Institute for Public Services
and Tourism

University of St.Gallen

Entwicklungstendenzen im Freizeit und Tourismusverhalten – Auswirkungen auf Natur und Landschaft

Natur Kongress 02/07
09. März 2007 @ Basel

Prof. Dr. Christian Laesser

Agenda

- Ausgangslage:
  Umwälzungen beeinflussen das zukünftige Freizeitverhalten
- Wann, wie und wo verbringen Leute die Freizeit?
- Was benötigen die Leute in ihrer Freizeit
  und welche Rolle spielt dabei Natur und Landschaft?
- Von welchen Entwicklungstendenzen ist auszugehen?

Agenda

- Ausgangslage:
  Umwälzungen beeinflussen das zukünftige Freizeitverhalten
- Wann, wie und wo verbringen Leute die Freizeit?
- Was benötigen die Leute in ihrer Freizeit
  und welche Rolle spielt dabei Natur und Landschaft?
- Von welchen Entwicklungstendenzen ist auszugehen?

Eine Reihe weitgehender Umwälzungen determiniert das zukünftige Freizeitverhalten. (1)

- **Singularisation**
  - Anteil Single HH in Städten > 60%)
- **Konvergenz** aus Arbeit und Freizeit
  - mit dem Notebook nach Hause und in die Ferien
- Neue (optionale) **Beziehungsmuster**
  - **P**eriod of **L**ife **P**artner
  - **L**iving **A**part **T**ogether
- Neue Typen von **Communities** gepaart mit **Entsolidarsierung**
  - Abkehr von obligatorischen Familienbindungen
  - Hinwendung zu freiwilligen sozialen Gemeinschaften oder special interest groups

Eine Reihe weitgehender Umwälzungen determiniert das zukünftige Freizeitverhalten.(2)

- **Hedonismus** (lustbetonter Konsum mit zum Teil Selbstzweck)
- **Gesundheits-** und fallweise **Körperorientierung**, u.a. aufgrund des demographischen Wandels
- Zentrale **knappe Ressourcen**:
  - Zeitreichtum vs.
  - Geldreichtum
- **Suche nach Identität** im Konsum
  - als Individuum
  - als Gruppe

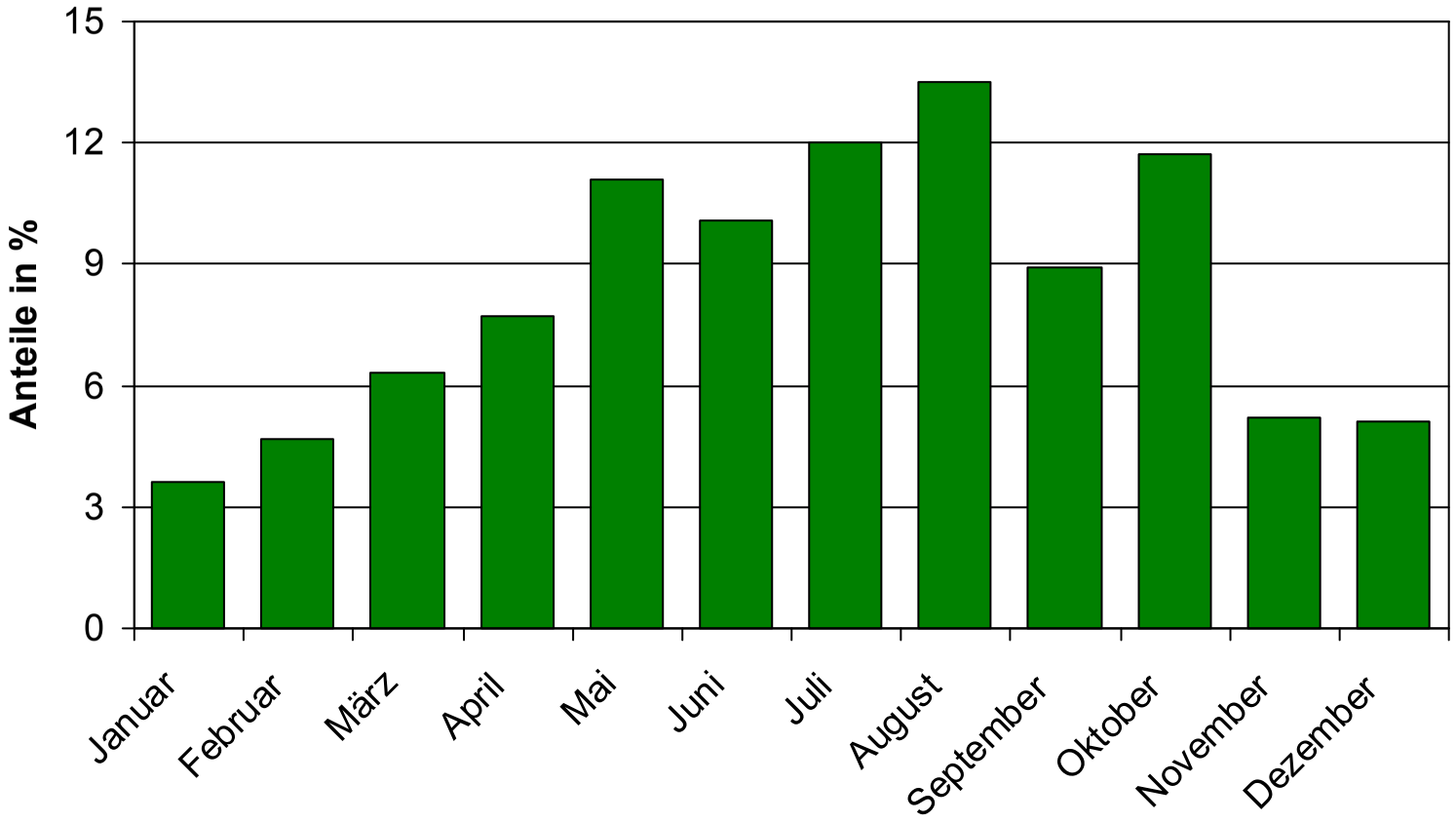
Die Implikationen für das Freizeitverhalten sind weit reichend.

