

Gruppen stark divergierende Einschätzung hinsichtlich der Informationsvermittlung über Special-Interest-Zeitschriften. Die Hälfte der Vertreter der Medien sieht die Special-Interest-Zeitschriften als wirkungsvollsten Weg der Informationsverteilung an. Bei den anderen Gruppierungen liegt der Wert mit 7 bis 19 % erheblich darunter.

Bei der Frage nach dem zweitwirksamsten Medium ergab sich keine so ausgeprägte Bevorzugung eines Mediums wie bei der Einschätzung des wirkungsvollsten Mediums. Fernsehspot, Radiospot, Tageszeitung, Special-Interest-Zeitschrift und Vereins-/Verbandsorgan unterscheiden sich nur in wenigen Prozentpunkten voneinander. Das Faltblatt rangiert wiederum am untersten Ende der Skala.

Integration von Naturschutzthemen in Händler-schulungen

Die Einzelhändler werden von den größeren Firmen regelmäßig über Produktinnovationen geschult. Dies geschieht schriftlich, über Vertreter, die die Läden aufsuchen und in Seminaren. Gerade die Zusammenkünfte außerhalb des üblichen Ladenbetriebes erscheinen als gute Möglichkeit, Naturschutzthemen dem Einzelhandel nahezubringen. Bislang wurden Naturschutzinformationen nur in Ausnahmefällen in Händlerschulungen integriert. Um zu testen, welches Meinungsbild Handel und Hersteller zu der Idee, über Naturschutzthemen im Rahmen der Händlerfortbildung zu informieren haben, wurden die relevanten Gruppen entsprechend befragt. 2/3 der befragten Händler und Hersteller standen der Idee positiv gegenüber, nur 10 % lehnten es ab, Naturschutz als zusätzliches Thema in Serviceveranstaltungen für den Einzelhandel einzubinden. Ein Viertel der Befragten wollte sich zum Vorschlag nicht äußern. Besonders positiv war die Resonanz beim Großhandel. Fast 90 % der Vertreter der Großhandels befürworteten die Aufnahme von Naturschutz in Händlerschulungen. Etwas reservierter war die Haltung der Hersteller, bei denen rund die Hälfte die Idee gut fand.

Präsenz des Naturschutzes auf Outdoor-Fachmessen

Die Befragung ergab eine sehr hohe Zustimmung für die Präsentation von Naturschutzinformationen auf Outdoor-Fachmessen. 86 % der Befragten sahen es als wichtig an, daß der Naturschutz auf der Outdoor '97 vertreten war. Nur 12 % betrachteten Naturschutzinformationen auf einer Outdoor-Fachmesse als überflüssig. Einige der Befragten beklagten, daß sie aus Zeitgründen nicht dazu kämen, das Naturschutzangebot auf der Messe angemessen wahrzunehmen. Zwischen Handel, Hersteller und Medien bestanden nur marginale Unterschiede in der Bewertung der Naturschutzpräsenz auf der Outdoor '97.

7. Allgemeine Empfehlungen zur Förderung von naturverträglichem Verhalten im Outdoorsport

Wie in Kap. 4 aufgezeigt, gibt es eine breite Spanne an Handlungsmöglichkeiten zur Förderung von naturverträglichem Verhalten im Outdoorsport, die auf dem Prinzip der Freiwilligkeit beruhen. Die verschiedenen Kategorien freiwilliger Instrumente und Maßnahmen sind wichtige Elemente in der Lösungsstrategie für Konflikte zwischen Outdoorsport und Naturschutz und können im Einzelfall auch für die Konfliktlösung allein ausreichend sein. Übergeordnet betrachtet ist es aber erforderlich, freiwillige Instrumente mit anderen Maßnahmen in ein Gesamtkonzept zusammenzuführen. Weitere wichtige Bausteine für die Vermeidung und Lösung von Konflikten im Bereich der landschaftsbezogenen Sportarten sind:

