Orientierung der Freizeitwege gefördert oder stabilisiert werden, um dem allgemeinen Entfernungswachstum, der den Freizeitbereich genauso wie die anderen Wegezwecke betrifft, entgegenzuwirken. Im Folgenden wird ein Auszug aus den im Bericht beschriebenen zielgruppenspezifischen Handlungsoptionen gegeben (Götz et al. 2001).

FUN-ORIENTIERTE

Die Mitglieder dieser Mobilitätsstilgruppe steigen zwar heute bereits überdurchschnittlich oft in öffentliche Verkehrsmittel, jedoch lässt deren Nutzung im Freizeitverkehr stark nach gegenüber anderen Verkehrszwecken. Die Verkehrsbetriebe haben jedoch dann in dieser Gruppe eine aussichtsreiche Chance zu größeren Verkehrsmittelanteilen auch im Freizeitverkehr, wenn sie es schaffen, sich von ihrem altmodischen Image zu befreien und den Erlebnischarakter und Gruppenvorteil einer Fahrt mit öffentlichen Verkehrsmitteln stärker in den Vordergrund zu stellen.

Die individualistische Spaß- und Erlebnisbereitschaft muss sich während der Fahrt mit öffentlichen Verkehrsmitteln entfalten können, der Weg muss stärker als heute bereits zum Erlebnis ausgestaltet werden. Helfen könnte dabei der verstärkte Einsatz moderner Technik im ÖV. Dies könnte beispielsweise durch das Angebot von Internetzugängen in Fernverkehrszügen oder im lang laufenden Regionalverkehr erfolgen oder durch zielgruppenspezifische Informationsangebote zu Veranstaltungen, Events, Clubs und Erlebniswelten mit Online-Informationen zur An- und Abreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Elektronisches Ticketing erspart den FUN-ORIENTIERTEN Gelegenheitsfahrern die Suche nach dem günstigsten Tarifangebot und erleichtert durch das elektronische Zugangs- und Abrechnungsverfahren nach „best price“-Methode generell den Zugang zu den öffentlichen Verkehrsmitteln. Der Ausbau von abendlichen oder nächtlichen Verkehrsangeboten, die eventuell auch im bedarfsgesteuerten Nachfrageverkehr in das Umfeld der Städte und Ballungsräume organisiert werden, verbessert die Nutzungsbedingungen beim Kneipenbum-

mel, Diskobesuch oder dem Treffen mit Freunden und erlaubt eine flexiblere ÖV-Nutzung für diese Freizeit Zwecke am Wochenende und unter der Woche.

Ein moderneres, mit elektronischer Zugangsregelung versehenes Car-sharing könnte dazu beitragen, verstärkt die Aufmerksamkeit der Gruppe auf diese Form der Autonutzung ohne eigenen Pkw-Besitz zu lenken.

MODERN-EXKLUSIVE

Eine Verhaltensänderung im Freizeitverkehr könnte bei den MODERN-EXKLUSIVEN dann erreicht werden, wenn gezielte Maßnahmen eine Verbindung von Exklusivität und Technik miteinander eingingen. Für die Eisenbahn könnte dies das Angebot einer besonderen Exklusiv-BahnCard sein, die neben dem Zugangsrecht für einen abgeschirmten Bereich gleichzeitig weitere Privilegien und ansprechende Sonderausstattungen bietet, die über die jetzigen 1. Klasse-Angebote hinausgehen. Dies könnten beispielsweise ein Gutschein für eine Mitfahrt auf dem Führerstand einer Lokomotive oder eines Triebwagens sein, der mit dem Kauf der Exklusiv-BahnCard erworben wird, oder individuell aufrüstbare Zusatzfunktionen auf einer zur MobilCard aufgewerteten BahnCard, die beispielsweise Zugang zu neuen Wellness-Angeboten in den Fernzügen ermöglichen. Letztlich muss den MODERN-EXKLUSIVEN der Eindruck vermittelt werden, dass sie trotz des höheren Preises ein lohnendes Schnäppchen getätigt haben.

Die Mitglieder dieses Lebensstilsegments haben ein prinzipiell positives Verhältnis zum Fahrrad und überdurchschnittlich häufig Spaß am schnellen Radfahren. Moderne, mit ansprechendem Design versehene Fahrradboxen an zentralen Umsteigehaltstellen, ein Komplettservice für das Fahrrad am Bahnhof oder Fahrradevents zu exklusiven Freizeitzielen verstärken die emotionale Bindung zum Fahrradfahren im Alltag und in der Freizeit.

Ein Marketingkonzept, das imstande ist, bestehende oder auszubauende Angebote für den Lieferservice von Waren nach Hause in das Bewusstsein der Kunden zu rücken, ein ÖPNV-basierter Hol- und Bringdienst für Kinder bei deren Freizeitgestaltung oder auch die bessere Integration des Taxifahrens in das Verkehrsangebot unterstützen die MODERN-EXKLUSIVEN im Übergangsbereich von Beruf und Freizeit.

BELASTETE-FAMILIENORIENTIERTE

Die ÖPNV-Nutzung in der Freizeit wird für die BELASTETEN-FAMILIENORIENTIERTEN dann interessant, wenn die tendenziell immer vorhandene

Belastungssituation durch die Verantwortung für Kinder, die häufig auf den weiblichen Gruppenmitgliedern lastet, bei der Fahrt mit öffentlichen Verkehrsmitteln ein Stück weit genommen wird und familienfreundliche Beförderungsbedingungen und tarifliche Anreize für Familien geschaffen werden. Bei der Freizeitplanung helfen kombinierte Fahrplan- und Routentipps, die Hinweise auf familiengerechte Unterbrechungs- und Einkehrmöglichkeiten auf Tagestouren in der Umgebung enthalten, Spielabteile in den Regional- und Fernzügen oder Kurzurlaubsangebote für Familien mit umfassenden Dienstleistungen wie Gepäckservice, Hol- und Bringdienst zum Bahnhof etc.

Das Fahrrad als nähräumliches Alltagsverkehrsmittel wird durch den konsequenten Ausbau getrennter Fahrradwegenetze gefördert: Das Tagnetz wird kinderfreundlich vorwiegend abseits der befahrenen Straßen und entlang von Grünzügen geführt, während das Nachtnetz in den dunklen Tagesstunden soziale Kontrolle entlang bewohnter und belebter Straßen, jedoch geschützt gegen den Autoverkehr, bietet. Moderne Elektro-Fahrräder (power assisted bicycles) entlasten die bis zur körperlichen Erschöpfung beanspruchten Gruppenmitglieder auf ihren Alltagswegen und sind besonders im hügeligen Wohnumfeld geeignet.

BENACHTEILIGTE

In der Gruppe der BENACHTEILIGTEN findet sich der höchste Anteil von Personen, die an den Befragungstagen nicht außer Haus gegangen sind. Insofern geht es bei dieser Gruppe nicht nur darum, deren Verkehrsverhalten möglichst umweltangepasst zu verändern, sondern es sollte auch ein Ziel sein, ihnen in der Freizeit mehr Möglichkeiten zur Teilnahme am sozialen Leben einzuräumen.

Die in der Befragung festgestellte überdurchschnittliche ÖPNV-Nutzung kann dadurch noch verbessert werden, dass die Verkehrsunternehmen ihre Anstrengungen zur Kundenbindung von Stammkunden ausdehnen. Dies schließt erweiterte Mitnahmeregelungen bei Monats- und Jahreskarten ebenso ein wie Incentives zu Zeitkarten oder Werbepremien beim Kauf von Jahreskarten für die werbenden Personen im Freundes-, Bekannten- und Verwandtenkreis. Fernsehprogramme in den Zügen des Fern- und Regionalverkehrs verkürzen im subjektiven Empfinden die Fahrtzeiten und erhöhen den Erlebnischarakter. Übersichtliche elektronische Fahrgastinformationen erleichtern die Orientierung in den Fahrzeugen des ÖPNV und an den Haltestellen.

TRADITIONELL-HÄUSLICHE

Zentrales Thema der TRADITIONELL-HÄUSLICHEN, das Maßnahmenkonzepte aufgreifen sollten, sind Service, Sicherheit und Sauberkeit. Da die Mitglieder dieser Gruppe mit modernen Informationsmedien oft nicht gut zurechtkommen, sollten Informationssysteme redundant ausgebaut sein. Persönliche Beratung und Fahrkartenverkauf in Bahnhöfen, der nicht zwingend von der Deutschen Bahn AG selbst angeboten, sondern über eine Mischkalkulation mit weiteren Dienstleistungen bereitgestellt werden kann, sowie mündliche und visuelle Haltestellenanzeigen auch in den Fahrzeugen sind geeignete Maßnahmen. Eine Sammelstelle für ausgelesene Tageszeitungen und Zeitschriften in Bussen und Bahnen verhindert Verschmutzung der Fahrzeuge und versorgt eventuell auch andere Leser. In kleineren Städten und auf dem Land erhöhen moderne Stadtbussysteme und flexible ÖPNV-Angebote die Mobilitätsversorgung der Bevölkerung im Innerorts- und Nachbarortsverkehr.

Gemeinschaftliche, ehrenamtliche Fahrdienste in Gemeinden sowie Carsharing-Angebote, die auf Organisationen und Vereine in Stadtteilen und ländlichen Gemeinden zugeschnitten sind, erhöhen die Mobilitätschancen für diese Bevölkerungsgruppe und lenken sie zugleich in eine umweltentlastende Richtung. Zusätzlich sollte der Ausbau eigenständiger Fuß- und Radwege mit angemessener Dimensionierung die nähräumliche Mobilität stärken.

Maßnahmenkonzepte für Freizeitzentren Die beobachtbaren Trends bei der Standortwahl großflächiger Freizeitzentren mit einem großen Besuchereinzugsbereich zeigen deutlich die Schwächen der Raumordnung in Deutschland auf. Nicht volkswirtschaftlich angepasste Standorte werden in gemeinsamer Planung der zuständigen politischen Ebenen (Bundesland, Kreise, Gemeinden) entwickelt, sondern in der Regel bestimmen die Vorgaben von Investoren die Standorte. Die negativen Folgen – wie beispielsweise die strukturell bedingte Dominanz der Pkw-Nutzung bei der Verkehrsmittelwahl der Besucher – könnten erst im Nachhinein durch aufwendige Nachbesserungen verändert werden.

Ein gutes Vorbild ist die ABC-Standortplanung in den Niederlanden. Hier werden Neuansiedlungen von verkehrsrelevanten Nutzungen grundsätzlich in drei Kategorien eingeordnet. Besuchsintensive Nutzungen und Gewerbeansiedlungen, deren Besucher und Beschäftigte nicht notwendig auf eine Pkw-Anreise angewiesen sind, werden bevorzugt an den A-Standorten mit guter ÖPNV-Erschließung im Netz angesiedelt. Im Gegenzug wird die Anzahl der Parkplätze auf dem Gelände auf 10% des Normalwertes reduziert. Nutzungen und Ansiedlungen mit zwingender Pkw-Anreise werden in der Nähe von Autobahn- und Schnellstraßen-

anschlüssen angesiedelt (C-Standorte). Hierunter sind Nutzungen zu verstehen, bei denen beispielsweise von einem Großteil der Kunden schwere Waren zu transportieren sind. Für diese Standorte ist ein ausreichendes Parkplatzangebot vorgesehen. Dies könnte auch auf Freizeitanlagen zutreffen, die überwiegend mit schwerem Sportgerät genutzt werden. Die übrigen Freizeitanlagen – und das ist die überwiegende Mehrheit aller Freizeitgroßanlagen – sind nach dieser Einteilung prädestiniert für A-Standorte. B-Standorte sind vom Nutzungsprofil und der Verkehrsanbindung her zwischen A- und C-Standorten einzuordnen.

Besucher informieren sich häufig nicht selbst über die vorhandenen Reisealternativen zum privaten Pkw, wenn sie einen Besuch in einem Freizeitzentrum planen. Deshalb sollten die Betreiber – aus eigenem Antrieb oder auf Veranlassung der Genehmigungsbehörden – im Internet oder durch gedruckte Materialien gut aufbereitete Informationen über die Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln und die Einbindung ihres Standortes in das lokale oder regionale Fahrradwegenetz zur Verfügung stellen. Eine ausreichende Akzeptanz findet die Anreise mit dem öffentlichen Verkehr allerdings nur, wenn die Freizeitanlage nicht nur in ihrem unmittelbaren Umfeld gut an den ÖV angeschlossen ist, sondern die öffentlichen Verkehrsmittel im gesamten Einzugsbereich eine gute Netzqualität auch am Wochenende aufweisen (Küchler 1997). Für die Netzqualität ist mit entscheidend, dass am Beginn der Fahrt ein durchgängig gültiges Ticket für alle benutzten Verkehrsmittel erstanden und die Notwendigkeit zum Umsteigen auf ein Minimum beschränkt werden kann.

Kombitickets, das heißt Eintrittskarten, in denen die Reisekosten für den öffentlichen Personennahverkehr bereits enthalten sind, erleichtern die Verkehrsmittelwahl zugunsten des ÖPNV, da den Besuchern keine zusätzlichen Kosten entstehen. Voraussetzung hierfür ist allerdings die Bereitschaft des Betreibers, einen relativ geringen Zuschlag auf die normalen Eintrittskarten für alle Besucher zu erheben.

Schlussbemerkung

Obwohl die Wachstumstendenzen im Freizeitverkehr nicht an diejenigen im Geschäfts- und Dienstleistungsverkehr heranreichen, ist aufgrund seiner Größenordnung eine Auseinandersetzung mit dem Problem des Freizeitverkehrs und eine Minderung der von ihm ausgehenden Umweltbeeinträchtigungen notwendig.

Ein großer Anteil des alltäglichen Freizeitverkehrs findet im näheren Umfeld des Wohnortes statt. Die Städte und Gemeinden sollten in Zusammenarbeit mit den Landes- und Bundesgesetzgebern alles daran setzen, die vorhandenen näheren Ortsbezüge zu erhalten und durch Maßnahmenkonzepte der Funktionsmischung, Wohnumfeldverbesserung und durch Ausbau der näheren Verkehrsangebote des „Umweltverbundes“ (Bus und Bahn, Fahrrad, Zu-Fuß-Gehen) zu stärken. Doch sollte bei der Diskussion nicht übersehen werden, dass ein Großteil des fernräumlichen Freizeitverkehrs durch soziale Anlässe verursacht wird und es allenfalls darum gehen kann, eine alternative Verkehrsmittelnutzung anzubieten und attraktiv zu machen.

Es wurde im Abschnitt *Verkehrsverhalten von unterschiedlichen Mobilitätsstiltypen* ausgeführt, dass zielgruppenorientierte Handlungskonzepte nach unserer Ansicht bessere Erfolgsaussichten versprechen und zukünftig vermehrt in die Köpfe und Konzepte der Planer und Politiker Eingang finden sollten. In Bezug auf Freizeitgroßanlagen ist es allerdings notwendig, den Investoreninteressen eine besser verankerte Raumordnung entgegenzustellen, damit nichtangepasste Standorte zukünftig nicht mehr für die Ansiedlung von publikumsintensiven Freizeitmagneten vorgesehen werden können.

Nur an angepassten Standorten hat der öffentliche Personennah- und -fernverkehr überhaupt eine Chance, zukünftig im intermodalen Wettbewerb dem Auto Paroli zu bieten und um einen größeren Anteil am Freizeitverkehr zu werben. Allerdings müssen die öffentlichen Verkehrsunternehmen noch einiges tun, damit der Weg in ihren Fahrzeugen in ansprechender und anregender Atmosphäre zurückgelegt und so die Freizeit bereits während der Anreise spürbar werden kann. Der Event muss in der Bahn beginnen!

Literatur

BMVBW 1999

Bundesministerium für Verkehr, Bau- und Wohnungswesen (Hg.). 1999. Verkehr in Zahlen 1999; Hamburg.

CITY:mobil 1997

Forschungsverbund CITY:mobil (Hg.). 1997. Mobilitätsstile – ein sozial-ökologischer Untersuchungsansatz. Forschungsbericht Stadtverträgliche Mobilität; Band 7; Frankfurt am Main: Verlag Öko-Institut.

DIW 1996

Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DIW). 1996. „Entwicklung des Personenverkehrs in der Bundesrepublik Deutschland“; in: DIW-Wochenbericht 37/96.

Götz et al. 2001

Götz, Konrad et al. 2001. Mobilitätsstile in der Freizeit. Forschungsbericht des Projekts Minderung der Umweltbelastungen des Freizeit- und Tourismusverkehrs; im Auftrag des Umweltbundesamtes, FKZ 298 54 109 (alt 298 87 109); Frankfurt am Main (zur Zeit noch unveröffentlicht).

Küchler 1997

Küchler, Rüdiger. 1997. „Öffentlicher Personennahverkehr bei Freizeitanlagen und Großveranstaltungen“; in: Fachgebiet Verkehrswesen, Universität Kaiserslautern. Verkehr aktuell: Freizeitmobilität. Grüne Reihe Nr. 38; Kaiserslautern.

SRL 2000

Götz, Konrad; Steffi Schubert. 2000. „Die weichen Faktoren sind in Wirklichkeit die harten Faktoren“; in: Planerin SRL-Mitteilungen für Stadt-, Regional- und Landesplanung Nr. 1/2000.

Wenzel 2001

Wenzel, Carl-Otto. 2001. „Freizeit- und Erlebniswelten: Status quo und Trends“. Vortragsmanuskript anlässlich des Expertenworkshops Akteure und Handlungsansätze im Freizeitverkehr am 02.10.2001 in Berlin. Veranstalter: Institut für Mobilitätsforschung, Berlin.

9 Last Minute für den Umweltschutz – Perspektiven für die Zukunft des Reisens



Tourismus und Umwelt

Tourismus ist eine der bedeutenden Wachstumsbranchen weltweit. Für die privaten Urlaubsreisen der Deutschen wird für die nächsten zehn Jahre ein Zuwachs um rund 25% prognostiziert. Getragen wird diese Entwicklung vor allem durch ein starkes Wachstum der Auslandsreisen. Die Deutschen werden immer kürzer Urlaub machen, dafür aber häufiger und weiter entfernt (F.u.R 2000).

Obwohl Deutschland nicht zu den typischen Urlaubsländern gehört, ist auch hier die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus hoch. Tagesausflüge, Privatreisen und Geschäftsreisen zusammengenommen tragen rund 8% zum Bruttoinlandsprodukt bei (DIW 1999). Der Privat- und Geschäftstourismus in Deutschland beschäftigt 2,8 Mio. Menschen und ist damit der größte Dienstleistungssektor nach dem Handel (Tourismusbericht 2000).

Neben der wirtschaftlichen und der soziokulturellen Bedeutung rücken seit einigen Jahren die Umweltbelastungen des Tourismus als negative Kehrseite ins gesellschaftliche Blickfeld. Treibhausgas- und Luftschadstoffemissionen touristischer Verkehre sowie Zersiedlung von Landschaften mit Folgen für die Biodiversität stehen im Mittelpunkt der Kritik. Negative Wirkungen auf die Umwelt können insbesondere dann vom Tourismus ausgehen, wenn er als Massenerscheinung auftritt oder ökologisch empfindliche Regionen berührt. Obwohl eine intakte Umwelt eine essenzielle Voraussetzung für einen langfristig ökonomisch erfolgreichen Fortbestand des Tourismus darstellt, trägt dieser selbst wesentlich zur Gefährdung und Zerstörung der Umwelt und damit seiner eigenen natürlichen Grundlagen bei. So hat der Wissenschaftliche Beirat für Globale Umweltfragen der Bundesregierung (WBGU) den Massentourismus als „*Umweltproblemsyndrom*“ identifiziert (WBGU 1996).

