

# Sport und Tourismus

Dokumentation des 10. Symposiums  
zur nachhaltigen Entwicklung des Sports  
vom 28.-29. November 2002  
in Bodenheim/Rhein

## Schriftenreihe „Sport und Umwelt“ des Deutschen Sportbundes

### Noch lieferbar:

- Heft 2:** Literatursammlung „Sport und Umwelt“, 6. überarbeitete und ergänzte Auflage, 1998
- Heft 13:** Sammelband „Sport schützt Umwelt“ II, Zusammenfassung der Ausgaben Nr. 21 – 40 des Informationsdienstes „Sport schützt Umwelt“, 1996
- Heft 14:** Sport und Natur - Strategien zur Konfliktlösung. Dokumentation des 4. Symposiums zur ökologischen Zukunft des Sports vom 26.-27. September 1996 in Bodenheim/Rhein, 1997
- Heft 15:** Leitbilder eines natur- und landschaftsverträglichen Sports. Dokumentation des Kongresses vom 11.-13.10.1996 in Wiesbaden, 1997
- Heft 16:** Sport und Mobilität. Dokumentation des 5. Symposiums zur ökologischen Zukunft des Sports vom 25.-26. September 1997 in Bodenheim/Rhein, 1998
- Heft 17:** Sport und Nachhaltigkeit. Dokumentation des 6. Symposiums zur ökologischen Zukunft des Sports vom 24.-25. September 1998 in Bodenheim/Rhein, 1999
- Heft 18:** Trends im Sport. Dokumentation des 7. Symposiums zur ökologischen Zukunft des Sports vom 23.-24. September 1999 in Bodenheim/Rhein, 2000
- Heft 19:** Sport und Klimaschutz. Dokumentation des 8. Symposiums zur ökologischen Zukunft des Sports vom 5.-6. Oktober 2000 in Bodenheim/Rhein, 2001
- Heft 20:** Umweltkommunikation im Sport. Dokumentation des 9. Symposiums zur ökologischen Zukunft des Sports vom 6.-7. Dezember 2001 in Bodenheim/Rhein, 2002

### Schriftenreihe „Sport und Umwelt“

- Heft 21:** Sport und Tourismus Dokumentation des 10. Symposiums zur nachhaltigen Entwicklung des Sports vom 28.-29. November 2002 in Bodenheim/Rhein, 2003

### Herausgeber:

Deutscher Sportbund  
Abteilung „Umwelt und Sportstätten“  
Otto-Fleck-Schneise 12  
60528 Frankfurt/M.  
Tel: 069 / 67 00-280 oder 278  
Fax: 069 / 67 25 81  
<http://www.dsb.de>

In Zusammenarbeit mit:  
Sport mit Einsicht e.V.  
Altonaer Poststr. 13a  
22767 Hamburg  
Tel: 040 / 306 85 15-0  
Fax: 040 / 306 85 15-5  
e-mail: [service@sportmiteinsicht.org](mailto:service@sportmiteinsicht.org)

**Redaktion:** Hans-Joachim Neuerburg, Thomas Wilken

**Copyright:** Deutscher Sportbund, Frankfurt am Main

**Auflage:** 1. Auflage: 600 (Frankfurt am Main, 2003)

**ISBN:** 3-89152-608-3

**ISSN:** 0930-5246

Dieses Projekt wurde finanziell vom Bundesumweltministerium und vom Umweltbundesamt gefördert. Die Förderer übernehmen keine Gewähr für die Richtigkeit, die Genauigkeit und Vollständigkeit der Angaben sowie für die Beachtung privater Rechte Dritter. Die geäußerten Ansichten und Meinungen müssen nicht mit denen der Förderer übereinstimmen.

# Inhaltsverzeichnis

<b>Editorial</b>	5
Hans-Joachim Neuerburg und Thomas Wilken	
<b>10 Jahre Symposien zur ökologischen Zukunft des Sports</b>	7
Hans Jägemann	
<b>Sporttourismus: Spezifik, Handlungspotenziale und Zugänge</b>	13
Jürgen Schwark	
<b>Sport und Tourismus: Märkte - Moden - Medien</b>	31
Hans-Joachim Neuerburg	
<b>Wohin geht die Reise? - Aktuelle Trends in den Natursportarten</b>	39
Ralf Roth, Edwin Jakob und Stefan Türk	
<b>Planung statt Aktionismus - Sporttouristisches Entwicklungskonzept im Naturpark Südschwarzwald</b>	47
Ralf Roth und Stefan Türk	
<b>Das radtouristische Konzept des Naturparks Frankenwald</b>	53
Stefan Fredlmeier	
<b>Megatrend Wandern - Problem oder Chance?</b>	63
Rainer Brämer	
<b>Zwischen Natur und Gesundheit - Sportangebote in Bad Hindelang</b>	79
Maximilian Hillmeier	
<b>Auf acht Rollen durchs Teltower Land</b>	83
Hans-Joachim Neuerburg	
<b>Die TeilnehmerInnen</b>	85



# Editorial

von Hans-Joachim Neuerburg und Thomas Wilken

10 Jahre Symposien zur ökologischen Zukunft des Sports: Wenn das kein Grund zu feiern ist. Doch bei aller Freude über die langjährige fruchtbare Zusammenarbeit zwischen dem Deutschen Sportbund und Sport mit Einsicht e.V. und die zahlreichen positiven Impulse, die von den - in der Vergangenheit durchaus auch kontrovers geführten - Diskussionen der letzten Jahre ausgegangen sind, bleibt festzuhalten, dass die Sport-Umwelt-Problematik nichts von ihrer Aktualität eingebüßt hat.

Auf der Schwelle zum 21. Jahrhundert sind wir zunehmend mit den Problemen des Fortschritts konfrontiert. Die Folgen unserer Wirtschafts- und Lebensweise stellen den Erhalt der natürlichen Lebensgrundlagen in Frage. Eine stark konsumorientierte Freizeitgesellschaft verschärft die Problematik. Ob zunehmende Freizeitmobilität, die un gelenkte Sportausübung in Natur und Landschaft oder der boomende (Fern-)Tourismus: Unser Handeln hinterlässt immer mehr „ökologische Fußstapfen“. Das gilt insbesondere auch für den Tourismus. Bereits in den 50er Jahren formulierte Hans Magnus Enzensberger den legendären Satz: „Der Tourismus zerstört, was er sucht, indem er es findet.“

Sowohl im Sport als auch im Tourismus haben sich in den letzten Jahren neue Angebotsformen entwickelt, deren Dynamik wesentlich von den jeweils herrschenden Modetrends beeinflusst ist. Natur, Erlebnis und Abenteuer haben seit Jahren Hochkonjunktur. Ob vom Wandern zum Trekking oder vom Radfahren zum Mountain-Biking: Viele Freizeit- und Bewegungsaktivitäten haben ein spezifisches modernes Styling verpasst bekommen. Die Spezialausrüstungen und speziellen „Out-Fits“ gewinnen zunehmend die Qualität von uniformen Kultgewändern einer neuen Freiluftbewegung, die auf der Suche nach dem ultimativen Kick mitunter rastlos an der ach so geliebten Natur vorüber rast.

Neue Körperbilder und -ideale sowie der Verlust traditioneller Bindungen haben den Sport zu einem prägenden Lebensstilmerkmal werden lassen. Leider ist dabei das eigentliche Natur- und Körpererleben zunehmend aus dem Blick geraten. Gerade die Natur gerät häufig lediglich zur Kulisse sportiver Raumeroberung. Auf attraktive Kulissen setzt auch der Tourismus, der wie keine andere Branche auf eine intakte Umwelt angewiesen ist. Doch die heile Urlaubswelt, ist vielerorts in den Verruf geraten. Auf der einen Seite mahnen die Kritiker ob der augenscheinlichen Schäden in Natur und Landschaft. Auf der anderen Seite kritisieren sie die nicht weniger schwer wiegenden negativen sozialen Folgen eines grenzenlosen Massentourismus.

Die problematischen Seiten von Sport und Tourismus standen jedoch nicht im Mittelpunkt des Symposiums. Vielmehr sollten mit Blick auf eine nachhaltige Zukunft, touristische Entwicklungskonzepte mit dem Schwerpunkt Sport auf den Prüfstand. Denn trotz aller berechtigten Kritik ist der Tourismus weltweit auch ein Hoffnungsträger in Bezug auf eine dauerhaft umweltgerechte Entwicklung. Sei es im Senegal, in Costa Rica oder auf den Malediven, der Tourismus nährt die Hoffnung auf Arbeit und Devisen und ist für viele Menschen häufig die einzige Alternative, um überleben zu können.

Aber nicht nur in der sog. Dritten Welt, auch in Deutschland wollen immer mehr Urlaubsregionen von möglichen Chancen profitieren und erweitern ihre sporttouristischen Angebote. Anknüpfend an aktuelle Trends werden daher nachfolgend v.a. Ansätze einer regionalen sporttouristischen Entwicklungsplanung vorgestellt, mit dem Ziel, Erfolgsfaktoren für nachhaltige regionale Sporttourismusangebote zu identifizieren.

Den folgenden Beiträgen vorangestellt und an Stelle des gewohnten Vorwortes, blickt *Hans Jägemann* anlässlich des Jubiläums auf 10 Jahre Symposien zur ökologischen Zukunft des Sports zurück. Dabei versucht er auch die eine oder andere Brücke zum aktuellen Symposiumsthema zu schlagen. In guter Tradition eröffnet *Jürgen Schwark* die Diskussion mit einem Überblicksbeitrag, in dem er den Versuch einer kategorialen Bestimmung des Begriffs „Nachhaltiger Sporttourismus“ unternimmt und dabei zahlreiche interessante Fragen aufwirft, die den Blick für das Thema schärfen. In Ergänzung zu diesem mehr theoretischen Einstieg wirft *Hans-Joachim Neuerburg* anhand von aktuellen Zahlen und Fakten einen kurzen Blick auf den vermeintlichen „Mega-Markt“ Sport-Tourismus und skizziert dabei aktuelle Trends und Perspektiven.

Grundlage einer an Nachhaltigkeitskriterien orientierten sporttouristischen Entwicklungskonzeption sind u.a. verlässliche Daten und Maßstäbe zur Naturraumbewertung. In ihrem Beitrag „Trends im Natursport“ widmet sich das Autorenteam *Ralf Roth, Stefan Türk und Edwin Jakob* diesem Thema unter besonderer Berücksichtigung potenzieller Belastungen von Naturräumen durch (natur)sportliche Aktivitäten.

Den Reigen der praktischen Beispiele für sporttouristische Entwicklungskonzepte eröffnen *Ralf Roth und Stefan Türk* mit der Vorstellung des sporttouristischen Entwicklungskonzeptes Südschwarzwald. Den bei den Deutschen außerordentlich beliebten Urlaubsaktivitäten Radfahren und Wandern widmen sich die folgenden Autoren. Zunächst gibt uns *Stefan Fredlmeier* fundierte Ein- und Ausblicke in Bezug auf das radtouristische Konzept des Naturparks Frankenwald. Diesem folgt eine ausführliche Betrachtung des „Megatrends Wandern“ durch *Rainer Brämer*, der die Entwicklung des Wanderns seit Jahren wissenschaftlich erforscht sowie konkrete Umsetzungen fachmännisch begleitet. Den Abschluss bilden *Maximilian Hillmeier* mit einem Überblick über die sporttouristischen Aktivitäten des bundesweit vielbeachteten „Ökomodells Hindelang“ sowie *Hans-Joachim Neuerburg* mit einem Kurzportrait der längsten Skaterstrecke Deutschlands, dem „Fläming-Skate“.

Aufmerksamen Beobachtern mag es nicht entgangen sein: Mit der vorliegenden Dokumentation haben wir nicht nur den Titel der Symposienreihe geändert, sondern auch damit begonnen, das langjährige Erscheinungsbild der Dokumentation neu zu gestalten. Wir hoffen, dass dies auf weitgehende Zustimmung trifft und hoffen, dass die Ergebnisse unserer „Expertenrunden“ auch weiterhin auf rege Nachfrage stoßen.

Wir danken allen ReferentInnen und TeilnehmerInnen für ihr Interesse und Engagement. Dem Bundesumweltministerium und dem Umweltbundesamt gilt der Dank für die finanzielle Unterstützung der Veranstaltung.

# 10 Jahre Symposien zur ökologischen Zukunft des Sports - Ein Rückblick

von Hans Jägemann

Für mich ist heute ein schöner Tag: Wir können ein Jubiläum feiern. Zum zehnten Mal veranstalten Sport mit Einsicht e.V. und der Deutsche Sportbund ein „Symposium zur ökologischen Zukunft des Sports“. Die ersten beiden Symposien waren in Sundern/Altenhellfeld. Seitdem ist der Battenheimer Hof in Bodenheim Gastgeber für diese Veranstaltungsreihe, bei der sich jedes Mal 20 bis 25 Sachkundige mit einem aktuellen Thema aus dem Bereich Sport und Umwelt beschäftigen, sich der Problemanalyse widmen und Empfehlungen auf dem Weg in eine ökologische, sprich: in eine bessere Zukunft des Sports abgeben.

Ich hatte das Privileg, bei allen Symposien dabei sein zu können. Die ersten neun haben wir in unserer DSB-Schriftenreihe „Sport und Umwelt“ dokumentiert. Das zehnte widmet sich dem Thema Sport und Tourismus, einem von Jahr zu Jahr wichtiger werdenden Umweltproblem. Bei der Durchsicht der alten Unterlagen und bei meinen Erinnerungen an die ersten neun Symposien ist mir aufgefallen, dass alles das, was wir in der Vergangenheit diskutiert haben, nicht nur aktuell geblieben ist, sondern auch einen deutlichen Bezug zu unserem Tagungsthema in diesem Jahr hat. Ein Rückblick, wie ich ihn geben soll, ist daher durchaus nicht pure Nostalgie, sondern sozusagen eine Zweitverwertung früher gewonnener Einsichten.

Das erste Symposium Ende September 1993 in Sundern hieß „Ökologische Zukunft des Sports“ und gab damit der gesamten Reihe den Namen. Es behandelte kein spezielles Schwerpunktthema, sondern eine ganze Reihe wichtiger Sport-Umwelt-Themen, vom Mensch-Natur-Verhältnis über human-ökologische Prinzipien bei der Planung von Sportstätten hin zu verbandspolitischen Fragen und dem ewig jungen und ewig leidigen Thema der Trends im Sport. Sicherlich allesamt Themen, die auch bei der Diskussion um Sport und Tourismus wichtig sind. Und als frühen Fingerzeig auf die heutige Veranstaltung hörten wir damals den prognostischen Beitrag von Thomas Wilken „Die Entdeckung der Langsamkeit - Urlaub und Sport im Jahr 2014“.

Das zweite Symposium 1994 hatte sich das Themenfeld „Sport und Bewegung in der Stadt“ vorgenommen. Auch die dabei diskutierten Aspekte der Berücksichtigung (beziehungsweise der mangelhaften Berücksichtigung) von Sport und Bewegung in der Stadtentwicklungsplanung einschließlich der vielfältigen ökologischen Implikationen sind problemlos auf Zustand und Gestaltungsmöglichkeiten von Urlaubsorten anzuwenden; von dem Zusammenhang zwischen Wohnumfeldqualität und dem wochenendlichen Fluchtrefflex in entfernte Gegenden ganz zu schweigen.

Das dritte Symposium 1995 war das erste hier in Bodenheim. Der Titel stellte fest: „Sport und Natur im Konflikt“. Bei der Veranstaltung gab es Rückblicke auf die Geschichte dieser Konflikte, Diskussionen der aktuellen Problemlage und Beiträge zu Lösungsmöglichkeiten. Auch das vierte Symposium 1996 „Sport und Natur - Strategien zur Konfliktlösung“ beschäftigte sich mit den Auswirkungen

von Sport in Natur und Landschaft auf die Ökosysteme, stellte aber, aufbauend auf der Veranstaltung vom Vorjahr, vor allem Lösungsstrategien auf den Prüfstand. Beide Symposien sind bei der Debatte über die Auswirkungen des Sporttourismus wichtig, bestimmen doch heute noch, oder heute in ganz besonderem Ausmaß, die Belastungen der Natur durch den sportbezogenen Tourismus die Diskussion.

Das fünfte Symposium habe ich als eins der anregendsten und konstruktivsten in Erinnerung, wenn eine solche Herausstellung überhaupt zulässig ist. Es beschäftigte sich unter dem Titel „Sport und Mobilität“ mit dem erstaunlich hohen Anteil des Sports am Verkehrsaufkommen, mit den vermuteten Ursachen von Planungsfehlern und individuellem Fehlverhalten, den negativen Rückwirkungen des Verkehrs auf den gesundheitlichen Wert und die Attraktivität des Sports und diskutierte Modelle der Problemlösung oder zumindest der Problemminderung. Auch hier war ein überaus starker Bezug zum Sporttourismus vorhanden: Sport im Urlaub war damals unmittelbarer Diskussionsgegenstand. Außerdem ist, die Spitzfindigkeit sei gestattet, jede der zahlreichen Sportaktivitäten, die zunächst mit einer Autofahrt beginnen, auch dem Wortursprung nach Tourismus.

„Sport und Nachhaltigkeit“ war das Motto des sechsten Symposiums. Wir hatten uns 1998 das zunehmend wichtiger werdende Thema Nachhaltigkeit vorgenommen, das uns allerdings - so erinnere ich mich - mit seiner Sperrigkeit den Weg ins Konkrete stellenweise schwer machte. Nachhaltigkeit hat sich inzwischen als Leitbild in vielen Bereichen etabliert; es findet sich in der Programmatik des IOC ebenso wie in der DSB-Satzung, bei den fünf deutschen Olympiabewerbungen für 2012 und bis hinunter in zahlreiche Sportvereine. Für unser Tagungsthema ist es sicherlich unverzichtbar.

Das siebte Symposium 1999 war das bisher letzte, das am angestammten Kalenderplatz in der letzten Septemberwoche stattfand. Sein Titel „Trends im Sport“ thematisierte den schwer fassbaren, kaum prognostizierbaren und oft auch unbegreiflichen Bereich der angesagten Dinge, der stabilen Trends wie der Verrücktheiten, der Gefahren wie auch möglicher Chancen für die Umwelt. Auch die Ergebnisse von 1999 können wir heute gut verwerten, denn welcher Bereich wäre anfälliger für Moden, welcher hätte eine stärkere Affinität zum letzten Schrei, welcher wäre trendbildender als der Sport im Urlaub?

Die zunehmend als globale Bedrohung unserer Zukunft empfundene Entwicklung des Weltklimas bildete den Hintergrund des achten Symposiums mit dem Titel „Sport und Klimaschutz“. Das Sportsystem als gewaltiger Energie- und Ressourcenverbraucher für Sportstätten, Sportgeräte und Mobilität wurde auf seine negativen Beiträge zur Klimagefährdung und auf Verbesserungspotenziale hin abgeklopft. Außerdem diskutierten wir die plausible Vermutung, dass vorbildliche Lösungen im Sport besonders gut geeignet sind, Multiplikatorwirkungen auf das Verhalten der Sportlerinnen und Sportler, etwa in ihrem privaten Bereich, zu entfalten. Die 2000 gewonnenen Erkenntnisse sind, so meine ich, besonders gut auf unser diesjähriges Thema anwendbar.

Dass Analysen und Modell-Lösungen allein ein Mauerblümchendasein fristen, wenn man sie nicht wirksam bekannt macht, war Thema des letztjährigen, des neunten Symposiums. Es hatte den Titel „Umweltkommunikation im Sport“ und beschäftigte sich mit den Schwierigkeiten, Umweltthemen und Nachhaltigkeit zu kommunizieren aber auch mit Erfahrungen und Empfehlungen für erfolgreiche Strategien. Auch dieses Thema ist allein schon wegen des diffusen



Adressatenkreises für die Thematik unserer heutigen Tagung von besonderer Wichtigkeit.

Das zehnte Symposium ist also nicht nur eines in einer Reihe von Vorgängern, es ist in besonderer Weise geeignet, Bilanz zu ziehen. Zu diesem thematischen Rückblick gehört aber auch noch der Hinweis darauf, dass zahlreiche unserer Symposien mit einer nach der Veranstaltung erarbeiteten Abschlusserklärung, einer „Bodenheimer Erklärung“ abgerundet wurden, die weit über den Teilnehmerkreis hinaus die Symposiumsergebnisse in die Breite trägt. Auch in unserem Informationsdienst „Sport schützt Umwelt“ haben wir die Thematik und die Ergebnisse der Symposien häufig wieder aufgegriffen.

Nach dieser Erinnerung an die Jahre ab 1993 möchte ich, bevor ich noch kurz zum Tagungsthema komme, eine angenehme Pflicht erfüllen: Natürlich freue ich mich über alle Teilnehmerinnen und Teilnehmer, die diesmal mit uns am Thema Sport und Tourismus arbeiten wollen. Über zwei Teilnahmezusagen habe ich mich jedoch ganz besonders gefreut: da ist zunächst Erika Dienstl, Noch-Vizepräsidentin des DSB (sie will in einer Woche bei den anstehenden Neuwahlen nicht wieder kandidieren), langjährige Vorsitzende der Umweltgremien des DSB, früher Vorsitzende der DSJ, Präsidentin des Deutschen Fechterbundes, Mitglied in der Umwelt-Arbeitsgruppe des IOC und in einer Fülle anderer wichtiger Positionen, überall hoch geachtet und hoch geehrt und für mich über lange Jahre eine wertvolle und engagierte Weggefährtin. Es ist erstaunlich aber wahr: Erika Dienstl war wegen ihrer vielfältigen Verpflichtungen zu allen von mir erwähnten neun Symposien zur ökologische Zukunft des Sports verhindert, da war, wie man so sagt, richtig der Wurm drin; bei der diesjährigen Jubiläumsveranstaltung wollte sie endlich einmal selbst dabei sein und sich ein Bild davon machen, was wir bei diesen Gelegenheiten so treiben. Leider hat eine Erkrankung kurzfristig verhindert, dass wir Erika Dienstl hier begrüßen konnten. Ich hoffe Frau Dienstl bleibt uns nach all den aktiven Jahren gewogen und vielleicht klappt es ja beim nächsten mal...

Das gilt in gleicher Weise für Peter Mewis, den wir für zwei Tage aus seinem, wie man so sagt „wohlverdienten“ Ruhestand heraus geholt haben und über dessen leibhaftige Teilnahme ich mich sehr freue, schließlich haben wir über viele Jahre hervorragend und freundschaftlich verbunden zusammengearbeitet. Peter Mewis hat als zuständiger Mitarbeiter des BMI diese Veranstaltungsreihe jahrelang stark unterstützt und für ihre Finanzierung gesorgt, für die wir uns heute beim BMU bedanken dürfen, das an die Stelle des BMI getreten ist, was bei diesem Thema auch nahe liegt. Peter Mewis hat, soweit ich mich erinnern kann, an fast allen Symposien teilgenommen, und es ist für mich eine ganz besondere Freude, ihn nach längerer Zeit heute wiederzusehen.

Jetzt aber wieder kurz zum Thema unseres Symposiums und den angekündigten kurzen Anmerkungen. Wer mich kennt weiß, dass ich nicht zur Schönfärberei neige. Ich habe immer den Standpunkt vertreten, dass man Probleme lösen und nicht leugnen muss, dass Relativierungen nicht weiter führen, dass man die Zukunft nicht mit Broschüren oder Sonntagsreden, sondern nur mit zielführenden Maßnahmen sichern kann. Für das gute Image von Organisationen gilt übrigens dasselbe.

Also, ohne Schönfärberei: Die Entwicklungen im Sporttourismus sind alles andere als beruhigend. Wenn jemand vor 10 oder 15 Jahre eine Prognose für 2002 abgegeben hätte, wäre diese damals mit ziemlicher Sicherheit weit harmloser

ausgefallen als die heutige Realität. Und das, obwohl wir heute viel mehr wissen und inzwischen auch nicht gerade untätig waren. Damals haben wir bspw. noch geglaubt, Auswüchse könnten mit einem Appell an die Sportverbände verhindert werden, die Programmangebote ihrer eigenen Reisebüros auf einen umweltverträglichen Kern zu reduzieren. Wir hielten das Anhängen von Umweltregeln an die Sportartikel und -geräte in den Sportgeschäften für Chancen zur Verhaltensänderung der Käufer. Wir empfahlen Sportverbänden und Reiseveranstaltern, die Zuganreise mit Rabatten zu honorieren und den Hoteliers, Energiesparlampen anzuschaffen und Recyclingpapier auf die Toiletten zu hängen.

Die Naivität müsste uns inzwischen vergangen sein. Sicherlich: Man soll nicht alles schwarz malen. Den gesellschaftlichen Trends folgend und dem Kostendiktat gehorchend sind auch Veränderungen zum Positiven nicht zu übersehen. Sie werden aber von Qualität und Dynamik einer nicht nachhaltigen Entwicklung völlig überlagert. In Natur und Landschaft sind längst nicht mehr primär die „wilden“, unorganisierten Aktiven, auf die früher gern alle Probleme abgeschoben wurden, das Hauptthema. Heute sind in großem Stil kommerzielle Erlebnisanbieter am Werke, die die Natur nach Strich und Faden vermarkten und sich dabei, wenn sie clever sind, auch noch einer naturverbundenen Rhetorik bedienen.

Sportreisen sind oft zusätzliche Urlaube und nicht ein Wechsel des Aktivitätsspektrums im Urlaub, was man ja nur begrüßen könnte, wenn es im vernünftigen Rahmen bleibt. Die Reisen werden immer kürzer und immer weiter, das glatte Gegenteil von nachhaltiger Entwicklung. Gründliche Ausbildung in einer Sportart, eine Grundvoraussetzung für umweltverträgliches Verhalten und für genussvollen Sport, wird zu einer Angelegenheit von Nostalgikern. Der trendige Urlauber praktiziert gleich mehrere für ihn neue Sportarten pro Reise, nicht selten pro Wochenende. Perfekte Organisation durch einen Veranstalter, Neugier und etwas Mut treten an die Stelle von langjährig erworbenem, soliden Können.

Heute ist es für viele längst üblich, für banale Trainingsanlässe ins Ausland zu fliegen, teilweise mehrmals im Jahr. Ich meine keine Hochleistungssportler, die sich im Warmen auf die Saison vorbereiten, sondern Leute, die in ihrer Freizeit laufen, Rad fahren, segeln oder reiten. Für sie werden in Gegenden mit Sonnengarantie - etwa auf Mallorca, in Portugal oder auf dem spanischen Festland - Kurse angeboten, die wachsende Nachfrage finden. Als wenn man bei uns etwa nicht Laufen lernen oder trainieren könnte. Aus der Schweizer Studie von Jürg Stettler kennen wir die abenteuerlichen Kilometersummen, die insbesondere Surfer und Taucher im Jahresdurchschnitt auf dem Weg in ihren Aktivurlaub zurücklegen.

Ich will die Situationsbeschreibung nicht fortsetzen, eigentlich sollte ich mich ja auf den Rückblick beschränken. Außerdem sind andere da sachkundiger und wir alle wollen noch Stoff zur Diskussion behalten. Ich bin aber davon überzeugt, dass es ohne ein Zurechtrücken der Rahmenbedingungen, das heißt im Klartext: ohne politische Vorgaben, keine nennenswerte Verbesserung geben wird. Dass zusätzlich ein ganzes strategisches Bündel an Maßnahmen sinnvoll oder sogar unverzichtbar ist, steht dazu nicht im Widerspruch. Wenn wir es ernst meinen mit dem Leitbild der Nachhaltigkeit, müssen wir uns als Sportverbände auch beim Thema Sport und Tourismus einmischen und der Politik Vorschläge machen sowie da handeln, wo wir gefordert sind. Es ist wie auf anderen Gebieten auch: Wieder einmal fühlt sich keiner richtig zuständig. Die Sportorganisationen sind also

wieder einmal gefordert, sich daran zu erinnern, dass sie Sachwalter des gesamten Sportsystems sind und auch sein wollen. Fehlentwicklungen außerhalb ihres Organisationsbereichs schädigen schließlich auch ihr Image, selbst wenn sie nicht verantwortlich sind; ein starkes Argument für alle, die meinen, man könne sich auf die eigene Organisation beschränken.

Wir sollten uns also auch bei dieser Tagung als Vertreter des organisierten Sports zusammen mit unseren fachkundigen Gästen auch diesen Schuh anziehen und vor dem Hintergrund der vergangenen neun Symposien wiederum zu unserem Jahres-Thema Probleme benennen, Lösungen vorschlagen und für ihre Umsetzung werben.



# Sporttourismus: Spezifik, Handlungspotenziale und Zugänge

von Jürgen Schwark

## Einleitung

Der Titel der hier dokumentierten Veranstaltung ist mit Sport und Tourismus benannt. Im Einleitungstext zur Tagung ist allerdings der Begriff Sporttourismus verwendet worden. Wir haben es hier mit einem kleinen, gleichwohl aber gravierenden Unterschied zu tun. Im ersten Fall treffen zwei gesellschaftliche Teilbereiche und individuelle Praxen aufeinander. Im zweiten Fall sollte der so formulierte Begriff eine eigene Spezifik aufweisen. Bis Mitte der 1980er Jahre finden wir in der Literatur sowohl des deutschsprachigen wie auch des angelsächsischen Raums ausschließlich die Nennung der beiden eigenständigen Bereiche Sport und Tourismus bzw. Synonym den älteren Begriff Fremdenverkehr. Weiterhin ist die Kategorie Sport im Tourismus zu unterscheiden (vgl. Stoessel 1973, Dieckert 1974, Neumann 1976, DSB 1976, Hoffmann 1978).

Erst danach etabliert sich der Begriff „Sporttourismus“, parallel zu den anderen Begriffen, ohne jedoch qualifiziert zu werden. ((Z) Hochschulsport 1988, Neuerburg/Wilken 1988, Bökemann 1989) Das setzt ein unausgesprochenes Einverständnis über die Nicht-Notwendigkeit einer weitergehenden Begründung voraus. Diese Begründung schien und scheint auch heute nicht als notwendig erachtet zu werden.<sup>1</sup> Praktiker bedienen sich dieses Begriffs erfolgreich und brauchen nicht zwingend einen theoretischen Überbau über das, was ohnehin mehr oder weniger gut funktioniert und auch überwiegend funktional betrachtet wird. „Auch die deutschen Fremdenverkehrsorte... begreifen den Sport als ein wesentliches Element der touristischen Infrastruktur“ (Hensel 1996, 13)<sup>2</sup>

Nun genügt sich Wissenschaft bisweilen recht gut sich selbst und bedarf nicht in jedem Fall und zu Recht eines unmittelbaren Nutzenkalküls und direkten Verwertungsinteresses. Bedeutung und Sinn erschließen sich häufig erst in einem späteren und mehrfach vermittelten Prozess.

---

<sup>1</sup> Grobshäuser 1992 verwendet den wenig hilfreichen Begriff „Sporturlaub“, da dies ein zugestander Anspruch von Berufstätigen und eine spezifische Verwendung von Zeit darstellt, und differenziert nach Haupt- und Nebenmotiv. Derartige graduelle Standards sind jedoch nicht in der Lage die Spezifik von Sporttourismus zu begründen, sondern sind allenfalls als formale Typisierung hilfreich. Dreyer 1995 argumentiert ebenso mit einer formalen Unterscheidung in Aktiv- und Sporturlauber sowie Nachfragetypen. Standeven, de Knop 1999 lehnen sich an die formale Tourismusdefinition der WTO an. Freyer 2002 konstatiert das Fehlen einer anerkannten „Sport-Tourismus“ Definition. Innerhalb der beiden vorgeschlagenen Definitionsversuche werden jedoch entlang formaler benutzter Kategorien (u.a. Zeit, Ort, Raum, Entfernung, Intensität) überwiegend Fragen aufgeworfen.

<sup>2</sup> Der funktionale Nutzen des Sports hält spätestens in den 1970er Jahren Einzug in die Tourismusdiskussion. Sport wird hier ein gesundheitsorientierter, prophylaktischer, regenerativer und kommunikativer Nutzen zugesprochen und so in das touristische Angebot aufgenommen. In diese Argumentation gehend siehe: Neumann 1976 und DSB 1976.

