©Bayerische Akademie für Naturschutz und Landschaftspflege (ANL)

Ber. ANL | 24 (2000) | 27-38

Freizeittrends und ihre Auswirkungen auf den Naturschutz

Helga WESSELY*

1. Deutschland ein kollektiver Freizeitpark?

Deutschland sei ein kollektiver Freizeitpark, formulierte Altkanzler Helmut Kohl vor Jahren provokant in der Diskussion um kürzere Arbeitszeiten und mehr Urlaub. Die Öffentlichkeit stimmte diesem Statement zu, gleichzeitig beklagen sich immer mehr Menschen, dass sie zu wenig freie Zeit haben. Woher kommt diese Diskrepanz ?

Richtig ist, dass die durchschnittliche Wochenarbeitszeit von 48 h in den 50er Jahren über 40 in den 80er Jahren auf nun 35 - 38 h zurückgegangen ist. Richtig auch, dass der Urlaubsanspruch erheblich ausgeweitet wurde und 5 - 6 Wochen Urlaub die Regel sind. Rechnerisch stehen seit ca. 1990 mehr Stunden zur eigenen freien Verfügung als für den Lebenserwerb nötig sind, nämlich 2100 h Freizeit zu 2043 h Arbeitszeit (OPASCHOWSKI, 1997: 30).

Richtig ist auch, dass Haushaltsgeräte und die Nahrungsmittelindustrie viel Arbeit abgenommen haben, insbesondere den Frauen. Aber gleichzeitig gibt es auch einen Gegentrend, denn es gibt eine ganze Reihe von Tätigkeiten, die wir in der Freizeit erledigt werden (müssen), die früher nicht notwendig waren. Zwar haben wir einerseits einen Trend zur sog. Dienstleistungsgesellschaft, gleichzeitig wurden aber auch viele Dienstleistungen, insbesondere solche, die wenig Rendite, bieten, abgeschafft. Hierzu wenige Beispiele:

- Früher gab es fast überall Getränkedienste, die Bier und andere Getränke direkt in den Keller trugen, heute gibt es kaum mehr Getränkelieferungen ohne horrende Lieferaufschläge. Somit fährt fast jeder selbst zum Getränkemarkt, oft mehrmals pro Woche.

- Früher kamen Kontoauszüge per Post regelmäßig ins Haus, heute muss man zum Kontoauszugsdrucker gehen oder auch fahren, um sich über seinen Kontostand zu informieren, sofern man kein Online-Konto hat.

- Früher wurden Kartoffeln und anderes Gemüse straßenweise durch kleine Lieferwägen, oft vom Bauern selbst, verkauft. Heute fährt jeder einzeln zum Markt oder gar zum Hofverkauf.

- Durch den Rückzug der Post aus der Fläche geht viel Zeit auf dem Weg zur Postagentur oder zum oft viele Kilometer entfernten Postamt, verloren.

Auch ist unser Leben viel komplizierter und damit zeitaufwändiger geworden. Immer wieder neue Technik, insbesondere bei EDV und Telekommunikation, kostet nicht nur viel Geld und Nerven, sondern auch viel Zeit. Ein regelrechter Zeitfresser ist auch die immer intensiver notwendige Beschäftigung mit Steuererklärungen, Versicherungsfragen, Altersvorsorgekonzepten etc.

Zusätzlich gibt es immer mehr soziale Zwänge, insbesondere im beruflichen Bereich, denen man sich kaum entziehen kann. Auch im ehrenamtlichen Bereich. sind die gesellschaftlichen Erwartungen, sich - mit entsprechendem Zeitaufwand verbunden - zu engagieren, gestiegen. Wer heute z.B. als Mutter das Engagement in Krabbelgruppe, Kindergartenbeirat oder Schule verweigert, trägt schnell einen sozialen Makel.

Ferner wird die tatsächliche Freizeit immer stärker durch Aus- und Fortbildung eingeschränkt. Die wenigsten Erwerbstätigen können die tägliche, berufliche Informationsflut vollständig während der Arbeit bewältigen. Dazu kommen in vielen Berufen die ständige spezielle Weiterqualifikationen, die ebenfalls oft ganz oder teilweise in die „Freizeit", nicht selten auch in den Urlaub verlagert wird.

Es gibt aber auch selbst geschaffene Zeitfresser. Die jahrzehntelange Waschmittelreklame hat uns erfolgreich eingebläut, dass sauber nicht mehr reicht, sondern alles rein sein muss. So waschen wir heute unsere Kleidung wesentlich häufiger als früher. Im Endergebnis verbrauchen wir für die Wäschepflege trotz moderner Waschmaschinen und Wäschetrockner heute kaum weniger Zeit als früher, als das Waschen per Hand oder mit einfachen Maschinen eine äußerst zeitaufwändige Prozedur war. Auch die Ansprüche an die Wohneinrichtung sind stark gestiegen. Immer häufiger werden Möbel, Tapeten und Vorhänge schon nach wenigen Jahren ausgemustert und neue angeschafft, mit entsprechendem Zeitaufwand für Auswahl, Besorgung, Montage und den vielen damit verbundenen Nebenarbeiten.

Dazu kommen immer länger werdende Fahrtzeiten, insbesondere von Familienvätern, die ihren Kindern ein Leben in der Stadt nicht zumuten wollen, den Arbeitsplatz aber in der Stadt haben. Tägliche Fahrtzeiten in die Arbeit von 3 h und mehr sind keine Seltenheit mehr.

Die viel beschworene Freizeitgesellschaft ist also eine Legende, wobei es natürlich große Unterschiede je nach Lebenssituation und Lebensalter gibt.

* Vortrag bei der ANL-Tagung „Wandern und Naturschutz" am 1.4.2001 in Laufen (Leitung: Peter Sturm, ANL)

©Bayerische Akademie für Naturschutz und Landschaftspflege (ANL)

Arbeitslose und Rentner empfinden ihre Freizeit oft als zu groß, bei den Berufstätigen vertraten dagegen in einer Umfrage 53 % die Meinung, sie hätten viel zu wenig Freizeit. Insbesondere Selbständige leiden unter zu wenig freier Zeit (OPASCHOWSKI, 1997: 37).

2. Was erwarten wir von uns in der Freizeit?

Freizeit verliert zunehmend ihre Bedeutung als arbeitsfreie Regenerationszeit. Vielmehr werden verstärkt arbeitsähnliche Erwartungen auch an die Freizeit gestellt. „Nutze die Zeit" wird zur Lebensmaxime, insbesondere von Jugendlichen. Es herrscht eine schreckliche Angst, etwas zu verpassen. Langeweile wird als der ärgste Feind angesehen. Die konkreten Beschäftigungen, die spontan mit dem Freizeit-Ideal assoziiert werden, strotzen vor Aktivität. Klar an der Spitze liegen körperliche Betätigungen, Passivität ist verpönt. Für Nichtstun und Fernsehen ist im Freizeitideal kaum Platz, dafür umso mehr in der Realität. Passivität ist gesellschaftlich stark tabuisiert, was konkret zur Folge hat, dass der Akzent in den Vorstellungen über Freizeit betont auf Aktivität liegt und Passivität stark kontrolliert und nur knapp dosiert werden darf. Zudem muss die Ruhe mit Sinn erfüllt werden (Erholung nach der Arbeit, Sammeln neuer Kräfte für die Arbeit). Einen Eigenwert misst man der Passivität nicht zu.