- großräumige Verlagerung von Aktivitäten und Einrichtungen in weniger empfindliche Bereiche,
- Erweiterung des Angebots in belastbaren und unter Umständen landschaftlich aufzuwertenden Gebieten,
- Schaffung attraktiver Sport-, Freizeit- und Erlebnisangebote im näheren Wohnumfeld,
- Anlage von Auffang- und Ersatzangeboten in speziell geschaffenen Anlagen (z.B. Kletterwände),
- Erlaß und Überwachung entsprechender ordnungsrechtlicher Maßnahmen sowie Sanktion von Verstößen in Fällen, in denen vom Outdoorsport eine besonders starke Gefährdung auf die Natur ausgeht (AK SPORT UND UMWELT, 1998).

Nähere Ausführungen zur Gestaltung dieser weiteren Bausteine sind aber nicht Aufgabe dieses Forschungsberichts und werden deshalb hier nicht gegeben. Die nachstehenden Empfehlungen beziehen sich ausschließlich auf die in Kap. 4 vorgestellten freiwilligen Instrumente.

Aus den in Kap. 3-6 vorgestellten Fallstudien lassen sich folgende Empfehlungen für die Optimierung der freiwilligen Instrumente ableiten:

• Sich mehr auf die unterschiedlichen Zielgruppen ausrichten!

Die Sportlergruppen, die die hier behandelten Outdoorsportarten ausüben, unterscheiden sich sehr stark voneinander. Jede Sportlergruppe weist ein charakteristisches, sie von der anderen Gruppe differenzierendes Cluster an sozio-demographischen Merkmalen, Motiven der Sportausübung, Ausübungsorten und -frequenzen auf. Meist gibt es auch innerhalb der Sportlergruppen noch Untergruppierungen mit deutlichen gegenseitigen Merkmalsunterschieden. Die bisherige Informations- und Umweltbildungsarbeit berücksichtigt diese Unterschiede und Eigenheit bislang vielfach unzureichend. So

kommt es zu Defiziten bei der Verbreitung und bei der Rezeption von Informationen.

- **Fehlverhalten öffentlich anprangern!**

Das gesellschaftliche Meinungsbild ist bei der persönlichen Entscheidung jeden Outdoorsportlers sich an bestimmte freiwillige Maßnahmen zu halten oder diese nicht zu beachten, oft sehr bedeutsam. Wird eine bestimmte Verhaltensweise öffentlich geächtet, führt dies beim Großteil der Sportler zu einer erhöhten Akzeptanzbereitschaft. Wie durchgreifend die öffentliche Ächtung sein kann, hat das Beispiel der Anti-Müll-Kampagne gezeigt. Müll in der freien Natur wegzuerwerfen, ist gesellschaftlich so negativ besetzt, daß sich das Müllproblem sehr stark reduziert hat. Eine ähnliche Entwicklung läßt sich auch hinsichtlich der Benutzung von Abschnedern feststellen. Seit Jahren predigen die Sportverbände, allen voran der DAV, Abschneider nicht zu benutzen; inzwischen ist zu beobachten, daß dies Wirkung zeigt.

- **Sich abzeichnende Trends bereits im Vorfeld aufgreifen!**

Lenkungsmaßnahmen hinken oft den Trends hinterher und werden erst dann ergriffen, wenn es bereits zu deutlichen Problemen gekommen ist. Sie sind dann vielfach wenig wirksam, weil sie in bereits eingetübte Verhaltensweisen eingreifen. Viel leichter durchzusetzen sind Lenkungsmaßnahmen, wenn sie bereits am Anfang von sich abzeichnenden, (potentiell) naturschädigenden Trends durchgeführt werden.