Praktisch notwendig wird eine Sporttourismus-Definition jedoch dort, wo wir eine ins Beliebige hineinreichende Aufweichung des Begriffs haben und selbst die vormals diffuse Klarheit vollends unklar wird. Ein- und Abgrenzungen sind somit nichts Nebensächliches, sondern etwas Grundlegendes, um bestimmen zu können ob etwas Sporttourismus ist oder irgendetwas anderes.

Das hat auch unmittelbar ökonomische Konsequenzen. Wenn in anderen Bereichen Markenprodukte durch Plagiate entwertet werden, Kitsch als Kunst ausgegeben werden kann, Wellness als nichtssagender Containerbegriff jedweder Angebote herhält, spätestens dann werden Forderungen laut, doch für Abgrenzungen zu sorgen. Was ist bspw. ein Sporthotel? Hinter diesem ungeschützten Begriff verbergen sich ganz unterschiedliche Vorstellungen vom Qualität, so dass bspw. Reiseveranstalter wie die TUI aus diesem Grund eigene Kriterien entwickelt haben, um sich von beliebig konstruierten Etikettierungen zu distanzieren. Die diversen Lizenzierungen sowie Qualitäts- und Gütesiegel sind ganz praktische Versuche, Produkte eindeutiger samt ihrer qualitativen Beschaffenheit auf dem Markt zu positionieren und sich positiv abzuheben. Wie es scheint, besteht auch aus einer marktwirtschaftlichen Überlegung heraus der Bedarf, das Nominalismus-Problem zwischen Sein und Heißen zumindest teilweise aufzulösen.<sup>3</sup> In der Regel wird hier jedoch auf einer überwiegend pragmatisch-technischen, also formalen Ebene argumentiert. Bevor wir jedoch zu einer Sporttourismus-Definition kommen, sollen vorab die verschiedenen Anbietersysteme aus den Teilsystemen Tourismus und Sport dargestellt werden.

## **Tourismus und Sport als Teilsysteme**

Grundlegend ist also von zwei Anbietersystemen auszugehen, die sich durch jeweils unterschiedliche gesellschaftliche und kulturelle Bezüge zum Feld des Sports und zum Feld des Tourismus ausweisen. Aus Sicht des touristischen Wirtschaftssubsystems werden die Zugänge als Profit- und Non-profit-Dual verstanden. Im Vordergrund stehen hier das ökonomische Primat und eine Dienstleistungsorientierung. Aus Sicht des Kultursystems Sport bestehen die Zugänge hinsichtlich der aktiven Ausübung der kulturellen Praxis und in seiner touristischen Form als ein inhaltliches Spezifikum. Zumindest ist dies die idealtypische Sichtweise, da es im Sportsystem durchaus auch Angebotsstrukturen gibt, deren Hauptsinn ebenfalls im Ökonomieprinzip verankert ist und Sport lediglich unter modisch-aktuellen Prämissen versteht. In Anlehnung an die von Jütting (1987, 1996) vorgenommene Unterteilung des Sportsystems trifft dies vor allem auf das mediale Sportsystem mit seiner professionellen Dienstleistungsarbeit zu, wie z.B. auf einen Teil der kommerziellen Fitness-Studios und der sportbezogenen Erwachsenenbildungsträger.<sup>4</sup>

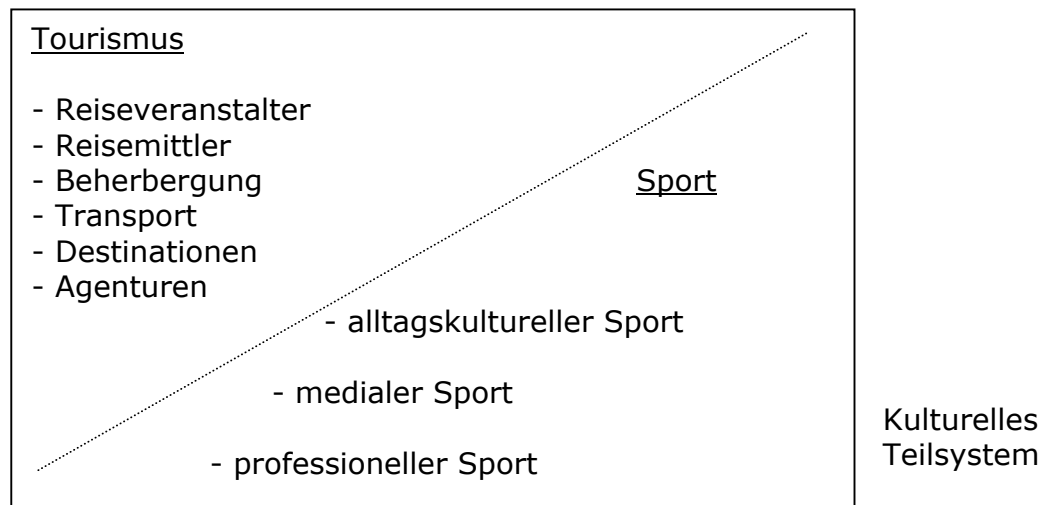
Abb. 1: Sporttourismus in unterschiedlichen Teilsystemen

---

<sup>3</sup> Siehe dazu auch Hagedorn 1996, S. 165

<sup>4</sup> Zu Ausdifferenzierung und Typologie des Dienstleistungsangebotes im Sport siehe auch Woratschek 1999, S. 210

## Wirtschaftliches Teilsystem



Anbietersprägungen innerhalb des Subsystems Sporttourismus beziehen sich zum einen auf (wenige) große Reiseveranstalter, bei denen Sport lediglich ein Bestandteil des gesamten touristischen Angebotes ist.

Spezialreiseveranstalter als vorwiegend kleine Reiseveranstalter konzentrieren sich in der Regel auf eine oder wenige Sportarten. Hintergrund sind häufig eine entsprechende Sportbiographie und persönliches Engagement der Eigentümer verbunden mit einer sehr individuellen (Unternehmens-) Philosophie. Angebracht ist eine Unterteilung in Reiseveranstalter mit Bezügen zum sogenannten „Sanften Tourismus“ und rein kommerziell ausgerichtete Reiseveranstalter, die sich auf Trend- bzw. Modesportarten sowie sogenannte „Sportevents“ orientieren. In der Regel sind die Inhalte vorher festgelegt und dienen als Ausgangspunkt mit der Orientierung auf eine relativ homogene Klientel, die „besportet“ wird.

Clubanbieter richten sich mit einem hohem Anteil an Sportangeboten an eine jugendliche oder gut zahlende erwachsene Klientel. Überwiegend werden Natursportarten mit Geräteeinsatz, Rückschlagspiele sowie sogenannte Trend- und Modesportarten in animativer Form angeboten. Die rein kommerzielle Ausrichtung wirft tendenziell das Problem auf, sportpädagogische Qualifikationen zu sichern und nicht zu Ungunsten einer vorgeblich „sanften“ Animation zu vernachlässigen. Relativ neu sind Qualifizierungsangebote, wie man sie eher aus dem sportverbandlichen Milieu kennt, sowie das Engagement von bekannten SpitzensportlerInnen.

Sporthotels sind mit diesem Label seit annähernd dreißig Jahren auf dem (bundesdeutschen) sporttouristischen Markt und bieten hauptsächlich Tennis, Golf und (Wasser-) Gymnastik/Krafttraining i.w.S. an. Hinzu kommen Kombinationsangebote im Gesundheits-, Fitness-, Wellness- und Beautybereich. Realisiert werden die Angebote von hierfür eingestelltem haupt- und nebenberuflichem Personal (mit unterschiedlicher formaler Sportqualifikation) sowie von kommerziellen Sportschulen, die als Dienstleister i.d.R. den Erlebnis- und Abenteuersportbereich abdecken.

Ein Großteil der Fremdenverkehrsverbände hat eigene Angebote häufig im Bereich Radwandern, Wandern, Reiten und Skaten entwickelt. Die Durchsicht der

Publikationen von Fremdenverkehrsverbänden ergibt, dass Formen des Kursangebotes, Sportgeräteausrüstung, Kooperationen mit örtlichen Hotels und kommerziellen Sportschulen sowie gemeinnützigen Sportvereinen überwiegen und zusätzlich Sportarten und bewegungsorientierte Angebote wie Golf, Reiten, Kanu/Kajak, Segeln, Tauchen, Surfen, Wasserski, Gleitschirmfliegen, Ballonfliegen, Klettern, Schießen und Angeln offeriert werden.

Innerhalb der sportbezogenen Erwachsenenbildungsträger finden sich Angebotsformen des (fünftägigen) Bildungsurlaubs im Rahmen der Arbeitnehmerweiterbildungsgesetze und Katalogangebote wie z.B. „Sport lernen und Urlaub“ des Bildungswerkes des LSB-NW e.V. wieder. Hintergrund ist hier der öffentliche Auftrag im Rahmen der Weiterbildungsgesetze der jeweiligen Bundesländer mit der Zielstellung, sportfernen bzw. sportungewohnten Gruppen einen Zugang zum Sport zu verschaffen. Ebenso finden sich Angebote aus dem Bereich des Hochschulsports im Rahmen der Landeshochschulgesetzgebung, die allen Hochschulangehörigen ein Sportangebot bieten sollen. Sportpädagogische Aspekte, die sich aus der Bildungskonzeption des Allgemeinen Deutschen Hochschulsportverbandes (ADH) ableiten, stehen im Vordergrund bzw. sind zumindest mitberücksichtigt.

Auch die Sportverbände treten inzwischen als Reiseveranstalter auf. So hat bspw. der LSB-NW e.V. den Reiseveranstalter S.P.u.R.T GmbH gegründet (Vorläufer schon in den 1980er Jahren war SET-Sportreisen), der Reisen für Sportvereine und Sportvereinsmitglieder anbietet. Mit den Jugendferienwerken der Sportjugend der Landessportbünde existiert schon seit Jahrzehnten ein für Kinder und Jugendliche sport- und freizeitorientiertes Tourismusangebot (Tendenziell gilt dies auch für die Jugendverbandsarbeit gewerkschaftlicher, kirchlicher oder parteipolitischer Träger). Hinsichtlich der vorhandenen Zielkonzeption und der pädagogischen Qualität heben sich die Angebote der (Sport-) Verbände positiv von den kommerziellen Jugendreiseveranstaltern ab, die ihre „Teamer“ in Wochenendseminaren versuchen vorzubereiten. Ebenso zu erwähnen sind diverse Fachverbände, wie z.B. die Deutsche Reiterliche Vereinigung (Warendorf) oder der Verband für Turnen und Freizeit (Hamburg), die entweder mit Reiseveranstaltern kooperieren oder eigenständig Reisen zu Sportveranstaltungen bzw. Sportreisen anbieten.

Privat organisierte Touren sind nicht direkt dem Sportsystem zuzuordnen. Die augenscheinlich individualisierte, familiäre oder gruppenbezogene Organisationsform hat jedoch in den meisten Fällen einen sportorganisatorisch-biographischen Hintergrund und bietet für die Sportverbände aufgrund ihrer strukturellen und „emotionalen“ Nähe u.a. das Potenzial für eigene institutionalisierte Angebotsformen.

## **Zum Begriff „Sporttourismus“ - „Am Stück oder in Scheiben?“**

Zur Spezifik des Sporttourismus erfahren wir von Seiten der Sportwissenschaft ebenso wenig wie von Seiten der sogenannten Tourismuswissenschaft, oder besser vielleicht der Geschichte, Soziologie, Psychologie, Geographie oder



Ökonomie des Tourismus.<sup>5</sup> Von einer Wissenschaftsdisziplin „Sporttourismus“ ganz zu schweigen (Dies wäre den Parzellierungsbestrebungen und Bindestrichwissenschaften wohl auch zu viel des Guten).

Die Frage „Was Sporttourismus ist“, ist gleichzeitig auch die Frage, was Menschen, Institutionen und Gesellschaft aus dem historisch erzeugten und sich wandelnden Kulturprodukt machen, verändern und damit auch nach ihren Vorstellungen konfigurieren bzw. konstruieren. Gibt es einen dauerhaften Sinn der zugrunde gelegt werden kann, oder ist alles eine Frage der konkurrierenden Interessenlagen und Definitionsmacht?

Das Hauptproblem der derzeitigen Argumentationen zu bzw. über Sporttourismus besteht darin, dass gesellschaftliche Bedingungen, in Form von legitimen und illegitimen Funktionalisierungen (Gesundheit, Erlebnisorientierung), Überformungen (Kommerzialisierung, Modediktat) und Deformierungen (Zurichtung von räumlichen und sozialen Strukturen) als Wesensbestimmung für Sporttourismus erachtet werden. Ist Sporttourismus nichts anderes als ein alchemistisches Konstrukt? Werden hier, um die chemieorientierte Metapher aufzugreifen, lediglich Essig und Öl miteinander vermischt, die zwar kurzfristig und oberflächlich betrachtet eine Verbindung eingehen, jedoch nach kurzer Zeit ihre „Eigenständigkeit“ und Trennung unter Beweis stellen? Oder handelt es vielleicht doch um eine dauerhafte und eigenständige Verbindung wie es die Metalle Zink und Kupfer als Messinglegierung ermöglichen?

In Anlehnung an die von Güldenpfennig (1996a, 1996b) entwickelte Argumentationslinie führen graduelle Standards (z.B. Zeit, Umfang, Intensität) für eine Definition von Sporttourismus nicht weiter. Anzumerken ist überdies, dass es im folgenden um Sporttourismus als subjektive Tätigkeit geht (samt des Verhältnisses zwischen gesellschaftlichen und subjektiven Bedingungen) und nicht um das institutionell herausgebildete Subsystem.

Mit der Setzung von Übernachtungszahlen (ohne Übernachtung = Tagestourismus bzw. Ausflugsverkehr, eine bis vier Übernachtung(en) = Kurzzeit-tourismus, mehr als vier Übernachtungen = Langzeittourismus) kann nicht substantiell eine Aussage über den Charakter der Tätigkeit „Sporttourismus betreiben“ getroffen werden. Allerdings ist die Kategorie der Zeit, genauer der Verwendung der Zeit, dafür ausschlaggebend wie intensiv die Auseinandersetzung mit der Tätigkeit Sporttourismus geführt werden kann. Jedoch muss auch hier betont werden, dass der formale Umgang „ab einem bestimmten Maß

---

<sup>5</sup> Allerdings ist zu konstatieren, dass seit Mitte der 1990er Jahre die Anzahl der Publikationen zum Themenfeld „Sport und Tourismus“ deutlich zunimmt und auch auf Tagungen/Kongressen vermehrt Aufmerksamkeit erfährt. Bspw. wird seit 1994 die Zeitschrift „Journal of sport tourism“ herausgegeben (International Council of sport tourism, Canada). Im Jahr 2001 hat die World Tourism Organisation zusammen mit dem IOC einen Internationalen Kongress zum Thema „Sport and Tourism: 1st World Convergence“ in Madrid durchgeführt. (Hier haben sich WTO und IOC „mit fremden Federn geschmückt“. Bereits 1966 veranstaltete das International Council of Sport and Physical Education den 1. internationalen Kongress mit dem Titel „Sport and Tourism/Sport et Tourisme“ in Bled/Yugoslavia) Verstärkt werden touristische Regionalkonzepte mit sporttouristischen Bezügen in Kooperation mit Hochschulen durchgeführt. Z.B. Sachsen-Anhalt - Hochschule Harz, Südschwarzwald - Sporthochschule Köln, Eifel - Sporthochschule Köln, Münsterland/Kreis Borken - Fachhochschule Gelsenkirchen, Abt. Bocholt, Mecklenburg-Vorpommern - Universität Greifswald.

an Zeit“ nicht die Sinngrenze bestimmen kann, sondern eher hilfreich für eine Binnendifferenzierung als graduelle Abstufung sein kann.

Weiterführend ist innerhalb der formal-etablierten Tourismusdefinitionen (WTO 1993) die Formulierung „Verlassen des gewöhnlichen Aufenthaltsortes“, also die Kategorie des Raumes. Grundlegend ist damit die Sinngrenze von Tourismus/Reisen angesprochen. Jedoch ergeben sich auch hier einige Fallstricke, je nach formaler oder inhaltlicher Herangehensweise.

So verliert die zentrale Kategorie des Raums durch die zunehmende Geschwindigkeit an Bedeutung. Die An- und Abreise wird zusehends aus dem Gesamtkomplex der Reise herausgelöst, mit den Folgen einer anfänglich mehr physischen als psychischen Ankunft am Reiseziel. Gemessen an den Reisegeschwindigkeiten des 19. Jahrhunderts hat sich die (touristische) Welt heute in etwa auf die räumliche Größe des Münsterlands reduziert. Mit zunehmender Geschwindigkeit geht die Fähigkeit der Rauman eignung verloren bis hin zur Virtualität und äußerlich nur noch sichtbaren, innerlichen jedoch nicht mehr spürbaren (Fremd)bewegung im Raum. Erinnert sei an den sog. Millenniumsflug. Die Passagiere konnten gleich mehrmals mit dem Überfliegen der (willkürlich gesetzten) Zeitzonen den Jahrtausendwechsel (mit dem Beginn der Zeitrechnung ebenso willkürlich gesetzt) begehen. Hätte man die Teilnehmer ohne deren Wissen in einen Flugsimulator gesetzt (technische Machbarkeit hier einmal unterstellt), wären aufgrund der beharrlichen Bereitschaft, dem historischen „Ereignis“ angemessen zu begegnen, ebenso ausgeprägte Emotionen erfolgt.<sup>6</sup> Mit Gerhard Schulze gesprochen: Zur Suggestion gesellt sich die Selbstsuggestion.

Mit dem Verlassen des „gewöhnlichen Aufenthaltsortes“ entsteht also dann ein Vakuum, wenn der Raum sowohl als Distanz zwischen zwei Orten wie auch als Areal nicht angeeignet wird, oder werden kann. Positiv ausgedrückt geht es zentral um das Aufsuchen von und (mindestens) um die Auseinandersetzung mit „Nicht-Alltäglichen Gunststandorten/-räumen“.<sup>7</sup>

Sporttourismus nach „Sport treiben im (sog., J.S.) Urlaub als Haupt- oder Nebenmotiv“ zu qualifizieren und gleichzeitig eine Binnendifferenzierung

---

<sup>6</sup> Welche „Tücken“ die Formulierung „Verlassen des gewöhnlichen Aufenthaltsortes“ mit sich bringt, könnte in Überschreitung von bloß gedanklichen Traumreisen im sog. Cyber-Space liegen. Wenn Ganzkörper-Datenanzüge klimatische Bedingungen und taktile Reize zu vermitteln in der Lage sind und Daten-Helme das mit den jeweiligen technischen Grenzen interaktive Agieren auf vorkonstruierte, virtuelle aber real erscheinende und Emotionen auslösende touristische Simulationswelten, dann haben wir es hier auch mit einer spezifischen Form des Verlassens vom gewöhnlichen Aufenthaltsort zu tun. Zumindest auf der Ebene des Eindrucks, des Erlebnisses (nicht der realen Erfahrung) könnte diese Form umfangreicher und intensiver sein, als die 12-tägige Kreuzfahrt in die Karibik, wo ein Teil der amerikanischen Teilnehmer das Schiff nicht verlässt und stattdessen am Roulette-Tisch und vor Spielautomaten sitzt. Die Ausgleichsmotoren des Schiffes verhindern überdies die sonst üblichen Schlingerbewegungen auf dem Medium Wasser, so dass hier durchaus gefragt werden kann, wer sich in einer virtuelleren (bzw. alltäglicheren) Welt bewegt.

<sup>7</sup> Für den Sporttourismus können Gunststandort/-räume auch geomorphologisch und klimatisch gänzlich unwirtliche Orte/Räume sein (z.B. Hochgebirge, Ozeane), da sie gerade die für den Sport notwendige Anforderung erfüllen, das selbst gesteckte Ziel zu erreichen

vorzunehmen, wie die Argumentation von Grobshäuser (1992), Dreyer (1995), Freyer (2002), bezieht sich auf Umfang und Intensität innerhalb der Reise. Mit dem Hauptmotiv „Sport treiben“ als mehr oder weniger dominierenden Bestandteil der Reise ist jedoch noch nichts über die Spezifik der Tätigkeit ausgesagt. Unabhängig vom Hauptreise- und Nebenreisemotiv Sport können gleiche Motive zum Sporttreiben vorliegen. Ebenso gilt, dass gänzlich unterschiedliche Motive zum Sporttreiben innerhalb des Hauptreise- bzw. Nebenreisemotivs bestehen können, die bspw. als außersportlich-instrumentelle Motive (Gesundheit, Erholung) oder innersportliche Zwecke (unterschiedliche Leistungsniveaus, Spitzensport, Breitensport) zu charakterisieren sind. Diese Unterscheidungen machen für den 2. Schritt innerhalb einer Binnendifferenzierung durchaus Sinn, mit ihnen wird jedoch gleichsam für den 1. Schritt ein Index- bzw. Kategorienfehler produziert. Metaphorisch ausgedrückt wird für den Orientierungslauf eingehend eine Karte analysiert, unklar bleibt jedoch ob man sich überhaupt auf dem dafür passenden Gelände befindet.

### **Zum Sport**

Das „Gelände“ mit dem Feld des Sports wird von Güldenpfennig wie folgt entwickelt: „Der Kern sportlichen Handelns ist ein künstlich konstruierter Konflikt, reguliert durch etwas Ähnliches wie das Überbietungsprinzip, aber in einem außerrealen, spielerischen Handlungsrahmen, kontrolliert und beschränkt durch sportliche Regeln. Diese sportliche Handlungsstruktur bildet eine „Eigenwelt“ (vgl. Franke 1987), und als solche eine Erfindung, ein soziales Konstrukt, das das sportliche Handeln „ausgrenzen“ (vgl. Krockow 1980), entlasten soll von den sonst geltenden Bedeutungen und Normen der Ernstwelt, um seine volle kulturell-eigenweltliche Entfaltung zu ermöglichen.“ (Güldenpfennig 1996a, S. 31) Die Sinnstruktur sportlich-kulturellen Handelns liegt in einem Streit („zwei einzelne Menschen, zwei Parteien oder ein Mensch mit einem Stück belebter oder unbelebter Natur“), ausgetragen als körperliche Bewegung, ohne einen realen Grund, um ein künstliches Streitobjekt mit dem Ziel der Selbstvervollkommnung und primär Selbstanerkennung als eine „Wette der Akteure mit sich selbst“. (vgl. wesentlich detaillierter Güldenpfennig 1996b, S. 59 ff)

### **Zum Reisen/Tourismus**

Reisen (als Individual- und Pauschalreise) kann im Zugriff auf Kramer (1998, S. 153-166): zum einen als kulturgeprägter Genuss und demonstrativer Konsum gesellschaftlichen Reichtums „in prosperierenden Regionen der Welt“ (157) charakterisiert werden. Zum zweiten sind Reisen und Tourismus immer auch Aneignung von Welt, unterlegt mit symbolischen Zuschreibungen und Wertungen. „Als tätige Umweltaneignung, als exploratives Verhalten fügt das Reisen seit altersher menschlicher Erfahrung etwas hinzu, erweitert und bereichert den Gesichtskreis, Erfahrungsmöglichkeiten und Lebenspraktiken.“ (164) Diese tätige Umweltaneignung wird von Kramer als qualitatives nicht als wertendes Charakteristikum verstanden. Dabei kann, ähnlich wie beim Sportbegriff, das quantitative und qualitative Niveau der Aneignung unterschiedlich sein und somit auch die Konsequenzen die das jeweilige Subjekt daraus zu ziehen in der Lage und willens ist. Reisen qualifiziert sich nicht erst durch ein bestimmtes, von außen angelegtes, scheinbar „objektives“ Maß an Aneignungsprozessen, wie es die Reisepädagogik für sich in Anspruch nimmt und kann demzufolge auch schon auf einem relativ niedrigen Niveau stattfinden.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Die Reisepädagogik verweist auf den geplanten und normativen Charakter ihrer didaktischen Ziele: „Mensch und Landschaft, Kultur und physische Umwelt,

Der zentrale Sinn von Tourismus und Reisen wäre also demnach als das Aufsuchen und Aneignen von menschlichen Gunsträumen und/oder -standorten außerhalb des alltäglichen und vertrauten Lebensraumes mit je unterschiedlichen Motiven und als Aneignung der dort vorfindbaren natürlichen, anthropogen gestalteten, sozialen und kulturellen Umwelten zu fassen. Sowohl die Motive als auch Aneignungsformen sind in Abgrenzung nach außen und im Binnenverhältnis unterschiedlich ausgeprägt.

Im weiteren Verlauf gilt es nun, diesen zentralen Begriff der Aneignung für unsere Argumentation weiter fruchtbar zu machen. Aneignung, so Jaeggi (2002), ist „ein spezifisches Verhältnis zwischen Selbst und Welt, zwischen Individuen und Gegenständen ... Etwas, das man sich aneignet, bleibt einem also nicht äußerlich. Indem man es sich „zu Eigen“ macht, wird es in gewisser Hinsicht Teil von einem selbst. Evoziert wird hier eine Art von Introjektion und Durchmischung mit den Gegenständen der Aneignung. Und aufgerufen ist auch die Idee eines produktiv-gestaltenden Umgangs mit dem, was man sich „zu Eigen“ macht. Die Aneignung lässt das Angeeignete nicht unverändert. Deshalb bedeutet z.B. eine „Aneignung“ öffentlicher Räume mehr, als dass man sie bloß benutzt. „Zu Eigen“ macht man sie sich, sofern diese von dem, was man in ihnen und mit ihnen tut, geprägt werden, sich durch die aneignende Benutzung verändern und durch sie erst eine bestimmte Gestalt - wenn auch nicht notwendig im materiellen Sinne - gewinnen.“ Jaeggi weist deutlich darauf hin, dass ganz entscheidend im Aneignungsprozess das „Verhältnis zwischen Fremdheit und Zugänglichkeit“ ist. Wenn Aneignung lediglich als Wiederaneignung von vormals „Eigenem“ verstanden wird, dann werden alle Dimensionen der Fremdheit „eingeebnet“. Fremdheit ist demnach zentraler, konstitutiver Bestandteil von Aneignung. „Mit der Tilgung der Fremdheit ändert sich der Charakter dieses Prozesses. Nicht um einen offenen Prozess der Erfahrung ... handelt es sich dann noch, sondern ... um die Verwirklichung einer Bestimmung oder um die Realisierung eines Wesens. Angeeignet wird dann immer das schon vorhandene, das sich im Prozess der Aneignung genauso wenig verändert wie derjenige, der es sich aneignet. Oder anders: Aneignung wird zur Entfaltung von etwas, das es - wie immer verpuppt - schon gibt.“ (Jaeggi 2002) Mit der hier eingeführten Kategorie der Fremdheit wird also der zentrale Charakter der Reise als „Aneignung von Welt“ weiter konkretisiert. Allerdings müssen an dieser Stelle zwei Einschränkungen, bzw. Konkretisierungen gemacht werden. Zum einen gilt dies für die Fremdheit und Reise/Tourismus, sowie für die Unterscheidung der/das Fremde und der/das Andere.

Der alltäglich vertraute Lebensraum kann nicht mit einer formal festgelegten Radius-, bzw. einer Entfernungsangabe zum fremden Lebensraum fixiert werden. Freyer (2002, S. 9) verweist u.a. auf eine frühe, inzwischen längst überholte Definition, derzufolge ein Tagesmarsch, also ca. 50 km als Kriterium galten. Vielmehr geht es um lokale und regionale Räume, in denen soziale Beziehungen bestehen und die dortigen Muster, Routinen und Typisierungen übernommen werden. Insofern kann zwar nicht-vertrautes, fremdes auch innerhalb dieses Lebensraumes dem Subjekt begegnen. Allerdings ist nicht Fremdheit als raumunabhängige Kategorie bedeutsam, sondern „die Fremde“ als Raum, der eben nicht die im Alltag vorhandenen Muster, Routinen und Typisierungen

---

Fremdes und Traditionelles im jeweiligen Mit- und Gegeneinander zu sehen, zu analysieren und schließlich zu begreifen und zu bewerten, das muß didaktisches Ziel des Reisens sein oder der Reisedidaktik schlechthin.“ (Eichler, 1991, 155)

aufweist, sowie klimatischen und topographischen Merkmale. Die Entfernung vom alltäglichen Lebensraum ist somit zum fremden Raum abhängig von subjektiven Bedingungen und Ausgangslagen. Wenn aber innerhalb „der Fremde“ vertraute Muster etc. innerhalb eigens dafür vorgesehener Areale konstruiert werden, reduziert sich der Grundcharakter der Reise (Aneignung von Welt) hin zu einer „Reise in die eigene Kultur“ bzw. in einen „alltäglich, vertrauten Lebensraum“. Es bleibt lediglich der Formalismus der Raumbewältigung i.S. eines Transports frei von Aneignung.

Zumindest für den Bereich des Sozialen ist auf eine von Röttgers (2000) vorgenommene bedeutsame Unterscheidung vom Anderen und vom Fremden hinzuweisen. Diese Unterscheidung kann jedoch nicht an bestimmten Merkmalen festgemacht werden und ist auch nicht „mit Nähe und Distanz“ begründbar. Lediglich in der „Konstruktion von Grenze liegt die Unterscheidung Fremdheit/-Eigenheit begründet“. (Röttgers 2000, S. 138) Zur weiteren Erklärung führt Röttgers aus: „So ist der Andere uns nahe oder ferne, er ist Genosse oder Vertragspartner; der Fremde aber ist Resultat einer Konstruktion einer Differenz. ... Die Konstruktion des Fremden ist das Ergebnis einer nicht-reflektierten Distanznahme, im Unterschied zum gesellschaftlichen Anderen als Ergebnis einer reflektierenden Distanznahme.“ (S. 139/140) Mit der Konstruktion des Fremden verwehre ich mir gleichsam Möglichkeiten der Aneignung.

Als bedeutsam für die folgende Sporttourismus-Definition an dieser Stelle festzuhalten, ist die (subjektiv je unterschiedliche) Überschreitung des alltäglich-vertrauten Lebensraumes, die Fremde (i.S. v. das Andere (Röttgers)) als Raum samt ihrer Aneignung zumindest als Wieder(neu)aneignung von Fremde (nicht erstmalige sondern mehrmalige Reise in einen Raum) oder die Neu-Aneignung.

Zwei weitere Fragen gilt es nun noch zu klären. Zum einen steht die Frage nach verschiedenen Formen der Aneignung und zum anderen, ob die Bereiche des Künstlichen -Virtuellen - Synthetischen und Simulativen im Tourismus gleichsam als Entfremdungsräume den Gegenpart zur Aneignung stellen.

