

**NATURSPORT.
UMWELT.
Bewusst**

NATURSPORT IN DEUTSCHLAND -

eine Studie zu Einstellungen,
Verhalten und Kommunikation
von Natursporttreibenden



WWW.NATURSPORT-UMWELT-BEWUSST.DE

ERGEBNISBERICHT

zur Natursportstudie im Rahmen des Projektes
"Natursport.Umwelt.Bewusst"
mit der Beispielaktivität Geocaching

DeutscherWanderverband



Herausgeber:

Deutscher Wanderverband (2019): „Naturesport in Deutschland“ - eine Studie zu Einstellungen, Verhalten und Kommunikation von Naturesporttreibenden. Ergebnisbericht zur Naturesportstudie im Rahmen des Projektes „Naturesport.Umwelt.Bewusst“ mit der Beispielaktivität Geocaching. Kassel.

Bildnachweis:

Soweit nicht anders angegeben: ©DWV

Wir sagen DANKE!

Die Umfrage und das gesamte Projekt wären nicht ohne ein Netzwerk von UnterstützerInnen und PartnerInnen zu realisieren gewesen. Besonderer Dank gilt dem Umweltbundesamt und dem Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit und deren MitarbeiterInnen, die das Projekt finanziell, organisatorisch und durch die inhaltliche Betreuung unterstützt haben.

Der Projektbeirat hat das Projektteam umfangreich inhaltlich und strategisch beraten. So wurde u.a. das Fragebogendesign für die Umfrage gemeinsam mit den Beiratsmitgliedern getestet und verbessert, sowie die Auswertungsschwerpunkte diskutiert. Wir danken allen Mitgliedern im Projektbeirat.

Im Beirat waren folgende Organisationen und Verbände vertreten (Auflistung ohne weitere Einzelpersonen), Stand 2019:

- Arbeitsgemeinschaft Deutscher Waldbesitzerverbände e.V. (AGDW)
- Bundesamt für Naturschutz (BfN)
- Bundesweiter Arbeitskreis der staatlich getragenen Bildungsstätten im Natur- und Umweltschutz (BANU), vertreten durch Natur- und Umweltschutz-Akademie NRW (NUA)
- Deutscher Bauernverband e.V. (DBV), vertreten durch Kreisbauernverband Kassel
- Deutscher Jagdverband e.V. (DJV), vertreten durch Kreisjagdverein Hofgeismar
- Deutscher Tourismusverband e.V. (DTV)
- Deutsche Wanderjugend (DWJ)
- Deutscher Wanderverband (DWV)
- EUROPARC Deutschland e.V.
- Geocaching Rheinland e.V.
- Niedersächsische Landesforsten
- Ökologischer Tourismus in Europa e.V. (ÖTE)
- Umweltcacher.de
- Verband Deutscher Naturparke e.V. (VDN)

Begleitend:

- Umweltbundesamt (UBA)
- Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU)

Umfrage:

Zahlreiche Organisationen, Medien, Unternehmen und Einzelpersonen haben den Aufruf zur Umfrage geteilt und weiter verbreitet. Darunter Geocaching-Medien wie z.B. Cachefrequenz oder Podkst sowie einige Geocaching-Vereine. Auch Outdoormagazine haben die Umfrage aufgegriffen, wie das Trekking Magazin oder das Survival-Magazin, Fisch und Fang, Blinker etc. In Blogs und Foren aus der Natursportszene (z.B. bei den Reitern, Mountainbikern und Wanderern) wurde die Umfrage kommuniziert. Aus dem touristischen Bereich haben Seiten wie destinet und weitere regionale touristische Seiten die Umfrage unterstützt. Auch Naturparke,

Natursportverbände, Wandervereine oder Medien anderer Naturnutzender (z.B. Forstpraxis) haben den Umfragelink verbreitet. Durch einige Outdoor-Ausrüster (z.B. durch Maier Sports GmbH) wurde die Umfrage ebenfalls verbreitet. Wir danken allen (auch den hier nicht aufgeführten) Akteuren ganz herzlich dafür.

Im Folgenden sind diejenigen Unterstützer gelistet, die nach Zustimmung auf der Projektwebsite dargestellt wurden:

- BKK Pfalz, www.wanderfit.de
- Bushcraft Essentials, www.bushcraft-essentials.com
- Deutsche Initiative Mountain Bike e.V., www.dimb.de
- Deutscher Tourismusverband e.V., www.deutschertourismusverband.de
- Deutsche Wanderjugend, www.wanderjugend.de
- Eifelverein, www.eifelverein.de
- Groundspeak Inc., www.geocaching.com
- Geocaching Magazin, www.geocaching-magazin.com
- Geocaching Rheinland e.V., www.geocaching-rheinland.de
- KOMPASS-Karten GmbH, www.kompass.de
- LOWA Sportschuhe GmbH, www.lowa.de
- Mountainbikepark Pfälzerwald e.V., www.mountainbikepark-pfaelzerwald.de
- Natur und Landschaft, www.natur-und-landschaft.de
- ORTOVOX Sportartikel GmbH, www.ortovox.com
- Outdoorsuechtig, www.outdoorsuechtig.de
- Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH, www.rlp.tourismusnetzwerk.info
- Schluchtensteig Schwarzwald, www.schluchtensteig.de
- Schwarzwaldverein, www.schwarzwaldverein.de
- Tourismus, Kur und Stadtentwicklung Bad Laasphe GmbH, www.bad-laasphe.de
- lifePR, www.lifep.r.de
- Umweltcacher, www.umweltcacher.de

Inhalt

I	Abbildungsverzeichnis	6
1.	Ausgangssituation und Untersuchungsfrage	7
2.	Methodik und Umsetzung	11
2.1	Aufbau der Befragung	12
2.2	Aussagekraft, Umfang und Vergleichbarkeit	13
2.3	Methodische Herausforderungen	15
2.4	Begriffsverständnis „Naturesport“	17
3.	Alle Naturesporttreibenden - Übersicht	18
3.1	Ausübung Naturesportarten	19
3.2	Ausgeübte Hauptnaturesportart	20
3.3	Umweltbewusstsein	22
3.4	Soziodemographie	24
4.	GeocacherInnen	27
4.1	Soziodemographie	28
4.2	Ausübung Geocaching	29
4.3	Kommunikation	34
4.4	Umwelt und Naturaspekte	36
4.5	Fazit zur Beispielaktivität Geocaching	38
5.	Sonstige nicht herkömmlich organisierte Naturesporttreibende	40
5.1	Soziodemographie	41
5.2	Ausübung der Naturesportart	42
5.3	Kommunikation	47
5.4	Umwelt und Naturaspekte	50
5.5	Fazit zu sonstigen nicht herkömmlich organisierten Naturesporttreibenden	52
6.	Fazit - wesentliche Ergebnisse	53
7.	Einordnung und Erreichbarkeitsansätze	58
7.1	Erreichbarkeit beim Geocaching - Konkrete Tipps	59
7.2	Kurzfristig wirksame Erreichbarkeitsansätze für nicht organisierte Naturesporttreibende	61
7.3	Mittel- und langfristig wirksame Erreichbarkeitsansätze für nicht organisierte Naturesporttreibende	63
7.4	Dialog als Erfolgsfaktor in der Erreichbarkeit	65
8.	Literaturnachweise	68
9.	Anhang	70
10.	Impressum	Rückseite

I Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Ergebnisse und Medien im Projekt Natursport.Umwelt.Bewusst	10
Abbildung 2: Struktur der Umfrage (Fragebogendesign)	13
Abbildung 3: Umfrageanteile und Bevölkerungsverteilung (alle Natursporttreibenden; ohne „keine Antwort“ und „nicht aus Deutschland“)	14
Abbildung 4: Mit wem betreibst Du am häufigsten Natursport? (alle Natursporttreibenden).....	21
Abbildung 5: Natursporteinfluss auf die Reiseentscheidung nach Ausübungsdauer (alle Natursporttreibenden)	22
Abbildung 6: Wie wichtig ist Dir Umwelt- und Klimaschutz?; ohne „weiß nicht“ und „keine Angabe“ (alle Natursporttreibenden)	23
Abbildung 7: Geschlechterverteilung (alle Natursporttreibenden)	24
Abbildung 8: Alterszusammensetzung (alle Natursporttreibenden)	25
Abbildung 9: Austausch und Information nach Ausübungsdauer (Geocaching)	30
Abbildung 10: Motivation für Geocaching (Geocaching)	31
Abbildung 11: Hattest Du schon einmal Probleme? (Geocaching)	32
Abbildung 12: Mit wem hattest Du Probleme? (Geocaching)	33
Abbildung 13: Wie informierst Du Dich über Geocaching? (Geocaching)	34
Abbildung 14: Nutzt Du diese Medien zum allgemeinen Austausch über Geocaching? (Geocaching)	35
Abbildung 15: Nutzt Du diese Medien, um Dich mit jemandem zum Sport zu verabreden? (Geocaching)	35
Abbildung 16: Bedeutung Umwelt- und Klimaschutz (Geocaching/Bevölkerung laut UiD)	36
Abbildung 17: Herstellerverantwortung (Geocaching)	38
Abbildung 18: Multisporthäufigkeit (nicht herkömmlich organisierte Natursporttreibende).....	43
Abbildung 19: Motivation (nicht herkömmlich organisierte Natursporttreibende)	44
Abbildung 20: Probleme mit anderen Naturnutzenden (nicht herkömmlich organisierte Natursporttreibende)	46
Abbildung 21: Mit wem hattest Du Probleme? (nicht herkömmlich organisierte Natursporttreibende)	47
Abbildung 22: Wie informierst Du Dich über Deine Natursportart? (nicht herkömmlich organisierte Natursporttreibende)	48
Abbildung 23: Nutzt Du diese Medien zum allgemeinen Austausch über Deine Natursportart? (nicht herkömmlich organisierte Natursporttreibende)	49
Abbildung 24: Nutzt Du diese Medien, um Dich zum Sport machen zu verabreden? (nicht herkömmlich organisierte Natursporttreibende).....	49
Abbildung 25: Herstellerverantwortung (nicht herkömmlich organisierte Natursporttreibende).....	51
Abbildung 26: Wege zum Dialog	66

1. Ausgangssituation und Untersuchungsfrage



Ursprünglich war die Umfrage als ergänzende Erhebung im Rahmen des Projektes „Naturesport.Umwelt.Bewusst“ des Deutschen Wanderverbandes (DWV) geplant. Sie sollte dem Projektteam eigene empirische Ansatzpunkte für die Umsetzung und zur Unterstützung bei der Suche nach Erreichbarkeitsstrategien liefern. Eine eigenständige Veröffentlichung in Umfang und Form der jetzt vorliegenden Studie „Naturesport in Deutschland“ war zu Projektbeginn 2017 nicht vorgesehen. Das Projekt, das durch das Umweltbundesamt (UBA) und das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit (BMU) gefördert wurde, hat das Ziel, am Beispiel Geocaching Erreichbarkeitsstrategien für nicht herkömmlich organisierte Natursporttreibende zu identifizieren und daraus allgemein nutzbare Ableitungen für zukünftige Natursporttrends zu treffen¹.

Da die Beteiligung durch die überwiegend nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden die Erwartungen mit 5.886 ausgewerteten, vollständig ausgefüllten Fragebögen weit übertrafen hat, kann die Studie einen tiefen Einblick in das Verhalten, die Kommunikation, das Umweltbewusstsein und die Erfahrungen von Natursporttreibenden liefern. Um diesem Wissensschatz im Hinblick auf die Projektziele gerecht zu werden, ist die Studie, bezogen auf die Auswertungsbasis, in drei Kernkapitel gegliedert:

- Alle Natursporttreibenden - Übersicht (Kapitel 3, Grafiken in **Rot**)
- GeocacherInnen (Kapitel 4, Grafiken in **Blau**)
- Sonstige nicht herkömmlich organisierte Natursporttreibende (Kapitel 5, Grafiken in **Grün**)

Das Kapitel 3 beinhaltet allgemeine Ergebnisse, die das breite Spektrum der Natursporttreibenden abbilden. Dabei werden die Befragten der Gesamtstichprobe über die Ausübung ihrer (Haupt-) Natursportart definiert und des Weiteren über wesentliche Einstellungen (z.B. Umweltbewusstsein) und Soziodemografie grob skizziert. Kapitel 3 bietet somit eine kurze Einführung in die große Zielgruppe der Natursporttreibenden insgesamt.

Die Kapitel 4 und 5 dagegen beziehen sich mit der Beispielaktivität Geocaching und den sonstigen nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden auf die beiden Auswertungsgruppen, die für die Ableitung der Projektergebnisse wesentlich sind. Deshalb geht die Betrachtung in diesen beiden Kapiteln zum einen deutlich tiefer, zum anderen weichen Struktur und Reihenfolge der betrachteten Themen vom allgemeineren Kapitel deutlich ab.

¹ Zur Begrifflichkeit „Naturesport“ vgl. Kap. 2.4

Mithilfe des Geocachings soll eine wesentlich von nicht herkömmlich organisierten Menschen betriebene Natursportart als konkretes Beispiel beleuchtet werden, um daraus Strategien für zukünftig neu auftretende Natursporttrends abzuleiten. Geocaching ist sehr gut für dieses Ziel geeignet, da es einerseits mit knapp 20 Jahren eine verhältnismäßig junge, online-strukturierte Natursportart ist, andererseits seit Bestehen schon oft im Zentrum von Konflikten stand, es aber gleichzeitig auch schon vorbildhafte Lösungen für viele dieser Konflikte gibt. Das geht nach Einschätzungen des Projektteam soweit, dass auch andere Natursportarten durchaus von den Ansätzen beim Geocaching lernen können. Da davon auszugehen ist, dass zukünftig neu auftretende Natursporttrends eine wie auch immer geartete Online-Komponente (sei es als Organisationsmedium oder für die Durchführung) aufweisen werden, ist Geocaching hierfür eine geeignete Referenznatursportart.

Der DWV als Fachorganisation für Wandern und Wege hat einerseits als anerkannter Naturschutzverband nach Bundesnaturschutzgesetz (BNatSchG) und andererseits als Dachverband von rund 70 regionalen und landesweiten Gebirgs- und Wandervereinen ein großes Interesse an einem guten Miteinander aller Nutzer- und Schützergruppen in der Natur und möchte dies auch für die Zukunft sicherstellen. Deshalb widmet sich das Projekt anhand der Beispielaktivität Geocaching der Untersuchung und Aufdeckung von Möglichkeiten, gemeinsame Lösungen für den konstruktiven Dialog zwischen den Interessenvertretern der Bereiche Forst- und Landwirtschaft, Umwelt- und Naturschutz sowie Eigentum auf der einen Seite und den aktiven Natursporttreibenden und häufig auch Tourismus auf der anderen Seite zu finden. Die Erkenntnisse und im Projekt gemachten Erfahrungen eignen sich auch für die Anwendung in der Kommunikation bei in Zukunft neu auftretenden Natursporttrends.

Die hier dargestellten Ergebnisse der Umfrage und die Struktur der Natursportstudie bieten eine wichtige Grundlage, um Aussagen zum Kommunikationsverhalten von nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden treffen zu können. Damit helfen sie, Strategien zur Erreichbarkeit dieser Zielgruppen und zur Kommunikation mit ihnen zu entwickeln und stellen einen wichtigen Baustein des Gesamtprojektes dar. Ein Leitfaden mit Handlungsempfehlungen für neu auftretende Natursporttrends, ein Dialogkonzept für ein gutes Miteinander sowie FAQs fürs Geocaching sind weitere Ergebnisse des Projektes (vgl. Abb.1), die alle unter www.natursport-umwelt-bewusst.de heruntergeladen werden können.

Im Rahmen des Projektes wurde beispielsweise in den Dialogforen deutlich, dass es für ein gutes Miteinander auch einen funktionierenden Dialog auf Augenhöhe braucht. Das Projektteam geht

davon aus, dass die Bereitschaft zu einem Perspektivwechsel am Anfang eines offenen Dialogs notwendig ist (vgl. Deutscher Wanderverband 2019a). Damit ist konkret gemeint, dass betreffende Akteure dazu bereit sein sollten, sich in die jeweils anderen hineinzusetzen. Zum einen können Menschen dann die Andersdenkenden besser verstehen, zum anderen werden durch gegenseitiges Verständnis einige Konfliktsituationen ggfs. vermieden. Deshalb ist es auch ein Ziel der Auswertung, Ansatzpunkte für Perspektivwechsel, Kontaktpunkte und -möglichkeiten, etc. zu identifizieren, die die Erreichbarkeit der meist nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden unterstützen.



Abbildung 1: Ergebnisse und Medien im Projekt Natursport.Umwelt.Bewusst

Nach Vorstellung der Methodik (Kapitel 2) und der Auswertung der Umfrageergebnisse (Kapitel 3-6) werden diese in Kapitel 7 mithilfe von weiteren Erkenntnissen aus dem Projekt eingeordnet und es werden Erreichbarkeitsansätze abgeleitet.

Abschließend bleibt anzumerken, dass es im Rahmen des Projektes nicht möglich war, alle Rohdaten vollumfänglich auszuwerten. Es standen die für die Projektziele wesentlichen Fragestellungen im Vordergrund der Betrachtung.

2. Methodik und Umsetzung



Die Untersuchung wurde als Online-Befragung mithilfe der Plattform des Dienstleisters Limesurvey konzipiert und durchgeführt². Das Fragebogendesign (Struktur, Ansprache, Reihenfolge, Inhalte) wurde im Vorfeld mit dem Projektbeirat diskutiert und in Testläufen inhaltlich und technisch geprüft. Die Methode der Online-Befragung wurde neben organisatorischen Gründen auch deshalb angewendet, weil die Beispielgruppe der GeocacherInnen zu nahezu 100% Online-Plattformen nutzt, um ihrem Natursport nachzugehen, und somit bereits die Voraussetzung für deren grundsätzliche Online-Erreichbarkeit gegeben ist.

Die Auswertung erfolgte in mehreren Schritten durch die am Projekt beteiligten, mit empirischen Studien erfahrenen MitarbeiterInnen des Projektteams. Für ihre methodische Beratung zur Auswertung der Studie geht an dieser Stelle Dank an Frau Prof. Dr. Susanne Leder von der Fachhochschule Südwestfalen.

2.1 Aufbau der Befragung

Die Befragung gliedert sich insgesamt in sechs Blöcke, von denen die Teilnehmenden jeweils fünf beantworten mussten. Im ersten Abschnitt wurden ausgeübte Natursportarten abgefragt und daraus musste eine Hauptnatursportart³ ausgewählt werden. Die Frage nach der Hauptnatursportart wurde als Filter im Fragebogen eingesetzt: Je nach angegebener Hauptnatursportart erhielten die Teilnehmenden daraufhin den Frageblock zu Geocaching, oder, bei Auswahl einer anderen Natursportart, einen parallelen Block, dessen Fragen nicht auf eine spezielle Sportart ausgerichtet waren, sondern allgemein auf „Natursport“.

Die beiden parallelen Frageblöcke waren strukturell identisch, abgesehen von einer spezialisierten Abfrage beim Geocaching. In beiden Frageblöcken wurde unter anderem Bezug auf die Häufigkeit der Ausübung der Sportart, Motivation, Ausrüstung und problematisches Verhalten genommen.

Die daran anschließenden Blöcke mussten wieder von allen beantwortet werden. Ein Abschnitt bezog sich auf das Kommunikationsverhalten und die Nutzung verschiedener (Online-)Medien. Im nächsten Block ging es um die Themen Umwelt-, Klima- und Naturschutz. Der letzte Block diente schließlich zur Erhebung soziodemographischer Daten. Der vollständige Fragebogen ist im Anhang zu finden (Seite 70-90).

² Die Möglichkeit des mehrfachen Ausfüllens des Fragebogens durch dieselbe Person wurde durch das Setzen von Cookies und die Speicherung der IP-Adresse und deren anschließende Blockierung für ein weiteres Ausfüllen minimiert, kann aber aus technischen Gründen nicht völlig ausgeschlossen werden.

³ „Die Natursportart, die Du am liebsten machst, unabhängig von jahreszeitlichen Gesichtspunkten“

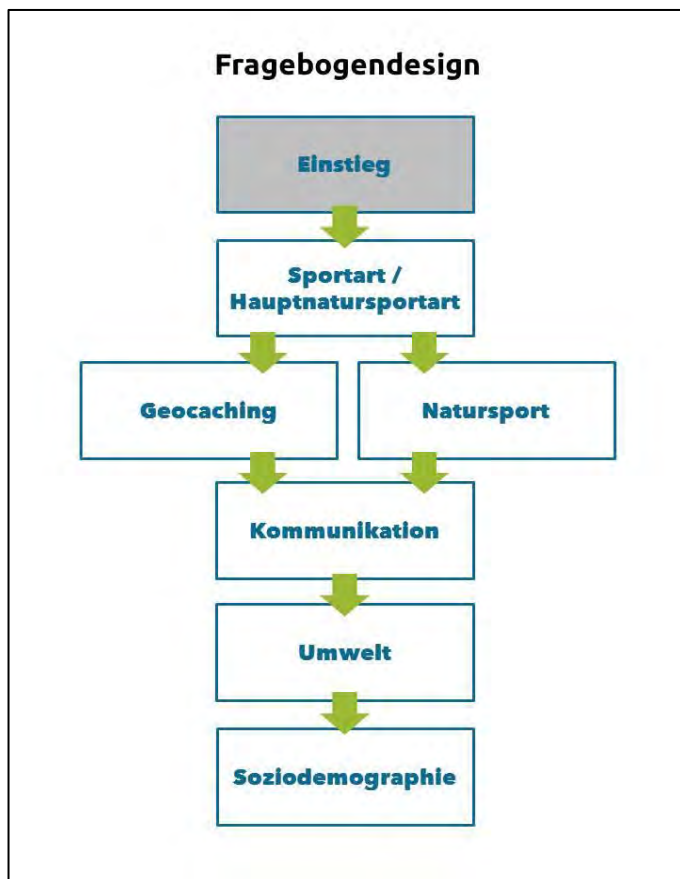


Abbildung 2: Struktur der Umfrage (Fragebogendesign)

Im Rahmen dieser Studie werden gemäß der Zielrichtung des Projektes Aussagen und Ergebnisse

- zur Gesamtheit der Antwortenden (vgl. Kap. 3)
- zur Gruppe der GeocacherInnen (vgl. Kap. 4) und
- zu sonstigen nicht herkömmlich organisierten Naturesporttreibenden (vgl. Kap. 5)

dokumentiert. Damit kann ein recht umfassender Einblick in die Szene der Naturesporttreibenden und der Beispielgruppe der Geocachenden gegeben werden.

2.2 Aussagekraft, Umfang und Vergleichbarkeit

Als Online-Befragung ohne vorherige Quotierung der Probanden (etwa über Nielsen-Gebiete) erhebt die Studie nicht den Anspruch auf Repräsentativität. Dennoch hat der hohe Rücklauf dazu geführt, dass sehr gute Bedingungen für eine hohe Aussagekraft der Umfrage erreicht werden konnten. Dank geht an alle, die die Umfrage im Befragungszeitraum zwischen Januar und Mai 2018 geteilt, unterstützt und verbreitet haben. Nur so konnte eine so große Anzahl von Teilnehmenden erreicht werden: An der Umfrage haben sich insgesamt 7.420 Personen beteiligt, von denen 5.886 den digitalen Fragebogen vollständig ausgefüllt haben. Aufgrund der hohen

absoluten Rücklaufzahlen wurden für die Analyse nur die vollständig ausgefüllten Fragebögen in der Auswertung berücksichtigt.

Als Basis für die Auswertung dienten somit die Angaben von insgesamt 5.886 Befragten.

Damit wurden die ursprünglichen Erwartungen des Projektteams an die Umfragebeteiligung deutlich übertroffen. Gemessen an den auswertbaren Antworten ist dies die größte dem Projektteam bekannte Befragung zu Natursport und Geocaching in Deutschland.

Eine recht hohe Vergleichbarkeit wird durch die hohe Übereinstimmung der geographischen Verteilung der Probanden mit der generellen Bevölkerungsverteilung erzielt (vgl. Statistisches Bundesamt 2019). Bezogen auf die Bundesländer liegt die Abweichung zwischen der tatsächlichen Bevölkerungsverteilung und der Anzahl der Umfrageteilnehmenden je nach Bundesland zwischen -2,3% (Berlin) und +3,4% (Hessen) (Durchschnitt: +/- 0,8%) (vgl. Abb.3).

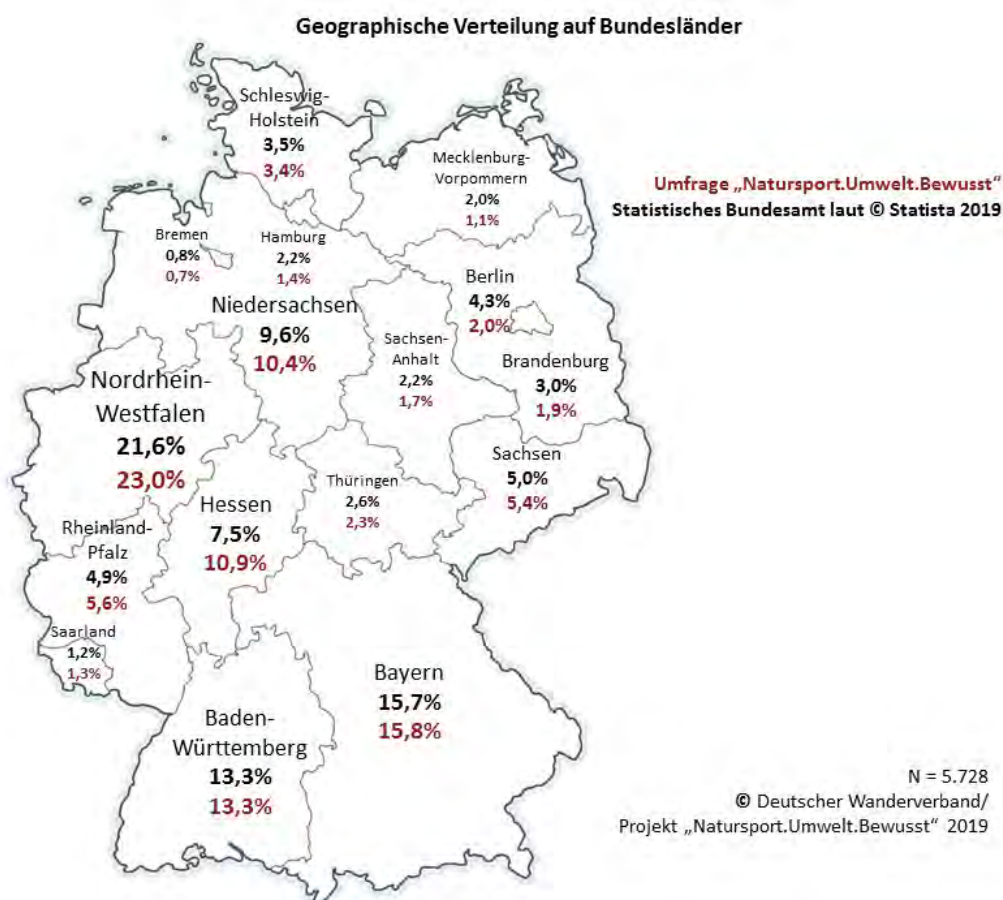


Abbildung 3: Umfrageanteile und Bevölkerungsverteilung (alle Natursporttreibenden; ohne „keine Antwort“ und „nicht aus Deutschland“)

Eine wichtige Vergleichsmöglichkeit dieser Studie mit bevölkerungsrepräsentativen Ergebnissen ergibt sich zudem durch die Fragen zum Umweltbewusstsein: Die Antworten der Umfrageteilnehmenden der hier vorliegenden Studie lassen sich mit denen der Studie „Umweltbewusstsein in Deutschland 2016“ (im Folgenden auch als UiD16 abgekürzt) des Bundesministeriums für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit⁴ und des Umweltbundesamtes vergleichen (siehe Abb. 6). Einige Formulierungen der Natursport-Umfrage wurden bewusst so gestaltet, dass sich die Ergebnisse beider Studien in Relation zueinander setzen lassen. Vergleiche mit der aktuellen Ausgabe „Umweltbewusstsein in Deutschland 2018“ (UiD18) lassen sich hingegen nicht mehr bei allen Fragen ziehen, da nicht immer alle Vergleichsdaten vorliegen.