Aus Gutachtersicht besteht insbesondere für das Downhill-Biking, eine Variante des Mountainbikings mit speziell für Abfahrten konstruierten Rädern, derzeit Chance wie Notwendigkeit, steuernd zu Beginn eines sich entwickelnden Trends einzugreifen. Das Downhill-Biking spricht schätzungsweise 3 bis 5 % der Mountainbiker an. Geht man von der von WÖHRSTEIN (1998) ermittelten Zahl von rund 1 Million aktiver Mountainbiker in Deutschland aus, so ergibt sich ein Marktpotential von bundesweit ca. 30.000 - 50.000 Personen, davon ein Großteil in Süddeutschland. Für das Downhill-Biking gibt es im bayerischen Alpenraum bislang keine einzige, allgemein freigegebene Anlage. Im ganzen süddeutschen Raum besteht momentan nur in Todtnau im Südschwarzwald ein sog. Downhill-Park mit zwei speziell angelegten Abfahrtskursen. Trotz des relativ geringen Höhenunterschieds der Kurse, der langsamen Auffahrt mit einem veralteten Sessellift, der verkehrlich etwas abgelegenen Lage von Todtnau und dem so gar nicht trendigen Image des Schwarzwaldes, wird das Downhill-Angebot erstaunlich gut angenommen. Im Sommerhalbjahr hat sich der Auslastungsgrad des Sessellifts nach Angabe des Liftpersonals verdoppelt. Die Biker kommen aus einem Einzugsgebiet von bis zu 200 km für ein Wochenende nach Todtnau. Weitere Downhillparks gibt es in Öster-

reich, der Schweiz, Italien und in Frankreich (WIMMER, 1997). Somit dürfte es nur noch eine Frage der Zeit sein, bis dieser Trend auch in die bayerischen Alpen kommt. Im Gegensatz zum normalen Mountainbiking, ist das Downhill-Biking im Regelfall mit Naturbelastungen insbesondere durch schnelle Erodierung verbunden. Auch landschaftsästhetisch stellt es eine Beeinträchtigung dar, da die Kurse durch die Erosion ohnehin schnell auffallen und zudem häufig zu beiden Seiten mit weithin sichtbaren Farbbändern markiert sind. Um eine unkontrollierte Entwicklung möglichst zu verhindern, sollte möglichst bald mit den Liftunternehmern über deren Einstellung zum Downhill-Biking gesprochen werden und die vermutlich nicht ausbleibende Etablierung des Downhill in den bayerischen Alpen möglichst umweltverträglich gestaltet werden.

- **Motive für die Sportausübung stärker beachten!**

Die Bereitschaft zur freiwilligen Selbstbeschränkung ist in hohem Maße davon abhängig, wie stark die Selbstbeschränkung die Erfüllung der Motive für die Sportausübung reduziert. So ist z.B. ein wichtiger Grund für die allgemein hohe Akzeptanz der Bitte an Wanderer, die Wege nicht zu verlassen, daß ohnehin die allermeisten Wanderer am liebsten auf Wegen wandern. Widerstrebt eine Regelung in hohem Maße der jeweiligen Motiverfüllung des Sportlers, sinkt ihre Akzeptanz stark und das angestrebte Ziel kann nicht erreicht werden. Um vor Ort Entlastungseffekte zu erzielen, ist es deshalb wichtig, nicht nur die naturschutzfachlichen Kriterien in die Planung einzubeziehen, sondern auch die Auswirkungen der Regelung auf die Motiverfüllung der jeweils betroffenen Sportlergruppe zu bedenken. Es gibt zahllose Beispiele, bei denen offensichtlich an den Motiven der Sportler vorbeigeplant worden ist und die Regelungen deshalb ihre Wirkung nicht voll entfalten konnten.

- **Mehr in Allianzen zwischen Interessensvertretern des Sports und des Naturschutzes arbeiten!**

Wie verschiedene Projekte (z.B. die Gemeinschaftsaktion "Schibergsteigen umweltfreundlich" des DAV und der StMLU, Umweltbildungsangebote des DKV) und auch Befragungen zeigen, steigt die Akzeptanz von freiwilligen Maßnahmen, wenn sie gemeinsam von möglichst vielen Interessensvertretern aus Sport wie Naturschutz gemeinsam getragen werden.

