

Bente Zahl

**Zielgruppenspezifische
Freizeitmobilität**

Bestandsaufnahme der
sozialwissenschaftlichen
Forschung

ISOE-Diskussionspapiere, Nr. 18
ISSN 1436-3534

Bente Zahl

Zielgruppenspezifische Freizeitmobilität

Bestandsaufnahme der sozialwissenschaftlichen Forschung

unter Mitarbeit von Konrad Götz

Herausgeber:
Institut für sozial-ökologische Forschung (ISOE) GmbH
Hamburger Allee 45
60486 Frankfurt am Main

Frankfurt am Main, 2001

Inhalt

1. Einleitung	3
1.1 Vorbemerkung	3
1.2 Zielsetzung	3
1.3 Aufbau des Berichts	
2. Freizeitmobilitätsforschung	5
2.1 Beschreibung der Studien und Forschungsprojekte	5
2.2 Zusammenfassung	23
3. Zielgruppenorientierte Mobilitätsforschung	24
3.1 Sozialstatistische bzw. soziodemographische Ansätze	24
3.2 Lebenssituative Ansätze	25
3.3 Milieu- bzw. Lebensstilorientierte Mobilitätsforschung	27
3.4 Zusammenfassung	33
4. Zielgruppenorientierte Freizeitforschung	33
4.1 Soziodemographische und lebenssituative Ansätze	33
4.2 Lebensstilorientierte Freizeitforschung	36
4.3 Zusammenfassung	47
5. Zielgruppenspezifische Freizeitmobilitätsforschung	47
5.1 Beschreibung der Studien und Forschungsprojekte	47
5.2 Der Ansatz des Instituts für sozial-ökologische Forschung (ISOE)	50
5.3 Zusammenfassung	55
6. Fazit und Folgerungen (Konrad Götz)	55
7. Forschungslücken	57
8. Literatur	58
9. Summary	66

1. Einleitung

1.1 Vorbemerkung

Dieser Bericht entstand im Rahmen des mit Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF) geförderten Projekts „Mobiharz – Mobilitätsmanagement und -service für einen umweltfreundlichen Ausflugs- und Kurzurlauberkehr im Landkreis Wernigerode“. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei den Autoren.

Besonderer Dank geht an Corinna Stock, von der beim Korrekturlesen auch zahlreiche kleine, aber dennoch sehr interessante inhaltliche Anregungen kamen, und vor allem an Konrad Götz, der wichtige Hinweise gab und – bestens ausgestattet mit seiner langjährigen Erfahrung in der Mobilitätsforschung – die Aufgabe übernommen hat, aus den vielfältigen Ergebnissen der einzelnen Studien und Untersuchungen Schlußfolgerungen für die künftige (zielgruppenspezifische) Freizeitmobilitätsforschung zu ziehen.

1.2 Zielsetzung

Die nachfolgende Literaturanalyse verfolgt das Ziel, den sozialwissenschaftlichen Forschungsstand im Bereich der zielgruppenspezifischen Freizeitmobilität zu untersuchen.¹ Darin eingeschlossen ist auch eine Identifizierung des weiteren Forschungsbedarfs.

Dazu sollen insbesondere die folgenden Fragen beantwortet werden:

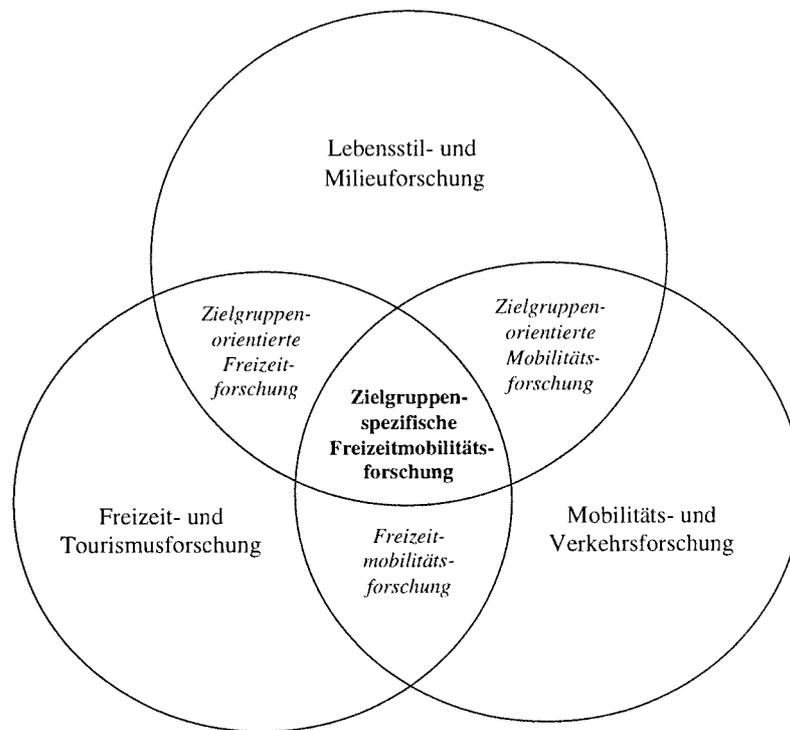
- Welche Literatur, welche Studien, welche Erkenntnisse liegen bereits vor?
- Welche Auswirkungen hat die Verbindung von soziologischer und ökologischer Dimension auf Forschung und Praxis?
- Welche Defizite bzw. Forschungslücken bestehen?

Dabei wird vorausgesetzt, daß zur Beantwortung der obigen Fragen zunächst einmal die folgenden sozialwissenschaftlichen Bereiche relevant sind: Freizeit- und Tourismusforschung, Mobilitäts- und Verkehrsforschung, Lebensstil- und Milieuforschung.²

¹ Der Begriff „Zielgruppe“ wird in der Literatur sehr unterschiedlich verwendet. Im Folgenden wurde er grundsätzlich so übernommen, wie die jeweiligen Autoren ihn in ihren Werken benutzt haben. Je nach Kontext und Forschungsdisziplin, je nach Autor oder Autorin können deshalb sowohl soziodemographische als auch lebensstilorientierte Gruppen gemeint sein.

² Eine Auseinandersetzung mit der semantischen Bedeutung der Begriffe „Freizeit“, „Mobilität“ und „Lebensstile“ findet hier nicht statt, weil die diesbezügliche Literatur so reichhaltig und facettenreich ist, daß sie den Rahmen dieser Untersuchung sprengen würde.