Gerade im Fragenkontext „Umweltbewusstsein“ ist nicht auszuschließen, dass hier ein sozial erwünschtes Antwortverhalten eine Rolle spielt. Belastbare Hinweise auf eine solche Beeinflussung der Umfrageergebnisse lassen sich jedoch nicht finden. Ebenso wenig waren Hinweise zu finden, dass der Projekt- und Umfragetitel „Natursport.Umwelt.Bewusst“ einen Einfluss auf das Antwortverhalten im Fragenkontext Umweltbewusstsein gehabt hätte.

Durch den enormen Stichprobenumfang von 5.886 vollständig ausgefüllten Fragebögen sind auch belastbare Auswertungen von Detailfragen und deren Antworten möglich.

Aussagen zu einzelnen Natursportarten (abgesehen von Geocaching) werden im Rahmen der Studie nur in Einzelfällen beispielhaft und zur Verdeutlichung von signifikanten Abweichungen getroffen. Als Mindestanzahl von Antwortenden einer Natursportart wurde $N = 500$ zu Grunde gelegt.

Die mit 2.587 Probanden sehr hohe Anzahl von GeocacherInnen in der Umfrage ermöglicht es, fundierte Aussagen dazu zu treffen, wie diese Personen ihre Natursportart ausüben. Die Zielgruppe kann damit auch in Detailfragen verlässlich analysiert werden. Dies geschieht in Kap. 4.

2.3 Methodische Herausforderungen

Die Umfrage kann aufgrund ihrer Durchführung als reine Online-Befragung per se nicht als repräsentativ für Natursporttreibende allgemein gelten (vgl. Kap. 2.2). Abgesehen von dieser grundsätzlichen Einschränkung spielen bei dieser Befragung noch zwei andere Faktoren eine Rolle.

⁴Inzwischen Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit

Für die Verbreitung der Umfrage wurden aus methodischen und organisatorischen Gründen u.a. Online-Medien und Social-Media-Kanäle sehr intensiv genutzt. Die zusätzlich genutzte Bewerbung über Printmedien hatte (soweit dies nachvollziehbar war) nur einen geringen Einfluss auf die Zahl der Teilnehmenden. Es ist daher nicht auszuschließen, dass dies tendenziell zu einer leichten Überbetonung der Bedeutung von Online-Medien (Webseiten, Newsletter, Foren) und Social-Media-Kanälen im Bereich der genutzten Kommunikationsmittel geführt hat. Die kritische Sichtung der Ergebnisse im Bereich der gewählten Kommunikationsmedien lieferte allerdings keine Anhaltspunkte dafür, dass die Ergebnisse durch die Art der Umfrageverbreitung signifikant beeinflusst wurden.

Zum anderen haben auch viele Natursportvereine die Umfrage über ihre jeweiligen Kanäle verbreitet, was dazu geführt haben kann, dass die Anzahl der in Vereinen organisierten Natursporttreibenden unter den Teilnehmenden erhöht sein könnte. Tatsächlich wurde in der Auswertung der Umfrage, im Vergleich zu anderen Studien im Natursportbereich [z.B. „Grundlagenuntersuchungen Freizeit und Urlaubsmarkt Wandern“, Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie 2010 (BMWi 2010) und „Wirtschaftsfaktor Outdoorsport – Aktuelle Daten zur Sportwirtschaft“, Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi 2017)] ein überdurchschnittlich hoher Anteil an herkömmlich organisierten Natursporttreibenden festgestellt. In vielen Antwortbereichen konnten zwar keine signifikanten Unterschiede zwischen organisierten und nicht-organisierten Natursporttreibenden festgestellt werden, jedoch zwischen GeocacherInnen (die ebenfalls überwiegend als nicht herkömmlich organisiert betrachtet werden) und den nicht herkömmlich organisierten Aktiven anderer Natursportarten. Die gesonderte Betrachtung der beiden Gruppen Geocaching (vgl. Kap. 4) und sonstige nicht herkömmlich organisierte Natursporttreibende (vgl. Kap. 5) ist somit notwendig, um aus den Ähnlichkeiten und Unterschieden der beiden Gruppen nutzbare Strategien für andere nicht herkömmlich organisierte Natursporttreibende ableiten zu können.

Das Projektteam geht nach Prüfung der Ergebnisse und deren Einordnung bzw. deren Abgleich mit den Erfahrungen im Rahmen des Projektes aus den Dialogforen und dem Kontakt mit GeocacherInnen und anderen Natursporttreibenden davon aus, dass die Befragung ein valides und aussagekräftiges Bild der GeocacherInnen im Speziellen und der Natursporttreibenden im Allgemeinen wiedergibt.

2.4 Begriffsverständnis „Naturesport“

Für den im Rahmen des Projektes verwendeten Begriff „Naturesport“ wird die folgende Definition nach Roth, Ralf & Jakob, Edwin & Krämer, Alexander (2004; S.17) zugrunde gelegt:

„Zusammenfassend soll also unter „Naturesport“ jede selbstbestimmte Bewegungsaktivität in der freien Landschaft verstanden werden, die sowohl die eigentliche Ausübung von Sportarten als auch die körperliche Bewegung aus verschiedenen Motiven und in unterschiedlichen Erlebnisformen umfasst. Dabei ist die Bewegungsaktivität weder an Motorantrieb, noch an Sportanlagen zwingend gebunden und ermöglicht die Auseinandersetzung mit sich selbst in der Natur und mit der Natur.“

Wenn im Rahmen dieser Umfrage von nicht herkömmlich organisierten Naturesporttreibenden die Rede ist, sind damit Naturesporttreibende gemeint, die nicht wegen ihrer Hauptnaturesportart in einem Verein sind. Dies schließt nicht die Möglichkeit aus, dass sie wegen einer anderen (Natur-) Sportart Vereinsmitglied sind. So ist z.B. die Wanderin, die in einem Verein dem Angelsport nachgeht, in dieser Umfrage als nicht organisierte Naturesporttreibende erfasst.

3. Alle

Natursporttreibenden - Übersicht



Allgemeine Ergebnisse der Studie über alle Natursportarten hinweg beziehen sich auf die Gesamtheit aller ausgewerteten Fragebögen (N = 5.886). Insgesamt wurden von den Antwortenden rund 80 verschiedene Natursportarten genannt, davon mehr als 45 ungestützt (ohne Antwortvorschlag).

3.1 Ausübung Natursportarten

Beliebte Natursportarten

Die am häufigsten betriebene Natursportart ist das Wandern. Mehr als 60% der Befragten gaben an, dass sie (auch) wandern. Umfragebedingt liegt Geocaching auf Platz zwei (knapp 60%), danach folgen Radfahren (44%), Mountainbiken⁵ (27%) und Laufen/Joggen (27%). Hier waren Mehrfachnennungen möglich. Wenn man Geocaching, das umfragebedingt hier besonders hohe Antwortzahlen generiert hat, herausnimmt, sind Wandern und Radfahren die beliebtesten Natursportarten. Dies deckt sich mit den Ergebnissen aus anderen Studien (vgl. z.B. „Wandertourismus in Deutschland. Ergebnisse einer Befragung zum digitalen Verhalten der Wanderer entlang der Customer Journey“, BTE, 2018).

Multisport

Bei den Natursporttreibenden bilden sog. Multisporttreibende (Menschen, die mehr als eine Natursportart ausüben) die große Mehrheit.

Vier von fünf (81,3%) betreiben demnach neben ihrer Hauptnatursportart noch mindestens eine weitere. 61,1% betreiben mindestens drei Natursportarten. Immerhin jede/r Vierte (26,4%) betreibt schon fünf oder mehr Natursportarten. Da die Aussagen ab Block 2 in Bezug auf die jeweilige Hauptnatursportart getroffen wurden, lässt sich jedoch keine Aussage zur Intensität und/oder zur Häufigkeit der Ausübung der Natursportarten treffen, die nicht als Hauptnatursportart genannt wurden.

Erreichbarkeit und Perspektivwechsel

Die Tatsache, dass die große Mehrheit der Natursporttreibenden mehreren Natursportarten nachgeht, legt die Vermutung nahe, dass die Natursporttreibenden tendenziell auch über mehrere Themen und Kanäle erreichbar sind.

⁵ Wenn Zahlen zum Mountainbiken genannt werden, so sind diese zusammengefasst aus den Antwortmöglichkeiten „Downhill/MTB“ und „Mountainbiken“.

Für die im Projekt an mehreren Stellen zugrunde gelegte Bereitschaft zum Perspektivwechsel⁶ als Voraussetzung für einen gelungenen Dialog lässt diese Erkenntnis hoffen: Vier von fünf Natursporttreibenden führen im Rahmen ihrer Natursportarten bereits ganz praktisch einen Perspektivwechsel durch. Indem sie beim Ausüben ihrer unterschiedlichen Natursportarten auch aus unterschiedlichen Perspektiven auf ihre Umwelt schauen, bietet sich ihnen die Gelegenheit, Verständnis für verschiedene Sichtweisen zu entwickeln: Die Wanderin, die am nächsten Tag eine Mountainbiketour macht, oder der Angler, der mit dem Fahrrad zum See fährt, wechseln also in recht kurzer Zeit die Perspektive. Wenn dies auch auf den kommunikativen Perspektivwechsel übertragen werden kann, wäre damit für einen gelungenen Dialog eine offenere Einstellung gegenüber anderen Naturnutzenden zumindest unterstützt.

3.2 Ausgeübte Hauptnatursportart

Geocaching, Wandern, Reiten und Mountainbiken häufigste angegebene Natursportarten

Da die Umfrage als Hauptzielgruppe GeocacherInnen hatte, sind diese entsprechend stark vertreten. 44% der Umfrageteilnehmenden gaben an, Geocaching als Hauptnatursportart auszuüben (2.587 Personen), gefolgt von Wandern (14%, 823 Personen), Reiten (13%, 755 Personen) und Mountainbiken (11%, 660 Personen).

Häufigkeit der Ausübung

Natursporttreibende sind sehr aktiv: 64,1% aller Befragten betreiben ihre Hauptnatursportart mindestens einmal die Woche, 93,4% mindestens einmal pro Monat. Vor allem bei der Antwortmöglichkeit der häufigsten Ausübung („mehrmals pro Woche“) sind Unterschiede zwischen den Natursportarten auszumachen, teilweise auch zwischen den Geschlechtern: Während beim Wandern das Verhältnis recht ausgeglichen ist - jeweils gut 20% wandern mehrmals pro Woche - sind die Unterschiede bei anderen untersuchten Natursportarten deutlich größer. Beim Reiten sind Frauen häufiger als Männer diejenigen, die dies mehrmals pro Woche tun (82% zu 73%), umgekehrt ist es beim Geocaching (28% zu 37%) und beim Mountainbiken (49% zu 62%).

Natursportbegleitung

Natursport ist eine gesellige Tätigkeit. Fast zwei Drittel der Umfrageteilnehmenden üben ihre Sportart am häufigsten mit anderen aus (35% mit Freunden und 29% mit der Familie). Nur knapp 30% gaben an, dies am häufigsten alleine zu tun.

⁶ <https://natursport-umwelt-bewusst.de/perspektiven/> und DWV 2019a

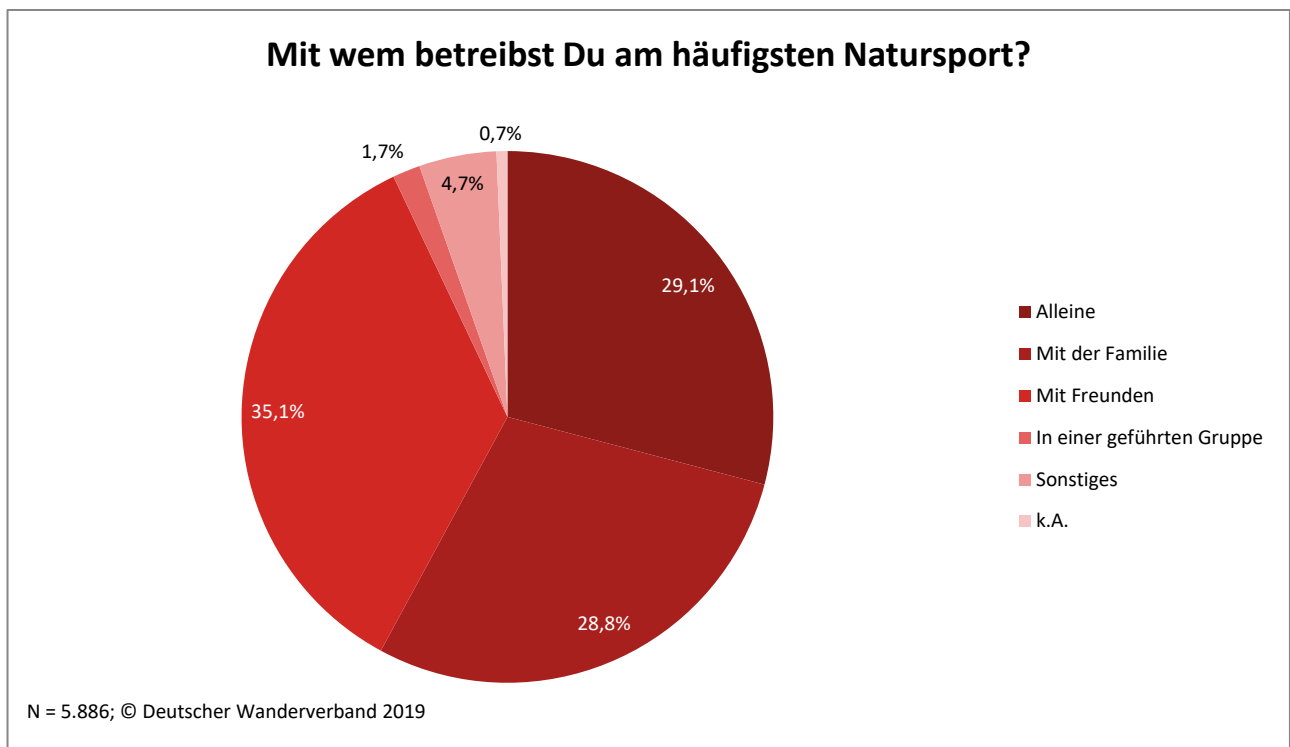


Abbildung 4: Mit wem betreibst Du am häufigsten Natursport? (alle Natursporttreibenden)

Ausübungsdauer

Nicht einmal 10% der Umfrageteilnehmenden betreiben ihre Sportart kürzer als 3 Jahre, mehr als 40% sogar schon länger als 10 Jahre. Dadurch lässt sich auf einen bereits vorhandenen, nicht unerheblichen Erfahrungsschatz in Bezug auf die jeweilige Natursportart schließen, der es den Natursporttreibenden erlaubt, reflektierte Antworten zu dabei relevanten Themen zu geben.

Organisationsgrad

65% der Befragten geben an, nicht wegen ihrer genannten Hauptnatursportart in einem Verein organisiert zu sein. Diese sonstigen nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden (ohne Hauptnatursportart Geocaching) bilden den Fokus in Kap. 5. Wie bereits im Methodikbereich dargelegt, ist deren Anteil deutlich niedriger als in anderen Studien: Die Studie „Wirtschaftsfaktor Outdoorsport“ (BMW 2017) beziffert den Anteil derjenigen, die Outdoorsport im Verein ausüben, auf bis zu 4%. Laut der Untersuchung „Sport inner- oder außerhalb des Sportvereins“ (BMW 2019) betreiben 72% der SportlerInnen in Deutschland ihre Sportart(en) ausschließlich nicht im Verein. Wie oben beschrieben, sind diese Unterschiede auf strukturelle Faktoren in der Ausrichtung und Verbreitung der Umfrage zurückzuführen (vgl. Kap. 2.3).

Einfluss auf Reiseentscheidung

Im Hinblick auf die Erreichbarkeit unabhängig vom Organisationsgrad können übergreifende Lebensbereiche (wie z.B. Urlaub und Reisen) wichtige potentielle Kontaktpunkte zu Natursporttreibenden darstellen. Deshalb wird in der Studie der Einfluss der Natursportaktivität auf die Reiseentscheidung der Befragten analysiert. Über alle Hauptnatursportarten hat die Ausübung des Natursports Einfluss auf die Reiseentscheidung der Antwortenden (63,7%). Bei Wandernden (82,6%) und MountainbikerInnen (80,8%) ist der Einfluss ihrer Natursportart auf ihre Reiseentscheidung besonders hoch. In der Tendenz steigt dieser Einfluss über alle Natursportarten mit der Ausübungsdauer.

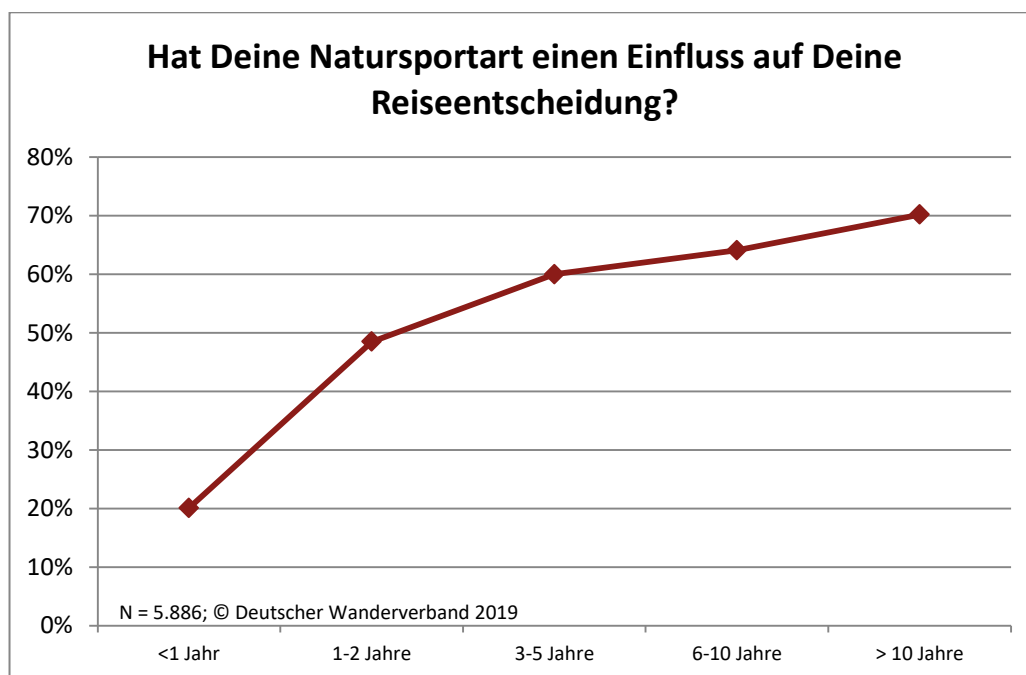


Abbildung 5: Natursporteinfluss auf die Reiseentscheidung nach Ausübungsdauer (alle Natursporttreibenden)

3.3 Umweltbewusstsein

Bei den Antworten zu Umwelt- und Klimaschutz lässt sich feststellen, dass Natursporttreibende diesem Aspekt einen höheren Stellenwert beimessen als der Bevölkerungsdurchschnitt.

Bedeutung Umwelt- und Klimaschutz

99% der Befragten gaben an, dass Umwelt- und Klimaschutz für sie sehr oder eher wichtig ist. im Bevölkerungsdurchschnitt waren dies laut „Umweltbewusstsein in Deutschland 2016“ 90%. Besonders auffällig ist dabei die Verteilung innerhalb der Natursporttreibenden. Während laut UiD16 für 53% (UiD18: 64%) das Thema sehr wichtig war, so ist es das in der vorliegenden Natursportstudie für 76% der Teilnehmenden. Auch die Gruppen, denen dieses Thema (eher) nicht

wichtig ist, unterscheiden sich deutlich. Laut UiD16 waren dies 9%, in der hier vorliegenden Studie hingegen nur 1%.

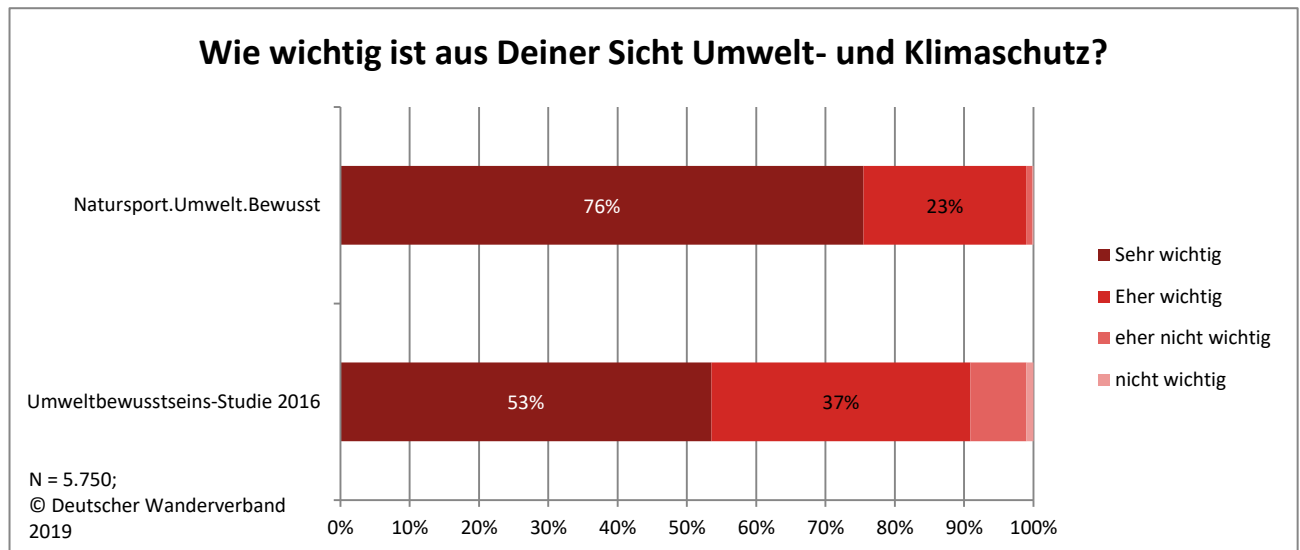


Abbildung 6: Wie wichtig ist Dir Umwelt- und Klimaschutz?; ohne „weiß nicht“ und „keine Angabe“ (alle Natursporttreibenden)

Die Beurteilung der Umweltqualität am Wohnort und in Deutschland insgesamt entspricht in etwa den Werten der aktuellen Umweltbewusstseinsstudie 2018: Die Umweltqualität vor Ort (Wohnort) wird von 21% der Natursporttreibenden als (eher) schlecht bewertet (UiD18: 22%), die in Deutschland insgesamt sogar von 41% (UiD18: 39%).

Verkehrsmittelwahl

Bei der Frage zur Verkehrsmittelwahl waren Mehrfachnennungen möglich. Natursporttreibende bemühen sich um eine umweltschonende Anreise zu ihrer Natursportart. Jeweils knapp 60% gaben an, (auch) zu Fuß zu gehen oder mit dem Fahrrad zu fahren, um zu ihrer Natursportart zu gelangen. Immerhin ein Viertel nutzt (auch) öffentliche Verkehrsmittel für die Anreise zum Natursport. Am häufigsten wird jedoch das Auto mit Mitfahrenden als Reiseform genannt (62,3%). Allerdings ist fast die Hälfte der Befragten (44%) manchmal alleine mit dem Auto unterwegs.

Der hohe Anteil der GeocacherInnen in der Gesamtstichprobe beeinflusst die Werte maßgeblich. So geben diese überdurchschnittlich oft an, (auch) zu Fuß (76%) oder mit dem Rad (68%) zu ihrer Natursportart zu gelangen. Anders verhält es sich z.B. beim Wandern: Hier legen ihren Weg bis zur eigentlichen Wanderung nur 61% (auch) zu Fuß oder mit dem Fahrrad (37%) zurück.

3.4 Soziodemographie

Die Teilnehmenden dieser Studie widerlegen das oftmals verbreitete Klischee, dass der typische Natursporttreibende ein Anfang bis Mitte 20 Jahre alter Mann sei. Beide Aspekte – das Alter und das Geschlecht – sind hier jedoch zu relativieren.

Geschlechterverteilung

Auch wenn die Mehrheit der Befragten männlich ist, so erfolgt die Verteilung der Geschlechter über alle Befragten relativ gleichmäßig: 47,0% Frauen und 51,7% Männer. Die Verteilung variiert allerdings bei einzelnen Natursportarten z.T. stark. Rechnet man die Geocachenden (mit einem Männeranteil von 55%, vgl. Kap. 4.1) aus der Betrachtung heraus, so ergibt sich ein fast vollständig ausgeglichenes Verhältnis. In Bezug auf die Häufigkeit der Natursportausübung wirkt sich das Geschlecht auch auf das Antwortverhalten aus (vgl. Kap.3.2).

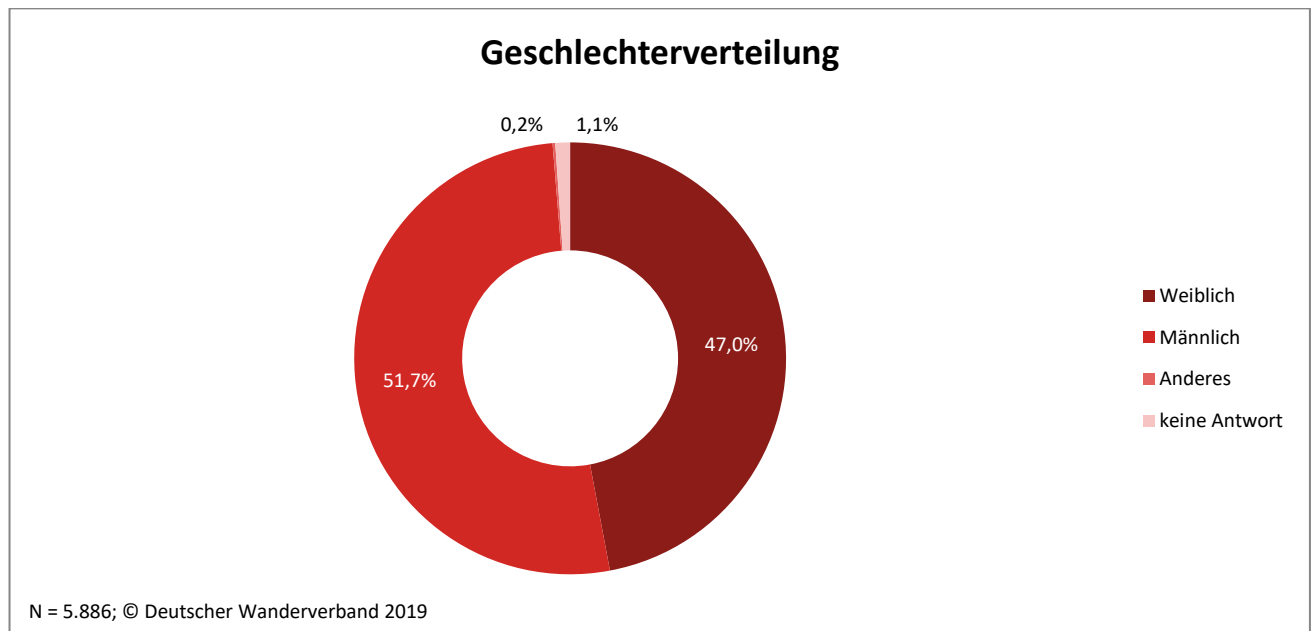


Abbildung 7: Geschlechterverteilung (alle Natursporttreibenden)

Altersverteilung

Die überwiegende Mehrheit der Natursporttreibenden ist zwischen 25 und 54 Jahre alt (79,3%). Die niedrige Anzahl an Natursporttreibenden in höherem Alter lässt sich einerseits (möglicherweise) durch das Medium der Online-Befragung erklären, zum anderen aber auch damit, dass die Aktivität bei über 65-Jährigen tendenziell weniger stark ausgeprägt ist.