Die zunehmende Bedeutung des Tourismus für eine nachhaltige Entwicklung steht im Mittelpunkt zweier aktueller Studien des Öko-Instituts: dem Forschungsvorhaben „Umwelt und Tourismus“ im Auftrag des Bundesumweltamtes (Öko-Institut 2002) sowie dem mit Unterstützung der NaturFreunde durchgeführten Spendenprojekt „Last Minute für den Umweltschutz – Perspektiven für die Zukunft des Reisens“ (Öko-Institut 2001). In beiden Forschungsprojekten wurden die durch private Reisen der Deutschen verursachten ökologischen Folgen analysiert. Die zentralen Ergebnisse dieser ökologischen Folgenabschätzungen in den Bereichen Treibhausgasemissionen, Verlust an Biodiversität, Flächenverbrauch, Abfallaufkommen und Wasserverbrauch werden im Folgenden dargestellt (Abschnitt: *Tourismus heute – Folgen für die Umwelt*). Die Analyse des Status quo wird ergänzt um Betrachtungen zur zukünftigen Entwicklung der Umweltbelastungen durch den Tourismus (Abschnitt: *Wohin geht die*

Reise – über die Zukunft des Reisens). Darauf aufbauend, werden erste Handlungsansätze zur Verminderung der steigenden Umweltbelastungen dargestellt (Abschnitt: *Handlungsansätze für einen umweltgerechteren Tourismus*) und der weitere Forschungsbedarf identifiziert (Abschnitt: *Perspektiven für die Zukunft des Reisens*).

Tourismus heute – Folgen für die Umwelt

Im Urlaub zieht es die Deutschen sehr oft ins entfernte Ausland. Die Ziele wurden dabei in den letzten Jahren immer exotischer und liegen immer weiter von Deutschland entfernt. Das Ausmaß und die Art der Auslandsreisen haben dabei eine zunehmende Relevanz für die Klimagasemissionen. Im Jahr 1999 unternahmen die Deutschen 68 Millionen private Übernachtungsreisen ins Ausland. Mehr als zwei Fünftel der Auslandsreisen (rund 28 Mio.) hatten dabei den Mittelmeerraum zum Ziel. Die Fernreisen (Amerika, Asien etc.) hatten einen Anteil von 8% an allen privaten Auslandsreisen. Im Jahr 1999 wurden etwa die Hälfte der privaten Auslandsreisen mit dem Pkw und mehr als ein Drittel mit dem Flugzeug durchgeführt. Die Zahl der Privatreisenden mit dem Flugzeug hat sich zwischen 1976 und 1995 nahezu verfünffacht (DZT 2001; StaBu 2001).

Trotz des großen Anteils der Auslandsreisen ist das Inland derzeit noch das bedeutendste Reiseziel der Deutschen. 90 Millionen private Übernachtungsreisen der Bundesbürger führten 1999 nach Deutschland, also rund drei von fünf Reisen. Der private Inlandstourismusmarkt ist dabei stark durch Kurzreisen (2-4 Tage) geprägt. 55% der inländischen Privatreisen waren Kurzreisen mit maximal drei Übernachtungen; bei Auslandsreisen liegt dieser Anteil lediglich bei rund 20%. Entsprechend sieht die durchschnittliche Aufenthaltsdauer aus: Während bei Auslandsreisen im Durchschnitt 10,1 Nächte am Zielort übernachtet werden, sind es im Inland nur 5,3 Nächte (DZT 2001).

Treibhausgasemissionen Treibhausgasemissionen entstehen beim Tourismus hauptsächlich in zwei Bereichen: bei der An- und Abreise und bei der Unterkunft am Urlaubsort. Aufgrund der Vielzahl an Reisezielen, der dabei benutzten unterschiedlichen Verkehrsmittel und der möglichen Unterkunftsformen (Hotels, Privatunterkünfte etc.) ist es nur schwer möglich, ein vollständiges Bild der Treibhausgasemissionen aller privaten Reisen der Deutschen zu zeichnen. Um dennoch eine Vorstellung über die Größenordnung zu bekommen, werden im Folgenden die Treibhausgasemissionen für fünf typische Auslandsreisen dargestellt:

- Flugreisen zum Mittelmeer (16,9 Mio.)
- Pkw-Fahrten zum Mittelmeer (8,6 Mio.)

- Pkw-Fahrten nach Westeuropa (8,6 Mio.)
- Pkw-Fahrten in die Alpen (ohne Deutschland, 8,6 Mio.)
- Fernreisen mit dem Flugzeug (5,4 Mio.)

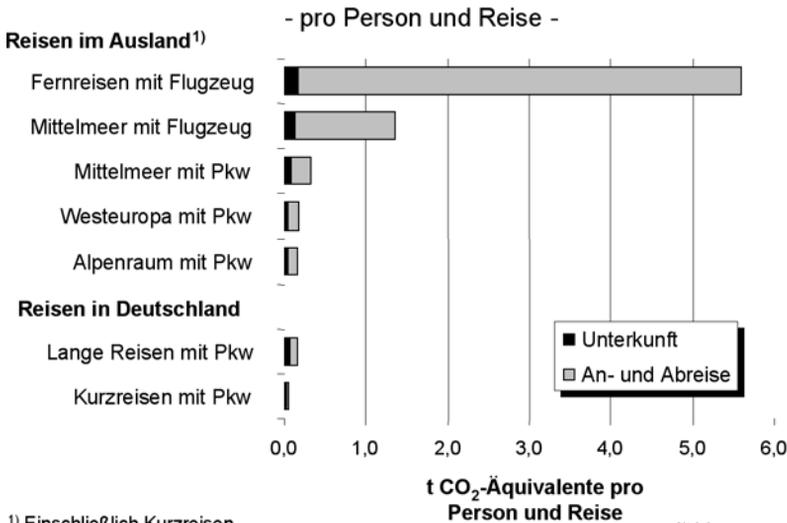
Insgesamt entfallen 1999 auf diese fünf Reisetypen über sieben Zehntel aller privaten Auslandsreisen. Den Auslandsreisen werden zudem die Treibhausgasemissionen von Inlandsreisen mit dem Pkw gegenübergestellt (43,5 Mio. Kurzreisen bis 4 Tage Dauer, 26,6 Mio. lange Reisen – zusammen 80% Marktanteil am Inlandstourismus) (DZT 2001).

Die Darstellung der Treibhausgasemissionen erfolgt in CO₂-Äquivalenten, einem Summenparameter, der alle Treibhausgase entsprechend ihrer Klimawirksamkeit berücksichtigt. Als Vergleichsgröße dient die Klimawirksamkeit von Kohlendioxid (CO₂).

Flugzeuge geben im Gegensatz zu anderen Emissionsquellen Luftschadstoffe und Treibhausgase nicht nur am Boden, sondern auch in der oberen Troposphäre ab. Hier wirken neben den Kohlendioxidemissionen auch Stickoxide und Kondensstreifen (Wasserdampf) auf das Klima. Ein Sonderbericht des International Panel on Climate Change zur Luftfahrt zeigt, dass die gesamte durch Flugzeuge verursachte Strahlungswirkung die durch CO₂ allein verursachte Wirkung um den Faktor 2 bis 4 übersteigt

Abbildung 1:

Spezifische Treibhausgasemissionen für ausgewählte In- und Auslandsreisen der Deutschen im Jahr 1999

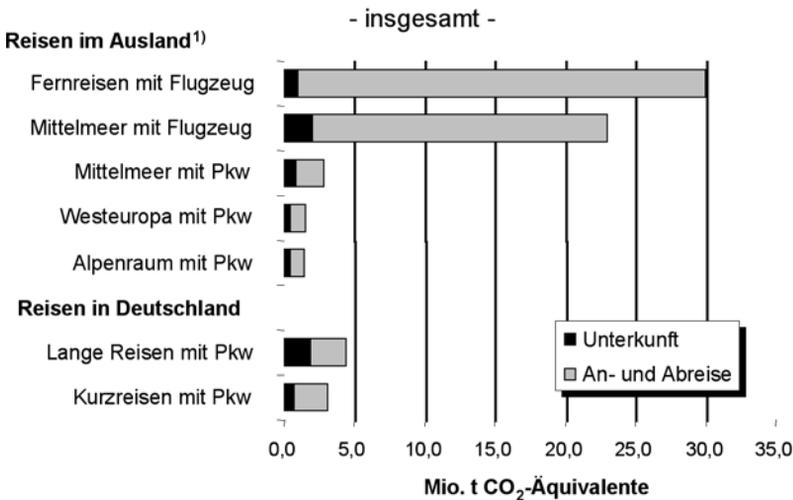


Quelle: Öko-Institut 2001 und 2002; Berechnungen des Öko-Instituts.

(IPCC 1999). Dieser zusätzliche Treibhauseffekt von Luftschadstoffen ist in den folgenden Angaben enthalten. Als mittlerer Wirkfaktor, bezogen auf die CO₂-Emissionen, wurde in den folgenden Angaben der Faktor 3 verwendet. Die mit Abstand höchsten Treibhausgasemissionen weisen im Jahr 1999 Fernreisen mit dem Flugzeug auf. Mit rund 5,6 Tonnen Treibhausgasen pro Person und Reise liegen die Emissionen rund 35-mal höher als bei Reisen in den Alpenraum oder bei langen Inlandsreisen mit dem Pkw. Eine differenzierte Betrachtung der Beiträge der einzelnen Reisephasen zeigt die entscheidende Bedeutung der An- und Abreise für die Treibhausgasemissionen – insbesondere bei den Flugurlaubsreisen (siehe Abbildung 1).

Abbildung 2 zeigt für 1999 die Gesamtemissionen an Treibhausgasen für die ausgewählten Reisen der Deutschen. Die fünf betrachteten Auslandsreisetypen zusammen verursachten Treibhausgasemissionen in Höhe von 59 Mio. Tonnen, was rund 6% der gesamten deutschen Treibhausgasemissionen entspricht (UBA 2001). Dabei entstanden allein bei den 5,4 Mio. Fernreisen der Deutschen rund 30 Mio. Tonnen Treibhausgas und damit mehr als bei den 16,9 Mio. Flugreisen in den Mittelmeerraum. Zum Vergleich: Die 70 Mio. Pkw-Inlandsreisen (Kurz- und lange Reisen) verursachten 1999 rund ein Achtel der Treibhausgase der Auslandsreisen.

Abbildung 2:
Gesamt-Treibhausgasemissionen für ausgewählte In- und Auslandsreisen der Deutschen im Jahr 1999



¹⁾ Einschließlich Kurzreisen.

Besondere Bedeutung bei den innerdeutschen Reisen kommt den Pkw-Kurzreisen zu: Trotz deutlich geringerer spezifischer Emissionen pro Reise (rund zwei Fünftel der Emissionen langer Reisen) erreichen sie aufgrund des großen Reisevolumens bereits 70% der Gesamtemissionen langer Pkw-Inlandsreisen. Die Treibhausgasemissionen der innerdeutschen Kurzreisen übersteigen zudem die Werte der Pkw-Reisen in die Alpen, nach Westeuropa oder in den Mittelmeerraum deutlich (siehe Abbildung 2).

Der Vergleich von In- und Auslandsreisen macht deutlich, dass gerade Auslandsreisen erheblich zu den Treibhausgasemissionen des Tourismus beitragen. Dies gilt in besonderem Maße für Reisen mit dem Flugzeug. Aus Klimaschutzgründen müssen daher dringend die Treibhausgasemissionen der Flugreisen reduziert werden.

Verlust der Biodiversität Die Gefährdung der Artenvielfalt durch den Tourismus lässt sich nicht so exakt in Zahlen darstellen wie die Treibhausgasemissionen, da sehr viele und unterschiedliche Ökosysteme und Arten betroffen sind, der Tourismus meist nicht die einzige Bedrohung und das Datenmaterial oft lückenhaft ist.

Der Tourismus bedroht die Biodiversität vor allem in den Küstenregionen und im Gebirge, in Deutschland auch in einem Teil der Mittelgebirgslandschaften. Durch den Ausbau touristischer Infrastruktur (Skilifte, Straßen, Parkplätze etc.) werden weitere Flächen in diesen oftmals besonders sensiblen Regionen versiegelt bzw. Naturräume zerschnitten. Diese Beeinträchtigung der Ressource Boden sowie das zeitlich und räumlich konzentrierte, z.T. sehr hohe Aufkommen an Touristen beanspruchen die Ökosysteme auf unterschiedliche Weise. An den Küsten werden Sanddünen beeinträchtigt oder gar zerstört und Brutvögel in ihrer natürlichen Umgebung stark gestört. In den alpinen Regionen werden die empfindliche Grasnarbe unter den Skipisten stark angegriffen und die Erosionsneigung verstärkt. Verwiesen werden sollte in diesem Zusammenhang auf den in alpinen Bergregionen vielfach ungehemmten weiteren Ausbau von Steighilfen aller Art (Schrägaufzüge, Bergbahnen, Sessel- oder Kabinenbahnen) und auf die Tendenz zur touristischen „Erschließung“ auch noch der letzten alpinen Rückzugsgebiete.

Die folgenden Beispiele sollen einen Überblick über das Ausmaß des Problems geben. Sie haben nicht den Anspruch, die Gefährdung der Biodiversität durch Tourismus erschöpfend zu beschreiben. Allerdings geht allein aus diesen wenigen Beispielen der Handlungsbedarf für die Umweltpolitik deutlich hervor.

Gefährdung der Biodiversität an Küsten durch Tourismus Küsten- und Meeresökosysteme gehören zu den am meisten gefährdeten Landschaften in Europa (BfN 1997). Sanddünen erstrecken sich über alle Küsten Europas und haben große ökologische Bedeutung. Gleichzeitig sind diese Ökosysteme für Touristen besonders attraktiv und damit auch besonders gefährdet. Die European Union for Coastal Conservation (EUCC) hat 1992 Statistiken zu Veränderung und Verlust der Dünenlandschaften Europas veröffentlicht.

Am Beispiel der Dünenlandschaften an den Küsten Südeuropas werden die Auswirkungen des Tourismus besonders deutlich. Sandstrände sind Hauptanziehungspunkte für die meisten der jährlich rund 135 Mio. Touristen (davon ein hoher Anteil aus Deutschland) in den Küstenregionen des Mittelmeerraums. Gerade im Mittelmeerraum wird der sehr große Verlust von rund 70% der im Jahr 1900 vorhandenen Sanddünen auf den Bau touristischer Anlagen und damit einhergehende Nutzungen durch die Touristen zurückgeführt (siehe Tabelle 1) (BfN 1997).

Aber auch für die Atlantikküste mit ihren heute noch insgesamt rund 400.000 ha Dünenlandschaft sind die Prognosen ungünstig. Für die nächsten zwei Jahrzehnte werden dort weitere Verluste von Dünenlandschaften in der Größenordnung von 15-20% aufgrund der wachsenden Belastung durch Tourismus und Freizeitaktivitäten (Golf etc.) erwartet. In Deutschland gingen zwischen 1900 und 1990, ausgehend von 10.000-12.000 ha Sanddünen, 15-20% dieser Landschaften verloren (BfN 1997).

Probleme für die Biodiversität in Küstenräumen durch Massentourismus beschränken sich jedoch nicht auf den Mittelmeerraum und den Atlantik. In der artenreichen Karibik mit dem zweitgrößten Korallenriff der Welt sind 26% der Küsten schwer und 24% leicht bedroht: durch zunehmende Bebauung, Müllablagerung, Erosion, Industrieabfälle – auch infolge des zunehmenden Tourismus. 1996 besuchten 14,8 Millionen Touristen und 10,7 Millionen Passagiere von Kreuzfahrtschiffen die Karibik. Fast 60% aller Tauchtouren finden in dieser Region statt (plan bleu/PNU 1999). Die

Tabelle 1:
Verlust von Sanddünen ausgewählter Länder für den Zeitraum 1900 bis 1990

Urlandsland	Geschätzte Sanddünenfläche (ha) im Jahr 1900	Verluste bis 1990 in %
Frankreich	250.000	Atlantik: 40 - 50; Mittelmeer: 75
Griechenland	15.000 - 20.000	40 - 50
Italien	35.000 - 45.000	80
Portugal	100.000	45 - 50
Spanien	70.000	Atlantik: 30; Mittelmeer: 75

Quelle: BfN 1997.

WTO geht in ihren Prognosen davon aus, dass die Zahl der Touristenankünfte bis 2010 auf 26,6 Mio. und bis 2020 auf 40,0 Mio. ansteigen wird (jährliche Wachstumsraten von rund 4%). Für Kuba werden Wachstumsraten von 9-10% pro Jahr vorausgesagt. Anfang 2001 existierten allein in Kuba Planungen für 15.600 neue Hotelzimmer (Kubisch 2001; Lindner 2001). In BfN (1997) werden entsprechend die Küstenregionen der Karibik überwiegend als Gebiete mit hohem Konfliktpotenzial bezüglich Tourismus und Biodiversität eingestuft. Hierbei ist zu beachten, dass in der Karibik die Artenvielfalt erheblich größer ist als z.B. im Nordatlantik (BfN 1997).

Bedrohte Tier- und Pflanzenarten am Beispiel der deutschen Ostseeküste Konkrete Zahlen über negative Auswirkungen des Tourismus auf die Artenvielfalt können für die Küstenlandschaften beispielsweise der Publikation „Rote Listen und Artenlisten der Tiere und Pflanzen des deutschen Meeres- und Küstenbereichs der Ostsee“ entnommen werden, die vom Bundesamt für Naturschutz veröffentlicht wird (BfN 1996). Darin sind für zahlreiche Tier- und Pflanzenarten ausführliche Daten bezüglich der Gefährdungssituation aufgeführt. Der negative Einfluss des Tourismus auf die Artenvielfalt kann anhand der Beispiele von Brutvögeln, Käfern und Gefäßpflanzen aufgezeigt werden (siehe Tabelle 2).

Aus den Daten wird deutlich, dass der Tourismus wesentlich zur Gefährdung von Tier- und Pflanzenarten an der deutschen Ostseeküste beiträgt. Dies gilt besonders für Brutvögel. Für 50% der gefährdeten Arten wird Tourismus als Ursache genannt. Bei immerhin rund 21% der gefährdeten Brutvogelarten wird Tourismus sogar als alleinige Ursache aufgeführt (BfN 1996).

Flächeninanspruchnahme Zur Flächeninanspruchnahme für Tourismus gibt es i.d.R. keine umfassenden Statistiken. Dies ist u.a. darin begründet, dass die touristische Flächeninanspruchnahme sehr verschiedene Bereiche

Tabelle 2:
Bedeutung des Tourismus für die Gefährdung der Artenvielfalt von Gefäßpflanzen, Käfern und Brutvögeln des deutschen Küstenbereichs der Ostsee

Tier- bzw. Pflanzenart	Gefährdete Arten insgesamt	Arten, gefährdet durch Tourismus	Anteil der durch Tourismus gefährdeten Arten	Anteil der durch Tourismus als einzige Ursache gefährdeten Arten
	Anzahl	Anzahl	%	%
Gefäßpflanzen	101	11	11%	7%
Käfer	191	43	23%	6%
Brutvögel	56	28	50%	21%

Quelle: BfN 1996.

(Unterkünfte, Gastronomie, Verkehrsinfrastruktur, Freizeit- und Erholungsanlagen etc.) umfasst und gleichzeitig ein großer Teil der touristischen Infrastruktur auch durch andere (Freizeit-)aktivitäten, die nicht mit Tourismus in Verbindung stehen, in Anspruch genommen wird.

Detailliert untersucht wurde die Flächeninanspruchnahme durch Privat- und Geschäftstourismus für die Schweiz (ORL 1997). Im Zeitraum 1985-95 lag der mittlere Flächenverbrauch für Tourismus bei rund 18.000 ha, was rund 0,5% der Landesfläche bzw. rund 5% der Siedlungsfläche der Schweiz entspricht. Mit 80% hat das Beherbergungs- und Gastronomiegewerbe den größten Beitrag am touristischen Flächenverbrauch, wobei die Flächen für Ferienhäuser und -wohnungen die maßgebende Komponente darstellen. Im Landesdurchschnitt entfällt auf jeden Einwohner ein touristischer Flächenverbrauch von rund 27 m², allerdings mit regional sehr unterschiedlichen Ausprägungen: Für die durch Tourismus geprägten Kantone Graubünden und Wallis werden Werte von 170 bis 180 m² Flächenverbrauch pro Einwohner ermittelt (ORL 1997).