Die relevanten Forschungsbereiche



Eigene Darstellung

1.3 Aufbau des Berichts

Da die vollständige Analyse der relevanten Forschungsbereiche den Rahmen dieser Bestandsaufnahme sprengen würde, wird im Anschluß an diese Einleitung nur die Literatur vorgestellt, die die Kombination von jeweils zwei der oben genannten drei relevanten Teilaspekte untersucht, d.h. „Freizeitmobilitätsforschung“ (*Kapitel 2*), „Zielgruppenorientierte Mobilitätsforschung“ (*Kapitel 3*) oder „Zielgruppenorientierte Freizeitforschung“ (*Kapitel 4*). Innerhalb der Unterkapitel richtet sich die Reihenfolge nach dem Erscheinungsjahr; begonnen wird mit den jeweils *ältesten* Forschungsergebnissen, während die *neuesten* Erkenntnisse zuletzt vorgestellt werden. Sofern die jeweiligen Autoren in ihren Werken Aspekte der Nachhaltigkeit bzw. Zukunftsfähigkeit berücksichtigt haben, wird dies im Folgenden ausdrücklich erwähnt. Anderenfalls kann davon ausgegangen werden, daß keine Verbindung zwischen der sozialen, der ökologischen und der ökonomischen Dimension hergestellt wurde.

Kapitel 5 beschäftigt sich mit den wenigen bisher vorliegenden Arbeiten, die sich mit der *Schnittmenge* (siehe obige Graphik) aller drei Teilaspekte, also mit „zielgruppenspezifischer Freizeitmobilitätsforschung“ beschäftigen. Unter anderem wird hier auch die bisherige Mobilitätsstilforschung des Instituts für sozial-ökologische Forschung (ISOE) skizziert.

Nachdem in *Kapitel 6* Schlußfolgerungen gezogen und Forschungsprobleme verdeutlicht wurden, wird in *Kapitel 7* auf diverse Forschungslücken hingewiesen, die es zukünftig zu bearbeiten gilt.³

2. Freizeitmobilitätsforschung

2.1 Beschreibung der Studien und Forschungsprojekte

Vorab muß festgestellt werden, daß die Datenlage für den Freizeitverkehr derzeit noch relativ rückständig ist, weil sich die meisten Untersuchungen entweder auf das Gebiet der Mobilitätsforschung oder auf das der Freizeitforschung beziehen. Eine Verknüpfung der beiden Fachdisziplinen begann erst mit Beginn der 90er Jahre und erfolgte seitdem eher lückenhaft.

Zegg/Matter (1992) gehen davon aus, daß Ferienregionen und -orte, die ihre Verkehrssituation erfolgreich lösen, sich neben besseren Lebensbedingungen für die Ortsansässigen auch wichtige Wettbewerbsvorteile im Tourismus sichern, weil immer mehr Gäste umweltsensibel geworden sind. Im Rahmen des 6. Tourismusforums Graubünden stellen sie fest, daß die verkehrsreduzierenden Maßnahmen nicht in jeder Ferienregion die gleiche Wirkung erreichen und schlagen „*umfassende, auf den einzelnen Ort oder die Region abgestimmte Lösungen vor, welche aufgrund einer eingehenden Analyse ausgearbeitet werden müssen.*“ (S. 13)

Kaspar/Frey (1993) weisen darauf hin, daß der Themenkreis „Freizeit, Mobilität und Tourismus“ eine ökonomische, ökologische und soziale Dimension hat, „*wobei zahlreiche wechselseitige Verknüpfungen zwischen und innerhalb dieser Bereiche bestehen.*“ (S. 27) Außerdem beschreiben sie längerfristige Szenarien für den Freizeit- und Tourismusbereich der Schweiz, um daraus Anforderungen an Politik und Wissenschaft abzuleiten.

Dennerlein/Hofmann (1993a/b) erstellen im Auftrag des Landkreises Oberallgäu eine Bestandsaufnahme der Wirtschafts- und Sozialstruktur sowie des Tourismus und des Verkehrs und formulieren tourismus- und verkehrspolitische Ziele. Außerdem werden verschiedene Einzelmaßnahmen (z.B. Parkplatzbewirtschaftung) bewertet.

Bracher (1993) geht davon aus, daß über die Hälfte des erwarteten Zuwachses im Freizeitbereich Fahrradverkehr sein könnte. Während er bei Urlaubsfahrten sogar von einer Steigerung von 2% auf 15% ausgeht, erwartet er für Wochenend- und Ausflugsfahrten niedrigere Steigerungsraten.

³ Bereits realisierte Maßnahmen können im Rahmen dieses Diskussionspapiers aus Platzgründen leider nicht dargestellt werden, sind aber als Anlage verfügbar. Des weiteren wurde im Rahmen des BMBF-Projekts MobiHarz von der Planersocietät Dortmund eine ausführliche Sammlung von Praxisbeispielen zum gleichen Thema durchgeführt (Planersocietät 2001).

Auch der ADAC (1993) hat erkannt, daß eine zukunftsorientierte Verkehrspolitik in einer ganzheitlichen Betrachtungsweise alle Verkehrsträger einbeziehen muß, um zu einem „leistungsfähigen umwelt- und sozialverträglichen Gesamtangebot“ (S. 20) zu gelangen. Eine ADAC-Umfrage bei 140 deutschen Fremdenverkehrsorten im Jahr 1992 hat ergeben, daß die Problemlagen vor Ort sehr unterschiedlich sind und von daher auch unterschiedliche Lösungskonzepte mit sorgfältig aufeinander abgestimmten Maßnahmen vonnöten sind. Drei Problemschwerpunkte zeichnen sich jedoch ab: Die Zusatzbelastung durch den Durchgangsverkehr, der massive Ziel- und Quellverkehr und die Probleme des ruhenden Verkehrs (u.a. auch Parkplatzprobleme der Reisebusse). Mehr als die Hälfte der befragten Gemeinden gibt an, daß die Probleme ganzjährig oder zumindest saisonal auftreten, wobei Lärm und Abgase als besonders störend empfunden werden. Die Verantwortlichen befürchten wegen der zunehmenden Verkehrsprobleme insbesondere einen Rückgang der Besucherzahlen und die Abkennung des Prädikats (z.B. Kurort oder Heilbad). Der ADAC leitet aus den Ergebnissen seiner Untersuchung zwölf Handlungsempfehlungen ab, zu denen neben der Förderung des Fußgängerverkehrs, der Entwicklung von maßgeschneiderten ÖPNV-Angeboten und der Errichtung von attraktiven Wegen und Routen für Fahrradfahrer auch zielgruppengerechte Maßnahmen gehören.