- **Möglichst alle Nutzergruppen einbinden!**

In vielen Fällen ist der Outdoorsport nicht der einzige naturbelastende Faktor, sondern es ist ein ganzes Nutzungsgeflecht für die Bedrohung von Arten und Lebensräumen verantwortlich. Entsprechend sind Konzepte zu erstellen, die möglichst alle beeinträchtigenden Nutzungen umfassen. Werden nur die Outdoorsportler eingeschränkt, so fühlen sich diese ungerecht behandelt, wodurch die Akzeptanz stark

gehemmt wird. Auch wird mit ausschließlich auf den Outdoorsport gerichteten Maßnahmen nicht das avisierte Ziel erreicht, da Veränderungen bei allen störenden Nutzungen und nicht nur beim Outdoorsport ansetzen müssen.

- **Kommerzielle Veranstalter vermehrt ansprechen!**

In einigen Sportarten gibt es einen großen Anteil von Sportlern, die die Angebote kommerzielle Outdoorveranstalter wahrnehmen. Diese treten teilweise nur als Verleiher von Ausrüstung auf, andere bieten geführte Touren und die entsprechende Ausrüstung an. Bislang sind die kommerziellen Veranstalter meist nur in geringem Umfang in die vielfältigen, auf Freiwilligkeit beruhenden Maßnahmen eingebunden. Um entsprechende Entlastungseffekte bei den Teilnehmern organisierter Angebote zu erreichen, sollten die Veranstalter stärker eingebunden werden.

- **Stärker mit Institutionen des Tourismus kooperieren!**

Die Tourismuswirtschaft kann über Marketingstrategien auf das Outdoorsport-Naturschutz-Verhältnis ganz entscheidend Einfluß nehmen. Die Möglichkeiten, mit einer zurückhaltenden touristischen Vermarktung des Outdoorsports und einem flankierenden Informationskonzept Naturbelastungen zu vermeiden, werden noch nicht voll ausgeschöpft. Möglicherweise ist dies darauf zurückzuführen, daß der Austausch zwischen Naturschutz und Tourismuswirtschaft bislang eher gering ist.

- **Bei der medialen Information und Aufklärung ein verändertes Medienspektrum nutzen!**

Die bisherige über Medien erfolgende Informationspolitik setzt vor allem auf Print-Medien. Ein nicht unbeträchtlicher Teil der Sportler wird aber durch diese Praxis kaum erreicht. Ein wichtiger Grund hierfür liegt darin, daß die Nutzung und das Ansehen der Print-Medien für die Informationsvermittlung wesentlich geringer ist als das anderer Medien, und den Printmedien deshalb weniger Aufmerksamkeit entgegengebracht wird. Insbesondere die Faltposter, die bislang in der Aufklärung über naturgerechte Outdoorsportausübung eine große Rolle spielten, werden als weitgehend wirkungslos betrachtet.

Das Fernsehen wird als wichtigstes und glaubwürdigstes Informationsmedium betrachtet, sendet aber aktuell nur in verschwindendem Umfang Beiträge im Bereich "Outdoorsport und Naturschutz". Zukünftig sollte das Fernsehen als Informations- und Aufklärungsmedium stärker genutzt werden, so könnte z.B. die eingestellte Reihe "Sport und Umwelt" der ARD aktiviert oder auch neue Reihen und Beiträge konzipiert werden.

Zusätzlich zu den klassischen Medien sollten in Zukunft auch die sog. neuen Medien stärker genutzt

werden. Internet-Zugang und moderne Computer-Hardware sind unter den Outdoorsportlern überdurchschnittlich verbreitet und werden auch bei der Tourvorbereitung genutzt. So liegt es nahe, Tourinformationen und Naturschutzinfos mit Links zu verknüpfen und so eine neue Informationsschiene aufzubauen.

Ein vielversprechender Ansatz zur Nutzung dieser neuen Medien wurde durch das Ministerium für Umwelt, Raumordnung und Landwirtschaft des Landes Nordrhein-Westfalen mit der CD-ROM "Wassersport & Naturschutz" (MURL, 1998) beschritten. Die umfangreiche CD-ROM vereinigte in beispielhafter Form Informationen über Wassersportmöglichkeiten mit Naturschutzinformationen.