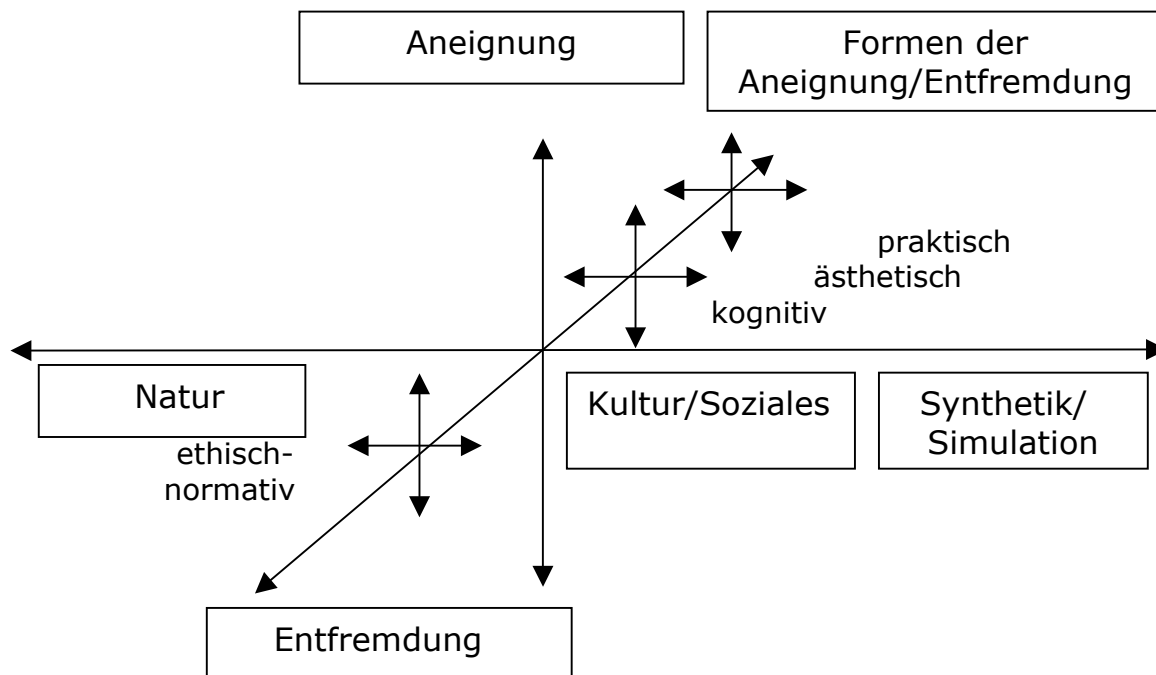
Kapteina (1998) fasst unter Aneignung „alle Formen, mit denen der Mensch die Wirklichkeit erlebt, erfasst, erkennt, versteht, ihr begegnet, sie verändert, gestaltet usw.“ Im weiteren werden von ihm vier idealtypische, in der Praxis jedoch miteinander verschränkte Formen der Aneignung unterschieden:

- Praktische Aneignung als Handlung an Gegenständen, der Wirklichkeitszuwendung und Nutzung nach eigenen Bedürfnissen.
- Theoretische Aneignung als erkennen der Wirklichkeit mit Hilfe semantischer Zeichen.
- Ästhetische Aneignung als Sinnes- und Geistestätigkeit mit Hilfe ästhetischer Zeichen. Die ästhetischen Zeichen sind Gegenstände sinnlicher Erfahrung und Gegenstände geistiger Reflexion.
- Ethische Aneignung als mit normativen Kriterien gestaltete Beziehungen des Menschen zu seiner Umwelt. (detaillierter siehe Kapteina 1998, S. 3ff)

Zur Frage der Künstlichkeit i.w.S. ist anzumerken, dass die äußere Form nicht zwingend etwas über die je subjektive Nutzung und Handhabe aussagt. Wenngleich anzumerken ist, dass die gesellschaftlich (und unternehmerisch) intendierte Bedeutung für die Subjekte präformierende Wirkung hat. Es ist davon auszugehen, dass es über die praktische und ästhetische Aneignung hinaus eine

kognitiv-reflexive Aneignung gibt, die überdies auch zu kritischen, normativ-ethischen Bewertungen kommen kann.

Abb. 2: Formen und Felder der Aneignung/Entfremdung



Sowohl die X-Achse als auch die Y-Achse sind jeweils als Kontinuum zu verstehen. Zwischen Natur, anthropogen gestalteter Landschaft und Kultur/Soziales existieren fließende Übergänge. Die Herauslösung des Synthetischen bzw. des Simulativen aus der Kultur und im Gegensatz zur Natur stehend, stellt gewissermaßen die Bruchlinie dieses Kontinuums dar. Man ist geneigt, den Extrempol des Synthetischen/Simulativen schon gleichzusetzen mit Entfremdung. Gleichwohl kann das Synthetische und Simulative sowohl angeeignet werden, als auch zu Entfremdung führen. Für alle Felder und Richtungen gelten jeweils die unterschiedlichen Formen der Aneignung.

An dieser Stelle ist jedoch genauer zu fragen, was überhaupt synthetisch bzw. simulativ ist. Werden mit den konkreten Objekten und Angeboten gleichzeitig die intendierten gesellschaftlichen Bedeutungen automatisch transformiert und wie geht das Subjekt damit um? Greifen wir Baudrillards Argumentation von der „Simulation“ und „Hyperrealität“ auf, so ist im Gegensatz zum Verweis auf „objektive Realität“ mit linearen Referenzen hier von Interesse die zirkuläre Referenz.<sup>9</sup> Repräsentiert das „Konterfei“ noch die Realität als Abbild (1. Ordnung), so erzeugt die Produktion gleich eine Serie von identischen Bildern „gemäß dem „Modell“ der Realität“ (2. Ordnung). Die Simulation (3. Ordnung) als gegenwärtiges Schema erzeugt Modelle, die ihre eigenen Bilder generieren - das Hyperreale. „Diese Simulation der dritten Ordnung hat ihre Referenz zu dem „Realen“ verloren.“ (Häussler 1997)<sup>10</sup>

<sup>9</sup> Ich beziehe mich hier auf den Text von Häussler (1997) über Baudrillard und Reisen in der Hyperrealität.

<sup>10</sup> Beispiele für den Tourismus gibt Häussler nicht, obwohl der Titel seines Beitrags dies nahe legt. Lediglich das (treffende) Beispiel der synthetisch erzeugten

## Zum Sporttourismus

Hier verläuft auch die Grenzlinie zwischen Sporttourismus mit seiner eigenen Spezifik und Sport treiben innerhalb eines touristischen Rahmens (Sport im Tourismus). Harte Grenzziehungen vorzunehmen scheint indes nicht möglich, da sich die verschiedenen Ordnungen (Häussler führt den Begriff der Schichten ein) überlagern. Dennoch können die Tendenzen, bzw. Richtungen diskutiert werden, die zu einem Sporttourismus im engeren und weiteren Sinne führen und außerhalb liegen.

Entscheidend für diese Grenzziehung ist m.E. nicht primär die Frage der Künstlichkeit von Sportangeboten. Da Sport als künstlich konstruierter Konflikt in einer Eigenwelt überdies auch künstliche Situationen schafft, in künstlich dafür geschaffenen Hallen oder Räumen kann dies nicht das Kernproblem für den Grenzbereich sein. In Verbindung mit der Spezifik des Reisens ist jedoch auf die Aneignung zu verweisen, die wiederum untrennbar verbunden ist mit dem Kontext zum fremden/anderen Raum.

Die Schwimm-, Tennis-, Kletter- oder Eislaufhalle „an sich“ sind nicht das Problem. Vielmehr ist es der Kontext (bzw. die Referenz) in den diese künstlichen Räume zur Natur, Kultur und zum Sozialen eingebunden sind. Die als bekannt vorausgesetzten Skihallen in Neuss und Bottrop (NRW) berühren sicherlich diesen Grenzbereich. Allenfalls ist der thematische Bezug zu einer bekannten Skiregion in den Alpen gegeben. Überschritten wird der Grenzbereich, wenn sich auf einem Kreuzfahrtschiff wie der Royal Caribbean u.a. eine Eislaufhalle befindet. Die Spezifik von Sporttourismus ist durch die De-Kontextualisierung zur Karibik und dem (auch vorkommenden!) ausschließlichen Verbleib auf dem Schiff nicht mehr gegeben.<sup>11</sup> Die „hochartifizielle fiktive Realität“ des sportlichen Handelns (Güldenpfennig 1996c, S. 178) ist als „eigene“ Sportkultur innerhalb einer touristisch inszenierten fiktiven Realität und sozial-kultureller Abschottung nicht mehr als Sporttourismus zu qualifizieren, sondern dann lediglich als „Sport im Tourismus“. Ich betone noch einmal ausdrücklich, dass es hier um eine qualitative Unterscheidung geht und (noch) nicht um eine wertende.

Sporttourismus i.w. Sinn ist demgegenüber die Aneignung entweder des „eigenen“ im alltäglichen Lebensumfeld betriebenen Sports unter anderen/-fremden nicht-alltäglich-vertrauten Bedingungen außerhalb des eigenen Lebensumfeldes oder i.e.S. die erweiterte, quasi doppelte Auseinandersetzung und Aneignung im Betreiben eines anderen, nicht im alltäglichen Lebensumfeld existierenden Sports unter anderen, nicht-alltäglich-vertrauten Bedingungen. (ausführlicher siehe auch Schwark 2002, S. 49 ff)

### Abb. 3: Spezifik von Sporttourismus

---

Musikband Take That wird angeführt und die ebenso synthetisch figurierte Infrastruktur (Name, Promotion, Fanclub) für die zum damaligen Zeitpunkt noch nicht existente Nachfolgebänd.

<sup>11</sup> Zu fragen wäre auch, inwieweit die mit Kunstschnee präparierte Skilanglauf-Weltcup-Veranstaltung am Düsseldorfer Rheinufer, der Biathlon-Wettbewerb in der Schalke-Arena, das „angedachte“ Skispringen in derselben Arena nicht ebensolche synthetisch-simulativen Elemente der Hyperrealität besitzen.

	<b>Sporttourismus im engeren Sinn</b>	<b>Sporttourismus im weiteren Sinn</b>	<b>Außerhalb des Definitionsbereichs von Sporttourismus</b>
<b>Kulturbezug</b>	Nachvollzug und Aneignung regional-spezifischer Sport- und Bewegungskultur	„bloßes“ praktizieren i.S.v. nachahmen	Bloß räumliche Transformation eigener Sportkultur als implantierte Parallelkultur
<b>Sozialbezug</b>	Interaktion und Kooperation mit ortsansässigen Gemeinschaften	Dienstleistungs-verhältnis mit Einheimischen	Abschottung (quasi Kultur-autismus)
<b>Naturbezug</b>	Aneignung/Verinnerlichung der naturräumlichen Gegebenheiten samt der anthropogen gestalteten Kulturlandschaft	Funktionale Nutzung, bewältigen, erobern	Kulissenfunktion der Natur- und Kulturlandschaft/ Synthetisierung von Natur

Diese Matrix bezieht sich auf idealtypische Handlungen, die in der Praxis einem Prozesscharakter unterliegen und offene Übergänge haben. Damit sind Grenzgänge von einer weiten zu einer engen sporttouristischen Praxis ebenso möglich wie auch Bezüge zu einem Bereich (Naturbezug: Klettern als Individualpraxis) oder mehreren Bereichen (Trekking mit einheimischen Führern).

Führen wir nun als normativ-ethische Größe den Begriff der Nachhaltigkeit ein, so wären die jeweils einzelnen sporttouristischen Angebote und Tätigkeiten danach zu prüfen, ob sie den Kriterien der Nachhaltigkeit entsprechen. Der hier im engeren Sinn entwickelte Sporttourismus dürfte dem Begriff der Nachhaltigkeit zwar relativ nahe kommen ist aber mit einem (noch zu entwickelnden) nachhaltigen Sporttourismusbegriff nicht vollends identisch.<sup>12</sup> Es wäre vorschnell zu unterstellen, dass bspw. alle regionalspezifischen Sport- und Bewegungskulturen hinsichtlich ihres Naturbezugs a priori nachhaltigen Kriterien entsprechen.

Sporttourismus im engeren Sinn ist also auf die Vielfalt der Sport- und Bewegungskulturen angewiesen, will man nicht einfach nur die eigene Sportkultur lediglich unter räumlich und klimatisch anderen Bedingungen praktizieren.

<sup>12</sup> Auch hier hätten wir es dann wieder mit einem Index- bzw. Kategorienfehler zu tun. Dies hat dankenswerterweise die an den Vortrag anschließende Diskussion mit den TeilnehmerInnen des Workshops erbracht. Die Spezifik von Sport, Reisen und Sporttourismus bleibt auch ohne die Einhaltung von normativ-ethischen Kriterien der Nachhaltigkeit gewährleistet. Felsklettern im Nationalparkgebiet und Auslösen von Fluchtbewegungen von Tieren sowie Magnesiaeinträge in den Fels führen nicht dazu, die Spezifik des Sports zu eliminieren.



## Handlungsmöglichkeiten von Sporttourismus in Abgrenzung zur Sporttätigkeit im alltäglich-vertrauten Lebensraum

Sporttourismus beinhaltet in der hier entwickelten Definition also eine spezifische Potentialität und erweiterte Handlungsmöglichkeiten für die Subjekte (und damit auch für sporttouristische Anbieter), die sich von der alltäglichen Sporttätigkeit unterscheiden. Als Zielstellung von Sporttourismus verstehe ich, für die Individuen Bedingungen zu schaffen, sich erweiterte Aneignungs-, Tätigkeits-, Genuss- und damit reale Entfaltungsmöglichkeiten am Maßstab eigener Bedürfnisse zu erschließen und damit auch neue, zusätzliche Sichtweisen zu verdeutlichen, Reflexionsfähigkeit zu erhöhen<sup>13</sup> und Handlungsfähigkeit zu erweitern, ohne jedoch durch das (sport-)touristische Verhalten, als normative Ethik moralischen Handelns, ortsansässige Gemeinschaften und Natur zu schädigen.

Die Potentiale und Handlungsmöglichkeiten können wie folgt entwickelt werden: Sporttourismus stellt demnach eine Besonderheit der Sportpraxis bzw. eine besondere Facette des eigenen Sports dar, wie dies z.B. durch die besondere, vom Alltag abgehobene, Umweltumgebung möglich ist (z.B. anstelle des Tauchens im heimischen Baggersee das Tauchen im Korallenriff). Als Besonderheit innerhalb des Sport-„Alltags“ kann der betriebene Sport nun in entstrukturierterer und anforderungsfreier Form ausgeübt werden. Innerhalb der je eigenen Biographie sind diese Besonderheiten möglich (bspw. dann, wenn ein Volksläufer zum ersten Mal am New-York-Marathon teilnimmt).

Sporttouristische Praxis kann einen Beitrag zur Qualifizierung der eigenen alltäglichen Sportpraxis leisten (z.B. eine Sportart lernen oder in einer schon ausgeübten Sportart technisch/taktisch besser werden) und kann zur Trainingsverbesserung der eigenen Sportpraxis beitragen (z.B. durch den erweiterten Sportumfang erhöhte Ausdauer, Kraft, Schnelligkeit etc.). Sporttourismus bietet die Möglichkeit einer höheren Intensität der Sportpraxis (z.B. durch Voraussetzungen des Individuums wie Muße, Entspannung und durch begünstigende Voraussetzungen der Sportinfrastruktur) und kann ein intensiveres Erleben/-Erfahren der Sportpraxis bieten (z.B. auf sinnlich-vitaler, sinnlich-emotionaler und sozialer Ebene). Schließlich kann Sporttourismus eine höhere Authentizität bzw. Ursprünglichkeit der Sportpraxis im Hinblick auf die Bezüge zu Kultur, Sozialem und Natur bewirken. (als Nachvollzug, Aneignung der Spezifik globaler wie regionaler Sport- und Bewegungskultur, Interaktion mit ortsansässigen Gemeinschaften sowie Aneignung der räumlichen Gegebenheiten).<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Gemeint ist damit auch die Dechiffrierung der jeweiligen symbolischen Codes, bspw. im „lesen können“ des sozial und kulturell unterschiedlichen körperlichen Gebrauchs im Sport, oder unterschiedlicher Interpretationen von Regeln.

<sup>14</sup> Auf kultureller Ebene z.B. als Teilnahme am landes- bzw. regionalspezifisch verbreiteten Boule-Spiel oder Boßeln zusammen mit Einheimischen; als sportkulturelle Einführung in bewegungs- und taktikbezogene Besonderheiten oder in den symbolischen Code. Zu verweisen ist hier auf eine Publikation von Jost (1996) zum Boule-Spiel. Bezogen auf die Natur z.B. als Segeln/Surfen auf dem Meer und nicht auf einem künstlich angelegten Kiessee, oder Wandern, Radwandern, Kanuwandern, Trekking, Bergsteigen in (weitestgehend) natürlicher Umgebung, also unter Ausschluss von Infrastruktur und anthropogen gestalteter Landschaft. Im sozialen Kontext z.B. Dart-Spielen in einer irischen Kneipe durch (gezielte!) Einladung der Einheimischen und der Einbindung in dort vorhandene Gesellungsformen.

## **Institutionelle und subjektive Zugänge**

Inwieweit die Potentiale und Handlungsmöglichkeiten von den Subjekten wahrgenommen und genutzt werden, also individuelle Bedeutung erlangen, hängt von den jeweiligen Zugängen ab, die je nach positionsspezifischer Lebenslage entwickelt werden. Die gesellschaftlichen Bedingungen (samt ihrer Funktionalisierungen) als auch die subjektiven Bedeutungen und Begründungen für Sporttourismus können in jeweils vier unterschiedlich institutionellen und subjektiven Zugänge dargestellt werden. Sie stellen Idealtypen dar mit Übergängen und Mischformen in der Praxis

### **Prinzip der Schließung**

Der institutionelle Ansatz orientiert sich am Prinzip der Enklave und des Touristengettos. Der Mythos des Paradieses ist in diesem zur Umwelt De-Kontextualisierten Raum noch am ehesten zu realisieren. Der scheinbare Paradiescharakter wird erzeugt durch Kunstlandschaften und Illusionierungen. Verbunden mit der Metapher des „Schlaraffenlandes“ wird ein luxuriöses Anspruchsniveau erzeugt und legitimiert. Luxus hat hier den Charakter von Überfluss und Vergeudung im quantitativen Sinn sowie damit verbundenem hohen Ressourcenver-, bzw. -missbrauch und weniger im qualitativen Sinn als Gebrauch besserer Güter.<sup>15</sup> Die räumliche Distanz zur Urbanität der Destination ist primär ökonomischen Gründen geschuldet, sofern nicht ohnehin schon all-inclusive-Angebote einen Außenbezug scheinbar überflüssig machen. Kontakte zur Bevölkerung erschließen sich i.d.R. über asymmetrische Sozialbeziehungen.

Die subjektive Orientierung bezieht sich weitgehend auf die Übernahme bzw. Fortführung der eigenen vertrauten kulturellen Praxis. Abgesehen von veränderten klimatischen Rahmenbedingungen gestaltet sich für das Subjekt im Prinzip der Schließung als eine Reise in die eigene Kultur. Sowohl der touristisch bereitgestellte Raum (bspw. Clubanlage), als auch der umgebende Raum wird so überwiegend in Besitz genommen.<sup>16</sup>

### **Prinzip der funktionalen Nutzung**

Der institutionelle Ansatz verfolgt hier eine spezifische Dienstleistungsorientierung mit zielgruppenspezifischer Ansprache (bspw. Trainingslagerreisen) Die Destination wird mit ihren klimatischen, topographischen Rahmenbedingung samt der Sportinfrastruktur „zur Verfügung“ gestellt.

Die subjektive Orientierung richtet sich mit dem Ansatz der „Ich-Zentrierung“ auf vorab festgelegte Ziele (Training, Erholung, Selbsterfahrung). Je nach Angebot und subjektiver Praxis reicht der Umgang mit der Umwelt von der bloßen Benutzung bis hin zur Schädigung.

### **Beliebige Offenheit**

---

<sup>15</sup> Zum Begriff und Wesen des Luxus siehe auch Sombart 1996, S. 85; im Original 1922

<sup>16</sup> Riegger beschreibt detailliert, wie sich Touristen in der Stadt Venedig bewegen und auf welche Art und Weise Räume besetzt werden und wie sich gleichzeitig Einheimische zurückziehen (müssen).

Der institutioneller Ansatz bewegt sich innerhalb des Positionierungswettstreits um Marktanteile und erzeugt damit tendenziell immer kürzere Produktzyklen und zunehmend artifiziere Konsumangebote. Nachhaltigkeit steht überwiegend nicht im Focus der Bemühungen und realisiert sich allenfalls als Marketingetikett. Die subjektive Orientierung verfolgt auch hier den Ansatz der Ich-bezüglichkeit durch Erlebnisfixierung und allenfalls deuten von Umwelt durch Oberflächenerfahrungen. Der Zugang zu Sport und Umwelt vermittelt sich durch distanzierte, entfremdende Angebote globalisierter Sportkultur in Kulissenräumen oder Kunstlandschaften. Derartige Angebote vermögen jedoch ein hohes Maß an sinnlich-vitalen Befriedigungen zu erzeugen.

### **Strukturierte Offenheit**

Der institutioneller Ansatz kann am ehesten dem Prinzip der Bildungs- bzw. Kulturreise zugeordnet werden. Konzeptionell sind hier erweiterte Handlungsmöglichkeit angelegt, sich die verschiedenen Bereiche der Umwelt anzueignen. Die subjektive Orientierung verfolgt hier den Ansatz der Außen-Zentrierung unter der Maßgabe kulturelle und natürliche Umwelt gezielt erfahren und erkennen zu wollen. Der strukturierte Zugang zu regional-spezifischer Sport- und Bewegungskultur, gezielte und bewusste Aneignung und Genussfähigkeit können zur Erweiterung individueller Handlungsfähigkeit führen.

Nachhaltiger Sporttourismus ist nicht etwa als spezifische sporttouristische Variante zu verstehen. Vielmehr sind die Kriterien der Nachhaltigkeit (die als bekannt vorausgesetzt werden) an alle Ausprägungen des Sporttourismus anzulegen und danach zu bewerten.

### **Literatur**

- Allgemeiner Deutscher Hochschulsportverband (Hrsg.) (1988): Sporttourismus, Sportreisen, Sport im Urlaub, (Z) hochschulsport, Darmstadt Nr. 04/1988
- Bökemann, D. (1989): Bewegungsraum und Sporttourismus - Zur Herstellung und Vermarktung von Sportmilieus am Beispiel des Skilaufs, 211-224, in: Dietrich, K.; Heinemann, K. (Hrsg.): „Der nicht-sportliche Sport“, Schorndorf
- Dieckert, J. (1974): Sport und Urlaub, 177-183, in: Dieckert, J. (Hrsg.): Freizeitsport - Aufgaben und Chancen für jedermann, Düsseldorf
- Dreyer, A., Krüger, A. (1995): Sporttourismus, München
- DSB (Hrsg.) (1976<sup>2</sup>): Sport im Urlaub, Frankfurt/M.
- Eichler, H. (1992): Reisen, Reiseleitung und Reisepädagogik in geoökologischer Sicht, in: Thomas-Morus-Akademie (Hrsg.): Bensberger Manuskripte 41 - 6. und 7. Lernbörse Reisen. Dokumentation, Bensberg
- Freyer, W. (2002): Sport-Tourismus - Einige Anmerkungen aus Sicht der Wissenschaft(en), S. 1-26, in: Dreyer, Axel (Hrsg.): Tourismus und Sport, Wiesbaden
- Hensel, H. (1996): Tourismus und Sport in Deutschland. Bestandsaufnahme zur Kooperation in Urlaubsorten und Städten, S. 11-22, in: Deutsches Seminar für Fremdenverkehr (DSF): Sport und Tourismus, Berlin

- Jütting, D. H. (1996): Sport und Freizeit, isw-Studientexte. Münster
- Jütting, D. H. (1987): Zukunftsperspektiven des Sports. In: Deutsche Gesellschaft für Freizeit (Hrsg.): Freizeit. Sport. Bewegung. Erkrath, 100-104
- Hagedorn, G. (1996): Philosophie des Spiels, S. 145-171, in: Haag, H. (Hrsg.): Sportphilosophie, Schorndorf
- Häussler, O. (1997): Reisen in der Hyperrealität – Baudrillard und das Problem der Authentizität in der Reise- und Tourismusforschung, in: (Z) Voyage, Jahrbuch für Reise- und Tourismusforschung
- Grobshäuser, M. (1992): Funktionen und Bedeutung von Sport und Sportangeboten im Tourismus, Stuttgart (Magisterarbeit)
- Güldenpfennig, S. (1996a): Sport: Autonomie und Krise. Soziologie der Texte und Kontexte des Sports, Sankt Augustin
- Güldenpfennig, S. (1996b): Sport: Kunst oder Leben? Sportsoziologie als Kulturwissenschaft, Sankt Augustin
- Güldenpfennig, S. (1996): Philosophie der sportlichen Leistung, S. 173-208, in: Haag, Herbert (Hrsg.): Sportphilosophie, Schorndorf
- Hagedorn, G. (1996): Philosophie des Spiels, S. 145-171, in: Haag, H. (Hrsg.): Sportphilosophie, Schorndorf
- Hoffmann, A. (1978): Sport in Freizeit und Urlaub, 45-52, in: Anders, G. et al. (Hrsg.): Frau und Sport, Schorndorf
- Jaeggi, R. (2002): Aneignung braucht Fremdheit, in: (Z) Texte zur Kunst, Nr. 46, Berlin
- Jost, E. (1996): Das Boule-Spiel als Drama und Kultur, S. 101-118, in: Eichberg, H. Hansen, J.: Bewegungsräume. Körperanthropologische Beiträge, Butzbach-Griedel
- Kapteina, H. (1998): Ästhetische Aneignung als Selbstverwirklichung des Individuums, S. 3-11, in: Marchal, P. (Hrsg.): Ästhetik und Kommunikation heute, Siegen
- Kramer, D. (1998): Was bedeutet die Theorie des Tourismus für die Kulturwissenschaften?, in: Burmeister, H.-P. (Hrsg.): Auf dem Weg zu einer Theorie des Tourismus, Rehbürg-Loccum
- Neuerburg, H.-J., Wilken T. (1988): Umweltfreundliches Wandern. Die sanfte Alternative zum harten Sporttourismus, in: (Z) Olympische Jugend Frankfurt/M.
- Riegger, S. (1996): Tourismus in Venedig. Bewegung - Erlebnis - Wahrnehmung, S. 81-88, in: Eichberg, Henning; Hansen Jörn (Hrsg.): Bewegungsräume. Körperanthropologische Beiträge, Butzbach-Griedel
- Röttgers, K. (2000): Einführung in die Sozialphilosophie, FernUniversität Hagen
- Schwark, J. (2002): Sporttourismus zwischen Kultur und Ökonomie, Münster
- Schwark, J. (1999): Forms of supply and individual potential in sporttourism, in: (Z) journal of sporttourism
- Standeven, J., de Knop, P. (1999): Sport Tourism, Champaign/Il.
- Stoessel, H. (1973): Sport und Fremdenverkehr, Bern/Stuttgart



# Sport und Tourismus: Märkte, Moden, Medien

von Hans-Joachim Neuerburg

Wenn einer eine Reise tut, dann kann er was erleben, heißt es. Denn in den kostbarsten Wochen des Jahres liegt „Otto Normalverbraucher“ angeblich nicht nur auf der faulen Haut. Nein, wenn man den Marketingstrategen Glauben schenken darf, verheißt das Urlaubsglück vor allem eines: Jede Menge Sportspaß, gepaart mit aktivem Naturerleben. Ob Mountainbiking auf Mallorca, Reiten in Österreich, Golfspielen auf Bali, Inline-Skating in Florida, Surfen auf Hawaii, Tauchen im Roten Meer, Radfahren in Schleswig-Holstein oder Ayurveda in Mecklenburg-Vorpommern: Im Urlaub finden und bündeln sich offenbar diejenigen (sportlichen) Wünsche, die unser Alltag nicht mehr erfüllt. Und so lockt die „Weiße Industrie“ alljährlich Millionen von Touristen mit globalen Urlaubsversprechen, geprägt von Wellness, Fitness und dem Reiz des kalkulierten Abenteuers.

Die „versportete“ Freizeitgesellschaft erzeugt das Bild eines sportiven Typs, der bereitwillig den Zerrbildern der modernen Medien- und Konsumgesellschaft Folge leistet, immer auf der Suche nach dem nächsten Kick. Hier locken die Spektakel der neuzeitlichen Gladiatoren nach dem Motto: Die Adler fliegen wieder oder im Banne der PS-Giganten! Dort die körperlich-geistigen Einheitsversprechen der globalen Fitness- und Wellnessstempel. Sportlichkeit ist zum lebensstilorientierten Zeitzeichen einer Welt geworden, in der sich alles um Bewegung dreht. Schnelle Bewegung zumeist: Mobilität um jeden Preis, heißt die Devise. Und wenn die Seele bei diesem Tempo auf der Strecke zu bleiben droht, werden die Natur zum Flucht- und der Körper zum Fixpunkt.

Doch wie steht es wirklich um das Phänomen Sport-Tourismus? Die folgenden Ausführungen verstehen sich als eine erste Annäherung, ohne jedoch einen Anspruch auf wissenschaftlich fundierte kategoriale Bestimmungen erfüllen zu wollen. Letzteres bleibt v.a. dem Beitrag von Jürgen Schwark vorbehalten.

## Vom Alpinismus zum Sport-Tourismus

Laut Duden wird Tourist kurz und knapp so erklärt: „*Reisender, Urlauber; (veraltet) Ausflügler, Wanderer, Bergsteiger*“. Diese zugegebenermaßen etwas wortkarge Definition verweist zumindest darauf, dass der moderne Tourismus in seiner frühen Form augenscheinlich eng mit körperlicher Aktivität und Bewegung verbunden war. Kein Wunder, gilt doch der Mitte des 19. Jahrhunderts, in der Blütezeit des Manchesterkapitalismus entstandene Alpinismus (= wettkampforientierte Eroberung der alpinen Landschaft) als eine Wiege des Tourismus der Neuzeit. Erlag man einerseits der Faszination „wilder“ Natur und traditioneller Bewegungskultur wurden in der Folgezeit zuvor nie gesehene Bewegungsformen im als „Playground of Europe“ bezeichneten Alpenraum etabliert, wie bspw. die ursprünglich in Norwegen entwickelten Vorläufer des modernen alpinen Skilaufens.

Aber nicht nur der moderne Tourismus erlebt hier eine Geburtsstunde, auch der moderne Sport, ursprünglich im industriellen England entstanden, entwickelt sich parallel nach der zeitgemäßen Formel des „Schneller, höher, weiter“ zu einem

eigenständigen kulturellen System. Tourismus und Sport sind zu dieser Zeit offensichtlich nicht nur in Bezug auf die Motivlage der Protagonisten eng miteinander verbunden, sondern auch auf dem besten Wege, abseits der reinen Reproduktion der Arbeitskraft, völlig neue sinnstiftende Formen der Weltaneignung und körperlich-sinnlichen Erfahrung zu erschließen.

Die eigentliche Hochphase des organisierten Tourismus setzte jedoch erst nach dem Zweiten Weltkrieg ein. Nach 1945 bis etwa 1970 ist die Entwicklung von zwei großen Tourismusbewegungen gekennzeichnet:

- Die Eroberung der Strände und Küsten des Mittelmeers in Italien, Spanien und Frankreich.
- Die Erschließung der Alpen durch Aufstiegshilfen wie Gondeln, Sessel- und Schleppliften sowie die gerätetechnische Entwicklung im Pistenskilauf, die es auch dem ungeübteren und untrainierten Winterurlauber ermöglicht, sportlich die Berge zu erobern.

## **Im Zweifel gegen den Berg**

Für den Fremdenverkehr bedeutete bspw. die Entwicklung des Skitourismus vielerorts ein zweites Standbein, aber auch die Förderung einer touristischen Monokultur. Zahlreiche Pisten wurden in den frühen Jahren - häufig rücksichtslos - in die Hänge gefräst, darüber hinaus wurden Zufahrtsstraßen gebaut sowie Skistationen und Hotelkomplexe errichtet - mit zum Teil erheblichen Auswirkungen auf Natur und Umwelt. Die massiv einsetzende Kritik an den negativen Folgen der touristischen Entwicklung Ende der 70er und Anfang der 80er Jahre führte im Alpenraum zeitweise zu einer politisch verordneten Denkpause, doch der Erfolg blieb leider begrenzt.

Denn der Winter(sport)tourismus hat seit Ende der 90er Jahre eine scheinbar unumkehrbare Dynamik entwickelt, die nur noch ein Ziel kennt: Wachstum um jeden Preis. Bei der Vermarktung der „paradiesischen Bergwelt“, diesem „Wunderwerk der Natur“, wie der Landeshauptmann von Tirol vollblumig das hohe Lied auf eines der sensibelsten Ökosysteme Europas singt, setzen finanzstarke Investoren auf immer ausgefallene Ideen. Da stapfen in Sölden anlässlich des Theaterstückes „Hannibal“ schon mal echte Elefanten bei Flutlicht durch den Schnee oder es tobt in Kaprun die „Dauerparty für Freecarver, Freestyler, Freerider“ - powered by Raiffeisenclub.