- Freizeit als **Multizweck-Erscheinung**:
  - Aufbau und Pflege sozialer Beziehungen (psychische Gesundheit)
  - Aufbau und Sicherung von körperlichem Wohlbefinden (physische Gesundheit)
  - Bildung und Lernen, für den Beruf und ausserhalb des Berufs (geistige Gesundheit)
  - Eskapismus/ Flucht und damit Abbau von Dissonanzen bzw. ungewollten Spannungen
- Nutzung von Angeboten, inkl. Natur, aus einer stark **opportunistischen und lustbetonten Perspektive**
  (vgl. auch Motive weiter hinten in dieser Präsentation)

Agenda

- Ausgangslage:
  Umwälzungen beeinflussen das zukünftige Freizeitverhalten
- Wann, wie und wo verbringen Leute die Freizeit?
- Was benötigen die Leute in ihrer Freizeit
  und welche Rolle spielt dabei Natur und Landschaft?
- Von welchen Entwicklungstendenzen ist auszugehen?

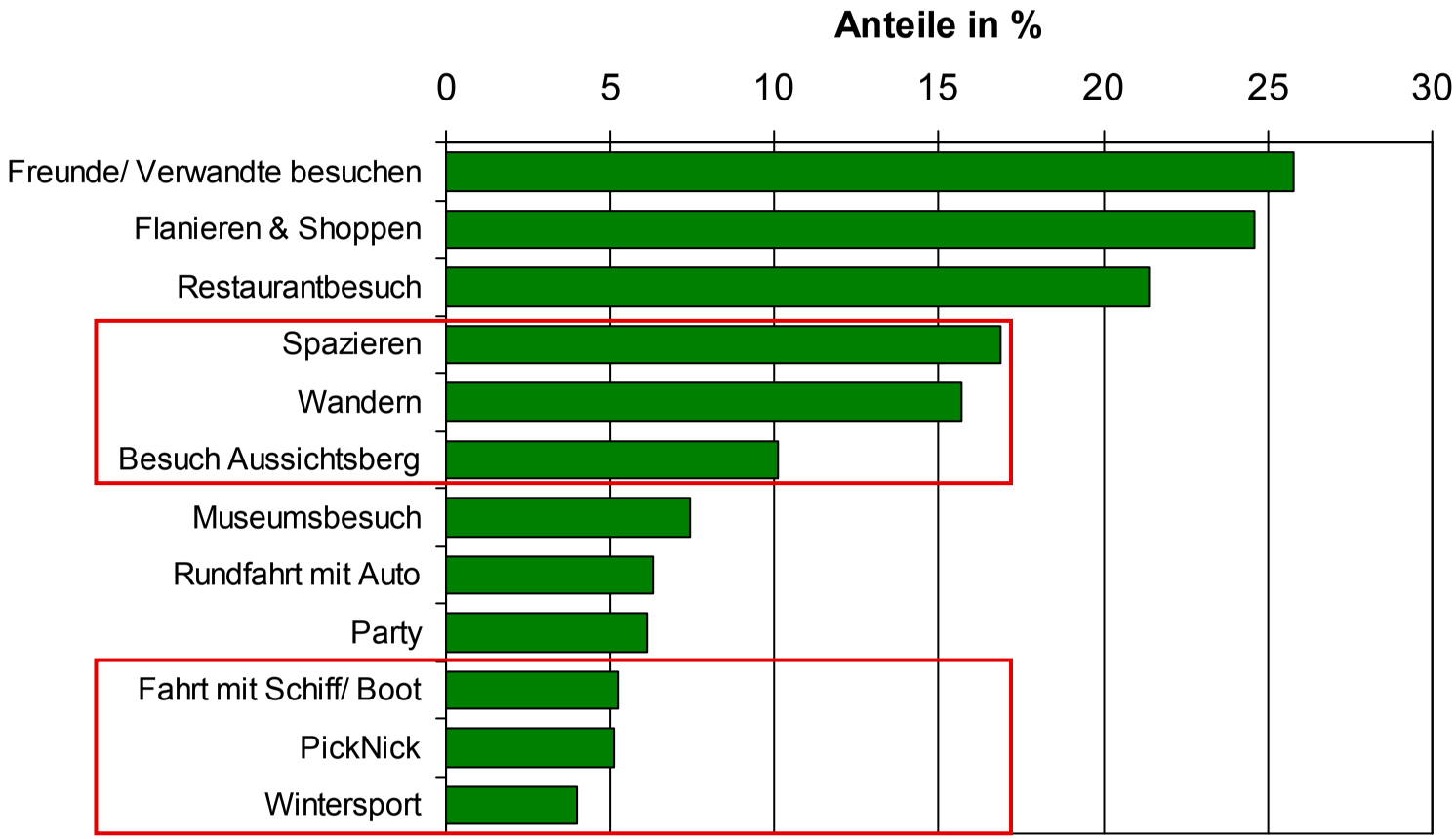
Die Grossmehrheit aller Freizeit-Ausflüge findet in der Warmwetter-Saison statt.