- **Mindest-Informationsniveau einhalten!**

Knappe Informationen sind in einer Zeit permanenter Reizüberflutung wichtig. Dennoch sollten die Informationen nicht zu knapp gehalten werden. Gerade bei Maßnahmen, die mit einer Einschränkung der Sportausübung verbunden sind, wird von den Sportlern erwartet, daß sie nachvollziehbar begründet werden.

- **Keine Banalitäten!**

Es dürfte mittlerweile jedem klar sein, daß Müll nicht in die freie Landschaft gehört und daß übermäßiges Lärmen weder die Mitsportler noch die Tiere freut. Obwohl dies inzwischen zur Allgemeinbildung nicht nur jeden Outdoorsportlers, sondern praktisch jeden Menschen gehört, sind entsprechende Verhaltenshinweise in sehr vielen Broschüren und Faltpostern immer noch enthalten. Läßt man diese banalen Verhaltensempfehlungen weg und konzentriert sich auf nicht selbstverständliche Hinweise, dürfte diesen eine höhere Aufmerksamkeit zukommen.

- **Sich auf das Laienwissen einstellen!**

Neben der Unterforderung durch banale, selbstverständliche Informationen, ist aber auch die Überforderung der Sportler durch zu hohe Anforderungen an Naturschutz-Spezialwissen zu vermeiden. Anforderungen wie "Nehmen Sie in Feuchtgebieten von internationaler Bedeutung bei der Ausübung von Wassersport besondere Rücksicht", wie sie in den 10 Goldenen Regeln für den Wassersport enthalten sind, müssen fast zwangsläufig ins Leere laufen, weil nur einem verschwindend kleinen Anteil von Wassersportlern überhaupt bekannt ist, ob sie sich in einem Feuchtgebiet von internationaler Bedeutung aufhalten oder nicht.

- **Ökologische Informationen mit Sportinformationen häufiger kombinieren!**

Das Interesse der meisten Outdoorsportler ist primär auf Informationen über attraktive Sportangebote gerichtet. Ausschließlich naturschutzbezogene Informationen laufen Gefahr, daß sie nicht beachtet werden. Günstig für die Rezeption von Naturschutzbeiträgen ist es deshalb, diese mit sportlichen

Informationen zu kombinieren. In vielen Special-Interest-Zeitschriften ist dies bereits der Fall, auch bei der Konzeption der sog. Umweltecken im Sportfachhandel sieht man eine Mischung auf ökologischer Information und Sportinformation als sinnvoll an, da dadurch die Attraktivität steigt. Darüberhinaus bestehen noch vielfältige Ausbaumöglichkeiten.

- **Öfter lokalen Bezug herstellen!**

Über Medien vermittelte Informationen kommen meist besser an, wenn sie deutlichen Bezug zur persönlichen Lebenswelt des Lesers haben. Lokale Bezüge sprechen das Verantwortungsbewußtsein des einzelnen stärker an. So dürfte z.B. die Bereitschaft, auf das Anlanden an Kiesbänken im Habitat von Flußuferläufern zu verzichten, grösser sein, wenn man mehr über die regionale Bedrohung der Art weiß, als wenn nur die bundesweite Bedrohung angegeben ist.

- **Verhaltensregeln vereinheitlichen!**

Die Verhaltensregeln für die verschiedenen Sportarten laufen im Kern meistens immer wieder auf wenige zentrale Aussagen hinaus. In unzähligen Broschüren, Faltblättern, Plakaten, Schildern etc. werden diese Kernaussagen vielfach variiert. Dies ist mit einem hohen finanziellen und personellen Aufwand verbunden, weil jeweils wieder neu Gestaltung und Inhalte entworfen und abgestimmt werden und wegen vergleichsweise niedriger Auflagen hohe Kosten für die Produktion pro Einheit entstehen. Da nur die wenigsten Informationen auf regionale Gegebenheiten abstellen, ist in der Vielfalt meist kein deutlicher Vorteil zu erkennen. Deshalb sollte in den Fällen, in denen es um die Vermittlung nicht gebietsspezifischer Verhaltensregeln geht, Informationsstandards erarbeitet und umgesetzt werden. Dadurch ließen sich nicht nur Kosten einsparen. Auch ist mit einem höheren Wiedererkennungswert zu rechnen, der sich dadurch, daß die Information sehr leicht wahrgenommen und verarbeitet wird, akzeptanzfördernd auswirken könnte.