3. Was machen wir wirklich in der Freizeit?

Ganz entgegen der Idealvorstellung von Freizeit, als aktiver, selbst gestalteter Zeit, überwiegen die passiven Tätigkeiten in der Freizeit bei weitem, insbesondere die Mediennutzung. Besondere die Jugendlichen sind ausgesprochene Medienkonsumenten und wurden deshalb auch schon als Medienkids bezeichnet. Weit vor allen anderen Betätigungen liegt - mit immer noch steigender Tendenz - das Fernsehen. Wie Tab. 1 zeigt, sahen Erwachsene im Durchschnitt über 3 h fern, Kinder bis 13 Jahren ca. 1,5 h.

Tabelle 1

Einschalt- und Sehdauer Fernsehen

	Einschaltdauer	Sehdauer	
		Erwachsene	Kinder bis 13 Jahre
1989	251 Minuten	153 Minuten	86 Minuten
1994	291 Minuten	178 Minuten	93 Minuten
1998	321 Minuten	199 Minuten	97 Minuten

(AGRICOLA, 2001: 122)

Unter den 10 wichtigsten Freizeitbeschäftigungen sind, wie in Tab. 2 zusammengestellt, mit Fernsehen, Zeitung, Radio, CD und Buch fünf mediale (OPASCHOWSKI, 1997: 39). Die Rolle des Internet als Freizeitmedium wird allgemein stark überschätzt. Zwar steigt die Zahl der Online-Zugänge stetig, doch - gesehen auf die Gesamtbevölkerung - spielt das Surfen im Internet eine untergeordnete Rolle.

Besonders gern zu tun gaben an:

Tabelle 2

Bevorzugte Freizeittätigkeiten

1	Musik hören	91 %
2	Fernsehen	86 %
3	Gut Essen gehen	76 %
4	Tageszeitung lesen	73 %
5	Mit Freunden zusammen sein	70 %
6	Zeitschrift lesen	68 %
7	Auto fahren	56 %

(AGRICOLA, 2001: 142)

Erst auf Rang 8 wurde die erste Sportart genannt, das Radfahren (55 %), auf Rang 11 Wandern (42 %), Rang 14 Sporttreiben allgemein, Rang 25 (Ski fahren) noch nach Stricken, Häkeln, Schneidern (Rang 23), Rang 30 Wassersport.

Besonders der Sport am Wochenende und im Urlaub bekommt zunehmend Konkurrenz von anderen Freizeitangeboten, die mehr Erlebnis versprechen. Erlebnis gilt heute als Schlüsselwort der Freizeitforschung. Der Besuch von Großveranstaltungen, wie Autorennen, Musicals, speziellen Erlebnisbädern, Einkaufszentren mit speziellem Erlebnisangebot etc. hat millionenhaft Zulauf. Sog. Erlebnisimmobilien boomen wie noch nie. Das Marktvolumen dieser Erlebnisimmobilien verzehnfachte sich von 1970 bis heute auf knapp 500 Milliarden DM, Tendenz steigend (STRASSMANN, 1991). Allein die deutschen Freizeitparks verzeichneten 2000 rund 23 Millionen Besucher (RTL, 9.9.2001). Noch ist kein Ende des Booms in Sicht. Landauf-landab werden weiterhin neue Freizeitparks geplant, z.B. das gigantische Legoland bei Günzburg in Schwaben.

4. Wird der Sport als Freizeitbeschäftigung überschätzt?

Pauschal gesehen wird der aktive Sport als Freizeitbeschäftigung wohl höher eingeschätzt als es der Realität entspricht. Deutschland ist kein Sportland mehr. Über die Hälfte der Deutschen bezeichnet sich in Umfragen als „Nicht-Sportler". 22 % sind nach ihren eigenen Angaben Gelegenheitssportler, 18 % Aktivsportler und 1 % Lei-

©Bayerische Akademie für Naturschutz und Landschaftspflege (ANL)

stungssportler (OPASCHOWSKI, 1996: 12). In Österreich und der Schweiz ist der Anteil der aktiv Sporttreibenden deutlich höher als in Deutschland. Doch man muss differenzieren. Wenn auch die durchschnittlichen Werte dem Sport keine prioritäre Bedeutung zumessen, so gibt es doch eine große Personengruppe, für die Sport eine zentrale Position im Freizeitverhalten hat. Der renommierte Freizeitforscher Opaschowski hat sog. Freizeitprofile der Bevölkerung herausgearbeitet, eines davon ist das Freizeitprofil des Sportlers (1997: 41). Etwa jeder 6. Bundesbürger ist regelmäßig (= 1 x pro Woche) sportlich aktiv (OPASCHOWSKI, 1996: 11). 12 Millionen Bundesbürger bringen sich also mind. 1 x pro Woche auf Trab, 4 Mio. davon allein in Fitnessstudios.

Die Hitliste der Sportarten (s.a. Tab. 3) führen sowohl bei den Gelegenheitssportlern wie auch bei den Aktivsportlern traditionelle Sportarten, wie Schwimmen, Radfahren, Wandern, Turnen an.

Tabelle 3

Die Hitliste der Sportarten

Gelegenheitssportler (< 1 pro Woche)	Schwimmen	32 %
	Radfahren	25 %
	Jogging	16 %
	Gymnastik/ Aerobic	13 %
	Wandern	12 %
Aktivsportler (> 1 x pro Woche)	Gymnastik/ Aerobic	23 %
	Fußball	23 %
	Tennis	17 %
	Schwimmen	14 %
	Radfahren	14 %

(OPASCHOWSKI, 1996: 15 a)

Auch bei den Jugendlichen dominieren klassische Sportarten, weit voran der Fußball. Natursportarten finden sich in der Rangliste erst weit unten, wenn man berücksichtigt dass die beliebten Sportarten Radfahren und Schwimmen nur zu einem geringen Teil als Natursport eingestuft werden können, da sie meist in und zwischen Siedlungen (Radfahren) bzw. in Schwimmbädern ausgeübt werden.

Der Natursport ist also zwar ein wichtiger Teil des Aktivsports, keineswegs aber ein dominanter. Dennoch sind die Zahlen an Natursportlern durchaus imposant. Zwar gibt es darüber, wie viele Menschen, welche Natursportarten ausüben, keine präzisen Erhebungen, doch zahlreiche gut abgesicherte Schätzungen. Selbst die unteren Schätzwerte zeigen den enormen Zulauf zum Natursport.