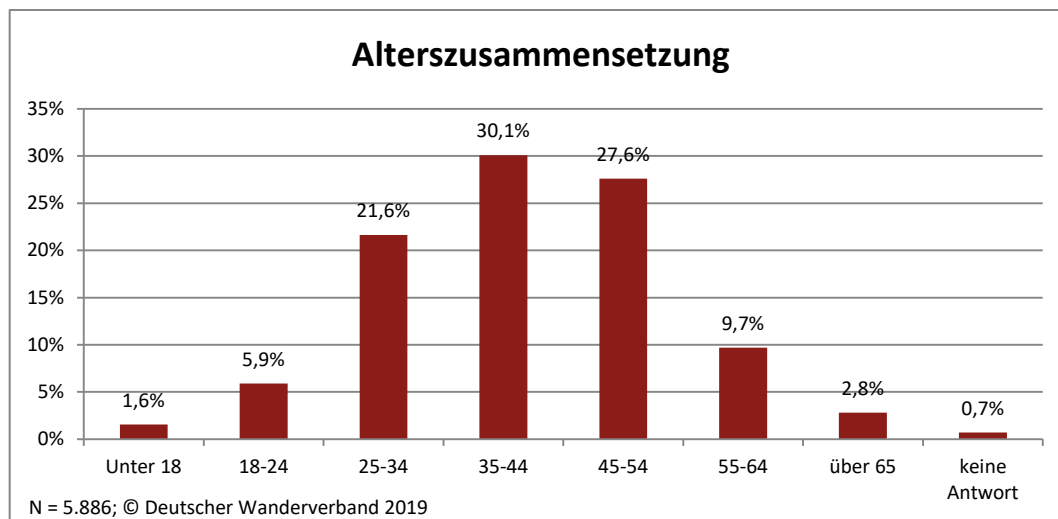


Abbildung 8: Alterszusammensetzung (alle Natursporttreibenden)

Familienstand

Mehr als die Hälfte der insgesamt befragten Natursporttreibenden ist verheiratet oder in einer Lebensgemeinschaft (59,9%), nur 27,4% sind ledig (Differenz zu 100% verteilt sich auf geschieden, verwitwet und keine Angabe). 47,2% der Befragten haben Kinder.

Bildungsabschluss

Natursporttreibende weisen ein höheres Bildungsniveau auf als der Bundesdurchschnitt. Fast zwei Drittel (64,5%) der Umfrageteilnehmenden haben ein (Fach-)Abitur oder einen Hochschulabschluss. Vor allem AkademikerInnen sind stark überrepräsentiert: Während in der Gesamtbevölkerung (ab 15 Jahren) laut Statistischem Bundesamt der Anteil derjenigen mit einem (Fach-)Hochschulabschluss oder höher bei 17,6% liegt (Statistisches Bundesamt 2017), haben in der vorliegenden Studie 40,4% der Teilnehmenden einen entsprechenden Abschluss. Diese Beobachtungen decken sich weitestgehend mit den Ergebnissen anderer Studien zu einzelnen Natursportarten wie dem Wandern (BMWi 2010) oder dem Mountainbiken (vgl. „MTB-Monitor 2018“, Mountainbike Tourismusforum Deutschland 2018).

Einkommen

Fast die Hälfte der Umfrageteilnehmenden verfügt über ein monatliches Netto-Haushaltseinkommen zwischen 1.300 € und 3.600 €. 6% verfügen über weniger, 27% haben ein höheres Einkommen. Gut 9% verfügen sogar über mehr als 5.000 €. 22,6% machten hierzu keine Angaben.

Ausgabeverhalten

Die Befragten geben durchschnittlich 100,41 € pro Monat für ihre Natursportart aus (N = 5.388). Zu diesen Ausgaben gehören unter anderem Anschaffungskosten für Ausrüstung und Fahrtkosten. Dieser Wert hängt, neben anderen Faktoren wie z.B. der Häufigkeit der Ausübung, stark von der gewählten Hauptnatursportart ab. Von den auswertbaren Natursportarten wird beim Reiten mit 323 € durchschnittlich am meisten ausgegeben, gefolgt vom Mountainbiken (151 €) und dem Wandern (124 €). In der Tendenz geben organisierte Natursporttreibende etwas mehr als nicht organisierte aus. Betrachtet man die Mediane⁷ für GeocacherInnen und sonstige nicht organisierte Natursporttreibende in den Angaben zum Ausgabeverhalten, fällt auf, dass diese jeweils deutlich unter den Mittelwerten liegen (vgl. Kap.4.1 und 5.1). Dies bedeutet, dass die Ausgaben der überwiegenden Mehrheit an Aktiven unter dem berechneten Mittelwert liegen, auf der anderen Seite aber einige überproportional viel ausgeben und dadurch den Mittelwert beeinflussen.

⁷ Der Median (auch Zentralwert) bestimmt den Wert, der in der Mitte einer Datenverteilung liegt. Die Hälfte aller Einzeldaten ist kleiner als der Median, die andere größer.

4. GeocacherInnen



In der Umfrage gaben 2.587 Teilnehmende Geocaching als ihre Hauptnatursportart an, das entspricht einem Anteil von 44,0% an der Gesamtstichprobe. Dieser Wert ist deutlich überdurchschnittlich und damit zu erklären, dass die Befragung gezielt auf diese Beispiel-Zielgruppe ausgerichtet wurde und intensiv über die Geocaching-Szene gestreut wurde.

Geocaching eignet sich als recht junge Natursportart (knapp 20 Jahre) mit im wesentlichen nicht herkömmlich organisierten Aktiven auch wegen der deutlich ausgeprägten Digitalkomponente (obligatorische Nutzung von Onlinemedien für die Aktivität und Integration von Geodaten) besonders als Beispielaktivität für zukünftig auftretende Natursporttrends.

Das Kapitel zu Geocaching sowie das darauf folgende Kapitel zu den sonstigen nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden weichen in Detailtiefe und Struktur von Kapitel 3 ab. Dies hat methodische Gründe (vgl. Kapitel 1 und 2).

4.1 Soziodemographie

Die teilnehmenden GeocacherInnen in dieser Studie entsprechen nicht der häufig geäußerten Vermutung, dass Geocaching als Schatzsuche vor allem etwas für Kinder und Jugendliche sei. Auf der anderen Seite scheint Familie in dieser Natursportgruppe eine besonders große Rolle zu spielen.

Geschlechterverteilung

Im Vergleich zur Gesamtheit der Befragung ist beim Geocaching der Männeranteil etwas stärker ausgeprägt (55,0%; Frauen 43,8%).

Altersverteilung

Geocaching ist eine Natursportart, die alle Altersgruppen anspricht, wobei jedoch, wie bei allen Natursportarten in der Befragung, eine Konzentration auf die mittleren drei Altersgruppen (25 – 54 Jahre) erkennbar ist. Diese ist mit 84,5% sogar noch etwas stärker ausgeprägt als im Durchschnitt aller Umfrageteilnehmenden.

Familienstand

Der Anteil der Verheirateten und in einer festen Partnerschaft Lebenden ist etwas höher (61,8%) als in der Gesamtstichprobe und auch der Anteil derjenigen mit Kindern ist größer (50,8%). Dies korrespondiert mit der Angabe, dass Geocaching am häufigsten mit der Familie ausgeübt wird.

Bildungsabschluss und Einkommen

Während der Anteil derjenigen mit einem (Fach-)Abitur ungefähr dem Umfrageschnitt entspricht, ist der Anteil an AkademikerInnen niedriger (-6,8%). Dafür gibt es eine höhere Anzahl an Befragten mit Mittlerer Reife (+5,3%).

Beim Einkommen gibt es, bezogen auf die Verteilung der Einkommensgruppen, nur geringfügige Abweichungen zur Gesamtheit der Befragten. Lediglich bei den höheren Einkommensgruppen (mehr als 3.600 €) fällt die Abweichung etwas stärker aus (-3%). Keine Angaben zu ihrem Einkommen machten 25,2% der befragten GeocacherInnen.

Ausgabeverhalten

Geocaching stellt sich im Hinblick auf die damit verbundenen Ausgaben als ein eher niedrigschwelliges Bewegungsangebot dar. Dies zeigt sich z.B. in den monatlichen Ausgaben, die GeocacherInnen für ihre Natursportart tätigen. Im Schnitt sind das 38,27 € pro Monat, unter anderem für Geräte und Fahrtkosten. Der Median liegt bei 20 €, was darauf hindeutet, dass die tatsächlichen Ausgaben fürs Geocaching pro Monat bei vielen GeocacherInnen niedriger sind als der Mittelwert suggeriert.

4.2 Ausübung Geocaching

Häufigkeit der Ausübung

Die befragten GeocacherInnen sind sehr aktiv. Fast 60% von ihnen gehen mindestens 1-mal pro Woche ihrer Sportart nach, ein Drittel sogar mehrmals pro Woche. Und ganze 95% gehen mindestens einmal im Monat geocachen.

Geocachingbegleitung

GeocacherInnen scheinen familienorientierter zu sein als der Durchschnitt. Die Werte aus der Betrachtung des Familienstandes (siehe oben) spiegeln sich auch bei Ausübung der Sportart wieder. Fast 42% gehen am häufigsten mit der Familie ihrer Sportart nach, ein gutes Drittel tut das mit Freunden (34,3%). Nur jede/r fünfte (20%) geht überwiegend alleine geocachen, das entspricht etwa dem Wert beim Wandern.

Multisport

Auch GeocacherInnen sind Multisporttreibende, wenn auch etwas weniger ausgeprägt als der Durchschnitt der Umfrageteilnehmenden. Fast drei Viertel (74,3%) betreiben außer Geocaching noch mindestens eine andere Natursportart und jede/r Zweite betreibt drei oder mehr (50,9%).

16% üben fünf oder mehr Natursportarten aus. Außer Geocaching werden hauptsächlich noch Wandern (52,5%), Radfahren (38,8%) und Laufen/Joggen (15,5%) ausgeübt.

Ausübungsdauer

Fast 90% gehen schon seit mehr als 3 Jahren geocachen, jede/r Zehnte (10,8%) sogar schon länger als 10 Jahre. Die größte Gruppe (42,3%) betreibt Geocaching seit 6 bis 10 Jahren. Hierbei lässt sich feststellen, dass mit zunehmender Ausübungsdauer die Relevanz der persönlichen Interaktion mit anderen Ausübenden stark ansteigt, sei es um sich zu informieren oder um sich (bei Veranstaltungen) direkt mit anderen auszutauschen.

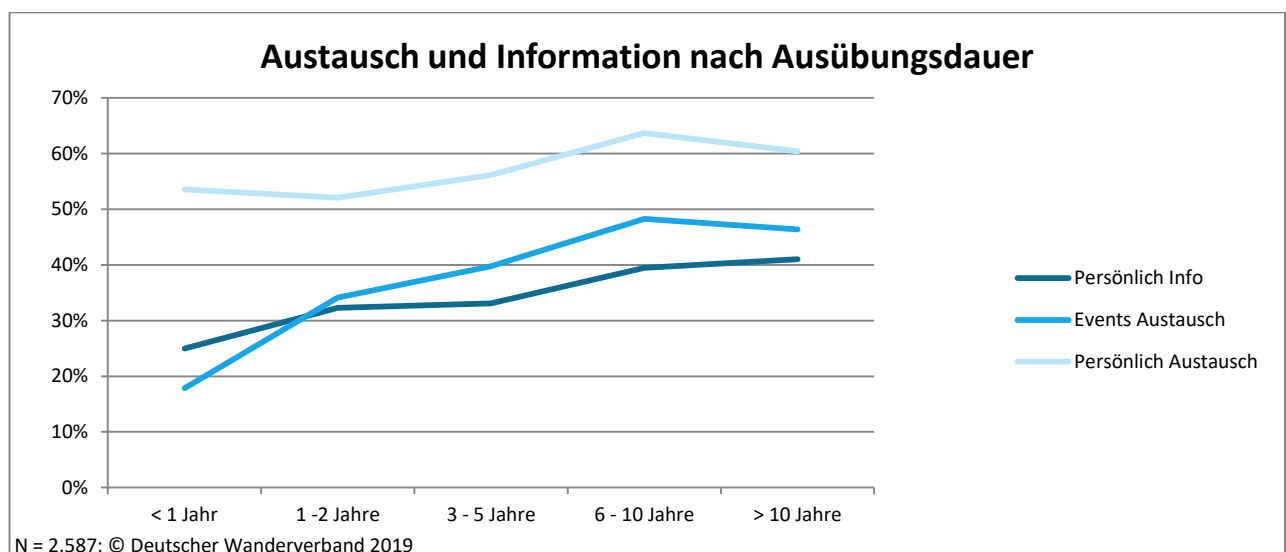


Abbildung 9: Austausch und Information nach Ausübungsdauer (Geocaching)

Motivlage

Wie in anderen Studien [vgl. BMWi 2010 und „Wandermonitor“, Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften 2018 (Ostfalia 2018)] und bei allen Natursporttreibenden in dieser Befragung werden auch die GeocacherInnen durch ein Bündel mehrerer Motive charakterisiert. Für GeocacherInnen ist der am häufigsten genannte Beweggrund, ihre Sportart auszuüben, der Spaß (92%). Draußen sein, Natur erleben und der Ausgleich zum Alltagsstress liegen knapp dahinter (88,8%, 84,4% und 76,9%). Gesundheit und körperliche Herausforderung spielen eine untergeordnete Rolle (30,3%, bzw. 28,6%). Für knapp die Hälfte sind das gemeinsame Erleben und die Erholung wichtig (45,9% bzw. 42,5%).

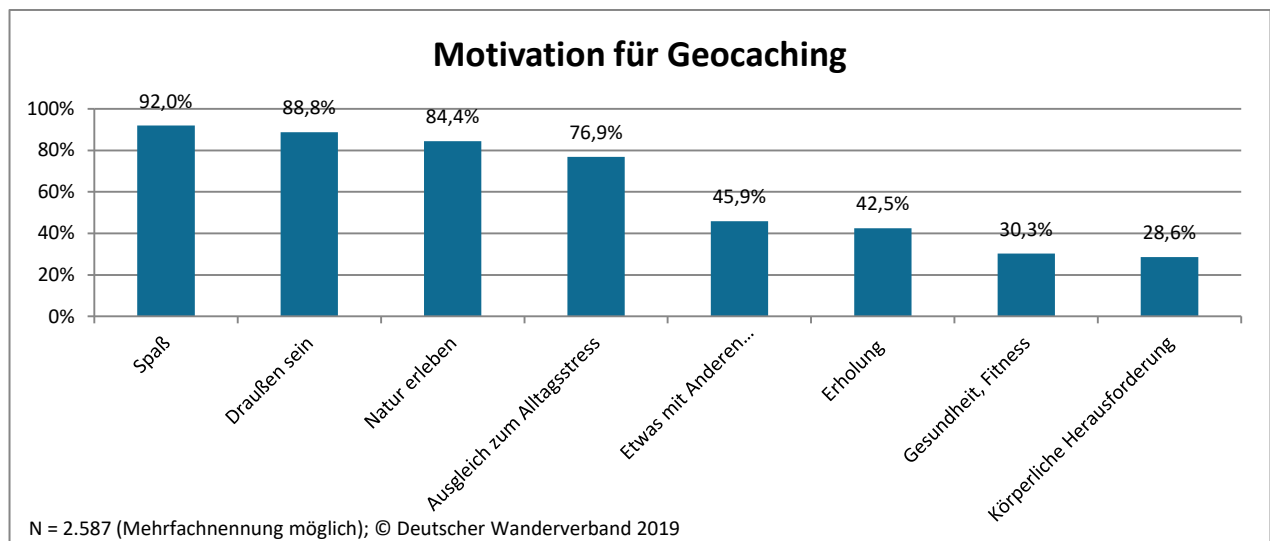


Abbildung 10: Motivation für Geocaching (Geocaching)

Einfluss auf Reiseentscheidung

Mehr als die Hälfte der GeocacherInnen (54,9%) gibt an, dass ihre Natursportart ihre Reiseentscheidung beeinflusst. Im Hinblick auf die Dauer der Ausübung kann festgestellt werden: Je länger Geocaching betrieben wird, desto eher spielt es bei der Reiseentscheidung eine Rolle. Bei denjenigen, die Geocaching schon länger als 10 Jahre ausüben, sind es fast zwei Drittel (63,7%).

Nutzung zentraler Plattformen

Fast alle befragten GeocacherInnen nutzen die Plattform Geocaching.com⁸ (99,6%). Opencaching.de wird immerhin noch von 14,3% der Befragten verwendet. Auch die Seite Wherigo.com wird von 38% genutzt. Die in der Befragung angegebenen Größenordnungen für genutzte Plattformen decken sich mit den Erfahrungen der Geocaching-Experten im Projektbeirat.

GPS-Nutzung beim Geocaching

Das Smartphone ist inzwischen das am häufigsten verwendete Gerät zum Satellitenempfang für das Geocaching geworden: 85,5% nutzen es für ihre Natursportart. Auch das zeigt, dass der Zugang zum Geocaching sehr niedrigschwellig ist, da ein Großteil der Bevölkerung die benötigte Grundausrüstung bereits besitzt. Ca. 75% der GeocacherInnen nutzen aber (auch) GPS-Geräte. Somit sind beide GPS-Empfangswege unter GeocacherInnen sehr weit verbreitet, teilweise wird beides genutzt.

⁸ Geocaching.com und Wherigo.com werden beide von Groundspeak, Inc. mit Sitz in Seattle betrieben und sind kommerzielle Plattformen.

Wherigo-Caches sind eine besondere Cacheform, die vergleichbar sind mit Adventure-Spielen für Computer. Opencaching.de ist eine nicht-kommerzielle Plattform, die ehrenamtlich von einem Verein betrieben wird.

Konfliktpotenzial beim Geocaching

Fast zwei Drittel (65,3%) der GeocacherInnen hatten noch nie Probleme mit anderen Naturnutzenden und fast ein Drittel (31,2%) hat selten oder sehr selten Konflikte erlebt. Nur 0,7% hatten schon häufig welche und bei nur 0,04% war dies sehr häufig der Fall. Ein Vergleich dieser Werte mit Konflikten in alltäglichen Situationen (wie zum Beispiel im Straßenverkehr, wo wahrscheinlich schon jeder einmal einen Konflikt erlebt hat) zeigt deutlich, wie gering diese tatsächlich sind. Auch im Vergleich zu anderen Natursporttreibenden hebt sich dieses Ergebnis ab, da von diesen 40,4% noch nie und 5,2% häufig oder sehr häufig Probleme hatten.

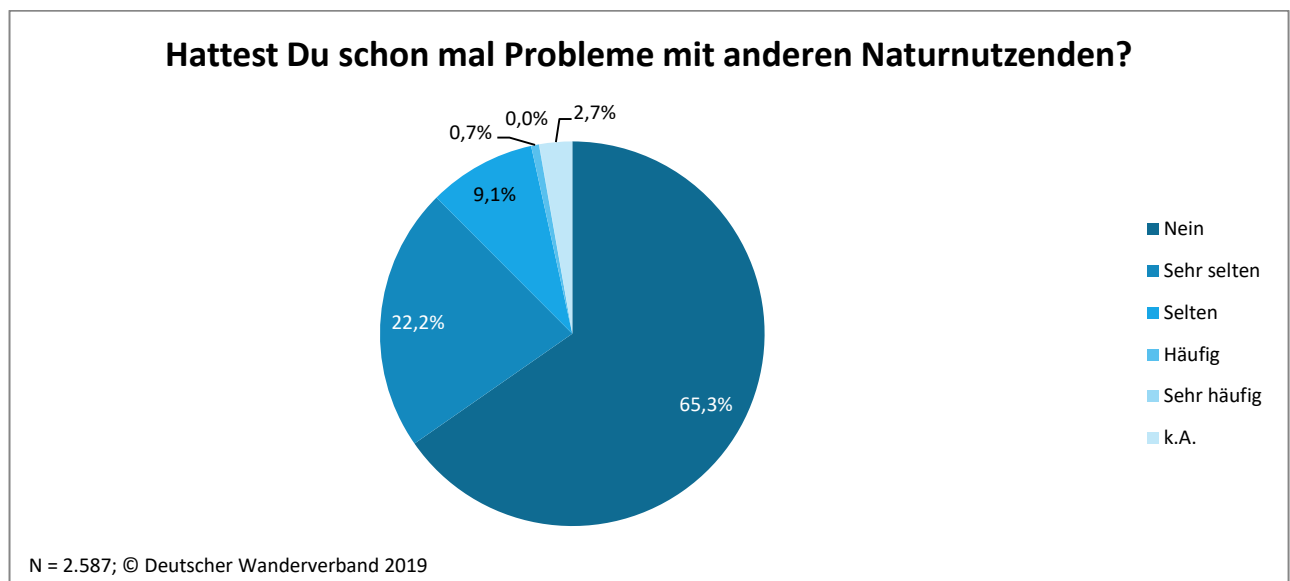


Abbildung 11: Hattest Du schon einmal Probleme? (Geocaching)

Wenn es aus Sicht von GeocacherInnen zu Problemen kam (N = 826), traten diese am häufigsten mit JägerInnen (44%) auf. Gerade in diesem Bereich wird aber seit Jahren von beiden Seiten an daran gearbeitet, ein Mit- und Nebeneinander zu erreichen (z.B. durch die Anwesenheit von Jagdverbänden bei Geocaching-Veranstaltungen oder die Anwesenheit von GeocacherInnen bei Europas größter Jagdmesse „Jagd & Hund“). HundebesitzerInnen liegen auf Platz zwei der erlebten Probleme (27,1%). Danach folgen FörsterInnen und andere Natursporttreibende (22,5%, bzw. 17,9%). Probleme mit Natur-/UmweltschützerInnen hatten nur 6,1%.

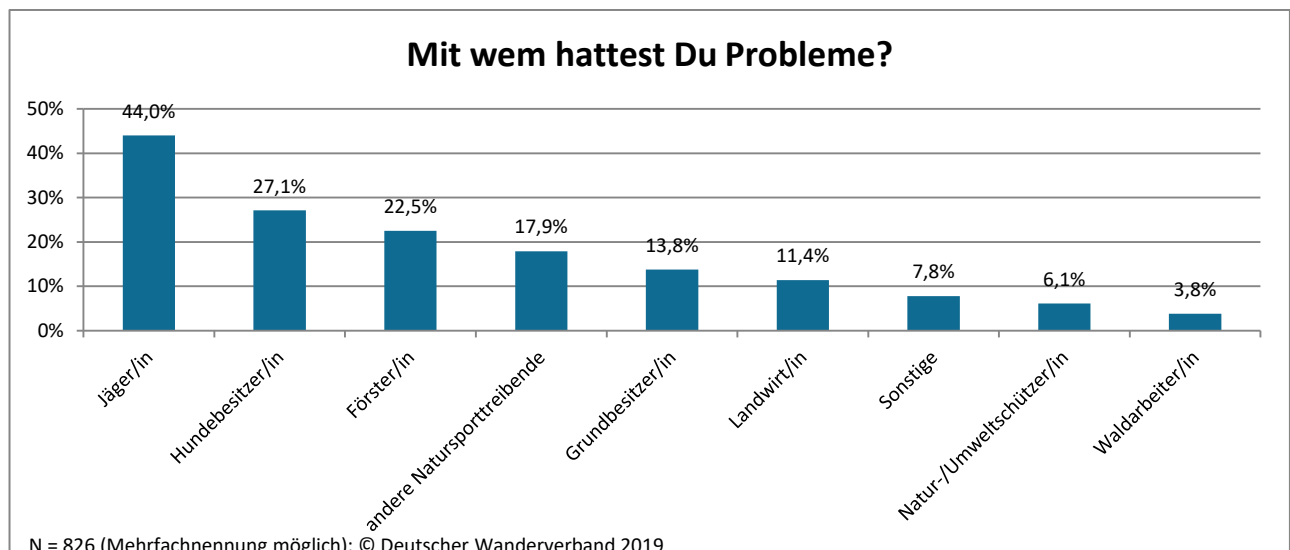


Abbildung 12: Mit wem hattest Du Probleme? (Geocaching)

Auf die Frage nach problematischem Verhalten bei der eigenen Natursportart gibt fast die Hälfte der GeocacherInnen (46%) an, dass ihnen schon mal problematisches Verhalten bei der Ausübung ihrer Sportart aufgefallen sei. Dies deutet auf ein gewisses Problembewusstsein bezüglich der Ausübung der eigenen Natursportart hin.

Organisationsgrad

Auch wenn Geocaching im Wesentlichen eine Natursportart mit nicht herkömmlich organisierten Akteuren ist, so sind doch immerhin 7,5% der Ausübenden in der Befragung in speziellen Geocaching-Vereinen organisiert. Andererseits antworten über 80% der GeocacherInnen auf die Frage, ob sie wegen ihrer Natursportart in einem Verein oder einer Organisation sind, mit „nein“ (Der Rest verteilt sich auf „sonstige/andere Vereine“ und „keine Antwort“). Jedoch muss dies vor dem Hintergrund betrachtet werden, dass die Umfrage unter anderen auch besonders von Geocaching-Vereinen beworben wurde, so dass der Anteil von Geocaching-Vereinsmitgliedern hier überrepräsentiert sein dürfte. Es ist anzunehmen, dass der reale Organisationsgrad weit unter den Organisationsgraden anderer Natursportarten liegt (vgl. BMWi 2017). Schätzungen basierend auf Mitgliedszahlen der Geocachingvereine zufolge dürfte der herkömmliche Organisationsgrad unter 1% liegen.

Exkurs Geocaching-Vereine:

Die derzeit bestehenden rund 20 Geocaching-Vereine wurden fast ausschließlich aus zwei Gründen gegründet. Einerseits als Ansprechpartner für Behörden und Organisationen, um Konfliktsituationen zu entschärfen (z.B. Geocaching Rheinland e.V.), und andererseits zur

Vorbereitung größerer Events, um als Organisationsform für Raummiete und Veranstaltungsanmeldung eine rechtlich gesicherte Struktur zu haben.⁹

4.3 Kommunikation

Nutzung von Kommunikationsmedien

Die Hauptquelle für Informationen zu ihrer Natursportart ist für die meisten GeocacherInnen das Internet. Mehr als die Hälfte von ihnen nutzt spezielle Webseiten, rund 40% auch Facebook. Knapp dahinter folgen dann persönliche Empfehlungen (36,3%). Jede/r Fünfte (20%) liest dazu auch Magazine oder Zeitschriften.

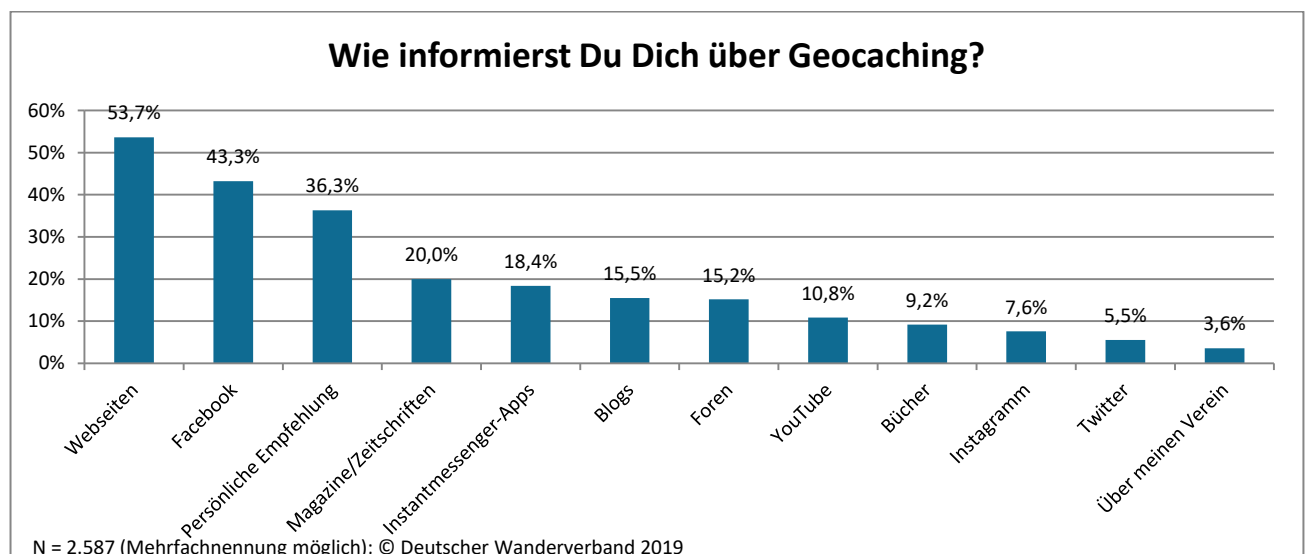


Abbildung 13: Wie informierst Du Dich über Geocaching? (Geocaching)

Austausch mit anderen

Die meisten GeocacherInnen tauschen sich persönlich über ihre Natursportart aus (59,3%), wobei der Austausch auf Geocaching-Events hier noch eine separate Sonderform darstellt (42,8%). Die nächsthäufigen Methoden sind Instantmessenger-Apps (z.B. WhatsApp, Threema, Signal) und Facebook (55,6% bzw. 54,5%). Immerhin noch jede/r Vierte nutzt dazu E-Mails. Die Möglichkeit, diesen Austausch am Telefon oder in Foren zu führen, nutzen jeweils knapp unter 20% (19,7% bzw. 17,7%). Gut jede/r Zehnte tut dies auch mithilfe von Blogs oder Instagram (11,4% bzw. 11,2%).