Fuhrer/Kaiser (1994) betrachten psychologische Aspekte der Freizeitmobilität und erforschen mögliche Zusammenhänge zwischen räumlichen Strukturen und automobiler Freizeit. Untersuchungsorte waren zwei unterschiedlich weit vom Zentrum der Stadt Bern entfernt gelegene Quartiere; 2650 erwachsene Bewohner bildeten die Gesamtstichprobe, wovon 543 den Bogen ausgefüllt zurückschickten. Sie verwenden einen Fragebogen mit Wohn- und Mobilitätsfragen und ein Mobilitätstagebuch, welches sieben Tage lang geführt wird. Dabei wird zwischen Freiluft-Freizeithandlung, sozialer, konsumierender Freizeithandlung, Rückzugshandlung, Ausfahrt ohne bestimmtes Ziel und ‚sonstiger‘ Handlung unterschieden. Die Autoren machen unter anderem auf den Zusammenhang zwischen Wohnqualität und Freizeitmobilität (wer gut wohnt, fährt in der Freizeit weniger herum) aufmerksam und weisen darauf hin, daß automobiler Freizeitverkehr die Mängel des Zuhauses zu kompensieren verspricht. Dies wiederum bedeutet für die Bau-, Wohnungs- und Siedlungsplanung, daß den Wohnräumen wieder jene Qualitäten zurückgegeben werden müßten, durch die sich Autos auszeichnen: vielfältig, individuell und sozial definierbar, veränderbar. Die Empfehlung der Autoren lautet demnach, daß Wohnungen wie Autos und Autos wie Wohnungen gebaut werden sollten, um den überhand nehmenden Freizeitverkehr zu reduzieren.

Übersicht über die untersuchten Variablen

<i>Unabhängige Variablen</i>	<i>Abhängige Variablen</i>
Außenwohnraum	Auto-Mobilität
- Verkehrsdichte	- Gesamte Autodistanz
- Lärm	- Autodistanz am Wochenende
- Verfügbarkeit von Garten/Rasen	- Autodistanz in der Freizeit
- Alter des Hauses (Erbauungszeitraum)	- Anzahl Ziele in unbebauter Umgebung
- Stockwerkhöhe	Soziale Aktivitätenstandorte
- Wohnquartier: zentrumsnah vs. -fern	- im Quartier
Innenwohnraum	- im Fernbereich
- Zahl der Mitbewohner	
- Besitzer vs. Mieter	
- Einschränkungen durch Hausordnung	
- Verfügbarkeit von Balkonen/Bastelräumen u.ä.	
- Mietanteil am Einkommen	
- Wohnungsgröße	
Persönliche Angaben	
- Alter	
- Zivilstand	
- Geschlecht	
- Ausbildungsgrad	
- Anstellungsverhältnis	
- Einkommen	

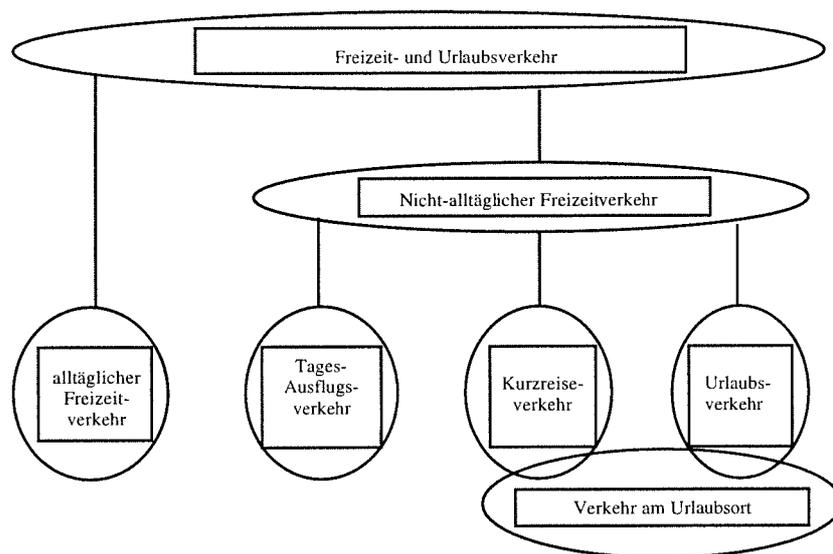
Quelle: Fuhrer/Kaiser 1994, S. 121

Die Markt- und Potentialstudie für den RMV (Targetgroup 1994) verfolgt das Ziel, den ÖPNV-Markt im Gebiet des Rhein-Main-Verkehrsverbundes zu analysieren und ein realistisches Potential für den öffentlichen Personennahverkehr der Region zu ermitteln. Dazu wurden 2874 Kurzinterviews und 2060 Intensivinterviews mit Personen ab 15 Jahren durchgeführt. Zusätzlich fand eine Schülererhebung mit weiteren 1431 Interviews statt (Elternbefragung). Auch die Pkw-Verfügbarkeit bei ÖV-Fahrten in der Freizeit und die Häufigkeit von unterschiedlichen Freizeitaktivitäten wurde abgefragt: Private Besuche liegen mit fast 50% mit deutlichem Abstand vor Restaurant- bzw. Kneipenbesuchen (14%) und Sport (12%). Weiterhin erfolgt eine Ermittlung des Wege- und Personenpotentials für den öffentlichen Verkehr.

Holz-Rau/Kutter (1995) wählen sieben Stuttgarter Wohngebiete aus, um den Einfluß räumlicher Strukturen auf den Verkehrsaufwand und das Verkehrsaufkommen für regelmäßige Freizeitaktivitäten zu untersuchen. Es zeigt sich, daß räumliche Strukturen einen Einfluß auf den Verkehrsaufwand für Freizeitaktivitäten haben. Gleichzeitig wird aber auch darauf verwiesen, daß räumliche Strukturen ihrerseits wiederum eng mit sozialen Strukturen zusammenhängen, somit also auch von diesen ein Einfluß ausgeht.

Opaschowski (1995) erforscht das Verhalten von Autofahrern und hat von Juli 1992 bis Juni 1993 in Kooperation mit SAAB ein Autofahrer-Panel (n = 500) durchgeführt, um mehr über die Motive der Freizeitmobilität zu erfahren; mit dem Ergebnis: „Freizeitmobilität erweist sich für viele Menschen als Lebenselixier für Körper und Seele, ja beinahe als Therapeutikum mit physischer, psychischer und sozialer Bedeutung.“ (S. 42) Das Element der Erlebnisorientierung rückt seiner Meinung nach immer weiter in den Vordergrund, „die Freizeitorte entwickeln sich zunehmend zu Sammelplätzen für moderne Nomaden – umgeben von einer **Aura der Ruhelosigkeit** und einer Atmosphäre der Unbeständigkeit.“ (S. 43) Wer diese Freizeitmobilität aus Umweltschutzgründen verhindern möchte, sollte deshalb zuvor die Frage beantworten, wie und wodurch sich Freizeitmobilität überhaupt ersetzen läßt.

Lanzendorf (1995) verschafft einen Überblick über vorhandenes quantitatives Material zum Freizeitverkehr und weist darauf hin, daß die Schwierigkeit der Abgrenzung des Freizeitverkehrs von anderen Verkehrszwecken bestehen bleibt und möglicherweise nie gelöst werden kann. Außerdem hinterfragt er das Wege- und Erfassungskonzept der quantitativen Verkehrsstudien, da die Koppelung von Wegen (sog. Wegekettten) in der Regel nicht erfaßt wird. Er verdeutlicht, daß für den Bereich des alltäglichen Freizeitverkehrs am wenigsten Datenmaterial vorliegt; Wege und Fahrten am Urlaubsort werden ebenso wenig berücksichtigt. Weiterhin erwähnt er, daß bis dato noch nicht festgestellt wurde, welche sozio-demographischen Gruppen in besonderem Maße zur Umweltbelastung durch Freizeitverkehr beitragen.