Institute for Public Services
and Tourism
University of St.Gallen

Quelle: Travel Market Switzerland; (c) IDT-HSG

Die Hitparade der Freizeitaktivitäten bei Ausflügen...



Institute for Public Services
and Tourism

University of St.Gallen

Quelle: Travel Market Switzerland; (c) IDT-HSG

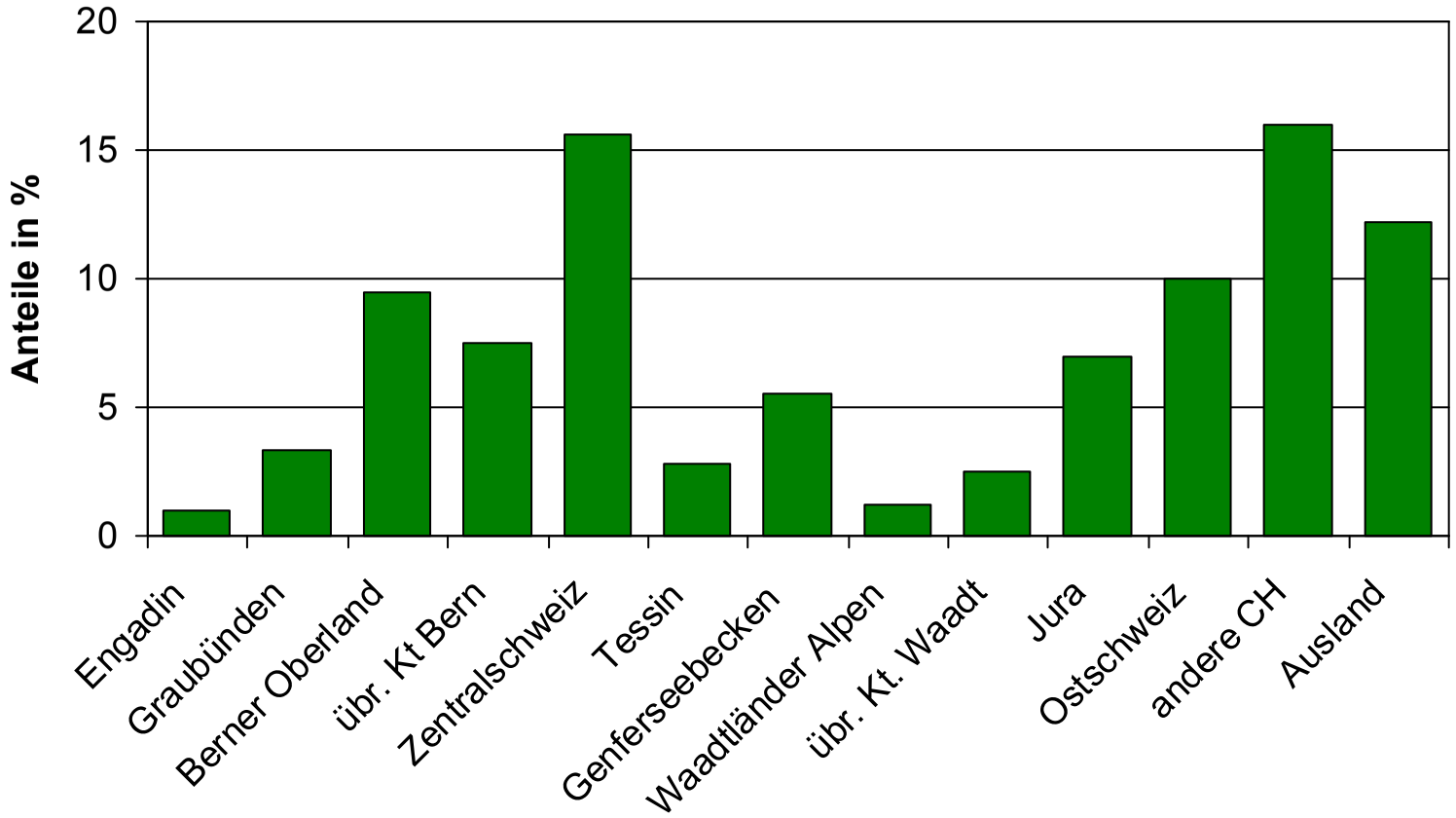
...und weitere naturnahen Aktivitäten

- Sonnenbaden (1.8%)
- Fahrrad, Mountain Biking (1.5%)
- Schwimmen in natürlichen Gewässern (1.3%)

- Golf (0.3%)
- zum Vergleich: Trendsportarten (0.1%)

Quelle: Travel Market Switzerland; (c) IDT-HSG

Die Grösse der Ballungsgebiete beeinflussen im wesentlichen die Zielwahl.