In den Schweizer Zahlen unberücksichtigt ist die Flächeninanspruchnahme für Skipisten, die in bestimmten Regionen bereits beachtliche Dimensionen angenommen hat. In einzelnen Gemeinden in Österreich liegt der Flächenanteil von Skipisten an der Gemeindefläche zwischen 5 und 10%. In den Bundesländern Salzburg und Tirol erreichen die Pisten mit Flächen von rund 5.500 bzw. 6.900 ha bereits Anteile an der Landesfläche von 0,8 bzw. 0,6% (BTE/DWIF/ECOTRANS 1997). Bei der Bewertung der Flächeninanspruchnahme ist allerdings zu berücksichtigen, dass Skipisten, Wanderwege, Golfplätze, Bergbahnen und Skilifte meist außerhalb von geschlossenen Ortschaften und damit zum Teil in ökologisch sensiblen Gebieten liegen. Im Vergleich zur Flächeninanspruchnahme durch Hotellerie und Verkehrsinfrastruktur (z.B. Straßen) ist allerdings der Grad der Versiegelung deutlich niedriger.

Erste Abschätzungen für den Flächenverbrauch durch die Beherbergung von Privattouristen in Deutschland ergeben, dass der Gesamtflächenbedarf rund 27.800 ha beträgt. Dies entspricht 0,7% der gesamten Siedlungs- und Verkehrsfläche Deutschlands (BBR 2000). Die touristische Infrastruktur entwickelt sich weiterhin dynamisch in Deutschland. Zwischen 1993 bis 1999 stieg die Bettenkapazität in der klassischen Hotellerie allein um rund 230.000 Betten bzw. um 17% an (StaBu 2001). Daraus ergibt sich ein zusätzlicher Flächenbedarf zwischen 1993 und 1999 von rund 1.045 ha, was rund einem Sechstel der Gesamtfläche von Bonn entspricht. Der wichtige Bereich der Parahotellerie ist dabei noch nicht berücksichtigt.

Im Zusammenhang mit der Gefährdung der Biodiversität ist festzuhalten, dass die klassischen Urlaubsgebiete in Deutschland sich gerade meist

im Bereich der besonders schützenswerten Ökosysteme (z.B. Wattenmeer) befinden und daher die Zielkonflikte eher zu- als abnehmen werden. Die Anstrengungen der Politik sollten daher aus ökologischen wie aus ökonomischen Gründen in Zukunft weniger auf die Neuerrichtung von Beherbergungskapazitäten als vielmehr auf die bessere Auslastung der bestehenden großen Kapazitäten in Deutschland konzentriert werden.

Abfallaufkommen Eine entscheidende Herausforderung ist vor allem die räumlich und zeitlich auftretende Konzentration des Abfallaufkommens in stark frequentierten Tourismusregionen. In touristischen Gemeinden in Deutschland können die Abfälle von Übernachtungsgästen und Tagesausflüglern Anteile von bis zu 70% am gesamten kommunalen Müllaufkommen erreichen. Auf den niedersächsischen Nordseeinseln fallen in der Sommersaison im Vergleich zum Winter vier- bis zehnmal höhere Abfallmengen an (BTE/DWIF/ECOTRANS 1997). Durch diese Aufkommensspitzen werden die Kommunen v.a. vor logistische und ökologische Probleme gestellt. Zudem stellt das saisonal stark schwankende Abfallaufkommen ein beachtliches Kapazitätsproblem dar. Insgesamt verursacht der Tourismus rund ein Prozent des gesamten Siedlungsabfalls in Deutschland. Das touristische Abfallaufkommen ist daher in Deutschland kein zentrales ökologisches Problem.

Auf manchen touristisch genutzten Inseln im Ausland ist dies anders. Aufgrund des nicht vorhandenen Hinterlandes für die Müllentsorgung fehlen hier oftmals die nötigen Entsorgungskapazitäten. Beispiel Mallorca: Viele der vorhandenen Deponien sind bereits verfüllt, die bestehende Müllverbrennungsanlage ist bereits völlig überlastet. In Calvià, einer der dort am stärksten von Touristen besuchten Regionen, werden lediglich 2% der jährlich 41.000 Tonnen Hausmüll getrennt gesammelt und einem Recycling zugeführt. Die 1,6 Mio. Besucher in Calvià verursachen dabei pro Jahr rund 45% des gesamten Abfallaufkommens der Region (Calvià 1999).

Wasserverbrauch Der Wasserverbrauch in Deutschland stieg in der Vergangenheit vor allem dort, wo das Beherbergungsgewerbe auf gestiegene Ansprüche der Kunden einging und Bäder, Saunen und Ähnliches baute. Auf den Nordseeinseln bringt hoher Wasserverbrauch die Gefahr mit sich, dass der Grundwasserspiegel sinkt und Salzwasser in die Süßwasservorräte eindringt (Wüstenfeld 2001; ifeu 1997). In Deutschland ist auch die Wasserproblematik – ähnlich dem Abfallproblem – vor allem ein lokales und regionales. Insgesamt flossen 1999 rund 2 Prozent des Gesamtwasserverbrauchs der Haushalte und Kleinverbraucher in Beherbergung und Gastronomie.

Erheblich bedeutsamer als in Deutschland sind die Umweltprobleme durch die Trinkwasserinanspruchnahme in semiariden und ariden Gebieten. Dies liegt an der dort vielfach stärkeren zeitlichen und räumlichen Konzentration an Touristen, dem höheren täglichen Pro-Kopf-Verbrauch und der häufigen Wasserarmut der Regionen. Der tägliche Wasserverbrauch beträgt z.B. bei Einwohnern und auf Campingplätzen in Italien bis zu 250 Liter pro Tag. In Hotels werden Werte bis zu 560 Liter pro Tag und Übernachtung bilanziert (ANPA 2000). Der durchschnittliche tägliche Wasserverbrauch der Hotellerie auf Mallorca liegt bei ca. 235 Liter pro Gast. In der Region Calvià auf Mallorca wurde 1997 allerdings mit rund 160 Litern ein niedrigerer durchschnittlicher Wasserverbrauch pro Tourist und Tag ermittelt. Zum Vergleich: Der tägliche Wasserverbrauch eines Einwohners der Region lag bei rund 130 Litern (Calvià 1999). Gäste in Hotels von British Airways Holidays auf der Karibikinsel St. Lucia verbrauchten 1996 gar rund 745 Liter pro Tag (Einwohner: rund 290 Liter pro Tag) (BAH 1998).

Dieser hohe Wasserbedarf des Massentourismus, verschärft durch die saisonalen touristischen Verbrauchsspitzen, verursacht gerade in trockenen Gebieten sowie auf Inseln teilweise Versorgungsengpässe. So reichte in den vergangenen Jahren auf Mallorca der Nachschub aus Stauseen und Quellen nicht mehr aus, um den hohen Wasserbedarf zu decken. Mit Tankschiffen musste deshalb Wasser vom spanischen Festland auf die Ferieninsel transportiert werden (Hopfmüller 2001; TAB 1998).

Zu den ökologischen Folgen der Übernutzung der Wasserreserven in touristischen Gebieten, vor allem auf Inseln, zählen (TAB 1998):

- Schädigung bzw. Veränderung der Vegetation
- Beeinträchtigungen der Landbewirtschaftung
- Verödung von Landschaften
- Übernutzung der Grundwasserreservoirs (ggf. Einbruch von Salzwasser)
- Küstenveränderung und -degradation aufgrund eines Austrocknens der Flussbette

Wohin geht die Reise – über die Zukunft des Reisens

Die Rahmenbedingungen des Tourismus und die Ansprüche der Touristen sind in ständigem Wandel begriffen. Für die Zeit bis zum Jahre 2020 deuten die Trends auf dramatisches Wachstum, insbesondere in Bereichen hin, die für Auswirkungen auf die Umwelt von besonderer Bedeutung sind. Erwartet wird eine Zunahme der Fernreisen und der Flüge, der Urlaubsreisen pro Person und der Ansprüche an den Komfort vor Ort. Diese „Anspruchsrevolution“ wird alle technischen Effizienzverbesserungen an Transportmitteln und Infrastrukturen überkompensieren (F.u.R 2000).

Wertestruktur und Konsumverhalten werden einen großen Einfluss auf die Entwicklung des Tourismus haben. Multioptional agierende Kunden mit vielschichtigen, komplexen und in Teilen widersprüchlichen Konsum- und Lebensstilen stellen den „neuen Touristen“. Er ist reiseerfahren und qualitätsbewusst, erlebnis- und risikoorientiert, hat Sehnsucht nach Natürlichkeit, Authentizität und Individualisierung in der Masse. Er ist umwelt-sensibel, (er-)lebt aber zugleich Reisen als soziale Norm, was ihn zu kürzeren, häufigeren und weiteren Reisen, also zu besonders umweltschädlichem Reiseverhalten veranlasst (TAB 1998).

Insgesamt wird erwartet, dass die Nachfrage nach Urlaubsreisen bis zum Jahr 2010 gegenüber 1999 um 25% zunehmen wird. Die Zahl der Menschen, die überhaupt in Urlaub fahren, wird aber nur um 5%, von 75 auf 80% steigen; das Wachstum stammt demnach aus der Zunahme der Zweit- und Drittreisen. In Deutschland machen derzeit zwischen 17 und 19% der Bevölkerung mehr als eine Urlaubsreise. Das wird sich an den Stand in vergleichbaren europäischen Ländern annähern (25 bis 30%). Die Zahl der Kurzurlauber wird wahrscheinlich von 37 auf etwa 50% steigen. Während der Inlandstourismus im Zeitraum 1999 bis 2010 nur um rund 10% zunimmt, werden für den Mittelmeertourismus eine Wachstumsrate von 32% und für den Ferntourismus von 86% prognostiziert. Als Transportmittel wird das Flugzeug weiter an Bedeutung gewinnen. Die Dauer der einzelnen Urlaubsreisen wird in Zukunft tendenziell weiter abnehmen. Die durchschnittlich kürzere Aufenthaltsdauer ist im Zusammenhang mit der Entwicklung der zusätzlichen Zweit- und Drittreisen sowie der überproportionalen Zunahme von Kurzreisen zu sehen (F.u.R 2000).

Diese Entwicklungen werden sich – wenn auch in abgeschwächter Form – bis 2020 fortsetzen (TÜV/DIW/WI 2000) und weiterhin zu stärkeren Umweltbelastungen führen. In der Prognose von 1999 bis 2020 nehmen dank technischer Verbesserungen zwar die Treibhausgasemissionen bei Flugreisen pro Person und Reise um rund 25%, bei Autos um 20% und in den Unterkünften um 15% ab. Durch das Wachstum steigen aber insgesamt

die Treibhausgasemissionen bei Fernreisen auf das Doppelte, das sind 61 Mio. Tonnen Treibhausgase. Der Anstieg bei Mittelmeerreisen beträgt 5%, bei Autoreisen im Inland wird ein Rückgang um 5% erwartet (Öko-Institut 2001 und 2002).

Sollen die Treibhausgasemissionen des Tourismus in Zukunft verringert werden, dann muss vor allem beim Flugverkehr angesetzt werden, sonst werden alle Minderungsanstrengungen, z.B. im Inland durch den starken Anstieg der Flugverkehrsemissionen, überkompensiert.

Zusammenfassend lässt sich feststellen: Schon heute verursacht das Reisen in alle Welt ernst zu nehmende Umweltprobleme. Neben globalen Auswirkungen, wie denen auf das Klima durch steigende Treibhausgasemissionen, sind es auch regional und lokal auftretende Schädigungen der Ökosysteme. Dabei spielen der Verlust von Biodiversität und der Flächenverbrauch auch in Deutschland eine wichtige Rolle, an ausländischen Urlaubszielen kommen Probleme durch hohes Abfallaufkommen und hohen Wasserverbrauch hinzu. Betrachtet man die Zukunftsprognosen für die Reisemärkte, die von großen Zuwächsen sprechen, ist zügiges Handeln geboten.

Handlungsansätze für einen umweltgerechteren Tourismus

Aus den Ergebnissen zu den ökologischen Folgen des Tourismus lässt sich ablesen, dass eine Verminderung der Umweltbelastungen (zumindest aber eine Abschwächung des Anstiegs) neue Strategien sowie eine konsequente Umsetzung bereits bestehender Handlungsansätze erfordert. Fünf Handlungsansätze, die zielgruppenspezifische Lösungen zur Reduzierung der Umweltbelastungen beschreiben, hat das Öko-Institut daher beispielhaft untersucht (Öko-Institut 2001):

- Erhöhung der Reisedauer und -intervalle (mehr Urlaub pro Reisekilometer)
- Einführung eines einheitlichen Labellings (Umweltdachmarke)
- Beeinflussung der Aktivitäten vor Ort durch den Einsatz der Marktmacht von Reiseveranstaltern
- Veränderung des Modal Split (stärkere Berücksichtigung von Bus und Bahn für die Reisen)
- Verbesserung der Nahzielvermittlung

Der Handlungsansatz „*Reisedauer und Intervalle*“ zielt im Wesentlichen auf das Phänomen, dass viele Bundesbürger immer öfter, dafür aber kürzer verreisen und dabei immer stärker Fernziele ansteuern. Ausgehend von Motiven und Einstellungen dieser Zielgruppen (ermittelt über die

Verbraucheranalyse), wurden Vorschläge entwickelt, die dem Bedürfnis nach Ferne im Urlaub entgegenkommen: Neue integrierte Urlaubsangebote, die insbesondere auf Fernreisen zielen, sollen diese in ihrer Dauer verlängern und gleichzeitig in ihrer Anzahl verringern. Die Zielrichtung lässt sich am besten mit dem Slogan „Mehr Urlaub pro Reisekilometer“ beschreiben.

Der Handlungsansatz *„Einheitliches Labelling“* greift die schon lange andauernde Diskussion über die ökologische Kennzeichnung touristischer Angebote auf. Aufbauend auf der aktuellen Diskussion, wurde die Einführung einer Umweltdachmarke für touristische Unternehmen untersucht. Positive Effekte auf die Umwelt durch diese freiwilligen Maßnahmen sind in erster Linie bei den Unterkünften zu erwarten.

Beim Handlungsansatz *„Beeinflussung der Aktivitäten vor Ort“* – der sich sowohl auf Bauaktivitäten als auch auf Freizeitangebote für Urlauber am Urlaubsort bezieht – geht es vor allem um die weichen Umweltfaktoren (Landschaftsverschandelung, Overcrowding etc.). Angesprochen sind hier besonders die großen Reiseveranstalter, denen gute Einflussmöglichkeiten auf die Hotelbetriebe und die Infrastrukturplanungen in den Urlaubsgebieten zugeschrieben werden (Einsatz der Marktmacht im Sinne der Umwelt). Notwendig hierzu sind klare und verbindliche Leitlinien der Tourismusindustrie.

Die beiden Handlungsansätze *„Veränderung des Modal Split“* und *„Verbesserung der Nahzielvermittlung“* sollen in erster Linie Urlaubsgebiete stärker ins Blickfeld der Touristen bringen, die auch durch umweltfreundlichere Verkehrsmittel (Bahn, Reisebus) erreicht werden können. Im Bereich der Nahzielvermittlung wird hierbei insbesondere auf den Einsatz moderner Kommunikationsmittel (Internet) gesetzt.

Eine erste Wirkungsabschätzung dieser Handlungsansätze zeigt, dass sie durchaus einen nennenswerten Beitrag zur Entwicklung eines umweltfreundlichen Tourismus leisten können. Sie reichen in ihrer Wirkung jedoch nicht aus, die durch die Wachstumsdynamik der Fernreisen verursachten Mehrbelastungen aufzufangen.

Perspektiven für die Zukunft des Reisens

Aus den Projektergebnissen lässt sich das folgende Resümee ziehen:

- Die Umweltbelastungen durch die Urlaubsreisen der Bundesbürger werden im Trend insgesamt stark zunehmen.

- Durch die Wachstumsdynamik der Reisemärkte werden absehbare technische Effizienzgewinne bei den Treibhausgasemissionen deutlich überkompensiert.
- Die dargestellten Handlungsansätze versprechen Minderungspotenziale vor allem bei den Treibhausgasemissionen, verursacht durch Reisen innerhalb Deutschlands oder in das benachbarte Ausland, und insgesamt bei qualitativen Umweltaspekten (z.B. Verlust der Biodiversität).
- Die Einflussnahme auf das Verhalten der Urlauber im Sinne einer Umweltentlastung kann erfolgreicher sein, wenn die Bedürfnisse und Wünsche der Reisenden stärker berücksichtigt werden (hohe Bedeutung der Motivforschung).
- Die Maßnahmen zur Senkung der Umweltbelastungen im Bereich Tourismus sollten stärker an den prioritären Umweltproblemfeldern (vor allem Klimaschutz, Verlust der Biodiversität, im Ausland auch Wasserverbrauch) orientiert werden.
- Das wachsende Hauptproblem Flugreisen wird durch die in dieser Arbeit vorgeschlagenen Maßnahmen allein nicht ausreichend adressiert, sodass im politischen Raum Vorschläge zur Kerosinsteuer, Emissionsabgabe oder zu Kompensationsregelungen virulent (bleiben) werden.
- Maßnahmen müssen mit geeigneten Informations- und Kommunikationsstrategien verbunden sein.

Die vorgestellte Problemanalyse macht damit deutlich: Das absehbare Reiseverhalten der Bundesbürger wird zukünftig zu einer deutlichen Zunahme der Umweltbelastung führen. Hierfür ist in erster Linie der prognostizierte rasante Zuwachs der Fernreisen mit dem Flugzeug verantwortlich. Die Prognose der touristischen Treibhausgasemissionen lässt erwarten, dass auch begrüßenswerte Effizienzgewinne durch technische Weiterentwicklungen den Anstieg der Emissionen bei anhaltendem Zuwachs der touristischen Fernreisen nicht annähernd ausgleichen können.

Die Palette der in dieser Arbeit vorgestellten Handlungsansätze zeigt, dass Fantasie und Einfallsreichtum gefragt sind, um die Umweltbelastungen durch die touristischen Aktivitäten der Bundesbürger zu begrenzen. Die Wirkungsanalyse ergab einerseits, dass durch die Handlungsansätze wichtige Umweltproblemfelder adressiert werden können. Andererseits wird aber deutlich, dass selbst bei optimalem Greifen der fünf vorgeschlagenen Handlungsansätze und der mit ihnen verbundenen Maßnahmen das Problem nicht erschöpfend angegangen wird.

Da eine intakte Umwelt Voraussetzung für ökonomisch erfolgreichen Tourismus ist, sollte es gerade im Interesse der wirtschaftlichen Akteure liegen, nachhaltig zu handeln. Eine zentrale Rolle spielen dabei die Reiseveranstalter, die Branchenverbände (z.B. Deutscher Reisebüro und Reiseveranstalter Verband) sowie die Leistungsträger der Branche (z.B. Bahn,

Fluggesellschaften, Hotel- und Beherbergungsbetriebe). Sie können mit innovativen und neuen Angeboten für den Pauschal- und Massentourismus die ökologische Entwicklung des Reisemarktes maßgeblich beeinflussen. Hierzu müssen sie zielgruppenspezifische, attraktive Angebote schaffen, die nicht nur Nischenmärkte, sondern auch die Bedürfnisse und Wünsche größerer Zielgruppen adressieren. Die Umweltverträglichkeit dieser Reisen muss eine Selbstverständlichkeit sein.

Große Potenziale besitzen dabei kombinierte und gebündelte Pauschalangebote. Der vorgeschlagene Handlungsansatz, die Reisedauer vor allem von Fernreisen zu verlängern, gleichzeitig die Reiseintervalle zu vergrößern und damit die Anzahl der Reisen insgesamt zu verringern, geht beispielsweise in diese Richtung. Hierzu zählen aber auch die gemeinsame anstelle der individuellen Nutzung von Verkehrsmitteln zur An- und Abreise oder die gemeinsame Nutzung von Freizeit- und Sportanlagen durch mehrere Hotels. Darüber hinaus gilt es, das Substitutionspotenzial zwischen ausländischen und inländischen bzw. inlandsnahen Urlaubsregionen auszunutzen und bestehende Angebote umweltfreundlicher zu gestalten. Hierzu erforderlich sind Kooperationen aller Leistungsträger in der Tourismuswirtschaft: Reiseveranstalter, Carrier, Hoteliers und Tourismusregionen.