Der globale Wettbewerbsdruck macht es möglich. Denn längst konkurrieren die alpenländischen Ski-Nationen nicht nur untereinander um die Gunst der Kunden, sondern auch mit den weltweiten Destinationen. Und die Urlauber entscheiden heute angeblich „zwischen Südsee und Skifahren“. Also wird kräftig weiter am Rad gedreht und die Naturschützer rüsten sich zum letzten Gefecht. Als letzten Ausweg empfiehlt der Österreichische Alpenverein einen Masterplan unter dem Patronat der Alpenkonvention, denn „keine Einzelregion wird freiwillig Selbstbeschränkungen auf sich nehmen, wenn sie weiß, dass das Konkurrenzregionen nicht tun.“

## Zurück zur Natur - Aber dalli...

Doch nicht nur im Winter ist „Party“ angesagt. Mit der Entwicklung der sogenannten „Trendsportarten“ wie Mountainbiking, Riverrafting, Freeclimbing, Canyoning“ etc. begann Ende der 80er, Anfang der 90er Jahre eine erneute Erschließungswelle im alpinen (Sport-) Tourismus und mit den neuen „ing-Sportarten“ gingen leider weitere bis dahin bestehende und weithin akzeptierte Grenzziehungen verloren, mit der Folge einer weiteren Erhöhung des Nutzungsdruckes auf Natur und Landschaft.

Das Ergebnis dieser Entwicklungen ist bereits rein quantitativ bemerkenswert. Heute zählen wir rund 250 Freizeitsportarten, noch vor 20 Jahren waren es erst 40. Aus der „Alternativbewegung“ der 70er und 80er Jahre, den vereinzelt Kletterfreaks, Trekkern oder Snowboardern ist mittlerweile eine Massenbewegung geworden. Die Zahl der aktiven Outdoorsportler in Deutschland wird auf über 10 Mio. geschätzt. Allein im Deutschen Sportbund (DSB) sind ca. 4 Mio. in den Natursportfachverbänden organisiert.

Der sich seit Mitte der 80er Jahre abzeichnende Trend zur sportiven Nutzung von Natur und Landschaft hält unvermindert an. Dabei konnten einzelne Sportarten bzw. -aktivitäten in den letzten Jahren überproportionale Zuwächse verzeichnen. So wurden bspw. 1999 knapp 230.000 Golfreisen ins Ausland verkauft, was einer Steigerung um 30 Prozent im Vergleich zum Vorjahr entsprach. Die Fachzeitschrift FVW International vermutete 2001 ein „brach liegendes Potenzial“ von rund 300.000 Golfern in Deutschland. Auch das Tauchen wird immer beliebter. Laut Allensbacher Werbeträger-Analyse (AWA) wird die Tauchgemeinde in Deutschland auf 2,5 Mio. geschätzt, während der Verband Deutscher Sporttaucher von einem harten Kern von ca. 50.000 ausgeht.

Dennoch dominieren bei den Sportaktivitäten der bundesdeutschen Bevölkerung - trotz häufig gegenteiliger Aussagen - aktuellen Studien zufolge nach wie vor die Klassiker wie Radfahren, Wassersport und Wintersport.

Tab. 1: Ausgeübte Sportarten der Bundesbürger

<b>Sportaktivität</b>	<b>Angaben in Prozent</b>
Schwimmen	76,5
Wandern	53,2
Turnen/Gymnastik	30,0
Minigolf	24,6
Jogging, Wald- und Geländelauf	24,0
Rennradfahren	23,1
Tischtennis	21,7
Mountainbiking	18,1
Inlineskating	14,0
Volleyball/Beachvolleyball	13,0

Quelle: Allensbacher Werbeträger Analyse (AWA) 2001



Aber wie steht es denn nun um die Sportbegeisterung im Urlaub, und gibt es *den* Sporttouristen überhaupt? Diesen Typ, der als vorübergehender Besucher, der wenigstens eine Nacht und weniger als ein Jahr in dem Besucherland verbringt, wobei sein Besuchszweck rein freizeitorientiert ist und hauptsächlich der Sportausübung dient (vgl. Opaschowski 1989, S. 24). Umfragen bestätigen seit Jahren eine steigende Nachfrage nach Outdooraktivitäten. Dazu zählen neben Wandern, Mountainbiking, Snowboardfahren auch sog. Extremsportarten (vgl. Gruner & Jahr 2001). Die Reiseanalyse 2000 beziffert die Zahl derer, die zwischen 2000 und 2002 einen Sporturlaub bestimmt oder wahrscheinlich geplant haben mit knapp 30 Prozent. Doch letztlich beherrschen auch im Urlaub die beliebtesten Sportaktivitäten wie Wandern, Schwimmen/Baden und Fahrradfahren die Szene.

Tab. 2: Im Urlaub ausgeübte Sportaktivitäten

<b>Sportliche Aktivitäten 1997-1999</b>	<b>Angaben in Prozent</b>
Wanderungen	76,0
Leichte sportl. Aktivitäten (z.B. Jogging)	72,9
Im Meer/See baden	70,7
Fahrradfahren	42,4
Tauchen	10,7
Skifahren/Snowboard	9,9
Klettern/Bergsteigen	9,3
Golf	5,7

Quelle: Reiseanalyse 2000; Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren: 63,78 Mio.

Einige der sog. „Trend- oder Extremsportarten“ haben in der Vergangenheit lediglich einigen ausgewählten Spezialveranstaltern zum Teil hohe Zuwachsraten beschert, aber sonst scheinbar kaum Einfluss auf die Hitlisten der beliebtesten im Urlaub ausgeführten Sportarten genommen. Folgeschwerer wiegen da die häufig negativen Einflüsse dieser Sportarten auf die ohnehin bereits geschädigten Ökosysteme in den Urlaubsregionen wie Berge, Schluchten oder Küsten.

## **Mega-Markt Sport-Tourismus?**

Sport im Urlaub ja, aber in der Masse nur in Kombination mit anderen Aktivitäten und nur in geringem Maß als Hauptaktivität, könnte kurz und knapp das Fazit lauten. Vielleicht verhält es sich doch eher so, dass bei den angestammten (Urlaubs-)Sportarten wie Wandern, Radfahren und Skifahren, ebenso wie bei vielen Trendsportarten das Outfit und der Habitus oft wichtiger sind als die sportliche Aktivität selbst. Somit wäre der Sport mehr Antriebsfeder der Schuh- und Bekleidungsindustrie als des Tourismus. Zu diesem Schluss kommt Freyer, der feststellt „dass der Sport-Tourismus-Markt weitaus kleiner ist als es der erste Blick vermuten lässt“ (Freyer 2001, S. 32). Nach seiner Aussage gibt es

- „lediglich ca. 300-500.000 „Pauschal“-Sport-Touristen, die ihre Reisen über einen Veranstalter organisieren lassen,

- ca. fünf Mio. „individuell“ Sporttreibende auf Reisen/im Urlaub, die ihre Reise selbst organisieren

Die Angebotsstruktur der Pauschalreiseanbieter stellt sich nach Freyer wie folgt dar:

- Wenige der klassischen großen Pauschalreiseanbieter mit relativ geringem Engagement
- Zahlreiche kleine sogenannte Spezialisten
- Clubreise-Anbieter
- Verbände und Vereine

Bei den 1999 durchgeführten Kurzurlaubsreisen (2-4 Tage) beträgt der Anteil der Sportreisen 9 Prozent, für einen Mini-Fitness-Urlaub konnten sich demnach noch 2,5 Prozent begeistern (Quelle: Reiseanalyse 2000; Basis 23,41 Mio. Kurzurlaubsreisende ab 14 Jahre). Laut Studien liegt die Zahl derer, die einen reinen Sporturlaub buchen seit Jahren konstant bei ca. 2 Mio. (vgl. Gruner + Jahr 2001).

Insgesamt betrachtet zeichnet sich der (pauschale) Sporttourismus daher weniger durch seinen Markterfolg (bis auf wenige Spezialisten) als durch seinen Imagegewinn aus. Im Angebot der Pauschalreiseveranstalter gehören Sport- und Bewegungsangebote daher bereits seit Jahren zu einem nicht mehr weg zu denkenden Bestandteil. Sport gilt als „Mega-in“, folglich darf er nicht im Angebotsportfolio fehlen, auch wenn sich die umworbene Klientel letztendlich doch mehrheitlich als Sportmuffel entpuppt.

Tab. 4: Urlaubsmotive und -erwartungen der Deutschen

<b>Urlaubsmotive (Angaben in % der Bevölkerung)</b>	<b>besonders wichtig</b>	<b>völlig unwichtig</b>
<b>Für viele wichtig</b>		
Entspannung, keinen Stress haben	<b>59</b>	2
Abstand zum Alltag gewinnen	<b>54</b>	1
Frei sein, Zeit haben	<b>52</b>	2
Frische Kräfte sammeln	<b>50</b>	1
Sonne, Wärme, schönes Wetter	<b>42</b>	2
Gesundes Klima	<b>41</b>	1
Spaß, Freude, Vergnügen haben	<b>37</b>	2
Natur erleben	<b>37</b>	2
Ausruhen, Faulenzen	<b>33</b>	4
<b>Für wenige wichtig</b>		
Leichte sportl./spielerische Betätigung	9	<b>18</b>
Entdeckung, Risiko	8	<b>27</b>
Aktiv Sport treiben	8	<b>32</b>
Flirt/Erotik	9	<b>33</b>

Quelle: Forschungsgruppe Urlaub und Reisen (FUR) 2000

Ganz anders könnte die Sache aussehen, wenn man einige der auf Sport- und Sportereignisse spezialisierten Destinationen betrachtet. Laut einer bundesweiten Umfrage aus dem Jahr 1996 haben bspw. über ein Drittel der deutschen Gemeinden Sport in ihr Tourismus-Marketing einbezogen (vgl. auch Beiträge in diesem Band). Die Zahl derer, die sich explizit mit Sportangeboten am Markt positionieren ist jedoch mit knapp über 7 Prozent eher klein (vgl. Freyer 2001, S. 55). Die gleiche Umfrage ergab, dass in zwei Dritteln der befragten Orte Sportangebote für Gäste nicht bewusst und gezielt gefördert werden. Eine Kooperation zwischen den Tourismus- und Sportanbietern findet in den meisten Kommunen nicht statt.

Dass mit der Förderung des Sporttourismus ein nachhaltiger Wandel einher gehen kann, zeigt z.B. die Geschichte Arcos, die eng mit der Entwicklung des Sportkletterns verknüpft ist. Ehemals ein beliebter Kurort für Senioren ist der Ort am Gardasee heute die europäischen Kletter-Zentrale mit einer halben Mio. Touristen pro Jahr, davon die Hälfte Kletterer und Biker.

Ein anderes Beispiel liefert der Fremdenverkehrsverband Münsterland, der bereits seit 1983 auf seine „100 Schlösser Route“ setzt. Dort gibt es inzwischen mehr als 10.000 km beschilderte Radwege. Jahr für Jahr nutzen 10 bis 15 Mio. Fahrradtouristen die Routen dieser Region. Etwa ein Drittel der Übernachtungen, d.h. eine Mio., gehen auf das Konto des Fahrradtourismus.

Und wenn alles nach Plan läuft, werden vielleicht künftig Abertausende von Holländern und Bewohnern aus dem Ruhrgebiet den „Kahlen Asten“ bevölkern und zum sauerländischen El Dorado für Skifreaks machen.

Ein relativ neues Phänomen im Rahmen sporttouristischer Angebote sind Sport-Events, die zu regelrechten Massenaufläufen sportbegeisterter Besucher und ambitionierter „Sporttouristen“ führen können. Einen nicht unwesentlichen Anteil am Erfolg solcher Veranstaltungen, seien es Stadtmarathons, City-Radrennen oder Boarder Weeks, inkl. Rockkonzert und Modenschau, haben - natürlich wie immer - die Medien. Zu Zeiten als Boris Becker noch die Weltrangliste statt die Klatschspalten beherrschte, war bspw. der Tenniszirkus auch für Sport- und Tourismusveranstalter ein lohnendes Geschäft. Heute zieht es die Massen an die Strecken des Formel 1-Rennzirkus oder an die Hänge der Sprungschanzen. Letzteres zeigt den medialen Einfluss überdeutlich. Denn es mutet schon kurios an, wenn ein jahrzehntelanges Minderheitenprogramm wie Skispringen, bei dem ein paar verwegenen Naturburschen im „Teletubbie-Kostüm“ zu Tale segeln, von Tausenden im Stadion und bis zu 14 Mio. an den Bildschirmen verfolgt wird.

Der Sport hat sich längst über seine Kernzielgruppe hinaus zur familiengerechten Unterhaltung entwickelt, so der Sportwissenschaftler Josef Hackforth. Das Fernsehen hat dabei die Regie übernommen und unsere Wahrnehmung des Sports verändert und wenn es nötig wird, verändert es die Regeln gleich mit. So wurden bspw. im Langlauf kurze Sprints eingeführt, bei denen die Akteure, statt sich im tiefen dunklen Wald zu verlieren, unter permanenter Kamerabeobachtung stehend, mehrfach kurze Schleifen durchlaufen. „Big Brother“ lässt grüßen und die Frage: „Wo ist Behle?“, gehört damit wohl endgültig der Vergangenheit an.

Düstere Prognosen beschwören bereits die Entwicklung einer symbolischen Sportgesellschaft herauf. So vermutet bspw. das BAT Freizeit-Forschungsinstitut bis 2010 einen starken Rückgang der sportlich Aktiven bei gleichzeitig steigendem Zuschauerinteresse. Dabei würden Musik, Mode und Medien wichtiger

als das eigentliche sportliche Ereignis. Damit wäre der Sport(Tourismus) endlich zur „schönsten Nebensache der Welt“ geworden.

## **Literatur**

Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (Hrsg.): Reiseanalysen 2000/2001, Hamburg

Freyer, W. (2001): Sport und Tourismus - Megamärkte in der wissenschaftlichen Diskussion, in: Trosien, G., Dinkel, M. (Hrsg.): Sporttourismus als Wirtschaftsfaktor, Butzbach-Griedel

Gruner + Jahr (Hrsg.) (2001): Sporturlaub, Märkte und Tendenzen, Ausgabe 6/2001, Hamburg

Neuerburg, H.-J. (2002): Tourismus-Sport-Umwelt, Universität Rostock

Opaschowski, H.W. (1989): Tourismusforschung, Opladen

Opaschowski, H.W. (2001): Deutschland 2010. Wie wir morgen arbeiten und leben - Voraussagen der Wissenschaft zur Zukunft unserer Gesellschaft, Hamburg

Opaschowski, H.W. (2001): Das gekaufte Paradies. Tourismus im 21. Jahrhundert, Hamburg

Schauer, R. (2002): Party am weißen Berg, in: (Z) Frankfurter Rundschau, Magazin Reisen vom 23.11.2002

(Z) Stern: journal Sport-Reisen, Heft 20/2003, S. 103-151, Hamburg



# Wohin geht die Reise? - Aktuelle Trends in den Natursportarten

von Ralf Roth, Edwin Jakob und Stefan Türk

## Entwicklungen im Natursport und gesellschaftliche Entwicklungen

Natursportaktivitäten haben in Deutschland eine lange Tradition. In den letzten Jahrzehnten haben sie sowohl bei den Aktivenzahlen, als auch in der öffentlichen Wahrnehmung einen starken Aufschwung erfahren, der in erster Linie auf allgemeine gesellschaftliche Entwicklungen zurückzuführen ist. Individualisierung und Wertewandel haben in der Bevölkerung einen sportiven Lebensstil gefördert und ein verändertes Sportbedürfnis erzeugt, wobei Natursportaktivitäten in vielerlei Hinsicht die Ansprüche an ein modernes Sporttreiben befriedigen. Sie bieten Raum für Individualität und Gemeinschaft, befriedigen die Suche nach Erlebnis und Spaß, kommen dem gestiegenen Körper- und Gesundheitsbewusstsein nach und ermöglichen Naturerfahrung auch in Form einer modernen Naturromantik. Die Pluralität der Freizeit- und Sportstile spiegelt sich in der Vielfalt der Lebensstile. Verstärkt wurde die Entwicklung durch den anhaltenden Drang zur Erholung in der Natur, der nach Meinung zahlreicher Wissenschaftler auf den zunehmenden Naturmangel in der Alltagswelt beruht.

Insgesamt erscheint der Höhepunkt des quantitativen Wachstums im Natursport erreicht. Verschiebungen können sich jedoch zwischen einzelnen Natursportarten ergeben, vor allem durch neue Trendsportarten wie z.B. das Mountainbiking, wobei wirklich durchsetzungsfähige neue Aktivitäten nur ca. alle 15-20 Jahre auftauchen. Der größte Teil der heute ausgeübten Natursportarten ist nach wie vor den traditionellen Sportarten wie Wandern, Klettern oder Segeln zuzurechnen. Eine Vielzahl der propagierten neuen Trends erweist sich als kurzlebige Mode oder bleibt Aktivität kleinerer Sportszenen. Verschiedene kleinere bis mittlere Trends existieren zeitgleich nebeneinander. Trends lösen sich zunehmend schneller ab, da Natursport Teil des Waren- und Dienstleistungsangebots geworden ist und damit von der allgemein festzustellenden Verkürzung der Produktlebenszyklen betroffen ist. Damit verbunden steigt die Zahl der Personen, die Natursport nur gelegentlich oder als Urlaubsaktivität betreiben. Die Bereitschaft, sich hierfür in Vereinen und Verbänden zu organisieren, ist gering. Die im Deutschen Sportbund (DSB) organisierten Vereine und Verbände fordern zwar nach wie vor das Deutungsmonopol über den Sport ein, dieser Anspruch entspricht aber nicht mehr der Realität der Natursportpraxis, in der eine Lockerung der Bindung an traditionelle Sportsysteme festzustellen ist. Parallel sinkt das durchschnittliche Ausübungsniveau und die Bereitschaft, in eine fundierte Sportausbildung zu investieren. Dies wiederum beinhaltet die Gefahr, dass die Einsicht und die Fähigkeit verantwortungsbewusst mit Natur umzugehen, abnimmt.

Ausgehend vom ehemals zumindest für eine Sportart relativ uniformen Bild des Sportlers haben sich Natursportlertypen differenziert, die sich im wesentlichen auf vier Typen reduzieren lassen: Den erholungsorientierten Natursportler, den leistungsorientierten Fitness-Sportler, den ausführungsorientierten Leistungssportler und den erlebnisorientierten Sportler. Deren unterschiedliche Motiv-

strukturen spiegeln sich auch in einer Vielzahl von Ausübungsformen und -stilen wider. Allgemein stark zugenommen hat ein gerade für den traditionellen Natursportler eigentlich untypisches Komfort- und Sicherheitsbedürfnis. Die verstärkte Komfort-, Kosum- und Erlebnisorientierung der Nachfrageseite erzeugt und erhält ein ausgeprägtes und differenziertes kommerzielles Waren- und Dienstleistungsangebot im Sport. Natursport ist heute Teil von wirtschaftlichen Interessen und wird von diesen massiv beeinflusst. Neben diesen generell zu beobachtenden Entwicklungen haben in den einzelnen Sportarten noch eine Reihe sehr spezieller Entwicklungen stattgefunden, wie die Entstehung neuer Spielformen oder die Weiterentwicklung von Sportmaterial.

### **(Sport-)Räumliche und naturschutzbedingte Entwicklungen**

In den letzten Jahrzehnten haben sich auch die naturräumlichen und naturschutzfachlichen Rahmenbedingungen der Ausübung von Natursport verändert. Der zur Verfügung stehende Raum und die Möglichkeit dessen natursportlicher Nutzung hat durch Eingriffe in Natur und Landschaft, neue Schutzgebietsausweisungen und teils restriktive Naturschutzauslegung abgenommen. Zwar ist nach der Gesetzeslage in Deutschland das Betreten der freien Landschaft grundsätzlich jedermann gestattet, im Einzelfall können jedoch Einschränkungen durch Gesetze und deren Instrumente erlassen werden. Dabei reicht das Spektrum von einfachen ordnungsrechtlichen Maßnahmen wie Verbot des Lagerns, zeitlichen Betretungsverboten der freien Landschaft oder zeitlich begrenzten Sperrungen für einzelne Aktivitäten über Limitierung des Zugangs bzw. einzelner Aktivitäten bis hin zu Totalsperrungen ganzer Gebiete. Diese Regelungen sind mit teilweise erheblichen Einschränkungen der Ausübungsfreiheit der Aktiven verbunden. Insbesondere die spontane Ausübung der Aktivität ist erschwert und wird von vielen Ausübenden als erheblicher Verlust und Einschränkung der persönlichen Freiheit empfunden. Von beschränkenden Regelungen ist jede bedeutende Natursportart in Deutschland betroffen, besonders viele Regelungen existieren im Bereich des Sportkletterns und des Kanusports. Viele Natursportler bemängeln eine „Überreglementierung“ und sehen sich einem zunehmenden Rechtfertigungszwang für ihre Aktivität ausgesetzt, der vielfach in einer ablehnenden Haltung gegenüber auch sinnvollen Regelungen mündet.

### **Belastungsfaktoren durch Natursport**

Die von Naturportaktivitäten ausgehenden potentiellen Belastungen für Natur und Landschaft sind im wesentlichen seit längerem bekannt und benannt. Es können drei Hauptbelastungen, die durch verschiedene weitere Einflussfaktoren wirksam werden, unterschieden werden:

- Zeitliche und räumliche Konzentration von Natursportlern
- Zeitliche und räumliche Ausbreitung von Natursportaktivitäten
- Belastung durch erschließende Wirkungen des Natursporttourismus

Eine allgemein gültige Generalisierung von Auswirkungen des Natursports ist jedoch nicht möglich. Es besteht vielmehr die Notwendigkeit der Differenzierung in einzelne Sportaktivitäten oder sogar einzelne Ausübungsformen. Zur Bewertung der Auswirkungen ist es entscheidend, die konkrete Raumnutzung durch den Sport zu kennen und in Beziehung zu anderen Nutzungen zu setzen. Welche

Wirkung von Sportaktivitäten auf die Natur ausgeht, ergibt sich erst aus der Kombination der jeweiligen Form der Ausübung mit der Ausstattung und Qualität des jeweils genutzten Naturraumes. Dies setzt voraus, dass Art, Umfang und Zeit der Aktivität bekannt und wesentliche ökologische Merkmale des Raumes erfasst sind. Erst auf dieser Grundlage kann die Bewertung der ökologischen Auswirkungen wissenschaftlich fundiert erfolgen.

Dass sport- und naturräumliche Daten vorliegen, ist bisher in Deutschland nur in Ausnahmefällen der Fall. Aber auch wenn diese Datengrundlagen erhoben sind, gestaltet sich die Bewertung der Belastungen schwierig, da wirklich aussagekräftige ökologische Grundlagenstudien in vielen Bereichen fehlen. Zudem wirkt sich das Fehlen allgemein akzeptierter Zielvorstellungen und Leitbilder sehr erschwerend auf die Erarbeitung von Bewertungskriterien aus. Generell ist in vielen Natursportarten festzustellen, dass neue oder andersartige Belastungen für Natur und Landschaft auftreten oder verstärkt Probleme in Räume außerhalb Deutschlands exportiert werden. Ursache hierfür sind das geringe Ausbildungsniveau von Urlaubs- und Gelegenheitssportlern, die gestiegene Mobilität, die zunehmende Komfort- und Sicherheitsorientierung und der dazu notwendige Bau von Infrastrukturmaßnahmen sowie die Konzentration von Sportlern in besonders attraktiven und zur Nutzung verbliebenen Räumen.

Es muss aber darauf hingewiesen werden, dass in Deutschland zumeist auch scheinbar „unerschlossene“ Gebiete schon erhebliche menschliche Nutzungseinflüsse aufweisen, also nur im Hinblick auf die Sportnutzung neu erschlossen werden. Größtenteils werden bestehende Nutzungen in Gebieten mit touristisch aufbereitetem Angebot intensiviert oder zeitlich ausgedehnt. Diese Art von Erschließungen erfolgt meist schleichend und ist nur sehr schwer zu verfolgen, kann jedoch den Charakter einer Landschaft auf lange Sicht erheblich verändern. Hier werden schließlich auch die veränderten Ansprüche der Natursportler raumwirksam. So reagiert die Anbieterseite vor allem auf die zunehmende Komfort- und Sicherheitsorientierung durch den Bau von entsprechender Sportinfrastruktur.

Auf der anderen Seite werden aber auch Räume entlastet, die entweder nicht den gestiegenen bzw. veränderten Ansprüchen genügen, oder wie sich besonders beim Schneesport zeigt, der zunehmenden Konkurrenz nicht standhalten können und sich aus dem Rennen der Natursportdestinationen verabschieden.

## **Entwicklungen im Konfliktfeld Natursport/Naturschutz**

Die Konflikte im Spannungsfeld Natursport/Naturschutz werden in neuen Qualitäten ausgetragen. Während Konflikte lange Zeit auf persönlicher oder zumindest lokaler Ebene ausgetragen bzw. auf institutioneller Ebene in Form sehr allgemeiner Auseinandersetzungen geführt wurden, stehen sich heute im Konfliktfall hoch organisierte Systeme gegenüber. Der Natursport hat in den letzten Jahren mit der Bildung professioneller Strukturen reagiert. Bspw. initiierte der Deutsche Alpenverein (DAV) die Gründung des „Bundesausschusses Klettern und Naturschutz“ und der Entwicklung einer bis auf die lokale Ebene reichenden Betreuungsstruktur für Klettergebiete. Auch der Skisport, der sich lange Zeit heftigster ökologischer Kritik ausgesetzt sah, hat schon seit 1987 mit der Bildung der professionellen Struktur eines Umweltbeirates reagiert.



Mittlerweile existieren in zahlreichen Natursportarten differenzierte, teils auch großräumige Konzepte zur Konfliktminimierung zwischen Sport und Naturschutz. Deren Entwicklung wird zumeist von Sportverbänden forciert, in einigen Fällen sind auch Naturschutzbehörden Initiator. Umsetzungsbeispiele, die auch auf weitgehende Akzeptanz treffen, finden sich meist in Form freiwilliger Vereinbarungen, wie z.B. die Kletterkonzeption „nördliches Frankenjura“. Die Umsetzung zahlreicher Konzepte wird allerdings vom Fehlen integrativer, akzeptierter Leitbilder und Zielvorstellungen erschwert und mündet häufig in der einseitigen Ablehnung vorhandener Ansätze.

Es zeigt sich deutlich, dass das Fehlen genereller Ziele und integrativer Leitbilder den strategischen Einsatz konfliktlösender Instrumente und deren effektiven Einsatz vielerorts erschwert. So wird Naturschutz in Deutschland anders als z.B. in den meisten englischsprachigen Ländern auch kaum als integrative Managementaufgabe begriffen, die Sport und Erholung gleichermaßen einbezieht. In den momentanen Strukturen ist ein funktionierendes Management in vielen Schutzgebieten nicht gewährleistet, da die Erholungsfunktion in der Organisation der betreuenden Einrichtungen weder strukturell noch personell ausreichend verankert ist. Dies wird aber erforderlich sein, wenn man in naturschutzfachlich und natursportlich wertvollen Gebieten praxisnah Konflikten vorbeugen und bessere Lösungen anbieten möchte. Chancen bietet die Einführung eines integrativen Erholungsmanagements an, wie es bspw. das am Institut für Natursport und Ökologie entwickelte SPORT USE MANAGEMENT. Es bündelt wesentliche planerische Vorgehensweisen zur Lenkung und Steuerung von Natursport im Raum auf verschiedenen Maßstabsebenen. So sind:

1. Natur und Landschaft für die Erholung und den Natursport in enger Abstimmung mit dem Naturschutz und zu sichern und zu verbessern,
2. Besucherwünsche festzustellen, zu berücksichtigen und die Besucherzufriedenheit zu steigern,
3. Umweltverhalten über Umweltbildung und Umwelterziehung positiv zu beeinflussen,
4. Interesse für den Naturschutz zu wecken und die Akzeptanz der Ziele des Naturschutzes bei den Erholungssuchenden zu steigern,
5. Partnerschaften mit Wirtschaft oder Stiftungen, Vereinen und Verbänden aufzubauen oder zu stärken und damit neue Möglichkeiten der Finanzierung des Naturschutzes zu eröffnen.

## **Szenarien dieser Entwicklung**

Das Szenario einer Erlebnis- und Komfortspirale stellt für Naturschutz ebenso ein Risiko dar wie für den Natursport, der ohne Zweifel auf attraktive naturnahe Landschaftsräume angewiesen ist. Dieses Risiko ist in der Tatsache begründet, dass Nachfrage und Angebot in immer kürzeren Zyklen wechseln und damit die Entwicklung neuer Angebote forcieren. Diese Entwicklung mündet in einem kostenintensiven Verdrängungswettbewerb mit der Folge, dass Natur und Landschaft an die Bedürfnisse der Sporttouristen angepasst werden. Dies bedingt wiederum eine Intensivierung der Erschließung. Letztendlich müssen die ökologischen Ziele sich unter ökonomische Ziele ordnen, es gibt klare Verlierer und nur

wenige Gewinner. Das Hochdrehen dieser Spirale wird relativ rasch auch den Natursportler in andere Räume vertreiben.

Auch der Aufbau von künstlichen Sporterlebniswelten, von manchen Umweltorganisationen gar als Lösung naturschutzräumlicher Belastungen angesehen, stellt tatsächlich eher ein Risiko für den Erhalt und die Pflege naturnaher Landschaften dar. So erfolgt der Bau von Hallen meist siedlungsnah, in der Halle werden Teile der Natur simuliert und dem Sportaktiven angeboten. Dadurch bestehen zunächst Möglichkeiten Menschen aus der Natur auszuschließen und bspw. Schutzgebiete vor einem Betreten zu schützen bzw. zu entlasten. Allerdings muss man sich bewusst machen, dass hiermit auch ein Entfremden von Natur einhergeht. Wenn der naturentfremdete Sportler seine erworbenen Fähigkeiten doch einmal in der freien Landschaft erleben und ausleben möchte, sucht er zunächst gewohnten Komfort und Sicherheit. Die Konsequenzen sind oben genannt. Die Gefahr einer Anpassung von Teilen der Landschaft an Hallenstandards ist dann nicht mehr zu leugnen.

Andererseits entwickeln sich aus vielen Trends auch Gegentrends. So ist es möglich, dass ein Zurück zum „einfachen“ Natursport eingeschlagen wird, da er billiger ist, weniger Technikeinsatz erfordert und nicht mit Komfort erschlägt. Es ermöglicht vielmehr auch eine Abkehr vom Individualismus hin zur Gemeinschaft. Damit bieten sich auch wieder verstärkt Ansatzmöglichkeiten für die Integration ökologischer Ziele in das Sporttreiben. Statt höherer Standards steht das Erlebnis im Vordergrund, und das ökonomische Ziel der Wachstumsmaximierung wird zweitrangig.

Schließlich ist die oft gehörte und bislang zu selten realisierte Forderung umzusetzen, mehr Fläche für die Ausübung von Natursport in siedlungsnahen Bereichen zu schaffen. Die bestehenden Park- und Grünflächen können alleine die verschiedenen Bedürfnisse der Erholungssuchenden nicht abdecken. Insbesondere für Natursportaktivitäten sind zahlreiche dieser Flächen ungeeignet oder mögliche Aktivitäten werden auf potenziell geeigneten Flächen nicht toleriert. Auch ermöglichen Parkflächen als vollständig anthropogen gestaltete Flächen kaum Freiraum für aktives Naturerleben und schon gar kein Erleben von Natur in wildnisähnlicher Form. Für solche Sport- und Naturerlebnisse bieten sich aber auch in unmittelbarer Siedlungsnähe vielfältige Potenziale. Sie zu finden und entsprechend der Bedürfnisse der Sporttreibenden zu gestalten würde enorm dazu beitragen, die stadtnahe Erholungsqualität erheblich zu steigern, freizeitbedingte Mobilität herabzusetzen, wertvolle Flächen zu entlasten und als weicher Standortfaktor zur Aufwertung urbaner Räume beizutragen.