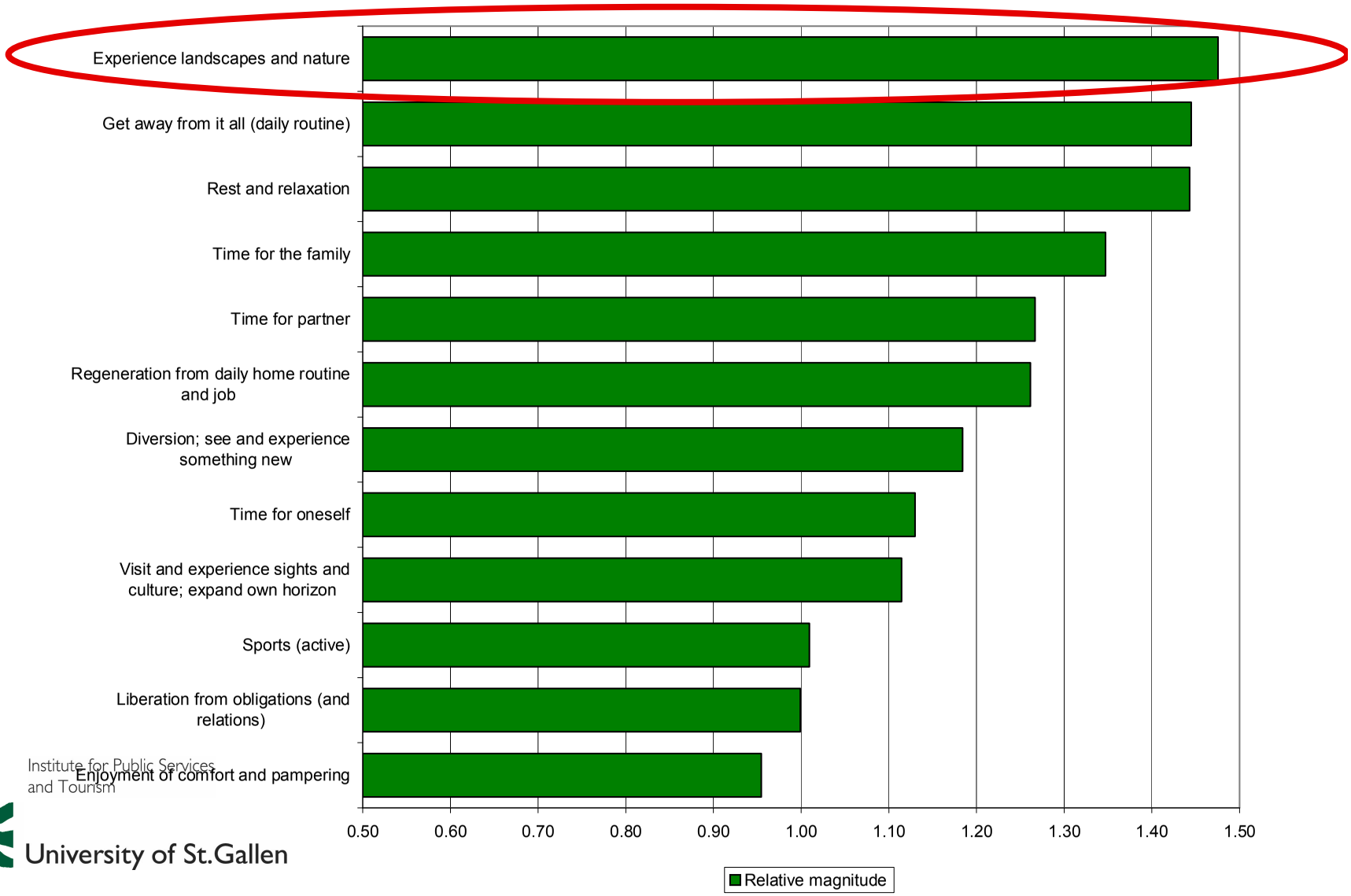


Institute for Public Services
and Tourism

University of St.Gallen

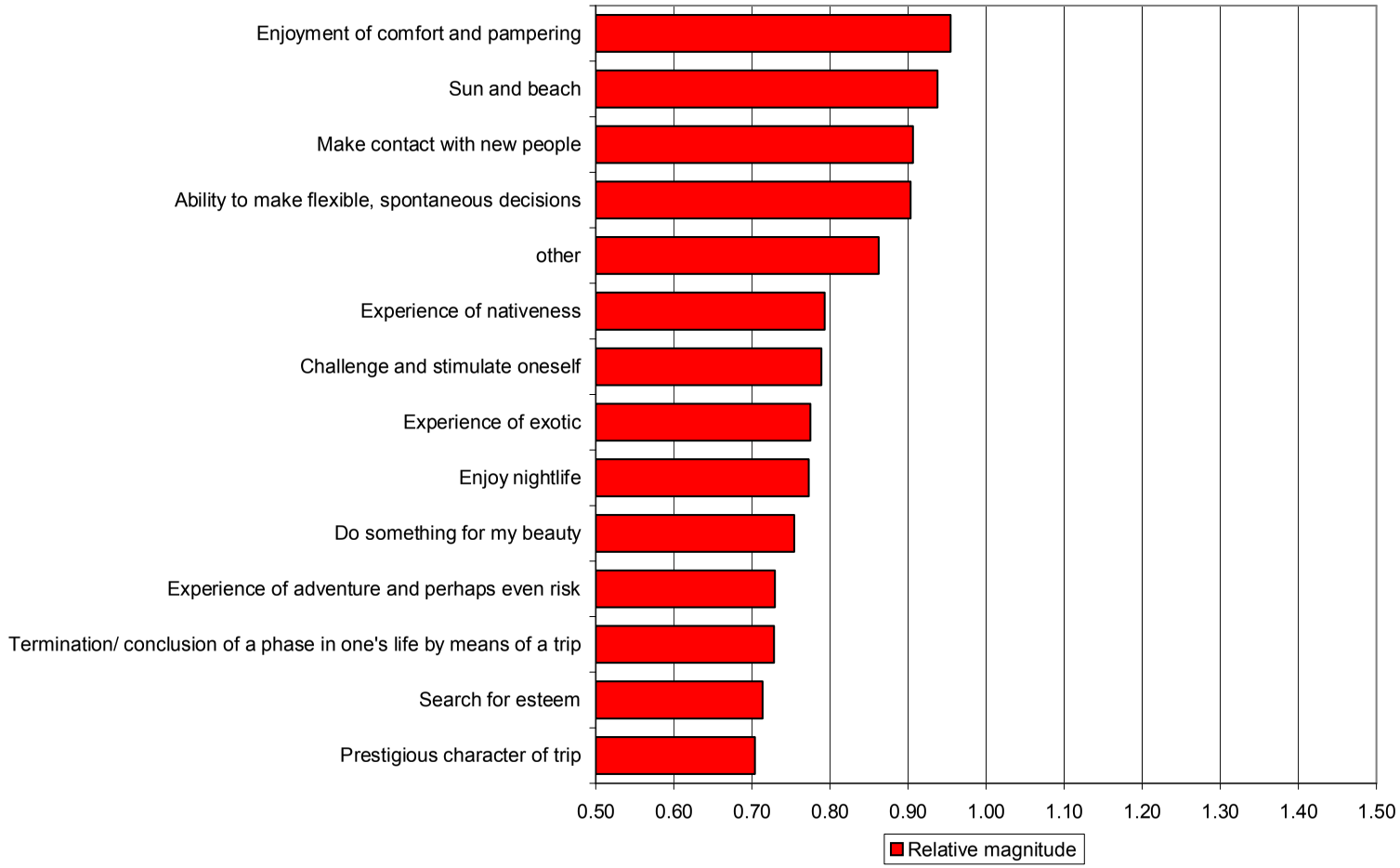
Quelle: Travel Market Switzerland; (c) IDT-HSG

Auch bei Reisen gehören das Natur- und Landschaftserlebnis zu den zentralen Motiven...



Quelle: Travel Market Switzerland; (c) IDT-HSG

... einige sind dagegen von nachrangiger Natur.



Institute for Public Services
and Tourism

University of St.Gallen

Quelle: Travel Market Switzerland; (c) IDT-HSG

Das Motiv nach Natur und Landschaft wird v.a. verbunden mit folgenden weiteren Motiven:

- Erholung und Ruhe (.767)
- Regeneration von Alltag und Job (.675)
- Sonne und Strand (.524)
- Ausbruch aus dem Alltag (.524)
- Zeit für Partner, Familie, sich selbst (> .519)
- Befreiung von Bindungen, Verpflichtungen (.499)
- Sport (.470)
- Komfort geniessen, sich verwöhnen lassen (.438)

➢ **Natur = Ort der Ruhe, Zeit, aber auch der Pflege bestehender engster sozialer Beziehungen**

Quelle: Travel Market Switzerland; (c) IDT-HSG

Das Motiv nach Natur und Landschaft wird nicht verbunden mit folgenden weiteren Motiven:

- Suche nach Wertschätzung (.812)
- Prestigecharakter einer Reise (.790)
- Eingehen von Wagnissen und Risiken (.774)
- Sich herausfordern und stimulieren (.705)
- Abschluss eines Lebensabschnittes mit einer Reise (.671)
- Nachtleben (.637)
- Etwas für die Schönheit tun (.630)
- Ursprünglichkeit erleben (.628)
- Exotik erleben (.595)
- Neue Kontakte mit anderen Personen knüpfen (.556)
- Flexible, spontane Entscheidungen fällen können (.538)

Quelle: Travel Market Switzerland; (c) IDT-HSG

Agenda

- Ausgangslage:
  Umwälzungen beeinflussen das zukünftige Freizeitverhalten
- Wann, wie und wo verbringen Leute die Freizeit?
- Was benötigen die Leute in ihrer Freizeit
  und welche Rolle spielt dabei Natur und Landschaft?
- Von welchen Entwicklungstendenzen ist auszugehen?