Bei der Bearbeitung der Projekte „Umwelt und Tourismus“ sowie „Last Minute für den Umweltschutz – Perspektiven für die Zukunft des Reisens“ wurde sehr deutlich, dass viele Bereiche (z.B. Kurzreisen, demographische Effekte, die Ansprechbarkeit von Zielgruppen für alternative Angebote) wenig oder ungenügend untersucht sind. Die Entwicklung bedürfnisgerechter Handlungsansätze und ihre Umsetzung in die Realität durch Akteurskooperationen stellen eine große Herausforderung an die Nachhaltigkeitsforschung, die Politik und die Tourismusbranche dar – gerade auch für das anstehende „Jahr des Ökotourismus 2002“. Das Öko-Institut wird sich in Zukunft in seiner Projektarbeit dieser Thematik noch stärker zuwenden. Im vom bmb+f zur Förderung vorgeschlagenen Verbundvorhaben „Nachhaltiges Wirtschaften im Tourismus“ wird das Öko-Institut gemeinsam mit der AMEROPA-Reisen GmbH, der DB Reise&Touristik AG, dem Deutschen Reisebüro und Reiseveranstalter Verband (DRV), dem Institut für sozial-ökologische Forschung gGmbH sowie dem Lehrstuhl für Tourismusmanagement der Universität Lüneburg modellhaft umweltfreundliche, zielgruppenspezifische Pauschalreisen entwickeln.

Literatur

ANPA 2000

Minestrini, S. et al. 2000. National study for application of the European environmental quality label in the tourism sector (Summary). ANPA Italian Environment Protection Agency; Roma.

BAH 1998

British Airways Holiday. 1998. An Assessment of the Environmental Impacts of Tourism in St. Lucia. Summary Report for British Airways and British Airways Holiday. UK Ceed Report.

BBR 2000

Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung (BBR). 2000. Raumordnungsbericht 2000. Berichte, Band 7; Bonn.

BfN 1994

Riecken, U.; U. Ries; A. Ssymank. 1994. Rote Liste der gefährdeten Biotop-typen der Bundesrepublik Deutschland. Bundesamt für Naturschutz (Hg.). Schriftenreihe für Landschaftspflege und Naturschutz; Heft Nr. 41; Bonn-Bad Godesberg.

BfN 1996

Bundesamt für Naturschutz (Hg.). 1996. Rote Listen und Artenlisten der Tiere und Pflanzen des deutschen Meeres- und Küstenbereichs der Ostsee. Schriftenreihe für Landschaftspflege und Naturschutz; Heft Nr. 48; Bonn-Bad Godesberg.

BfN 1997

Bundesamt für Naturschutz (Hg.). 1997. Biodiversität und Tourismus – Konflikte und Lösungsansätze an den Küsten der Weltmeere; Berlin.

BTE/DWIF/ECOTRANS 1997

Büro für Tourismus und Erholungsplanung (BTE); Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr (DWIF); ECOTRANS. 1997. Bericht über den Einfluss des Tourismus auf Natur und Umwelt sowie Maßnahmen und Handlungsbedarf zur Förderung einer verträglichen Entwicklung. Vorläufiger Endbericht; Berlin.

Calvià 1999

Ajuntament de Calvià. 1999. Calvià Agenda Local 21 – The Sustainability of a Tourist Municipality. Plan of Action; Mallorca.

DIW 1999

Filip-Köhn, R.; R. Hopf; J. Kloas. 1999. Zur gesamtwirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus in der Bundesrepublik Deutschland. Wochenbericht Nr. 9/99; Berlin.

DZT 2001

Scholz, J. (Deutsche Zentrale für Tourismus, DZT). Auswertung des Deutschen Reisemonitors 1999, European Travel Monitors 1999 und In-flight-survey hinsichtlich Binnen-, Incoming- und Outgoing-Tourismus. Persönliche Mitteilung vom März 2001.

F.u.R. 2000

Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. 2000. Die RA-Trendstudie 2000-2010. Langfristige Entwicklungen in der touristischen Nachfrage auf der Basis von 30 Jahren. Reiseanalyse; Hamburg.

Herter 2000

Herter, W. 2000. „Belastungen der Vegetation von Mittelgebirgsfelsen durch Sportklettern“; in: Escher, A.; H. Egner; M. Kleinhans (Hg.). Trend und Natursportarten in den Wissenschaften. Band 3; Hamburg: Czwalina Verlag.

Hopfmüller 2001

Hopfmüller, M. „Süßwasser unterm Mittelmeer – Die küstennahen Quellen könnten angezapft werden“; in: Süddeutsche Zeitung vom 20.03.2001.

ifeu 1997

Frings, E. et al. 1997. Tourismusinduzierte Umweltwirkungen – Teilgutachten für das TA-Projekt Entwicklung und Folgen des Tourismus. Endbericht; Heidelberg.

IPCC 1999

Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC). 1999. Aviation and the Global Atmosphere; Cambridge.

Kubisch 2001

Kubisch, B. „Kuba wünscht mehr deutsches Kapital“; in: fww – Zeitschrift für die Tourismuswirtschaft vom 01.06.2001.

Lindner 2001

Lindner K. „Mexiko und Kuba mit den besten Chancen“; in: fww – Zeitschrift für die Tourismuswirtschaft vom 01.06.2001.

Öko-Institut 2001

Buchert, M. et al.; in Kooperation mit NaturFreunde Deutschland e.V. 2001. Last Minute für den Umweltschutz – Perspektiven für die Zukunft des Reisens; Freiburg/Darmstadt/Berlin: Öko-Institut e.V.

Öko-Institut 2002

Schmied, M. et al. 2002. Umwelt und Tourismus – Daten, Fakten, Perspektiven; Berichte des Umweltbundesamts, Nr. 4/02; Berlin: Erich Schmidt Verlag.

ORL 1997

Jacsman, J.; R. Ch. Schilter. 1997. Nutzung des Bodens für Sport, Erholung und Tourismus. Teil 1 Grundnutzungen. ORL-Bericht 102/1997; Institut für Orts-, Regional- und Landesplanung, ETH Zürich.

plan bleu/PNUE 1999

Plan Bleu pour la Méditerranée (plan blue)/PNUE: 1999. „Report of the Workshop on tourism and sustainable development in the Mediterranean“. Antalya (Turkey 17.-19.10.1998); Sophia-Antipolis.

StaBu 2001

Statistisches Bundesamt (StaBu). 2001. Tourismus in Zahlen 2000/2001; Wiesbaden.

TAB 1998

Petermann, T. et al. 1998. Folgen des Tourismus. Band 1: Gesellschaftliche ökologische und technische Dimension. Studien des Büros für Technikfolgen-Abschätzung des Deutschen Bundestags; Berlin: Ed. Sigma.

Tourismusbericht 2000

Deutscher Bundestag. 2000. Tourismuspolitischer Bericht der Bundesregierung; Bonn.

TÜV/DIW/WI 2000

TÜV Rheinland; Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DIW); Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie (WI). 2000. Maßnahmen zur verursacherbezogenen Schadstoffreduzierung des zivilen Flugverkehrs. Endbericht im Auftrag des Umweltbundesamtes; Köln.

UBA 2001

Umweltbundesamt. 2001. Daten zur Umwelt: Der Zustand der Umwelt in Deutschland 2000; Berlin: Erich Schmidt Verlag.

WBGU 1996

Wissenschaftlicher Beirat der Bundesregierung für Globale Umweltfragen (WBGU). 1996. Welt im Wandel: Herausforderungen für die deutsche Wissenschaft. Jahresgutachten 1996; Bremerhaven.

Wüstenfeld 2001

Wüstenfeld, Holger. „Nordsee-Inseln in Wassernöten – Umwelt: Ostfriesische Inseln müssen Wassergewinnung umstellen, um Versalzung zu verhindern“; in: VDI nachrichten. 09.03.2001.

10

Wirtschaftsfaktor Freizeitindustrie



Freizeit als gesellschaftliches, ökonomisches und ökologisches Phänomen

Die ursprünglichen ökonomische Ziele für Freizeit waren die Erhaltung der Arbeitskraft, die Erholung und die Regeneration. Freizeit ist Teil der (Um-)Verteilung von Ergebnissen wirtschaftlicher Tätigkeit und daher eng verbunden mit der durch Technologie und Wirtschaftstätigkeit erreichten Produktivität. Inzwischen kann es sich die (deutsche) Gesellschaft leisten, das halbe Leben ihrer Mitglieder als Freizeit (im Sinne von erwerbsarbeitsfreier Zeit) zu gestalten: Von der Lebenszeit mit 660.000 Stunden sind 350.000 Stunden erwerbsarbeitsfreie Zeit, 220.000 Stunden Schlaf, 90.000 Stunden Arbeit (Zellmann 2001). Solche Durchschnittswerte dürfen aber über die ungleiche Verteilung freier Zeiten und Geldmittel nicht hinwegtäuschen. Viele Arbeitende arbeiten z.T. unentgeltlich über die tariflichen Arbeitszeiten hinaus. Viele Arbeitswillige werden mit gekürzten Mitteln in freie Zeit geschickt.

Freizeit war besonders in Deutschland immer mehr als nur ein Zeitquantum. Als eine der Bedingungen für das Wohlbefinden einer modernen Gesellschaft bedarf sie eines komplexen Systems von Bewusstsein, Werten, Handlungsalternativen, Umweltgestaltung, Verfügbarkeit von Informationen, Gütern und Dienstleistungen, Kommunikationsmöglichkeiten und Mobilität, die dem Einzelnen ein Leben nach seinen Vorstellungen ermöglichen (sollen). Freizeit geht weit über das Lebensnotwendige hinaus und ist verbunden mit Bewegungs-, Kommunikations- und Vereinigungsfreiheit für alle. Freizeit steht als nicht streng abgegrenztes Feld häufig in „Bindestrich-Beziehungen“: Freizeit-Politik, Freizeit-Wirtschaft, Freizeit-Industrie (allerdings sind solche Zuordnungen meist theoretischer Art!). Mehr als andere Lebensbereiche ist Freizeit mit dem gesellschaftlichen Wandel verbunden. Stilbildend für Freizeitgestaltung sind die Mittelschichten der Industrieländer, denen auch die für Analyse und Planung zuständigen Wissenschaftler und Experten angehören (Spode 2001).

Freizeit als Zeit für Konsum und als Anstoß für wirtschaftliche Tätigkeit wird zum besonderen Wirtschaftsfaktor. Für die Freizeitgestaltung werden sowohl Existenz sichernde und traditionelle Tätigkeiten aufgenommen und umgeformt (z.B. „Almauftrieb“ in „Trekking“, „Handelsreise“ und „Entdeckungsreise“ in „Abenteuerreise“), Arbeitsgeräte und -räume für Freizeitnutzung adaptiert als auch völlig neue Aktivitäten und Angebote entwickelt. In den letzten 40 Jahren wurden die schon geschaffenen Freizeitmöglichkeiten vermehrt sowie durch mediale Angebote vom Fernsehen bis zum Computer erweitert. Die Reise- und Ausflugsintensität stieg auf ein ungeahntes Niveau. Das heutige Freizeitangebot ist gekennzeichnet durch eine noch wachsende Vielfalt, eine hohe Qualität und Technologie sowie durch eine hohe Innovationsrate. Es bietet mehr Wahlfreiheit als je zuvor.

Der Ressourcenverbrauch und die Umweltaforderungen durch Freizeittätigkeiten sind außerordentlich unterschiedlich. Für Freizeit Zwecke werden ebenso vorhandene Strukturen genutzt, ohne sie jeweils voll für sich in Anspruch zu nehmen, wie eigene Strukturen entwickelt. So können bisher vernachlässigte Flächen (z.B. Industriebrachen, stillgelegte landwirtschaftliche Flächen) und Gebäude revitalisiert, aber auch bislang unbelastete Bereiche für eine intensive(re) Nutzung in Anspruch genommen werden. Freizeittätigkeiten konkurrieren im Anspruch auf Ressourcen miteinander, aber auch mit anderen Bereichen der gesellschaftlichen Versorgung. Die meisten Freizeittätigkeiten fügen sich jedoch in die vorhandene Umwelt ein und entwickeln sich mit dieser.

Der Freizeitmarkt

Geld zu verdienen mit der Freizeit anderer hat hierzulande seit Jahrhunderten einen etwas zweideutigen Ruf. Wirte, Musikanten, Schausteller, Schauspieler und andere „Freizeitberufler“ gehörten in alter Zeit zu den Außenseitern der Gesellschaft. Unterschwellig ist diese Auffassung immer noch erhalten. Dessen ungeachtet muss festgestellt werden, dass die pluralischen und kleinteiligen Nachfragen nicht durch Allgemeinlösungen (staatliche Freizeitprogramme, „Brot und Spiele“), sondern nur durch Marktstrukturen und -angebote zu bewältigen sind. Entsprechend entwickelte sich das Freizeitverhalten im Diskurs zwischen Freiheiten, Freizeitwünschen und Freizeitangeboten (siehe Abbildung 1) sowie – gerade in Deutschland – unter dem Einfluss ethischer und pädagogischer Leitvorstellungen („sinnvolle Freizeitgestaltung“). Aufgrund dieser Entwicklung der Freizeitgestaltung hat eine erlebnisorientierte Infrastruktur mit freizeitbezogenem Zusatznutzen (marktwirtschaftliches Angebot mit Gewinnerorientierung) an Bedeutung gewonnen. Sie fordert unternehmerische Angebote und erlaubt marktorientierte Preise.

Ein einheitlicher Freizeit-Markt ist nur theoretisch feststellbar. Es gibt viele Freizeit(teil)märkte, die oft erst durch Freizeitnutzung von ursprünglich Nicht-Freizeitgütern und -dienstleistungen zu Freizeitmärkten werden. Der eigentliche Freizeitmarkt entsteht auf der Zeitebene: Der Freizeitpartner bzw. -konsument muss zumindest im Moment der Entscheidung bereit sein, ein Stück freier Zeit zur Verfügung zu stellen. Alle Anbieter und Partner von Freizeitgestaltungsmöglichkeiten wenden sich an den „Freizeit-Geber“ und konkurrieren um Zeitquanten, denn die zur Verfügung stehende Zeitmenge des Einzelnen ist begrenzt. Die „Zeit-Konkurrenz“ kann durch Geld, Organisation oder Information nicht völlig ausgeglichen werden. Das Angebot von zeitunabhängigen (immateriellen) Assoziationen („Abenteuer“, „Erlebnis“) soll die Marktchancen verbessern. Viele Angebote werden überdies nur dann wirksam, wenn der Freizeiter neben Zeit und Geld auch eigene Aktivität und spezielle Fähigkeiten einsetzt.

Abbildung 1:

Diskursive Entwicklung der Freizeit



Quelle: Sigurd Agricola, 2000

Freizeitmarktprodukte und -angebote stehen keinem „echten“ Bedarf gegenüber. Darin liegt ein besonderes Risiko des Freizeitmarktes: Der Freizeiter verzichtet schnell auf Freizeitangebote, wenn soziale Bindungen es erfordern, andere wichtigere oder interessantere Angebote erscheinen, wenn die materielle Grundlage schwindet oder man um die eigene Sicherheit fürchtet. Die damit verbundene Beliebigkeit des Freizeitverhaltens, die Wahlfreiheit und spontane Entscheidungen machen den Freizeitmarkt zu einem besonders risikoreichen Markt. Wünsche nach Selbstdarstellung, Erlebnis und Besitz von Freizeitgütern, die Faszination des Glitzernden, des technisch Raffinierten, des Neuartigen und Exotischen stellen ebenso wie Neuheit, Design, Ästhetik und Erlebnisqualität einen starken Anreiz für die Annahme von Angeboten dar. Vielfach werden auch soziale Bedürfnisse in Form von Geselligkeit und Gemeinschaftserlebnissen geltend gemacht.

Der Freizeitmarkt lebt, wie es in der Marketingsprache heißt, vom „Zusatznutzen“, den immateriellen Aspekten seiner Angebote. Freizeitanbieter konnten in früheren Zeiten den Bedarf für ihr Angebot durch einfache Umfrage ermitteln; heute müssen sie einen intensiven Dialog mit Kunden, Gästen, Nutzern, Mitgliedern führen.

Die Ausgaben der privaten Haushalte

Der Satz „Ohne Moos nix los!“ gilt trotz der gegenteiligen Behauptung Wohlmeinender, dass man Freizeit auch ohne Geldeinsatz gestalten könne. Daher ist neben einem Maß an frei verfügbarer Zeit die Einkommenssituation der Bevölkerung Voraussetzung für ihre Freizeitaktivitäten. Die Freizeitausgaben der Haushalte zeigen bis heute ein ständiges Wachstum. In Tabelle 1 wurde aufgrund der durch das Statistische Bundesamt mitgeteilten Konsumausgaben der privaten Haushalte (= 2.180 Mrd. DM) ein Auszug der wichtigsten Freizeitausgaben berechnet. Es ergibt sich danach für das Jahr 2000 ein Ausgabenvolumen von 506,5 Mrd. DM.

Das sind mehr als 23 Prozent der Konsumausgaben der Privathaushalte in Deutschland. Um die wirtschaftliche Bedeutung der Freizeit vollständig würdigen zu können, muss den Inlandsausgaben das Ausgabenvolumen der deutschen Touristen im Ausland von rund 90 Mrd. DM hinzugefügt werden. Das Freizeitbudget privater Haushalte steigerte sich in den westdeutschen Bundesländern von 1965 bis 1995 um etwa 650 Prozent. Innerhalb der gesamtdeutschen Berechnung der Konsumausgaben, welche die Teuerungsrate berücksichtigt, ist nach einem Einbruch im Jahr 1995 nunmehr wieder ein Anstieg der Freizeitausgaben zu verzeichnen. Die ostdeutschen Haushalte verfügen allerdings durchschnittlich nur über 80 Prozent des Einkommens der westdeutschen. Die frühere Berechnung der Freizeitausgaben des Statistischen Bundesamtes wies auch im langfristigen Vergleich erhebliche Unterschiede auf zwischen Haushalten unter-

Tabelle 1:

Freizeitausgaben der privaten Haushalte im Inland 2000

Automobile (Anschaffung, Reparatur, Kraftstoffe: Freizeitanteil hier 50%)	174,5
Restaurants (Freizeitumsatz 2/3)	73
Freizeit-/Kulturdienstleistungen (Kino, Theater, Konzert, Sportveranstaltungen usw.)	69
Zeitungen, Zeitschriften, Bücher	48
Telefon, Post (Freizeitanteil 75%)	38
Garten, Haustiere	36
TV, Video, Radio, Foto u.a.	33
Pauschalreisen	19
Hotel, Gasthof (Übernachtung)	11
Langlebige Gebrauchsgüter für Freizeit und Kultur	5
Freizeitausgaben insgesamt	506,5
Konsumausgaben der deutschen Haushalte insgesamt	2.180

Quelle: Sigurd Agricola, 2001, nach Daten des Statistischen Bundesamtes

schiedlichen Einkommens. Ihr Anteil an den Gesamtausgaben in den westlichen Bundesländern betrug konstant 11 Prozent bei Haushalten mit geringem Einkommen und knapp 15 Prozent bei den Haushalten mit mittlerem und höherem Einkommen. Für die letzte Rechnung (1998, West) bedeutete das in absoluten Zahlen: Ein Haushalt mit niedrigem Einkommen (Rentner, 2 Personen) gab 3.681 DM, ein Haushalt mit höherem Einkommen (4 Personen) 16.119 DM im Jahr für Freizeitaktivitäten aus. Während 1998 die Ausgaben der Haushalte mit höherem Einkommen für Freizeit weiter wuchsen, gingen diejenigen der Rentnerhaushalte mit geringerem und der Familien mit mittlerem Einkommen erstmals zurück.