## **Weiterführende Literatur**

- Bässler, R. (1999): Gesellschaftliche und personale Einflussgrößen im Sport. Habilitationsschrift am Institut für Sportwissenschaften an der Grund- und Integrativwissenschaftlichen Fakultät der Universität Wien
- Bastian, O., Schreiber, K.-F. (1999): Analyse und ökologische Bewertung der Landschaft. - Spektrum Akademischer Verlag GmbH, Heidelberg und Berlin.

- Beier, K. (2001): Anreizstrukturen im Outdoorsport: Eine Studie zu den Anreizstrukturen von Sporttreibenden in verschiedenen Outdoorsportarten.
- Brämer, R. (1998): Das Bambi-Syndrom. Vorläufige Befunde zur jugendlichen Naturentfremdung. *Natur und Landschaft* 5: 218-222, Bonn
- Breuer, C. (2002): Sozialer Wandel und Sportengagement im Lebenslauf. In: Allmer, H. (Hrsg.): *Sport und Bewegung im Lebenslauf. Reihe Brennpunkte der Sportwissenschaft.* Sankt Augustin
- Burgi, M. (1993): Erholung in freier Natur. Erholungssuchende als Adressaten staatlichen Umweltschutzes vor dem Hintergrund von Gemeingebrauch, Betretungsrecht und Grundrecht. *Schriften zum Umweltrecht*, Bd. 35
- Deutsche Gesellschaft für Freizeit (1999): *Freizeit in Deutschland. Freizeittrends 2000plus*, Erkrath
- Egner, H. (2000): *Natursport - Schaden oder Nutzen für die Natur. Trendsportwissenschaft* Bd. 7
- Ferchoff, W. (1988): Wertewandel - Neuorientierung für Freizeit und Alltag. In Fromme, J., Stoffers, M. (Hrsg.) *Freizeit im Lebensverlauf, Schwerpunkte und Perspektiven der Freizeitkulturforchung - Perspektiven für Politik und Pädagogik.* S. 147-167
- Friedrich, W., Puxi, M. (1994): *Arbeitswelt, Lebensstile, Freizeitverhalten und die Auswirkungen auf den Sport.* Hrsg: Kultusministerium des Landes NRW
- Heinemann, K., Schubert, M. (Hrsg.) (2001): *Sport und Gesellschaften*
- Jakob, E., Türk, S., Roth, R. (2002): *Ökologisch bewusste Durchführung von Großveranstaltungen. Teilbereich Mountainbiking. Texte des Umweltbundesamtes 21/02*
- Karger, C., Wiedemann, P. (2000): *Leitfaden Kommunikation im Naturschutz.* Bayerisches Staatsministerium für Landesentwicklung und Umweltfragen (Hrsg.). Zu beziehen unter [www.umweltministerium.bayern.de/aktuell/download/leitfad/leitfade.pdf](http://www.umweltministerium.bayern.de/aktuell/download/leitfad/leitfade.pdf).
- Krämer, A. (2002): *Sport Use Management und Geoinformationstechnologien.* Dissertation an der Deutschen Sporthochschule Köln, Institut für Natursport und Ökologie (in Vorbereitung)
- Kreisel, W., Hoppe, M., Reh, T. (2000): *Mega-Trends im Tourismus - Auswirkungen auf Natur und Umwelt.* Umweltbundesamt Forschungsbericht Nr. 298 99 110
- Müller, H., Flügel, M. (1999): *Tourismus und Ökologie, Wechselwirkungen und Handlungsfelder.* Berner Studien zu Freizeit und Tourismus 37. Bern
- Opaschowski, H.W. (1998): *Umwelt, Mobilität und Tourismus.* BAT- Freizeitforschungsinstitut, Hamburg
- Roth, R., Krämer, A., Türk, S. (2000): *Sporttourismuskonzeption zum Naturpark Südschwarzwald als bundesweites Modell? Sportstättenbau und Bäderanlagen 6/00.* S. 525-527.
- Roth, R., Jakob, E., Krämer, A. (2002): *Raumbezogene Entwicklungen von Natursportarten - Probleme und Lösungsansätze.* In: INÖK, BMU, BFN (Hrsg.) (2002): *Kongressbericht „Umwelt, Naturschutz und Sport im Dialog“* Schriftenreihe Natursport und Ökologie Band 10, S. 29-38.
- Roth, R., Jakob, E., Krämer, A. (2003): *Neue Entwicklungen bei Natursportarten. Konfliktpotentiale und Lösungsmöglichkeiten.* Schriftenreihe Natursport und Ökologie Band 7
- Schemel, H.-J. (1998): *Naturerfahrungsräume.* Angewandte Landschaftsökologie, Münster

- Schulze, E. (1995)<sup>5</sup>: Die Erlebnis-Gesellschaft: Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt/M.
- Schwen, R. (1995): Trendmanagement im Sporttourismus. In Dreyer & Krüger: Sporttourismus. München, S. 105-122
- Seewald, F., Kronbichler, E., Größing, S. (1998): Sportökologie: Eine Einführung in die Sport-Natur-Beziehung. Wiesbaden
- Segets, M., Schmidt, H., Türk, S. (2000): Umweltbildung im Schulsport - Situation und Entwicklungslinien. Schriftenreihe Natursport und Ökologie Band 1. Eigenverlag.
- Stettler, J. (1997): Sport und Verkehr- Sportmotiviertes Verkehrsverhalten der Schweizer Bevölkerung, Bern
- Strasdas, W. (1994): Auswirkungen neuer Freizeittrends auf die Umwelt: Entwicklung des Freizeitmarktes und die Rolle technologischer Innovationen. Forschungsbericht der TU Berlin, Institut für Landschafts- und Freiraumplanung, im Auftrag des BMU.
- Türk, S. (2001): Erholungsvorsorge und Sportaktivitäten in der Landschaft? In: Landessportbund Hessen 2001: Zukunftsorientierte Sportstättenentwicklung. Erholungsvorsorge = Erholung - Freizeit - Sport (Tourismus)? Berichte 1. S. 35-38
- Türk, S. (2002): Natursport und Umwelt - Zukunftsfähige Entwicklungsstrategien am Beispiel des Naturparks Südschwarzwald. In: Behling, G. (Red.): Freizeit, Sport und Tourismus in Deutschland - Beispiele für nachhaltiges Management. GSF - Bericht 11. S. 31-35
- USDA Forest Service (2002): Recreation Agenda. Zu beziehen unter: [www.fs.fed.us/recreation/programs/strategy/rec\\_agenda\\_pm.pdf](http://www.fs.fed.us/recreation/programs/strategy/rec_agenda_pm.pdf)
- Vester, F (1999): Die Kunst vernetzt zu denken; Ideen und Werkzeuge für einen neuen Umgang mit Komplexität. Stuttgart
- Wopp, C. (1995): Entwicklungen und Perspektiven des Freizeitsports. Aachen



# Planung statt Aktionismus - Sporttouristisches Entwicklungskonzept im Naturpark Südschwarzwald

von Ralf Roth und Stefan Türk

## Einleitung

Die im Schwarzwald vorhandenen attraktiven und flächig ausgedehnten Sport- und Naturräume bieten den Sporttouristen ein abwechslungsreiches Terrain. Getrennt nach den Bewegungsräumen Wasser, Land und Luft ergeben sich für NatursportlerInnen immer wieder neue Herausforderungen. Die Entwicklung verschiedenster Ansprüche der modernen Freizeitgesellschaft führten dabei zu Ausdifferenzierungen der klassischen „Muttersportarten“ in vielfältige Aktivitätsformen. Ein multisportives Angebot ermöglicht es, dass der Sporttourist während seines Aufenthaltes zahlreiche Bewegungs- und Naturerlebnisse mit hoher Qualität erfährt und so moderne Erholungsansprüche erfüllt werden können. Grundvoraussetzung hierfür ist, dass ausreichend nutzbare Bewegungsräume für unterschiedlichste Aktivitäten in hoher Landschaftsqualität bereit gehalten werden.

Naturparke haben den gesetzlichen Auftrag, für Erholung ausreichend geeignete Flächen zu pflegen, zu gestalten und zugänglich zu halten. Spätestens seit der Novellierung des Bundesnaturschutzgesetzes (BNatSchG) vom 03.04.2002 gelten auch sportliche Betätigungen in der freien Natur, sofern natur- und landschaftsverträglich durchgeführt, offiziell als Erholung im Sinne des BNatSchG. Dennoch gab und gibt es immer wieder Anlass für kritische Auseinandersetzungen oder Konflikte zwischen den Natursportlern einerseits und dem Naturschutz andererseits. Der wesentliche Grund hierfür bleibt die mit der Ausübung von Natursport zwangsläufig verbundene Beanspruchung von reizvollen und oft naturnahen Landschaftsräumen.

Eine Lösung dieser Situation benötigt eine regionale und lokale Prüfung der sportlichen Aktivitäten hinsichtlich ihrer jeweiligen Verträglichkeit. Und zwar nicht nur aus naturschutzfachlicher, sondern auch aus bedarfsorientierter, sportbezogener Sicht. Eine wesentliche Möglichkeit zur fachgerechten Prüfung bietet hier der Aufbau von Natursport-Informationssystemen. Nur so sind Aussagen zur tatsächlichen Sportraumeignung sowie über die ökologische Bedeutung als Lebensraum für Tier und Pflanzen möglich. Ein solches System wurde bei der Sporttourismus-Konzeption für den Naturpark Südschwarzwald erfolgreich eingesetzt und steht nun als Managementsystem zur Verfügung.

## Natursport-Informationssysteme

Der Naturpark Südschwarzwald stellt die bedeutendste Sporttourismusregion in Baden-Württemberg dar. In dem für den Tagestourismus relevanten Einzugsgebiet des Naturparks (100 km Radius) leben über 11 Mio. Menschen. Hinzu kommt die Vielzahl der Urlauber aus dem In- und Ausland. Als ein Gebiet,

welches nach den Grundsätzen und Zielen der Raumordnung und der Landesplanung für Erholung vorgesehen ist, bietet sich der Naturpark für eine erfolgsversprechende Konzeption an, durch die eine in den Köpfen vieler Beteiligter vorhandene grundsätzliche Konfliktsituation Natursport vs. Umwelt zu einem frühzeitigen Zeitpunkt ab- und eine neue Dialogbereitschaft aufgebaut werden kann.

Die Ausgangssituation im Naturpark Südschwarzwald ist von vielfältigen, aber nicht immer optimal strukturierten Sportangeboten zu Wasser, an Land und in der Luft geprägt. Für den Aufbau einer zukunftsfähigen Sporttourismuskonzeption ist es wichtig zunächst die konkreten Bedürfnisse, das tatsächliche Raum-Zeit-Verhalten und die Angebot-Nachfrage-Situationen der Sportler zu beleuchten. Methodische Ansätze wie Umfragen, Interviews, Besucherzählungen und sportbezogene Streckenanalysen erbringen hierzu wichtige Aussagen. Über detaillierte Bestandserhebungen können selbst für einen mehrere tausend Quadratkilometer großen Untersuchungsraum Sportstätten und Infrastruktureinrichtungen für unterschiedliche Sportarten dargestellt werden. Gleichzeitig sind große Teile des Naturparks aus naturschutzfachlicher Sicht als sehr hochwertige Räume zu betrachten. Eine Vielzahl an Naturschutz- und Landschaftsschutzgebieten sowie Natura 2000 – Gebieten unterstreicht dies. Sie umfassen alleine über 40 Prozent der Naturparkfläche.

Der Einsatz geographischer Informationssysteme (GIS) erlaubt die Verschneidung mit den für die jeweiligen Sportarten wichtigen natürlichen Rahmenparametern. Im Schneesport sind dies bspw. die Faktoren Höhenlage, Temperatur und Niederschläge, letztere möglichst als langjährige Klimadatenreihen. Über sie lässt sich sehr anschaulich das Standortpotential einer Region oder auch nur eines Ortes erheben. Die Überlagerung von natürlichem Standortpotential mit bestehenden Sportstätten dient einer raschen und effektiven Beurteilung ihrer tatsächlichen Bedeutung bzw. Zukunftsfähigkeit. Weiterhin bietet die Überlagerungstechnik effiziente Möglichkeiten hinsichtlich einer Analyse und Bewertung naturschutzfachlicher Einwände.

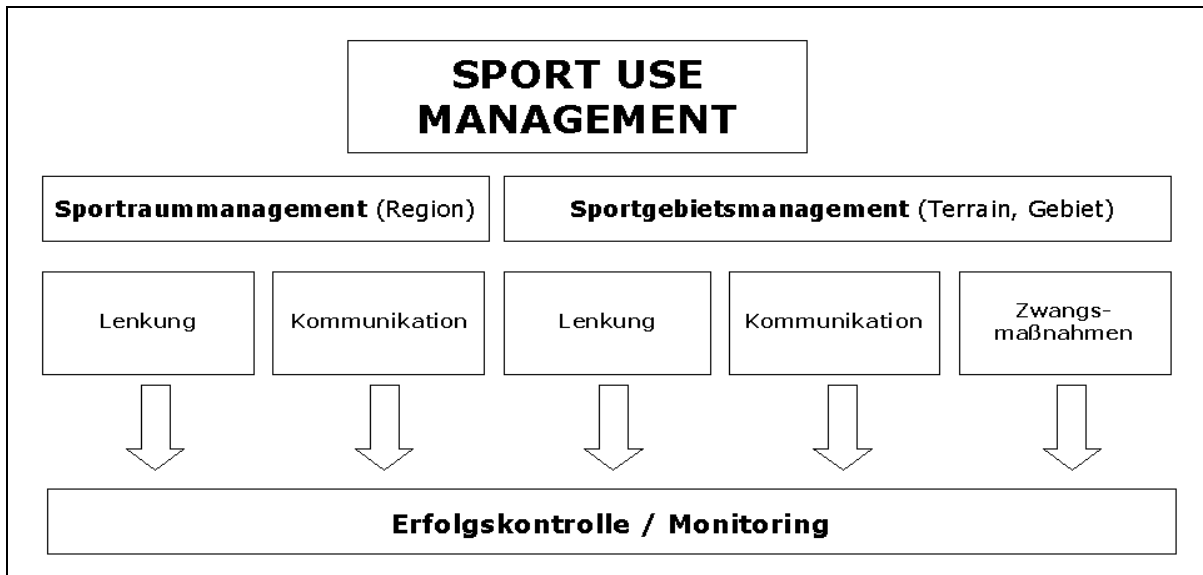
Die Darstellung von Schutzgebieten in Verbindung mit Sporträumen ermöglicht sowohl groß-, aber auch kleinräumig eine Beurteilung der konkreten Situation. So können Nettolebensräume, definiert als unzerschnittene und weder durch Siedlungen noch durch Verkehrsachsen belastete Räume, ausgewiesen werden. Über verschiedene Matrizen mit unterschiedlichen Gewichtungsfaktoren wird schließlich auch die Ausweisung von Konfliktzonen möglich, die als sporttouristische Aktivitätslenkungsgebiete zu bezeichnen sind. In solchen ausgewiesenen Räumen werden Balanceakte nötig: Auf der einen Seite soll die sporttouristische Nutzung in weiten Teilen ermöglicht und deren Qualität gesichert werden, auf der anderen Seite sind der Erhalt und Schutz der Natur zu gewährleisten. Die Abwägung zwischen Sportnutzung und Naturschutz verlangt eine sorgfältige und kreative Auswahl der Lenkungsmaßnahmen mit dem Ziel der Konfliktminimierung. Für den Naturpark Südschwarzwald wurden Gebiete von insgesamt 236 km<sup>2</sup> Fläche ausgewiesen, für die diesbezüglich großer Handlungsbedarf anstand.

## **Sport Use Management**

Das Ziel, den Besuchern über eine Sporttourismuskonzeption eine attraktive Sport- und Erholungsmöglichkeit im Kontext mit einer zu pflegenden und zu

schützenden Landschaft zu bieten, erfordert ein geeignetes Managementsystem auf Basis der Natursport-Informationssysteme. Wesentlich ist eine hohe Akzeptanz auf regionalen und lokalen Ebenen. Diese ist nur durch die Integration der ortsansässigen Bevölkerung zu gewährleisten, die mit ihrem Engagement die Einrichtung eines Naturparks trägt, und dafür sorgt, dass die kulturelle Identität einer Region bewahrt bleibt. Sektorales Denken muss im Sinne eines integralen Ansatzes vermieden werden. Diese Prinzipien erfüllt das von KRÄMER (2002) maßgeblich konstruierte *Sport Use Management*.

Abb. 1: Sport Use Management



Lenkungsmaßnahmen und Kommunikationsmethoden sind zentrale Bestandteile in diesem Managementsystem. Den wesentlichen Punkt bei den Lenkungsmaßnahmen stellt eine regionale Gebietsentwicklungskonzeption auf Basis integraler interkommunaler Raumansätze, einer räumlichen Funktionstrennung von Bereichen intensiver Nutzung bis hin zu „Tabu-Räumen“ sowie einer standortsangepasster Entwicklung mit dem Ziel einer ausreichenden Erholungs- und Sportvorsorge dar. Ein abgestimmter Dialogprozess in jeder Phase des Planungsprozesses mit Beteiligung aller Interessensvertreter führt zu einer hohen Akzeptanz der Planungen im Raum. Die Kommunikation auf regionaler Ebene geschieht über Foren und Veranstaltungsreihen, Veröffentlichungen, Seminare und Multiplikatoren-schulungen.

Während die Planungen auf regionaler Ebene zentral gesteuert werden, obliegt es der Initiative einzelner Gemeinden oder Personen(gruppen), die übergeordneten Planungen auf der lokalen Ebene im Rahmen des Sportgebietsmanagement umzusetzen. Um diese Bemühungen zu unterstützen, hat sich die Durchführung so genannter Modellprojekte bewährt. Hierbei werden exemplarisch für verschiedene Themenbereiche an Einzelstandorten konkrete Umsetzungsmaßnahmen initiiert, die als Impulsgeber für die Umsetzung auf der gesamten Fläche dienen.



## **Positive Lenkung**

Viele Natursportler legen Wert auf ein hochwertiges Angebot. Dieser Tatsache muss durch das Prinzip „Angebote statt Verbote“ Rechnung getragen werden. Das entscheidende und zentrale Umsetzungselement stellen positive Lenkungsmaßnahmen dar. Sie werden durch direkte Maßnahmen sowie Komfort- und Verhaltensangebote erreicht. Bei der Planung z.B. von Wanderdestinationen spielt vor allem die Ausweisung eines attraktiven, gut gepflegten und hervorragend ausgeschilderten Wegenetzes die entscheidende Rolle. Wege, die durch sensible Gebiete führen, sollten nach Möglichkeit verlegt werden. Die alten Wege müssen dabei nicht zwingend rückgebaut werden. Hindernisse an den entsprechenden Einstiegsstellen und die Beschilderung der alternativen Route führen bei der überwiegenden Zahl der Nutzer zur Akzeptanz der neuen Wegeführung. Wesentlich hierfür ist die entsprechende Kommunikation der durchgeführten Maßnahmen. Broschüren mit Hintergrundinformationen, Übersichtstafeln und aktuelle Karten mit der neuen Wegeführung stellen dabei wichtige Elemente dar. Zwangsmaßnahmen dagegen können und dürfen bei der Umsetzung solcher Ziele nur auf die absoluten Problemfelder beschränkt bleiben.

Auch durch infrastrukturelle Komfortangebote wie Aufstiegshilfen und Schutzhütten, Gastronomie, Parkplätze und Toiletten werden Besucher auf bestimmte Bereiche konzentriert. Ebenso zählen Mountainbikewaschplätze, Picknickplätze und beschilderte Aussichtspunkte zu den komforterhöhenden Infrastrukturangeboten mit lenkender Wirkung. Auch hier gilt der Grundsatz Qualität vor Quantität. Eine Möblierung der Landschaft ist unbedingt zu vermeiden. Nicht die Zahl der Einrichtungen ist entscheidend, sondern deren Qualität und Funktionalität.

Hauptstrategie für die Aktivitätslenkungsräume ist die Beeinflussung des räumlichen und zeitlichen Verteilungsmusters der Sporttouristen und die Gestaltung des Lebensraums mit dem Ziel, die Aktivitäten auf attraktive Bereiche zu konzentrieren. Diese Bereiche sind entweder aufgrund der Widerstandsfähigkeit und Standortvoraussetzungen besonders geeignet oder es sind Bereiche, die zur Schonung anderer Teilbereiche zur Nutzung freigegeben werden. Im gleichen Maße soll der Lebensraum für Pflanzen und Tiere aufgewertet werden, um den Naturhaushalt nachhaltig zu stärken und die Widerstandsfähigkeit gegenüber menschlichen Störungen zu erhöhen.

Da alle Projekte, Maßnahmen und Eingriffe auch Auswirkungen in der Zukunft haben, ist als letzter Schritt auch ein Monitoring-Programm Bestandteil des Sport Use Management. Eine fortlaufende Überprüfung der Auswirkungen der durchgeführten Maßnahmen gibt Aufschluss über den Erfolg der Projekte und liefert wichtige Informationen für künftige Planungen.

## **Weiterführende Literatur**

Beier, K. (2001): Anreizstrukturen im Outdoorsport: Eine Studie zu den Anreizstrukturen von Sporttreibenden in verschiedenen Outdoorsportarten

- Egner, H. (2000): Natursport - Schaden oder Nutzen für die Natur. Trendsportwissenschaft Bd. 7
- Jakob, E., Türk, S., Roth, R. (2002): Ökologisch bewusste Durchführung von Großveranstaltungen. Teilbereich Mountainbiking. Texte des Umweltbundesamtes 21/02
- Krämer, A. (2002): Sport Use Management und Geoinformationstechnologien. Dissertation an der Deutschen Sporthochschule Köln, Institut für Natursport und Ökologie (in Vorbereitung)
- Krämer, A., Roth, R. (2002): Spatial Requirements of outdoor sports in the Nature Park Southern Black Forest - GIS-based conflict analysis and solutions for visitor flow management. - In: Arnberger, A., Brandenburg, C., Muhar, A. (2002): Monitoring and Management of Visitor Flows in Recreational and Protected Areas. - Conference Proceedings, Vienna, Austria: 33-39
- Manghabati, A. (1986): Einfluss des Tourismus auf die Hochgebirgslandschaft am Beispiel des Nationalparks Berchtesgaden: Dissertation an der forstwirtschaftlichen Fakultät der Universität München
- Müller, H. Flügel, M. (1999): Tourismus und Ökologie, Wechselwirkungen und Handlungsfelder. Berner Studien zu Freizeit und Tourismus 37. Bern
- Roth, R., Krämer, A. (2000): Entwicklungskonzeption Sporttourismus im Naturpark Südschwarzwald. Forschungsbericht 2 des Instituts für Natursport und Ökologie, Deutsche Sporthochschule Köln. Eigenverlag
- Roth, R., Krämer, A., Türk, S. (2000): Sporttourismuskonzeption zum Naturpark Südschwarzwald als bundesweites Modell? Sportstättenbau und Bäderanlagen 6/00. S. 525-527
- Roth, R., Krämer, A., Jakob, E., Polenz, R., Czybulka, J. (2001): MTB-Handbuch für den Südlichen Schwarzwald. Ein Leitfaden für Kommunen, Sportorganisationen und touristische Leistungsträger. Selbstverlag Naturpark Südschwarzwald
- Roth, R., Krämer, A., Schäfer, A. (2002): Wanderhandbuch für den Naturpark Südschwarzwald. Ein Leitfaden für Kommunen, Sportorganisationen und touristische Leistungsträger. Selbstverlag Naturpark Südschwarzwald
- Türk, S. (2000): Sport(t)raum Winterlandschaft. Natur und Mensch 1/2000. S. 2-7
- Türk, S. (2001): Erholungsvorsorge und Sportaktivitäten in der Landschaft? In: Landessportbund Hessen 2001: Zukunftsorientierte Sportstättenentwicklung. Erholungsvorsorge = Erholung - Freizeit - Sport (Tourismus)? Berichte 1. S. 35-38
- Türk, S. (2002): Natursport und Umwelt - Zukunftsfähige Entwicklungsstrategien am Beispiel des Naturparks Südschwarzwald. In: Behling, G. (Red.): Freizeit, Sport und Tourismus in Deutschland - Beispiele für nachhaltiges Management. GSF - Bericht 11. S. 31-35



# Das radtouristische Konzept des Naturparks Frankenwald

Stefan Fredlmeier

## Einführung

Trends kommen und gehen. Die zunehmend unter Druck geratenden Tourismusdestinationen in Deutschland sehen sich permanent mit der Frage konfrontiert, welcher Trend dauerhaft bleiben könnte und somit das Potenzial bietet, touristisch nutzbar gemacht zu werden. Das Mountainbiking wurde lange Zeit als Trendsportart betrachtet, ist aber inzwischen hinter dem Wandern zur zweitbeliebtesten Bergsportart und damit in den Kreis der arrivierten Sportarten aufgestiegen. Dementsprechend liegt hier für Bergregionen, vor allem auch die deutschen Mittelgebirgslandschaften, eine Chance der Profilierung, vorausgesetzt, das Angebot ist qualitativ hochwertig.

Der Naturpark Frankenwald hat das Mountainbiking zum Kern seines radtouristischen Konzeptes entwickelt. Als Großschutzgebiet sah er sich dabei in besonderer Verantwortung, dem Gedanken der Berücksichtigung des Umweltschutzes in geeigneter Weise Rechnung zu tragen. Zu beweisen war, dass der Widerspruch zwischen Umweltschutz und Mountainbiking auflösbar ist. Entstanden ist ein nach dem Prinzipien der Nachhaltigkeit konzipiertes, 300 km langes MTB-Netz mit 8.000 Höhenmetern, das allgemein als umweltverträglich eingestuft wird. In gewissen Bereichen kann es als Modell für die Schaffung weiterer MTB-Strecken in Deutschland dienen, auch wenn deutlich ist, dass spezifische gebietliche Rahmenbedingungen entscheidenden Einfluss auf den Erfolg oder Misserfolg des Projektes hatten und immer haben werden.

## Hintergrund: Mountainbiking als umstrittenes Tourismusprodukt

Das Mountainbiking ist offiziell eine Natursportart. Aber seine Auswirkungen auf die Natur sind durchaus umstritten, was letztlich zurückgeht auf eine lange Kette von Vorurteilen, die in dem Vierteljahrhundert des Bestehens dieser Sportart zwar relativiert, aber nie beseitigt werden konnten. Entstanden in den USA, ist das Mountainbiking fester Bestandteil der Aktiv-Szene und hat dem vor Jahrzehnten etwas antiquiert wirkenden Radfahren sportliche und jugendliche Impulse verliehen. Mit der Verbreitung des Mountainbikings und dem Umstand, dass man diese Sportart gerade in den Anfangszeiten vor allem „rücksichtslosen jungen Wilden“ zuschob, entstanden Probleme hinsichtlich des Naturschutzes. Mehr antizipierte denn praktizierte Beeinträchtigungen der Natur durch Mountainbiker führten zu Ressentiments bei Naturschützern, Jagd, Wanderern und Forst. Oft nicht differenzierte, aber weit verbreitete Vorurteile machen die Entwicklung eines MTB-Konzeptes zu einer schwierigen Aufgabe, die nur im Konsens der verschiedenen Interessengruppen der Region gelöst werden kann. Bei der Diskussion geht es vor allem um das Erkennen der folgenden Punkte: Biker ist nicht gleich Biker. Die Action-Biker, die im alpinen Bereich am besten aufgehoben sind, unterscheiden sich deutlich von den Naturbikern, diese wieder von den Gelegenheits- oder Familienbikern. Jedes dieser Segmente hat

spezifische Anforderungen. Dementsprechend unterschiedlich sind die Auswirkungen auf die Natur.

Biker als Touristen weisen ein anderes Verhalten auf als einheimische Biker. Ein großer Teil der wahrgenommenen Störungen des Wildes oder des Verlassens der ausgewiesenen Strecken ist den Einheimischen zuzuschreiben. Auf diese haben die für die Konzeption des Netzes Verantwortlichen nur geringen Einfluss. Mountainbiking ist grundsätzlich naturverträglich, soweit sich die Konzeption eines MTB-Netzes auf die Nutzung vorhandener Wege und Trails beschränkt. Die naturräumliche Störung liegt im Grunde bereits mit der Anlage des Weges, nicht mit dessen Nutzung vor. Die Gefahr der Begegnungskonflikte mit anderen Nutzergruppen wie Wanderern oder Reitern wird im Allgemeinen als sehr hoch angesehen. Beobachtungen sprechen für das Gegenteil: Vernünftige Biker und Wanderer arrangieren sich bestens. Dass es Ausnahmen gibt, bei denen Biker mit zu hoher Geschwindigkeit gerade Wanderer oder Reiter verschrecken, ist nicht zu bestreiten, entspricht aber nicht der Regel.

Mountainbiking kann sich in einer Tourismusregion zu einem durchaus lukrativen Geschäft entwickeln. Die Biker gelten als unkomplizierte Gäste, die aber durchaus hohe Tagesausgaben haben. Dies verwundert nicht: Das nicht zu unterschätzende verfügbare Einkommen zeigt sich an den teuren Sportgeräten; ein gutes Bike kostet mehrere Tausend Euro. Die mit der Planung eines MTB-Netzes befassten Verantwortlichen sahen sich also der Aufgabe gegenüber, Vorurteile zu beseitigen, viel Überzeugungsarbeit zu leisten und ein funktionsfähiges Netzwerk aufzubauen. Ergebnis sind sieben Rundkurse mit insgesamt 300 Kilometern Länge und 8.000 Höhenmetern, die nach herrschender Meinung zum einen konkurrenzfähig sind, zum anderen den Gedanken des Naturschutzes von der Konzeption in die Realität hinübergetragen haben.

## **Der Naturpark Frankenwald als Destination**

Der Frankenwald ist eine Mittelgebirgslandschaft in Nordbayern in direkter Nachbarschaft zu Thüringen und umfasst den Landkreis Kronach komplett, den Landkreis Hof zu mehr als der Hälfte sowie ein Viertel des Landkreises Kulmbach. Als Naturpark kommt der Natur und deren touristischer Nutzung ein starkes Gewicht zu, hinsichtlich der wirtschaftlichen Gewichtung ist jedoch die Industrie eindeutig bedeutender. Der Tourismus im Frankenwald bewirkt ein Bruttoprodukt von rund 150 Mio. EURO; knapp 2.000 Arbeitsplätze sind tourismusgebunden (DWIF, 2000). Mit etwa einer Million Übernachtungen in 2001 bei ca. einer Viertel Million Ankünften zählt der Frankenwald zu den kleineren Urlaubsgebieten in Franken und gilt als Destination vor allem für Kurzurlaube. Die touristischen Schwerpunkte liegen in den Bereichen Natur, Aktiv/Sport und Kur/Wellness (v.a. in dem bayerischen Staatsbad Bad Steben).

Die lange Zeit vorherrschende Fixierung auf den Berlin-Tourismus und die Bevorzugung sehr traditioneller Urlaubsformen und Werbetechniken zeigten sich in den 90er Jahren zunehmend als Wettbewerbsnachteil und förderten die Chancen der Leistungsträger im Frankenwald, aus dem Tourismus ihre Existenz zu bestreiten, nicht hinreichend. Vor diesem Hintergrund beschlossen die Tourismusverantwortlichen 1998 die Teilnahme an zwei Modellprojekten:

- „Qualitätsoffensive im bayerischen Tourismus“ zur Verbesserung von Qualität und Service im Tourismus

- „Europäische Charta zu nachhaltigem Tourismus in Schutzgebieten“ gemeinsam mit dem Naturpark Frankenwald zur nachhaltigen Tourismusentwicklung im Frankenwald

Formal an sich getrennt, zeigte sich sehr schnell, dass die beiden Projekte miteinander verbunden werden können und einander bedingen. Gerade die enge Kooperation mit dem Naturpark führte dazu, dass sich das Prinzip der Nachhaltigkeit als Kernpfeiler der Tourismusentwicklung neben Authentizität und Qualität fest etablierte und in dem im Jahr 2000 präsentierten Tourismusleitbild des Frankenwaldes niederschlug.