Schmidt (1996) berichtet über eine Repräsentativbefragung der Firma INFRATEST, die 1993 durchgeführt wurde, um Klarheit über den Bereich des Freizeitverkehrs zu bekommen. Aus Sicht der Automobilindustrie werden die Probleme des Autofahrers im Freizeitverkehr dargestellt. Der Anteil des Autos am Freizeitverkehr beträgt werktags 48%, samstags 56% und sonntags 54%. Für die Zukunft wird ein moderater Zuwachs auf dem Gebiet des Freizeitverkehrs prognostiziert.

Der *ADAC (1996a)* macht Vorschläge zur Errichtung umweltgerechter Ferienanlagen und verdeutlicht dies am Beispiel eines mustergültigen Ferienparks, einer Ferienstätte und eines Ferienzentrums. Unter anderem wird dabei auch auf das Thema Verkehr eingegangen, wobei sowohl der An- und Abreiseverkehr als auch der Ausflugsverkehr vor Ort und der Verkehr in den Ferienanlagen besprochen werden. Ein umweltgerechtes Verkehrskonzept wird als „Werbeargument erster Güte“ bezeichnet. Besonderer Wert wird zum einen darauf gelegt, Lösungen zu finden, die für den Gast attraktiv sind und zum anderen darauf, die Gäste im Vorfeld über das (neue) Verkehrskonzept zu informieren.

Frey Marti (1996) untersucht im Rahmen ihrer Dissertation die Verkehrs- und Umweltproblematik in touristischen Gebieten. Sie setzt dabei voraus, daß Verkehrsmaßnahmen einen Beitrag zu einer nachhaltigen Tourismus- und Regionalentwicklung leisten müssen. Im Vordergrund stehen deshalb verkehrslenkende Maßnahmen, die ein langfristiges ökologisches Gleichgewicht anstreben, ohne die ökonomischen Bedürfnisse der Bevölkerung zu vernachlässigen. Am Beispiel des Oberengadiner Freizeit- und Tourismusverkehrs analysiert sie Problemursachen, schätzt mögliche Auswirkungen ab und skizziert Lösungsansätze für eine wirksame, effiziente und politisch umsetzbare Maßnahmenmischung. Frey Marti schlägt u.a. vor, die Einführung einer „Kurtaxe für Tagestouristen“ in Form einer Eintrittsgebühr zu prüfen. Sie hält den frühen Einbezug aller betroffenen Kreise sowie die offene Information der Bevölkerung über zu erwartende Auswirkungen für besonders wichtig und schlägt ein schrittweises Vorgehen vor.

Die Typen des Freizeitverkehrs in der Übersicht

Merkmals-Kategorie	Übernachtungs-Tourismus (An-/Abreise)	Tagestourismus Innerregional (Übernachtungstourismus)	Tagestourismus Überregional
Aktivitäts-Entscheidung	wahlfrei	eher Zwang	wahlfrei
Räumliche Allokation	eher wahlfrei	Zwang/wahlfrei	eher wahlfrei
Zeitliche Allokation	Zwang/wahlfrei	Zwang	Zwang/wahlfrei
Verkehrsmittelwahl	wahlfrei/Zwang	wahlfrei/Zwang	wahlfrei/Zwang
Qualitätsanforderungen an OeV	Bequemlichkeit	Bequemlichkeit	Bequemlichkeit Zeit
Modalsplit	eher tief	mittel	tief
Auftreten der Aktivität	Ferienzeiten	täglich (aber nur während der Ferien)	Wochenende und Feiertage
Häufigkeit der Fahrt und Aktivität	tief	hoch (während den Ferien täglich)	mittel-tief
Distanz	hoch	eher tief	eher hoch
Aufenthaltsdauer	hoch	mittel	mittel
Austauschwert der Aktivität	sehr hoch	mittel-tief	mittel

Quelle: Frey Marti 1996, S. 288

Gemeinsam versuchen *Frey Marti/Laesser (1997)* herauszufinden, ob Verkehr und Tourismus Partner oder Gegner sind und wieviel und vor allem welchen Verkehr der Tourismus benötigt bzw. verträgt. In diesem Zusammenhang zeigen sie die wichtigsten Typen des Freizeitverkehrs (Übernachtungstourismus: An- und Abreise, innerregionaler und überregionaler Tagestourismus) und stellen Maßnahmen zur Reduktion der Umweltproblematik des (Freizeit-) Verkehrs vor. Sie weisen darauf hin, daß die Akzeptanz von verkehrslenkenden Maßnahmen seitens der Touristen von verschiedenen Faktoren abhängig ist. Dazu gehört nicht nur die Art der Maßnahme, sondern auch Werte, Einstellungen und Motive. Sie unterziehen zwei Maßnahmenbündel einem Vergleich und folgern, daß jede einzelne Region ihren geeigneten Maßnahmenmix finden müsse, weil Erkenntnisse aus anderen Tourismusgebieten nur selten übertragbar seien.

Die Mobilitätsmuster für Aktivitäten in Freizeiteinrichtungen (Kino, Theater, Sport usw.) entsprechen laut *Kagermeier (1997)* im Wesentlichen denen des Alltagsverkehrs, d.h. Personen aus ländlichen Gebieten verursachen ein höheres Verkehrsaufkommen als solche aus städtischen Gebieten. Für Ausflüge und Besuche von Verwandten und Bekannten jedoch dreht sich

dies um. Seiner Meinung nach läßt sich dies auf die erhöhte Ausstattung mit wohnungsnahen privaten Freiflächen zurückführen.

Die *Deutsche Gesellschaft für Freizeit (1997)* skizziert einen Problemaufriß zum Thema „Freizeitmobilität von Familien“, der zahlreiche Folgerungen für Politik und Planung beinhaltet. Vorrangig werden genannt: Die Schaffung eines neuen Mobilitätsbewußtseins, die Förderung eines umweltgerechteren Freizeitverkehrsverhaltens der Familien, eine integrierte Freizeit- und Verkehrsplanung („Freizeitmobilitäts-Management“), ein verbessertes Informationsmanagement für Freizeitmobilität und die Schaffung von Alternativen zum Wegfahren.