Die Einkommensschere geht weiter auf: Mehr Menschen verfügen über ein hohes Einkommen aus Erwerbstätigkeit und Erbschaft; größere Bevölkerungsgruppen haben nur ein niedriges Einkommen aufgrund von Arbeitslosigkeit, höheren Belastungen durch den Lebensunterhalt usw. Einschränkungen im Freizeitbudget werden beim Reiseverhalten besonders deutlich. Der Anteil der Nichtverreisenden ist in der Bevölkerungsgruppe mit geringem Einkommen nach einer Untersuchung des Freizeitforschungsinstitutes der British American Tobacco aus dem Jahr 1997 um 20% höher als in der Gruppe der besser Verdienenden. Das Freizeit(market)ideal der Wahlfreiheit ist also keineswegs für alle Bevölke-

Tabelle 2:

Konsumausgaben der privaten Haushalte im Inland nach Verwendungszwecken

in Preisen von 1995, Mrd. DM

Gegenstand der Nachweisung	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Automobile	155,0	156,5	145,5	143,0	145,5	149,5	151,5	157,5	160,5	153,0
Verpflegungsdienstleistungen – Freizeitanteil 75%	71,0	73,0	72,0	72,0	70,5	68,0	68,0	67,5	68,0	68,0
Freizeit und Kulturdienstleistungen	51,0	53,0	52,0	53,0	53,0	54,0	53,0	55,0	59,0	62,0
Nachrichtenübermittlung – Freizeitanteil 75%	22,5	25,0	27,0	37,0	29,0	34,0	34,0	37,0	44,0	50,0
Zeitungen, Bücher, Schreibwaren	39,0	39,0	39,0	38,0	39,0	39,0	41,0	40,0	42,0	42,0
Audiovisuelle, fotografische u. Informationsverarbeitungsgeräte u. Zubehör, einschl. Reparaturen	34,0	35,0	34,0	33,0	33,0	33,0	33,0	35,0	36,0	38,0
Geräte u. Artikel für Freizeitwecke; Garten-erzeugnisse, Verbrauchsgüter für Gartenpflege, Haustiere	33,0	33,0	32,0	33,0	33,0	34,0	34,0	34,0	35,0	36,0
Pauschalreisen	13,0	14,0	14,0	16,0	17,0	17,0	16,0	17,0	17,0	18,0
Beherbergungsdienstleistungen	11,0	11,0	11,0	11,0	11,0	10,0	10,0	10,0	10,0	11,0
Andere größere langlebige Gebrauchsgüter für Freizeit und Kultur	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	5,0	5,0
Freizeitausgaben insgesamt	433,5	443,5	430,5	440,0	435,0	442,5	444,5	457,0	476,5	483,0
Konsumausgaben der priv. Haushalte im Inland	1823,0	1864,0	1857,0	1867,0	1901,0	1920,0	1936,0	1971,0	2028,0	2059,0

Quelle: Sigurd Agricola nach Daten des Statistischen Bundesamtes, 2001

rungsschichten erreicht. Diese wird über die Geldmittel hinaus durch soziale, kulturelle und ethnische Benachteiligungen bestimmter Bevölkerungsgruppen eingeschränkt. Für die Freizeitwirtschaft gewinnt die Preisgestaltung wieder mehr Bedeutung. Gute Umsätze werden mit teuren oder billigen Angeboten gemacht; die mittlere Preisklasse schwindet. Das Gastgewerbe ebenso wie der Einzelhandel machen diese Erfahrung bereits seit einigen Jahren. Daneben gibt es einen Bedarf für Angebote zur Abfederung marktwirtschaftlicher Härten durch Non-Profit- und öffentliche Anbieter.

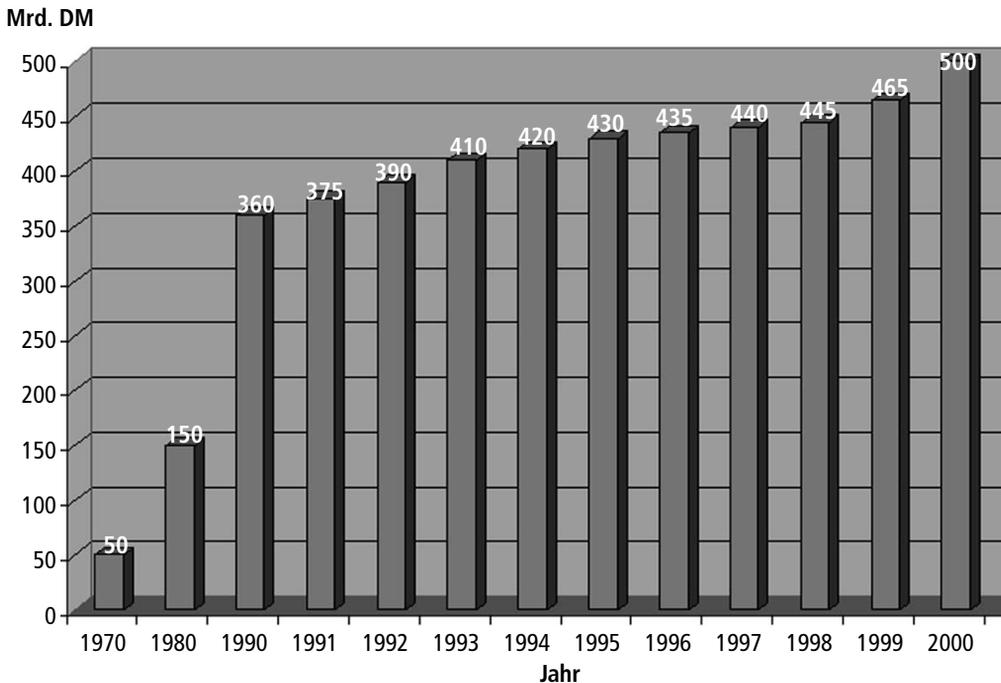
Freizeitindustrie – Überblick über den Wirtschaftsbereich Der Begriff Freizeitindustrie wird oft in kulturkritischer Bedeutung für das Gesamtfeld kommerzieller Freizeitangebote gebraucht. Der Begriff suggeriert den Eindruck von Homogenität und Geschlossenheit, was jedoch der Wirklichkeit nicht entspricht. Freizeitindustrie im eigentlichen Sinne sind die Freizeitgüter produzierenden Unternehmen, obwohl die meisten Branchen nicht ausschließlich „Freizeitprodukte“ herstellen.

Ähnlich wie „Tourismusindustrie“ steht aber der Begriff „Freizeitindustrie“ überwiegend für Dienstleistungsunternehmen. Sachlich richtiger wäre der Begriff „Freizeitwirtschaft“. Nicht übersehen werden sollte, dass auch durch den Einsatz von Freizeit für das Ehrenamt Wertschöpfung entsteht. Diese dürfte im Jahr etwa 5 Mrd. DM betragen. Die Freizeitindustrie erwies sich bislang als wirtschaftliches Wachstumsgebiet. Die Freizeitumsätze stiegen im Jahr 2000 auf mindestens 500 Mrd. DM. Innerhalb der letzten 50 Jahre sind diese Umsätze um etwa 1.000 Prozent gestiegen (siehe Abbildung 2).

Die Branchen der Freizeitwirtschaft sind eine bunte Sammlung von Wirtschaftsbereichen, die oft nicht mehr miteinander gemein haben als ihre Tätigkeit im Freizeitbereich. Viele von ihnen sind nur zu einem Teil freizeitorientiert. Die für Freizeit und im Freizeitbereich tätigen Unternehmen verstehen sich überwiegend nicht als Teil der Freizeitindustrie oder der Freizeitbranche. Wenn sie Industriebetriebe sind, rechnen sie sich zu ihrer Branche (z.B. Metall- oder Textilverarbeitung), sonst zur entsprechenden Dienstleistungsbranche (Sport-, Musik-, Buch-, Elektronik-Einzelhandel, Schausteller, Gastronomie usw.). Sichtbar sind allerdings Tendenzen zur Kooperation von Unternehmen bislang nicht zusammenhängender Angebotsfelder (Shoppingcenter, Innenstadterneuerung, Urban Entertainment Center). Heterogen sind übrigens auch die Unternehmensgrößen und -strukturen. Es überwiegen die kleinen und mittleren Unternehmen. Tabelle 3 listet die wichtigsten Freizeitwirtschaftsbereiche auf. Die von der DGF vorgenommene Schätzung des Umsatzes der Freizeitwirtschaft umfasst auch den Bereich der öffentlichen Ausgaben und der Solidaritätswesens. Die angegebene Gesamtumsatz-ziffer liegt an der unteren Grenze des tatsächlichen Umsatzes.

Die Zahl der Arbeitsplätze in der Freizeitwirtschaft wuchs nicht dem Wachstum entsprechend. Es wurden mehr weniger anspruchsvolle Arbeitsmöglichkeiten für Hauptberufliche, Teilzeittätige, geringfügig Beschäftigte und Nebenberufliche als hochwertige Arbeitsplätze geschaffen. Jedoch stieg auch deren Zahl sowie die Betätigungsmöglichkeiten für Unternehmer und Freiberufliche. Wenn auch die Freizeitwirtschaft wegen ihres erhöhten Risikos mit Personal sehr sparsam umgeht, ist ihr Arbeitsmarktpotenzial beträchtlich. Eine Berechnung durch die Deutsche Gesellschaft für Freizeit kam im Jahr 2000 auf 6,9 Mio. freizeitbezogene Arbeitsplätze. Freizeitwirtschaft trägt somit nicht nur zur Verbesserung des Freizeitwertes als weichem Standortfaktor bei, sondern schafft auch Arbeitsplätze. Sie kann bei entsprechenden Voraussetzungen auch in angrenzenden Wirtschaftsbereichen (z.B. Gesundheit: Wellness; Landwirtschaft: Ferien auf dem Bauernhof, erweiterte Möglichkeiten der Selbstvermarktung, Erlebnisbauernhof, Landschaftspflege) Arbeitsplätze sichern helfen (siehe Tabelle 4).

Abbildung 2:
Freizeitumsätze im Jahr



Quelle: Sigurd Agricola, 2001, und Deutsche Gesellschaft für Freizeit „Freizeit in Deutschland. Freizeitrends 2000plus“, Ergänzungsband 2001, Erkrath 2000

Neue Freizeitangebote entstanden früher überwiegend durch Intuition, Kreativität, günstige Konstellationen oder Zufall. Heute kann ohne professionelles Handeln kein andauernder Erfolg mehr erreicht werden. An die Unternehmen werden hohe Ansprüche gestellt, die ein planmäßiges Arbeiten (hierzu gehören auch Öko-Belange) notwendig machen. Das belastet vor allem kleinere und mittlere Unternehmen, die das Rückgrat der Freizeitwirtschaft bilden. Von ihren Verantwortlichen und Mitarbeitern werden nicht nur eine qualifizierte Ausbildung, sondern ständige Fortbildung und Erweiterung ihrer Spezialkenntnisse erwartet. Hierzu werden mithilfe der modernen Medien von Fach- und Interessenverbänden, der öffentlichen Hand und Unternehmen Wissensnetzwerke aufgebaut.

Tabelle 3:

Die deutsche Freizeitwirtschaft 1999

Umsatzzahlen in Mrd. DM (Auswahl)

Freizeitmarkt insgesamt, mindestens 465 Mrd. DM

Die Branchen in Mrd. DM

Automobilverkauf**	199,8	Spielzeug, Spielwaren (Herstellung)	6,0
Freizeitverkehr ***	160,0	Caravans, Wohnwagen	5,9
Reisen	137,4	Heimtierbedarf	5,4
darin Auslandsreisen	86,0	Theater; Musicals	5,2
Tagestourismus, Ausflüge	126,9	Veranstaltungswirtschaft**	5,2
Telekommunikationsdienste*	100,0	phonographischer Markt	4,9
Gastgewerbe (Freizeitsatz)	61,0	Spielzeug, Spielwaren (Handel)	4,9
Heimwerk (Do it yourself)	77,0	Souvenir-Wirtschaft, Fanartikel	4,6
Glücksspiele	36,0	Fitnessanlagen	4,5
(Wetten, Lotterien, Spielbanken)		Basteln und Hobby, Handarbeiten	4,0
Konsumelektronik insgesamt	34,1	Wassersport	3,1
Rundfunk, Fernsehen (Gebühren,	21,0	Entertainment-Software	3,1
Werbeeinnahmen, Sponsoring)		Outdoor-Markt	2,9
Buchverkauf**	18,04	Sportveranstaltungen	2,2
Kuren	16,9	Videoprogramme (Verk./Verleih)	1,8
Unterhaltungselektronik insgesamt	16,4	Campingplätze	1,8
Sportartikel (Handel)	15,0	Licht-, Ton-, Veranstaltungstechnik	1,8
Zweirad (Hersteller, Handel)	15,4	Schausteller	1,7
Heimcomputer inkl. Peripherie	13,2	Kino/Filmtheater	1,6
Pflanzen, Blumen	12,0	Videospiele, -konsolen	1,4
Freizeitvereine (Wertschöpfung)***	9,5	Musikinstrumente (Handel)	1,4
Landschaftsbau**	9,3	Musikinstrumente (Herstellung)	1,0
kommunale Kulturausgaben	8,5	Golfanlagen	1,0
Photo-Amateur-Markt	6,4	Freizeitbäder	0,9
Fahrrad-, Sport-, Campingartikel (Handel)	7,3	Freizeit- und Erlebnisparks	0,8
Münzspiel (Herst., Import, Handel)	7,2	Saunaanlagen	0,4

* Freizeitanteil nicht bekannt **darin auch Nichtfreizeit-Umsätze *** Schätzung

Anmerkung: Wegen vielfacher Überschneidungen und der Tatsache, dass in den Freizeitbranchen auch Nicht-Freizeit-Umsätze getätigt werden, kann das Gesamtumsatzvolumen für Freizeit nicht durch Aufrechnung der vorstehenden Daten ermittelt werden.

Tabelle 4:

Arbeitsplätze im Freizeitbereich

Voll-, Teilzeit- und geringfügig Beschäftigte	1982	2000
Tourismus Tourismusindustrie, Reiseveranstaltungen und -vermittlung (Reisebüros), Fremdenverkehr, Gaststätten- und Beherbergungsgewerbe, Kur- und Bäderwesen	1.500.000	2.800.000
Freizeitmobilität Herstellung und Handel von Autos, Krafträdern, Fahrrädern; Tankstellen; Straßenverkehrsgewerbe, Bahnen und sonstige Dienstleistungen	1.200.000	1.230.000
Sport Sportartikelindustrie, Camping, Caravaning, Jachtbau, Sportorganisationen, Bäder, Sport- und Fitnessanlagen	66.000	615.000
Printmedien Herstellung und Handel von Büchern, Zeitschriften, Zeitungen, Büchereien, Lesezirkel	458.000	555.000
Kulturbetrieb Kino, Theater, Orchester, Bühnen, kulturelle Einrichtungen, Veranstaltungs- wesen; Entertainment, Freizeitparks, Schaustellergewerbe	76.000	400.000
elektronische Medien, Film, Foto Herstellung und Handel von Radio, Fernsehen; Film, Video (Herstellung, Verleih, Vertrieb), Filmtheater; Produktion und Sendung von TV-, Radio-, Videoprogrammen; Herstellung und Handel von Foto- und Filmgeräten	244.000	437.000
Grün und Tiere öfftl. Park- und Gartenanlagen, Gartenpflege, -bau, Haustiere, Forst- und Jagdwirtschaft, Handel mit zoologischem Bedarf, Pflanzen, Blumen	179.000	155.000
Do-it-yourself Heimwerkerbedarf, Hobby, Do-it-yourself, Handarbeiten (Handel); Sammlerbedarf/-handel	62.000	210.000
Spielen Spielwarenindustrie, Spielautomatenbetriebe, Spielbanken, -clubs, Wett-, Lotteriewesen	47.000	103.000
Beschäftigte insgesamt	3.900.000	6.942.000

Gegenüber der früheren Berechnung sind weitere Branchen einbezogen worden. Außerdem ist die Datenlage in einigen Branchen heute besser als im Vergleichsjahr.

Quelle: Deutsche Gesellschaft für Freizeit „Freizeit in Deutschland. Freizeittrends 2000plus“, Ergänzungsband 2001, Erkrath 2000

Ergebnis der Wirtschaft: Freizeitinfrastruktur

Der Wohlstand einer Gesellschaft lässt sich nicht zuletzt an der „Freizeitinfrastruktur“ (= private und öffentliche Vorkehrungen und Geräte für Freizeit) ablesen. Da es einen amtlichen Überblick über die Freizeitinfrastruktur nicht gibt, entbehren Diskussionen über Defizite und ökologische Auswirkungen der Freizeitinfrastruktur einer soliden Grundlage. Die hier zitierten Daten der Deutschen Gesellschaft für Freizeit geben einen Überblick, ohne etwas über die Qualität im Einzelnen auszusagen, und zeigen den großen Umfang der Freizeitinfrastruktur. Angesichts der Größe und Bedeutung dieses Feldes sind die Kenntnisse über Nutzung und Auslastung der Freizeitmöglichkeiten ziemlich dürftig. Das lässt sich auch für den Flächenbedarf und die ökologischen Auswirkungen sagen. Genauere Erkenntnisse liegen nur für Teilbereiche oder Einzelangebote vor.

Tabelle 5:
Freizeitanbieter in Deutschland

Bereich	Zahl der Anbieter		Bereich	Zahl der Anbieter	
	2000	1995		2000	1995
Sport / Fitness / Bäder	589.882	520.000	Freizeitmobilität	133.781	150.000
Gemeinschaft / Geselligkeit	453.652	110.000	Unterhaltung	97.681	80.000
Gastronomie	355.490	170.000	Einzelhandel	64.616	80.000
Kultur	218.431	160.000	Jugend	34.000	30.000
gesamt (ohne Natur, Umwelt, Grün)				1.947.533	1.300.000

Quelle: Deutsche Gesellschaft für Freizeit „Freizeit in Deutschland. Freizeittrends 2000plus“, Ergänzungsband 2001, Erkrath 2000

Tabelle 6:
Freizeitinfrastruktur in Deutschland im Raum

Freizeitflächen			Verkehrswege		
Fläche der Bundesrepublik	357.022 km ²		überörtliche Straßen	231.074 km	
freie Landschaft	86,1%		Radwege	38.000 km	
Siedlungsfläche	11,3%		Wanderwege	190.000 km	
Wald	29,2%		Eisenbahnen, Betriebslänge	42.168 km	
Wasser	2,2%		Wasserstraßen (Flüsse, Kanäle)	7.467 km	
Erholungsfläche	0,6%		Kanugewässer	37.000 km	
Naturschutzflächen					
	Zahl	Fläche in km ² *)		Zahl	Fläche in km ² *)
Nationalparke	13	7.332	Naturparke 76		66.777
Biosphärenreservate	11	15.811	Feuchtgebiete mit intern. Bedeutung	32	6.712
Naturschutzgebiete	6.202	8.242	Naturwaldreservate	678	250
Bevölkerungsdichte			Wohnfläche		
Einwohner je km ²	230		pro Person insgesamt	38,4 m ²	
Privathaushalte	37.532.000		West	39,8 m ²	
			Ost	35,2 m ²	

*) Die Flächen können nicht summiert werden, da teilweise Überschneidungen vorkommen.

Quelle: Deutsche Gesellschaft für Freizeit „Freizeit in Deutschland. Freizeittrends 2000plus“, Ergänzungsband 2001, Erkrath 2000

Der Trend bei Freizeiteinrichtungen, im Medienbereich, in der Unterhaltungselektronik, im Sportartikelhandel, im Fastfoodsektor, im Tourismus und im Unterhaltungssektor geht seit langem in Richtung Spezialisierung und/oder Konzentration. Eine andere Tendenz ist es, Outdoormöglichkeiten witterungsunabhängig unter Dach zu bringen, vom Schwimmbad bis hin zur Skipiste. Die Erlebnisorientierung („Shop-o-tainment“) des Handels führt zur Bildung von Einzelhandels- und Freizeitzentren. Rückgänge verzeichneten im letzten Jahrzehnt die bedarfswirtschaftlichen gegenüber den nachfrageorientierten (öffentlichen bzw. gemeinnützigen) Freizeiteinrichtungen. Öffentliche Freizeiteinrichtungen der Kommunen wurden daher abgestoßen, geschlossen oder umorganisiert.