- **Stichhaltige Begründungen liefern!**

Eine wichtige Voraussetzung für die Akzeptanz von Lenkungsmaßnahmen ist die Einsicht in die fachliche Erfordernis. Die Begründungen müssen für die Laien verständlich und knapp, aber doch so stichhaltig sein, daß das Schutzziel klar erkennbar wird. Begründungen wie "zum Schutz unserer Berge", wie sie gelegentlich zu lesen sind, sind nichtssagend und verärgern eher, als daß sie erklären.

- **Gleichgelagerte Fälle gleich behandeln!**

Für die Glaubwürdigkeit von Verhaltensempfehlungen ist es unabdingbar, daß vergleichbare Sachverhalte auch zu denselben Empfehlungen führen. Die häufig sehr mobilen Outdoorsportler vergleichen durchaus die Beschränkungen und Hinweise an verschiedenen Orten. Divergieren diese ohne einsichtigen Grund sehr stark, untergräbt dies die Akzep-

tion, da die Berechtigung der Empfehlungen/ Beschränkungen nicht nachvollziehbar ist.

- **Verstärkt Möglichkeiten der persönlichen Information außerhalb von Sportverbänden schaffen!**

Persönliche Informationsvermittlung über Naturschutzthemen von sachkundigen, aber nicht-dogmatisch wirkenden Personen kommt bei den meisten Sportlern sehr gut an. Die Umweltbildung "von Mensch zu Mensch" spielt deshalb bei den großen Verbänden eine wichtige Rolle. Sie erreicht aber die große Zahl nicht-organisierter Sportler nicht. Der Organisationsgrad in den hier behandelten Sportarten ist sehr unterschiedlich. Während die Hänggleiter zu rund 90 % Mitglieder beim DHV sind, liegt der Anteil bei den Mountainbikern bei nur knapp 15 %, ein großer Teil davon in kleineren, regionalen Mountainbike-Clubs, die ihrerseits nur selten einer übergeordneten Dachorganisation angehören (WÖHRSTEIN, 1998: 22). Bei fast allen Sportarten ist zu beobachten, daß der Anteil der nicht-organisierten Sportler seit Jahren zunimmt. Diesem Trend können sich auch die Natursportverbände nicht völlig einziehen. Um die große Gruppe der nicht-organisierten Sportler besser zu erreichen, sollten mehr Angebote zur persönlichen Informationsvermittlung außerhalb dieser Sportverbände geschaffen werden.

- **Bei bestehenden Initiativen in regelmäßigen Abständen Zwischenbilanz ziehen!**

Angesichts der umfangreichen und teilweise auch sehr kostenintensiven Harmonisierungsbestrebungen zwischen Outdoorsport und Naturschutz ist es überraschend, daß bislang nur in wenigen Fällen die Wirkungen hinterfragt werden. Zukünftig sollte es zum Standard werden, in regelmäßigen Abständen mit den jeweils Betroffenen Gespräche über die Akzeptanz und die Wirkung der Maßnahmen zu führen.

- **Wettbewerbe für Kooperationsprojekte Naturschutz/ Outdoorsport fördern!**

Wettbewerbe schaffen einen Ansporn, sich tiefergehend mit der Thematik auseinanderzusetzen. Bereits aus dieser umweltpädagogischen Überlegung heraus, sollten mehr Wettbewerbe mit der Zielsetzung, einen Ausgleich zwischen den Anforderungen des Naturschutzes und den Wünschen der Outdoorsportler durchgeführt werden. Darüberhinaus haben Wettbewerbe auch eine wichtige Funktion als Vermittler für gelungene Konzepte.