⁹ Eine aktuelle Übersicht mit Kontaktmöglichkeit zu fast allen Geocaching-Vereinen findet sich hier: <https://www.geocaching-info.de/geocaching-info/kontakt/geocaching-vereine.html>

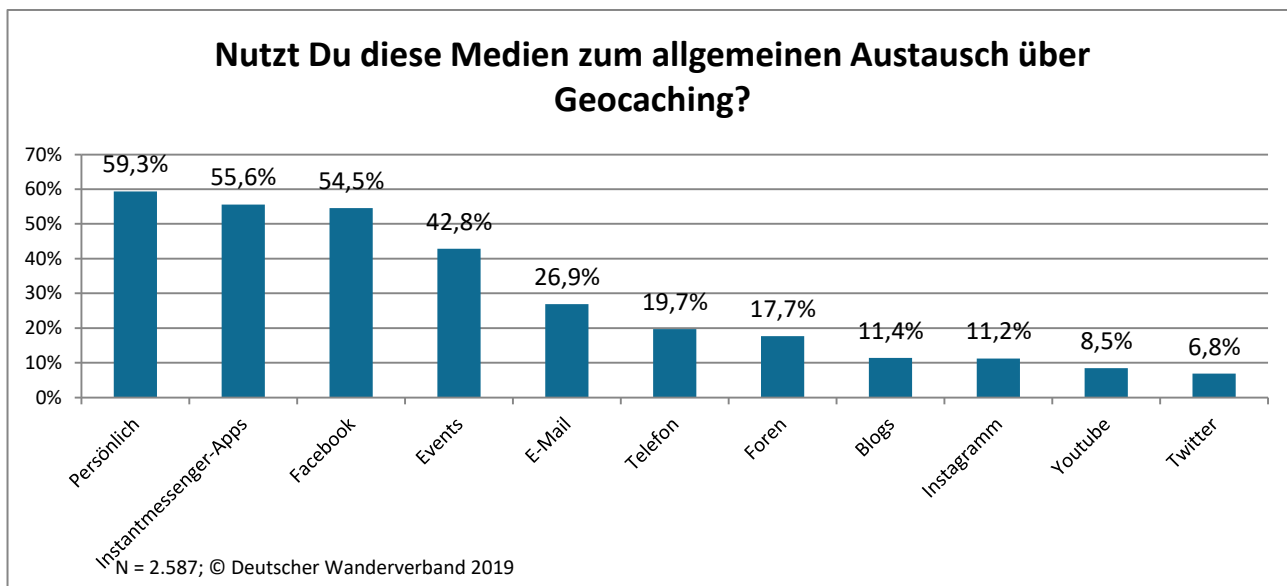


Abbildung 14: Nutzt Du diese Medien zum allgemeinen Austausch über Geocaching? (Geocaching)

Verabredungen zum Geocaching

Wenn es darum geht, sich zum gemeinsamen Geocaching zu verabreden, nutzen 77% Instantmessenger-Apps, gefolgt von persönlichen Verabredungen und dem Telefon (57,6% bzw. 39,1%). Jede/r Fünfte nutzt auch die weiteren „persönlichen“ Möglichkeiten wie E-Mail oder Treffen bei Events (20,7% bzw. 19,9%). Fast genauso viele nutzen aber auch Facebook, um Verabredungen zu treffen (17,5%).

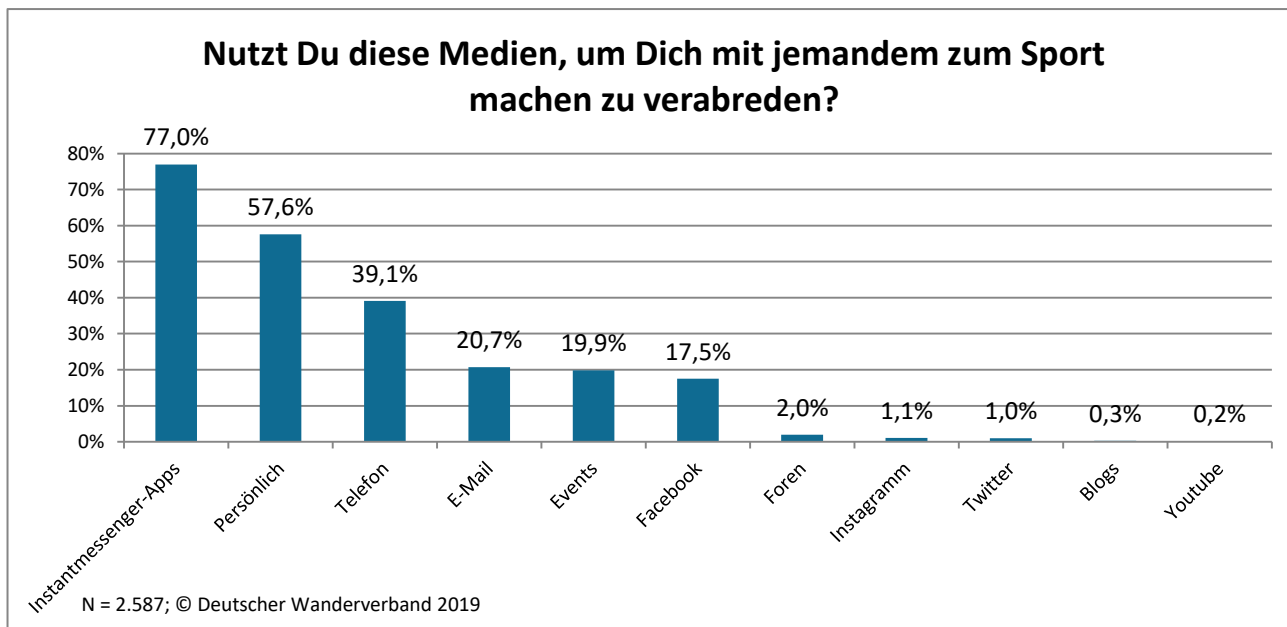


Abbildung 15: Nutzt Du diese Medien, um Dich mit jemandem zum Sport zu verabreden? (Geocaching)

Bedeutung von (Online-)Bewertungen und Kommentaren

Fast 50% der Befragten gaben an, dass Bewertungen im Internet für sie sehr oder eher wichtig sind. Beim Geocaching finden Bewertungen unter anderem durch sog. Favoritenpunkte und die Logeinträge zu einzelnen Geocaches auf den Listingplattformen statt. Für nur rund 8% sind diese wiederum unwichtig, 22% geben hier „eher unwichtig“ an und 11% sind sie egal. Dies lässt zumindest für die Hälfte der Geocachenden auf einen nicht unwesentlichen Einfluss der Gemeinschaft schließen. Dieses Bild kommt bei der Frage nach der Wichtigkeit von Kommentaren anderer NutzerInnen noch deutlicher zum Ausdruck. Hier sagen 63%, dass diese sehr oder eher wichtig für sie sind, 21% sind sie eher unwichtig und nur knapp 6% bzw. 7% sind diese unwichtig oder egal. Auch die Erfahrungen im Projekt und die vergleichsweise hohe Bedeutung von Events (vgl. Abb. 14) liefern weitere Hinweise für einen hohen Einfluss der Community beim Geocaching.

4.4 Umwelt und Naturaspekte

Stellenwert von Umwelt- und Klimaschutz

Von den GeocacherInnen in dieser Befragung sehen 70% Umwelt- und Klimaschutz als sehr wichtig an und nur 1% als nicht wichtig oder eher nicht wichtig. Damit wird dem Umwelt- und Klimaschutz von GeocacherInnen eine höhere Bedeutung zugemessen als vom Bevölkerungsdurchschnitt, von dem laut UiD16 nur 53% (UiD18: 64%) das Thema als sehr wichtig ansehen und 9% als nicht wichtig oder eher nicht wichtig. GeocacherInnen sind demnach umweltbewusster als der Bevölkerungsdurchschnitt. Ob dies daran liegt, dass sie öfter in der Natur unterwegs sind, oder ob sie aufgrund ihres starken Umweltbewusstseins öfter in die Natur gehen, lässt sich nicht beantworten.

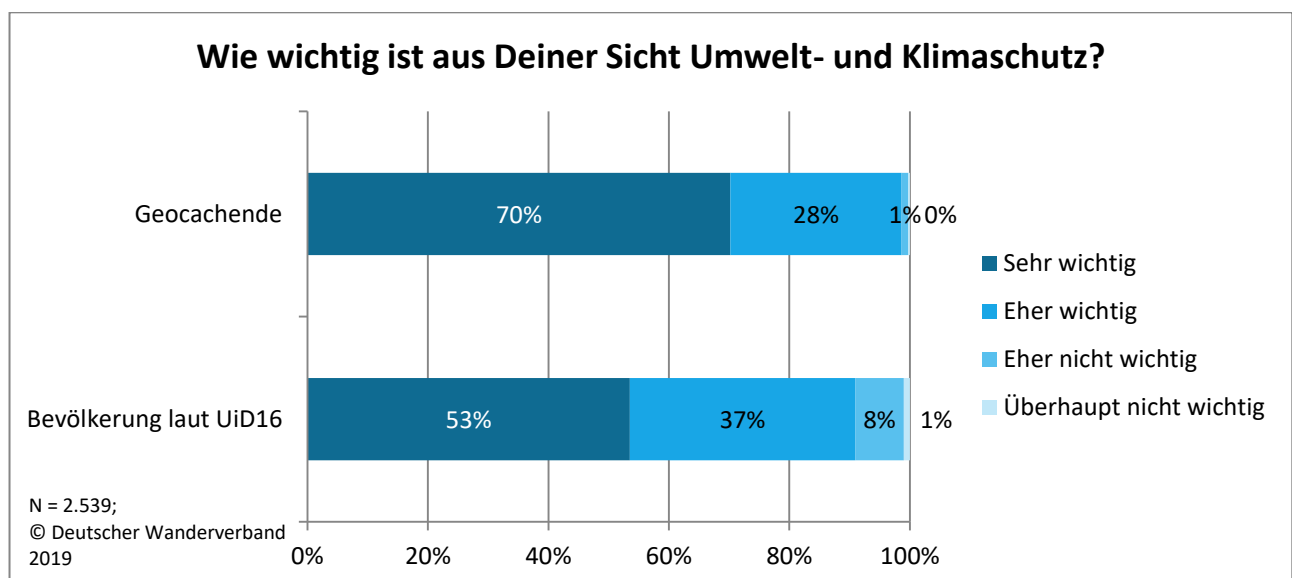


Abbildung 16: Bedeutung Umwelt- und Klimaschutz (Geocaching/Bevölkerung laut UiD)

Wahrnehmung der Umweltqualität

Die hohe Wichtigkeit des Umwelt- und Klimaschutzes spiegelt sich auch in der Einschätzung der Umweltqualität in der eigenen Stadt/Gemeinde bzw. in Deutschland wider. Hier gibt es jedoch keine relevanten Unterschiede zwischen dem Bevölkerungsschnitt (UiD18) und den GeocacherInnen. Jeweils rund 20% sehen die Umweltqualität vor Ort kritisch (schlecht oder eher schlecht), bei der Einschätzung für die Umweltqualität in Deutschland sind es rund 40%.

Hintergrund Cache In Trash Out (CITO)

Die Ergebnisse zum Umweltbewusstsein korrespondieren auch mit der Beliebtheit von CITO-Events, die sich als Veranstaltungsformat in der Geocaching-Szene etabliert haben. Dabei werden naturverbessernde oder -schützende Maßnahmen mit Geocaching verbunden. So wird bei einem CITO-Event beispielsweise Müll gesammelt, es werden in Zusammenarbeit mit Naturschutzvereinen/-verbänden Maßnahmen zur Verbesserung von Schutzgebieten durchgeführt, oder es werden Nistkästen an Bäumen angebracht etc. Diese Veranstaltungen gibt es schon fast solange wie das Geocaching selbst. Seit der Einführung 2002 haben über 360.000 GeocacherInnen an mindestens einer der rund 18.000 Veranstaltungen teilgenommen.

Verkehrsmittelwahl

Auch bei der Anreise zum Geocaching lässt sich eine höhere Nutzung umweltverträglicher Verkehrsmittel beobachten. Mehr GeocacherInnen geben an, zu Fuß zu gehen (77%; Gesamtheit: 58%) und Fahrrad zu fahren (68% vs. 59%). Diese besonders hohen Werte können ggfs. damit zusammenhängen, dass das Geocaching auch zu einem nicht unwesentlichen Teil im urbanen Raum praktiziert wird.

Die Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln (25%) und als Einzelperson im Auto (44%) ist fast identisch mit der Gesamtheit. Ein deutlicher Unterschied zeigt sich bei der Nutzung des Autos mit anderen. Hier liegen die GeocacherInnen mit 80% wieder deutlich über dem Schnitt (62%). Dies lässt sich sicherlich auch durch die stärkere Ausübung mit Familie und Freunden erklären. Dadurch ist es eher naheliegend, dass nur ein Auto für mehrere Personen genutzt wird.

Einstellung zur Verantwortung von Herstellern und Handel

Rund 50% der GeocacherInnen finden, dass Hersteller von Outdoor-Ausrüstung sich für Umwelt- und Klimaschutz in Deutschland engagieren sollten, wobei davon knapp die Hälfte einschränkend ergänzt, dass deswegen die Produkte nicht teurer werden sollten. Nur gut 5% sagen, dass schon genug getan wird und knapp 13% sagen, das sei nicht Aufgabe der Produzenten. Rund ein Viertel gibt an, nicht genug darüber zu wissen, um sich entscheiden zu können. Demnach besteht aus

Sicht der GeocacherInnen Handlungsbedarf für die Ausrüstungshersteller, ihr Engagement für Umwelt und Klimaschutz in Deutschland zu verstärken und auch die Kommunikation dazu zu verbessern.

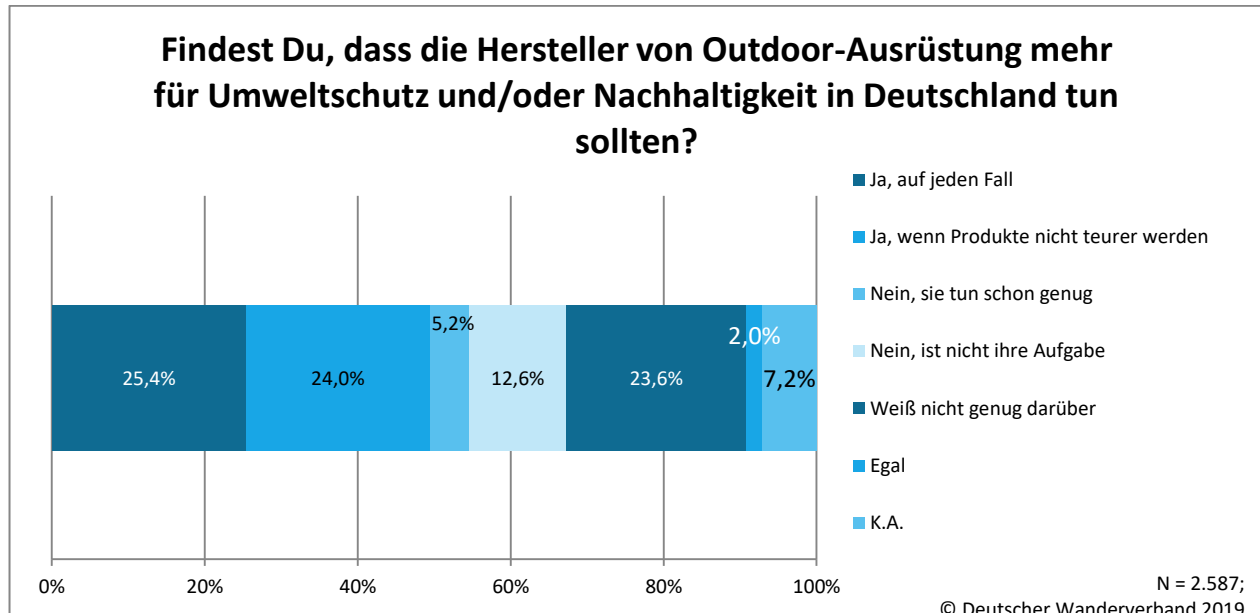


Abbildung 17: Herstellerverantwortung (Geocaching)

4.5 Fazit zur Beispielaktivität Geocaching

Die Umfrageergebnisse für das Geocaching als Beispielaktivität für nicht herkömmlich organisierte Natursportarten zeigen, dass es sich um eine gesellige Natursportart handelt, die am häufigsten mit Familie und Freunden ausgeübt wird. Dabei stehen Spaß und der Aufenthalt draußen in der Natur im Fokus. In einigen Aspekten unterscheiden sich GeocacherInnen von anderen Natursporttreibenden (z.B. beim Einfluss der Community), in anderen hingegen decken sich die Ergebnisse, was auch damit zusammenhängen kann, dass sie, wie viele andere im Natursportbereich, oft Multisporttreibende sind.

Die große, aktive Community, die über eine Plattform eine annähernd 100-prozentige theoretische Erreichbarkeit der Ausübenden ermöglicht, hat einen starken Einfluss auf die einzelnen GeocacherInnen, was sich in den Ergebnissen zur Bedeutung von Kommentaren und Bewertungen widerspiegelt. Eine Besonderheit in der Geocaching-Gemeinschaft sind außerdem die Geocaching-Events, die neben zusätzlichen persönlichen Gesprächen wesentlich zum Austausch und Zusammenhalt der Community beitragen.

Die Reiseentscheidung wird bei GeocacherInnen zwar auch von ihrer Natursportart beeinflusst, jedoch nicht so stark wie bei Wandernden und MountainbikerInnen. In der Selbsteinschätzung wird Geocaching als weitgehend konfliktarm wahrgenommen, jedoch haben die Ausübenden durchaus ein Problembewusstsein in Bezug auf das Verhalten beim Geocaching. Gerade dieser Aspekt hat

das Projektteam überrascht, weil Geocaching oft von außen als besonders konfliktrichtig eingeschätzt wird. Die Wahrnehmung von außen und die Innenwahrnehmung sind also in diesem Punkt sehr weit voneinander entfernt. Nach Einschätzung des Projektteams ist dies ein wesentliches Argument dafür, sich wirklich intensiv und offen mit neu auftretenden Natursporttrends zu befassen. Im Falle des Geocachings zeigt sich, dass die Community aufgeschlossener ist, als aus der reinen Außensicht zu erwarten war.

In Bezug auf die JägerInnen hat sich außerdem gezeigt, dass GeocacherInnen im Falle eines Konflikts offen für den Dialog und aktiv in der Konfliktbewältigung sind und hier praktikable Lösungsstrategien (z.B. das System der Reviewer, vgl. Kap. 7.1) entwickelt haben. Umwelt- und Klimaschutz ist GeocacherInnen, wie auch Natursporttreibenden im Allgemeinen, besonders wichtig. Im Hinblick auf dieses Thema verlangen sie auch von Ausrüstungsherstellern, Verantwortung in Deutschland zu übernehmen.

5. Sonstige nicht herkömmlich organisierte Natursporttreibende



©Lippe Tourismus & Marketing GmbH

Im folgenden Teil wird die Gruppe der sonstigen nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden fokussiert. Gemeint sind in diesem Kontext Natursporttreibende, die angegeben haben, nicht wegen ihrer Hauptnatursportart in einem Verein zu sein. Um Unterschiede und Gemeinsamkeiten mit den zuvor betrachteten GeocacherInnen ableiten zu können, sind die Befragten, die Geocaching als Hauptnatursportart angegeben haben, an dieser Stelle ausgenommen. Betrachtet werden hier somit 1.625 Personen, die einen Anteil von 27,6% aller für diese Untersuchung Befragten ausmachen. Das Kapitel ist analog dem Vergleichskapitel zum Geocaching aufgebaut. Kleine Abweichungen (in Kapitel 5.2) ergeben sich aus den unterschiedlichen Ausübungsprofilen beim Geocaching und anderen Natursportarten.

Die sonstigen nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden stellen für die Untersuchung eine besonders wichtige Gruppe dar. Sie stehen stellvertretend für das überwältigende Gros der Natursporttreibenden, da laut BMWI 2017 für die meisten Natursportarten nur ein Organisationsgrad von unter 4 % angenommen wird. Wesentliche Schlussfolgerungen der Studie ergeben sich aus den Ergebnissen dieser Betrachtung und den Vergleichen mit den Ergebnissen der Beispielaktivität Geocaching. .

5.1 Soziodemographie

Geschlechterverteilung

In dieser Gruppe sind die Geschlechter relativ gleichmäßig vertreten. Im Gegensatz zur Gesamtheit und zu den GeocacherInnen überwiegen hier jedoch die Frauen mit 50,4%, gegenüber einem Männeranteil von 48,6%.

Altersverteilung

79,1% der sonstigen nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden sind zwischen 25 und 54 Jahre alt. Es wird eine leichte Abweichung zur Altersverteilung bei den GeocacherInnen deutlich, da mit 7,0% (+2,2%) die 18- bis 24-jährigen und mit 10,1% (+3,0%) die 55- bis 64-jährigen etwas stärker vertreten sind.

Familienstand

Der Anteil der Verheirateten und in einer Lebensgemeinschaft Lebenden beläuft sich auf 57,3% und liegt damit leicht unter dem entsprechenden Wert der GeocacherInnen (-4,5%). Mit 31,1% ist der Anteil der Ledigen in dieser Gruppe höher als bei den GeocacherInnen (+6,6%). Der Anteil derjenigen mit Kindern (42,2%) liegt deutlich niedriger als bei den GeocacherInnen (-8,6%) und der Gesamtheit (-5%).

Bildungsabschluss und Einkommen

Der Anteil derjenigen mit mindestens einem (Fach-)Abitur liegt bei 66% und damit leicht höher als in der Gesamtheit der Umfrageteilnehmenden. Im Vergleich mit den GeocacherInnen sind die Werte für AkademikerInnen (+8,5%) höher und für Menschen mit Mittlerer Reife (-6,6%) entsprechend niedriger.

Auch hier gibt es bei den Einkommen wenige Unterschiede im Vergleich zu den GeocacherInnen oder der Gesamtheit. Wie auch dort liegen fast 50% (45%) in einer Gruppe mit einem Einkommen von 1.300 € bis 3.600 €. Bei den niedrigeren Einkommen ist der Wert mit 7,3% etwas größer als bei GeocacherInnen (+1,6%) und der Gesamtheit der Befragten (+1,3%), bei den höheren Einkommensgruppen liegt der Wert zwischen den anderen beiden untersuchten Gruppen.

Ausgabeverhalten

Trotzdem liegen die durchschnittlichen monatlichen Aufwendungen für die jeweilige Natursportart hier mit 108,49 € etwas höher als im Durchschnitt (N = 1.466) und deutlich über den Werten beim Geocaching. Wie bei den GeocacherInnen liegt der Median deutlich unter dem Mittelwert. Bei den sonstigen nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden liegt er bei 50 €. Die Ausgaben der meisten Befragten auch in dieser Gruppe liegen damit unter dem errechneten Mittelwert.

5.2 Ausübung der Natursportart

Beliebte Natursportarten

Die beliebteste Hauptnatursportart der sonstigen nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden in der Untersuchung ist das Wandern (30,9%), gefolgt von Mountainbiken (17,9%), Reiten (16,8%), Radfahren (13,1%) und Laufen/Joggen (9,8%).

Auch bei den überhaupt ausgeübten Natursportarten liegt das Wandern in der vorliegenden Studie auf dem vordersten Platz (72,1%), hier jedoch gefolgt von Radfahren (50,1%), Mountainbiken (36,4%), Laufen/Joggen (35,5%), Geocaching (34,7%), Reiten (20,9%) und Schwimmen (19,8%).

Häufigkeit der Ausübung

Während der Wert derjenigen, die mindestens einmal im Monat ihrer Natursportart nachgehen (91,5%), in der Gruppe der sonstigen nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden am niedrigsten ausfällt, zeigt sich andererseits aber auch, dass der Anteil derjenigen, die ihre Natursportart mehrmals pro Woche ausüben, hier mit 45,9% am höchsten ist. Etwa zwei Drittel (64,5%) betreiben ihre Natursportart mindestens einmal die Woche.

Multisport

87,4% der Befragten nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden üben neben ihrer Hauptnatursportart noch mindestens eine weitere aus. (Zum Vergleich: bei GeocacherInnen sind es 74,3%). Mehr als zwei Drittel (67,9%) betreiben drei oder mehr Natursportarten, während die GeocacherInnen dabei nur auf 50,9% kommen. Und fast jede/r Dritte (29,4%) befragte nicht organisierte Natursporttreibende betreibt schon fünf oder mehr, wobei es bei GeocacherInnen nur 16% sind. Die Angaben für die Gesamtheit aller befragten Natursporttreibenden liegen dabei immer zwischen denen der sonstigen nicht organisierten Natursporttreibenden und der GeocacherInnen.

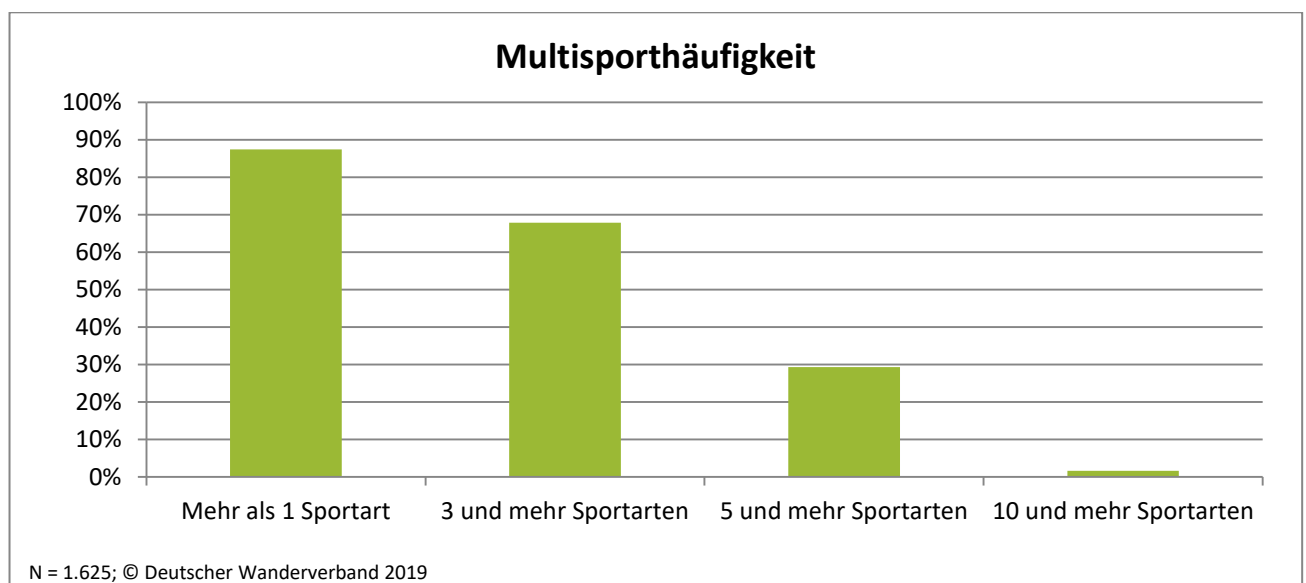


Abbildung 18: Multisporthäufigkeit (nicht herkömmlich organisierte Natursporttreibende)

Multisport als Chance für die Erreichbarkeit

Die nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden stellen unter den untersuchten Gruppen diejenige mit dem höchsten Anteil an Multisporttreibenden dar. Dies ist ein entscheidender Aspekt im Hinblick auf die Erreichbarkeit im Natursport. Das Streuen von Informationen über eine Spannweite von Kanälen, die sich über unterschiedliche Natursportarten erstreckt, kann sich hier als sinnvoll erweisen. Gleichzeitig besteht die Chance, dass Multisporttreibende durch ihre regelmäßig praktizierten Perspektivwechsel einfacher für die Ansprüche anderer Natursporttreibender und Naturnutzender sensibilisiert werden können.