Tabelle 4

Die Hitliste der Jugend

1	Fußball	29 %
2	Schwimmen	18 %
3	Radfahren	16 %
4	Tennis	12 %
5a	Jogging	12 %
5b	Fitness-Training	12 %
5c	Gymnastik/Aerobic	11 %
20	Wandern	3 %
21	Segeln	3 %

(OPASCHOWSKI, 1996: 15 b)

Tabelle 5

Natursportler in Deutschland

Radfahren:	6,5 - 15 Mio.
Wandern:	3,3 - 7 Mio.
Skilanglauf:	2,0 - 3,9 Mio.
Mountainbiking:	600.000 - 2 Mio.
Tauchen:	300.000
Kanusport:	200.000 - 730.000, davon 20.000 Wildwasser
Schitouren:	200.000
Windsurfen:	170.000 - 250.000
Klettern in Mittelgebirgen:	80.000
Drachen- und Gleitschirmfliegen:	30.000

(Zahlenangaben aus OPASCHOWSKI, 1996, ANONYMUS, 1997, ROMEISS-STRACKE, 1997, DGF, 1995, WILKEN, 1996, WÖHRSTEIN, 1998, STETTMER, 1997, STROJEC & BAUER, 1997, SCHEMEL & ERBGUTH, 1992, GOEDECKE & MAILÄNDER, o.D.)

©Bayerische Akademie für Naturschutz und Landschaftspflege (ANL)

Täuscht also der vielfach geäußerte Eindruck, Natursport sei inzwischen Massensport ? Die Antwort auf diese Frage hängt von der Betrachtungsebene ab. Deutschlandweit betrachtet ist Natursport kein Massensport. In den für den Natursport gut geeigneten Gebieten, die nur einen kleinen Teil der Landesfläche einnehmen, kommt es dagegen zeitweise zu sehr starken Massenballungen, ja Massenproblemen. Besonders in den Alpen und einigen Mittelgebirgen, z.B. Fichtelgebirge und Rhön, ist der Andrang zu Spitzenzeiten enorm. Der deutsche Alpenanteil nimmt mit 5.000 qkm nur ca. 3 % der gesamten Alpenfläche ein. Dennoch ballt sich hier ein erheblicher Teil von Tourismus und Natursport. Das Wochenend-Einzugsgebiet der Alpen reicht mittlerweile weit nach Norden. Tagestouren von Nürnberg aus in die Alpen sind keine Seltenheit, Wochenendtouren werden mit Flugzeug und Leihwagen selbst von Hamburg aus unternommen (mdl. Mitteilung eines Teilnehmers an einem Gleitschirmflug-Lehrgang an der Hochries im Chiemgau, 1999). Auch in Südtirol, Graubünden und Tirol treten große Konzentrationen an Natursportlern auf.

Der Eindruck eines Massenphänomens beruht aber auch noch auf einer anderen Tatsache: Während die absoluten Zahlen an Natursportlern über die Jahre nicht sonderlich extrem schwanken (von wenigen Ausnahmen wie dem aktuellen Canyoning-Boom abgesehen), ist die Ausübungshäufigkeit dank gestiegener Mobilität und Mobililtätsbereitschaft stark angestiegen. Auf den mit Liften erreichbaren Bergen tummeln sich bei schönem Wetter Massen. Auch recht alpine Ziele mit langen, durchaus anspruchsvollen Wegen ziehen bei guter Witterung Hunderte an, wie sich z.B. auf dem Watzmann, der Alpspitze, dem Weg übers Höllental auf die Zugspitze oder dem Heilbronner Weg im Allgäu Jahr für Jahr beobachten lässt. Noch stärker ist der Zulauf bei speziellen „Events". Die Bergmesse am sog. Gatterl, einer Einsattelung im Wettersteingebirge, wurde im Jahr 2000 von über 1.000 Bergwanderern besucht (Bayerischer Landtag, 18.10.2000). Massenandrang gibt es jedoch nicht nur beim Bergsteigen und Bergwandern. Besonders stark boomt seit einigen Jahren der Wassersport. In Spitzenzeiten sind in der Imster Schlucht des Inns Dutzende von Rafts unterwegs, die sich teilweise sogar touchieren. In besonders attraktiven, leicht begeh- und erreichbaren Canyoning-Strecken reiht sich Gruppe an Gruppe. Massiv ist der Andrang auf die Gewässer auch durch nicht organisierte Sportler. So wird beispielsweise die Isar zwischen dem Sylvensteinspeicher und Bad Tölz an Hochsommertagen von vielen Dutzend Kanu- und Kajakfahrer befahren. Ähnliche Ballungen gibt es u.a.
an der Saalach zwischen Unken und Schneizlreuth im Berchtesgadener Land, an der Ammer zwischen Altenau und Peißenberg, an der Pegnitz in der Fränkischen Schweiz oder der Oberen Ilz im Bayerischen Wald.
Ein weiterer wichtiger Faktor für den Eindruck der zunehmenden Vermassung ist, dass Natursport mittlerweile praktisch in allen Teilen der Landschaft ausgeübt wird. In vormals unzugänglichen Schluchten sind Canyonisten unterwegs. Drachenflieger überstreichen die wildesten Schrofenzonen, in die sich kein Fußgänger hineinwagen kann, Kajakfahrer bezwingen schier unbefahrbar erscheinende Wildflüsse. Früher war der Natursport viel stärker auf einige Linien und Bereiche, insbesondere Wege, konzentriert, heute ergießt er sich fast flächendeckend über die Landschaft. Auch lässt die Bindung der Wanderer und Bergsteiger auf markierte Hauptwege nach. Im Zuge des Massenansturms suchen sich immer mehr Wanderer unmarkierte Wege und Pfade, auch besteht eine größere Bereitschaft, „wild" zu gehen,. wenn auf den Wegen gar zu viel los ist. In besonders stark genutzten Gebieten bleiben oft nur kleine Teile der Landschaft übers Jahr ohne sportliche Nutzung.

5. Trends im Natursport

Als Eckpfeiler der künftigen Entwicklung im Natursport zeichnen sich folgende Trends ab:

1. Der Drang in die Natur wird anhalten.
2. Die Stadt als Sportstätte wird auch für sog. „Natursportarten" zunehmend interessant.
3. Sportarten, deren Image wenig mit Erlebnis, Abenteuer und Selbstbestätigung verbunden ist, werden weiter an Attraktivität verlieren. Sportarten, die Tempoelemente und besondere Bewegungserfahrungen bieten, werden weiteren Zulauf erfahren.
4. Die Kurzlebigkeit wird immer stärker zu einem bestimmenden Faktor im Natursport.
5. Kommerzielle Anbieter werden, sofern sie flexibel auf Strömungen reagieren, weiteren Zulauf bekommen. Die Abkehr vom Sportverein wird sich fortsetzen.
6. Das Motiv des Naturerlebens bleibt zwar wichtig, verliert aber an Bedeutung als Motiv für den Natursport.
7. Die Bedeutung der Leistung als Motiv für den Natursport wird weiter zunehmen.
8. Das Gesundheitsmotiv erhält weiter steigende Bedeutung.
9. Die Bedeutung des Natursports als Element der Selbstdarstellung wächst.
10. Ein Gegentrend der Rückbesinnung auf Natur als Stätte der Ruhe und spiritueller Erfahrungsmöglichkeiten zeichnet sich ab.

zu 1: Der Drang ins Freie wird anhalten.