Heinze/Kill (1997) erklären, Freizeitverkehr sei spontan, diffus und auf traditionelle Weise nicht prognostizierbar. Die größte Herausforderung geht von Tagesausflügen aus, weil hier nicht nur unverhältnismäßig viel Verkehr, sondern auch starke Zielkonflikte auftreten, da nur einige der Akteure von den Tagesgästen profitieren (aber alle unter ihnen leiden). Bestimmungsfaktoren und Wirkungsmechanismen des Freizeitverkehrs werden erläutert. Wichtig erscheint, daß Betriebs-, Erlebnis- und Glaubenswerte nicht unterschätzt werden dürfen. Die Autoren bieten zwar zahlreiche Handlungsoptionen für einen nachhaltigen zukunftsfähigen Freizeitverkehr, erwarten dabei aber von den verantwortlichen Politikern und Planern, „zu großen Reformen bereit zu sein und in geschlossenen integrierenden Konzepten zu denken.“ (S. 152)

Das Verständnis der psychosozialen Motive ist für die Beeinflussung von Freizeitmobilität laut *Hilgers (1997)* unverzichtbar. So steht das Auto beispielsweise für Lebensfreude und die Möglichkeiten individueller, selbstbestimmter Freizeit. Freizeit-Auto-Mobilität gilt als Symbol für Lebensqualität. Hilgers geht außerdem davon aus, daß jede Fahrt mit einem Beförderungsmittel einen Freizeitwert hat, wenn auch teilweise einen sehr geringen: „*Innovative Verkehrspolitik muß daher die Beförderungsqualität öffentlicher Verkehrsmittel und den Freizeitwert von Alternativen zum Auto steigern.*“ (S. 128f.)

Lüking (1997) fragt danach, wo und wie das Verkehrsangebot der Freizeitverkehrsnachfrage anzupassen ist und wen man wann und wie in seinem Freizeitverhalten beeinflussen sollte. Um diese Fragen beantworten zu können, führt er (im Auftrag der Vereinigung Schweizerischer Verkehrsingenieure und des schweizerischen Bundesamtes) eine Studie durch, die die unterschiedlichen Ausprägungen des Freizeitverkehrs beleuchtet und Entwicklungsperspektiven aufzeigt. Er stützt sich dabei auf den Mikrozensus 1989 zum Verkehrsverhalten in der Schweiz und kommt zu dem Ergebnis, daß dem Auto zwar nicht mehr grundsätzlich Priorität zukommt; Personen, die über ein Auto verfügen, aber dennoch am ehesten zu hoher Freizeitmobilität neigen. Lüking unterscheidet zwischen verschiedenen

Aktivitätstypen bzw. -motiven: Kontaktmobilität, Erlebnismobilität, Erholungsmobilität, Sportmobilität und Luxusmobilität. In diesem Zusammenhang beschreibt er auch Aktivitätstypen, die er anhand der Ziele längerer Freizeitwege bildet (Natur, Städte, Wohnumgebung). Außerdem erkennt er vier verschiedene Freizeitverkehrsarten (kurze Wege tagsüber, Wege abends und nachts, „Ausflüge“ und Reisen):

Ausprägungen der Freizeitverkehrsarten

Kurze Freizeitwege tagsüber

Hauptteilnehmer:	Kinder, Ruheständler
Hauptzweck:	Kontakte, Sport, Naherholung
Anteil an den 50% Freizeitwegen MIV-Anteil ca. 45%	Entwicklungsperspektive: Verkehrszunahme im Rahmen des allgemeinen Mobilitätswachstums Wird abnehmen: ÖV als valable Alternative bei steigenden Treibstoffpreisen; mehr ÖV-mobile Ruheständler

Freizeitwege abends und nachts

Hauptteilnehmer:	Junge Erwachsene, Singles, Paare ohne Kinder
Hauptzweck:	Kontakte, Erlebnis
Anteil an den 25% Freizeitwegen MIV-Anteil ca. 65%	Entwicklungsperspektive: Stagnation: Abnehmender Bevölkerungsanteil der abends und nachts mobilen Gruppen Bleibt konstant: Schaffung von valablen ÖV-Alternativen steht im Konflikt mit deren mangelhafter Rentabilität

Längere Freizeitwege tagsüber, „Ausflüge“

Hauptteilnehmer:	Paare ohne Kinder, Eltern mit Kindern, Jungsenioren
Hauptzweck:	Kontakte, Erholung, Sport
Anteil an den 20% Freizeitwegen MIV-Anteil ca. 85%	Entwicklungsperspektive: Überdurchschnittliche Verkehrszunahme: Resultat des Wandels der Bevölkerungsstruktur Wird zunehmen: Ältere Gruppen neigen auf längeren Freizeitwegen mehr dem Auto zu

Reisen bis 250 km

Hauptteilnehmer:	Junge Erwachsene, Eltern mit Kindern, Jungsenioren, Ruheständler
Hauptzweck:	Erholung, Erlebnis
Anteil an den 4% Freizeitwegen MIV-Anteil ca. 60%	Entwicklungsperspektive: Verkehrszunahme: Zunehmende Zeitautonomie Wird abnehmen: Leistungsverbesserungen im ÖV; steigende Treibstoff- bzw. Verkehrskosten; mehr ÖV-mobile Ruheständler

Reisen über 250 km

Hauptteilnehmer:	Paare ohne Kinder, Jungsenioren, Ruheständler
Hauptzweck:	Erholung, Erlebnis
Anteil an den 1% Freizeitwegen MIV-Anteil ca. 45%	Entwicklungsperspektive: Verkehrszunahme: Zunehmende Zeitautonomie; günstige Reiseangebote Wird abnehmen: Günstige Flugpreise; Trend zu Kurzaufenthalten begünstigt das Flugzeug

Quelle: Lüking 1997, S. 17-18

Hautzinger (1997) stellt fest, daß das individuelle Mobilitätsbewußtsein und die grundsätzlichen Einstellungen zur Mobilität gerade im Freizeitverkehr eine besondere Rolle spielen. Neben der Schaffung von attraktiven Freizeiteinrichtungen in der Nähe von Wohnstandorten und bedarfsgerechten ÖPNV-Angeboten fordert er deshalb Anreizregelungen für umweltgerechtes Mobilitätsverhalten und eine zielgruppenorientierte Information und Mobilitätspädagogik.

Klewe (1997) diskutiert u.a. die Rolle des ÖPNV im Freizeitverkehr und stellt klar, daß neben räumlichen Erschließungslücken weiterhin zeitliche Angebotslücken, funktionale und nicht zuletzt „emotionale“ Angebotslücken bestehen. Ziel einer Befragung von insgesamt 25 Verkehrsunternehmen, die das Institut für Landes- und Stadtentwicklungsplanung durchführte war, herauszufinden, welche Rolle der öffentliche Verkehr zukünftig im Freizeitverkehr übernehmen möchte. Klewe fordert den Aufbau eines Mobilitätsservices für den Freizeitverkehr und weist darauf hin, daß Mobilität keine rein kopfgesteuerte Angelegenheit sei und insbesondere die Freizeitmobilität ein zielgruppenorientiertes Vorgehen verlangt.