Tabelle 7:

Nutzung und Besuch von Freizeitangeboten im Jahr

Besucher – Nutzer – Teilnehmer			
	Mio.		Mio.
Restaurants	7.400,0	Erlebnisparks	21,0
Entleihungen in öfftl. Büchereien (98)	324,0	EXPO 2000	18,0
Volksfeste	220,0	Internetnutzer	18,3
Bäder (öffentlich)	160,0	Erlebnisbäder	16,4
Kinos	149,0	Messen, Regionalausstellungen	10,1
Museum (1998)	95,3	Fußballbundesliga	9,3
Freizeitveranstaltungen (mind. 1x jährl.)	55,0	Fitness-Studios (Mitglieder)	4,27
Theaterbesuche	43,0	Volkssportveranstaltungen	3,1
Multiplex-Kinos	34,4	Festspiele	1,3
Theater (1997/98) öfftl. und priv.	32,1	Konzerte von Kulturorchestern	1,2
Sauna	23,0	Musikschüler	0,87

Quelle: Deutsche Gesellschaft für Freizeit „Freizeit in Deutschland. Freizeittrends 2000plus“, Ergänzungsband 2001, Erkrath 2000

Ein bedeutendes wirtschaftliches und ökologisches Problem ist die notwendige Erneuerung der Freizeitinfrastruktur. Während eine private bzw. privat betriebene Infrastruktur in der Regel durch ihre Besitzer ständig erneuert wird, sind Teile der öffentlichen Freizeitinfrastruktur erheblich erneuerungsbedürftig. So berechnete das Deutsche Institut für Urbanistik (2000) einen Erneuerungsbedarf allein für öffentliche Sportstätten von 36,2 Mrd. DM. Trotzdem wird weiterhin mehr Wert auf die Neuschaffung von vor allem spektakulären Freizeiteinrichtungen gelegt als auf die Instandhaltung der vorhandenen, wird bei der Diskussion neuer Einrichtungen die spätere Belastung durch Innovation vernachlässigt. Großprojekte (z.B. EXPO, Fußball-WM, Olympische Spiele) werden mit ihren positiven Folgewirkungen für Volkswirtschaft und (neue) Infrastruktur dargestellt – ohne Verweis darauf, dass die breite Bevölkerung sie nicht nutzen kann und dass die vom Steuerzahler aufzubringenden Mittel an anderer Stelle für Alltagsangebote fehlen werden. Das einmalige, meist sehr spezialisierte Produkt steht im Vordergrund des Interesses. Das Einzelereignis prägt das öffentliche Bewusstsein, was zu einer Überbetonung der Events nicht nur im Freizeitbereich führte. Die Kurzfristigkeit des „Eventdenkens“ führt zum Wegfall von Planungs- und Angebotskontinuität und birgt in sich die Gefahr von Überangeboten. Unerlässliche bzw. vorteilhafte Vernetzungen von Infrastrukturanforderungen werden vernachlässigt oder gar nicht beachtet.

Ausgewählte Felder der Freizeitwirtschaft

Angebote für Outdoor-Tätigkeiten Viele Außer-Haus-Tätigkeiten haben in einem Land wie Deutschland gleich eine in die Millionen gehende Anhängerschaft. Die dabei führenden außerhäuslichen Bewegungstätigkeiten stoßen eine rege wirtschaftliche Tätigkeit an. Durch die Auffäche-

rung traditioneller sowie die Entwicklung neuer Sportarten trat neben das in Deutschland entstandene Turnen, die Gymnastik und den Kraftsport die Fitnessbewegung mit zahlreichen Varianten. Am Beispiel des Wintersports wird die Auffächerung von ursprünglichen Sportarten besonders deutlich:

- *Früher*: Rodeln; *heute*: Spaßrodeln, Snowrafting, Rennrodeln, Bobfahren, Skibobfahren, Hundeschlittenrennen
- *Früher*: Langlauf (ungespurt), Skitouren, Winterwandern, Schneeschuhlauf, Abfahrtslauf (unpräparierte Hänge) ohne Aufsteighilfen; *heute*: Loipenlanglauf: klassisch oder freie Technik/Skating; Snowshoeing (Schneeschuhlaufen); Alpinskifahren, Carving, Variantenskifahren, Slalom, Hochgeschwindigkeitsfahren, Firngleiten, Sommer-Gletscher-Skilanglauf, Heliskiing, Grasskilanglauf, Monoskiing, Bigfoot, Snowboarden
- *Früher*: Schlittschuhlauf, Eisstockschießen, Klettern; *heute*: Eishockey, Eiskunstlauf, Eistanz, Eisschnelllauf, Eissegeln, Eissurfen, Eisstockschießen, Eiscanyoning (Eisfallklettern)

Tabelle 8:

Besondere Anhänger von Freizeittätigkeiten außer Haus

Tätigkeit	Anhänger Mio.	Tätigkeit	Anhänger Mio.
Spaziergehen	19	Kegeln	4
Kurzreisen, Ausflüge	18	Auto, Motorrad, Mofa	4
Radfahren	17	Fußballspielen	3,5
Schwimmen	10	Saunabesuche	3,5
Gartenarbeit	9	Besuch von Spielstätten	3,2
Wandern	7	Segeln, Surfen	3
Ausgehen (Tanzen, Disko)	7	Tennisspielen	3
Stammtisch	7	Tauchen	2,7
Camping	7	Inlineskating	2,4
Besuch von Sportveranstaltungen	5	Jogging	2
Skilaufen	5	Reiten	2
Fitness	5	Laufen, Jogging	2
Besuch von Kulturveranstaltungen	5	Reiten, Pferdepflege	2
Besuch von Popveranstaltungen	4,5	Angeln	1
Kinobesuche	4	Volleyballspielen	1

Quelle: Deutsche Gesellschaft für Freizeit „Freizeit in Deutschland. Freizeittrends 2000plus“, Erkrath 1999

Hersteller bieten für alle Sportarten Geräte und Accessoires (Outfit/Kleidung, Schuhe, Kopfbedeckungen, Uhren, Messgeräte, Taschen/Bags etc.) an, die zugleich Anreize zur Leistungssteigerung geben. Durch Letztere entstehende Sicherheitsprobleme müssen durch immer neue technische Lösungen gemildert werden. Clevere und Hightech-Kleidung, die gleichzeitig wärmt und kühlt, sowie mobile Unterkünfte, die kaum noch etwas wiegen, werden aus „intelligenten Materialien“ hergestellt. Die schnelle

Verbreitung des Handys ermutigt zu Weiterentwicklungen, wie so genannte Smart-Clothes und Intelligence Fashion: In Kleidung integrierte Computer vermitteln über Telekommunikation Informationen für die jeweiligen Tätigkeiten (Messen von Leistungen, Spezialinformationen, Leitsysteme usw.). Am Umsatz des Sportartikelhandels (15,0 Mrd. DM) ist der Outdoor-Markt mit 2,9 Mrd. DM beteiligt. Für den Wassersport (Boote etc.) gaben die Deutschen im Jahr 1999 3,1 Mrd. DM aus.

Die Möglichkeiten, Freizeit außerhalb der Wohnung zu verbringen, sind, wie in Tabelle 9 (im Anhang) gezeigt, Legion. Viele Freizeiteinrichtungen werden gewerblich betrieben, wenn auch nicht immer in Gewinnabsicht. Eine volkswirtschaftliche Berechnung von Folgekosten der Freizeitinfrastruktur muss das gesamte Freizeitangebot berücksichtigen.

Events Neben die Freizeitorte für Eigenaktivität ist eine wachsende Zahl von Einzelveranstaltungen (Events) getreten, welche die Tradition kultureller, unterhaltender und sportlicher Veranstaltungen aufnehmen und „überhöhen“. Der Event befriedigt die Erwartungen der Menschen nach außergewöhnlichen Erlebnissen in Kultur und Sport, beim Einkauf, bei der Fortbildung und in der Politik. Großveranstaltungen ziehen die Menschen an. Allein die mehr als 10.000 jährlich wiederkehrenden Volksfeste (Jahrmärkte, Kirmes, Schützenfest, Weihnachtsmärkte) sowie Stadt- und Stadtteilstädte, Kultur- und sonstigen Aktionen haben schätzungsweise 250 Millionen Besucher im Jahr. Spektakuläre Einzelveranstaltungen mobilisieren die Hälfte einer Bevölkerung. Für den Besuch von Veranstaltungen (Kino, Theater, Konzert, Fest usw.) werden etwa 150 Millionen Ausflüge im Jahr gemacht. Die neue Musical-Szene leistet dazu einen besonderen Beitrag ebenso wie das Festspielwesen mit inzwischen 1.800 Veranstaltungen und mindestens 1,6 Millionen Teilnehmern. Sportveranstaltungen stehen mit einem Wert von 2,2 Mrd. DM zu Buche. Selbst Wahlkämpfe sind ohne Events nicht mehr denkbar. Messeplätze sind in der Regel auch Orte für Einzelveranstaltungen aller Art. Ihre Zahl und die Ausstellungsflächen überregionaler Messerveranstaltungen, die zum Teil Freizeitfachausstellungen oder Verbrauchermessen (= beliebte Freizeitveranstaltungen) sind, wurden ständig erweitert. 1999 wurden bei einer Ausstellungsfläche von insgesamt 2,4 Mio. m² rund 10,1 Mio. Besucher gezählt. Freizeit und neue Techniken lassen künstliche Welten im realen Raum und die Erzeugung künstlicher Realitäten expandieren. Es werden immer größere reale Erlebniswelten mit immer umfangreicheren und technisch raffinierteren Geräten und Ambientes geschaffen: Computer- und Videospielestätten, Light-, Akustik-, Großvideo-, Multimedia- und Laser-Shows, neuartige Kinotechniken (z.B. Rundum-Kino, 3D-Kino, Imax-Filme, -geräte und -kinos). Großkinoanlagen und Multiplex-Kinos haben durch ihre Ausstattung dem Kino zu einer neuen Blüte verholfen.

Medien- und Eventkultur sorgen zudem für eine Wandlung der realen Umwelt unter dem Aspekt des Erlebnisses, des einmaligen oder dauernden Erlebnisanreizes.

Freizeitgroßeinrichtungen Freizeit als privatwirtschaftlicher Investitionssektor gerät seit einiger Zeit zunehmend in das Interesse von Anlegern. Auslöser dieser Entwicklung ist der Rückgang anderer Immobilienanlagemöglichkeiten und das gestiegene Interesse an Freizeitgroßanlagen. Besonders im Blickpunkt sind Freizeiteinrichtungen mit industrieähnlicher Größenordnung und Struktur sowie hohem Investitionsbedarf, nicht zuletzt in Verbindung mit der Umnutzung vorhandener, brach liegender Immobilien. Dieses Interesse ist zu einseitig ausgerichtet, denn Investitionsnotwendigkeiten und -möglichkeiten gibt es gerade auch im Bereich kleiner und mittelständischer Unternehmen.

Da der größte Teil der Freizeitinfrastruktur aus kleineren Einheiten besteht, fallen Großanlagen besonders auf und gewinnen Symbolstatus („Kathedralen der Freizeitgesellschaft“, Opaschowski 1998), obwohl sie nur einen kleinen Teil der Freizeitfläche benötigen und des Freizeitumsatzes bewirken. Freizeit- und Erlebnisparks erfreuten sich seit vielen Jahren gleicher Beliebtheit, verzeichneten aber in den letzten Jahren

Abbildung 3:

Megatrend in der Entwicklung von Freizeitinfrastruktur



Quelle: Sigurd Agricola, 2001

Rückgänge. Die Entwicklung der Erlebniseinrichtungen ist, wie Abbildung 3 und Tabelle 11 zeigen, wesentlich komplexer, als es die Schlagwörter vermitteln.

Die Kombination von Freizeitangeboten auf einem gemeinsamen Areal – „Park“ – hat in Europa Tradition: Schlossgärten, Bürgerparks, Kurparks, Tierparks, Botanische Gärten, Vergnügungsparks („Tivoli“). Auch Volksfeste und Jahrmärkte standen Pate für die modernen Freizeit- und Erlebnisparks, Freizeit- und Sportparks, Ferienparks, Gewerbe-, Wohn- und Mediaparks. Höhepunkte des Parkkonzepts sind Großprojekte wie die Internationale Bauausstellung „Emscherpark“ im Ruhrgebiet und die EXPO 2000 in Hannover mit ihrem Themenpark.

Eine andere Tendenz ist die der Vergrößerung von Freizeitspezialanlagen zu Freizeitgroßeinrichtungen: Großveranstaltungshallen/Arenen, Freizeitwelten, Feriententren, Spaß- und Erlebnisbäder, Großdiskotheken, Multiplex-Kinos.

Konzentrationen und Freizeitgroßeinrichtungen entstehen aus sehr unterschiedlichen, meist sachlich begründeten Ursachen. Dazu rechnen durchaus auch Machtausübung und Freude am Gigantischen. Doch würde das allein den Aufwand nicht rechtfertigen. Eine Grundursache für Konzentration ist der Wunsch des Menschen nach Gesellschaft mit anderen Menschen, verbunden mit Neugier und der Suche nach Orientierung, Erlebnissen und Sensationen. Die Ansammlung von Angeboten ist Empfehlung für den Suchenden: Dort, wohin viele Menschen kommen, muss auch Qualität zu finden sein. Konzentrationen sind weiterhin eine Reaktion auf die Massenhaftigkeit von Freizeitgestaltung und den Wunsch der Freizeiter nach Vielfalt, Wahlfreiheit und Spontaneität. Denn Konzentrationen erleichtern das Finden und Wiederfinden von Angeboten und Möglichkeiten. Sie erleichtern aber auch dem Anbieter das Marketing: Größere und komplexere Einheiten lassen sich leichter vermarkten. Konzentrationen im Freizeitbereich sind somit als Rationalisierungsmaßnahmen zu verstehen. Durch sie wird die Organisation von Angeboten effizienter, es werden weniger qualifizierte Arbeitskräfte benötigt und das Rund-um-die-Uhr-Angebot wird erleichtert. Die Vielfalt des Gesamtangebotes fördert die Einzelangebote. Die Wahlmöglichkeiten für den Freizeiter wachsen bei geringerem Mittel- und Mobilitätseinsatz.

Auch ökologische Gesichtspunkte können für Konzentrationen geltend gemacht werden. Die Zunahme von Freizeitaktivitäten und deren Flächenbedarf und Folgeerscheinungen (z.B. Zuschauer, Verkehr, Müll usw.) erfordert eine Entlastung der Fläche durch Konzentration: Konzentration als Planungsinstrument für mehr Umweltverträglichkeit. Allerdings ist damit das ökologische Problem Nr. 1 von Konzentrationen, das erhöhte Ver-

kehrsaufkommen, nicht aus der Welt geschafft. Großräumige Outdoor-möglichkeiten unter Dach erzeugen jedoch, wie das Beispiel der neuen Schalke-Arena zeigt, etwa durch einen hohen Lärmpegel auch Umweltprobleme im Inneren oder fordern einen höheren Energiebedarf – siehe am Beispiel von Eis- und Skihallen die Eis- und Schneeherstellung. Die 280 Einkaufszentren in Deutschland zeigen allenthalben das Eindringen der Erlebniskultur und von Freizeitangeboten. Eine Sonderform ist das Urban Entertainment Center, welches als in den USA entwickelte, erlebnisorientiert gestaltete, komplexe Anlage Handelsangebote mit Freizeiteinrichtungen auf einem Areal verbindet. Die Vermischung bedeutet nicht nur, dass die Handelsangebote Erlebniseinkauf ermöglichen, sondern dass auch die Freizeitangebote handelsorientiert betrieben werden (Merchandising). Angestrebt ist eine größtmögliche Vielfalt des Angebotes aus einem Guss in Planung und Management (deutsche Beispiele: CentrO Oberhausen; Stuttgart International).

Trotz der nicht unerheblichen Risiken für den Einzelunternehmer bleibt auch in Zukunft die Investition in den Freizeitbereich wegen des hohen Besucher- und Ausgabenpotenzials hoch interessant.

Freizeitmobilität Freizeit verbindet sich im Lauf der Zeit fast untrennbar mit Mobilität sowohl durch Fortbewegungsmittel als durch Medien (reale und virtuelle Mobilität). Dabei steigen die Distanzen (selbst für Ausflüge) wie auch die Geschwindigkeiten bis hin zu Echtzeitangeboten der Medien. Trotzdem verschwinden die traditionellen sozialen und kulturellen Bindungen nicht, wird weiterhin deren Wirksamkeit erwartet (z.B. verlässliche Zeitstrukturen, soziale Sicherung, Verwandtschaftsbeziehungen,

Tabelle 10:
Freizeitmobilität

Veranstaltungsbesuch in den letzten 2 Jahren mit mindestens 50 km Anreise in %			
	2000	1999	1998
Freizeitpark (z.B. Hansa Park, Euro Disney, Movie World)	8,4	8,5	7,8
Musical (z.B. Cats, Miss Saigon, Starlight Express)	8,1	8,4	8,1
Sportveranstaltung	8,1	8,2	7,7
Verbrauchermesse	7,8	7,8	7,6
Pop-Konzert	7,4	7,6	7,1
Volksfest (z.B. Münchner Oktoberfest)	6,6	6,3	5,9
klassisches Konzert/Theater/Oper	4,2	4,1	3,9
kein Veranstaltungsbesuch	66,8	67,5	68,2

1998 N = 28.633 Personen über 14 Jahre; 1999 N = 31.337 Personen über 14 Jahre;
2000 N = 31.106 Personen über 14 Jahre

Quelle: Deutsche Gesellschaft für Freizeit, 2000, nach Daten der Verbraucher-Analysen 1998, 1999 und 2000

Freundschaften). Ein nicht unbeträchtlicher Teil der Mobilität entsteht durch Besuche von Freunden und Verwandten.

Freizeit erzeugt Mobilität; Mobilität erzeugt Freizeittätigkeiten. Die Auffächerung der Freizeitmöglichkeiten schafft mehr Freizeitverkehr. Freizeitmobilität ist der größte Ausgaben- und Umsatzposten der Freizeitwirtschaft.