Natursportbegleitung

Auch wenn die Anzahl derjenigen, die ihre Natursportart alleine ausüben, mehr als doppelt so hoch ist wie beim Geocaching (41,4% vs. 20%), betreiben sie ihren Sport am häufigsten in Gemeinschaft (d.h. mit Familie oder Freunden) (51,1% zu 76,5% beim Geocaching).

Ausübungsdauer

59,1% der befragten nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden geben an, dass sie ihre Hauptnatursportart schon seit 10 Jahren oder länger ausüben. Somit handelt es sich überwiegend um Natursportarten, die bereits seit längerer Zeit etabliert sind, im Gegensatz zum Geocaching, das erst etwa 20 Jahre existiert und das nur ungefähr 11% der GeocacherInnen schon mehr als 10 Jahre betreiben, oder anderen neuen Natursporttrends. Hier wird im Vergleich noch einmal deutlich, dass Geocaching als neue Natursportart betrachtet werden kann und für zukünftig neu entstehende Trends – vor allem in Bezug auf die Digitalisierung und Nutzung von Geodaten im Natursport – als Beispielaktivität geeignet ist.

Motivlage

Die größte Motivation für sonstige nicht herkömmlich organisierte Natursporttreibende sind Draußen sein (80,2%) und der Ausgleich zum Alltagsstress (80,2%), dicht gefolgt von Natur erleben (79,6%). Des Weiteren sind Spaß (73,0%) sowie Gesundheit und Fitness (65,8%) wichtige Faktoren. Körperliche Herausforderung einerseits und Erholung andererseits spielen für jeweils knapp 50% eine Rolle. Während es bei den meisten Motiven kaum Unterschiede zwischen Frauen und Männern gibt, so lassen sich doch bei „Gesundheit, Fitness“ und „körperliche Herausforderung“ starke Unterschiede zwischen den Geschlechtern feststellen. Sind es bei den nicht herkömmlich organisierten Natursportlerinnen 37,7% (Körperliche Herausforderung) bzw. 59,6% (Gesundheit, Fitness), so sind dies bei den Männern mit 59,2%, bzw. 72,5% deutlich mehr, für die diese Motive wichtig sind. Dadurch zeigt sich, dass, je nach Thema, geschlechtsspezifische Unterschiede bestehen können.

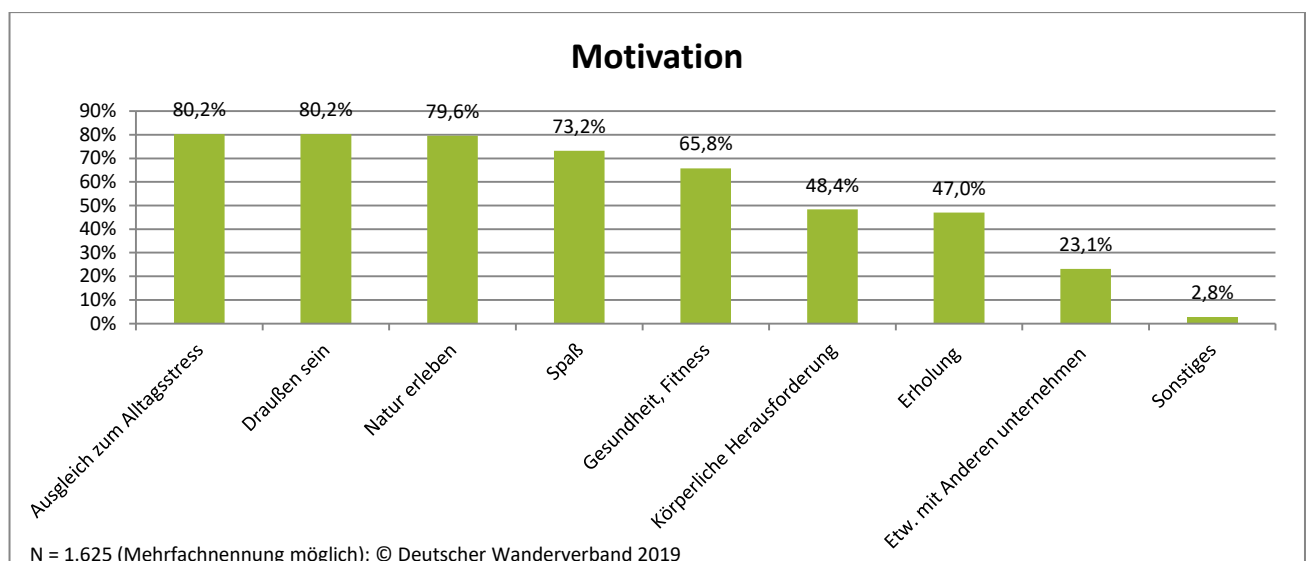


Abbildung 19: Motivation (nicht herkömmlich organisierte Natursporttreibende)

Einfluss auf Reiseentscheidung

Rund zwei Drittel der sonstigen nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden geben an, dass ihre Natursportart ihre Reiseentscheidung beeinflusst (65,4%). Damit liegt dieser Wert gut 10% höher als bei den GeocacherInnen. (Für die Vergleichswerte mit anderen Natursportarten siehe Kapitel 4.2).

Dass Natur, Bewegung und Erholung in den Köpfen der Menschen verknüpft sind und damit der Tourismus ein Interesse am Natursport haben sollte, legt auch eine Studie aus der Schweiz aus dem Jahr 2019 im Auftrag der Schweiz Tourismus nahe:

Beispiel Schweiz: Natur als Sehnsuchtsziel

Die in Zürich ansässige Forschungsstelle Sotomo hat im Auftrag von Schweiz Tourismus 5.340 Menschen in der Schweiz, Frankreich, Deutschland, Großbritannien und den Niederlanden zur Bedeutung der Natur in der digitalen Leistungsgesellschaft befragt. In der Studie wird Natur als Sehnsuchts- und Erholungsort identifiziert. Die befragten Menschen bringen Natur und deren Wahrnehmung stark mit Erholung in Verbindung. Dabei spielt Bewegung eine wichtige Rolle: Gerade das Wandern scheint als Gegensatz zum Alltagsstress verstanden zu werden.

Die aufgesuchten Landschaftstypen je nach landschaftlichen Voraussetzungen sind durchaus unterschiedlich. Die Befragten aus Deutschland besuchen den Wald besonders häufig (55%), während dies auf das Gebirge nur zu 3% zutrifft. Den Wald gerne häufiger besuchen würden 25%, das Gebirge sogar 38%.

In Deutschland ist Natur nach den Ergebnissen recht leicht zugänglich: Für 55% ist Natur in weniger als zehn Minuten erreichbar. Dieser Wert wird im Ländervergleich nur von der Schweiz mit 70% übertroffen.

Eine Erkenntnis aus der Studie, die für den Tourismus besonders interessant sein dürfte: Dort, wo Menschen häufig in der Natur sind, ist auch der Wunsch nach noch häufigeren Naturaufenthalten besonders stark ausgeprägt.

Quelle: Forschungsstelle Sotomo (2019): Sehnsuchtsort Natur in der digitalen Leistungsgesellschaft - Die Schweiz im Ländervergleich, Zürich

Download: <https://sotomo.ch/site/sehnsuchtsort-natur/>

Nutzung von Ausrüstung

Für ihre Natursportart nutzen 83,5% spezifische Kleidung oder Ausrüstung. Auch das Smartphone oder Tablet gehört inzwischen für knapp die Hälfte (47,6%) zur Ausstattung beim Natursport. Ein gutes Drittel (33,5%) nutzt außerdem spezifische GPS-Geräte. Die im Vergleich zum Geocaching deutlich niedrigeren Werte für die Nutzung von Smartphone und/oder GPS-Gerät lassen sich durch deren Unabdingbarkeit beim Geocaching erklären.

Nutzung von Karten-Apps

Dass Online-Kartendienste beim Natursport eine immer wichtigere Rolle spielen, zeigt auch die Frage nach der Nutzung von Apps. Hierbei steht Google Maps mit 19,4% an erster Stelle. Weitere Apps, die von den befragten nicht herkömmlich organisierten NatursportlerInnen genutzt werden, sind Komoot (14,5%) sowie Runtastic (12,7%) und Outdooractive (12,1%), die auch der Navigation und der Tourenplanung dienen.

Konfliktpotenzial bei Natursportarten

Rund die Hälfte (48,4%) der sonstigen nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden hatte bisher keine Probleme mit anderen Naturnutzenden. Ein etwas geringerer Anteil (44,3%) gibt an, dass dies sehr selten bis selten der Fall ist. Es werden Probleme mit anderen wahrgenommen, allerdings auf sehr niedrigem Niveau. Über 90% der Befragten geben damit an, selten bis nie Probleme mit anderen Naturnutzenden gehabt zu haben. Nicht einmal 5% (4,4%) geben an, häufig oder sehr häufig Probleme mit anderen Naturnutzenden zu haben. Bisher erlebte Konflikte sind hier also etwas stärker ausgeprägt als bei den GeocacherInnen, aber auch hier ist es nur ein sehr kleiner Anteil, der intensiv Konflikte erfährt.

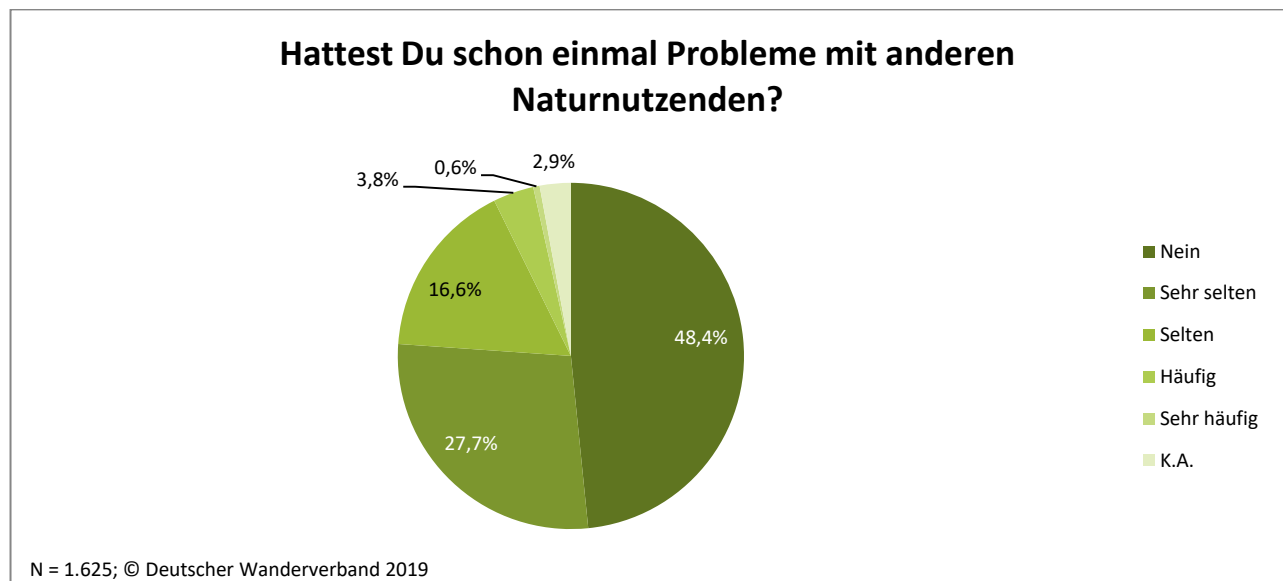


Abbildung 20: Probleme mit anderen Naturnutzenden (nicht herkömmlich organisierte Natursporttreibende)

Bei denen, die angeben, schon einmal Probleme mit anderen Naturnutzenden gehabt zu haben, traten die meisten Probleme hauptsächlich mit zwei Gruppen auf: mit anderen Natursporttreibenden (53%)¹⁰ und mit HundebesitzerInnen (48,2%). Knapp ein Viertel (23,0%) gibt außerdem an, schon einmal Probleme mit JägerInnen gehabt zu haben. Hier zeigt sich ein

¹⁰ Auch andere Studien bestätigen, dass Naturnutzende sich tendenziell gegenseitig für Probleme verantwortlich machen (vgl. FVA 2019, S. 23).

deutlicher Unterschied zu den GeocacherInnen, bei denen diese Gruppe die mit Abstand größte ist.

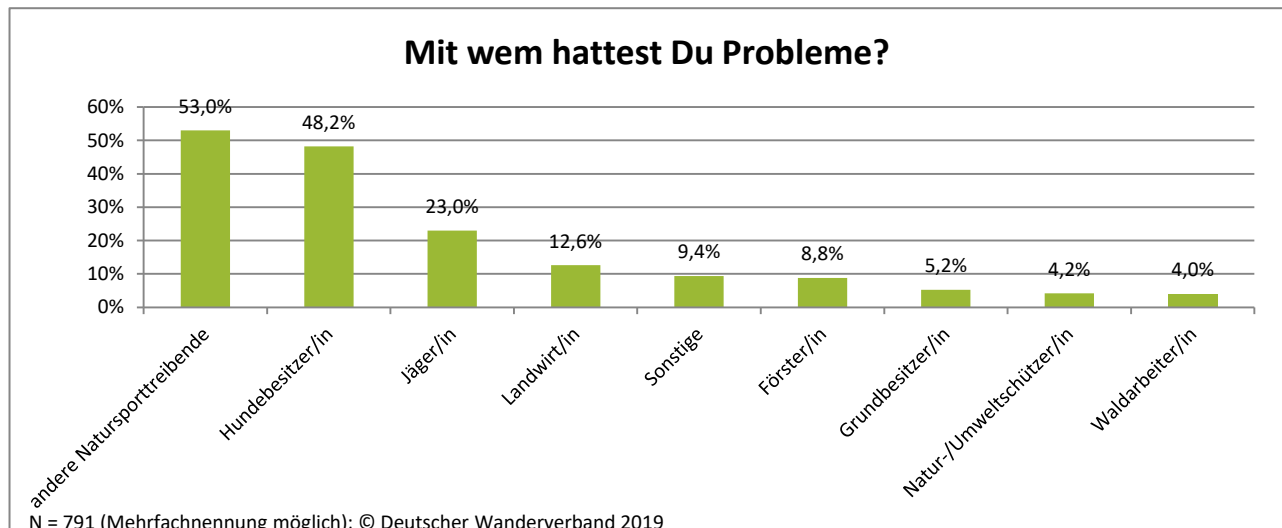


Abbildung 21: Mit wem hattest Du Probleme? (nicht herkömmlich organisierte Natursporttreibende)

Bei den nicht organisierten Natursporttreibenden ist einem knappen Drittel (33,1%) schon einmal problematisches Verhalten bei der Ausübung der eigenen Natursportart aufgefallen, während mehr als die Hälfte (52,8%) angibt, dass dies noch nicht der Fall war. Im Vergleich zu den GeocacherInnen scheint das generelle Bewusstsein über mögliche negative Einflüsse der jeweiligen Natursportart also weniger stark ausgebildet zu sein.

Dass von den sonstigen nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden, die von Problemen berichten, die mit Abstand am häufigsten genannten Gruppen andere Freizeitnutzende (andere Natursporttreibende und HundebesitzerInnen) sind (vgl. Abb. 22), bietet mehrere Interpretationsansätze. Einerseits kann dies ein Indiz für einen gewissen Nutzungsdruck durch Freizeitaktivitäten in der Landschaft sein. Dies lässt sich aber anhand der Befragungsstruktur nicht weiter vertiefen. Andererseits scheinen die Konflikte mit anderen Naturnutzenden (mit der Ausnahme JägerInnen) aus Sicht der Natursporttreibenden nur sehr selten stattzufinden oder bewusst zu sein. Hier sind Außen- und Innensicht offensichtlich unterschiedlich ausgeprägt.

5.3 Kommunikation

Nutzung von Kommunikationsmedien

Die beliebtesten Quellen, um sich über die jeweilige Natursportart zu informieren, sind digitale Medien und Kanäle. Rund die Hälfte der Befragten gibt an, dafür Webseiten (47,2%) zu nutzen und 34,4% tun dies über Facebook. Aber auch analoge Informationsquellen wie Magazine/Zeitschriften (35,3%) und Bücher (29,2%) werden von nicht herkömmlich organisierten

Natursporttreibenden genutzt. Jede/r Dritte (33,4%) gibt außerdem persönliche Empfehlungen an. Hier gibt es fast nur im Bereich der Bücher und Magazine wesentliche Unterschiede zum Geocaching: GeocacherInnen nutzen Printmedien deutlich weniger.

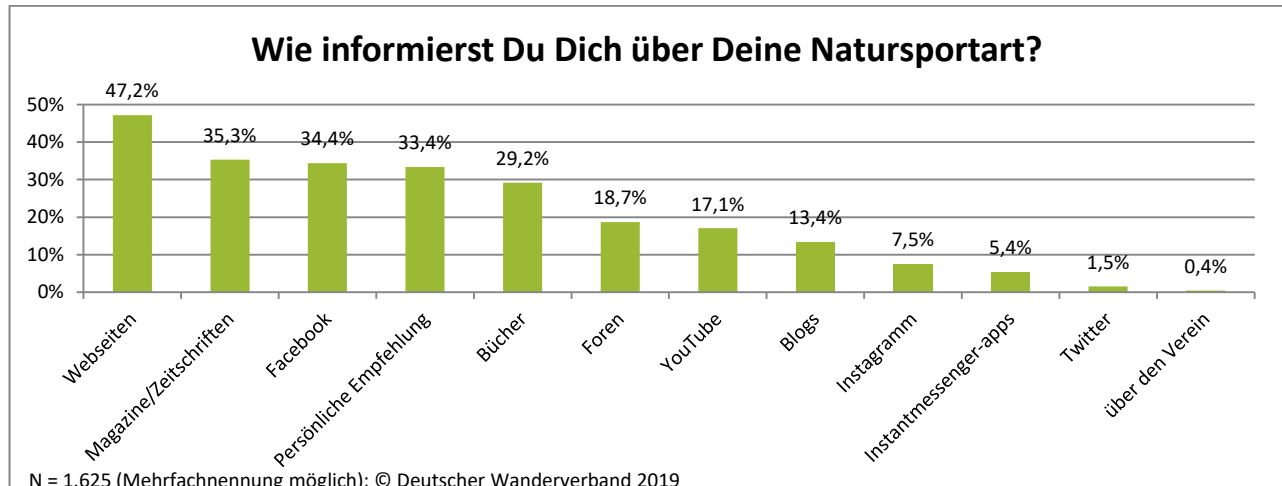


Abbildung 22: Wie informierst Du Dich über Deine Natursportart? (nicht herkömmlich organisierte Natursporttreibende)

Austausch mit anderen

Als Medium zum allgemeinen Austausch über die Natursportart wird von den meisten (52,8%) nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden das persönliche Gespräch genannt. Beinahe ebenso viele (48,4%) geben an, dafür Facebook zu nutzen. Instantmessenger-Apps werden hierzu von rund einem Drittel (34%) genutzt. Fast jede/r Fünfte (19,8%) nutzt zum Austausch über die eigene Sportart Online-Foren. Andere digitale Medien spielen eher eine untergeordnete Rolle. Hier gibt es kaum Unterschiede zu den GeocacherInnen, mit Ausnahme der Instantmessenger-Apps, die dort das zweithäufigste Medium sind, und der Events, die dort eine wesentliche Komponente für den Austausch darstellen (vgl. Abb. 14).

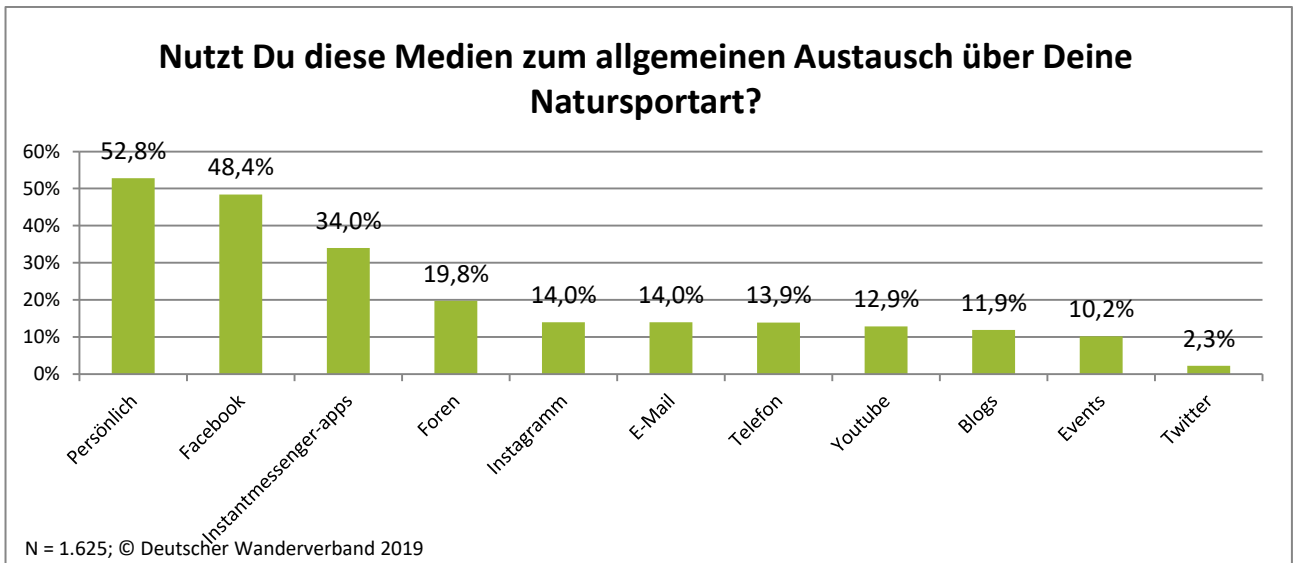


Abbildung 23: Nutzt Du diese Medien zum allgemeinen Austausch über Deine Natursportart? (nicht herkömmlich organisierte Natursporttreibende)

Verabredungen zum Natursport

Um sich zum Natursport zu verabreden nutzen fast zwei Drittel (63,4%) der sonstigen nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden Instantmessenger-Apps. Rund die Hälfte (50,3%) tut dies persönlich. Das Telefon wird etwas weniger (38,3%) verwendet. Immerhin rund jede/r Siebte trifft Verabredungen zum Sport über Facebook (15,4%) oder E-Mail (14,8%). Auch hier gibt es kaum Unterschiede zum Geocaching, außer dass die Werte dort tendenziell höher sind.

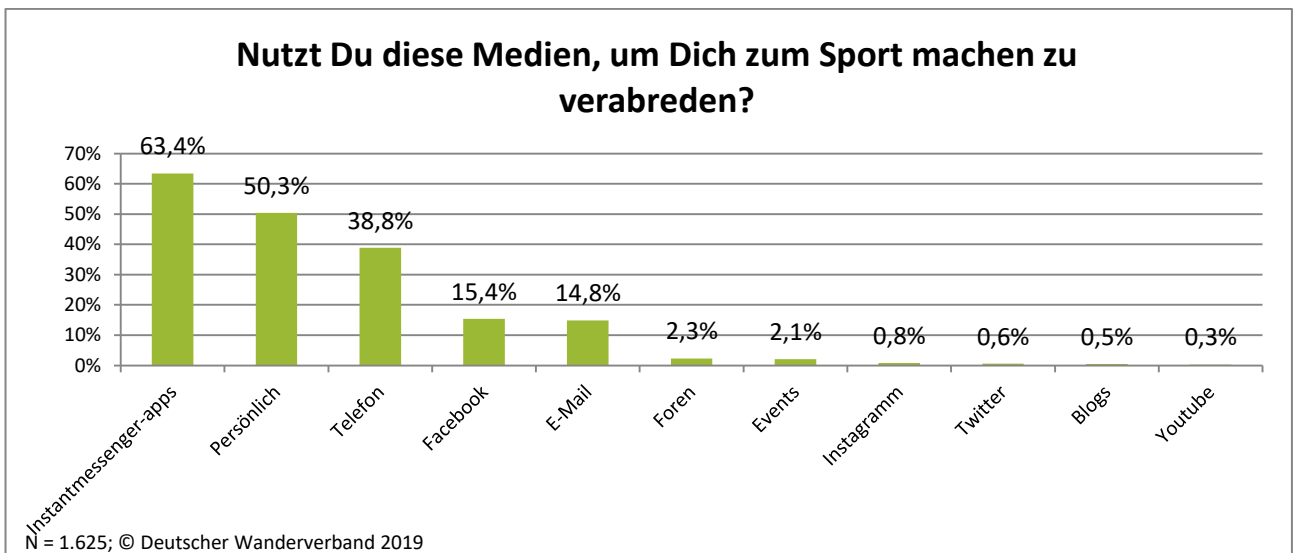


Abbildung 24: Nutzt Du diese Medien, um Dich zum Sport machen zu verabreden? (nicht herkömmlich organisierte Natursporttreibende)

Bedeutung von (Online-)Bewertungen und Kommentaren

Die großen Tourenportale bieten jeweils Bewertungsmöglichkeiten und Kommentarfunktionen für den dort angebotenen Content. Für nur 38,8% sind solche (Online-)Bewertungen sehr oder eher

wichtig. Beim Geocaching sind es rund 50% (vgl. Kap.4.3). Für fast 30% der befragten nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden sind diese allerdings entweder unwichtig (12,9%) oder egal (16,5%).

Bei der Bedeutung von Kommentaren anderer Nutzender liegt der Anteil derjenigen, für die diese sehr oder eher wichtig sind, etwas höher (42%) und die Gruppe „unwichtig“/„egal“ liegt insgesamt bei 26,7% (beim Geocaching sind dies 12,6%). Insgesamt scheinen die sonstigen nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden weniger erreichbar für den Einfluss der oft online kommunizierenden Community zu sein, als beim Geocaching. So spielen auch Events, anders als beim Geocaching, hier nur eine untergeordnete Rolle für den Austausch (vgl. Abb. 24). Dies kann eine Herausforderung für die Erreichbarkeit der sonstigen nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden darstellen.

5.4 Umwelt und Naturaspekte

Stellenwert von Umwelt- und Klimaschutz

Für 99% der sonstigen nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden ist Umwelt- und Klimaschutz sehr wichtig (79%) oder eher wichtig (20%) und nur für 1% eher nicht wichtig. Das zeigt, dass auch in dieser Gruppe ein sehr starkes Umweltbewusstsein vorhanden ist. Hier ist sogar eine noch stärkere Konzentration bei „sehr wichtig“ als bei den GeocacherInnen festzustellen. Folglich könnte das Thema Umwelt- und Klimaschutz als Ansatzpunkt für eine thematische Ansprache genutzt werden, um die Aufmerksamkeit vieler Natursporttreibender zu erregen.

Wahrnehmung der Umweltqualität

Auch bei den sonstigen nicht organisierten Natursporttreibenden entspricht die Einschätzung der Umweltqualität vor Ort etwa dem Bevölkerungsdurchschnitt. Mit 22%, die sie als eher schlecht oder schlecht einstufen, sind es hier sogar noch zwei Prozentpunkte mehr als bei den GeocacherInnen. Ähnliches gilt für die Betrachtung der Umweltqualität in Deutschland. Diese sehen 43% der nicht organisierten Natursporttreibenden als eher schlecht oder schlecht an, was sogar 4% mehr als bei den GeocacherInnen sind. Auch hier entspricht der Wert etwa dem Durchschnitt der Bevölkerung (vgl. UiD18).