Opaschowski/Duncker (1997) führen eine Bestandsaufnahme und aktuelle Analysen zu den Themen Arbeit, Freizeit und Lebensstil in den 90er Jahren durch (Repräsentativbefragung der B.A.T. im Jahr 1995, 2600 Personen ab 14 Jahren). Dazu gehört auch die Erfassung von Gründen für Freizeitmobilität. Die Forscher erkennen individuelle, öffentliche und kommunikative Freizeitbeschäftigungen und vermuten, daß das Mobilitätsbedürfnis nur ein Synonym für Lebens- und Erlebnishunger ist. Deshalb teilen sie die Freizeitbeschäftigungen junger Menschen hinsichtlich ihrer Kontaktansprüche in eine dreigliedrige Typologie ein:

Freizeittyp	Kommunikative Merkmale
I. Individuelle Freizeitbeschäftigungen	Freizeitbeschäftigungen, die überwiegend allein ausgeführt werden, z.T. rezeptiven Charakter haben und nicht in der Öffentlichkeit ausgeübt werden.
II. Öffentliche Freizeitbeschäftigungen	Freizeitbeschäftigungen, die in der Öffentlichkeit stattfinden, nur allein bzw. mit dem Partner ausgeübt werden und unabhängig von Fremdkontakten stattfinden.
III. Kommunikative Freizeitbeschäftigungen	Freizeitbeschäftigungen, die gemeinsam mit anderen Personen ausgeführt werden und bei denen die Kommunikation mit anderen im Mittelpunkt steht.

Quelle: Opaschowski/Duncker 1997, S. 59

Küchler (1997) untersucht das Mobilitätsverhalten der Besucher von Freizeit-Großanlagen (Freizeitparks, Veranstaltungshallen, Kinos, Musicals) und kommt u.a. zu dem Ergebnis, daß – wie im gesamten Verkehrsgeschehen – der Standort sowohl für die ÖPNV-Erreichbarkeit als auch für den Modal Split maßgeblich ist. Des Weiteren sind umfassende Informationen über bestehende und neue ÖPNV-Angebote und erlebnisbetonte Werbung (auch durch die Betreiber der Freizeitanlagen) wichtige Voraussetzungen für einen hohen Anteil der öffentlichen Verkehrsmittel.

Romeiss-Stracke (1997) geht davon aus, daß Freizeitmobilität unsere Raumstrukturen von Anfang an weitgehend unkontrolliert geprägt hat. Ihre These lautet: Mobilitätslust läßt sich nicht durch den bloßen Verweis auf den ÖPNV bekämpfen, denn Freizeitmobilität ist freiwillige Mobilität. Das bloße Lamentieren über wachsende Freizeitmobilität und die immer neuen Appelle, man möge „doch lieber zu Hause bleiben“ haben bisher nichts gebracht und werden ihrer Meinung nach auch in Zukunft nichts nutzen. Sie hebt hervor, daß die *Tatsache* „Freizeitmobilität“ an sich auf politischer Basis akzeptiert werden müsse, anschließend jedoch Steuerungsbedarf für die *Sucht* „Freizeitmobilität“ bestehe.

Heinze (1998) stellt fest, daß die Touristik auf einen effizienten, bedarfsorientierten und flexiblen Verkehr aufbauen können muß, um zugunsten von Städten, Dörfern und Naturräumen, aber auch zugunsten der Sektoren Verkehr und Tourismus die Strategie „Mehr Freizeitverkehr statt Tourismus“ zu verfolgen. Der Verkehrssektor braucht den Wachstumsmarkt und die Kundennähe der Touristik, um sich zu erneuern. Gemeinsam mit Kill (*Heinze/Kill 1998*) verdeutlicht er außerdem, daß die traditionellen deutschen Tourismusgebiete weder preislich noch klimatisch mit den Pauschalfernerreisen der großen Anbieter mithalten können. Da der Fremdenverkehr in diesen Regionen jedoch die wirtschaftliche Grundlage für die Mehrheit der dort ansässigen Bevölkerung darstellt, bilden Kurzurlaube und Tagesausflüge die naheliegende Alternative. Leitidee im Sinne einer ökologisch und ökonomisch tragbaren Entwicklung sollten kürzere Fahr-

weiten, neue Arbeitsplätze, ein beliebter und deshalb finanzierbarer ÖPNV, die Wiederbelebung des öffentlichen Raums, Freiraumsysteme und unmotorisierter Freizeitverkehr sein. Freizeitverkehr als Chance zu begreifen, ist ebenso wichtig wie lokales Engagement. Die Autoren schlagen vor, den ÖPNV mit den Elementen des MIV auszustatten: „*[Wir sollten] mehr Phantasie wagen, Leistungsanreize schaffen, unkonventionelle Ideen begrüßen, Vielfalt fördern, Experimente begünstigen, fachübergreifende Lehre und Forschung erhalten, möglichst wenig verbauen, etablierte Anbieter symbiotisch einbinden und Pionierleistungen in allen Bereichen und auf allen Ebenen gerade wegen ihrer Risikobereitschaft anerkennen.*“ (S. 17)

Der Erfahrungsbericht des Stadtplaners *Mondon (1998)* aus Erlangen, dessen Stadt seit über 20 Jahren konsequent auf die Förderung des Radverkehrs setzt, zeigt, daß vor allem die integrative Abstimmung aller Ämter, Organisationen, Verantwortlichen, Verein usw. wichtig ist, um ein geschlossenes Stadtangebot (nicht nur, aber auch im Freizeitverkehr) bereitstellen zu können.

Blinde/Schlich (1998) betreiben im Rahmen ihrer Diplomarbeit Ursachenforschung in bezug auf Freizeitverhalten (insbesondere von verkehrsintensivem Verhalten, daher fiel die Wahl auf die Gruppe der Selbstverwirklichter) und führten dazu 15 qualitative, problemzentrierte Interviews zum Thema „alltäglicher Freizeitverkehr“ (inklusive Tages- und Kurzausflüge) in Dortmund-Dorstfeld. Um Interpretationsfehler aus dem mündlichen Interview aufzudecken, ließen sie die Befragten außerdem sogenannte Mental Maps anfertigen. Untersucht wird u.a. der Einfluß des Faktors Raum, es werden Freizeittypen gebildet. Ergebnis: Die Ansprüche, die eine Person an ihre Freizeit stellt, werden am stärksten von den Bedürfnissen und der lebenszyklischen Entwicklung beeinflusst. Je alltäglicher die momentane Lebenssituation empfunden wird, desto größer ist der Wunsch nach Abwechslung in der Freizeit. Die Gestaltung der Wohnung und des Stadtteils haben einen geringeren Einfluß auf das Freizeitverhalten, sind aber dennoch unvermeidlicher Bestandteil eines Verkehrsvermeidungsansatzes. Geeignete Strukturen sind eine notwendige, aber keineswegs hinreichende Bedingung. Eine bestimmte Einrichtung wird meist aufgrund einer Kombination verschiedener Kriterien aufgesucht, Erreichbarkeit ist dabei nur ein Kriterium von vielen.