- **Geglückte Lösungen besser bekannt machen!**

Erfolgsmeldungen wirken motivierend. Deshalb ist es wichtig, positiv verlaufene Aktionen herauszustellen und die einzelnen Umstände, die zum Erfolg führten, zu klären und aufzubereiten. Manch Fehlschläge ließen sich vermeiden, wenn Interessenten für zukünftige Maßnahmen auf einen Erfahrungspool zurückgreifen könnten, in dem insbeson-

dere positiv verlaufene Aktionen dokumentiert sind. Für den bayerischen Alpenraum böte sich hierfür z.B. das Gemeindeforschungsnetzwerk Alpen an. Eine weitere Möglichkeit bestünde in Zugriffsmöglichkeiten auf die Dokumentation des Verbands der Deutschen Naturparke. Der Verband schreibt seit 1992 einen Bundeswettbewerb zum Thema "Natur und Freizeitsport - Konflikte und Lösungen" aus und verfügt dementsprechend über eine breite Sammlung verschiedenster Aktivitäten quer durch das ganze Bundesgebiet.

- **Umweltbildungsangebote erhalten und ausweiten!**

Umweltbildung ist elementarer Bestandteil der freiwilligen Maßnahmen zur Konfliktlösung. Deshalb ist es sehr wichtig, daß die Umweltschutzarbeit in den verschiedenen Institutionen auf hohem Niveau fortgeführt wird. Hierzu sollten die Umweltreferentenstellen erhalten und nach Möglichkeit ausgeweitet werden. Die Umweltreferenten sollen weitreichende Entscheidungsbefugnisse haben und es sollte leicht handhabbare, ansprechende Unterrichtsmaterialien geben. Der Unterrichtszeitraum sollte so bemessen sein, daß nicht nur die elementarsten Kenntnisse vermittelt werden können. In manchen Sportverbänden werden die Öko-Schulungen in einem zeitlich sehr engen Rahmen abgewickelt. Es drängt sich dann die Frage auf, inwiefern die oft komplizierten ökologischen Zusammenhänge noch ausreichend vermittelt werden können.

Die Vermittlung von Verhaltensregeln sollte möglichst in ein ganzheitliches Umweltbildungskonzept eingebettet sein, da eine viele Sinne ansprechende Umweltbildung intensiver ist und deshalb mit größerer Wahrscheinlichkeit zu einer Verhaltensanpassung führt, als die ausschließliche Vermittlung von Fakten.

- **Jugendarbeit außerhalb von Sportverbänden verstärken!**

Outdoorsport ist bei Jugendlichen sehr beliebt; Freizeitforscher rechnen damit, daß dies in den nächsten Jahren auch so bleiben wird. Die meisten Sportverbände engagieren sich in einer umweltpädagogischen Jugendarbeit. Aufgrund des sehr heterogenen Organisationsgrades der jugendlichen Outdoorsportler, können sie aber nur einen Teil der Jugendlichen erreichen. Um diese Lücke zu füllen, sollten sich schulische Einrichtungen und nicht-schulische Institutionen stärker in diesem Feld betätigen.

- **Zusätzliche Austauschforen v.a. auf unterer Ebene schaffen!**

Um den häufig stockenden Informationsaustausch vor Ort zu stärken, sollten zukünftig zusätzliche Foren für einen lokalen und regionalen Austausch geschaffen werden. Ein geeignetes Forum hierfür könnten z.B. die AGENDA 21-Prozesse sein, die in einigen Gemeinden der bayerischen Alpen bereits

angelaufen sind und vermutlich noch in zahlreichen weiteren Gemeinden stattfinden werden.