Verkehrsmittelwahl

Bei der Frage, welches Verkehrsmittel genutzt wird, um zum Natursport zu kommen, wird von den sonstigen nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden am häufigsten das Fahrrad (53%), eng gefolgt von zu Fuß gehen (47%) genannt, womit beide Gruppen aber noch unter dem Schnitt liegen. Bei der Nutzung des ÖPNV (24%) und als Einzelperson im Auto (41%) liegen sie etwa im

Befragungsdurchschnitt. Bei der Nutzung des Autos mit Mitfahrern (44%) liegt diese Gruppe deutlich unter dem Durchschnitt. Viele dieser Ergebnisse dürften der Tatsache geschuldet sein, dass viele Orte des Natursports abseits von Städten liegen und damit möglicherweise nicht oder nur schwer mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar sind (insbesondere im Vergleich zum Geocaching, wo viele Ziele (Schatzverstecke) auch stadtnah liegen).

Einstellung zur Verantwortung von Herstellern und Handel

Weit über die Hälfte (61%) der sonstigen nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden ist der Meinung, dass Outdoor-Hersteller mehr für Umwelt- und Klimaschutz in Deutschland machen sollten. Zwei Drittel davon wünschen sich das unabhängig vom Produktpreis, ein Drittel nur dann, wenn dadurch die Produktpreise nicht steigen. Fast ein Fünftel (18,3%) gibt an, nicht genug über das Engagement der Hersteller für Umwelt- und Klimaschutz in Deutschland zu wissen. Nur ca. 13,1% sehen die Hersteller nicht in der Pflicht, sich in dem Bereich zu engagieren (9,2%) oder glauben, dass hier schon genug getan wird (3,9%).

Damit wird unter den sonstigen nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden die Verantwortung noch ausgeprägter bei den Herstellern gesehen als unter den GeocacherInnen. Zusammen mit dem hohen Stellenwert von Umwelt- und Klimaschutz generell bei Natursporttreibenden ergibt sich hier - aus Sicht des Projektteams - sowohl Handlungsbedarf als auch die Chance für eine bessere Erreichbarkeit über das Verhalten und die Kommunikation der Hersteller und des Handels.

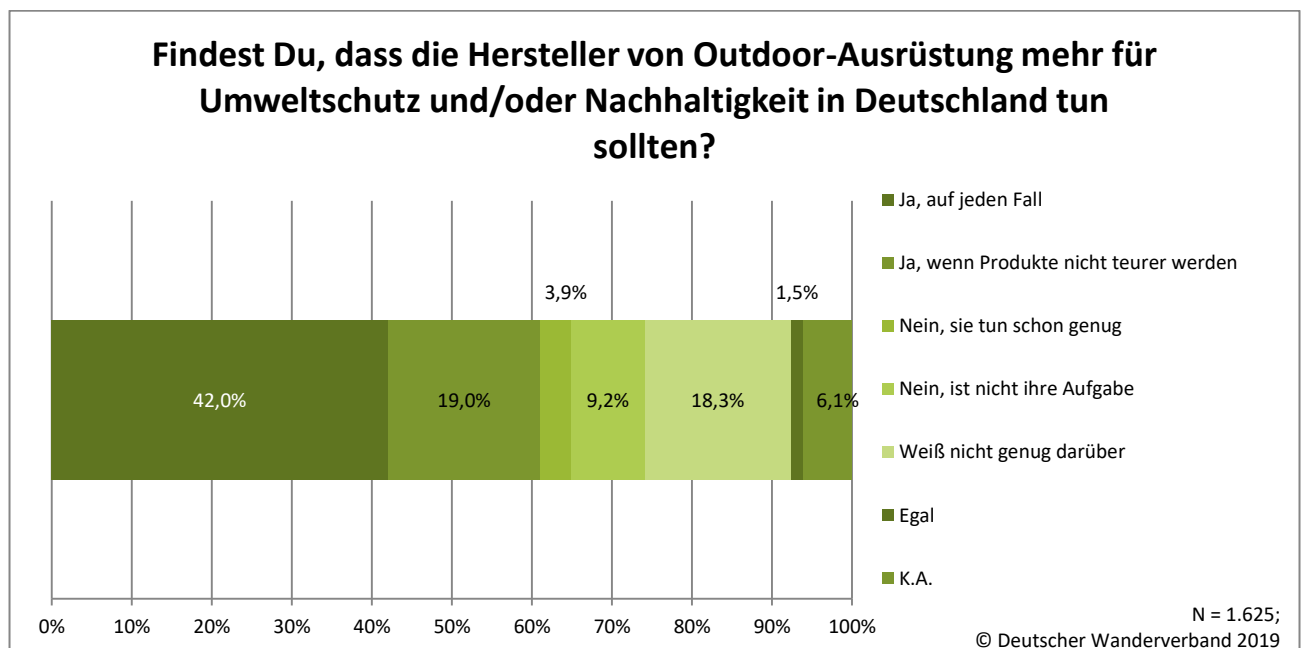


Abbildung 25: Herstellerverantwortung (nicht herkömmlich organisierte Natursporttreibende)

5.5 Fazit zu sonstigen nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden

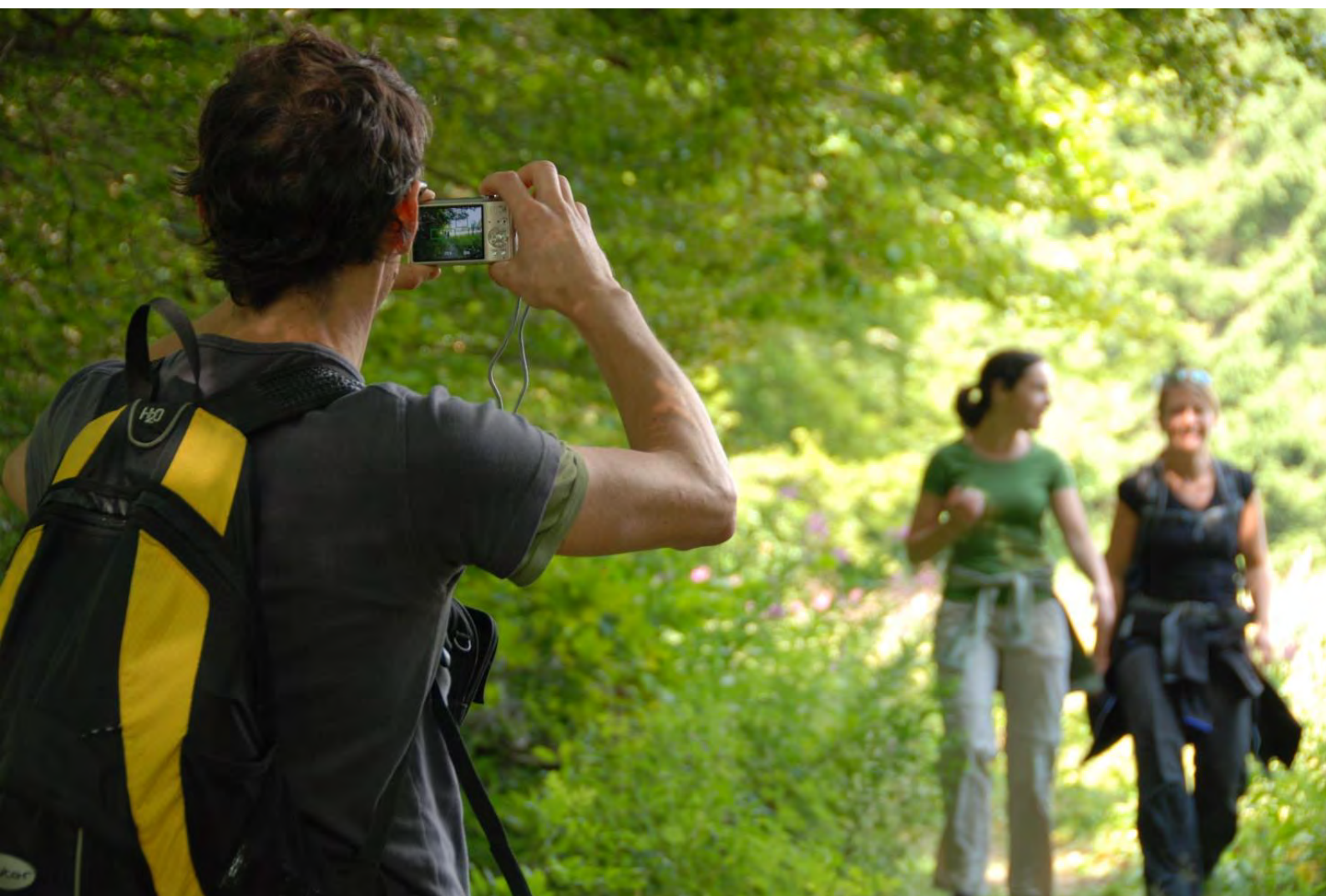
Wenn in den Natursportarten in Deutschland unter 4% herkömmlicher Organisationsgrad erreicht wird (BMWi 2017), bedeutet dies, dass die in diesem Kapitel betrachtete Gruppe der sonstigen nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden den mit Abstand größten Teil der Natursporttreibenden in Deutschland ausmacht. Entsprechende Relevanz haben die Ergebnisse für die Erreichbarkeit der Zielgruppe.

Wie auch in den zwei anderen betrachteten Gruppen spielen für die sonstigen nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden Online-Medien eine wesentliche Rolle, sowohl für die Information über die Natursportart als auch im Austausch mit anderen und beim Verabreden. Für die Information werden Webseiten besonders häufig genutzt, aber auch soziale Medien spielen eine wesentliche Rolle. Beim Austausch zur Natursportart ist die Rolle von Facebook und anderen sozialen Netzwerken recht hoch. Wenn es um das konkrete Verabreden für die Ausübung des Natursports geht, werden mittlerweile Instantmessenger (allen voran WhatsApp) stärker genutzt als klassische Kommunikationskanäle wie E-Mail oder Telefon. Für die mittleren Altersklassen, die in der Umfrage die größte Gruppe ausmachen, ist aktuell (noch) Facebook sehr verbreitet. Je jünger die Nutzergruppen, desto stärker wird derzeit die Nutzung von Instagram. Die Zielgruppe ist also, je nach Kommunikationszweck, potentiell über mehrere Online-Kanäle erreichbar.

Der sehr hohe Anteil von Multisporttreibenden unter den sonstigen nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden bietet die Chance, diese Zielgruppe über ihre vielfältigen Interessen anzusprechen und für die Belange anderer Natursporttreibender zu sensibilisieren. Auf der anderen Seite spielt die Community hier eine schwächere Rolle als beim Geocaching, wo über die Kommentare von anderen mehr Menschen erreicht werden können.

Mehr Verantwortung für Umwelt- und Klimaschutz in Deutschland als in den anderen betrachteten Gruppen wird von den sonstigen nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden bei Herstellern gesehen. Diese Bewertung korrespondiert mit dem in allen Gruppen überdurchschnittlichen Klima- und Umweltbewusstsein im Natursport. Für die Erreichbarkeit der Aktiven wird damit ein wesentliches Thema durch die Umfrageergebnisse vorgegeben.

6. Fazit - wesentliche Ergebnisse



Diese Natursportstudie bietet mit Ergebnissen aus den Antworten von 5.886 Befragten aus ganz Deutschland und Rückmeldungen zu insgesamt rund ca. 80 verschiedenen Natursportarten einen fundierten und breiten Einblick in Vorlieben, Erfahrungen, Einstellungen und das Kommunikationsverhalten von Natursporttreibenden. Wesentliche Erkenntnisse, verbindende Grundlagen und Tendenzen lassen sich abschließend zusammenfassen, auch wenn es im Detail immer wieder zu Abweichungen bei einzelnen Natursportarten kommen kann.

Die typischen Natursporttreibenden gibt es nicht

Natursporttreibende kommen aus allen Teilen der Gesellschaft. Bei der Verteilung über die Altersgruppen in dieser Befragung dominieren diejenigen, die zwischen 25 und 54 sind (fast 80%), wobei es ein breites Spektrum von Antwortenden von unter 18 bis über 65 Jahren gibt (vgl. Kap. 3.4). Die Verteilung der Geschlechter über die Gesamtheit der Befragten ist bei leichtem Männerüberschuss relativ gleichmäßig (vgl. Abb. 7), wobei es bei einzelnen Natursportarten zu deutlichen Abweichungen kommt – beim Reiten überwiegen deutlich Frauen unter den Antwortenden, beim Mountainbiking und Geocaching sind es die Männer. Schwankungen in einzelnen Natursportarten sind auch im Bildungsniveau festzustellen: Beispielsweise gibt es beim Geocaching weniger AkademikerInnen (vgl. Kap.4.1). In der Tendenz lässt sich dennoch beobachten, dass Natursporttreibende über ein überdurchschnittliches Bildungsniveau verfügen.

Nicht profan: Die Natur ist ein zentraler Faktor beim Natursport

Die Ausübung der jeweiligen Natursportart ist nicht durch ein einzelnes Element gekennzeichnet, sondern durch ein Bündel von Motiven. Für alle Natursporttreibenden stellen die Motive Natur erleben, Draußen sein, Spaß und Ausgleich zum Alltagsstress mit Abstand die wichtigsten dar (vgl. Kap. 4.2 und 5.2). Auch wenn die Gewichtung innerhalb dieses Bündels in den betrachteten Gruppen leicht variiert, so bleiben dessen Hauptbestandteile in allen Betrachtungen die gleichen. Gleichzeitig spielt für praktisch alle Befragten die Natur eine besondere Rolle während der Ausübung ihrer Aktivität – von Natur erleben bis zur Alternative zum Fitnessstudio. Nur für weniger als 1% der sonstigen nicht organisierten Natursporttreibenden spielt die Natur bei der Ausübung ihrer Aktivität keine Rolle (vgl. Abb. 20).

Natursporttreibende: aktiv, gemeinsam, erfahren

Etwa zwei Drittel der Natursporttreibenden sind meistens in Begleitung (häufig mit Freunden und Familie) unterwegs, nur knapp ein Drittel ist am häufigsten alleine unterwegs (vgl. Ab. 4). Dabei können viele Teilnehmende der Umfrage auf einen reichen Erfahrungsschatz zurückgreifen. 91,2% der Befragten üben ihre Natursportart schon drei und mehr Jahre aus und 68,4% sechs und mehr

Jahre. Einige Antworten verändern sich auch in Abhängigkeit vom Erfahrungshorizont: Insgesamt steigt mit längerer Ausübungsdauer beispielsweise der Einfluss der Natursportart auf die Reiseentscheidung der Natursporttreibenden (vgl. Kap. 3.2). Dabei schwankt der Einfluss von 54,9% beim Geocaching, über 59,1% beim Reiten zu 80,8% beim Mountainbiking und 82,6% beim Wandern.

Die Befragten zeigen sich als sehr aktive Natursporttreibende: 64,1% betreiben ihre Hauptnatursportart mindestens einmal die Woche, 93,4% mindestens einmal pro Monat (vgl. Kap. 3.2). Die beliebtesten Natursportarten in der Umfrage sind Wandern, Radfahren und Mountainbiken. Geocaching ist bedingt durch die Befragungsausrichtung überrepräsentiert. Gut 81% der Natursporttreibenden üben mehr als eine Sportart aus, zwei Drittel sogar drei und mehr. Bei den nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden liegt der Multisportanteil sogar bei über 87% (vgl. Abb. 18).

Nur selten konkrete Probleme beim Natursport

Über 90% der befragten nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden geben an, selten bis nie Probleme mit anderen Naturnutzenden gehabt zu haben. Rund die Hälfte (48,4%) dieser Gruppe hatte bisher keine Probleme. Weniger als 5% geben an, häufig oder sehr häufig Probleme mit anderen Naturnutzenden gehabt zu haben (vgl. Abb. 21). Einem Drittel (33,1%) ist schon einmal problematisches Verhalten bei der Ausübung der eigenen Natursportart aufgefallen.

Beim Geocaching hatten fast zwei Drittel noch keine Probleme mit anderen Naturnutzenden. Weniger als 1% geben an, häufig oder sehr häufig Probleme gehabt zu haben. 46% der GeocacherInnen ist schon mal problematisches Verhalten bei der Ausübung ihrer Aktivität aufgefallen. Das Problembewusstsein ist insgesamt durchaus ausgeprägt und beim Geocaching besonders hoch (vgl. Kap.4.2). Bei den sonstigen nicht organisierten Natursporttreibenden sind (wenn diese auftreten) Probleme mit anderen Natursporttreibenden (53%) und mit HundebesitzerInnen (48,2%) besonders häufig, beim Geocaching werden JägerInnen (44%) und HundebesitzerInnen (27%) am häufigsten genannt.

Natursporttreibende kommunizieren auf verschiedensten Wegen

Für die Kommunikation zu Ihrer jeweiligen Natursportart, genauso wie zur Information darüber, nutzen Natursporttreibende die unterschiedlichsten Medien, die oft auch in Kombination oder parallel genutzt werden (Mehrfachnennungen). Auch wenn sich eine Tendenz hin zu digitalen Medien erkennen lässt, so sind doch auch die „klassischen“ Printmedien noch gefragt. Je nach

Zweck kommen z.B. bei den sonstigen nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden unterschiedliche Medien und Kanäle zum Einsatz: Für Informationen sind Webseiten das meist genutzte Medium (47,2%) vor Magazinen/Zeitschriften (35,3%) und Facebook (34,4%). Für den Austausch spielt der persönliche Kontakt die größte Rolle (52,8%), dicht gefolgt von Facebook (48,4%) und für die konkrete Verabredung werden vor allem Instantmessenger-Apps (63,4%), persönlicher Kontakt (50,3%) und Telefon (38,3%) genutzt (vgl. Kap. 5.3). Eine nach wie vor sehr wichtige Rolle spielt in vielen Kommunikationsebenen der persönliche Austausch mit anderen, womit Veranstaltungen/Events/Stammtischen eine recht große Rolle für die Kommunikation zukommt. Dabei gibt es teils deutliche Unterschiede zwischen den Natursportarten. Für die GeocacherInnen sind die Events fester Bestandteil zum Austausch in der Community, deren Einfluss im Vergleich besonders groß ist (vgl. Kap.4.3).

Natur- und Klimaschutz sind zentrale Elemente

Für 99% aller Befragten ist Umwelt- und Klimaschutz sehr oder eher wichtig. Im Bevölkerungsdurchschnitt (UiD16) sind dies 90%. Bei der Gewichtung innerhalb dieses Blocks werden die Unterschiede zur Gesamtbevölkerung noch deutlicher: Während in der Bevölkerung für 53% (UiD16) bzw. 64% (UiD18) das Thema sehr wichtig war, ist es das in der Natursportstudie für 76% der Teilnehmenden (vgl. Kap.3.3). Bei den sonstigen nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden liegt dieser Anteil bei 79% und bei den GeocacherInnen bei rund 70%. Die Beurteilung der Natursporttreibenden bezogen auf die Umweltqualität am Wohnort und in Deutschland insgesamt entspricht in etwa den Werten der aktuellen bevölkerungsrepräsentativen Umweltbewusstseinsstudie 2018 (vgl. Kap.3.3).

Das identifizierte hohe Umwelt- und Klimabewusstsein scheint sich auch in der Verkehrsmittelwahl widerzuspiegeln: Jeweils knapp 60% der Natursporttreibenden gehen unter anderem zu Fuß oder fahren mit dem Fahrrad zur Natursportart. Die hohen Werte für diese beiden Anreisearten beim Geocaching beeinflussen die Gesamtauswertung (vgl. 4.4). Immerhin ein Viertel aller Befragten nutzt auch öffentliche Verkehrsmittel für die Anreise zum Natursport (vgl. Kap.3.3). Von den Herstellern von Outdoorausrüstung wünschen sich 61% der sonstigen nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden ein stärkeres Engagement für den Umwelt- und Klimaschutz in Deutschland. Weitere 18% geben an, zu wenig über das Engagement der Hersteller dahingehend zu wissen (vgl. Kap. 5.4).

Damit ist das diffuse Bild der „nicht greifbaren, individuellen Natursporttreibenden“ deutlich transparenter geworden. Aus den Ergebnissen lassen sich Ansatzpunkte zum Umgang mit diesen

Gruppen und umfangreiche Kontaktpunkte ableiten. Hemmnisse der Erreichbarkeit, aber vor allem auch der Dialogbereitschaft sind deutlich geringer als vorher angenommen. Die Mehrzahl der Befragten hat ein hohes Interesse an Natur- und Umweltschutz. Das heißt im Umkehrschluss, dass es weniger um Überzeugungsarbeit gehen wird, sondern vielmehr darum, diese Zielgruppen mit den richtigen Informationen zu versorgen und effektive Kommunikationskanäle für die jeweilige Natursportgruppe zu identifizieren. So kann eine verlässliche Plattform für den Austausch zwischen den institutionellen Interessenvertretern (Wald, Landwirtschaft, Umwelt- und Naturschutz, Tourismus und Natursport) und den sonstigen nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden gefunden werden. Im folgenden Kapitel 7 werden die Umfrageergebnisse unter Bezugnahme auf die weiteren Projektinhalte und Erfahrungen eingeordnet und konkrete Erreichbarkeitsstrategien abgeleitet.

7. Einordnung und Erreichbarkeitsansätze



Die Ergebnisse der Umfrage stellen für das Projekt Natursport.Umwelt.Bewusst eine wesentliche Informationsgrundlage dar. Ergänzt und eingeordnet werden diese Erkenntnisse mit den Erfahrungen aus den durchgeführten vier Dialogforen, einem Symposium, zahlreichen Begegnungen mit Natursporttreibenden bei Events, den Reaktionen in den im Projekt genutzten sozialen Medien und dem Austausch im Projektbeirat¹¹.

Daraus leitet das Projektteam im Folgenden Ansatzpunkte für die Erreichbarkeit von nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden ab. Diese benötigen unterschiedlich intensive Vorbereitungszeiträume und werden deshalb in kurzfristige (Kap.7.2) sowie mittel- und langfristige Ansätze (Kap. 7.3) unterteilt.

Die hier dargestellten konkreten Tipps für die Beispielaktivität Geocaching (Kap.7.1) sind überwiegend kurzfristig anwendbar und ergänzen die ebenfalls im Projekt Natursport.Umwelt.Bewusst entwickelten FAQs und die konkreten Antworten für Geocaching im Leitfaden für neu auftretende Natursporttrends.

Bei den Erreichbarkeitsansätzen unterscheidet das Projektteam:

- Konkrete Tipps für die Erreichbarkeit bei der Beispielaktivität Geocaching
- Kurzfristig wirksame Erreichbarkeitsansätze im Natursport
- Mittel- und langfristig wirksame Erreichbarkeitsansätze im Natursport

Diese Ansätze sind als Anregungen gedacht, die, abhängig von der jeweiligen Zielgruppe und der konkreten Situation vor Ort, erweitert, modifiziert und ergänzt werden können.

7.1 Erreichbarkeit beim Geocaching - Konkrete Tipps

Für das Geocaching hat das Projekt auf Basis der Umfrage und der ergänzenden Informationen deutlich gemacht, dass die Aktivität weit weniger problematisch ist als von außen ggfs. angenommen. Im Gegenteil: die Geocaching-Community hat in den etwa 20 Jahren seit den Anfängen dieser Natursportart wesentliche Mechanismen für die Erreichbarkeit und ein gutes Miteinander entwickelt. Der Umgang mit Geocaches, die nicht erwünscht sind, ist durch die Guidelines der großen Plattformbetreiber und das System von regionalen Reviewern (vgl. nächster Absatz) für die überwältigende Mehrheit von Geocaches klar geregelt. Das Problembewusstsein in Bezug auf die eigene Natursportart ist bei den GeocacherInnen besonders deutlich ausgeprägt, bei gleichzeitig besonders niedriger Konfliktzahl (vgl. Kap. 4.2, Abb. 11).

¹¹ <https://natursport-umwelt-bewusst.de/netzwerk-natursport-umwelt-bewusst/#beirat>

Obwohl GeocacherInnen bis auf die wenigen in Deutschland ansässigen Vereine kaum herkömmlich für ihr Hobby organisiert sind, ist der technische Organisationsgrad über die genutzten Plattformen, der für die potentielle Erreichbarkeit nutzbar ist, enorm hoch.

⇒ **Interner Geocaching-Organisationsgrad bietet effektive Erreichbarkeit**

Zentrale Plattform für das Gros der GeocacherInnen ist die Webseite www.geocaching.com, die von nahezu 100% der Aktiven genutzt wird. Die Plattform und die dort aktiven ehrenamtlichen Reviewer¹² bieten konkrete Informationen und Hilfestellungen. Die Regeln (Guidelines) für das Geocaching sind über diese Plattform festgelegt. Sie ist auch die Schnittstelle, um mit den sogenannten „Ownern“ (BesitzerInnen; diejenigen, die sich einen Geocache ausdenken, ihn auslegen und betreuen) schnell in Kontakt zu kommen. Außerdem lassen sich hier viele weitere Informationen zu den verschiedensten Aspekten des Geocaching finden. Die aktiven GeocacherInnen bemühen sich, z.T. unterstützt durch Plattformbetreiber, so gemeinsam um ein gutes Miteinander in ihrer Natursportart und mit anderen Naturnutzenden - ein gutes Beispiel, von dem andere auch lernen können.

⇒ **Bedeutung der Community als Erreichbarkeitsfaktor**

Die ausgeprägt hohe Bedeutung der Community (vgl. Kap.4.3) bietet die Möglichkeit, sehr schnell Aufmerksamkeit für konkrete Fragestellungen und auch konkrete Probleme zu erreichen. Über die Logeinträge¹³ zu einzelnen Geocaches auf den Listing-Plattformen findet ständig Kommunikation zu den jeweiligen Geocaches statt und es können konkrete Probleme direkt gemeldet werden. Auf den Plattformen, oder durch direkte Nachrichten von dort an die Owner, können von einem konkreten Konflikt Betroffene (WaldbesitzerInnen, JägerInnen, Naturschutzverantwortliche oder andere) dieses Problem direkt ansprechen und Kontakt aufnehmen. Häufig lässt es sich dann schnell und für alle akzeptabel lösen.

⇒ **Events bieten persönlichen Community-Kontakt**

Geocaching-Events bieten eine gute Möglichkeit, MultiplikatorInnen kennenzulernen und konkrete Kontakte für spezielle Anliegen zu knüpfen – GeocacherInnen sind in der Regel sehr offen für einen Austausch. Das Projektteam hat sehr gute Erfahrungen im direkten Gespräch auf Events gemacht und dabei enorm wichtige Kontakte in die Szene aufnehmen können. Infos zu den nächsten Events sind auf geocaching.com, opencaching.de, aber auch in Blogs und auf

¹² Weitere Informationen zum Reviewer-System und Kontaktmöglichkeiten gibt es unter www.gc-reviewer.de.

¹³ Die Online-„Fundmeldungen“ und Berichte der GeocacherInnen, wenn sie einen Geocache gefunden haben.

Webseiten, die sich mit Geocaching beschäftigen, und entsprechenden Social-Media-Kanälen, zu finden.

⇒ **Geocache-Owner als MultiplikatorInnen**

Die Owner sind effektive MultiplikatorInnen. Sie beeinflussen über die Auswahl der Standorte und Rahmenbedingungen sowie ihre Informationen in der Geocache-Beschreibung („Listing“) und Hinweise auf das Versteck („Hint“) zu einem Teil das Verhalten vor Ort derjenigen, die den jeweiligen Geocache später suchen. Diese Owner können über die Listingplattform normalerweise schnell kontaktiert werden, wenn es um konkrete Reibungspunkte mit deren Geocaches geht.

Weitere Erläuterungen/Ansätze für das Geocaching sind im Leitfaden für neu auftretende Natursporttrends und in den FAQs zum Geocaching dargestellt (www.natursport.umweltbewusst.de).

7.2 Kurzfristig wirksame Erreichbarkeitsansätze für nicht organisierte Natursporttreibende

Kenntnisse über wichtige Aspekte für Natursporttreibende (z.B. deren Einstellung zur Natur sowie zum Umwelt- und Klimaschutz) sowie das Wissen über genutzte Kommunikationskanäle für Information, Austausch und Verabredungen im Natursportkontext liefern Ansätze, die kurzfristig umgesetzt werden können.