Hüsken (1998) macht darauf aufmerksam, daß sowohl die Vermeidung von Freizeitverkehr als auch die Verlagerung auf den Umweltverbund aus Gründen der Umweltverträglichkeit anzustreben seien. Der planerische Umgang mit Freizeitverkehr läßt sich nicht auf kommunale Grenzen beschränken, ein Zusammenwirken von Regional-, Naherholungs- und Nahverkehrsplanung hat sich seiner Meinung nach bisher (zumindest in Hannover) bewährt. Problematisch sind das geringe Freizeitimage des ÖPNV,

gepäckintensiver Freizeitverkehr, schwankende Verkehrsnachfrage und das eingeschränkte ÖPNV-Angebot außerhalb der Hauptverkehrszeiten. Daraus ergibt sich, daß neue Freizeitstandorte besser mit der vorhandenen und geplanten Verkehrsinfrastruktur abzustimmen sind, der qualitative Standard der Naherholungseinrichtungen gesichert und weiterentwickelt werden muß und die Angebote im ÖPNV zukünftig verstärkt auf Freizeitverkehr ausgerichtet sein sollten. Öffentlichkeitsarbeit und Telematik sind ebenfalls wichtige Bestandteile einer Entwicklung in Richtung einer zukunftsfähigen Mobilität.

Brannolte et al. (1998) suchen im Rahmen eines interdisziplinären Workshops neue Zugänge zu Erklärungsphänomenen des Freizeitverkehrs, um interdisziplinäre Konzepte zu entwickeln. In diesem Zusammenhang konstatieren *Dienel/Knie (1998)*, daß Untersuchungsansätze, die alle Bestimmungsgründe sämtlicher individueller Verkehrsarten und -formen integriert betrachten, bisher selten sind. Insbesondere räumliche Aspekte (z.B. die Identifizierung mit dem Nahraum) sind bisher vernachlässigt worden. Es sollte an die Traditionen der Raum-Zeit-Geographie, an Ansätze der Biographie-Forschung sowie der Sozialstrukturanalyse angeknüpft werden. *Echterhoff (1998)* gibt zu bedenken, daß nicht nach einzelnen Motiven, sondern nach thematisch orientierten, multikausalen Motivbündeln für Freizeitmobilität gesucht werden sollte. Auf Interdisziplinarität ist seiner Meinung nach vor allem bei der Beschreibung und Erklärung von Freizeitverkehrszwecken und von Mobilitätsprozessen in der Freizeit Wert zu legen. Laut *Kiege land (1998)* scheint der vom Verkehrsträger vermittelte Bewegungseindruck eine wichtige Einflußgröße bei der Wahl des Verkehrsmittels zu sein, dennoch ist dies kaum wissenschaftlich erforscht. Die Einbeziehung des subjektiven Bewegungserlebnisses in die Untersuchungen erscheint seiner Meinung nach zukünftig unabdingbar, denn nur „wenn die Bedürfnisse der Nutzer bekannt sind und berücksichtigt werden, können Versuche zur Beeinflussung der Verkehrsmittelwahl langfristig erfolgreich sein.“ (S. 59)

Das Verständnis der psychosozialen Motive ist gemäß *Hilgers (1998)* für die Beeinflussung der Freizeitmobilität unverzichtbar. „Freizeitmobilität befriedigt den Wunsch nach Ausfüllung von Zeit, stillt Erlebnishunger durch äußere Bewegung und kann potentiell die Zumutung inneren Bewegt-Seins ersparen.“ (S. 48) Bei der Erarbeitung neuer Angebote zur Freizeitmobilität muß berücksichtigt werden, daß die Menschen Leere, Sinnfragen und psychosoziale Probleme durch Mobilität kompensieren möchten: „Man muß bei den psychischen Gründen für die Wahl des Autos eine hohe Ichbezogenheit hinsichtlich der Aktivitäten und der Beziehung zu Landschaftsräumen und Bevölkerung unterstellen: Gesucht werden Erlebnisse, nicht Beziehungen.“ (S. 49) Seiner Meinung nach ist das Auto deshalb im Tagesausflugsverkehr wesentlich leichter ersetzbar. Weiterhin stellt er klar, daß die Umweltbewegung von der Verteu-

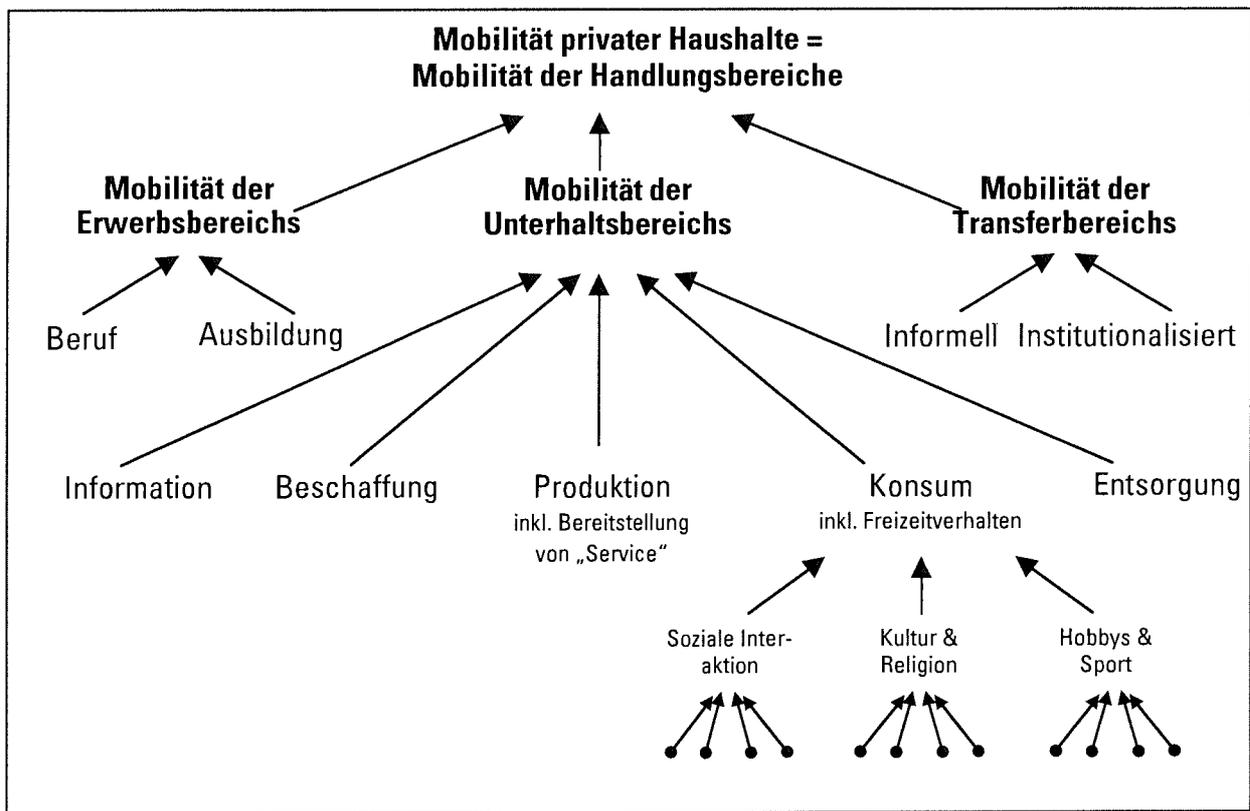
felung der Automobilindustrie wegkommen müsse „zu Gunsten der Fragestellung, welche Leistungen [...] künftig von den Nutzern öffentlicher Verkehrsmittel [...] erwartet werden.“ (S. 49f.)