Als Ausgleich für das auch auf dem Land immer stärker städtisch geprägte Leben, braucht der Mensch den Aufenthalt im Freien. Zwar gewinnen die Freiräume der Stadt zunehmend an Bedeutung zum Ausleben dieses Bedürfnis (s. These 2), doch werden auch weiterhin die extensiv genutzte, freie Kulturlandschaft und kaum/ nicht genutzte Naturgebiete an erster Stelle stehen. Dies zeigen auch Repräsentativumfragen zum Reiseverhalten. Als

©Bayerische Akademie für Naturschutz und Landschaftspflege (ANL)

Abbildung 1

Der **Drang in die Natur** ist insbesondere an Sommertagen ungebrochen (Foto: Wessely, H.)

wichtigstes Qualitätsmerkmal einer Region gilt die schöne Landschaft. 71 % der Befragten gaben an, dass für sie das Erlebenkönnen einer schönen Landschaft zu den wichtigsten Kriterien bei der Wahl ihres Reiseziels zählt (B.A.T., 2001). Nationalparke als Inbegriff der unberührten wilden Natur werden als Ziele weltweit immer beliebter. Die große Bedeutung des Naturerlebnis spiegelt sich auch in der Werbung wieder. Ein erheblicher Teil der Werbekampagnen widmet sich sehr naturbetonten Sujets, selbst bei Produkten, die kaum oder gar keinen Bezug zur Natur haben. Mit Natur wird nicht nur für Lebensmittel, Urlaub, Autos und Sportartikel geworben, sondern z.B. auch für Versicherungen, Banken, Einrichtungsgegenstände

zu 2: Die Stadt als Sportstätte wird auch für sog. „Natursportarten" zunehmend interessant.

Unser Leben wird immer stärker von Technik und Aufenthalt in Häusern geprägt. Als Gegenpol braucht der Mensch den Ausgleich im Freien. Das Freie ist damit allerdings nicht gleichzusetzen mit Natur. Gerade Jugendliche sehen auch die Stadt zunehmend als Areal für Freiluftsport an, Freiluftsportereignisse in der Stadt haben enormen Zulauf. So kamen zu den sog. Bladenights, gemeinsames nächtliches Inlineskaten auf einem festgelegten Kurs in München im Jahr 2000 teilweise mehr als 10.000 Skater. Enormes Interesse finden auch Stadtmarathons, die mittlerweile in fast allen größeren Städten ausgetragen werden. Sportveranstalter haben das große Interesse an Freiluftsport in der Stadt erkannt. Im Februar 2001 fand am Olympiaberg-Nordhang in München ein FIS-Weltcup der Snowboarder statt mit extra installiertem Lift, dank Schneekanonen garantierter Schneesicherheit und eigens errichteten Plattformen im Zielbereich am Olympiasee (SCHWARZ, 2001). Freestyl-Skifahrer unter Vertrag der Firma Salomon zogen in den letzten Jahren in den Fußgängerzonen zahlreicher europäischer Großstädte auf mobilen Pisten viel Aufmerksamkeit auf sich. Der TV-Sender RTL plante sogar schon ein Skispringen in der Münchner Innenstadt. Dieser Trend macht auch vor dem Land nicht Halt. Im Winter 2001 fand in Bischofsmais im Bayerischen Wald ein medial viel beachtetes Skirennen mitten im Dorf statt.

zu 3: Sportarten, deren Image wenig mit Erlebnis, Abenteuer und Selbstbestätigung verbunden ist, werden weiter an Attraktivität verlieren. Sportarten, die Tempoelemente und besondere Bewegungserfahrungen bieten, werden weiteren Zulauf erfahren.

Abbildung 2

Natursport und Stadt schließen sich immer weniger aus. Natursport in der Stadt liegt voll im Trend (mit freundlicher Genehmigung der Abendzeitung München)

©Bayerische Akademie für Naturschutz und Landschaftspflege (ANL)

Natur allein gilt v.a. unter Jugendlichen als langweilig und öde. Insbesondere Wandern gilt als fad. Selbst innerhalb der Jugend der Naturfreunde, hat das Wandern wenig Anhänger. Teenies, die an einer Wanderwoche im Schwarzwald teilnehmen, wurden zu Beginn gefragt, was sie vom Wandern halten. Ein erheblicher Teil bezeichnete Wandern als langweilig und doof. Viele antworteten auf die Frage, was sie auf keinen Fall machen wollten, mit einem spontanen „Sich langweilen" (DRÜCKER et al. 1999).Der Bericht des Vaters über seine Urlaubserfahrungen in Deutschland mit seinem 10-jährigen spricht Bände: „Das Urteil des Zehnjährigen ist knapp, aber vernichtend. „Öde !". Das elterliche Angebot umfasste Spazieren Gehen, Schwimmen und Radfahren. „Öde !" Als väterliches Topangebot stand sogar zur Auswahl: Fußball draußen mit Hinschmeißen! „Öde!". „Öde ?". „Cool !" meinte der Sohn zum Vorschlag, die Autostadt von VW zu testen." (STRASSMANN, 2001).

Aber auch unter Erwachsenen sind Tätigkeiten, die wenig mit Abenteuer, Kick, Thrill und Erlebnis in Verbindung gebracht werden, zunehmend out. Gefragt sind insbesondere Sportarten, die mit Geschwindigkeit oder ungewohnte Bewegungen verknüpft sind. Das Interesse an action-betonten Sportarten zeigt auch eine Befragung zu den Wunschsportarten. Immerhin 9 % der Gesamtbevölkerung träumt vom Fallschirmspringen und 7 % vom Freeclimben, alle Kinder und Senioren eingeschlossen. Noch krasser wird der Trend zu abenteuerlichem Sport, betrachtet man nur die Jugendlichen. Fast 1/3 der 14-17-Jährigen würde gerne mal zum Fallschirmspringen gehen. Enorm auch die Nachfrage nach Paragliding (25 %) und Rafting (23 %).

zu 4: Die Kurzlebigkeit wird immer stärker zu einem Faktor im Natursport.

Bereits seit Jahren besteht ein deutlicher Trend, in eine Sportart nur kurz „hineinzuschnuppern". Die Zeiten, als manche Natursportarten einen von Kindesbeinen bis ins hohe Alter begleitete, scheinen vorerst vorbei zu sein. In diesem Jahr Mountainbiking, im nächsten Golf, im übernächsten Segelfliegen, sind keine Ausreißer in der Biographie von Freizeitsportlern mehr. Dieser Trend zu raschen Wechseln, schlägt sich auch im Tagesprogramm von Veranstaltern nieder. Den ganzen Tag die gleiche Sportart ist insbesondere bei Trendsport-Veranstaltern out. Das vorwiegend jugendliche Publikum verlangt nach Abwechslung, die ihm auch gegeben wird incl. der notwendigen Leihausrüstung. Ein übliches sommerliches Tagesprogramm setzt sich z.B. zusammen aus: vormittags Mountainbiking, nachmittags 3 h eine Raft-Tour und abends noch eine Fackelwanderung, dazwischen eine kleine Abendparty. Im Wintertourismus besteht die gleiche Tendenz: „Der emotionale Erlebniswert wird immer stärker in der Abwechslung liegen, nach dem Motto morgens Big-Foot, nachmittags Schneeschuhlaufen, abends mal Fast food oder 5-Sterne-Menü" (KOTHBAUER, 2000). Der Leiter der Berg- und Skischule in Verbier (Schweiz) formulierte diesen Trend nach unentwegter Abwechslung bereits vor Jahren so: „Wenn wir die Gäste künftig behalten wollen, müssen wir jeden Tag einen anderen Trend anbieten" (HÖLZGEN, J., 1994).