Was ist eigentlich schön an einer Landschaft? Welches ist der Nutzen von Natur und Landschaft?

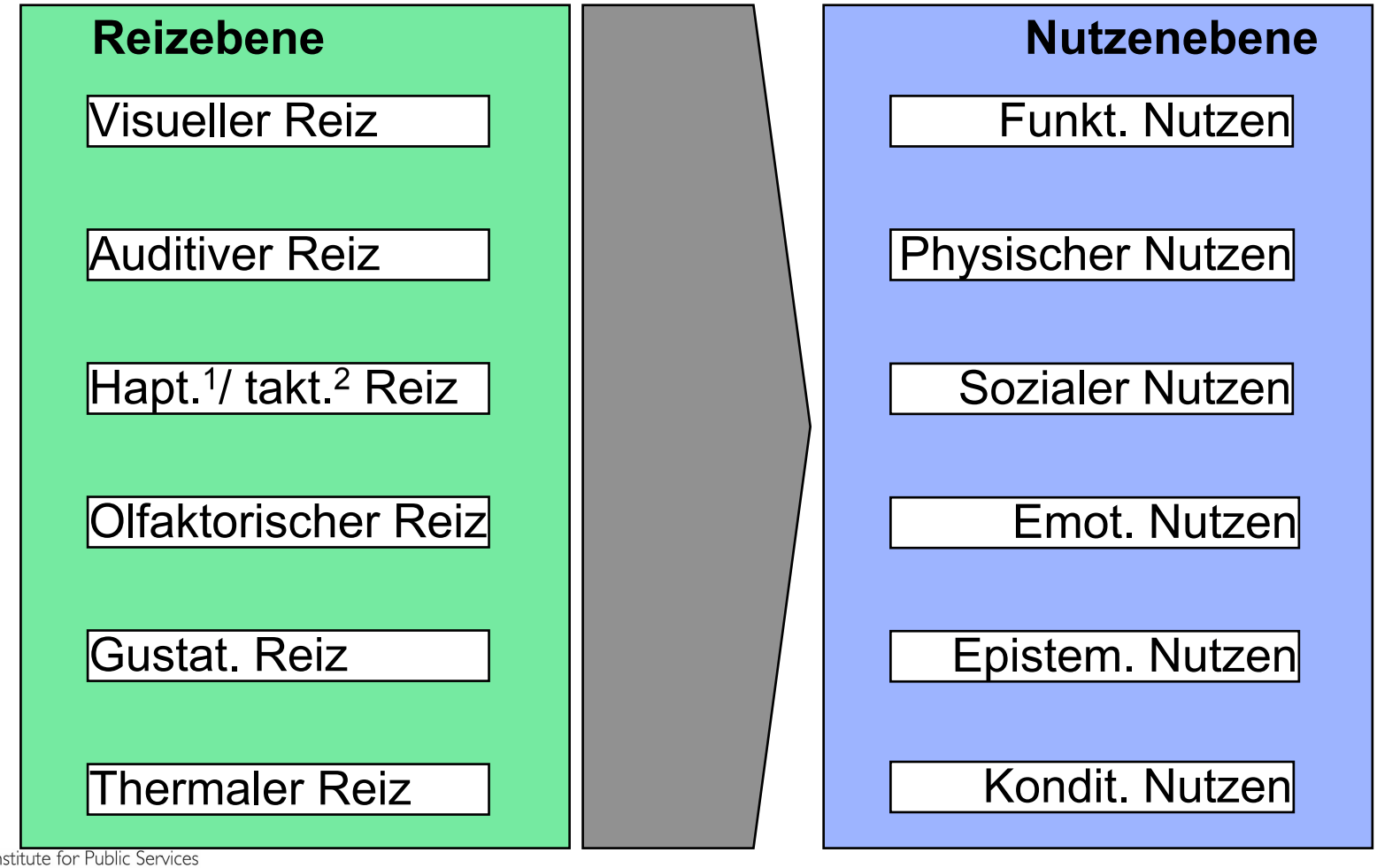


Institute for Public Services
and Tourism

University of St.Gallen

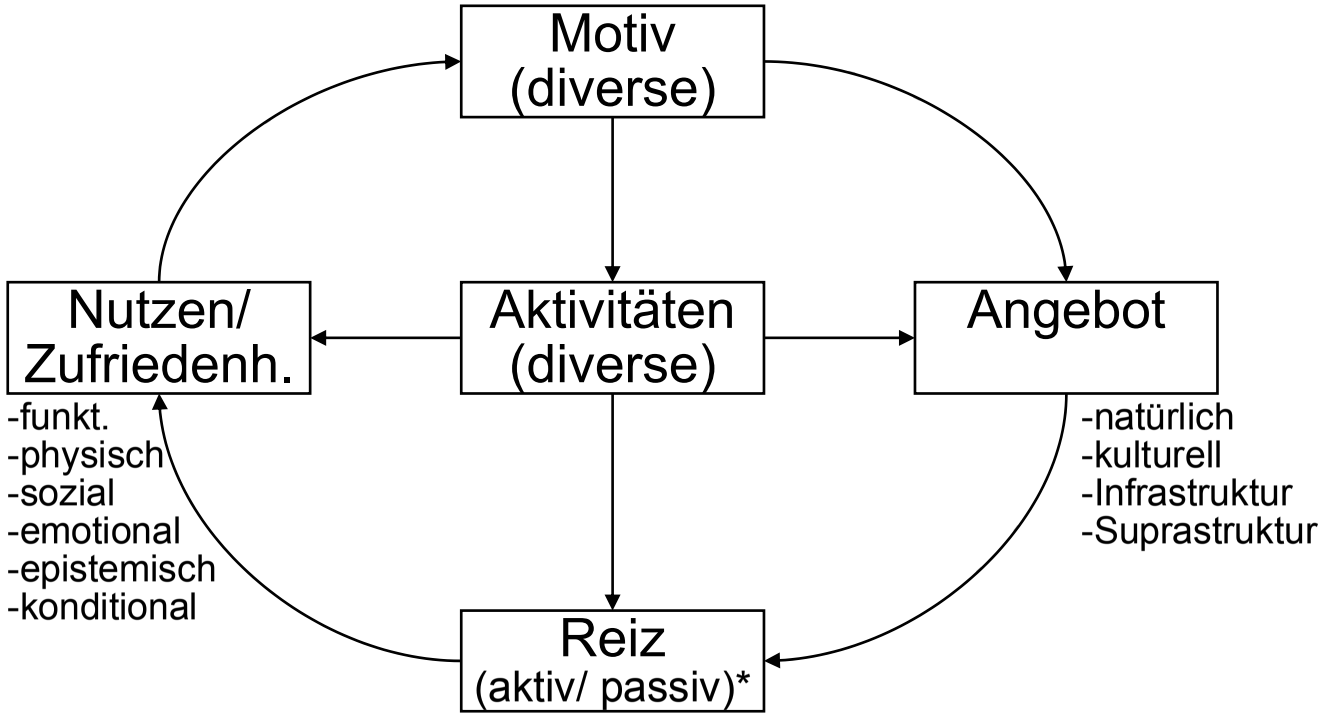
Quelle: Arosa Tourismus

Die Frage ist vielmehr, was Natur auslösen soll bzw. welchen Nutzenbeitrag Natur leisten kann.



[1] Oberflächenbeschaffenheit („anfühlen“)
[2] Resultat einer Berührung/ Bewegung

Der Beitrag von Landschaft und Natur besteht aus dem Generieren von Nutzen mitunter aus Reizen.



Institute for Public Services
and Tourism
University of St.Gallen

* passiv: ungesteuerter Empfang durch Präsenz in Natur und Landschaft
aktiv: Erzeugung eines Reizempfangs durch eigenes Handeln