## Warum Mountainbiking im Naturpark Frankenwald?

Der Charakter des Naturparks legt für den Frankenwald nahe, naturgebundene Urlaubsformen zu entwickeln und zu fördern. Das Wandern steht dabei unbestritten an erster Stelle und wird auch im Frankenwald einer Überprüfung unterzogen, ob das Netz und die Angebote noch zeitgemäß sind. Neben dem Wandern hat sich indes das Radfahren deutschlandweit sehr dynamisch als zweitwichtigste Natursportart entwickelt und zeigt hohe Wachstumsraten auf. Diesen Trend wollte man auch für den Frankenwald nutzen. Es galt dabei, zu untersuchen, welches der radtouristischen Segmente im Frankenwald wettbewerbsfähig entwickelt werden könnte:

- **Tourenradler und Familien**

Der Frankenwald verfügt über ein weitverzweigtes, aber nicht immer geschlossenes Radwegenetz. Die Radwege sind landschaftlich attraktiv gelegen, aber reliefbedingt zum Teil sehr anspruchsvoll. Eine nüchterne Betrachtung der Konkurrenzsituation (z.B. Altmühltal, Donauradwanderweg) zeigt, dass das Radwandern im Frankenwald kein Schwerpunkt sein kann, mit dem man deutschlandweit an der Spitze der Angebote liegen kann.

- **Rennradfahrer**

Für Rennradfahrer ist der Frankenwald bestens geeignet. Das dichte Netz schwach frequentierter, aber gut asphaltierter Nebenstraßen im Verbund mit dem anspruchsvollen Relief ist ideal gerade für Härte-Ausdauer-Training. Mit dem im Jahr 2002 zum dritten Mal ausgetragenen Frankenwald-Radmarathon verfügt das Gebiet über einen Anker, den es intensiv in die Werbung einbindet, um die guten Voraussetzungen für Rennradfahrer zu unterstreichen. Gerade der enge Kontakt des Tourismusverbandes zu den Radsportclubs unterstützt dies.

- **Mountainbiker**

Schon vor der Realisierung des MTB-Konzeptes betrieben die Einheimischen das Mountainbiking im Naturpark Frankenwald. Aufgrund des Fehlens einschlägig ausgewiesener Strecken suchte sich jeder seine individuellen Strecken, wobei naturgemäß in solchen Fällen eher weniger Rücksicht auf Natur- oder Landschaftsschutzgebiete genommen wird. Bei den bereits oben angesprochenen Differenzierungen innerhalb der Zielgruppe der Mountainbiker war klar, dass die Action-Biker mit Spezialformen wie „Downhill“ im Hochgebirge besser aufgehoben sind, die Freizeit-Biker aber von dem schwierigen Relief des Frankenwaldes überfordert sein könnten. Die Naturbiker mit ihrem sportlichen Anspruch, aber auch der praktizierten Rücksicht auf die Belange des Naturschutzes schienen die ideale Zielgruppe.

Der hohe Investitionsbedarf für das Konzept machte die Beantwortung zweier weiterer Fragen nötig: Erstens verfügt der Frankenwald über eine geeignete und attraktive Landschaft für sportlich orientierte Naturbiker? In Kooperation mit der Mountainbike-Spezialagentur Bike Management & Consulting (BMC) und dem Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Institut für Fremdenverkehr an der Universität München (DWIF) wurde diese Frage positiv beantwortet. Der Frankenwald ist eine Landschaft mit einem sehr schnellen Wechsel unterschiedlicher Landschaftsformen und einer schnellen Abfolge von Anstiegen und Abfahrten. Dies vermeidet zum einen Langeweile, die durch monotone Landschaften hervorgerufen würde, schafft auf der anderen Seite immer wieder neue Herausforderungen, weil der Biker einen ständigen und anspruchsvollen Rhythmuswechsel zu meistern hat. Insofern sind die Strecken anstrengender, als die reine Streckenlänge oder der Umstand, dass der Döbraberg als höchster Berg im Frankenwald gerade einmal knapp 800 m aufweist, vermuten lassen.

Zweitens lässt die Konkurrenzsituation zu, dass sich der Frankenwald als MTB-Destination etabliert? Die Konkurrenzanalyse zeigte, dass das Mountainbiking in deutschen Mittelgebirgen, die die unmittelbare Wettbewerbsebene darstellen, noch ausbaufähig ist. Zum einen fehlen häufig ausgewiesene Strecken, zum anderen ist die Qualität der Angebote für Biker zum Teil nicht sonderlich attraktiv, da lediglich breite Forstwege zur Auswahl stehen. So entschied man sich im Frankenwald, das Mountainbiking als Kern des Aktivangebotes des Naturparks aufzubauen.

## **Die Finanzierung**

Der Aufbau des MTB-Netzes im Frankenwald erforderte zwar keine neuen Strecken, war aber durch die Kosten Konzeption, Beschilderung und Kartenmaterial finanziell trotzdem sehr aufwändig. Vor Beginn des Projektes musste die Finanzierbarkeit sichergestellt sein. Die Finanzierung verteilte sich auf vier Partner:

- Forum Zukunft Oberfranken, eine Regionalmarketing-Initiative für Oberfranken, die einen ganz wesentlichen Impuls für die Schaffung des MTB-Netzes gegeben hatte;
- Naturpark Frankenwald, der einen Teil der Kosten über das Naturpark-Programm abdeckte;
- die von den Strecken tangierten Gemeinden per pauschaler Umlage;
- FRANKENWALD TOURISMUS Service Center vor allem für die Finanzierung des Kartenmaterials.

Die Koordination der Finanzierung lag bei FRANKENWALD TOURISMUS. Zu beachten sind auch die Kosten für die Aufrechterhaltung der Strecken (v.a. Beschilderung, Wegeunterhalt), die einer eindeutigen Regelung bedürfen, aber sich erfahrungsgemäß in Grenzen halten.

## **Die Konzeption**

Auf der Grundlage der oben erwähnten Markt- und Wettbewerbsanalyse sowie der Einschätzung des eigenen Potenzials in bezug auf geografische und tourismusspezifische Faktoren erging 1998 der Beschluss, ein Mountainbike-Netz

zu konzipieren. In einem vernetzten Prozess unter Berücksichtigung aller Faktoren der Service-Kette sollte die Produktlinie „sportliches Radfahren“ mit Schwerpunkt Mountainbiking als Modell für die weitere zielgruppenorientierte Produktentwicklung dienen. Da eine Alleinstellung bei dieser Produktlinie nicht möglich ist, galt es, durch hohe Qualität aller Bausteine zu überzeugen. Zielgruppe für das MTB-Netz und die damit verbundenen Angebote sind der sportliche, aber nichtsdestoweniger umweltbewusste Naturbiker. Im Herbst 1998 begann in Kooperation mit der Mountainbike-Spezialagentur Bike Management & Consulting (BMC) die Konzeption des Streckennetzes. Vier Kriterien waren dabei zu beachten:

- nur bereits vorhandene Wege nutzen
- technisch anspruchsvolle Passagen (Trails, Single-Trails) einbauen
- sensible Naturräume aussparen
- eine ausreichende Auswahl schaffen

Ausgehend von dem Grundsatz, dass sich Biker durch hochwertige Angebote besser lenken lassen als durch Verbote, strebte man eine „Kanalisation“ an, die die Biker auf festgelegten Wegen hält. Dies impliziert hohe Ansprüche an die Streckenauswahl, da langweilige Strecken zum einen dazu verleiten, den „kick“ außerhalb des ausgewiesenen Netzes zu suchen, zum anderen ein Gast nur dann wiederkommt oder eine Empfehlung gibt, wenn das Angebot seinen Erwartungen entspricht oder ihn begeistert. Im Ergebnis bedeutet dies, dass die Qualität der Strecken der Erfolgsgarant ist; zu viele Konzessionen bei der Qualität machen ein MTB-Netz zu einer Fehlinvestition.

Die Erfahrungen zeigen, dass Biker häufig ein normales oder ein verlängertes Wochenende nutzen, um ihrer Aktivität nachzugehen. Ein ausgedehntes und hochwertiges, möglichst einfaches Streckennetz erleichtert die Entscheidung für den Besuch einer MTB-Destination. Im Frankenwald entschloss man sich zu dem Aufbau von zwei miteinander verbundenen MTB-Netzen (am Rennsteig im Frankenwald und am Döbraberg), die einen Streckenumfang von etwa 300 Kilometern haben sollten. Die Strecken sollten durchgehend beschildert sein.

## **Die Strecken und die Beschilderung**

Bei den ersten Streckenvorschlägen griffen die MTB-Agentur und der Tourismusverband, die gemeinsam das Projekt in der Realisierungsphase vorantrieben, zunächst auf Vorschläge einheimischer Biker zurück. Die Festlegung des geografischen Raumes, in dem die Strecken liegen sollten, war dabei zum einen von den geografischen und touristischen Voraussetzungen bestimmt, zum anderen aber auch gestützt auf das Engagement der in Frage kommenden Gemeinden, da ein MTB-Konzept nur mit einer gewissen Affinität zu Sport im Allgemeinen und Mountainbiking im Speziellen durchzuführen ist. Die Vorgaben des Freistaates Bayern, was die Wegebreite betrifft, sind sehr pragmatisch und auf Gefahrenminimierung ausgelegt, ohne eine Minimalbreite vorzugeben. Daraus resultierend, orientierten sich die Streckenvorschläge an der Zielsetzung, einen qualitativ hochwertigen Ausgleich zwischen den zum Teil unterschiedlichen Interessen der Betroffenen zu finden. Absprachen zwecks der Nutzbarkeit der vorgeschlagenen Strecken erfolgten unter vier Aspekten:



- Belange des Naturschutzes: Absprachen mit Naturschutz, Naturschutzbehörden der Landratsämter, Staatsforst und Ökologischer Bildungsstätte
- Eigentumsverhältnisse und Unterhalt: Absprachen mit Gemeinden, Staatsforst, Privatwaldbesitzern, Landwirtschaft
- Nutzungskonflikte: Absprachen mit Frankenwaldverein als dem zentralen Wanderverein des Gebietes und mit der Jagd (Jagdgenossenschaften, Jagdpächter)
- touristische Infrastruktur: Anlehnung an Sehenswürdigkeiten und gastronomische Einrichtungen/Unterkunftsbetriebe

Dabei griffen die Verantwortlichen zunächst auf Vorschläge einheimischer Biker zurück bzw. suchten im Gelände nach Streckenabschnitten, die die o.a. vier Kriterien erfüllen sollten. Die Absprachen wurden dadurch erleichtert, dass im Rahmen des Projektes zu nachhaltigem Tourismus in Schutzgebieten und dem daraus hervorgehenden Leitbildprozess zahlreiche Akteure bereits untereinander vernetzt waren und die Umsetzung touristischer Vorhaben als gemeinsame Aufgabe sahen. Vorurteile oder Opposition aus Prinzip waren die Seltenheit. Am schwersten waren die Absprachen dort, wo die Strecken über Privateigentum führten, wo sich die Jagdpächter in ihrer Jagdausübung beeinträchtigt sahen oder wo das MTB-Konzept politisch instrumentalisiert wurde, um bspw. einem amtierenden Bürgermeister zu schaden. Die Absprachen im Rahmen der Konzeption waren dementsprechend zwar sehr aufwändig und führten dazu, dass etwa ein Viertel der ursprünglichen Vorschläge aus Naturschutzgründen oder sonstigen Interessen geändert wurden. Die intensive Vorarbeit erweist sich im Nachhinein allerdings als unbedingt sinnvoll, da Änderungen nach Fertigstellung und Markteinführung einer Produktlinie ungleich schwerer zu realisieren sind.

Was die Beschilderung betrifft, hielten sich die Verantwortlichen an die Vorgaben des ADFC, die von einer Arbeitsgruppe Mountainbiking erarbeitet wurden. Die Routenführung ist nur jeweils in eine Richtung ausgelegt, die Strecken sind nummeriert, und die Schilder selbst unterscheiden sich nach großen Wegweisern mit Kilometerangaben und kleinen Wegweisern, die lediglich die Richtung angeben. Die Schilder sind entweder an bereits bestehenden Schildermasten oder an eigens eingesetzten Pfosten montiert, also nicht mit Nägeln an Bäumen befestigt. Überraschenderweise ist der Verlust an Schildern durch Diebstahl recht gering. Die größten Verluste entstehen unbeabsichtigt bei Waldarbeiten.

Zum Teil werden bei schwierigen Passagen auch leichtere und entsprechend ausgeschilderte Umfahrungen angeboten. Im Idealfall und nach Absprache zwischen Forst und den Gemeinden werden auch Umfahrungen eingerichtet, wenn umfangreiche Waldarbeiten zur Blockade von Streckenabschnitten führen. Kritisch ist stets die Haftungsfrage. Grundsätzlich bewegt sich ein Mountainbiker auf eigene Gefahr und hat mit streckenüblichen Gefahrenstellen zu rechnen. Darüberhinaus schloss der Naturpark eine Haftpflichtversicherung für das gesamte Streckennetz ab. Aufgrund der umfangreichen Abstimmungen beanspruchte die Konzeption des letztlich aus 300 Kilometern bei 8.000 Höhenmetern bestehenden und durchgehend beschilderten Netzes etwa eineinhalb Jahre. Im Mai 2001 wurde das Netz schließlich eröffnet, das den Kern des Radangebotes im Frankenwald bildet und durch die folgenden Bausteine ergänzt wird:

- Kartenmaterial (Radkarte über Landkreisrouten, MTB-Strecken als Einzelblätter mit Karte, Höhenprofil und Streckenbeschreibung)

- radfreundliche Unterkünfte (idealerweise nach den Vorgaben des ADFC)
- Spezial-Katalog und buchbare (Pauschal)Angebote (Aktivreisen & Wellness-Katalog)
- spezifische Internet-Informationen (Radportal [www.radfahren-im-frankenwald.de](http://www.radfahren-im-frankenwald.de))
- Frankenwald mobil als Freizeit-Bus- und Bahnnetz
- Events

## **Die Radkarte**

Mountainbiker können sich nicht mit großen und unhandlichen Radkarten herumschlagen. Deshalb entschied man sich in Kooperation mit dem Jürgen Fritsch Verlag Neumarkt/Opf. für die Erstellung einer Übersichtskarte und handlicher Einzelkarten, die jeweils eine MTB-Route mit Kartenblatt, Streckenbeschreibung und Höhenprofil umfassen. Die Einzelblätter sind so gefalzt, dass sie in die Trikottaschen der Biker passen. Die Farbe der Routen auf den Karten entspricht den Nummerierungsaufklebern der Beschilderung an den Strecken. Die Kartenblätter sind bewusst grob gehalten und sehr stark auf die Routenführung fokussiert. Eine zu detaillierte Kartografie könnte verleiten, die Strecken zu verlassen, was den angestrebten Kanalisierungseffekt aushebeln würde. Herausgeber der Karte ist FRANKENWALD TOURISMUS, der Vertrieb erfolgt über den Verband und über den Buchhandel (ISBN 3-9806732-6-X).

## **Radfreundliche Unterkünfte**

Der ADFC wie auch der Bayerische Hotel- und Gaststättenverband haben weitgehend identische Kriterien für die Einstufung als radfreundlicher Unterkunftsbetrieb festgelegt. In Anlehnung an diese Kriterien hat auch FRANKENWALD TOURISMUS aufgrund einer Checkliste und auf freiwilliger Basis Unterkunftsbetriebe herausgefiltert, die aufgrund der Selbsteinschätzung der Betriebe und der Beurteilung des Tourismusverbandes Radtouristen angemessen empfangen können. Nur die spezialisierten Betriebe werden bei dem Thema „Radfahren im Frankenwald“ beworben. Zu den Kriterien zählen bspw. abschließbare Unterstellmöglichkeiten für die Räder, Werkzeug und optional Gepäcktransport. Die Spreu trennt sich allerdings vom Weizen, wenn man die „weichen Faktoren“ betrachtet, die vor allem die Identifikation der Gastgeber mit dem Radtourismus und den spezifischen Bedürfnissen der Radtouristen betreffen. Einen Radtouristen kann man nur dann wirklich gut betreuen, wenn man selbst eine Affinität zum Radfahren hat und sich mit dem Produkt identifiziert. Hier steht der Frankenwald erst am Anfang der Entwicklung. So stellen sich die Hotellerie und Gastronomie insgesamt nur recht langsam auf das neue Produkt ein und scheuen Investitionen, wenn eine durch Spezialisierung auf den Radtourismus erwachsende Rendite nicht umgehend sicher gestellt werden kann. Aus diesem Grund bleibt auch der Qualitätsstandard der Leistungsträger in bezug auf Radtourismus uneinheitlich. Gleichwohl ist deutlich erkennbar, dass sich einzelne Betriebe, die sich auf MTB spezialisiert haben, die Biker schon in der ersten Saison als neue Zielgruppe erschließen konnten und messbare Erfolge erzielen.

## **Informationsmaterial und buchbare Angebote**

Um spezieller auf die Wünsche der Gäste nach konkretem Informationsmaterial eingehen zu können, brachte FRANKENWALD TOURISMUS in der Saison 2001

erstmalig einen Spezialkatalog „Aktivreisen & Wellness“ heraus. In diesen flossen auch die MTB-Angebote ein, die von den radfreundlichen Unternehmungen individuell oder als Pauschalarrangement präsentiert werden. Bei den Bikern ist erkennbar, dass sie in aller Regel lediglich eine Unternehmung buchen, mit dem eigenen Bike anreisen und sich die Strecken selbst „erfahren“. Selbst anspruchsvolle Programme wie Training mit einem bayerischen MTB-Landestrainer erzielen nur eine schwache Nachfrage. Dies macht es auch recht schwierig, den Buchungserfolg zu messen, da nicht in jedem Fall klar ist, ob eine Buchung von einem „normalen“ Urlauber oder von einem Biker ausgelöst wird. Indes versucht FRANKENWALD TOURISMUS, alle Interessenten bei der Informationsgewinnung durch einen umfassenden Service optimal in Empfang zu nehmen. Der Informations- und Buchungsservice ist über spezielle Service-Nummern an sieben Tagen in der Woche - außer an Feiertagen - von 9 bis 21 Uhr per Telefon, Fax oder eMail erreichbar.

### **Internet-Radportal**

Aufgrund des Umstandes, dass immer mehr Urlauber sich im Internet über ein spezielles Thema oder eine Destination informieren, erwuchs die Notwendigkeit, die Radinformationen zielgruppenorientiert für das Internet aufzubereiten. Mit einem reinen „Einscannen“ der Karten ist es dabei nicht getan. Gemeinsam mit dem Jürgen Fritsch Verlag, der bereits die Radkarte realisiert hatte, wurde das Radportal [www.radfahren-im-frankenwald.de](http://www.radfahren-im-frankenwald.de) geschaffen, das in seiner Form und Funktion Modell für Radportale anderer Destinationen sein soll. Die Informationen wie Karte, Höhenprofil und Streckenbeschreibung sind dynamisch aufbereitet und werden ergänzt durch Informationen über Service-Stationen, Unterkünfte und Sehenswürdigkeiten. Der besondere Qualitätsvorsprung liegt in der Vernetzung mit dem Destinationsauftritt [www.frankenwald-tourismus.de](http://www.frankenwald-tourismus.de). Die Informationen über Unterkünfte werden direkt aus den Datenbanken des Destinationsauftritts generiert, müssen also nur einmal gepflegt werden. Gleichzeitig gelangt man von dem Destinationsauftritt bei Anwählen der Aktivität „Radfahren“ auf das Radportal, so dass der Nutzer entweder über die Destination oder über das Thema auf das Radportal gelangen kann.

### **Frankenwald mobil**

Speziell für die Freizeitnutzung wurde im Jahr 2000 „Frankenwald mobil“ ins Leben gerufen. Das Bahn- und Busnetz ermöglicht in der Saison zwischen Mai und Oktober an den Wochenenden und Feiertagen den Verzicht auf den PKW und verbindet inzwischen nicht nur die touristischen Zentren im Frankenwald, sondern bindet auch Coburg und Lichtenfels an. Zielsetzung ist zum einen die Reduzierung des Individualverkehrs mit den entsprechend positiven Auswirkungen auf den Umweltschutz, zum anderen auch die leichtere Erschließung des Frankenwaldes für den Touristen, der nun weitere Strecken absolvieren kann und nicht immer an den Ausgangspunkt seiner Tour zurückkehren muss. Der Radtransport ist auf den integrierten Strecken kostenlos. Die Fahrplaninformation erfolgt über die Service-Nummern von FRANKENWALD TOURISMUS. Das Netz trägt sich finanziell nicht und könnte auch noch stärker genutzt werden, ist aber ein wichtiger Beitrag der Landkreise zur touristischen Weiterentwicklung der Region und in diesem Sinne ein Baustein der Wirtschaftsförderung. Im Jahr 2002 erhielt Frankenwald mobil den bayerischen ÖPNV-Preis.

### **Events**

Sehr erfolgreich, aber nur mit hohem finanziellen Aufwand zu verwirklichen sind MTB-Marathons, die auch im Frankenwald angedacht sind, aber bisher noch nicht realisiert werden können. So beschränken sich die Veranstaltungen auf die jährliche Sternfahrt als Saisonöffnung am Rennsteig und auf kleinere, weniger spektakuläre Veranstaltungen. Im Jahr 2002 wurde am Döbraberg erstmals die bayerische Downhill-Meisterschaft ausgetragen. Auch wenn die „Downhill-Biker“ nicht die Zielgruppe des Frankenwaldes sind, erwies sich die Veranstaltung, auch aufgrund der guten Organisation durch den lokalen Radsportclub, als guter Anker, um auf das MTB-Angebot des Frankenwaldes aufmerksam zu machen. Mit dem Forst wurde ein umfangreiches Qualitätsmanagement vereinbart, um die Beeinträchtigungen in Grenzen zu halten. Aufgrund des schlechten Wetters und des weichen Bodens waren die negativen Auswirkungen auf die Strecke durchaus erkennbar und werden als Erfahrung in zukünftige Veranstaltungen einfließen.

## Fazit

Die Realisierung des Mountainbike-Netzes im Frankenwald gilt allgemein als erfolgreiches Modell für die Entwicklung eines aus Naturschutzsicht nicht unkritischen touristischen Produktes unter gleichzeitiger Berücksichtigung der Belange des Umweltschutzes. Wie schnell und in welchem Umfang die radtouristischen Aktivitäten wirtschaftlichen Erfolg bringen, ist im Augenblick kaum messbar. Der steigende Zuspruch der Biker zeigt sich bisher eher qualitativ als quantitativ. Insofern erfolgt solch ein komplexes Projekt stets unter Risiko, zumal die Realisierung sehr stark von dem individuellen Einsatz der Projektverantwortlichen selbst abhängt. Folgende Problemquellen wurden deutlich:

- Infrastrukturelle Maßnahmen sind im allgemeinen Aufgabe der Landkreise und Gemeinden. Ein Tourismusverband kann die Aufgabe der Entwicklung eines MTB-Netzes allein nicht schultern.
- Weniger die Finanzierung, sondern mehr noch das Erzielen eines gemeinsamen Nenners der unterschiedlichen Interessengruppen ist der entscheidende Erfolgsfaktor. Unüberwindbare Antagonismen zwischen wichtigen Akteuren verurteilen solch ein Projekt schnell zum Scheitern.
- Das Qualitätsniveau der Leistungsträger aus Hotellerie und Gastronomie ist stark uneinheitlich. Kein Leistungsträger kann gezwungen werden, sich auf die neue Zielgruppe einzulassen.
- Die Geschwindigkeit der Marktdurchdringung ist aufgrund des begrenzten Werbebudgets im allgemeinen eher gering. Dies bedeutet, dass auch die von dem MTB-Netz profitierenden Akteure die Werbeaktivitäten des Tourismusverbandes stärker unterstützen müssen.
- Ohne externe Beratung ist solch ein Projekt nur schwer durchsetzbar, weil die einzelnen Akteure des Gebietes oft nicht unabhängig von Partikularinteressen agieren können.

Klar ist, dass auch ein nachhaltig konzipiertes MTB-Netz keine Qualitätsdefizite verträgt, da es ansonsten von dem Nutzer nicht angenommen wird. Der Biker ist augenblicklich nicht bereit, sein Bike-Vergnügen zugunsten von Umweltschutz einzuschränken. Der Aspekt der Nachhaltigkeit fließt somit in die Konzeption ein, ist aber leider noch kein ausgeprägtes Verkaufsargument. Klar ist aber auch, dass innerhalb einer radtouristischen Konzeption gerade in Naturparks das Thema des Ausgleichs zwischen Naturnutzung und Naturschutz eine Kernfrage ist und bleibt!



# Megatrend Wandern - Problem oder Chance?

von Rainer Brämer

## Einleitung

Es muss sich irgendwo etwas getan haben, wenn auf dem Programm eines Symposiums „Sport und Tourismus“ auf einmal das Thema „Wandern“ auftaucht. Was Wandern mit Sport zu tun hat, mögen sich die einen fragen. Andere haben vielleicht Zweifel an der Relevanz des schlichten Dauergehens für den Tourismus. Auf jeden Fall ist das Thema erklärungsbedürftig.

In der Tat, es sitzt tief, das alte Negativimage von den rotkarierten Kniebrundgreisen, die mit Gamshut, Wanderstock und einem gewollt fröhlichen Lied auf den Lippen truppweise im Frühtau zu Berge steigen. Mittlerweile gibt es zwar sportlichere Varianten des Freizeitgehens wie Walking oder gar Nordic Walking - aber mal ehrlich, was haben diese Formen ziellosen Hastens mit Wandern zu tun? Es handelt es sich bei ihnen doch wohl eher um weichgekochte, auf die Bedürfnisse der Sportartikelindustrie zugeschnittene Varianten des Joggens.

Andererseits werden der Öffentlichkeit neuerdings auch schon mal andere Szenarien präsentiert. Neben „rentnernden“ Marschkolonnen mit ebenso strammen Waden wie Bäuchen treten in Zeitungsartikeln und Tourismusprospekten immer mehr junge Leute wandernd in Erscheinung, hoch rucksackbepackte junge Männer auf steilen Saumpfaden, turtelnde Pärchen auf bunten Waldwiesen, leicht bekleidete Frauen mit Wanderstöcken und Rucksack in südlicher Wildnis.

Sollte da ähnlich wie zuvor schon beim Radeln ein neuer Modetrend auf uns zukommen? Strömen statt der alten nun auch noch die jungen Massen in Wald und Feld? Wird die neue Wanderschickeria in ihrem Entdeckerdrang auch noch die letzten Naturreserve unsicher machen? Und was hat der Tourismus davon, wenn die Gäste morgens im Wald verschwinden und erst abends wieder auftauchen? Handelt es sich nicht nur um eine Neuauflage der alten Billigurlauber, die womöglich nach Wandervogelart auch noch die Nacht im Feld verbringen? Und schließlich: Was hat das alles mit Sport zu tun?

## Wandern ist Sport

Um mit der letzten Frage zu beginnen: Um sich über den sportlichen Charakter des Wanderns klar zu werden, wird man erst einmal klären müssen, was man eigentlich genauer unter Wandern einerseits und Sport andererseits zu verstehen hat. Eine besonders kompetente Antwort sollte man von Seiten des Deutschen Sportbundes erwarten. Tatsächlich gehört das Wandern zu den vom Sportbund betreuten Freizeitaktivitäten. Zuständig hierfür ist der Deutsche Turnerbund: Nicht weniger als viertausend der ihm angeschlossenen Vereine unterhalten Wanderabteilungen, deren Mitgliederzahl sich auf einige Hunderttausend summieren dürfte. Dementsprechend gibt es beim DTB den gleichberechtigten Status eines Übungsleiters Wandern mit Zertifikat und allem, was sonst noch dazugehört. Nimmt man noch die jährlich vom übergeordneten DSB veranstalteten Volkswandertage hinzu, so bestehen keine Zweifel: Aus der

zuständigen Verbandssicht gehört Wandern zweifellos zu den Spielarten des Breitensports. Und wenn man ein wenig sucht, findet man in den Verbandsmaterialien auch eine Definition des Gehsports: Unter Wandern wird das Zurücklegen einer größeren Strecke von mindestens 5 km verstanden. Damit gibt sich indes nicht die gesamte Sportzunft zufrieden. Für Sportmediziner ist nicht die zurückgelegte Strecke, sondern in traditioneller „Leistungsdenke“ der damit verbundene körperliche Stress im Sinne von Energieeinsatz pro Zeiteinheit maßgebend. Dementsprechend beginnt für sie das Wandern erst bei Mindestgeschwindigkeiten von 5-6 km/h - eine etwas realitätsferne Definition, die nicht gerade von Vertrautheit mit dem Wandern zeugt.

Touristiker sind da erheblich realistischer. Sie wissen, dass es Wanderern auf keinen Fall um Leistung und auch nicht in erster Linie um die Strecke geht. Statt an energetischer Verausgabung machen sie ihr Verständnis vom Wandern an einer bestimmten Aktivitätsdauer - etwa von mindestens 2 Std. - fest. Sie berücksichtigen damit, dass Muße und Genuss wesentliche Motive des modernen Wandergastes sind. Damit stellt sich freilich die Frage, was Wandern dann noch vom Spazieren unterscheidet. Um in diesem Punkt Klarheit zu schaffen, wurden im Rahmen der „Profilstudie Wandern 2000“ die hierfür letztlich maßgebenden Wanderer selber zum Thema befragt. Vom naheliegendsten, am reinen Zeiteinsatz orientierten Verständnis des Wanderns ausgehend enthielt der auf prominenten deutschen Wanderwegen auszufüllende Fragebogen u.a. die Aufforderung, die Dauer der aktuellen Tour abzuschätzen und sie zugleich als Wanderung oder Spaziergang zu klassifizieren. Das Ergebnis war verblüffend: Zwar wuchs mit der Länge der Tour auch die Wahrscheinlichkeit ihrer Bezeichnung als Wanderung, doch gab es keine auch nur annähernd einheitliche Vorstellung darüber, wo die Grenze zwischen beiden Arten des Dauergehens liegen könnte. Weniger als 20 Prozent lokalisierten sie bei 2h, ebenso viele bei 3h, etwas mehr bei 4h, etwas weniger bei 5h usw. Offenbar geht der Versuch, Wandern an quantitativen Maßzahlen festzumachen, fehl. Der Unterschied zwischen Wandern und Spazieren ist im Verständnis von Wanderern eher qualitativer Natur. Das beginnt beim regelmäßigerem Schritt und einer naturnäheren Wegewahl, geht über eine aufwendige Tourenvorbereitung und -ausrüstung und endet bei einer sehr viel ausgeprägteren Motivstruktur. Wandern ist im Gegensatz zum Spazieren keine ziellose Bewegung zum Beinevertreten, Frischluftschnappen oder Zeittotschlagen, sondern ein echtes Hobby, eine „special interest“ wie andere Natursportarten auch.

Aber macht das Wandern schon zum Sport? Bedarf es zur Sportlichkeit nicht doch eines quantitativen Mindestmaßes an Anstrengung, einer Spur von Atemlosigkeit? Tatsächlich hat sich unser alltägliches Sportverständnis in den letzten Jahren grundlegend gewandelt. Während man die Jagd nach körperlichen Höchstleistungen mehr und mehr den Profis überlässt, ist man selber vor allen Dingen um der physischen Fitness willen aktiv. Da Bewegungsmangel anerkanntermaßen einer der Hauptursachen für die Ausbreitung von Zivilisationserkrankungen darstellt, will man ihnen durch regelmäßige Bewegung vorbeugen. Von daher gelten heutzutage alle systematischen körperlichen Aktivitäten, die der Gesundheit dauerhaft förderlich sind, als Sport.