Tabelle 6

Welche Sportart würden Sie gerne ausprobieren?

Sportart	Gesamtbevölkerung	14-17 jährige	18-29 jährige
Canyoning	3 %	18 %	7 %
Fallschirmspringen	9 %	31 %	20 %
Freeclimbing	2 %	12 %	3 %
Paragliding	7 %	25 %	16 %
Rafting	6 %	23 %	14 %
Tiefseetauchen	6 %	19 %	6 %

(OPASCHOWSKI, 2000: 141-148)

Abbildung 3

Voll im Trend - Canyoning (Foto: Wessely, H.)

©Bayerische Akademie für Naturschutz und Landschaftspflege (ANL)

„Wieso war uns früher nie langweilig. . .?"

Zeichnung: Ernst Hürlimann

Abbildung 4

Der Trend zur Kurzlebigkeit zeigt sich auch im Boom und verstärkten Medieninteresse bei kombinierten Sportarten. Wer wusste schon vor 20 Jahren, was Biathlon ist, heute ist es wohl dem Großteil der Bevölkerung bekannt. Veranstaltungen zum Triathlon oder Iron-Man finden heute garantierte Aufmerksamkeit. Die Spirale dreht sich immer schneller, seit neuestem forciert man den sog. Quadrathlon, eine Aneinanderreihung aus 2,5 km Schwimmen, 50 km Radfahren, 10 km Kanufahren und 10 km Laufen, damit es auch garantiert nie langweilig wird und die Medien rasante Bilder im schnellen Wechsel zeigen können. 8 Deutsche Meisterschaften und 2 Europa-Meisterschaften zum Quadrathlon wurden bereits mit stark wachsendem Publikums- und Medieninteresse durchgeführt (FRIEDEL, 2001).

zu 5: Kommerzielle Anbieter werden, sofern sie flexibel auf Strömungen reagieren, weiteren Zulauf bekommen. Die Abkehr vom Sportverein wird sich fortsetzen.

Der Vereinssport steckt - von wenigen Ausnahmen wie dem Deutschen Alpenverein abgesehen - in der Krise. Die Zahl aktiver Vereinssportler sinkt von Jahr zu Jahr, insbesondere die Jugendlichen sind vereinsmüde. Vereinssport wird von vielen als mit zuviel Verpflichtung verbunden gesehen, sie bevorzugen mehr-und mehr die unverbindlichen, wenngleich wesentlich teureren Angebote, kommerzieller Unternehmen. Allein in Deutschland gibt es einige 100 kommerzielle Natursportveranstalter. Allein zwischen 1997 und 1998 hat sich ihre Zahl verdoppelt (SIEGL, 1999). Der Zulauf zu kommerziellen Anbietern geht quer durch alle Altersgruppen. „Moderne" Unternehmen buchen Rafting-Touren für Betriebsausflüge, Firmgruppen krönen ihren Firmunterricht mit einer Canyoning-Tour. Singles, die keine Lust auf Solo-Touren haben, buchen Bergwanderwochen. Auch für Senioren gibt es mehr und mehr spezielle Angebote, v.a. zum Wandern. Mit geschickten Wortkreationen - wie den sog. Best-Agern (gemeint sind Leute über 50 Jahre) - umwirbt z.B. die AlpinSchule Innsbruck die zahlungskräftige Klientel der Senioren. Die Nachfrage bei einzelnen Veranstalter ist enorm. So betreute 1999 allein der Veranstaltern „faszinatour" in Tirol 28.000 Teilnehmer von Halbtagesaktivitäten (SIEGL, 1999).

zu 6: Das Motiv des Naturerlebens bleibt zwar wichtig, verliert aber an Bedeutung als Motiv für den Natursport.

Das Naturerleben ist zwar weiterhin ein wichtiges Motiv für den Natursport, hat aber in der letzten Zeit zugunsten anderer Motive wie Leistung-Erleben, Gesundheit, Präsentation, Imagegewinn an Bedeutung verloren. Insbesondere in den Event-Hochburgen der Alpen, spielt die Natur und das Naturerleben nur noch eine marginale Rolle. Natur ist hier nicht mehr Grund, sondern Voraussetzung für die Wahl als Urlaubsziel, um die gewünschten Sportarten betreiben zu können. Eine Umfrage der Tirol-Werbung unter 14 - 24-jährigen Urlaubern ergab, dass für 20 % der Befragten der Naturaspekt überhaupt keine Rolle mehr spielt (PFLÜGLER, G., 1999).

Eine Dissertation über die Motive im Outdoorsport ergab, dass es deutliche Unterschiede in der Bedeutung des Naturerlebens zwischen verschiedenen Sportarten gibt. Besonders ausgeprägt ist der Wunsch nach Naturerleben bei Skitourengehern. Wandern wurde in dieser Dissertation nicht untersucht, doch ist davon auszugehen, dass auch hier eine überdurchschnittlich hohe Bedeutung des Naturerlebens gegeben ist. Vergleichsweise deutlich weniger Interesse am Naturerleben wurde bei Mountainbikern festgestellt. Für sie sind Fitness und Gesundheit wichtiger als das Naturerleben (BEIER, 1998).

zu 7: Die Bedeutung der Leistung als Motiv für den Natursport wird weiter zunehmen.

Es gibt viele Motive für den Natursport, eines davon ist das Austesten der eigenen physischen wie psychischen Leistungsfähigkeit sowie die Präsentation dieser Leistung zur sozialen Anerkennung. Immer schon spielte das Leistungserleben und -messen eine Rolle. Neu ist aber, dass nicht nur einzelne, sondern ein nennenswerter Anteil der Natursportler Wert auf Leistungsmessung und Leis-

©Bayerische Akademie für Naturschutz und Landschaftspflege (ANL)

Abbildung 5

Professionelles Management und Unverbindlichkeit bescheren **kommerziellen Anbietern** mehr und mehr Zulauf (mit freundlicher Genehmigung der Fa. Faszinatour, Immenstadt

Abbildung 6

Die **Beherrschung des Sportgeräts** auch in extremen Situation ist für viele ein großer Reiz (Foto: Wessely, H.)

tungsvergleich legt. Die Sportartikelbranche hat auf diesen Trend schon lange reagiert und schürt ihn zugleich, es gibt Dutzende von Geräten zur Aufzeichnung, Auswertung und Darstellung von Leistung im Natursport. Auch Veranstalter schwenken dank des gestiegenen Interesses immer mehr auf die Entwicklung ein. Mittlerweile gibt es Skitourenrennen mit Hunderten von Teilnehmern, z.B in Saalbach-Hinterglemm (Land Salzburg) oder in Mittenwald (Oberbayern). Die Ostalpen hinken hier sogar der Entwicklung in den Westalpen und auch weltweit gesehen hinterher. Allein in der Schweiz gab es im Jahr 2000 siebzehn Skitourenwettkämpfe. Weitere fanden in Frankreich und Italien und sogar in Spanien, Marokko und Chile statt (DÉFAGO, 2000). Gefragt sind Wettkämpfe insbesondere auch beim Mountainbiking. In den letzten Jahren verzeichneten sie enorme Zuwachsraten. So stieg beim Garmisch MTB-Classic Marathon die Teilnehmerzahl von 380 (1997) auf 1.500 (2.000) und ein Ende des Wachstums ist nicht in Sicht (ANONYMUS, 2001). Selbst beim Bergwandern, das allgemein eher als weniger leistungsgeprägt gilt, nimmt der Leistungsaspekt mehr und mehr zu. Die Softwareindustrie bietet zahlreiche Programme, um das individuelle Leistungsprofil zu ermitteln, traditionelle Bergläufe, wie der Hochfelln-Berglauf im Chiemgau werden zu Großveranstaltungen mit internationaler Besetzung.

zu 8: Das Gesundheitsmotiv erhält weiter steigende Bedeutung.