⇒ **Natursporttreibende sind überdurchschnittlich umwelt- und klimabewusst**

Auf Basis dieser Erkenntnis (vgl. Kap.3.3, 4.4 und 5.4) ergibt sich die Möglichkeit, über Themen des Natur- und Umweltschutzes mit den Natursporttreibenden in Kontakt zu treten. Durch dieses gemeinsame Anliegen kann die Sensibilisierung vereinfacht werden. Gemeinsame Interessen/Werte bieten Ansatzpunkte für einen offenen Dialog verschiedener Interessengruppen. Lösungen für konkrete Konfliktsituationen fallen leichter, wenn dabei mit allen Betroffenen auf Basis gemeinsamer Grundlagen zusammengearbeitet wird. So werden auch die konkreten Umsetzungen von allen mitgetragen.

Als Themen, die sich dafür eignen, haben sich in ersten Tests auf der Natursport.Umwelt.Bewusst-Facebook-Seite z.B. intakte Natur, Wald, aber auch konkrete Umweltschutzansätze als überdurchschnittlich erfolgreich in Sachen Reichweite und Interaktion erwiesen. Eines dieser konkreten Umweltschutzthemen war das sogenannte Plogging, eine in Skandinavien entstandene

Aktivität, die Joggen mit dem Sammeln von Müll verbindet. Solche konkreten Aktionen zu Natur- und Umweltschutz bieten direkte Kontaktpunkte in die Natursport-Community.

⇒ **Natursporttreibende sind meistens Multisporttreibende**

Aus dieser Erkenntnis ergibt sich, dass es viele Wege gibt, einzelne Natursporttreibende zu erreichen. Auch die Ausübenden zukünftiger Natursporttrends üben zum Großteil bereits andere Natursportarten aus. Deswegen ist es wichtig, auch diejenigen, die bisher bereits in Natursportarten wie z.B. Wandern, Radfahren oder Reiten aktiv sind, für die gegenseitige Rücksichtnahme und die Bedürfnisse der anderen Naturnutzenden (Waldeigentum, Landwirtschaft, Jagd, Forst, Naturschutz etc.) zu sensibilisieren. Vor allem die nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden sind besonders breit im Natursport unterwegs (über 85% sind Multisporttreibende, vgl. Kap. 5.2, Abb. 18). Damit ergeben sich viele Kontaktpunkte für die Erreichbarkeit über die sonstigen noch ausgeübten Natursportarten.

⇒ **Die Erreichbarkeit von Natursporttreibenden durch Online-Kanäle ist hoch**

Während Webseiten wohl auch weiterhin eine große Rolle spielen werden (vgl. Kap. 5.3), geht das Projektteam davon aus, dass es im Bereich Social-Media in recht kurzen Abständen Relevanzverschiebungen geben wird. Aktuell stellt sich Facebook noch als wichtigste Informationsquelle für die Befragten (überwiegend 25-54 Jahre alt) dar, jedoch steigt zurzeit der Einfluss anderer Plattformen, wie z.B. Instagram, stark an. Für die Erreichbarkeit der nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden sind auch der Mix des kommunizierten Inhalts und der Mix der genutzten Onlinekanäle wichtige Erfolgsfaktoren.

⇒ **Auch klassische Medien wie Fachzeitschriften spielen eine Rolle**

Printmedien (z.B. Zeitschriften oder Magazine) sind nach den Erkenntnissen aus der Natursportstudie zumindest für einen Teil der Nutzer auch heute noch relevant. Obwohl Online-Kanäle inzwischen deutlich überwiegen, sind Zeitschriften und Magazine für mehr als ein Drittel der nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden weiterhin eine wichtige Informationsquelle. Diese Säule sollte auch zukünftig Teil der Kommunikationsstrategie bleiben.

⇒ **Persönlicher Kontakt ist nicht zu ersetzen**

Persönlicher Kontakt und Austausch mit den Natursporttreibenden spielt eine große Rolle. Für eine höhere Akzeptanz der eigenen Anliegen und das Verständnis für das Verhalten und die Bedürfnisse der Ausübenden neu auftretender Natursporttrends ist es unerlässlich, sich direkt mit diesen zu treffen. Hierzu ist es nötig, entsprechende Events/Veranstaltungen zu identifizieren und

zu besuchen, um dort mit den Ausübenden in Kontakt zu treten und direktes Feedback zu erhalten. Lokale oder regionale Stammtische oder andere regelmäßige Treffen können ein erster Anlaufpunkt sein. Das erfordert einen gewissen zeitlichen Aufwand, kann aber nach den Erfahrungen des Projektteams nicht (ganz) durch digitale Kommunikation ersetzt werden. Außerdem trägt die Präsenz auf Community-Events zur Glaubwürdigkeit bei.

7.3 Mittel- und langfristig wirksame Erreichbarkeitsansätze für nicht organisierte Natursporttreibende

Die Erfahrungen des Deutschen Wanderverbands und speziell im Projektteam haben gezeigt, dass eine ausschließlich kurzfristig angelegte Erreichbarkeitsstrategie häufig nicht die nötige Dynamik für eine erfolgreiche und nachhaltige Kommunikation entwickelt. Glaubwürdigkeit, langfristiges Engagement und Partnerschaften/Allianzen sowie Netzwerke sind nach Einschätzung des Projektteams notwendig, um nachhaltig erfolgreich in die Natursportszene zu wirken. Gerade für die Erreichbarkeit der nicht herkömmlich organisierten Natursporttreibenden ist Kontinuität für den Kommunikationserfolg unerlässlich.

⇒ **Kontinuierliche Kommunikation auf mehreren Kanälen notwendig**

Generell lässt sich feststellen, dass eine Kommunikation auf mehreren Kanälen unerlässlich ist, um unterschiedlichen Nutzungsgewohnheiten innerhalb der Zielgruppe Rechnung zu tragen und einen möglichst hohen Anteil zu erreichen. Abgesehen von dem oben benannten Natur- und Umwelt-Aspekt, sind allgemeine Themenbereiche nach den Erfahrungen des Projektteams oft weniger erfolgreich als konkrete Ansprache über Special-Interest-Themen: Je konkreter die Zielgruppenrelevanz und Ansprache, desto besser die Wirkung.

Weil aber jede Community ihren eigenen Medienmix nutzt und eigene Themen behandelt, scheinen pauschale Erreichbarkeitsversuche über nur einen Kanal nicht sehr effektiv. Die Erfahrung zeigt: Glaubwürdigkeit kommt nicht über punktuell Engagement. Eine vernetzte und übergreifende Kommunikation (auch über die eigenen Kanäle hinaus) ist erfolgsrelevant.

⇒ **MultiplikatorInnen beeinflussen**

Wie in allen Communities gibt es auch im Natursport einzelne Menschen, die andere in ihrer Meinungsbildung zum Teil stark beeinflussen können. Informationen von solchen einflussreichen MultiplikatorInnen werden innerhalb einer Community oft als besonders wertig erachtet. Es ist daher ratsam, diese MultiplikatorInnen zu identifizieren und Kontakte zu ihnen zu knüpfen. Manche

erreichen eine breite Bekanntheit. Im Tourismus oder im Herstellerbereich, teilweise auch im Verbändebereich, werden solche MultiplikatorInnen gerne als „Testimonials“ eingesetzt.

(Verbände-)Strukturen und Netzwerke sind wichtig

Auch wenn der Organisationsgrad in den meisten Natursportarten sehr gering ist (vgl. BMWI 2017), sind Vereine und Verbände wichtige MultiplikatorInnen. Sie kennen erprobte Strategien für die Sensibilisierung von Natursporttreibenden und verfügen über Wissen zum Natursport. Da viele Natursporttreibende Multisporttreibende sind (vgl. Kap.7.2), haben Verbände ggfs. selbst Aktive neuer Natursporttrends in den eigenen Reihen und können über diese frühzeitig Informationen über die Community erlangen. Nicht selten werden Verbände „verwandter“ Natursportarten in einer frühen Phase von neuen Natursporttrends von außen kontaktiert.

Deswegen wird eine wesentliche Rolle der Verbände, aber auch von Behörden und Ministerien, zukünftig noch stärker in der Vernetzung und dem Wissensaustausch bestehen. Ressortübergreifende Zusammenarbeit und Kommunikation stellen dabei Erfolgsfaktoren dar (vgl. Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit 2017b). Für die konkrete Kommunikation besteht ihre Aufgabe auch darin, Räume und Anlässe für den Dialog bereit zu stellen/zu schaffen. Von solchen Dialogprozessen und einem offenen Austausch können alle Beteiligten profitieren.

⇒ Natursporttreibende sind oft in Gemeinschaft unterwegs

Dies betrifft hauptsächlich die eigene Familie oder Freunde. Diese beiden Gruppen dürften somit den meisten Einfluss auf einzelne Natursporttreibende im Zusammenhang mit der Aktivität haben. Es kann also hilfreich sein, Informationen über das soziale Umfeld zu streuen. Da spezifische Erkenntnisse über das direkte Umfeld häufig nicht vorhanden sind, wird die Wichtigkeit einer allgemeinen Sensibilisierung und Naturerfahrung in der Erziehung und Sozialisation deutlich. Durch die Vermittlung einfacher universeller Botschaften und Werte kann hier ein wichtiger Grundstein für ein gutes Miteinander gelegt werden. Als konkretes Beispiel kann hierfür das „Winterberger Schelleken“ dienen, dass für das Miteinander im Natursport sensibilisiert und an Grundschüler beim Erlangen des Fahrradführerscheins verteilt wird. Waldkindergärten oder das Konzept der Draußenschulen und Naturparkschulen, aber auch „einfache“ Schulwandertage können hier Ansätze und Kontaktpunkte bieten. Eine Möglichkeit, die Reichweite dieses Ansatzes zu erhöhen, kann es sein, ggfs. Kooperationen und crossmediale Aktionen gemeinsam mit Organisationen, die einen starken Familienschwerpunkt in ihrer Arbeit haben, durchzuführen.

⇒ Touristische Angebote bieten Kontaktpunkte

Insgesamt spielen die von ihnen ausgeübten Natursportarten für die Menschen eine große Rolle bei ihrer Reiseentscheidung (vgl. Kap. 3.2). Das ist beim Wandern oder Mountainbiken stärker ausgeprägt als beim Geocaching oder Reiten. Das touristische Angebot – sowie die Informationen der Destinationen über dieses Angebot – stellen einen wichtigen Kontaktpunkt dar, um Natursporttreibende zu informieren. So kann einerseits auf besondere Schutzbedürfnisse und Sensibilitäten aufmerksam gemacht werden und gleichzeitig, z.B. über das (Wege-)Angebot, auch das Besucheraufkommen kanalisiert werden. Das Angebot an Wegen und ergänzender Infrastruktur (z.B. Einkehrmöglichkeiten, Wanderparkplätze etc.) ist maßgeblich für die Lenkung von Besucherströmen. Die Erfahrung zeigt, dass Konflikte vor allem dort auftreten, wo die Frequentierung besonders hoch ist. Diese Frequenz ist häufig an besonders attraktiven Zielen für Wandern, Reiten und Co., oder in deren Umfeld, besonders hoch. Andererseits bietet diese hohe Frequentierung auch ein großes Potential, eine große Chance für die Erreichbarkeit der Ausübenden. Abgestimmte und einfach zu vermittelnde Verhaltenstipps wären ein effektiver Ansatz für eine breite Kommunikation an Aktivgäste (Natursporttreibende) touristischer Destinationen in Deutschland.

⇒ Outdoorausrüster tragen Verantwortung

Outdoorausrüster stehen in der Verantwortung, sich auch über die Produktionskreisläufe hinaus für ein gutes Miteinander in der Natur zu engagieren. Viele sind dazu auch grundsätzlich bereit – aus Sicht der Natursporttreibenden ist aber vor allem das Engagement für Umwelt- und Klimaschutz in Deutschland noch deutlich ausbaufähig (vgl. Kap.5.4). Die Besonderheit dieses Kanals liegt darin, dass er unabhängig vom Organisationsgrad funktionieren würde, da über die Ausrüstung und Bekleidung fast alle Aktiven erreicht werden könnten. Auch hier sieht das Projektteam die Notwendigkeit einer starken Vernetzung zwischen Natur- und Umweltschutz, Natursport(-verbänden) und den Outdoorausrüstern, damit ein solcher Ansatz auch konzertiert und effektiv verfolgt werden kann. Eine breit getragene und einfach zu verstehende Botschaft kann weite Teile der Gesellschaft, und damit auch die Natursporttreibenden, erreichen.

7.4 Dialog als Erfolgsfaktor in der Erreichbarkeit

Für alle diese Ansätze ist in der Praxis zum einen ein Grundwissen über die zu erreichende Natursportcommunity (jeweils spezifisch für die einzelne Natursportart) notwendig. Das, und eine unvoreingenommene Grundhaltung, sind wichtig, um die Natursportart richtig einordnen zu

können. Außerdem ist die Bereitschaft für einen offenen Austausch und Dialog wesentliche Voraussetzung für dessen Gelingen.

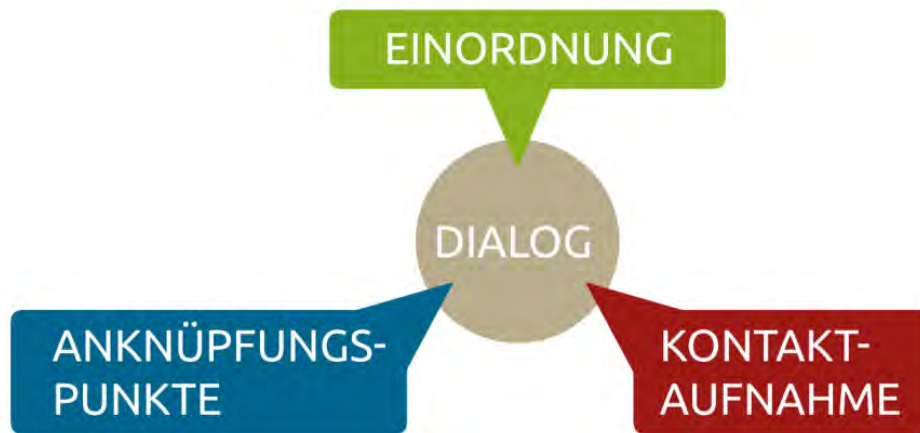


Abbildung 26: Wege zum Dialog

Wenn Austausch und Dialog stattfinden, können ein paar einfache Maßnahmen dazu beitragen, die Erfolgchancen zu erhöhen:

- Wer den Dialog initiiert, sollte eine Umgebung (zumindest die geistige) schaffen, in der ein gleichberechtigter Dialog möglich ist. Mithilfe dieses Ansatzes können oft Totalblockaden vermieden werden. Dieser Dialog beginnt im Idealfall auf der kleinsten betroffenen Ebene und kann gegebenenfalls als Vorbild für großflächigere Lösungen dienen (Graswurzel-Modell).
- Zu Beginn ist es oft hilfreich, durch Perspektivwechsel ein (besseres) Verständnis für die andere(n) Seite(n) zu schaffen. Auch im weiteren Verlauf sollte man diesen stets unterstützen, selbst durchführen und aktiv fördern (vgl. DWV 2019a).¹⁴

Dem Verständnis des Projektteams nach ist es für das Erreichen eines konfliktarmen/-freien Miteinanders aller NaturnutzerInnen unabdingbar, bei neu auftretenden Natursporttrends eine hohe Sensibilisierung aller Beteiligten für die Interessen der jeweils anderen zu erreichen. Somit lässt sich die Grundlage für ein Problembewusstsein schaffen, welches dem Entstehen von Konflikten entgegenwirkt.

Mit generellen Verboten sind einzelne Natursporttreibende schlecht erreichbar. Um Natursporttreibende effektiv zu erreichen und für die jeweils anderen und die Natur zu sensibilisieren, ist das Zusammenwirken aller erforderlich. So können gemeinsame Werte geschaffen werden, auf deren Basis die gemeinsame Nutzung stattfinden kann. Hierzu sind alle

¹⁴ Weitere Methoden und Hilfen finden sich im Dialogkonzept des Projektes.

Beteiligten gefordert, sich einzubringen und ihren Beitrag zu leisten. Neben konkreten Maßnahmen für einen besseren Dialog kann die allgemeine Positionierung für ein gutes Miteinander und generelle Dialogbereitschaft (vgl. „Resolution für ein gutes Miteinander in der Natur“, Deutscher Wanderverband 2019b) auch ein sichtbares Signal an andere NaturnutzerInnen sein.

8. Literaturnachweise

BTE Tourismus und Regionalberatung (2018): Wandertourismus in Deutschland. Ergebnisse einer Befragung zum digitalen Verhalten der Wanderer entlang der Customer Journey. Hannover.

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit & Umweltbundesamt (Hrsg.) (2017a): Umweltbewusstsein in Deutschland 2016 – Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage. Berlin, Dessau-Roßlau.

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, Bau und Reaktorsicherheit & Umweltbundesamt (Hrsg.) (2017b): Tagungsdokumentation zum Dialogforum 2017 „Sport – Impulsgeber für eine nachhaltige Gesellschaft“ vom 22. März 2017, Berlin, Dessau-Roßlau.

Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit & Umweltbundesamt (Hrsg.) (2019): Umweltbewusstsein in Deutschland 2018 – Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsumfrage. Berlin, Dessau-Roßlau.

Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hrsg.) (2010): Grundlagenuntersuchungen Freizeit und Urlaubsmarkt Wandern. Forschungsbericht Nr. 591, Berlin

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie & Bundesinstitut für Sportwissenschaft (Hrsg.) (2017): Wirtschaftsfaktor Outdoorsport – Aktuelle Daten zur Sportwirtschaft. Berlin, Bonn.

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie & Bundesinstitut für Sportwissenschaft (Hrsg.) (2019): Sport inner- oder außerhalb des Sportvereins: Sportaktivität und Sportkonsum nach Organisationsform. Berlin, Bonn.

Deutscher Wanderverband (Hrsg.) (2019a): Dialogkonzept für ein gutes Miteinander. Projekt Natursport.Umwelt.Bewusst. Kassel.

Verfügbar über: www.natursport-umwelt-bewusst.de/gut-zu-wissen-natursport-umwelt-bewusst/#downloads (Datum des letzten Zugriffs: 17.9.2019)

Deutscher Wanderverband (Hrsg.) (2019b): Resolution für ein gutes Miteinander in der Natur. Beschluss der Mitgliederversammlung am 5. Juli 2019. Winterberg/Kassel.

Verfügbar über: www.wanderverband.de/conpresso/_data/DWV-Resolution_Ein_Raum_-_viele_Perspektiven_5._Juli_2019.pdf (Datum des letzten Zugriffs: 17.9.2019)

Forschungsstelle sotomo (2019): Sehnsuchtsort Natur in der digitalen Leistungsgesellschaft - Die Schweiz im Ländervergleich. Zürich.

Verfügbar über: www.sotomo.ch/site/sehnsuchtsort-natur/ (Datum des letzten Zugriffs: 17.9.2019)

Koep, Michael & Palm, Therese & Bethmann, Stephanie & Schraml, Ulrich (2019): Walderholung mit und ohne Bike II. Eine empirische Bestandsaufnahme zu Begegnungskonflikten im Schwarzwald und auf der Schwäbischen Alb. Freiburg: Forstliche Versuchs- und Forschungsanstalt Baden-Württemberg (Hrsg.).

Mountainbike Tourismusforum Deutschland (Hrsg.) (2018): MTB-Monitor 2018. Leipzig.

Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften (Hrsg.) (2015-2018) Wandermonitor. Salzgitter.

Verfügbar über: www.ostfalia.de/cms/de/iftr/projekte/wandermonitor/ (Datum des letzten Zugriffs: 17.9.2019)

Roth, Ralf & Jakob, Edwin & Krämer, Alexander (2004): Neue Entwicklungen bei Natursportarten. Konfliktpotentiale und Lösungsmöglichkeiten. In: Schriftenreihe Natursport und Ökologie, Band 15. Köln: Institut für Natursport und Ökologie. Deutsche Sporthochschule Köln (Hrsg.).

Statistisches Bundesamt (Destatis) (2019): Bevölkerung im Alter von 15 Jahren und mehr nach allgemeinen und beruflichen Bildungsabschlüssen nach Jahren; Stand 18. April 2019.

Verfügbar über: <https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bildung-Forschung-Kultur/Bildungsstand/Tabellen/bildungsabschluss.html> (Datum des letzten Zugriffs: 17.9.2019)

Statistisches Bundesamt (2019): Bevölkerung - Einwohnerzahl der Bundesländer in Deutschland am 31. Dezember 2018, zitiert nach de.statista.com.

Verfügbar über: <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/71085/umfrage/verteilung-der-einwohnerzahl-nach-bundeslaendern/> (Datum des letzten Zugriffs: 17.9.2019)

9. Anhang

Kommunikation von Natursporttreibenden

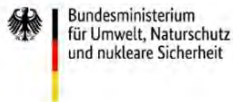
Hallo und herzlich willkommen zur Umfrage des Projektes "Natursport.Umwelt.Bewusst".

Wir möchten Dich bitten, uns ein paar Fragen zu Deiner Natursportart und wie Du sie ausübst zu beantworten. Die Umfrage dauert etwa 8 - 10 Minuten.

Diese Umfrage dient dazu herauszufinden, wie Natursporttreibende (z.B. Geocacher) miteinander kommunizieren und sich organisieren. Mithilfe dieser Umfrage wollen wir Möglichkeiten und Hilfestellungen erarbeiten, um Konflikte bei der Ausübung von Natursportarten zu vermeiden und sicherzustellen, dass wir unseren Hobbys in Natur und Landschaft auch in Zukunft mit möglichst wenig Einschränkungen nachgehen können.



Das Projekt "Natursport.Umwelt.Bewusst" wird vom Umweltbundesamt und dem Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit gefördert. Projektträger ist der Deutsche Wanderverband.



Diese Umfrage enthält 52 Fragen.

Natursportarten allgemein

[]

Welche Natursportarten machst Du? *

Bitte wähle einen oder mehrere Punkte aus der Liste aus.

Bitte wähle **alle** Punkte aus, die zutreffen:

- Angeln
- Basejumping
- Bouldern
- Canicross
- Canyoning
- Crossgolf
- Discgolf
- Downhill MTB
- Geocaching
- (Extrem-)Hindernislauf/ Crosslauf
- Kanusport
- Kitesurfen

- Klettern/ Bergsteigen
- Langlaufen
- Laufen/ Joggen
- Mountainbiken
- Nordic Walking
- Orientierungslauf
- Paragliding
- Radfahren
- Reiten

- Schwimmen
- Schlittenhundesport
- Schneeschuhwandern

- Segeln
- Skifahren
- Skitourengehen
- Snowboarden
- Snowkiten
- Surfen (Wellenreiten)
- Surfen (Windsurfen)
- "Survival"
- Tauchen
- Trailrunning
- Wandern
- Sonstiges:

Hauptnatursportart

[]

Welche der von Dir genannten Natursportarten würdest Du als Deine Hauptsportart bezeichnen?

(Die Sportart, die Du am liebsten machst, unabhängig von jahreszeitlichen Gesichtspunkten) *

Bitte wähle eine der folgenden Antworten:

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

Beantworte diese Frage nur für die Einträge die Du in Frage A2 ('Welche Natursportarten machst Du?') gewählt hast.

Beantworte diese Frage nur für die Einträge, die Du nicht in Frage A2 ('Welche Natursportarten machst Du?') gewählt hast.

- Angeln
- Bouldern
- Canicross
- Canyoning
- Crossgolf
- Discgolf
- Downhill MTB
- Geocaching
- (Extrem-)Hindernislauf/ Crosslauf
- Kanusport
- Kitesurfen
- Klettern/ Bergsteigen
- Langlaufen
- Laufen/ Joggen
- Mountainbiken
- Nordic Walking
- Orientierungslauf
- Paragliding
- Radfahren
- Reiten
- Schwimmen
- Schlittenhundesport
- Schneeschuhwandern
- Segeln
- Skifahren
- Skitourengehen
- Snowboarden
- Snowkiten
- Surfen (Wellenreiten)
- Surfen (Windsurfen)
- "Survival"
- Tauchen
- Trailrunning
- Wandern
- Sonstiges

Geocaching

[]Wie lange machst Du schon Geocaching?

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war 'Geocaching' bei Frage '2 [A3]' (Welche der von Dir genannten Natursportarten würdest Du als Deine Hauptsportart bezeichnen? (Die Sportart, die Du am liebsten machst, unabhängig von jahreszeitlichen Gesichtspunkten))

Bitte wähle eine der folgenden Antworten:

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- Weniger als 1 Jahr
- 1-2 Jahre
- 3-5 Jahre
- 6-10 Jahre
- mehr als 10 Jahre

[]Wie oft gehst Du Geocachen?

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war 'Geocaching' bei Frage '2 [A3]' (Welche der von Dir genannten Natursportarten würdest Du als Deine Hauptsportart bezeichnen? (Die Sportart, die Du am liebsten machst, unabhängig von jahreszeitlichen Gesichtspunkten))

Bitte wähle eine der folgenden Antworten:

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- Mehrmals pro Woche
- 1-mal pro Woche
- 2-3 mal pro Monat
- 1-mal pro Monat
- 5-6 mal pro Jahr
- Seltener

[]Mit wem gehst Du am häufigsten Geocachen?

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war 'Geocaching' bei Frage '2 [A3]' (Welche der von Dir genannten Natursportarten würdest Du als Deine Hauptsportart bezeichnen? (Die Sportart, die Du am liebsten machst, unabhängig von jahreszeitlichen Gesichtspunkten))

Bitte wähle eine der folgenden Antworten:

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- Alleine
- Mit Familie
- Mit Freunden
- In einer geführten Gruppe
- Sonstiges

[]Warum machst Du Geocaching?

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war 'Geocaching' bei Frage '2 [A3]' (Welche der von Dir genannten Natursportarten würdest Du als Deine Hauptsportart bezeichnen? (Die Sportart, die Du am liebsten machst, unabhängig von jahreszeitlichen Gesichtspunkten))

Bitte wähle einen oder mehrere Punkte aus der Liste aus.

Bitte wähle **alle** Punkte aus, die zutreffen:

- Ausgleich zum Alltagsstress
- Körperliche Herausforderung
- Spaß
- Gesundheit, Fitness
- Natur erleben
- Draußen sein

- Etwas mit Anderen unternehmen
- Erholung
- Sonstiges:

[] Welche Rolle spielt die Natur in Deinem Sporterlebnis?

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war 'Geocaching' bei Frage '2 [A3]' (Welche der von Dir genannten Natursportarten würdest Du als Deine Hauptsportart bezeichnen? (Die Sportart, die Du am liebsten machst, unabhängig von jahreszeitlichen Gesichtspunkten))

Bitte wähle einen oder mehrere Punkte aus der Liste aus.

Bitte wähle **alle** Punkte aus, die zutreffen:

- Natur ist die Kulisse
- Natur Erleben ist ein wichtiges Motiv
- Natur bietet Raum für meinen Sport
- Anstatt Fitnessstudio
- Natur ist kostenfrei und verfügbar
- Natur spielt keine Rolle
- Sonstiges:

[] Wird Deine Reiseentscheidung für den Urlaub vom Geocachen beeinflusst?

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war 'Geocaching' bei Frage '2 [A3]' (Welche der von Dir genannten Natursportarten würdest Du als Deine Hauptsportart bezeichnen? (Die Sportart, die Du am liebsten machst, unabhängig von jahreszeitlichen Gesichtspunkten))

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- Ja
- Nein

[] Welche Geocaching-Plattform(en) nutzt Du?

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war 'Geocaching' bei Frage '2 [A3]' (Welche der von Dir genannten Natursportarten würdest Du als Deine Hauptsportart bezeichnen? (Die Sportart, die Du am liebsten machst, unabhängig von jahreszeitlichen Gesichtspunkten))

Bitte wähle einen oder mehrere Punkte aus der Liste aus.

Bitte wähle **alle** Punkte aus, die zutreffen:

- Geocaching.com
- Opencaching.de
- Navicache.com
- Terracaching.com
- extremcaching.com
- waymarking.com
- wherigo.com
- Sonstiges:

[] Welche Geräte benutzt Du zum Geocachen?

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war 'Geocaching' bei Frage '2 [A3]' (Welche der von Dir genannten Natursportarten würdest Du als Deine Hauptsportart bezeichnen? (Die Sportart, die Du am liebsten machst, unabhängig von jahreszeitlichen Gesichtspunkten))

Bitte wähle einen oder mehrere Punkte aus der Liste aus.