Mediziner haben nun herausgefunden, dass die langfristige Gesundheit am meisten von einem mäßig anstrengenden, aber regelmäßig ausgeübten Ausdauersport profitiert. So hat bereits ausdauerndes Gehen ähnlich wie langsamer Dauerlauf einen enorm positiven Einfluss auf den Fettstoffwechsel und das Immunsystem. Wenn zusätzlich einige pulsbeschleunigende Anstiege zu

bewältigen sind, profitiert auch der Kreislauf davon. Insgesamt braucht es zwar etwas länger, sich auf diese Weise fit zu machen, aber der Effekt hält auch länger an und ist nicht wie beim Leistungstraining durch Überforderungen und Verletzungen gefährdet. Daher gilt unter Sportmedizinern Wandern heutzutage als optimaler Gesundheitssport. Nahezu nebenwirkungsfrei werden Herz, Kreislauf, Stoffwechsel und Atmung, Muskeln und Stützgerüst gestärkt, während das Risiko von Infarkt, Krebs und Diabetes um mehr als die Hälfte abnimmt. Nach Ausweis der Medizinstatistik spielt die dauerhaft verausgabte Bewegungsenergie hierbei eine maßgebliche Rolle. Wer regelmäßig etwa 2.000 Kalorien pro Woche für körperliche Bewegung verausgibt, ist deutlich weniger krank, wird im Notfall schneller wieder gesund und lebt nachweislich länger - bei zuviel Sport schlägt der Effekt dagegen in sein Gegenteil um. Wandern bietet genau dies: einen relativ hohen Kalorienverbrauch bei individuell passgenauer Dosierbarkeit.

Tab.: 1: Qualitative Unterschiede „Wandern – Spazieren“

<b>Qualitative Unterschiede von Wandern - Spazieren</b> (Übergänge fließend)		
<b>Dimension</b>	<b>Wandern</b>	<b>Spazieren</b>
Gehstil Wege	ausdauernd rhythmisch naturbelassen, herausfordernd	schlendernd befestigt, bequem
Landschaft Infrastruktur	ortsfern, naturnah Ziele, Leitsystem	ortsnah, gepflegt Standorte, Bänke
Vorbereitung Ausrüstung	Materialstudium, Planung Allwetterkleidung, Gepäck, Verpflegung	keine Regenschirm, Mantel
Hauptmotive Charakter	Natur erleben, Neues kennenlernen, Körper beanspruchen Freizeithobby, „special interest“, Ausdauersport	frische Luft, Beine vertreten  Bewegung Zeitfüller

Folglich wird der Natursport Wandern in zunehmenden Maße als Therapeutikum eingesetzt - in der Kur, als Element der Nachsorge oder auch zur Vorbeugung körperlich-seelischer Verschleißerscheinungen. Als besonderer Vorzug hat sich dabei der Umstand erwiesen, dass Wandern in seinen vielfältigen Formen ein ganzes Leben lang ausgeübt werden kann und selbst im hohen Alter noch nachweisbare Trainingseffekte zeigt. Es gibt also gleich mehrere gute Gründe, Wandern als Sport zu betrachten. Hinzu kommt der auf den ersten Blick verblüffende Umstand, dass man beim schlichten Gehen pro Kilometer fast ebensoviel Energie verbraucht wie beim zügigen Laufen. Für einen normalgewichtigen Erwachsenen handelt es sich dabei um etwa 50 Kalorien pro km, während ein Dauerlauf dem Körper gut 60 Kalorien pro km abfordert. Entscheidend für den Energieverbrauch ist das mit jedem Schritt verbundene Anheben des gesamten Körpers. Beim Laufen wird der Körperschwerpunkt zwar



stärker angehoben, zugleich aber macht man auf gleicher Strecke weniger Schritte, was sich in der Energiebilanz fast ausgleicht.

Berücksichtigt man noch, dass ein Wanderer mit Kleidung und Rucksack in der Regel ein höheres Gewicht mit sich herumträgt und die kleinen Unebenheiten naturgewachsener Pfade ihn zum verstärkten Anheben der Füße zwingen, so dürfte der kilometerbezogene Kalorienverbrauch beider Sportarten in etwa gleich ausfallen. Dabei ist noch nicht berücksichtigt, dass Wanderer in der Regel auch noch einige hundert Meter Höhenunterschied überwinden. 100 Meter reiner Aufstieg verlangen dem Körper zusätzlich nochmals fast 50 Kalorien ab. Eine klassische Mittelgebirgswanderung erfordert daher in der Regel mehr körperliche Energie als ein ähnlich bemessener Langstreckenlauf im Stadion. Wenn der Wanderer dabei gleichwohl nicht außer Atem kommt, so nur deshalb, weil er seinen Organen genügend Zeit für die optimale Ausübung ihrer Funktionen lässt.

Damit erledigt sich der alte Gegensatz zwischen Sport und Wandern von selbst. Unabhängig von der Geschwindigkeit sorgt allein die wanderübliche Distanz für einen sportlich hohen Energieverbrauch, und nur darauf kommt es in Hinblick auf Fitness und Gesundheit an. Wer gern länger unterwegs ist, hat objektiv sogar als Extremsportler zu gelten, ohne dass er sich allerdings irgendeinem Wettkampfdruck auszusetzen braucht. Dass es sich hierbei nicht nur um bloße Theorie handelt, macht die „Profilstudie Wandern 2001“ deutlich. Danach bejahen selbst junge Leute mehrheitlich die Feststellung „Wandern ist Sport“.

## **Kernmarkt des Inlandstourismus**

Damit wäre der eine Teil des Symposiumstitels abgehakt: Wandern fällt eindeutig in die Kategorie Sport. Wie aber sieht es mit dem Tourismus aus? Was bringt ihm die Wanderei? Sind es nicht vor allen Dingen Senioren, die das Wandern zu ihrem Urlaubsinhalt machen? Oder kommt da eine neue Modewelle auf die deutsche Erholungslandschaft zu? Ein Blick in die Geschichte zeigt: Wandern war schon immer ein großes Tourismusthema. Bereits die Anfänge des deutschen Inlandstourismus waren davon geprägt. In dem Versuch, die erholungssuchenden Einwohner der expandierenden Industriegebiete auf die nahegelegenen Mittelgebirge aufmerksam zu machen, gründeten Ende des 19. Jahrhunderts agile Gastwirte Heimat- und Wandervereine, die sich zunächst vorrangig touristischen Belangen widmeten. Diese Vereine waren es auch, die die ersten dauerhaft markierten Wanderwegenetze schufen. Der Wandervogel und nachfolgend die Jugendbewegung, also in jedem Fall junge Leute lieferten den ideologischen Überbau: Ihnen ging es vor allen Dingen um offenere, natürlichere Lebensformen, die Entdeckung von Heimat und Natur sowie die Stärkung von Körper und Seele durch ausdauernde Fußreisen.

Dem bis weit in das 20. Jahrhundert hineinreichenden ersten wandertouristischen Boom schloss sich in der zweiten Hälfte des letzten Jahrhunderts mit dem Aufschwung des Massentourismus eine beispiellose Expansion von Sommerfrischen an. Ihr touristisches Kapital bestand oft allein in einer schönen Landschaft, die mit viel Mühe und Liebe herausgeputzt wurde. Dem konnte der Gast nur durch ausgiebiges Wandern gerecht werden, was dem Fußsport einen zweiten Aufschwung eintrug. Der Bedarf an biederen Fußtouren war indes begrenzt, zumal fremde Ziele lockten und dem Geldbeutel immer zugänglicher wurden. Der Drang in die Ferne, in den letzten Jahrzehnten unterfüttert durch Billigpauschalen in alle Welt, verdrängte das Wandern aus dem touristischen

Blickfeld. Während man in Deutschland mit großen Installationen und Investitionen meist vergeblich den jeweiligen touristischen Modewellen hinterher jagte, galt Wandern als überholt.

Dabei übersah man dreierlei: Zum einen war Wandern über die Jahre unabhängig von Moden und Trends die mit Abstand meistausgeübte Aktivität von Inlandsurlaubern geblieben. Bis heute unternehmen zwei Drittel aller Deutschlandurlauber und drei Viertel aller Mittelgebirgsgäste Fußausflüge, die Hälfte davon sogar häufig. Dementsprechend stellen Wanderwege unverändert die mit Abstand meistgenutzten touristischen Infrastrukturelemente dar. Wanderer waren und sind das Kernpublikum des innerdeutschen Reisemarktes. Zum anderen aber haben sozusagen unter der Hand die Motive und Formen wie auch die sozialen Strukturen des Wanderns einen deutlichen Wandel erfahren. Seit einigen Jahren beginnen in verstärktem Maße auch jüngere Leute das Wandern als idealen Ausgleich für den stetig steigenden Berufs- und Alltagsstress in der Hightech-Welt wiederzuentdecken. Der Anteil der 20-40-Jährigen unter den in Wald und Feld anzutreffenden Dauergehern erhöhte sich in kurzer Zeit auf ein Drittel. Im Effekt liegt des Wanderers Durchschnittsalter heute bei Mitte 40 und entspricht damit in etwa dem der Gesamtbevölkerung. Zugleich schnellte der Anteil der Fußsportler mit Abitur oder Hochschuldiplom in die Höhe: Er liegt mittlerweile bei über 40 Prozent, das sind doppelt so viel wie im Bevölkerungsschnitt, Tendenz weiter steigend.

Tab. 2: Das neue Wanderpublikum

<b>Das neue Wanderpublikum</b>
<p>Durchschnittsalter: 45 (Tendenz sinkend)                      Abitur/Hochschule: 40% (Tendenz steigend)</p> <p>Überdurchschnittlich aktiv                      Überdurchschnittlich reisefreudig                      Überdurchschnittlich ausgabenfreudig</p>

Quellen: Reiseanalysen, Profilstudien Wandern

Drittens schließlich gibt es nicht nur Indikatoren für einen qualitativen, sondern auch für einen quantitativen Aufschwung der Wanderbewegung. Ganz ohne gezielte Konsum- und Medienkampagnen nämlich haben auch die absoluten Zahlen der Wanderliebhaber zu wachsen begonnen. Wir befinden uns offenbar am Beginn der dritten langfristigen Wanderwelle in der jüngeren Geschichte unseres Landes, die indes nicht etwa ein Kopie ihrer Vorgänger darstellt, sondern einen ganz eigenen Charakter hat. Belege für eine neue Blüte des sanften Natursports liefern die Statistiken der Jahrtausendwende. Danach steht der Fuß- dem Radsport in der Rangskala der Freizeitaktivitäten kaum nach, während die Modesportarten weit abfallen. Im Urlaub überrundet das Wandern auch den Rollsport und bewegt in Mittelgebirgen wie Alpen mehr Gäste als alle derzeit so hofierten Trendsportarten zusammengenommen.

Wenn manch alteingefahrener Deutschlandtouristiker Wandern gleichwohl immer noch für ein Auslaufmodell hält, dem modischere Outdoorhits wie Inline Skating, Mountainbiking oder Jogging längst dem Rang abgelaufen hätten, so lässt sich das noch nicht einmal für die junge Generation belegen. Wie die Befragung von 1.300 Studierenden im Rahmen der „Profilstudie Wandern 2001“ ergab, erfährt das Wandern unter Deutschlands akademischem Nachwuchs noch während des Studiums einen im Vergleich zu allen anderen Natursportarten enormen Sympathieschub, der etwa im Alter von 25 einsetzt und am Ende drei von vier Hochschulabsolventen erfasst.

Tab. 3: Trendsportarten im Vergleich

<b>Trendsportarten im Vergleich</b> (Aktivitätsquoten in Prozent)		
<b>Sportart</b>	<b>Freizeit</b>	<b>Urlaub (Deutschland/Österreich)</b>
Wandern	45	70
Radeln	60	20
Mountain Biking	15	5
Inline Skating	10	10
Bergsteigen	10	10

Quelle: Eigene Berechnungen nach aktuellen Studien

Damit spiegeln die künftigen Meinungsführer nur einen Trend wider, der bereits in voller Breite eingesetzt hat. Nach Ausweis der regelmäßig durchgeführten Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse (AWA) steigt die Quote der Wanderliebhaber unter den Deutschen seit Mitte der 90er Jahre trotz des bereits hohen Niveaus kontinuierlich an und hat mittlerweile die 34-Millionen-Marke erreicht - das sind deutlich über 50 Prozent der erwachsenen und jugendlichen Bevölkerung. Mehr als die Hälfte der in der Profilstudie 2002 befragten Wanderkunden geben denn auch an, im Vergleich zu früher mehr zu wandern, während nur gut 10 Prozent seltener unterwegs sind. Das Wirtschaftsmagazin Impulse prognostiziert für die Zukunft sogar einen noch stärkeren Anstieg der Fußaktivitäten und spricht von einem „Megatrend“. Der scheint sich im übrigen nicht nur auf Deutschland zu beschränken: Nach einer LEADER-II-Studie befindet sich das Wandern in ganz Europa im Aufwind.

Auch wirtschaftlich macht sich dieser Megatrend bereits bemerkbar. So verzeichnet das Wandermagazin unter den Outdoor-Zeitschriften den mit Abstand größten Abonnentenzuwachs. Ähnliches gilt für die Wanderspezialisten der Reisebranche, die in einem Maße zulegen, das mittlerweile auch immer mehr Generalisten veranlasst, eigene Wandersegmente aufzubauen. Die Produzenten und Händler von Outdoor-Ausrüstung registrieren seit Jahren ihre sichersten Zuwächse bei leichter Wanderausstattung. Wenn mittlerweile selbst Discounter wie Aldi, Lidl und Tchibo massiv in diesen Markt einsteigen, spricht das ebenso für sich wie der Umstand, dass sich auch die Messebranche um das Thema

kümmert: Während die Outdoor-Messe in Friedrichshafen bislang nur von einer notwendigen Umorientierung spricht, wagt die Messe Düsseldorf bereits den Schritt zu einer eigenständigen Wander- und Trekkingmesse.

Dabei gibt es bislang nur vage Abschätzungen, um welchen monetäre Größenordnung es sich beim immer heißer umworbenen Wandermarkt geht. Die jüngste Kundenstudie der Marburger Forschungsgruppe Wandern hat die Schätzwerte erheblich präzisiert. Danach lässt sich Wandern heute kaum mehr als Billisport denunzieren: Pro Kilometer bringen Aktivisten dafür nämlich rund zweieinhalb Euro auf. Das summiert sich für die deutschen Wanderer auf etwa 12 Mrd. Euro Gesamtumsatz, wovon 5 Mrd. auf Gastronomie und Hotellerie, 4 Mrd. auf Bekleidung und Ausrüstung sowie 3 Mrd. auf die Anreisekosten zu den ausgesuchten Wanderzielen entfallen.

Nicht weniger bemerkenswert sind die auf diesem Markt erkennbaren Zuwachsraten. Nach Erhebungen des Wandermagazins nimmt der Ausrüstungsbestand seiner Leser ebenso wie deren jährliches Investitionsvolumen seit Jahren um durchschnittlich 10 Prozent zu. Für den Tourismussektor ergibt ein Vergleich der Profilstudien 2000 und 2002, dass die durchschnittlichen Ausgaben eines Wanderurlaubers für Hotellerie, Gastronomie und Pauschalprogramme heute in derselben Höhe liegen wie die entsprechende maximale Ausgabenbereitschaft zwei Jahre zuvor.

Tab. 4: Massenmarkt Wandern

<b>Massenmarkt Wandern</b>		
<b>Basisdaten</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 10 Mio. Deutsche wandern häufig:</li> <li>▪ Wandersumme ca. 350 km/Jahr</li> <li>▪ 20 Mio. Deutsche wandern gelegentlich</li> </ul>		
<b>Rohschätzung der Aufwendungen (in Euro)</b>		
<b>Aufwendung</b>	<b>Kosten pro km</b>	<b>Umsatz pro Jahr</b>
Bekleidung	0,60	2,5 Mrd.
Ausrüstung	0,30	1,5 Mrd.
Anfahrt	0,60	3,0 Mrd.
Gastronomie	0,50	2,5 Mrd.
Hotellerie	0,50	2,5 Mrd.

Quelle: Eigene Schätzungen

Kein Zweifel: Der dritte Wanderboom in der deutschen Geschichte hat sich offenkundig längerfristig aufgebaut und befindet sich bereits in seiner Steilphase. Wenn das bisher nicht nur ohne die Hilfe, sondern teilweise sogar gegen die überholten Wanderklischees der Medien geschah, so spricht das um so mehr für eine starke Eigendynamik. Da neuerdings aber auch die Medien den Trend aufgreifen, wird sich diese Dynamik vermutlich noch beschleunigen und das

Wandern - ähnlich wie vor einem Jahrzehnt das Radeln - zum Premium-Sport des beginnenden Jahrhunderts befördern.

Von alledem profitieren, auch wenn sie ihre Gäste gar nicht als Wanderer identifizieren, vor allem natürlich Gastronomie und Hotellerie, aber auch andere Anbieter vor Ort. Denn selbst der neue special-interest-Typus ist heutzutage kein „Nur-Wanderer“ mehr. Im Gegenteil, abgesehen von seiner Wanderleidenschaft unternimmt er überdurchschnittlich gerne Ausflüge und Besichtigungen, steigt aber auch gerne einmal aufs Rad oder ins Boot. Gegenüber eingefleischten Radlern haben Wanderer aus touristischer Sicht den Vorteil, dass sie, weil langsamer, länger vor Ort bleiben, besonders gerne unterwegs einkehren und ganz generell die genussreichen Seiten ihres Hobbys weit mehr als die sportlichen betonen. Überdies sind sie nicht nur zahlreicher, sondern auch wetter- und saison-unabhängiger - Wanderer zieht es nicht nur bei schönem Sommerwetter hinaus. Von daher sollten sich Touristiker eigentlich keinen angenehmeren Gast vorstellen können.

Wenn es noch eines Beweises bedarf, welchen Stellenwert der neue Wandermarkt für die Tourismusindustrie hat, dann findet er sich in den Alpen. Bekanntlich verbringen die Wanderurlauber die schönsten Wochen des Jahres wie alle anderen Deutschen mittlerweile zu zwei Dritteln im Ausland, und zwar vorzugsweise in den deutschsprachigen Alpenländern. Dort wird nicht nur die Landschaft und die Gastfreundlichkeit höchsten Ansprüchen gerecht. Hohe Investitionen fließen auch in die gastronomische Infrastruktur und die wanderfreundliche Erschließung der Landschaft. Kein Wunder, dass die Mehrzahl deutscher Wanderurlauber eigenen Bekenntnissen zufolge die schönste Tour ihres Lebens „in den Bergen“ absolviert hat.

Derzeit legen die Alpenländer, allen voran Österreich, noch kräftig drauf. Mit der „via alpina“ schaffen sie sich eine länderübergreifende Wanderdachmarke, mit ihren Wanderhotels und Wanderdörfern geben sie die den Fußreisenden das Gefühl, ein besonders willkommener Gast zu sein. Dass schließlich Wandern in den Alpen ganz besonders gesund ist, soll eine groß angelegte medizinische Untersuchung (AMAS 2000) beweisen. Der von der Österreich-Werbung mitfinanzierten Studie zufolge entfaltet der Gehsport erst ab 1400 m Höhe seine wohltuenden Potenzen.

Wenn seither alle in diesen Höhen angesiedelten Orte und Betriebe nicht müde werden, die gesundheitlichen Vorzüge des Bergwanderns zu betonen, dokumentiert sich hierin einmal mehr die enge Liaison, die Sport und Tourismus im Gesundheitssport Wandern eingehen. Tatsächlich spielen gesundheitliche Aspekte eine zentrale Rolle in der Motivstruktur von Wanderurlaubern. Die österreichischen Touristikstrategen liegen also durchaus richtig, wenn sie diesen Aspekt nach vorne spielen. Ansatzweise weist auch das Pilotprojekt „Sport und Tourismus“ des Landes Baden-Württemberg in diese Richtung, wird dem Wandern hierbei doch ein bedeutender Platz zugewiesen.

### **Was sucht der moderne Wandergast?**

Allerdings nährt sich der neue Wandertrend nicht allein aus dem Wunsche nach Fitness- und Gesundheit. Vielmehr zeichnet sich gerade das Wandern durch ein breites Spektrum von Motiven aus, unter denen eines vor allen anderen dominiert: Der moderne Wandergast will in erster Linie unberührte Natur erleben

und schöne Landschaften durchstreifen. Dabei ist für ihn Natur weitgehend mit naturnaher Landschaft identisch, die er möglichst in all ihren angenehmen Facetten, mit allen Sinneseindrücken genießen will. Er klassifiziert sich daher in erster Linie als Naturgenießer. Erst mit sehr großen Abstand folgen Entdecker- und Mußeambitionen, während die klassischen sportlichen, geselligen und kulturellen Motive am unteren Ende der Motivskala rangieren.

Das gilt im Prinzip für alle Generationen, in besonderem Maße aber für den Wandernachwuchs. Befragungen zeigen, dass jüngere Wanderurlauber besonders hohe Anforderungen an Natur und Landschaft stellen, ihnen geht es um einen regelrechten Ausstieg aus dem immer hektischeren Alltagsgetriebe, sie wollen wenigstens für einige Stunden oder Tage der Zivilisation entfliehen. Die Natur gibt ihnen die Chance, sich selber als Naturwesen zu erfahren und so zu den eigenen Wurzeln zurückzufinden.

Tab. 5: Wandermotive

<b>Wandermotive</b>	
<b>Selbsteinschätzung als ...</b>	<b>Anteil der Befragten in Prozent</b>
Naturgenießer	75
Entdecker	25
Müßiggänger	25
Geselligkeitswanderer	15
Kulturwanderer	15
Sportwanderer	15
Abenteuer/Trekker	7

Quelle: Profilstudie Wandern 1999

Wie sehr das Natur(genuss)motiv das Verhältnis zum Wandern bestimmt, zeigen nicht zuletzt auch die Gewohnheiten und Wünsche der neuen Wandergeneration. Im Rahmen der „Profilstudien Wandern“ wurden hierzu mittlerweile über 6.000 Aktive meist in Ausübung ihres Hobbys befragt. Sie gaben dabei u.a. folgende Vorlieben zu erkennen: Unter den Wanderzielen belegen ursprüngliche Natur, natürliche Stille, Aussichten und natürliche Gewässer den ersten Rang. Hinzu kommen bewirtschaftete Hütten, auch die gastronomisch gewürzte Rast soll also in natürlichem Umfeld stattfinden. Sonstige natürliche und kulturelle Sehenswürdigkeiten finden sich ebenso wie Lehrpfade und Gasthäuser auf mittleren Plätzen, während Natur-Infozentren, Schutzhütten, Tretbecken und Museen das untere Ende der Attraktivitätsskala bilden. Um ein naturnahes Wanderrevier zu erreichen, nimmt der neue Wandergast auch längere Anfahrten (im Schnitt 30 km) in Kauf. Um den Kopf wirklich frei zu bekommen, hat er kaum noch etwas mit Gruppentouren im Sinn. Am liebsten ist er mit Partner/in oder im kleinen Freundeskreis unterwegs. Auch der Zuschnitt der Wandertouren hat sich verän-

dert. Man geht erst vormittags los, legt in gemächlichem Tempo von 3-4 km/h im Schnitt 10-15 km zurück. Nur so kann man Natur wirklich genießen. Wanderurlauber sind aktive Wellness-Fans und genießen außer schönen Wanderungen auch andere Outdoor-Aktivitäten sowie Stadtbummel und Ausflüge zu Sehenswürdigkeiten. Jüngere Wanderer zeigen eine überdurchschnittliche Vorliebe für Natur und Einsamkeit, spontane Touren, Wegweiser und Einkehr unterwegs.

Um den Wünschen des modernen, am liebsten seinen individuellen Vorlieben und Plänen folgenden Wandergastes Rechnung zu tragen, bedarf es vor allen Dingen eines modernen Wanderwegenetzes. Wichtigste Zutat ist eine schöne, naturnahe Landschaft. Nach den Befunden der Landschaftspsychologie gelten folgende Landschaftseigenschaften und -elemente weltweit als besonders attraktiv:

- möglichst viel Natur, möglichst wenig Technik
- offene, abwechslungsreiche Szenerien im Sinne einer Parklandschaft
- sanftes Relief, weicher Boden, geschwungene Konturen
- klare räumliche Gliederung, schöne Aussichten
- Gewässer aller Art, vom plätschernden Bach bis zum idyllischen Teich
- natürliche Stille, frische Luft

Tab. 6: „Neues Wandern“

<b>Neues Wandern</b>	
Das mag der Wanderer besonders gern...	
▪ Schöne Landschaft, weite Aussichten	90%
▪ Begleitung durch Partner oder Freunde	90%
▪ Wanderpausen, Einkehren	90%
▪ Naturnahe Wege, natürliche Stille	80%
▪ Individuelle Touren à la carte	80%
▪ Zuverlässiges Wanderleitsystem	80%
▪ Mittlere Höhen	70%
▪ Erst vormittags losgehen	60%
▪ „Richtig gut essen“, regionale Gerichte	50%
▪ Mäßige Streckenlängen	10-15 km
▪ Gemächliches Tempo	3-4 km/h

Quelle: Profilstudien Wandern 1998-2002

Von alledem haben die deutschen Urlaubslandschaften mehr als genug zu bieten. Speziell den deutschen Mittelgebirge gebührt ein Spitzenplatz in der weltweiten Rangliste schöner Landschaften, wobei ihr Abwechslungsreichtum einen besonderen Pluspunkt darstellt. Allerdings suchen insbesondere jüngere Fußtouristen auch ein wenig Herausforderung und Abenteuer - etwa in wilden Wäldern, Felssteigen, Höhlen oder schwankenden Brücken. Jeder Wanderweg muss in einer ausgewogenen Mischung schöner Landschaften und erlebnisreicher

Passagen bieten. Wenn man Wanderer schließlich befragt, welche Wege sie bevorzugen, sind die Antworten stets eindeutig: Ein schöner Weg soll

- durch eine möglichst naturnahe Landschaft abseits von Ortschaften führen,
- vielfältige Aussichten und neue Eindrücke bieten,
- sich durch abwechslungsreiche Landschaftsbilder und den Wechsel von ebenen und ansteigenden Passagen auszeichnen,
- ein weiches Auftreten auf naturgewachsenem Boden (Erde, Gras, Laub) ermöglichen,
- als kurvenreicher Pfad ständig neue Perspektiven eröffnen
- Möglichkeiten zur Rast und Einkehr bieten.

<b>Das Kernproblem deutscher Wanderwege</b>		
<b>Zustand</b>	<b>Wunsch</b>	<b>Wirklichkeit</b>
naturbelassen	75%	10%
geschottert und asphaltiert	8%	65%

Genauso ausgeprägt sind die Aversionen der Wanderer: Ein Wanderweg sollte möglichst

- nicht kilometerlang durch eine monotone Landschaft führen,
- auf Asphalt, Beton- und Grobschotterpassagen verzichten,
- Verkehrsadern und langweilige Siedlungen meiden,
- technische Großanlagen umgehen.

Der Natur entfremdet, fällt es dem heutigen Freizeitwanderer schwer, sich in unbekannter Landschaft zu orientieren. Höchstens 15 Prozent können Wanderkarten so genau lesen, dass sie sich im Ernstfall damit vor Ort zurechtfinden. Von daher legen Wanderer besonderen Wert auf

- eindeutig und dicht markierte Wanderwege
- informative Wegweiser mit Ziel- und Entfernungsangaben
- Orientierungstafeln an zentralen Wanderknotenpunkten
- zuverlässige, nutzerfreundliche Wanderkarten in großen Maßstäben.

Wer die bundesdeutsche Wanderszene kennt, weiß, dass diese Kernkriterien für ein gästefreundliches Wanderwegenetz in bundesdeutschen Landen bei weitem nicht flächendeckend erfüllt sind. Im Gegenteil, Feldstudien deuten darauf hin, dass das Wegeformat überwiegend gerade nicht den Wanderwünschen entspricht: Attraktive Pfade gibt es viel zu selten, statt dessen dominieren breit geschotterte und geteerte Wirtschaftswege, auf denen man nur ungern läuft. Hier macht sich die jahrzehntelange Vernachlässigung des Wandertourismus am deutlichsten bemerkbar, und hier besteht daher auch der dringendste Nachholbedarf. Das Basiskapital der deutschen Wanderdestinationen, ihre



schöne, abwechslungsreiche Landschaft, bedarf zu seiner erfolgreichen Vermarktung der systematischen (Neu)-Erschließung durch ebenso ausgesucht schöne Wanderwege.

## **Und was wird aus der Natur?**

Dass es sich hierbei nicht nur um eine zwingende Schlussfolgerung, sondern auch um ein praktisches Erfolgsrezept handelt, beweist der Rothaarsteig. Ganz gezielt auf den Wunsch nach intensivem, zugleich aber auch möglichst abwechslungsreichem Naturkontakt zugeschnitten, ist dieser mit großem Einsatz an Ideen, Kräften und Mitteln neu geschaffene Höhenweg über den Kamm des Rothaargebirges innerhalb kürzester Zeit zur Premium-Marke des inländischen Wandertourismus avanciert. Der vielfältigen Resonanz zufolge vermittelt er seinen Besuchern die Schlüsselerfahrung, dass es entgegen allen Unkenrufen von der Zerstörung der letzten Reservate in Deutschland auch jenseits von Nationalparks, ja sogar mitten zwischen den großen Ballungsgebieten noch große Flächen schöner, wenig berührter Natur gibt, die genau das an Erlebnis und Entspannung bieten, was man ansonsten nur im Auslandsurlaub gesucht hat.

Mit seinem geradezu kometenhaften Aufstieg gab der Rothaarsteig das Signal für eine neue Ära des Inlandstourismus, die vom erstaunten Wiederentdecken des hohen Reizes heimischer Landschaften auf der einen und der selbstbewussten Präsentation dieses touristischen Kapitals auf der anderen Seite gekennzeichnet ist. Mit den daraus erwachsenden Perspektiven für die in den letzten Jahren arg gebeutelten heimischen Urlaubslandschaften verbindet sich indes bei manchem die Sorge, dass der hier noch verbliebene Restnatur unter dem Ansturm der neuen Trendsetter endgültig der Garaus gemacht werden könnte. Das Klischee der alles niedertrampelnden Wanderhorden ist immer noch so virulent, dass sich die grüne Zunft vom Forst über die Jagd bis zum Naturschutz mit dem erneuten Wanderboom noch recht schwer tut.

Beredter Ausdruck dieser Ängste sind zum Beispiel die ebenso zahl- wie variantenreichen Schilder, die allerorten den Wanderer mahnend auffordern, die Wege nicht zu verlassen, das Wild bzw. die Natur nicht zu stören, keinen Lärm zu machen und ein halbes Dutzend weiterer Verhaltensgebote zu beachten. Sie lassen die Entspannung und Stille suchenden Waldbesucher, die mit nichts anderem als ihren Füßen, ihrem Partner oder wenigen Freunden die Natur aufsuchen, wie eine Bande potenzieller Naturhooligans erscheinen. Im hessischen Vogelsberg etwa finden sich diese Schilder in einer solchen Dichte, dass man kaum noch den Fuß auf die hartgeschotterten „Forstmagistralen“ zu setzen wagt.

Hierzu passt es, dass in Hessen jüngst eine „Spartenvereinbarung Wandern im Rahmen der Allianz Sport und Umwelt“ zwischen Ministerien und Kommunalverbänden einerseits sowie Wander- und Sportverbänden andererseits unterzeichnet wurde, die „Bedingungen für eine naturverträgliche Ausübung des Wanderns“ formuliert - so als ob es ausgerechnet die Wanderer und nicht gerade umgekehrt die landfressenden Siedlungs- und Verkehrsplanungen von Land, Kreisen und Kommunen sind, die den Bestand an hessischer Naturlandschaft gefährden. Darin verpflichten sich die Wandervereine u.a., auf die Erschließung neuer Wege zu verzichten, die Dichte an Wanderwegen und -markierungen zu reduzieren und ihre Mitglieder sowie nicht organisierte Wanderer dazu anzuhalten, auf den Wegen zu bleiben, Lärm und Abfälle zu vermeiden, umweltschonend anzureisen sowie „weitere Verhaltensregeln zu entwickeln,

vermitteln und einzuüben". Die Natur als umweltpädagogischer Exerzierplatz, die „Wanderführer, Naturschutzwarte und Jugendgruppenleiter“ als Oberlehrer fußgängiger Naturgenießer - eine merkwürdiges Gebräu aus verkehrter Welt und Schaumoral.