Fast 4 Mio. Deutsche trimmen sich in Fitnessclubs. Brancheninsider bezeichnen den Fitnessboom als den Sporttrend des neuen Jahrhunderts. Das geht auch am Natursport nicht spurlos vorbei. Waren Gesundheit und Fitness bis vor wenigen Jahren positiv vermerkte Nebenwirkungen des Natursports, so werden sie als Motiv für den Natursport seit einiger Zeit immer wichtiger. Gerade zu den sanfteren Natursportarten kommen vermehrt Sportler, die gezielt eine Verbesserung/ Stabilisierung ihrer Gesundheit und Fitness im Auge haben. Dies entspricht im übrigen auch einem der 4 großen Trends im Weltmarkt Nr. 1, der Touristik. Neben Cluburlaub, All-inclusive-Angeboten und Städtereisen, zählt der Bereich „Wellness" zu den 4 großen Angebotstypen der Touristik (NOBEL-SAGOLLA, 2001).

zu 9: Die Bedeutung des Natursports als Element der Selbstdarstellung wächst.

War Natursport früher etwas, über das man v.a. im Kreis Gleichgesinnter sprach und seine Touren gegenüber Personen, die keine aktiven Natursportler waren, kaum erwähnte, so dient Natursport - und insbesondere die extremeren Varianten -heute ganz

©Bayerische Akademie für Naturschutz und Landschaftspflege (ANL)

Abbildung 7

Skitourenwettkampf MoutainaTTack in Saalbach (mit freundlicher Genehmigung des Touristenverbands Saalbach-Hinterglemm)

Abbildung 8

Wandern gehört zu den klassischen Wellness-Angeboten (Foto: Wessely, H.)

Abbildung 9

Die Dokumentation prestigeträchtiger Natursportaktivitäten wird immer wichtiger (mit freundlicher Genehmigung der Zeitschrift „Bike)

erheblich auch der persönlichen Selbstdarstellung, dem Imagegewinn. Insbesondere unter 25 -35-jährigen Gutverdienern mit guter Ausbildung, gilt es als chic, möglichst waghalsige Natursportarten auszuüben und darüber zu reden. Dieser Trend zeigt sich auch an der extrem gewachsenen Bedeutung der Sportbekleidung und des Sportgeräts. Zwar gab es immer schon eine gewisse „Uniform" im jeweiligen Sport, doch war diese mehr durch Zweckmäßigkeit, als durch Prestigewert und Markenbewusstsein bestimmt. Das demonstrative zur Schaustellen der Ausrüstung, gerade bei Sportarten mit teurer Ausrüstung, greift immer mehr um sich. Die Preise für die Ausrüstung sind kein unübliches Gesprächsthema, gerne werden besonders teure und neue Artikel auffällig positioniert. Nicht unüblich ist, insbesondere bei kommerziellen Veranstaltern, dass Fotographen Aufnahmen oder Videobilder während der Tour machen. Diese dienen nicht selten nicht nur der persönlichen Erinnerung, sondern auch dem Prestigewert.

zu 10: Ein Gegentrend der Rückbesinnung auf Natur als Stätte der Ruhe und spiritueller Erfahrungsmöglichkeiten zeichnet sich ab.

Allerdings scheint sich eine Trendwende anzudeu-

©Bayerische Akademie für Naturschutz und Landschaftspflege (ANL)

Abbildung 10

Ein Come-back ruhiger Natursportarten und bewussten Naturerlebens zeichnet sich ab (Foto: Wessely H.).

ten. Vielen wird die Hektik und Leistungsbewährung auch in der Freizeit mittlerweile zu viel. Der Wunsch nach Rückzug, Ruhe, Langsamkeit und Stille erlebt eine Renaissance, gut abzulesen an der Werbung, die oft Seismograph für Tendenzen im Outdoorsport ist. Die Brauerei Löwenbräu klebte in Oberbayern im Januar/ Februar 2001 eine viel beachtete Werbekampagne, die genau diesen Wunsch nach Ursprünglichkeit, Ruhe, gemütlichem Beisammensein illustrierte: Das Plakat zeigte eine auf einer kleinen Almlichtung im Wald gelegene kleine, gemütlich beleuchtete Holz-Hütte in der Abenddämmerung, im tief verschneiten Gebirge. 3 Skitourenläufer gehen auf diese Hütte zu, die so richtig einlädt zum Verweilen und Verschnaufen.

Auch in den Alpin-Zeitschriften spiegelt sich dieses Rückbesinnen wieder, häufig in Kombination mit der Suche nach neuen Formen der Spiritualität und Religiosität. In einer der 2001 erschienenen Ausgaben der DAV-Zeitschrift Panorama war im Teil der JDAV (= Jugend des Deutschen Alpenverein) ein langer Artikel über Bergmessen und Religiosität allgemein enthalten. Meditationswanderungen und Bergmessen finden guten Zulauf. Auch die vielen Touristikangebote zu Tai-Chi, Meditation, Feldenkrais etc. zeigen, dass immer mehr Menschen, ein Bedürfnis nach mehr Ruhe in der Freizeit haben. Dies wird sich sicherlich auch im Natursport in der nächsten Zeit wieder stärker bemerkbar machen. Das Artikelsortiment auf der Outdoor-Fachmesse in Friedrichshafen 2001 zeigte eine deutliche Wiederbelebung im Bereich des Wandersports, auch dies ein Anzeichen dafür, dass mit einem Come-back weniger actionträchtiger Natursportarten gerechnet wird (URBAN, mdl. 2001)

6. Was bedeuten diese Trends für den Naturschutz?

Der Naturschutz ist von den Trends in vielfacher Hinsicht betroffen. **Immer mehr Menschen** ballen sich **immer häufiger und immer länger in immer weniger werdenden geeigneten naturnahen Gebieten.**
Es sind also vier Faktoren, die hier zusammenstoßen:

- Fortschreitender Schwund an naturnahen Flächen
- Massenphänomen,
- räumliche Ausweitung der Sportausübung,
- jahres- und tageszeitliche Ausweitung der Sportausübung.