- **Geplante Projekte realisieren!**

Es gibt viele schon stark konkretisierte Ansätze für eine Ausweitung und Verbesserung der Umweltbildung und einer noch besseren Abstimmung zwischen Naturschutzbelangen und den Interessen des Sports. Dazu zählen z.B.:

- Die Bestrebungen der Fachgruppe OUTDOOR in die Vereinbarung zur Werbung mit Outdoorsport auch die großen Sportfachhändler mit eigenem Katalog einzubeziehen (Hr. Kullmann, Fachgruppe Outdoor, 1998, brfl.).
- Das Vorhaben, die Ständer mit Naturinformationen in Sportfachgeschäften (sog. Umweltecken), möglichst flächendeckend einzuführen (Fr. Kudella, StMLU, 1998, brfl.).
- Der Plan des Landesverbands Bayern des DJH, ökologische Reiseinformationen zu möglichst vielen Reisezielen herauszugeben (Hr. Murböck, Landesverband Bayern des DHV, 1998, mdl.).
- Die beabsichtigte Kooperation zwischen dem DHV und dem Landesbund für Vogelschutz (LBV) zur Überprüfung von Flugrouten auf die Habitatsituation von naturschutzfachlich bedeutsamen Vogelarten (Hr. Raab, LBV, 1998, mdl.).
- Die vom DHV geplante Untersuchung über möglichst naturverträgliche und funktionale Materialien für Abdeckungen auf Startplätzen von Hängegleitern (Hr. Klaassen, DHV, 1998, brfl.).

All diese Projekte sollten realisiert und in ihrer Wirkung beobachtet werden.

8. Ausblick

Wie bereits in Kap. 4.3 erläutert, gibt es einen enormen Forschungsbedarf zur Evaluierung der vielfältigen Maßnahmen. Kenntnislücken bestehen sowohl, was Wahrnehmung und Akzeptanz bei den Sportlern betrifft, als auch im Hinblick auf die tatsächlichen, durch die freiwilligen Maßnahmen erzielten Entlastungseffekte der Natur. An die künftige wissenschaftliche Forschung im Überlagerungsbereich von Outdoorsport und Naturschutz müssen deshalb folgende Kernforderungen gestellt werden:

- **Wissen über Wahrnehmung von Umweltbildung vertiefen!**

Nur sehr vereinzelt wird bislang fundiert überprüft, inwiefern die Umweltbildungsangebote und Umweltinformationen bei den Sportlern aufgenommen werden und welche Einflußgrößen für eine hohe Wahrnehmung günstig sind.

Titelbild:

Die hier abgedruckte Zeichnung war der Beitrag des Karikaturisten Horst Haitzinger zur Festschrift der ANL "Persönlichkeiten und Prominente nehmen Stellung zum Naturschutz und zur Akademie" anlässlich ihres 20jährigen Bestehens (1996) veröffentlicht als Laufener Seminarbeiträge 5/96 auf Seite 37.

Was wären schon all die wissenschaftlichen Bemühungen wert, wenn wir nicht Mitmenschen hätten, die in aller drastischen Deutlichkeit, aber dennoch in witziger Weise versöhnlich, die Zusammenhänge ins rechte Bild setzen können. Dafür auch hier herzlichen Dank! (Die Herausgeber)

Laufener Forschungsbericht 6

Bayerische Akademie für Naturschutz und Landschaftspflege (ANL)

ISSN: 0946-5006

ISBN: 3-931175-29-4

Zitiervorschlag: WESSELY, Helga und SCHNEEBERGER, Rudi (1999):
Outdoorsport und Naturschutz.-
Laufener Forschungsbericht 6

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

Auftraggeber: Bayerische Akademie für Naturschutz und Landschaftspflege (ANL)

Bearbeitung: Helga Wessely
Wilhelm-Keim-Str. 17
82031 Grünwald

Schriftleitung
und Redaktion: Dr. Christian Stettmer und Dr. Notker Mallach (ANL)

Für die Einzelbeiträge zeichnen die jeweiligen Referenten verantwortlich.

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

Satz: Marianne Zimmermann, Freilassing
Herstellung der Farblithos: Fa. Hans Bleicher, Laufen
Druck und Bindung: ANL
Druck auf Recyclingpapier (aus 100% Altpapier)