Das Zu-Fuß-Gehen ist weiterhin beliebt: Spaziergang, Flanieren, Wandern, Trekking und Bergsteigen. Die Freizeitindustrie, insbesondere die Sportartikelindustrie, liefert dazu – wie schon gesagt – die notwendige Kleidung, das Schuhwerk (Citywalker, Wanderschuhe, Trekking-Boots und Kletterschuhe), Accessoires und – soweit erforderlich – Geräte. Freizeit und Bewegungsspaß gaben den Anstoß für die Entwicklung neuer Ver-

Tabelle 11:

Neuartige Freizeitanlagen

Ferien-/touristische Anlagen große und witterungsunabhängige Anlagen mit attraktiver Vielfalt	
<ul style="list-style-type: none"> • Mega-Ferienresorts • witterungsunabhängige Feriencentren • Freizeitparks mit Beherbergung und erweiterter Freizeitangebotspalette 	<ul style="list-style-type: none"> • kombinierte Glücksspiel-, Unterhaltungs-, Spiel-, Shopping- und Beherbergungskomplexe • kombinierte Anlagen mit Bungalows, Freizeiteinrichtungen und Sportboothäfen • Kurangebote für Gesundheitstouristen
Gesundheitseinrichtungen/Sportanlagen erweitertes Angebot bei gleichzeitiger Spezialisierung und Thematisierung	
<ul style="list-style-type: none"> • Freizeit- und Erlebnisbäder • thematisierte Saunalandschaften • multifunktionale Sportzentren 	<ul style="list-style-type: none"> • Erlebnissportanlagen • gigantische, witterungsunabhängige Großanlagen
Kultur- und Unterhaltungsangebote Edutainment bzw. Infotainment-Konzepte – Science Center	
<ul style="list-style-type: none"> • Bildung mit Unterhaltung • kombinierte Kultur-, Erholungs-, Gastronomie- und Beherbergungskomplexe • Museen, verbunden mit Freizeitwelten • erlebnisorientierte Multiplex-Kinos • Großarenen als Veranstaltungszentren • Themengastronomien 	<ul style="list-style-type: none"> • Gastronomie-, Einkaufs- und Freizeitpassagen • professionelle Film-Themenparks oder Studio-Parks • mediale Spiel-, Unterhaltungs- und Themenparks • Freizeitparks des Technologiezeitalters • Aquarien • überdachte Zooanlagen
Neue Handelsformen	
<ul style="list-style-type: none"> • Verbindung von Einkaufs- oder Fachmarktzentren mit kleineren Freizeitparks oder ergänzenden Freizeiteinrichtungen 	<ul style="list-style-type: none"> • thematisierte Einzelhandels-Erlebnismilein • "Festival Retailing" • Urban-Entertainment-Centers
Quelle: Deutsche Gesellschaft für Freizeit, 1998, nach Carl O. Wenzel, Freizeitunternehmensberatung Wenzel & Partner, Hamburg	
Destinationen – Zielorte/-regionen quasi authentische, echte Orte als Kommunikationsinstrumente: "Reale Kunstwelten – Künstliche Realwelten"	
<ul style="list-style-type: none"> • Detail-orientierte (Realität kopierende, künstliche) Destinationen • Unternehmens-/Marken-Welten (Autowelt) 	<ul style="list-style-type: none"> • Museen/Expos/Visitor Center • Kombinationen der Themen-Destinationen

Quelle: Deutsche Gesellschaft für Freizeit, 1998, nach Thomas Sevcik, arthesia Berlin

kehrgeräte wie Inlineskates als Fortentwicklung des Rollschuhs und von Kickboards/Skooter als Mutation des Rollers. Das Inlineskating ist schnell zu einer beliebten Bewegungsform mit etwa 2,4 Millionen festen Anhängern geworden. Am weitesten verbreitet als muskelbetriebenes Freizeitgefährt ist das Fahrrad, das in fast allen Haushalten (meist im Keller stehend!) in verschiedenen Typen zu finden ist: Mountainbikes (Anteil 31%), Trekkingräder (23%), City-Räder (22%), Kinder-/Jugend-/BMX-Räder (18%), Holland-/Tourenräder (4%), Rennräder (1%), sonstige, z.B. Liegeräder (1%). Der Handel mit Fahrrad-, Sport-, Campingartikeln setzte 1999 7,3 Mrd. DM um (Daten: Verband der Fahrrad- und Motorrad-Industrie).

Um Wintersport zu ermöglichen, erschließen 158 Seilbahnen und 1.149 Lifte die deutschen Wintersportgebiete, die früher nur Wildnis waren. Pisten- und Loipenpräparation und Geräte für künstliche Beschneigung werden zwar unter ökologischen Gesichtspunkten unter die Lupe genommen, sind aber in vielen Skigebieten selbstverständlich. Inzwischen werden mit erheblichem technischen Aufwand Skihallen in den Ballungsgebieten eingerichtet, deren Größe, dem allgemeinen Trend folgend, zunimmt. Leistungen im Schlittschuhlauf sind ohne die 220 künstlichen Eisbahnen und Eishallen nicht denkbar. Bewegungsfreude ließ auch „Zwischendinge“ wie Strandsegeln, Buggy-Kiting (Strandsegeln auf dem Car mit dem Drachen), Wasserskianlagen entstehen.

An etwa 200 Anlagen gebunden ist das Rennauto der jüngeren Leute, das Cart. Auto- und Motorradrennen feiern, nicht zuletzt durch das Fernsehen vermittelt, riesige Erfolge, faszinieren eine große Fangemeinde und sorgen für erhebliche (Werbe-)Umsätze. Das Fliegen ist für zahlreiche Menschen auch Freizeittätigkeit und bedarf nicht unerheblicher technischer und infrastruktureller Voraussetzungen: Fluggeräte wie Segelflug-

Tabelle 12:

Besucher- und Ausgabenpotenzial

Reisen – Kur – Sport – Erlebnis		
	Aktive/Anhänger in Mio.	Ausgaben in Mrd. DM.
Reisen und Kurzreisen (einschl. Auslandsreisen)	36	137
Ausflüge zur Entspannung	40	126,9
Heilbäder, Kurwesen	1,6	9
Fitness	5	4,5
Wassersport	3	3,1
Schwimmen	10	1,1
darin Freizeitbäder	4,9	0,9
Sportschulen und Tanzschulen	4	0,9
Freizeit- und Erlebnisparks	21 (Besucher)	0,7
Multiplex-Kinos	45,1 (Besucher)	0,43
Sauna	3,5	0,4

Quelle: Sigurd Agricola, 2001

zeuge, Motorflugzeuge und Motorsegler, (Ultra-)Leichtflugzeuge, Paragliders, Drachenflieger, Ballone, Fallschirme sowie Startplätze und Hangars.

Das wichtigste Mittel des Freizeitverkehrs aber ist das Automobil, das ständig steigende Verkaufszahlen aufweist und nach Prognosen auch weiter aufweisen soll. Der Freizeitnutzungsanteil des Pkw umfasst ein Viertel aller Fahrten und fast 40% der Strecken(-längen). Das sind für den automobilen Freizeitverkehr nach Schätzung des ifo Institutes für Wirtschaftsforschung 1999 etwa 768 Mrd. Personenkilometer (zum Vergleich: Eisenbahn: 63,2 Mrd. Perskm., Flugzeug 39,7 Mrd. Perskm.). Die 42,4 Millionen Personenkraftwagen in Deutschland sind im Besitz von drei Vierteln der Haushalte.

Neue Infrastruktureinrichtungen auf der grünen Wiese, wie Einkaufs- und Freizeitzentren (Gastronomie, Sport-, Gesundheits- und Kurzferienanlagen, Parks, Mega Malls, Zentren, Freizeitgroßeinrichtungen), sowie immer mehr Großveranstaltungen (Events, Erlebniseinkaufs- und Eventtourismus) tragen zur Verstärkung des automobilen Freizeitverkehrs bei. Auch die Wohnansiedlung auf dem Lande mit der Folge längerer Wege fördert das Freizeitverkehrsaufkommen. Die Zahl privater Einladungen – erleichtert durch größere Wohnungen – hat zugenommen und bewirkt mehr Verkehr. Viele Freizeitangebote – vor allem kleinere Zielgruppen ansprechende – wären ohne Auto nicht oder nur schwer zu erreichen. Die Autonutzung steht in einer direkten Wechselwirkung zur Individualisierung und Differenzierung des Freizeitangebotes. Von den etwa 2 Milliarden Ausflügen (sie bringen nach neueren Berechnungen einen jährlichen Ertrag von 126,9 Mrd. DM) werden die meisten mit dem Auto gemacht.

Überwiegend als Freizeitfahrzeuge werden die 3,18 Mio. Motorräder genutzt. Beachtlich sind auch die Bestände an Wohnwagen (950.000) und Wohnmobilen (446.000), welche eine infrastrukturelle Ausweitung des

Tabelle 13:

Personenwagenverkauf

Jahr	Deutschland		Westeuropa		
Verkaufszahlen in Millionen					
1994	3,21	11,95	1997	3,53	13,40
1995	3,31	12,03	1998	3,74	14,34
1996	3,50	12,80			
Schätzung in Millionen					
1999	3,80	14,49	2002	3,78	14,32
2000	3,64	14,12	2003	3,73	14,51
2001	3,66	14,16	2004	3,83	14,93

Quelle: Standard & Poor's DRI „World Car Industry Forecast“, 1999

Campingwesens fordern. Während Camping mittels Zelt und Caravan sich als Freizeitwohnform etabliert hat, entsteht ein besonderer Planungsanspruch durch die „nomadisierenden“ Wohnmobile, für die nicht nur Stellplätze, sondern auch Entsorgungsstationen geschaffen werden müssen. Ähnliche Probleme treten bei größeren Freizeitbooten auf (Marinas mit Ver- und Entsorgungsstationen).

Die Ausgaben für den Freizeitverkehr insgesamt werden auf 160 Mrd. DM jährlich geschätzt. An der Spitze der Haushaltsausgaben stehen entsprechend ihrer Bedeutung für die Freizeitmobilität diejenigen für Kraftfahrzeuge, wobei die Anschaffungskosten noch den geringeren Teil ausmachen.

Neben dem Freizeitverkehr entwickelte sich ein indirekt mit Freizeit verbundener Verkehr, z.B. Transport der Kinder zu Ballett-, Musik-, Malunterricht oder Fastfood-Anlieferungen (Pizza-, Steak-Taxi u.ä.), Lebensmittel- und Getränkeanlieferung für Partys, Party- und Veranstaltungsdienste, Equipmentverleih. Freizeitangebote, Freizeitanbieter sind auf die allgemeine Infrastruktur (Verkehrs-, Medien-, Versorgungs- und Entsorgungsanlagen und -einrichtungen) angewiesen.

Mit dem Freizeitverkehr sind zahlreiche Informationsdienstleistungen verbunden. Das Handy hat sich in Deutschland inzwischen zu einem wichtigen Organisationsinstrument für Freizeit und Freizeitmobilität herausgebildet. Fernsehen und Computer/Internet sollten als Möglichkeit der (virtuellen) Freizeitmobilität wie als Anreger bzw. als Instrumente der realen Mobilität nicht unterschätzt werden. Auch die Reiseveranstalter und Reisemittler nutzen die Hightechentwicklung mit neuartigen Buchungssystemen, Internetangeboten. Wer auf Straßen und Wegen unterwegs ist, benötigt Informationen über Routen und Ziele. Hier verknüpft sich die reale mit der medialen Mobilität: durch schriftliche und elektronische Verkehrshinweise, Navigations- und Tourenhilfen.

Ein wesentlicher Bestandteil der Freizeitinfrastruktur sind die Verkehrswege (Wander- und Radwegenetze, Wasserwege, Erschließungsstraßen, Park- und Abstellplätze). Wichtige Kriterien bei der Standortuntersuchung für Freizeiteinrichtungen sind die Ermittlung des Verkehrsaufkommens und die Frage, ob die Anlage auf die Erreichbarkeit durch das Automobil angewiesen oder ob ein Bahn- oder Bustransfer möglich ist.

Die Differenzierung und Spezialisierung von Freizeitangeboten, -einrichtungen und -gelegenheiten hatten die Auflösung der traditionellen Flächendeckung, größere Einzugsbereiche, weitere und mehr Wege zu spezialisierten Freizeitgelegenheiten und Einzelangeboten zur Folge, kurz mehr Freizeitmobilität. Ob die Verteuerung des Treibstoffs auf den

Freizeitverkehr einschränkend wirkt, kann nur schwer abgeschätzt werden. Nach Zeitungsmeldungen ist im Jahr 2000 der Benzinverbrauch um 4% gesunken.

Zum Freizeitverkehr gehören die Schaffung bzw. Ausweisung von Radwegen und Radwegenetzen, der Fahrradverleih. Besucher von Innenstädten und Messen können sich eines Park-&-ride-Systems und der Pendeldienste bedienen. Die Massenverkehrsmittel sind nicht immer rentabel. Eine Lösung des Problems stellen Angebote wie Diskobus, Bürger-Sammelauto, Sammeltaxi. In manchen Fällen kann es auch ein am mit der Bahn erreichendes Zielort gemieteter Pkw sein (siehe auch Kapitel 8 in diesem Buch).

Der durch Freizeitangebote ausgelöste Freizeitverkehr zwingt auch kommerzielle Anbieter zur Suche nach neuen Lösungen und Alternativen zum Individualverkehr. Nicht zuletzt geht es dabei um neue Informationssysteme, die Freizeiter und Freizeitanbieter mit Verkehrsträgern verbinden. Für Großveranstaltungen werden schon heute so genannte Kombitickets (Eintritt und Fahrkarte) verkauft. Es müssen nicht nur attraktive Transportangebote, sondern auch sinnvolle Verkehrsketten angeboten werden, wenn ein echter Anreiz zum Umstieg auf alternative Verkehrsmöglichkeiten gegeben werden soll. Die Medien können darüber hinaus zu einem anderen Bewusstsein bei der Wahl von Verkehrsmitteln beitragen.

Freizeitwirtschaft und Ökologie

Die Situation Freizeit, Erholung und Gesundheit sind auf naturnahe Umgebung und Landschaft, auf saubere Luft und sauberes Wasser angewiesen. Die Naturschutzbewegung legitimierte sich lange mit dem Hinweis auf die Erholungsbedürftigkeit der Menschen. Für die Freizeitwirtschaft sind Freiräume und Kulturlandschaft ein wesentliches Anliegen, besonders dort, wo die Landschaft ein „Markenzeichen“ ist und besondere Freizeitmöglichkeiten bietet.

Die Freizeitwirtschaft steht dabei in einem Interessenkonflikt: Sie benötigt die intakte Umwelt als Rahmenbedingung und Verkaufsargument, zugleich aber hat sie Flächenbedarf und belastet die Umwelt. Freizeitdruck auf die Umwelt entsteht durch massenhafte Beanspruchung von Umwelt für Freizeitgestaltung, durch Überlagerungseffekte verschiedener Freizeitnutzungsansprüche. Die eigentliche Bewegung in Natur und Landschaft selbst (mit Ausnahme des automobilen Verkehrs) ist in der Regel wesentlich weniger beeinträchtigend, als es die infrastrukturellen Vorkehrungen sind, die als Rahmenbedingungen geschaffen werden (Bauten, Verkehrswege, Transportsysteme, Parkplätze, Ver- und Entsorgungseinrichtungen). Zudem konzentrieren sich die „Massen“ an bestimmten (In-

frastruktur-)Schwerpunkten (z.B. Ausflugsgaststätten, Sehenswürdigkeiten). Die Umweltauswirkungen der einzelnen Freizeiteinrichtungen sind sehr unterschiedlich und keineswegs immer negativ. Vielfach konnten durch Freizeitnutzung Umweltverbesserungen vorgenommen werden. Privatwirtschaftliche Unternehmen entlasten zudem von öffentlichen Aufwendungen.

Freizeitanbieter konkurrieren in ihren Umweltansprüchen sowohl untereinander als auch mit anderen Bereichen wie Landwirtschaft, Wald- und Forstwirtschaft, Gewerbe und gewerblichem Verkehr, welche insgesamt größere Umweltbelastungen als die Freizeitwirtschaft auslösen.

Öko-Audit und Recyclingfragen dringen mit unterschiedlicher Geschwindigkeit in die Felder der Freizeitwirtschaft ein. Gesetze und Verordnungen sind als Anreiz durchaus wichtig, da die für ökologische Lösungen erforderlichen organisatorischen und finanziellen Aufwendungen für die meisten (kleinen und mittleren) Freizeitunternehmen sehr hoch sind. Umweltethische Vorgaben können das Freizeit-Nachfrageverhalten durchaus beeinflussen, wie es das Marketingkonzept des sanften Tourismus zumindest in Ansätzen zeigt.

Umwelt-Gütesiegel können – da sie Verkaufsargument sind – Anstoß zu ökologischen Angebotslösungen sein. Der Anreiz, mit umweltverträglicheren Lösungen Geld zu verdienen, darf nicht unterschätzt werden. Nicht nur die Herstellung, sondern auch die Bereitstellung von Hilfsmitteln dazu kann recht einträglich sein. Man denke an Geschirr- und Spülmobile, mobile Toiletten u.ä., die an Veranstalter verliehen werden.

Das Öko-Management als Teil des Qualitätsmanagements (Müller 2000) greift in alle Unternehmensbereiche ein, erfordert also den völligen Wandel eines Unternehmens. Es ist in der Regel nur dann von Interesse für Unternehmen, wenn sofortige Resultate (z.B. Einsparungen bei Energie, Ver- und Entsorgung usw.) erkennbar sind. Wichtig bleibt die sich in Bezahlung ausdrückende Nachfrage durch die Freizeiter. Öko-Management ist Teil des Unternehmensmarketings. Dazu sind tiefgreifende Veränderungen notwendig, für welche die meisten kleineren und mittleren Unternehmen qualifiziert werden müssen.

Chancen für ökologisches Handeln im neuen Freizeitmarketing

Öffentliche und privatwirtschaftliche Freizeitangebote sind nur dann erfolgreich, wenn sie inhaltlich den Wünschen und Bedürfnissen der Bürger/Konsumenten entsprechen. Kundenorientierung, nicht unternehmerischen bzw. politischen Leitbildern gilt das Interesse. Die Marketingkonzepte in beiden Bereichen stehen in einem inhaltlichen Konflikt zwischen Wohlfahrts- und Gewinnorientierung, der durch geschicktes Stadtmarketing/Citymanagement und durch Formen der Public-Private-Partnership bewältigt werden kann.

Freizeitanbieter können sich nicht mehr allein auf allgemein gültige Orientierungswerte sowie auf klassische Bedarfs- und Trendberechnungen berufen. Die Planungsgrundlagen müssen heute akribisch für den jeweiligen Standort ermittelt werden. Dazu dient das so genannte Dialogmarketing. Der Dialog mit dem Nutzer/Interessenten/Kunden zielt auf den gemeinsamen Erfolg von Anbieter und Freizeiter bei jeweils unterschiedlicher Interessenlage. Der Freizeiter steht mit seinen Erwartungen und Ansprüchen zwar weiterhin im Mittelpunkt, aber nicht als „König“, vor dem man kniet, auch nicht als Freund, den man verwöhnt, sondern als selbst Aktiver und Beteiligter, der das Angebot mitgestaltet. Dieser Dialog zum Erkennen und Umsetzen der Freizeiterwünsche in Infrastruktur, Produkte und Angebote setzt die Bereitschaft der Anbieter zur ständigen Veränderung voraus.

Die neuen Medien, insbesondere das Internet, sind ein hervorragendes Instrumentarium für ein Dialogmarketing. In der Stadt- und Freiraumplanung sind diese Ansätze bei der Bürgerplanung und den Initiativen zur Umsetzung der Agenda 21 zu finden. Ist der Dialog nicht erreichbar, sind innovationsoffene Lösungen wie variable, weiter zu bauende und umzugestaltende Bauten zu bevorzugen. Ökologische Anliegen sind über den Dialog sowie durch die „imperfekte Planung“ einzubringen: Bauten und organisatorische Regelungen müssen revidierbar sein, wenn die Belastungen sozial- und umweltunverträglich werden.

Tabelle 14:

Interessenkonflikte Freizeit – Freizeitwirtschaft – Umwelt

Konfliktursachen

- Anwachsen des Freizeitbewusstseins und vermehrte Aktivität in der Freizeit (Zweit- und Dritttätigkeiten), insgesamt mehr Umweltnutzung für Freizeittätigkeiten und -angebote
- Anstieg des Gesundheits- und Umweltbewusstseins mit mehr Natur- und Landschaftsbedarf und -angeboten
- Anhalten des auf hohem Niveau stehenden Ausflugs- und Reiseverkehrs
- Zunahme von Freizeittätigkeitsformen, die Umweltbedarf haben, sowie Ausdifferenzierung schon vorhandener Freizeit-Landschaftsnutzungen
- zeitliche Ausdehnung der Freizeittätigkeiten und -nutzung über bisherige Saisons hinaus zur Ganzjahrestätigkeit
- Zunahme von Individualtätigkeiten und deren Ausprägung (z.B. Abenteuer, Suche nach Spannung und Sensationslust)
- Technisierung und Vermehrung der Leistungsmessung bei naturorientierten Freizeittätigkeiten
- Zunahme vermarktbarer Groß- und Massenveranstaltungen in flächendeckender Verteilung (Volks-„, „Events“, Festivals, Verbrauchermessen)
- Trend zum Freizeitwohnen in Zweit- und Ferienwohnungen, Camping, Wohnmobiltourismus
- Zunahme flächenintensiver Freizeiteinrichtungen (z.B. Golf, Ferienparks)
- Steigerung des Angebotsstandards von Freizeitinfrastruktur, dadurch z.B. höherer Flächen-, Material-, Wasser-, Energie- und Entsorgungsbedarf
- Vermehrung der Folgeerscheinungen von Freizeitinfrastruktur (Lärm, Verkehrsaufkommen, Müll)

Quelle: Sigurd Agricola „Freizeit. Grundlagen für Planer und Manager“, München 2001

Modernes Marketing bietet im so genannten Destinationsmarketing einen zweiten Ansatz für ökologische Anliegen. Auch der Freizeitmarkt benötigt konkrete Marktplätze, Zielbereiche, in denen Freizeitinteressen befriedigt werden. Die Vermarktung von Zielgebieten für Freizeit und Tourismus wird mit dem Fachterminus Destinationsmanagement bezeichnet. Ziel und Ergebnis von Destinationsmanagement sind bessere Vermittlung vorhandener Angebote ebenso wie sinnvolle Verteilung und Bemessung von Infrastruktur innerhalb der Destination. Es geht vom Gesamtangebot eines Zielgebietes einschließlich Ambiente aus, vor dessen Hintergrund und in dessen Rahmen die Einzelanbieter agieren. Es wird praktisch ein Marktplatz erschlossen. Die miteinander konkurrierenden Anbieter profitieren davon innerhalb der Destination. Die Ziele des Destinationsmanagements sind weitgehend identisch mit denjenigen der Verbesserung des Freizeitwertes, zu dessen Faktoren Natur und Landschaft gehören.