Weiter fortschreitender Schwund an naturnahen Flächen

Trotz aller Umwelterklärungen und Programme: Der Schwund an naturnahen Flächen setzt sich fort. Täglich (!) werden in Bayern 27,4 ha neu überbaut. Der Anteil der Siedlungs- und Verkehrsfläche liegt mittlerweile bei fast 10 % (StMLU, 2001). Die Situation in Österreich ist kaum günstiger. Die Verluste betreffen insbesondere naturnahe Landschaften. Oft ist dabei gar nicht so sehr die unmittelbar überbaute Fläche der große Eingriff, sondern der von der Baumaßnahme betroffene Umgriff. Man denke nur an Autobahnprojekte, die ein riesiges naturnahes Umfeld massiv entwerten. Nicht nur Großprojekte reduzieren die letzten Reste an natürlicher Landschaft. Der Natur setzen auch die vielen kleinen Baumaßnahmen, z.B. Alm- und Forstwegebauten, Erweiterungen von Schigebieten, neue Wander- und Radwege, zusätzliche Bootshäfen und neue Start- und Landeplätze für Luftsportfahrzeuge, immer noch immens zu. Selbst Naturschutzgebiete bleiben davon nicht verschont.

Massenphänomen

Wie in Kap. 4 bereits erläutert: es ist weniger die absolute Zahl der Sportler, die gestiegen ist, sondern die Ausübungshäufigkeit. Man fährt heute schneller als früher nachmittags in die Natur, trifft sich abends zum Joggen nicht in der nahegelegenen Grünanlage, sondern fährt 10 km, um dann in entlegener Natur zu joggen etc.. In einer auf Repräsentativität angelegten Untersuchung des DAV zum Skitourengehen, wurde festgestellt, dass die Befragten durchschnittlich 22 x pro Saison auf Skitour gehen (SCHEUERMANN, 2000).

Räumliche Ausweitung der Sportausübung

Der von der sportlichen Nutzung beanspruchte Raum vergrößert sich durch zwei sich gegenseitige verstärkende Entwicklungen. Zum einen werden Sportarten, wie Canyoning, Rafting, Drachen- und Gleitschirmfliegen, die nicht oder nur marginal an vorhandene Erschließungen gebunden sind, immer beliebter. Zum zweiten ist aber auch eine räumliche

©Bayerische Akademie für Naturschutz und Landschaftspflege (ANL)

Ausweitung der sportlichen Nutzung auch bei klassischerweise an Infrastruktur gebundenen Sportarten festzustellen. Nicht wenige Bergwanderer und Skitourengeher fühlen sich durch die an Spitzentagen anzutreffenden Massen an Erholungssuchenden, um ihren Sportgenuss, zu dem das Erleben der Einsamkeit gehört, gebracht. Sie weichen, um wenigstens einen Teil des Sportgenusses zu retten, auf unmarkierte Wege aus oder bewegen sich sogar abseits von Routen und Wegen.

Beide Entwicklungen führen dazu, dass sich Sportler in Gebieten aufhalten, in denen bislang kaum oder gar keine sportliche Nutzung ausgeübt wurde. Nicht selten war die Nutzungsintensität in diesen Gebieten insgesamt gering. Gerade diese ruhigen, nutzungsarmen Räume sind aber wichtige Rückzugsräume für seltene und charakteristische Tier- und Pflanzenarten, die durch die neue sportliche Nutzung von Fall zu Fall erheblich in Bedrängnis kommen können.

Zeitliche Ausweitung der Sportausübung

Problematisch ist auch die zeitliche Ausweitung der sportlichen Aktivität seit ca. 10 Jahren. Die Sportler sind sowohl jahreszeitlich wie auch tageszeitlich deutlich länger unterwegs als früher. Die Zeiten, in denen störempfindliche Tierarten unbeeinflusst durch Sportler sind, haben sich deutlich verkürzt. War z. B. das Bergwandern früher im wesentlichen auf das Sommerhalbjahr beschränkt, ist es mittlerweile - nicht zuletzt aufgrund der geringen Schneelage der meisten der letzten Winter - auch im Winter ein beliebter Sport geworden. Das Eisklettern entwickelt sich seit ein paar Jahren zu einer gefragten Nischensportart, die zuvor nur von ganz wenigen Extremsportlern ausgeübt worden war. Mountainbiking im Winter findet immer mehr Interessierte, mittlerweile gibt es sogar Mountainbiking-Rennen auf Skipisten. Selbst beim Wassersport - einer bis vor kurzem rein sommerlichen Domäne - gibt es Interesse an Wintertouren (mdl. Mitteilung beim Bayerischen Kanutag im März 2001 in Nürnberg).

Auch die tageszeitliche Sportaktivität weitet sich aus. Die Menschen kommen teilweise früher am Morgen, insbesondere bleiben sie abends länger. Nachtwanderungen und andere Nachtaktivitäten erfreuen sich insbesondere beim Bergwandern und Bergsteigen wegen ihres besonderen Erlebnischarakters und der Erlebnismöglichkeit von Einsamkeit gestiegener Bedeutung. Durch Beschreibungen in Alpin-Zeitschriften wird dieser Trend weiter angeheizt. Schon gibt es fast keinen bedeutenderen Fremdenverkehrsort und Veranstalter mehr, bei dem Fackelwanderungen und Biwaks „unterm Sternenzelt" nicht zum Programm gehören.

Diese Darstellung kann die vielfältigen Wechselwirkungen zwischen Natursport und den Arten und Lebensräumen in Natursportarealen nur kurz anreißen. Umfangreiche und detaillierte weitere Informationen finden sich in vielen Veröffentlichungen der Fachliteratur. Eine Übersicht über die vorliegende Fachliteratur enthält die periodisch aktualisierten Literaturliste „Sport und Natur" des Kuratoriums Sport und Natur (München). Eine zusammenfassende Darstellung der Auswirkungen des Natursports auf Arten und Lebensgemeinschaften ist vom Autor dieses Beitrag im Jahrbuch 2000 des Vereins zum Schutz der Bergwelt erschienen (WESSELY, 2000).

7. Quellenverzeichnis

AGRICOLA, S., (2001):
Freizeit- Grundlagen für Planer und Manager; R. Oldenbourg Verlag, 403 S.

ANONYMUS, (1997):
15 Millionen Dauerradler; BIKE 6/97, S. 10

ANONYMUS (2001):
5. Garmisch MTB Classics Marathon - Ein Rennen für Alle !.- Freesports 4/2001

B.A.T. (2001):
website des British-American-Tobacco-Instituts (www.bat.de); Stand 1.2.01, Zusammenfassung zur Studie „Qualität im Tourismus)

BAYERISCHER LANDTAG, (2000):
Protokoll zur 48. Sitzung am 18.10.2000, Anlage 2, mdl. Anfrage von Fr. Paulig (BÜNDNIS 90/ DIE GRÜNEN)

BEIER, K. (1998):
Was reizt Menschen an sportlicher Aktivität in der Natur ?, Dissertation an der kulturwissenschaftlichen Fakultät der Universität Bayreuth, 398 S.

DÉFAGO, C. (2000):
Aus für den Hexenbesen - Neuerungen bei den Skitourenwettkämpfen.-Alpen 12/2000, Zeitschrift des Schweizer Alpen Clubs (S.A.C.)