Bitte wähle **alle** Punkte aus, die zutreffen:

- Garmin
- TomTom
- Magellan

- Teasi
- Falk
- Medion
- TwoNav
- VDO
- Smartphone
- Sonstiges:

[] Welche Apps benutzt Du zum Geocachen?

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war 'Geocaching' bei Frage '2 [A3]' (Welche der von Dir genannten Natursportarten würdest Du als Deine Hauptsportart bezeichnen? (Die Sportart, die Du am liebsten machst, unabhängig von jahreszeitlichen Gesichtspunkten))

Bitte wähle einen oder mehrere Punkte aus der Liste aus.

Bitte wähle **alle** Punkte aus, die zutreffen:

- Geocaching.com
- c:geo
- GCDroid
- GPS Geocaching Location Finder
- CacheBox
- Locus Map
- CacheSense
- qrcaching.de
- GeoCaches
- GC-Tools
- GeoCaching Buddy
- Sonstiges:

[] Wie viel Geld gibst Du für Geocaching (Geräte, Aktivitäten, Fahrtkosten, etc.) im Schnitt pro Monat ungefähr aus? (In Euro)

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war 'Geocaching' bei Frage '2 [A3]' (Welche der von Dir genannten Natursportarten würdest Du als Deine Hauptsportart bezeichnen? (Die Sportart, die Du am liebsten machst, unabhängig von jahreszeitlichen Gesichtspunkten))

In dieses Feld dürfen nur Zahlen eingegeben werden.

Bitte gib hier Deine Antwort ein:

Ganze Zahlen bitte!

[] Hattest Du schon mal Probleme mit anderen NaturnutzerInnen?

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war 'Geocaching' bei Frage '2 [A3]' (Welche der von Dir genannten Natursportarten würdest Du als Deine Hauptsportart bezeichnen? (Die Sportart, die Du am liebsten machst, unabhängig von jahreszeitlichen Gesichtspunkten))

Bitte wähle eine der folgenden Antworten:

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- Nein
- Sehr selten
- Selten
- Häufig
- Sehr häufig

[] Mit wem hattest Du Probleme und welche waren das? (Bitte nur Stichworte)

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war 'Geocaching' bei Frage '2 [A3]' (Welche der von Dir genannten Natursportarten würdest Du als Deine Hauptsportart bezeichnen? (Die Sportart, die Du am liebsten machst, unabhängig von jahreszeitlichen Gesichtspunkten)) und Antwort war 'Sehr selten' oder 'Selten' oder 'Häufig' oder 'Sehr häufig' bei Frage '13 [G13]' (Hattest Du schon mal Probleme mit anderen NaturnutzerInnen?)

Komentieren wenn eine Antwort gewählt wird

Bitte wähle alle zutreffenden Einträge aus und schreibe einen Kommentar dazu:

- andere Natursporttreibende
- Landwirt/in
- Jäger/in
- Förster/in
- Grundbesitzer/in
- Waldarbeiter/in
- Hundebesitzer/in
- Natur-/Umweltschützer/in
- Sonstiges:

[] Ist Dir beim Geocachen schon mal problematisches Verhalten aufgefallen?

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war 'Geocaching' bei Frage '2 [A3]' (Welche der von Dir genannten Natursportarten würdest Du als Deine Hauptsportart bezeichnen? (Die Sportart, die Du am liebsten machst, unabhängig von jahreszeitlichen Gesichtspunkten))

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- Ja
- Nein

[] Welches problematische Verhalten ist Dir schon einmal beim Geocachen aufgefallen und wie könnte man es vermeiden?

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war 'Geocaching' bei Frage '2 [A3]' (Welche der von Dir genannten Natursportarten würdest Du als Deine Hauptsportart bezeichnen? (Die Sportart, die Du am liebsten machst, unabhängig von jahreszeitlichen Gesichtspunkten)) und Antwort war 'Ja' bei Frage '15 [G21]' (Ist Dir beim Geocachen schon mal problematisches Verhalten aufgefallen?)

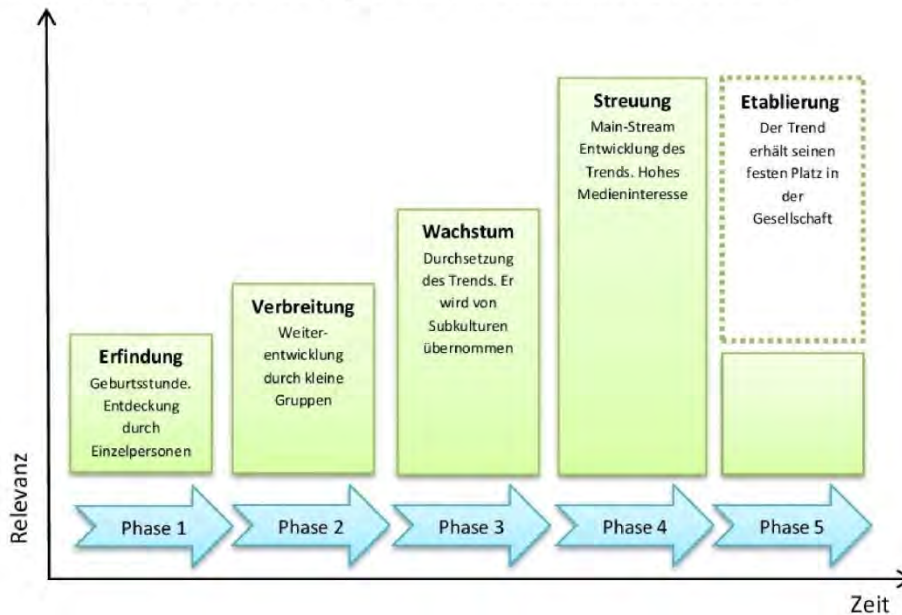
Komentieren wenn eine Antwort gewählt wird

Bitte wähle alle zutreffenden Einträge aus und schreibe einen Kommentar dazu:

- Cache im Naturschutzgebiet/geschütztem Biotop (nicht direkt vom Weg erreichbar)
- Cacher laufen ohne Grund quer durch den Wald
- Cache in Höhle
- Nachtcaches

gefährliche Caches
 Cacherautobahn
 ungeeigneter Versteckort (z.B. Baumhöhle, etc.)
 ungeeignete Versteckart (z.B. Nagel an Baum, etc.)
 Sonstiges:

Wo würdest Du Geocaching anhand dieser Grafik einordnen?



Die Entwicklungsphasen von Trendsportarten nach Lamprecht & Stamm/ Schwier. 1998

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war 'Geocaching' bei Frage '2 [A3]' (Welche der von Dir genannten Natursportarten würdest Du als Deine Hauptsportart bezeichnen? (Die Sportart, die Du am liebsten machst, unabhängig von jahreszeitlichen Gesichtspunkten))

Bitte wähle eine der folgenden Antworten:

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- Phase 1 (Erfindung)
- Phase 2 (Verbreitung)
- Phase 3 (Wachstum)
- Phase 4 (Streuung)
- Phase 5 (Etablierung)

Deine Hauptnatursportart

[]Wie lange machst Du schon diese Natursportart?

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war NICHT 'Geocaching' bei Frage '2 [A3]' (Welche der von Dir genannten Natursportarten würdest Du als Deine Hauptsportart bezeichnen? (Die Sportart, die Du am liebsten machst, unabhängig von jahreszeitlichen Gesichtspunkten))

Bitte wähle eine der folgenden Antworten:

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- Weniger als 1 Jahr
- 1-2 Jahre
- 3-5 Jahre
- 6-10 Jahre
- mehr als 10 Jahre

[]Wie oft betreibst Du diese Natursportart?

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war NICHT 'Geocaching' bei Frage '2 [A3]' (Welche der von Dir genannten Natursportarten würdest Du als Deine Hauptsportart bezeichnen? (Die Sportart, die Du am liebsten machst, unabhängig von jahreszeitlichen Gesichtspunkten))

Bitte wähle eine der folgenden Antworten:

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- mehrmals pro Woche
- 1-mal pro Woche
- 2-3 mal pro Monat
- 1-mal pro Monat
- 5-6 mal pro Jahr
- seltener

[]Mit wem betreibst Du am häufigsten diese Natursportart?

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war NICHT 'Geocaching' bei Frage '2 [A3]' (Welche der von Dir genannten Natursportarten würdest Du als Deine Hauptsportart bezeichnen? (Die Sportart, die Du am liebsten machst, unabhängig von jahreszeitlichen Gesichtspunkten))

Bitte wähle eine der folgenden Antworten:

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- Alleine
- Mit der Familie
- Mit Freunden
- In einer geführten Gruppe
- Sonstiges

[]Warum machst Du diese Natursportart?

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war NICHT 'Geocaching' bei Frage '2 [A3]' (Welche der von Dir genannten Natursportarten würdest Du als Deine Hauptsportart bezeichnen? (Die Sportart, die Du am liebsten machst, unabhängig von jahreszeitlichen Gesichtspunkten))

Bitte wähle einen oder mehrere Punkte aus der Liste aus.

Bitte wähle **alle** Punkte aus, die zutreffen:

- Ausgleich zum Alltagsstress
- Körperliche Herausforderung
- Spaß
- Gesundheit, Fitness
- Natur erleben
- Draußen sein

- Etwas mit Anderen unternehmen
- Erholung
- Sonstiges:

[] Welche Rolle spielt die Natur in Deinem Sporterlebnis?

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war NICHT 'Geocaching' bei Frage '2 [A3]' (Welche der von Dir genannten Natursportarten würdest Du als Deine Hauptsportart bezeichnen? (Die Sportart, die Du am liebsten machst, unabhängig von jahreszeitlichen Gesichtspunkten))

Bitte wähle einen oder mehrere Punkte aus der Liste aus.

Bitte wähle **alle** Punkte aus, die zutreffen:

- Natur ist die Kulisse
- Natur Erleben ist ein wichtiges Motiv
- Natur bietet Raum für meinen Sport
- Anstatt Fitnessstudio
- Natur ist kostenfrei und verfügbar
- Natur spielt keine Rolle
- Sonstiges:

[] Wird Deine Reiseentscheidung für den Urlaub von Deiner Natursportart beeinflusst?

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war NICHT 'Geocaching' bei Frage '2 [A3]' (Welche der von Dir genannten Natursportarten würdest Du als Deine Hauptsportart bezeichnen? (Die Sportart, die Du am liebsten machst, unabhängig von jahreszeitlichen Gesichtspunkten))

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- Ja
- Nein

[] Welche technischen Geräte/Ausrüstung benutzt Du für diese Natursportart?

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war NICHT 'Geocaching' bei Frage '2 [A3]' (Welche der von Dir genannten Natursportarten würdest Du als Deine Hauptsportart bezeichnen? (Die Sportart, die Du am liebsten machst, unabhängig von jahreszeitlichen Gesichtspunkten)) und Antwort war bei Frage '24 [N2]' (Welche technischen Geräte/Ausrüstung benutzt Du für diese Natursportart?)

Bitte wähle einen oder mehrere Punkte aus der Liste aus.

Bitte wähle **alle** Punkte aus, die zutreffen:

- Sportspezifische Kleidung/ Ausrüstung
- Smartphone/Tablet
- Sportuhr
- Kompass
- Smartwatch
- GPS-Gerät
- Sonstiges:

[] Welche Apps benutzt Du für diese Natursportart?

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war NICHT 'Geocaching' bei Frage '2 [A3]' (Welche der von Dir genannten Natursportarten würdest Du als Deine Hauptsportart bezeichnen? (Die Sportart, die Du am liebsten machst, unabhängig von jahreszeitlichen Gesichtspunkten)) und Antwort war bei Frage '24 [N2]' (Welche technischen Geräte/Ausrüstung benutzt Du für diese Natursportart?)

Bitte wähle einen oder mehrere Punkte aus der Liste aus.

Bitte wähle **alle** Punkte aus, die zutreffen:

- Kompass Wanderkarte
- Outdoor- und Wander-Navigation

- ADAC Wanderführer Deutschland
- Komoot
- Wanderführer Europa
- Rother Touren Guide
- 3D Outdoor Guides
- Canua
- RiverApp
- ViewRanger
- Runtastic
- Runkeeper
- Edomundo
- Mapmyrun
- Strava

- iNanny
- ReiterApp
- Vetfinder
- SnowSafe
- Schneehoeihen.de Schneebericht
- White Risk – SLF Lawinen App
- Skiinfo Ski & Schneehöhen App
- CheckYeti
- Angling IQ App
- Pegel-Online
- FishFinder 3.0
- Google Maps
- Garmin Fit
- Upmove GPS
- BioLogic BikeBrain

- iBiker
- Cyclometer GPS
- Outdooractive
- Singletracks Lite
- Trailforks
- Alpenvereinaktiv
- Zwift
- Relive
- Apemap
- Locus
- Maps 3D
- Topo GPS
- GPSies
- Sonstiges:

[] Wie viel Geld gibst Du für diese Natursportart (Ausrüstung, Aktivitäten, Fahrtkosten, etc.) im Schnitt pro Monat ungefähr aus? (in Euro)

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war NICHT 'Geocaching' bei Frage '2 [A3]' (Welche der von Dir genannten Natursportarten würdest Du als Deine Hauptsportart bezeichnen? (Die Sportart, die Du am liebsten machst, unabhängig von jahreszeitlichen Gesichtspunkten))

In dieses Feld dürfen nur Zahlen eingegeben werden.

Bitte gib hier Deine Antwort ein:

Ganze Zahlen bitte!

Hattest Du schon einmal Probleme mit anderen NaturnutzerInnen?

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war NICHT 'Geocaching' bei Frage '2 [A3]' (Welche der von Dir genannten Natursportarten würdest Du als Deine Hauptsportart bezeichnen? (Die Sportart, die Du am liebsten machst, unabhängig von jahreszeitlichen Gesichtspunkten))

Bitte wähle eine der folgenden Antworten:

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- Nein
- Sehr selten
- Selten
- Häufig
- Sehr häufig

Mit wem hattest Du Probleme und welche waren das? (Bitte nur Stichworte)

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war NICHT 'Geocaching' bei Frage '2 [A3]' (Welche der von Dir genannten Natursportarten würdest Du als Deine Hauptsportart bezeichnen? (Die Sportart, die Du am liebsten machst, unabhängig von jahreszeitlichen Gesichtspunkten)) *und* Antwort war 'Sehr selten' oder 'Selten' oder 'Häufig' oder 'Sehr häufig' bei Frage '27 [N9]' (Hattest Du schon einmal Probleme mit anderen NaturnutzerInnen?)

Kommentieren wenn eine Antwort gewählt wird

Bitte wähle alle zutreffenden Einträge aus und schreibe einen Kommentar dazu:

- andere Natursporttreibende
- Landwirt/in
- Jäger/in
- Förster/in
- Grundbesitzer/in
- Waldarbeiter/in
- Hundebesitzer/in
- Natur-/Umweltschützer/in
- Sonstiges:

Ist dir bei der Ausübung Deiner Natursportart schon mal problematisches Verhalten aufgefallen?

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war NICHT 'Geocaching' bei Frage '2 [A3]' (Welche der von Dir genannten Natursportarten würdest Du als Deine Hauptsportart bezeichnen? (Die Sportart, die Du am liebsten machst, unabhängig von jahreszeitlichen Gesichtspunkten))

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- Ja
- Nein

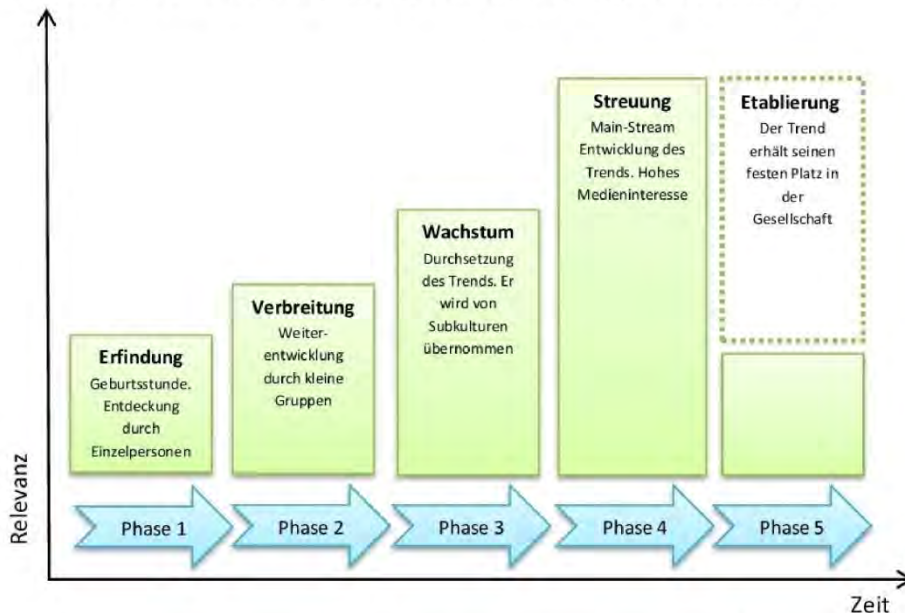
Welches problematische Verhalten ist Dir schon mal bei der Ausübung deiner Natursportart aufgefallen und wie könnte man es vermeiden?

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war NICHT 'Geocaching' bei Frage '2 [A3]' (Welche der von Dir genannten Natursportarten würdest Du als Deine Hauptsportart bezeichnen? (Die Sportart, die Du am liebsten machst, unabhängig von jahreszeitlichen Gesichtspunkten)) und Antwort war 'Ja' bei Frage '29 [G22]' (Ist dir bei der Ausübung Deiner Natursportart schon mal problematisches Verhalten aufgefallen?)

	Problem	Vermeidung
1		
2		
3		

Wo würdest Du anhand dieser Grafik Deine Sportart einordnen?



Die Entwicklungsphasen von Trendsportarten nach Lamprecht & Stamm/ Schwier. 1998

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war NICHT 'Geocaching' bei Frage '2 [A3]' (Welche der von Dir genannten Natursportarten würdest Du als Deine Hauptsportart bezeichnen? (Die Sportart, die Du am liebsten machst, unabhängig von jahreszeitlichen Gesichtspunkten))

Bitte wähle eine der folgenden Antworten:

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- Phase 1 (Erfindung)
- Phase 2 (Verbreitung)
- Phase 3 (Wachstum)
- Phase 4 (Streuung)
- Phase 5 (Etablierung)

Kommunikation

Bist Du wegen Deiner Natursportart in einem Verein/einer Organisation?

Bitte wähle eine der folgenden Antworten:

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- Spezieller Natursportverein (z.B. Alpenverein, Naturfreunde, Wanderverein, Tauchclub, Reiterliche Vereinigung, usw.)
- "klassischer" Sportverein
- Geocaching-Verein
- Pfadfinder
- Nein
- Sonstiges

In was für einem Natursportverein bist Du?

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

Antwort war 'Spezieller Natursportverein (z.B. Alpenverein, Naturfreunde, Wanderverein, Tauchclub, Reiterliche Vereinigung, usw.)' bei Frage '32 [K1]' (Bist Du wegen Deiner Natursportart in einem Verein/einer Organisation?)

Bitte gib hier Deine Antwort ein:

Wie informierst Du dich über deine Natursportart? Bitte gib jeweils ein konkretes Beispiel an.

Kommentieren wenn eine Antwort gewählt wird

Bitte wähle alle zutreffenden Einträge aus und schreibe einen Kommentar dazu:

- Blogs
- YouTube
- Facebook
- Instagram
- Twitter
- Webseiten
- Foren
- Instantmessenger-Apps (Whatsapp, Threema, usw.)
- Bücher
- Persönliche Empfehlung
- Magazine/Zeitschriften
- Über meinen Verein

Sonstiges:

[] Welche Medien nutzt Du für Deine Natursportart?

	Facebook	Twitter	Instagram	Foren	Blogs	Events	Persönlich	Telefon	Whatsapp, Threema, usw.	E-Mail	Youtube
Zum allgemeinen Austausch über meine Sportart	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Um mich mit jemandem zum Sport machen zu verabreden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

[] Wie wichtig sind (Online-)Bewertungen für Dich?

Bitte wähle eine der folgenden Antworten:

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- Sehr wichtig
- Eher wichtig
- Eher Unwichtig
- Unwichtig
- Egal

[] Wie wichtig sind Kommentare anderer Nutzer für Dich?

Bitte wähle eine der folgenden Antworten:

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- Sehr wichtig
- Eher wichtig
- Eher unwichtig
- Unwichtig
- Egal

[] Folgst Du Onlinestars oder Influencern?

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- Ja
- Nein

[] Welchen Onlinestars/Influencern (max. 3) aus Deiner Sportart "folgst" Du und warum? (Bitte nur Stichpunkte)

Beantworte diese Frage nur, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:
Antwort war 'Ja' bei Frage '38 [K8]' (Folgst Du Onlinestars oder Influencern?)

	Wer?	Warum?
Star/Influencer 1	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Star/Influencer 2	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Star/Influencer 3	<input type="text"/>	<input type="text"/>

Umwelt

[] Wie wichtig ist aus Deiner Sicht Umwelt- und Klimaschutz?

Bitte wähle eine der folgenden Antworten:

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- Sehr wichtig
- Eher wichtig
- Eher nicht wichtig
- Überhaupt nicht wichtig
- Weiß nicht

[] Wie würdest Du insgesamt die Umweltqualität in deiner Stadt, deiner örtlichen Gemeinde beurteilen?

Bitte wähle eine der folgenden Antworten:

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- Sehr gut
- Recht gut
- Eher schlecht
- Schlecht
- Weiß nicht

[] Wie würdest Du insgesamt die Umweltqualität in Deutschland beurteilen?

Bitte wähle eine der folgenden Antworten:

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- Sehr gut
- Recht gut
- Eher schlecht
- Schlecht
- Weiß nicht

[] Welche Verkehrsmittel nutzt Du, um zu Deinem Sport zu kommen?

Bitte wähle einen oder mehrere Punkte aus der Liste aus.

Bitte wähle **alle** Punkte aus, die zutreffen:

- Zu Fuß
- Fahrrad
- Öffentliche Verkehrsmittel (Bus, Bahn, etc.)
- Auto (alleine)
- Auto (mit Mitfahrem)
- Sonstiges:

[] Findest Du, dass die Hersteller von Outdoorausrüstung mehr für den Umweltschutz und/oder Nachhaltigkeit in Deutschland tun sollten?

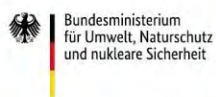
Bitte wähle eine der folgenden Antworten:

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- Ja, auf jeden Fall
- Ja, wenn die Produkte nicht teurer werden
- Nein, sie tun schon genug
- Nein, das ist nicht ihre Aufgabe



- Weiß ich nicht genug darüber
- Ist mir egal



Persönliche Angaben

Danke für Deine Auskünfte bis hierher. Um die Umfrage besser mit anderen vergleichen zu können, fragen wir auch allgemeine Daten zu Dir ab. Wie alles andere auch, wird natürlich auch dieser Teil anonym ausgewertet. Es wäre für uns sehr hilfreich, wenn Du auch diese Fragen noch beantwortest. Es geht auch ganz schnell!

Danke für Deine Auskünfte bis hierher. Um die Umfrage besser mit anderen vergleichen zu können, fragen wir auch allgemeine Daten zu Dir (Soziodemographie) ab. Wie alles andere auch, wird natürlich auch dieser Teil anonym ausgewertet. Es wäre für uns sehr hilfreich, wenn Du auch diese Fragen noch beantwortest. Es geht auch ganz schnell!

Nun zur ersten Frage:

Wie alt bist Du?

Bitte wähle eine der folgenden Antworten:

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- Unter 18
- 18-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- 55-65
- über 65

Welches Geschlecht hast Du?

Bitte wähle eine der folgenden Antworten:

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- Männlich
- Weiblich
- Anderes

In welchem Bundesland lebst Du?

Bitte wähle eine der folgenden Antworten:

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- Baden-Württemberg
- Bayern
- Berlin
- Brandenburg
- Bremen
- Hamburg
- Hessen
- Mecklenburg-Vorpommern
- Niedersachsen
- Nordrhein-Westfalen
- Rheinland-Pfalz
- Saarland

- Sachsen
- Sachsen-Anhalt
- Schleswig-Holstein
- Thüringen
- Nicht aus Deutschland

[] Was ist Dein höchster erreichter Bildungsabschluss?

Bitte wähle eine der folgenden Antworten:

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- Noch in Schule
- Volksschul-/ Hauptschulabschluss
- Mittlere Reife
- (Fach-) Abitur
- (Fach-) Hochschul-/ Universitätsabschluss
- Keiner
- Sonstiges

[] Wie hoch ist das Netto-Einkommen in Deinem Haushalt? (in Euro)

Bitte wähle eine der folgenden Antworten:

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- Unter 1300
- 1300-2599
- 2600-3599
- 3600-4999
- Über 5000

[] Welchen Familienstand hast Du?

Bitte wähle eine der folgenden Antworten:

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- Ledig
- Verheiratet
- Lebensgemeinschaft
- Geschieden
- Verwitwet
- Sonstiges

[] Hast Du Kinder?

Bitte wähle eine der folgenden Antworten:

Bitte wähle nur eine der folgenden Antworten aus:

- Nein
- 1
- 2
- 3
- Mehr als 3

[]

Wie lauten die ersten 3 Ziffern Deiner Postleitzahl?

Deine Antwort muss zwischen 000 und 999 liegen.

In diesem Feld kann nur ein ganzzahliger Wert eingetragen werden.



Bitte gib hier Deine Antwort ein:



Vielen Dank für Deine Teilnahme und Unterstützung.

Die Umfrage läuft bis zum 31. Mai 2018. Wir freuen uns, wenn Du den Link zur Umfrage an weitere Natursporttreibende weiterleitest.

Die Ergebnisse der Umfrage werden im September 2018 veröffentlicht.

Wenn Du Interesse an diesem Projekt oder den Ergebnissen hast und weiterhin darüber informiert werden willst, schicke eine Email an j.fillisch@wanderverband.de.

31.05.2018 – 23:59

Absenden der Umfrage.

Vielen Dank für die Beantwortung des Fragebogens.

IMPRESSUM

Herausgeber: Deutscher Wanderverband, Projekt Natursport.Umwelt.Bewusst
Kleine Rosenstraße 1-3, 34117 Kassel
Telefon: 05 61- 9 38 73-0, Fax: 05 61- 9 38 73-10, E-Mail: info@wanderverband.de
Internet: www.natursport-umwelt-bewusst.de, www.wanderverband.de

Redaktion: Jan Fillisch/ Erik Neumeyer/ Johanna Weber
Wissenschaftliche Beratung: Prof. Dr. Susanne Leder (Fachhochschule Südwestfalen)
Illustrationen: e-Bildwerke, Reinhold Weber.
Layout Titel: Maria Rufle, www.maria-rufle.de
© 9/2019



Deutscher Wanderverband

PROJEKTTRÄGER

Seit 1883 vertritt der Deutsche Wanderverband (DWV) gegenüber Politik und Behörden die Interessen seiner Mitglieder und ist der Fachverband für das Wandern in Deutschland. Als anerkannter Naturschutzverband hat der DWV zudem eine wichtige Funktion im Dialog von Naturnutzern und -schützern.

DAS PROJEKT NATURSPORT.UMWELT.BEWUSST

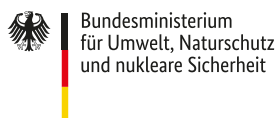
Ziel des Projektes ist es, die unterschiedlichen Interessen von oft nicht herkömmlich organisierten NatursportlerInnen, Grund- und WaldbesitzerInnen, dem Natur- und Umweltschutz und anderen Nutzergruppen zu vereinen und die Rahmenbedingungen für das Miteinander zu verbessern. Beispielaktivität ist Geocaching.

Alle im Projekt erstellten Materialien stehen auf der Projekthomepage in der Rubrik „Gut zu wissen“ zum Download zur Verfügung.

Link: <https://natursport-umwelt-bewusst.de/gut-zu-wissen-natursport-umwelt-bewusst/#downloads>

Hinweis:

Dieses Projekt wurde gefördert durch das Umweltbundesamt und das Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und nukleare Sicherheit. Die Mittelbereitstellung erfolgt auf Beschluss des Deutschen Bundestages.



Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei den Autorinnen und Autoren.