Im Dialog zwischen Verwaltung und Unternehmen spielen Umweltverträglichkeit und Nachhaltigkeit für die Planung von Freizeiteinrichtungen eine Rolle. Die Gefahr von „Freizeit-Brachen“ durch frühzeitige Aufgabe einer Einrichtung und Misswirtschaft soll durch bestimmte Maßnahmen (Rückstellungen für Revitalisierung bzw. Rückbau, Bürgschaften und befristete Bau- und Betriebsgenehmigungen usw.) vermieden werden. Große Freizeitprojekte haben oft Realisierungsprobleme durch Rahmenplanung, Planungsrecht und -auflagen. Bei Großprojekten wird in besonderer Weise auf die Umweltverträglichkeit geachtet. Viele Freizeitangebote unterliegen einer schnellen Abnutzung. Sie müssen zielgruppen- und zeitgerecht fortentwickelt werden (Innovationsdruck). Schon heute wissen Insider, dass das 2001 eröffnete Schalke-Fußballstadion, das derzeit als Argument für Olympia 2012 benutzt wird, zum Olympiajahr veraltet sein wird. Innovation bedeutet nicht nur ständige Erneuerung, sondern auch inhaltliche Veränderung und Erweiterung. Großanlagen ohne

Tabelle 15:

Ökobilanzen für Freizeitgeräte

Freizeitgeräte	
<p>1. Herstellung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einkauf und Beschaffung • Energie- und Ressourcenverbrauch • Schadstoff-Emissionen • Recyclingfähigkeit 	<p>3. Nutzung</p> <ul style="list-style-type: none"> • erwartete Vorbereitung (Marktpotenziale) • Transport • Infrastrukturbedarf • räumliche Aktivitätsmuster (Landschaftstypen) • zeitliche Aktivitätsmuster
<p>2. Vermarktung/Verkauf</p> <ul style="list-style-type: none"> • Verpackung • Transport • Werbung 	<p>4. Entsorgung/Recycling</p> <ul style="list-style-type: none"> • Energieverbrauch • Schadstoff-Emissionen • Organisation/Transport

Quelle: Wolfgang Strasdas „Auswirkungen neuer Freizeittrends auf die Umwelt“, Aachen, 1994

Erweiterungsflächen geraten nach einiger Zeit in Schwierigkeiten. Die durch die kurzen Lebenszyklen notwendigen Innovationsgeschwindigkeiten fordern ein hohes Reinvestitionsvolumen. Aus diesem Grund sind (attraktive) Renditen oft nur bei niedrigen Grundstückspreisen zu bekommen. Bei der Planung einer Anlage ist es – neben der finanziellen Komponente – daher sehr wichtig, Revisionsmechanismen einzuplanen bzw. einzubauen, welche das Angebot flexibler machen und für Innovationen offen halten (Mehrzwecknutzungsmöglichkeit, Modulbauweise, veränderbare Inneneinrichtung). Die Nachhaltigkeit freizeitunternehmerischer Maßnahmen steht aus diesen Gründen oftmals im Widerspruch zu betriebswirtschaftlichen Erfordernissen (vor allem zur Amortisation der eingesetzten Geldmittel).

Ausblick

In dem Maß, wie die Güter und Dienstleistungen nicht mehr das Lebensnotwendige abdecken müssen, nimmt die Bedeutung der Freizeit als Wirtschaftsfaktor zu. Allerdings sind ihre tatsächlichen volkswirtschaftlichen Auswirkungen nur schwer zu berechnen. Insbesondere sind wie im Tourismus die Multiplikatorwirkungen nicht erfasst. Die Freizeitwirtschaft ist im Wesentlichen keine Branche im Sinne der volkswirtschaftlichen Produktion, sondern eine Kategorie der Verwendungsseite, zu der viele Branchen beitragen. Wegen fehlender Datengrundlagen kann der tatsächliche wirtschaftliche Wert der Freizeit nicht berechnet werden.

Auch in Zukunft unterliegt die Freizeitwirtschaft hohen Risiken. Es sind dies besonders:

- relativ starke Auswirkung von negativen wirtschaftlichen und politischen Ereignissen
- unterschiedliche Verteilung von Zeit und Ressourcen sowie deren Kombination in der Gesellschaft („Aufgehen der sozialen Schere“)
- Verhaltensbeliebigkeit und erschwerte Vorhersagbarkeit der Nachfrage
- Zeitkonkurrenz der Freizeitnehmer und -anbieter
- erhöhte Qualitätserwartung bei Zurückhaltung in der Zahlung eines entsprechenden Preises
- Innovationsdruck durch schnelle Abnutzung und kurze Lebenszyklen im Widerspruch zu den üblichen Abschreibungszeiten
- Standortgebundenheit vor allem großer und/oder spezialisierter Freizeitangebote mit einem Zielgruppenmindestpotenzial
- Planungsunsicherheit in Umfang und Größe von Freizeiteinrichtungen; Gefahr der Überausstattungen (Overscreening) und des ruinösen Wettbewerbs

Tabelle 16:

Marketing im Handels-, Freizeit- und Tourismusbereich



Quelle: Sigurd Agricola, 2000

Freizeitangebote und -einrichtungen bedürfen zum Auffangen der vorgenannten Risiken eines besonderen Managements und – entsprechend den Anforderungen des jeweiligen Feldes – qualifizierter Mitarbeiter. Die noch in den Anfängen befindlichen Qualifizierungsangebote müssen erheblich verstärkt werden.

Die Angebote in Freizeit und Freizeitwirtschaft dienen dem Bemühen, den Angehörigen der postindustriellen Gesellschaft Wahlfreiheit zu ermöglichen und Wohlbefinden zu vermitteln. Wohlbefinden ist jedoch eine vielgestaltige, wandelbare und widersprüchliche Angelegenheit. In diesem Spannungsfeld entstehen – durchaus auch in Abgrenzung oder im Widerspruch zur Eventkultur – neue Ansätze der Freizeitgestaltung, wie die Wellnessbewegung (Vereinigung von Gesundheitsvorsorge mit Freizeitgestaltung), die Idee einer lebensvollen Umweltgestaltung und die-

jenige der Lebenskunst. Die darin liegenden ganzheitlichen Ansätze sind nicht weit entfernt von denjenigen der Ökologiebewegung. Die größer werdenden Grauzonen zwischen den Feldern Freizeit – Gesundheit – Ökologie stellen nicht nur ein weiteres Risiko, sondern auch die Chance für neue unternehmerische Tätigkeit dar.

Freizeit wurde unter dem Ziel Verbesserung des Freizeitwertes zum Gegenstand öffentlicher Wirtschaftsförderung. Leider beschränkte sich diese politische Tätigkeit zunehmend auf die Suche nach Freizeitgroßeinrichtungen. Freizeitpolitische Leitbilder und eine integrative Freizeit- und Tourismuspolitik wurden bislang nur in wenigen Fällen etabliert. Ansätze dazu stellen die in den letzten Jahren durch den Niedergang des Kurwesens entwickelten Alternativkonzepte für Kur- und Erholungsorte dar. In der Grauzone Freizeit – Gesundheit angesiedelt sind auch die Modelle „Kur vor Ort“, die im lokalen Umfeld vorhandene Möglichkeiten für Gesundheitsvor- und -nachsorge und Wellnessprogramme aufnehmen. Andere Ansätze sind in Privatisierungsvorhaben der Kommunen zu finden. Hier entstanden neue Unternehmensmodelle in der Kombination von Profit- und Non-Profit-Angeboten (Public-Private-Partnership), die nicht nur die Möglichkeiten eines wirtschaftlicheren Betriebs, sondern auch der weiteren politischen Einflussnahme (Umwelt- und Sozialverträglichkeit) bieten.

Viele Entscheidungen werden auch weiterhin nicht aufgrund solider Planung und professioneller Unternehmenskonzepte, sondern recht zufällig getroffen. Daher ist abschließend zu fordern: Für die öffentliche Freizeitplanung wie auch für die Entwicklung unternehmerischer Methoden in Richtung nachhaltiger Lösungen der Freizeitwirtschaft und für die Qualifizierung der Akteure muss noch sehr viel getan werden!

Literatur und Literaturempfehlungen

Agricola 2001

Agricola, Sigurd. 2001. Freizeit. Grundlagen für Planer und Manager; München.

Brunsing 1999

Brunsing, Jürgen. 1999. Chancen und Potentiale des öffentlichen Freizeitverkehrs unter besonderer Berücksichtigung differenzierter Freizeitaktivitäten; Aachen.

Deutsche Gesellschaft für Freizeit

Deutsche Gesellschaft für Freizeit. 1998/1999/2000. Jahrbücher Freizeit in Deutschland; Erkrath.

Deutsche Shell 2000

Deutsche Shell (Hg.) 2000. Jugend 2000. 13. Jugendstudie; Opladen.

Deutsches Museum München 2001

Deutsches Museum München (Hg.). 2001. Kultur und Technik. Freizeit und Technik. Juli/August/September III/2001; München.

Ifmo Institut für Mobilitätsforschung 2000

Ifmo Institut für Mobilitätsforschung (Hg.). 2000. Freizeitverkehr. Aktuelle und künftige Herausforderungen und Chancen; Berlin, Heidelberg, New York etc.

Institut für Länderkunde 2000

Institut für Länderkunde (Hg.). 2000. Nationalatlas Bundesrepublik Deutschland. Freizeit und Tourismus; Heidelberg, Berlin.

Kid Verbraucher Analyse

Kid Verbraucher Analyse 1996-2000.

Michelsen 1997

Michelsen, Gerd (Hg.). 1997. Umweltberatung. Grundlagen und Praxis; Bonn.

Müller 2000

Müller, Hansruedi. 2000. Qualitätsorientiertes Tourismus-Management; Bern/Stuttgart/Wien.

Neckermann 2000

Neckermann, Gerhard. „Kinobranche im Umbruch“; in: Media Perspektiven 9/2000.

Opaschowski 1998

Opaschowski, H. W. 1998. Kathedralen des 21. Jahrhunderts – Die Zukunft von Freizeitparks und Erlebniswelten; Hamburg.

Opaschowski, H. W. 2000. Qualität im Tourismus. Erwartungen, Angebote und Realität. Grundlagenstudie. Freizeit-Forschungsinstitut der British American Tobacco; Hamburg.

Spode 2001

Spode, Hasso. „Wie der Mensch zur Freizeit kam“; in: Kultur & Technik. Hegemonie der Mittelschichten; III/2001.

Statistisches Bundesamt

Statistisches Bundesamt. Statistische Jahrbücher; Wiesbaden.

Stradas 1994

Stradas, Wolfgang. 1994. Auswirkungen neuer Freizeittrends auf die Umwelt; Aachen.

Verbraucher Analysen

VerbraucherAnalysen 1997, 1998, 1999 und 2000.

Zängler 2000

Zängler, Thomas W. 2000. Mikroanalyse des Mobilitätsverhaltens in Alltag und Freizeit; Berlin, Heidelberg, New York, etc.

Zellmann 2001

Zellmann, Peter; Ludwig Boltzmann. 2001. Institut für angewandte Freizeitwissenschaft; Wien; unv. Manuskript, 2001.

Anhang

Tabelle 9:

Überwiegend gewerbliche außerhäusliche Freizeitangebote in Deutschland

	Anzahl		Anzahl
Natur, Umwelt, Grün		Kultur	
Tierschauanlagen, Bot. Gärten	176	öffentliche Bibliotheken	12.133
Bundes-, Intern. Gartenschauanlagen	19	Phonogeschäfte	8.647
Botanische Gärten	87	Kunsthandel, Antiquitäten, Antiquariate	8.124
Zoologische Gärten, Tierparks	45	Museen	5.376
Bäder		Buchhandlungen	3.846
Sonnenstudios	9.000	Filmtheater	4.435
öffentliche Bäder	8.000	Musikgeschäfte	1.330
öffentliche Saunaaanlagen	5.000	Bühnen (Theater, Spielstätten)	888
Hotel-Saunabäder	5.500	Sozio-kulturelle Zentren	369
Saunaaanlagen in Sportcentern	4.700	öffentliche u. private Theater	358
Hotel-Schwimmbäder	3.000	Musik-Festivals	203
Freizeit- und Erlebnisbäder	325	Freilichtbühnen	200
Bewegung, Sport, Fitness		Sinfonieorchester	145
Kegelbahnen	62.000	Musiktheater	127
Tennisplätze (16.000 Anlagen)	45.000	Multiplexkinos mit 1.071 Sälen	117
Sport Einzelhandelsgeschäfte	11.500	Kammerorchester	82
Reitsportanlagen	8.000	Freilichtmuseen	75
davon mit Reithalle: 6.600		Zoologische Gärten, Tierparks	45
Hallentennis in 2.800 Hallen	8.000	Theater-Festspiele	42
Sportstudios/Fitnesscenter	6.100	Musicaltheater	10
Squash-Plätze	6.000	Freizeitmobilität	
kommerzielle Badmintonanlagen	4.340	Kfz-Meisterbetriebe	47.000
private Sportschulen	3.500	darin Autohäuser	23.650
Bowlingbahnen auf 230 Anlagen	3.200	Urlaub auf dem Bauernhof (Höfe)	21.000
Golfplätze	600	Reisebüros	16.200
Eissportanlagen	220	Hotels	13.560
Indoor Go-Kart-Bahnen	200	Gasthöfe	10.303
Segelschulen (anerkannte)	120	Ferienhäuser, -wohnungen	10.101
Drachen- und Gleitschirmplätze	110	Hotels garnis	9.064
Indoor-Kletteranlagen	100	Pensionen	6.626
Skaterhallen	70	Bahnhöfe	5.727
Indoor-Beachvolleyball-Anlagen	40	Fremdenverkehrsvereine	3.000
Indoor-Ski-Anlagen	2	Campingplätze	2.746
Veranstaltungen – Unterhaltung		Erholungs- und Ferienheime	2.583
Gaststätten	177.745	Fremdenverkehrsgemeinden	2.500
Rock-/Pop-/Jazz-/Folkgruppen	50.000	Campingplätze für Reiseverkehr	2.416
Volksfeste, Stadtfeste etc.	20.000	Schlepplifte	1.149
Videotheken	6.200	Hütten	910
Spielhallen	6.000	Fahrgastschiffe (See- u. Binnen-)	843
Diskotheiken, Bars, Vergnügungslokale	5.914	Jugendherbergen	600
Bürger-, Gemeinschaftshäuser	5.000	Kurorte	304
Schaustellerbetriebe	3.725	Seilbahnen u. Zahnradbahnen	162
Wett-, Toto und Lotteriewesen	3.000	Ferienzentren, -dörfer	83
Karnevalsumzüge	1.500	Flugplätze (davon international: 16)	35
Zirkusbetriebe, Rodeos etc.	940	Verkehrsclubs (bundesweit)	9
Stadt-, Veranstaltungshallen	440	Wohnung – Heimwerk	
Freizeit- und Erlebnisparks	220	Blumen-, Pflanzen, zoolog. Bedarf	16.045
Spielbanken	140	Bau- und Heimwerkerbedarf	3.733
Veranstaltungshallen mit über 4.000 Pl.	42		

Quelle: Sigurd Agricola, 2001, nach Daten in Deutsche Gesellschaft für Freizeit „Freizeit in Deutschland. Freizeitrends 2000plus“, Ergänzungsband 2001, Erkrath 2000

Autorenverzeichnis

Sigurd Agricola

Kaufmann, Sozialarbeiter, Freizeitwissenschaftler; 1982-2000 Generalsekretär der Deutschen Gesellschaft für Freizeit; heute Ruhestand in Essen.

Ilka Buchmann

studierte Germanistik, Politik- und Sportwissenschaft; 1999-2001 Leiterin der Abteilung Öffentlichkeit & Kommunikation des Öko-Instituts e.V. Freiburg · Darmstadt · Berlin; seit Oktober 2001 Vorstandsreferentin der Grünen Landtagsfraktion in Baden-Württemberg, zudem verantwortlich für die Öffentlichkeitsarbeit und stellv. Pressesprecherin der Fraktion.

Dr. Stefan Büchner

studierte Biologie mit dem Schwerpunkt terrestrische Ökologie in Mainz, Köln und Göttingen; Leiter des neu eröffneten Naturschutzzentrums Südschwarzwald am Feldberg (LK Breisgau-Hochschwarzwald).

Kirsten Havers

Studentin der Geographie, Politologie und Lateinamerikanistik; studentische Mitarbeiterin des Öko-Instituts e.V. Freiburg · Darmstadt · Berlin im Bereich Chemie, Büro Berlin.

Christine Henseling

Soziologin (M.A.), Wissenschaftliche Mitarbeiterin des Öko-Instituts e.V. Freiburg · Darmstadt · Berlin im Bereich Produkte & Stoffströme, Geschäftsstelle Freiburg.

RA Andreas Hermann

LL.M., Wissenschaftlicher Mitarbeiter des Öko-Instituts e.V. Freiburg · Darmstadt · Berlin im Bereich Umweltrecht, Büro Darmstadt.

Christian Hochfeld

Dipl.-Ing. Technischer Umweltschutz, Wissenschaftlicher Mitarbeiter des Öko-Instituts e.V. Freiburg · Darmstadt · Berlin im Bereich Chemie, Büro Berlin.

Willi Loose

Hochschulausbildung als Lehrer für höhere Schulen in den Fächern Politik und Biologie; seit 1992 Wissenschaftlicher Mitarbeiter des Öko-Instituts e.V. Freiburg · Darmstadt · Berlin im Arbeitsfeld Verkehr, Geschäftsstelle Freiburg.

Univ.-Prof. Dr. phil. Horst W. Opaschowski

Zukunftswissenschaftler und Politikberater, Institutsdirektor im Fachbereich Erziehungswissenschaft der Universität Hamburg sowie seit 1979 Gründer und Leiter des B·A·T Freizeitforschungsinstituts.

Christine Persitzky

Kommunikationswissenschaftlerin (M.A.), Wissenschaftliche Mitarbeiterin für den Bereich Umwelt im Studiengang Journalisten-Weiterbildung der Freien Universität Berlin.

Martin Schmied

Dipl.-Ing. Technischer Umweltschutz, Wissenschaftlicher Mitarbeiter des Öko-Instituts e.V. Freiburg · Darmstadt · Berlin im Bereich Chemie, Büro Berlin.

Dr. Hartmut Stahl

Dipl.-Chemiker, Wissenschaftlicher Mitarbeiter des Öko-Instituts e.V. Freiburg · Darmstadt · Berlin im Bereich Chemie, Büro Darmstadt.

Dr. Volker Strubel

Dipl.-Biologe, 1992-2001 Wissenschaftlicher Mitarbeiter des Öko-Instituts e.V. Freiburg · Darmstadt · Berlin im Bereich Produkte & Stoffströme; derzeit Leiter der Stabstelle Technologietransfer des Instituts für Verbundwerkstoffe GmbH, Kaiserslautern.