DGF (1995):
Freizeit in Deutschland 1994/1995; Band 2 des Jahresbuches der Deutschen Gesellschaft für Freizeit, Eigenverlag der DGF, Erkrath, 179 S.

DRÜCKER, A. et al. (1999):
Online mit der Natur - Modernes Jugendwandern als sozioökologisches Erlebnis, Abschlussbericht; unveröff. Gutachten der Naturfreundejugend Deutschlands, Remagen-Rolandseck

FRIEDEL, G. (2001):
Quadrathlon - Immer wieder ein kleines Abenteuer; Freesports 2/2001, S.7

GOEDECKE, R.; N. MAILÄNDER, (o.D.):
Das Klettern in Deutschland - Eine Natursportart im Überblick; in: Konzeption für das Klettern in den außeralpinen Felsgebieten in Deutschland, Einleitungsteil; Hrsg: Deutscher Alpenverein, S. 15-30

HÖLZGEN, J. (1994):
Irrsinniger Wunsch nach Abwechslung; Der SPIEGEL, 29/1994, S. 83-90

KOTHBAUER, G., (2000):
Alpentourismus im 21. Jahrhundert - wohin geht die Reise ? Website des Deutschen Alpenvereins zur DAV-Naturschutzreferenten - Tagung 2000 in Oberstdorf

NOBEL-SAGOLLA, S. (2001):
Enger Gürtel schützt vor Urlaub nicht; Beilage der Süddeutschen Zeitung vom 9.2.2001

©Bayerische Akademie für Naturschutz und Landschaftspflege (ANL)

OPASCHOWSKI, H. (1996):
Die Zukunft des Sports - zwischen Inszenierung und Vermarktung, B.A.T.-Freizeit-Forschungsinstitut, Hamburg, 68 S.

OPASCHOWSKI, H. (1997):
Einführung in die Freizeitwissenschaft; Verlag Leske und Budrich, Opladen, 333 S.

——————— (2000):
Xtrem - Der Kalkulierte Wahnsinn, Extremsport als Zeitphänomen, Germa Press Verlag, 160 S.

PFLÜGER, G., (1999):
Spuren des Alpinsports; Trends-Fitness-Tourismus-Naturschutz; in Natur-Land Salzburg 2/ 1999; S. 60-62

ROMEISS-STRACKE, F. (1997):
Vortrag bei den bayerischen Naturschutztagen, veranstaltet durch die ANL in der Stadthalle Rosenheim

RTL, (2001):
Thema „Freizeitparks" in der Sendereihe „Die große Reportage" am 9.9.2001

SCHEMEL, H.-J.; W. ERBGUTH, (1992):
Handbuch Sport und Umwelt, Meyer und Meyer-Verlag, Aachen, 405 S.

SCHEUERMANN, M. (2000):
Mit Konsens zum Erfolg - 5 Jahre DAV-Projekt Skibergsteigen umweltfreundlich; PANORAMA (= DAV-Mitgliederzeitschrift) 2, S. 46

SCHWARZ, A. (2001):
FIS-Boarder-Spektakel am Olyberg; Freesports, 2/2001, S. 4

SIEGL, K. (1999):
Das Geschäft mit dem Naturerlebnis - Beispiel „faszinatour Reisen"; Trends im Sport, Dokumentation des 7. Symposiums zur ökologischen Zukunft des Sports; Hrsg: Deutscher Sportbund, S. 33/34

STETTMER, C. (1997):
Vortrag im Seminar Outdoorsport und Naturschutz der ANL in Rosenheim am 29./30.4.1997

StMLU, (2001):
Website des Bayerischen Staatsministeriums für Landesentwicklung und Umweltfragen, Stand 9.9.2001

STRASSMANN, B. (2001):
Die Instant-Unterhalter, DIE ZEIT 7/2001 vom 8.2.2001

STROJEC, R.; A. BAUER, (1997):
Leitbild für natur- und landschaftsverträgliches Kanufahren, Natursport-Verlag Strojec, Rüsselsheim, 2

WESSEL Y, H., (2000):
Überblick über die Auswirkungen von Outdoorsportarten auf Arten und Lebensgemeinschaften in den Alpen; Jahrbuch des Vereins zum Schutz der Bergwelt 2000, S. 53 - 64

WILKEN, T. (1996):
Leitbilder eines natur- und landschaftsverträglichen Skisports; Kongress „Leitbilder eines natur- und landschaftsverträglichen Sports" des DNR (= Deutscher Naturschutzring), Eigenverlag DNR, Bonn, S.105-123

WÖHRSTEIN, T. (1998):
Mountainbike und Umwelt - Ökologische Auswirkungen und Nutzungskonflikte, Pirrot-Verlag, Saarbrücken-Dudweiler, 206 S.

Sowie mündliche Mitteilung von Thomas
URBAN, Kuratorium Sport und Natur am 29.8.2001 Seite 16 von 16

Anschrift des Verfassers:

Helga Wessely
Wilhelm-Keim-Str. 17
D-82031 Grünwald
e-mail: h.wessely@t-online.de

©Bayerische Akademie für Naturschutz und Landschaftspflege (ANL)

Berichte der ANL
24 (2000)

Herausgeber:
Bayerische Akademie für Naturschutz
und Landschaftspflege (ANL)
Seethaler Str. 6
D - 83406 Laufen
Telefon: 08682/8963-0
Telefax: 08682/8963-17 (Verwaltung)
08682/8963-16 (Fachbereiche)
E-Mail: poststelle@anl.bayern.de
Internet: http://www.anl.de

Die Bayerische Akademie für Naturschutz
und Landschaftspflege ist eine dem
Geschäftsbereich des Bayerischen Staatsministeriums
für Landesentwicklung und Umweltfragen
angehörende Einrichtung.

Schriftleitung und Redaktion:
Dr. Notker Mallach, ANL

Für die Einzelbeiträge zeichnen die
jeweiligen Autoren verantwortlich.

Die Herstellung von Vervielfältigungen
– auch auszugsweise –
aus den Veröffentlichungen der
Bayerischen Akademie für Naturschutz
und Landschaftspflege sowie deren
Benutzung zur Herstellung anderer
Veröffentlichungen bedürfen der
schriftlichen Genehmigung unseres Hauses.

Erscheinungsweise:
Einmal jährlich

Dieser Bericht erscheint verspätet
im Dezember 2001

Bezugsbedingungen:
Siehe Publikationsliste am Ende des Heftes

Satz, Druck und Bindung:
Lippl Druckservice, 84529 Tittmoning

Druck auf Recyclingpapier (100% Altpapier)

ISSN 0344-6042
ISBN 3-931175-61-8

ZOBODAT - www.zobodat.at

Zoologisch-Botanische Datenbank/Zoological-Botanical Database

Digitale Literatur/Digital Literature

Zeitschrift/Journal: Berichte der Bayerischen Akademie für Naturschutz und Landschaftspflege (ANL)

Jahr/Year: 2000

Band/Volume: 24

Autor(en)/Author(s): Wessely Helga

Artikel/Article: Freizeittrends und ihre Auswirkungen auf den Naturschutz 27-38