Beispiel Säntis



Schwägalp/Säntis
NaturErlebnispark

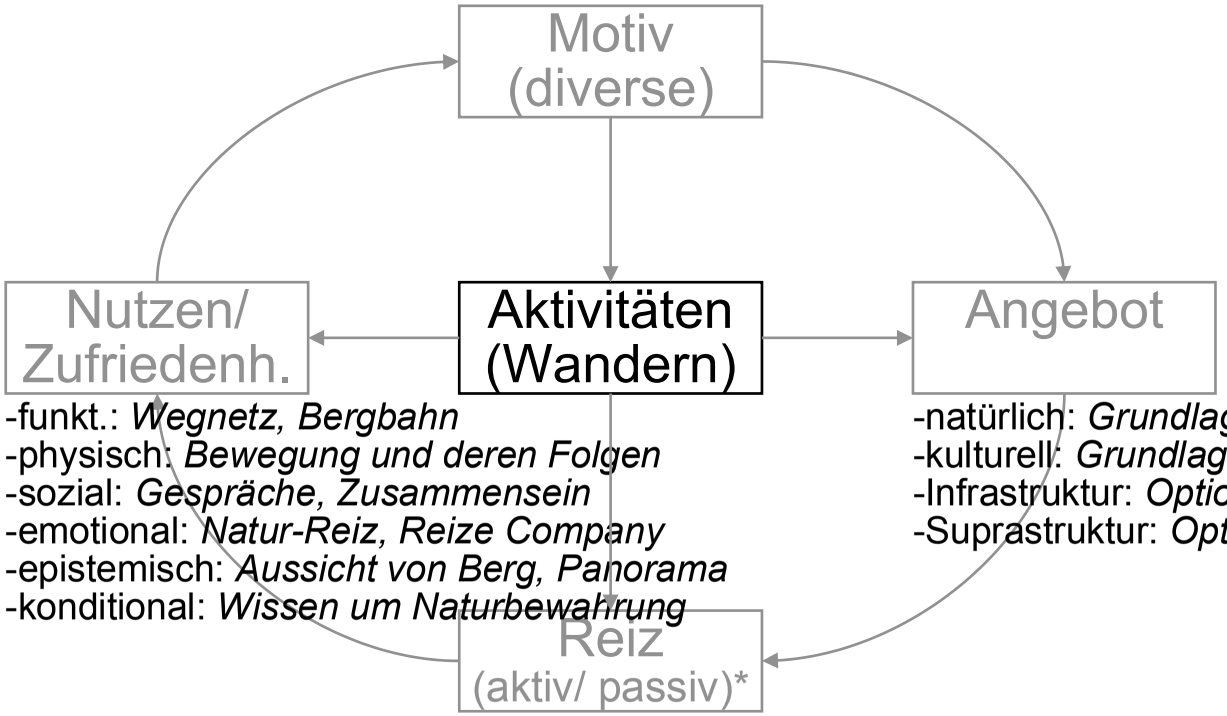




Institute for Public Services
and Tourism

University of St.Gallen

Der Erfolg einer Wanderung im Berggebiet wird von einer Vielzahl von Komponenten bestimmt.



-funkt.: *Wegnetz, Bergbahn*
-physisch: *Bewegung und deren Folgen*
-sozial: *Gespräche, Zusammensein*
-emotional: *Natur-Reiz, Reize Company*
-epistemisch: *Aussicht von Berg, Panorama*
-konditional: *Wissen um Naturbewahrung*

-natürlich: *Grundlage*
-kulturell: *Grundlage*
-Infrastruktur: *Option*
-Suprastruktur: *Option*

-visuell: *Berg, Bergpanorama, Aussicht*
-auditiv: *Wind, Tiere, Musik in Gasthäusern, Gespräche*
-haptisch/ taktil: *Weg unter den Füssen spüren, Muskeln, Müdigkeit*
-olfaktorisch: *Kuhmist, Gräser, Vpf-Gerüche*
-gustatorisch: *Verpflegung aus Rucksack oder Bergrestaurant*
-thermal: *Kälte durch Wind, Wärme durch Sonne*

* passiv: ungesteuerter Empfang durch Präsenz in Natur und Landschaft
aktiv: Erzeugung eines Reizempfangs durch eigenes Handeln

Institute for Public Services
and Tourism
University of St.Gallen

Agenda

- Ausgangslage:
  Umwälzungen beeinflussen das zukünftige Freizeitverhalten
- Wann, wie und wo verbringen Leute die Freizeit?
- Was benötigen die Leute in ihrer Freizeit
  und welche Rolle spielt dabei Natur und Landschaft?
- Von welchen Entwicklungstendenzen ist auszugehen?

Motive legen die Grundlage zukünftiger Entwicklungen. (1)

- Natur als **Rückzugsraum** zwecks Erholung und Ruhe.
  -> Für den Menschen werden wie für Tiere Zonen/ Pockets der Ruhe und des Schutzes geschaffen.
- 100% **Authentizität** und **Ursprünglichkeit** nur nachrangig (da kaum mehr existent).
  -> Die Schweiz ist letztlich ein Stadtstaat mit grossflächigen Parks (Alpen und Mittelland). Diese Parks gilt es, punktuell hochqualitativ zu erschliessen.
- Zugang zu Natur auf **Basis von Verwöhnangeboten** (vgl. Koppelung von Wellness und Natur).
  -> Natur wird durch hochqualitative Suprastruktur (insbesondere Übernachtungsangebote) angereichert und damit ein hochwertiges ergänzendes Angebot geschaffen. Diese Übernachtungsangebote stehen zusehends auch in der „freien“ Natur.

Motive legen die Grundlage zukünftiger Entwicklungen. (2)

- Natur als Basis und **Instrument zur sportlichen Betätigung.**
  -> Natur wird – wo nachgefragt - mit einer für sportliche Betätigungen notwendigen Infrastruktur angereichert. Natur und deren Reize werden mit Hilfe sportlicher Aktivitäten weiter angereichert.
- Zunahme der **Vielfalt an Aktivitäten** in der Natur bei gleichzeitiger Schwergewichtsbildung auf **traditionellen Aktivitäten** (Wandern, Spazieren, Aufenthalt per se, Wintersport).
  -> Es werden – saisonal unterschieden – unterschiedliche Aktivitätenzonen geschaffen, welche ein konfliktfreies Nebeneinander unterschiedlicher Aktivitäten (inkl. Ruhe und Müssiggang) ermöglichen.

Implikationen. Eine auf Aktivitäten basierende Zonentypologie? (Beispiele)

Art der Nachfrage -> Art der Nutzung von Natur	Massen-Nachfrage	Nischen-Nachfrage
Intensiv	Besuch Aussichtsberg Wintersport	Golf Mountain Biking
extensiv	Wandern, spazieren	Bergsteigen

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

Mehr unter www.alexandria.unisg.ch

Institute for Public Services
and Tourism

University of St.Gallen