Echt zu bedauern sind jene zahlreichen Kommunen in den abseitigeren, kargeren Regionen des Landes, die angesichts von schwindender Landwirtschaft und desinteressierter Industrie ihr Heil im sanften Tourismus suchen und ihre landschaftlichen Schätze nicht zuletzt auch der neuen Wanderbewegung zugänglich machen wollen: Wenn sie nicht auf ein paar veraltete Wandermarkierungen verweisen können, lässt ihnen diese Vereinbarung keine Chance.

Der nicht nur auf Hessen beschränkte Versuch, die Keule der Umweltmoral ausgerechnet in Richtung der bescheidensten, ohne jede technische Zutat auskommenden Naturnutzer-Fraktion zu schwingen, gipfelt in einem bundesweiten Wanderwettbewerb „gemeinsam ontour“ der Naturfreunde, den diese um die Jahrtausendwende ausgeschrieben und mit einem eher dürftigen Ergebnis 2001 abgeschlossen haben. Gefördert von der Bundesumweltstiftung und unterstützt vom Bundesumweltministerium ging es darum, moderne Wanderangebote zu entwickeln, die möglichst sechs Eigenschaften vereinen sollten: „ökologisch verträglich, sozialverantwortlich, politisch und kulturell interessiert, sowie erlebnisorientiert und umweltpädagogisch“. Dazu wurden den Wettbewerbsteilnehmern nicht weniger als 40 Qualitätskriterien vorgegeben, von denen ein Kern von 15 auf jeden Fall zu erfüllen waren.

Allein schon in den Mindestkriterien hagelt es Ge- und Verbote, wie man sie bereits von den einschlägigen Schildern kennt. Mit der Brandmarkung von Lärm und offenem Feuer werden Unternehmungen mit Kindern de facto ausgeschlossen, die ohnehin daran scheitern dürften, das sich das Tempo der Gruppe „am Langsamsten“ (und nicht etwa an den Fähigkeiten der Beteiligten) auszurichten hat, also im Zweifelsfall von unwilligen Nachzüglern bestimmt wird. Der natürlichen Suche Jugendlicher nach Herausforderungen auch und gerade in der Natur dürfte überdies die Forderung nach „sportmedizinischer Unbedenklichkeit“ (was immer das beim Wandern heißt) und das Nutzungsverbot von Abkürzungen entgegenstehen.

Wenn damit der Nachwuchs als Zielgruppe ausgeschieden ist, sorgt das Gebot, die Wanderung jedermann zugänglich zu machen, für weitere Ausgrenzungen: Damit ist nämlich, wie an anderer Stelle ausgeführt, vor allem die Integration von Behinderten angesprochen: Das erscheint zwar zweifellos politisch korrekt, schließt aber in der Regel besonders naturnahe oder auch anstrengende Wege und ihre Liebhaber aus. Ähnliches gilt für die über das Wegegebot der Spartenvereinbarung noch hinausgehende Bedingung, „ausschließlich markierte Wege“ zu nutzen: Ganz abgesehen davon, dass Deutschlands markierte Wege mit ihren hohen Schotter- und Teeranteilen (s.o.) nicht unbedingt zu den schönsten ihre Art zählen, hat ihr Netz in Deutschland durchaus große Lücken.

Erneut fällt bei diesen Vorgaben für „sozial- und umweltverträgliche Wanderungen“ eine gewisse Tourismusaversion auf. Davon sind vor allem die touristisch unterentwickelten Gebiete betroffen, die derzeit mühsam nach Anschluss suchen. Ihnen fehlt es nicht nur an markierten Wegen, um beim Wettbewerb reüssieren zu können, sie werden auch explizit durch die Forderung ausgeschlossen, dass „keine Neuerschließung touristisch bisher nicht genutzter Gebiete stattfindet“. Auch bei dem Vorrangpostulat für öffentliche Verkehrsmittel

kommen ländliche Entwicklungsregionen schlecht weg. Andererseits sind den Wettbewerbsveranstaltern auch die touristischen Zentren ein Dorn im Auge, haben doch nur solche Wanderregionen eine Preischance, in denen „das Verhältnis Wanderer/Gäste zur Einwohnerzahl angemessen ist“. Schließlich werden als Wanderziele nur Einrichtungen akzeptiert, „die nicht ausschließlich für Touristen gebaut wurden“ - damit dürften sämtliche Ausflugsgaststätten, Aussichtstürme, Gipfelsteige oder Naturerlebnispfade herausfallen.

Selbst wenn man von derlei Ungereimtheiten absieht, stellt sich angesichts der moralinsauren Wettbewerbsbedingungen die Frage, ob man die aufkeimende Wiederentdeckungsfreude an der heimischen Natur, die begrüßenswerte Rückwendung zu inländischen Urlaubszielen und ihrer fußläufigen Erschließung damit nicht eher behindert als beschleunigt. Wer seine touristischen Offerten, selbst wenn das angesichts ihrer gedankenlosen Widersprüchlichkeit möglich wäre, tatsächlich auf diese Art eines am grünen Tisch entworfenen moralischen Wanderns gründet, dürfte beim neuen Wanderpublikum wenig Anklang finden.

Ist das zeitliche Zusammentreffen des neuen Wanderbooms mit der ökologischen Moralisierung des Wanderns ein Zufall? Was treibt die Umweltschützer dazu, sich gerade die Wanderer als letztes und schwächstes Glied in der Kette der Naturnutzer vorzunehmen? Handelt es sich bei ihnen tatsächlich um eine Horde von Naturbarbaren, die rücksichtslos ihren vereinnahmenden Lüsten frönen? Treten sie schon in derartigen Massen auf, dass auch noch die letzten Reste der Natur unter die Stiefel zu kommen drohen?

Lässt man sich nicht von vagen Vermutungen, sondern von empirischen Fakten leiten, so wird man Wanderern kaum vorwerfen können, nicht genügend Verständnis für nachvollziehbare Maßnahmen zum Schutz vor gefährdeten Tieren, Pflanzen oder Biotopen zu haben. Ganz im Gegenteil zeigen alle diesbezüglichen Befragungen der letzten Jahre, dass sie mehrheitlich gerne bereit sind, um des Naturschutzes willen Einschränkungen ihrer Bewegungsfreiheit hinzunehmen. So ergab eine Befragung von über eintausend Waldbesuchern in der Pfalz, dass 80 Prozent von ihnen ein zeitweiliges Betretungsverbot sensibler Bereiche oder auch die Sperrung von Wegen in Naturschutzgebieten akzeptieren, vorausgesetzt es bieten sich hinreichend attraktive Alternativen. Generell sprach sich die Hälfte der Befragten für verschärfte Schutzbestimmungen zugunsten der Natur aus.

Vergleicht man die Anhänger des Wandersports mit den Vertreter Sportarten, so erweisen sie sich in allen Aspekten des Naturumgangs als überdurchschnittlich sensibel. So lagen sie im Rahmen der Profilstudie Wandern 2001 mit Bezug auf die dabei abgefragten Naturindikatoren in der Mitte zwischen dem Durchschnitt und den Naturschützern. Diejenigen unter ihnen, die besonders gerne querfeldein gehen, zogen sogar in fast allen Aspekten mit den Schützern gleich. Dies wirft ganz nebenbei ein erhellendes Licht auf die im Naturschutz derzeit heftig diskutierte Alternative „Einladen oder Aussperren“.

Eine Vorläuferstudie unter hessischen Schülern ergab ferner, dass die Wandersympathisanten unter ihnen nicht nur die Schönheit von Natur und Landschaft doppelt so häufig wahrnehmen und genießen wie Nichtwanderer, sondern auch ein etwa dreimal so großes Interesse für Tiere und Pflanzen zeigen. Dementsprechend verbringen sie sehr viel mehr Zeit in der freien Natur und nehmen dabei weitaus mehr konkrete Einzelheiten wahr. Ferner ist ihnen der Einsatz für Natur- und Umweltschutz doppelt so wichtig, sie lesen entsprechend

häufiger Literatur zu Umweltfragen und sind sogar fünfmal so oft bei Naturschutzaktionen oder in Umweltorganisationen aktiv.

Das besondere Engagement der erwachsenen Wanderer dokumentiert sich eindrucksvoll in den Naturschutzprojekten der Wandervereine. In aller Regel verfügen alle größeren Vereine über Naturschutzgruppen, deren Aktivitäten ausführlich in den Vereinszeitschriften dokumentiert werden. Nicht selten handelt es sich dabei um die ältesten bzw. einzigen organisierten Naturschützer vor Ort, so dass nicht wenige Vereine zu Recht ein historische Führungsrolle in punkto Naturschutz für sich in Anspruch nehmen können. Das gilt um so mehr, als sich die größeren Vereine wie etwa der Schwäbische Albverein, der Schwarzwaldverein oder auch der Sauerländische Gebirgsverein in den pflegenden Besitz zahlreicher Naturschutzgebiete oder sonstiger sensibler Biotope gebracht haben.

Überdies beschränkt sich dieses Engagement nicht auf den klassischen Arten- und Biotopschutz. Einigen Wandervereinen geht es vielmehr auch darum, den zweiten Auftrag des Naturschutzgesetzes, das ja bekanntlich „Gesetz über Naturschutz und Landschaftspflege“ heißt, mit Leben zu erfüllen. Das ist um so wichtiger, als die inhaltliche Füllung des Gesetzestextes diffus bleibt: Über die vielzitierte Formel von der Bewahrung der „Vielfalt, Eigenart und Schönheit“ der Landschaft hinaus hat sich kaum jemand die Mühe gemacht, das landschaftliche Pflegegebot zu operationalisieren. Die Wandervereine versuchen dies bspw. dadurch, dass sie ganz konkret für den Erhalt der regionalspezifischen Kulturlandschaft eintreten und sich - besonders eindrucksvoll im Schwarzwald - für die Fortführung der dazugehörigen kleinbäuerlichen Wirtschaftsweise stark machen.

Von daher ist kaum zu befürchten, dass die Wanderer, wie es manche Naturschutzvertreter heraufbeschwören, rücksichtslos die Natur überschwemmen und auch noch den letzten Winkel ihrem Genuß- und Entdeckerdrang unterwerfen. Wenn es hier und da zwischen Nordsee und Alpen tatsächlich zu einer massenhaften Übernutzung sensibler Areale durch angebliche „Wanderhorden“ kommt, so handelt es sich dabei stets um kleinflächige touristische Konzentrationspunkte wie etwa prominente Gipfel oder Gewässer. Und in der Regel ist dann auch der Kommerz mit im Spiel, der diese Areale ungehemmt zu Massenausflugsziele ausbaut. Die so entstehenden „Wanderautobahnen“ zur nächstgelegenen Hütte oder Ausflugs-gaststätte werden im übrigen weniger von Wanderern als von Bustouristen genutzt, die sich nach langer Fahrt die Beine vertreten müssen (und dies auf Grund ihres unzureichenden Schuhwerks tatsächlich auch nicht selten im wörtlichen Sinne tun).

Wanderer ziehen dagegen ruhigere, abgelegene Gebiete vor, in denen sich die Menschen nicht ballen. Und auch da geht es ihnen nicht um die letzte Wildnis, die aufzustöbern, überlassen sie lieber den als „Trek kern“ bezeichneten technisch hochgerüsteten (Fern-)Touristen. Sie suchen in der Landschaft nicht den Kick, sondern das dauerhaft schöne, entspannende Erlebnis. Dabei beeinträchtigen sie die Natur nicht mehr als jedes andere Naturwesen, das mehr oder weniger deutliche Trittsiegel hinterlässt. Der oft so beklagte Müll in der Landschaft findet sich in der Regel nur an Wegen und Plätzen, die mit dem Auto erreichbar sind. Insofern zählt Wandern in den Augen der Bevölkerung nicht zu Unrecht zu den schonendsten Natursportarten, sehen in repräsentativen Umfragen doch nur minimale 3 Prozent dadurch die Umwelt gefährdet.

Den Wandervereinen kommt in diesem Zusammenhang eine weitere wichtige naturbewahrende Funktion zu. Mit der Markierung von Wanderwegen und dem

Angebot geführter Touren haben sie wirkungsvolle Mittel in der Hand, um die Naturbesucherströme an sensiblen Arealen vorbeizulenken. Eine solche Kanalisierung ist allerdings nur wirksam, wenn sie sich tatsächlich an den Bedürfnissen der Wanderer orientiert. Das heißt vor allen Dingen, ausgesucht naturnahe, schöne und gelegentlich auch ein wenig abenteuerliche Wege anzubieten. Falls das gelingt, kann man aber vielleicht sogar jene allzu mobilen Kurzurlauber in die heimische Region zurückholen, die sich derzeit noch an jedem verlängerten Wochenende in die Ferne abmachen. Auf diese Weise leistet die Wanderbewegung einen wesentlichen Beitrag zum sanften Tourismus, indem es die Wiederentdeckung der Region mit ihren Schönheiten und Entspannungsmöglichkeiten befördert. Damit sollte die Öko-Bilanz des Wanderns endgültig ins Positive auspendeln. Es ist nicht nur der moderne Hightech-Bürger, der die Natur mehr denn je braucht, um mit den Verwerfungen seiner eigenen Natur in unseren immer abgehobeneren Kunstwelten zurechtzukommen - die Natur braucht auch den wandernden Naturgenießer und den von ihm getragenen gesellschaftlichen Wertekonsens zu ihrem Überleben.

# Zwischen Natur und Gesundheit - Sportangebote in Bad Hindelang

von Maximilian Hillmeier

## Einleitung

Bad Hindelang, Bayerns Spitze im Süden, liegt in der Ferienregion Allgäu und stellt sich wie folgt vor: Sechs Ortsteile, 140 km<sup>2</sup>, knapp 5.000 Einwohner 140.000 Gäste pro Jahr, gut 1 Mio. Übernachtungen, ca. 100 Mio. € Umsatz, 80 Prozent Wertschöpfung (direkt und indirekt) aus dem Tourismus.

Damit gibt es keine Alternative zum Wirtschaftszweig Tourismus. Seit über zehn Jahren schwanken die Übernachtungen zwischen 1.020.000 und 1,1 Mio. Anders bei den Gästezahlen: mit rund 136.000 Ankünften begrüßt Bad Hindelang heute etwa 1/3 mehr Gäste als noch vor zehn Jahren: Die Gäste kommen öfter und kürzer, über 50 Prozent kommen aus Baden-Württemberg, Bayern und Hessen, es kommt immer mehr zu einer kontinuierlicheren Auslastung und zur Abnahme der Spitzen.

Festzuhalten bleibt allerdings, dass Bad Hindelang große Strukturprobleme hat, denn die Schere zwischen den Ortsteilen geht weiter auseinander. Die „Tallage“ mit den Ortsteilen Bad Hindelang, Bad Oberdorf, Vorderhindelang und Hinterstein hat in den vergangenen zehn Jahren ein Minus von 128.000 Übernachtungen oder 18 Prozent eingefahren. Ausgeglichen wurde dies durch den kometenhaften Anstieg der Übernachtungen in der „Hochtallage“ mit Oberjoch und Unterjoch, die mit einem Plus von 158.000 Übernachtungen oder 84 Prozent diese negative Entwicklung mehr als wettmachen konnte. Diese einmalige Entwicklung liegt vor allem an der Alleinstellung als „einziges Deutsches Hochgebirgszentrum für Allergien“. Die Kaufkraft und Ertragslage im Tal aber, wo auch die meisten Einzelhändler sind, ist als nicht zufrieden stellend zu bewerten.

## Die Leitbilddiskussion in Bad Hindelang

Das Kernprojekt des ursprünglichen Leitbildes von Hindelang war das 1987 aus der Taufe gehobene „Ökomodell Hindelang“, das mehr als zwei Dutzend Mal mit nationalen und internationalen Tourismus- und Umweltpreisen ausgezeichnet wurde. Wesentliche Bestandteile dieses Projektes und Leitbildes waren

- der großflächige Naturschutz einer bäuerlichen Kulturlandschaft,
- die Direktvermarktung unter eigenem Qualitätslabel „Hindelang - Natur und Kultur“ sowie
- eine demokratische Entscheidungsfindung („Offenes Forum Tourismus“).

Das Hindelanger Tourismusleitbild ist nach wie vor bis heute dahingehend als „sanft“ zu bezeichnen, weil eine entsprechende ökologische Orientierung vorhanden ist (Landschaftspflegeverein „Hindelang Natur und Kultur“, 80 Prozent der Gemeindeflur sind unter Landschafts- oder Naturschutz, Direktvermarktung in einem zentral gelegenen Bauernmarkt, 20 der 87 landwirtschaftlichen Betriebe sind heute schon ökologisch anerkannt) und weil sehr viele Natur orientierte

Freizeitaktivitäten angeboten werden (Baumpflanzaktion „Mein Baum in Hindelang“, „Käse für Kilometer-Askese“, „BergWaldWeg“, „KulturLandschafts-Weg“, Käseseminare etc.).

## **Die Sport- und Gesundheitskompetenzen**

Insgesamt gesehen entsprach die Bad Hindelanger Tourismusphilosophie aber schon immer mehr dem Ansatz des „Intelligenten Tourismus“, von der realen Situation des alpinen Tourismus ausgehend. In den 90er Jahren kam dann auch im Rahmen einer Diskussion um einen Qualitätstourismus vermehrt die Frage nach Ersatzinvestitionen in eine moderne (Sport-)Infrastruktur auf, da vor allem die Bergbahnen sehr veraltet waren. Und so wurden in den letzten Jahren allein von der Marktgemeinde rund 8 Mio. Euro in die Komfort- und Qualitätsverbesserung, schwerpunktmäßig in die Bergbahnen samt Beschneigung, investiert. Und wegen dieser hohen Investitionen ist der (Winter-)Sport neben der Ökologie jetzt auch gleichberechtigter Schwerpunkt innerhalb des im Jahre 2000 im Rahmen eines Offenen Forum Tourismus überarbeiteten Bad Hindelanger Tourismuskonzeptes.

Denn die Bad Hindelanger Wintersport-Angebote stellen sich heute nicht nur als sehr vielfältig, sondern auch in hervorragender Qualität dar. So spricht das Tourismusmarketing von einer ausgezeichneten „Wintermixer-Kompetenz“:

- Der „flotte Sechser“: die neue Iseler-6er-Sesselbahn sowie weitere 11 Skilifte
- So sicher wie das Vergnügen ist der Schnee: die neuen Beschneiungsanlagen
- Gut gelaufen - ADAC Skiatlas: 5 Sterne im Bereich Winterwandern, 4 für die Loipen
- Schnell und komfortabel: die neue 8-er-Gondel samt 3 Rodelbahnen
- Schneeschuhwandern
- etc.

Gleiches gilt natürlich auch für den Sommer. Auch hier werben die Bad Hindelanger vermehrt mit den Argumenten einer Bergsport-Kompetenz wie z.B.: mit dem Hindelanger Bergsport-Programm (Hindelanger Klettersteig, Hochvogel etc.), mit verkehrsfreien Tälern, mit dem „Wandern mit den Sinnen“ in einer herrlichen Kulturlandschaft mitten im Naturschutzgebiet der Allgäuer Hochalpen (Blumen- und Kräuterwanderungen, viel fließendes klares Wasser), mit der „Spielwiese Bad Hindelang“ für Kinder, mit dem „Erlebnis-Kneippkurgarten“ „Prinze-Gumpe“, einem Hochmoor-Schwimmbad und zukünftig auch einem Angebot für Mountainbiker.

Bekannt geworden ist Bad Hindelang in den 90er Jahren aber vor allem auch durch seine Gesundheitskompetenz. Allein in den Gesundheitsbereich wurden in den 90er Jahren rund 75 Mio. Euro privatwirtschaftlich investiert. Heute ist die Bad Hindelanger Hochtallage mit den Ortsteilen Oberjoch und Unterjoch vor allem als „Alpen-Allergie-Station“ bekannt. Darüber hinaus ist das gesamte Marktgemeindegebiet Hindelang seit Dezember 2001 staatlich anerkanntes Kneippheilbad. Und am 28. Januar 2002 wurde der historische Gemeinderatsbeschluss gefasst, dass Hindelang jetzt „Bad Hindelang“ heißt. In Bayern gab es bisher nur drei (Bad Berneck, Bad Grönenbach und Bad Wörishofen), in ganz Deutschland gibt es ganze 23 anerkannte Kneippheilstädter. Die jetzt zweifache höchste staatliche Prädikatisierung (Bad Hindelang ist zudem bereits seit 1965

Heilklimatischer Kurort) ist für Bad Hindelang Auszeichnung und Verpflichtung zugleich. Die Region hat allerbeste Chancen als Gesundheitsregion. Denn das Ferienland Bad Hindelang/Allgäu ist die ideale Region für moderne Gesundheitsangebote (Wellness) kombiniert mit sportlicher Betätigung in einer intakten alpinen Kulturlandschaft.

Sowohl für die Allergie-Kliniken in Oberjoch als auch für die „Allgäu Klinik für Naturheilverfahren“ spielen Sport- und Bewegungsprogramme, Krankengymnastik, Physikalische Therapien sowie die ganzheitliche Kneipptherapie eine sehr große Rolle. Zudem sind in Bad Hindelang drei Klimatherapeuten tätig. Die weiteren Therapien stellen sich im Bereich der Allergien wie folgt dar:

- Medikamentöse Therapie (durch die genannten besonderen klimatischen Bedingungen in Oberjoch ist es in vielen Fällen möglich, systematische Cortisontherapien zu beenden, oder wenigstens die Dosis zu vermindern),
- Patientenschulung und Verhaltenstraining,
- Psychosomatik/Psychotherapie,
- Individuelle Konzepte, Diät, UV-Licht sowie
- Hyposensibilisierung/Spezifische Immuntherapie.

Auch der Bad Hindelanger Kneippverein bietet ganzjährig ein Freizeit orientiertes Gesundheitsprogramm „Fit mit dem Kneipp-Erlebnisprogramm“ an. Folgend einige Bestandteile dieses Angebots:

- Kneipp-Wanderweg,
- Terrain-Kurwege,
- Aqua-Fitgymnastik,
- Diät- und Ernährungsberatung,
- Kräuterwanderungen,
- Entspannungstechniken,
- Urlauberseelsorge,
- Kneipp-Vorträge.

## **Zukunftschancen und Fazit**

Bad Hindelang sieht seine Stärken vor allem in den Kompetenzen „Gesundheit und Umwelt“. „Gesundheit und Umwelt“ ist die Branche mit den weltweit größten Wachstums- und Produktivitätspotentialen. Die Kosten im (präventiven) Gesundheitswesen wurden bisher sozialisiert. Hier wird es zu einer radikalen Wende kommen, wo Qualität und Inszenierung entscheidend sein werden. Bad Hindelang hat hier die besten Voraussetzungen:

- hoch spezialisierte Angebote mit höchster medizinischer Kompetenz (im Bereich der Allergien und Naturheilverfahren),
- optimale Umweltbedingungen (Ökomodell „Hindelang - Natur und Kultur“ samt der Direktvermarktung ökologisch produzierter Produkte, beste klimatische Voraussetzungen wie z.B. weitgehende Allergenkenz in der „Alpen-Allergie-Station“ etc.)

Von diesen oben genannten Kompetenzen der Fachkliniken profitieren auch alle anderen Bereiche des Tourismus wie z.B. die ambulanten medizinischen Vorsorgeleistungen (die sog. ambulanten Kuren) oder der Ferientourismus nach



dem Motto „Ferien von der Allergie“. Eine entscheidende Bedeutung für den zukünftigen Erfolg haben hier auch Regionsübergreifende Produktlinien für Freizeit orientierte Gesundheitsangebote (Wellness) wie z.B. die Marke „WellVital“ von der Bayern Tourismus Marketing GmbH. Hier steht jeweils ein millionenfacher Vertrieb dahinter. Der Gesundheitsurlaub am Kurort ist eine große Zukunftschance für alle Heilbäder und Kurorte Deutschlands.

In Bad Hindelang wird dieser Gesundheitsurlaub noch mit den Sportangeboten kombiniert, so dass das Ferienland Bad Hindelang/Allgäu die ideale Region für moderne, freizeitorientierte Gesundheitsangebote (Wellness) kombiniert mit sportlicher Betätigung in einer intakten alpinen Kulturlandschaft ist. Insgesamt soll die Ortsphilosophie samt der Heilbadanerkennung auch dazu führen, zukünftig den Standort „Bad Hindelang“ für Investoren wie Wellness-Hotels oder Fachkliniken noch interessanter zu machen. Erst dann wäre das Konzept auch dahingehend als erfolgreich zu bezeichnen, indem sich die Ertragslage (insbesondere in der „Tallage“) z.B. auch für den Einzelhandel wieder verbessern würde.

# Auf acht Rollen durchs Teltower Land

von Hans-Joachim Neuerburg

## Einleitung

Bevor Inline-Skating auch hierzulande einen, im wahrsten Sinne des Wortes „run“ auslöste, beherrschten die schnellen Rollen - wie könnte es auch anders sein - bereits Jahre zuvor das Bild vieler amerikanischer Großstädte. Und anders als die bereits einige Jahre zuvor unter dem Namen „Rollerskates“ wiederentdeckten „Rollschuhe“ aus unseren Kindertagen, hat sich Inline-Skating über die Jahre hinweg zu einem stabilen Trend entwickelt.

Seit Mitte der 90er Jahre ist Inline-Skating auch in Deutschland der Freizeitspaß für die ganze Familie. Die Zahl der verkauften Skates hat seit dem schwindelerregende Höhen erreicht. Nach Schätzungen bevölkern heute mind. 15 Mio. Skater Deutschlands Wege und Straßen. Was liegt also näher, als sich mit dieser Art der Freizeitbeschäftigung etwas intensiver zu befassen, insbesondere unter dem Aspekt ihres potenziellen touristischen Nutzens.

## „Fläming Skate“ - Deutschlands längste Skaterstrecke

Auf insgesamt 175 km Länge schlängelt sich Deutschlands längste Wegstrecke für Radfahrer, Rollstuhlfahrer und vor allem Skater durch das Baruther Urstromtal und den Niederen Fläming. Von der nur 60 km entfernten Bundeshauptstadt Berlin aus fahren stündlich Regionalbahnen in Richtung Süden, nach Jüterbog, Baruth und Luckenwalde. Bis Luckenwalde dauert die Zugfahrt knapp eine Stunde. Dort beginnt auch der - in die Gesamtstrecke integrierte - 12 km lange kleine Skater-Rundkurs, der sich, frei von Barrieren, steilen Abfahrten und Steigungen perfekt für Anfänger, aber auch für einen Tagesausflug eignet.

Die Idee zum „Fläming Skate“, so der offizielle Name der Strecke, entstand bereits 1995. Der Fremdenverkehrsverband Teltow-Fläming hatte einen Antrag auf Förderung eines rund 170 km langen Radweges für die strukturschwache Region gestellt. Mit Blick auf den geraden hereinbrechenden Skater-Boom wurde der Antrag auf Initiative des Landrates um den Ausbau einer 100 km langen Skaterstrecke ergänzt. Kernstück des Antrags war die Verwendung eines speziellen Belages, der einen minimalen Reibungswiderstand bietet. Das Projekt wurde schließlich genehmigt. Insgesamt 11 Mio. Euro betragen die Kosten, wobei allein 7,5 Mio. Euro Strukturförderungsmittel der Europäischen Union (EU) in den Bau der Strecke flossen.

Im Sommer 2002 war es dann soweit: Die Region Teltow-Fläming konnte die Eröffnung dieses in Deutschland bisher einmaligen „Sport- und Freizeitprojektes“ feiern. Auf dem drei Meter breiten speziellen Belag schweben die Skates gleichsam dahin. Vorbei an Wäldern, Wiesen und Feldern führt das unbeschwertere Vergnügen. Keine Autos, keine Fußgänger, keine Stolperfallen. Kilometer um Kilometer zieht man seine Bahn.

Doch mit der Erstellung der sportlichen Infrastruktur allein ist es unter touristischen Aspekten natürlich nicht getan. In der Folgezeit wird es vor allem darum gehen, das Projekt sinnvoll in ein gesamttouristisches Entwicklungskonzept der Region zu integrieren und entsprechend zu vermarkten. Dazu zählen neben dem Ausbau weiterer Infrastruktur, wie bspw. Camping- oder Grillplätze, der Einbeziehung der örtlichen Sehenswürdigkeiten und einem nachhaltigen Verkehrskonzept vor allem ein erweitertes Angebot an Dienstleistungen, vom Gepäcktransport über Reparaturservice bis hin zu Skaterkursen und skaterfreundlichen Herbergsbetrieben mit Verleihstationen. Vielleicht lockt künftig auch der preiswerte „Fläming-Skate-Teller“ auf der Speisekarte manch einen Freizeitsportler in die eine oder andere Gaststätte.

Die ersten Initiativen - bspw. im Bereich der Beherbergungsbetriebe - wurden bereits gestartet. Und die Stadt Luckenwalde möchte bis 2004 einen Skater- und Radweg vom Bahnhof zur Strecke bauen, was angesichts der Bepflasterung auf dem Bahnhofsvorplatz auch dringend geboten erscheint. Denn beim Anblick des historischen Kopfsteinpflasters treibt es dem Skater buchstäblich die Tränen in die Augen. Eine ausreichende Anzahl von Schließfächern für das überflüssige Gepäck wäre - neben einem speziellen „Skater-Ticket“ - sicher auch von Nutzen, um die Attraktivität der Bahnreise zu erhöhen. Denn noch überwiegt die Zahl der Anreisenden per PKW.

Zunächst gilt es jedoch erst einmal die bisherigen Erfahrungen auszuwerten, bevor ähnliche Projekte gestartet werden. Am falschen Belag sollten diese auf keinen Fall mehr scheitern.

### **Anmerkung**

Der obige Beitrag basiert teilweise auf einem im April/Mai 2003 in der Zeitschrift „fairkehr“ erschienenen Artikel. Weitere Informationen können im Internet abgerufen werden unter:

[www.flaeming-skate.de](http://www.flaeming-skate.de) oder [www.radundskaterdreieck.de](http://www.radundskaterdreieck.de).

# Die TeilnehmerInnen

<b>Bokermann, Heiner</b>	(Die Naturfreunde)
<b>Brämer, Dr. Rainer</b>	(Universität Marburg)
<b>Butzkamm, Rainer</b>	(Umweltbundesamt, FG I 1.2)
<b>Fredlmeier, Stefan</b>	(Frankenwald Tourismus)
<b>Fritz, Georg</b>	(Bundesamt für Naturschutz)
<b>Heinemann-Grüder, Traugott</b>	(Tourismusverband Teltow-Fläming)
<b>Hillmeier, Maximilian</b>	(Kurverwaltung Bad Hindelang)
<b>Jägemann, Dr. Hans</b>	(Deutscher Sportbund)
<b>Mewis, Peter</b>	(ehemals Bundesministerium des Innern)
<b>Neuerburg, Hans-Joachim</b>	(Sport mit Einsicht e.V.)
<b>de Reuver, Franz</b>	(Ministerium des Innern und für Sport Rh.-Pfalz)
<b>Roth, Prof. Dr. Ralf</b>	(Deutsche Sporthochschule Köln)
<b>Schulz, Veronika</b>	(Kuratorium Sport und Natur)
<b>Schwark, Prof. Dr. Jürgen</b>	(Fachhochschule Gelsenkirchen, Abt. Bocholt)
<b>Sodoge, Renate</b>	(Bundesumweltministerium Referat N II 3)
<b>Strojec, Rolf</b>	(BUND/NABU Hessen, Hessische Kanuschule)
<b>Wilken, Thomas</b>	(Sport mit Einsicht e.V.)
<b>Witty, Stefan</b>	(Deutscher Alpenverein)