Knoflacher (1998) geht davon aus, daß die Lösungsmöglichkeiten für die vielschichtige Problematik der zunehmenden Freizeitmobilität in der stärkeren Beachtung der Potentiale des Heimatortes, des Ziels, des Wegs und der Informationssysteme liegen. Außerdem fehlen innovative Lösungen für den ÖPNV und die Steuerung bzw. Kontrolle des motorisierten Verkehrs mit Hilfe eines ausgeklügelten Parkmanagements.

Kalfs/Meurs (1998) weisen darauf hin, daß die Heterogenität der Reisegründe in der Forschung besser beachtet werden müsse. Des weiteren wird von ihnen gefordert, daß bei der internationalen Verkehrsplanung der Freizeitverkehr verstärkt berücksichtigt und nicht wie bisher von den Anforderungen des Berufsverkehrs verdrängt wird. Bisher gibt es beispielsweise keine internationale Datensammlung über Freizeitmobilität.

Opaschowski (1998) befragt im Rahmen der „Tourismusanalyse 97/98“ 5.000 repräsentativ ausgewählte Deutsche (und 1.000 Österreicher) ab 14 Jahren und stellt die Entwicklung und Veränderung des Umweltverhaltens von Urlaubern und deren Einstellung zur Mobilität sowie Maßnahmen für eine nachhaltige Tourismuspolitik dar. Gefragt wird auch nach den Reiseverkehrsmitteln der Tagesausflügler und Kurzreisenden, und zwar inklusive Zeitvergleich der Jahre 1994 und 1997.

Zängler et al. (1998) führten im Jahr 1997, basierend auf Hypothesen zur Erklärung des Mobilitätsverhaltens in Bayern, eine Haushaltsbefragung in drei Wellen durch. Zum Zweck eines besseren Verständnisses der Gründe und Hintergründe des beobachtbaren Mobilitätsverhaltens wurde dabei ein mikroökonomischer Aktivitätenansatz verwendet. Es wurde deutlich, daß sich Verkehrswissenschaft und Haushaltswissenschaft im Freizeitbereich überschneiden und deshalb vermehrt zusammenarbeiten sollten.



Quelle: Zängler et al. 1998, S. 6 (Verkehrserzeugende Handlungen privater Haushalte)

Das *Institut für angewandte Tourismusforschung (1999)* testete 134 Orte in Bezug auf die Auswirkungen von MIV-Restriktionen auf die lokale Fremdenverkehrswirtschaft mit dem Ergebnis, daß MIV-Restriktionen nur eine geringe Bedeutung für die örtliche Fremdenverkehrsentwicklung haben: Sie schaden nicht, helfen aber auch nicht. Insgesamt wird Fremdenverkehrsorten jedoch eher dazu geraten, auf dem Feld der Verkehrsberuhigung aktiv zu werden.

Brunsing (1999) sucht im Rahmen seiner Dissertation nach Zielgruppen und Lösungsansätzen für eine nachhaltige Freizeitmobilität und führt auf Basis der KONTIV 82 und 89 eine umfassende Sekundäranalyse und Literaturlauswertung durch. Vorrangig geht es ihm darum, zu ergründen, ob der ÖPNV im Freizeitverkehr überhaupt eine Chance besitzt, in Konkurrenz zum Pkw zu treten. Er bejaht diese Frage mit der Begründung, daß die Verkehrsmittelwahl bei den verschiedenen Freizeitaktivitäten nicht grundsätzlich fixiert ist und ein Drittel der wahlfreien erwachsenen Gesamtbevölkerung dem öffentlichen Freizeitverkehr grundsätzlich positiv gegenübersteht. Seiner Meinung nach müßte allerdings mit Hilfe von geeigneten Marketingmaßnahmen verstärkt auf Kunden- und Erlebnisorientierung gesetzt werden.

Das Freizeitverhalten wird von *Grüber et al. (1999)* auf Basis einer Erhebung in Bayern unter sozio-ökonomischen und räumlichen Gesichtspunkten betrachtet. Er findet heraus, daß Münchener auf Grund des hohen Freizeitwertes der großräumigen Umgebung häufiger und weiter unterwegs sind als Bewohner anderer Gebiete. Die eingangs aufgeworfene Frage, ob sich auch das Haushaltseinkommen auf die Fahrleistung im Freizeitverkehr auswirkt, wird jedoch nicht eindeutig geklärt.

Opaschowski (1999), der im Jahr 1995 eine repräsentative Befragung von 2600 Personen ab 14 Jahren durchführte, zeigt nun Konflikte und Konzepte einer nachhaltigen Freizeitmobilität, stellt den Zusammenhang von Freizeit und Mobilität sowie Motive der Freizeitmobilität dar und gibt Praxisbeispiele für sanfte (Freizeit-) Mobilität. Sein Fazit: *„Wer Freizeitgewohnheiten beeinflussen oder verändern will, muß das Bedürfnis nach persönlicher Spontaneität, das Verlangen nach Freiheit und Unabhängigkeit, den Wunsch nach Abwechslung oder die Suche nach Anregung immer im Blick haben.“* (S. 12) Motivkonstellationen im Umfeld von Lebensstil, Lebensqualität, Erlebnisqualität und Alltagstauglichkeit sind seiner Meinung nach wichtige Faktoren; Umweltbewußtsein ist hingegen nur eine nebensächliche Überlegung bei der Entscheidung für eine Mobilitätsform: *„Nur mit, nicht gegen das emotionale Freizeiterleben kann umweltbewußtes Freizeitverhalten erreicht werden.“* (S. 12) Opaschowski stellt weiterhin fest, daß das Ziel umweltpolitischer Maßnahmen nur auf frei akzeptierte und freiwillige Verhaltensänderungen gerichtet sein kann und fordert deshalb: *„Die Verkehrspolitik muß in Zukunft mehr freizeit- und mobilitätspsychologische Kompetenz erwerben, um für Freizeitbestimmungen, Lebensgefühle und positive Identifikationsmöglichkeiten sensibel zu sein. [...] Vernunft muß mit Emotionen verkauft werden. Pointiert: Auch das öffentliche Verkehrs-Mobil Bahn muß Raum für Individualisierung lassen, ja idealiter dem Reisenden das Gefühl der Einzelkabine vermitteln“* (S. 172f.).

Freizeitzielgruppen und Lebensstilgruppen werden im Jahresgutachten der *Deutschen Gesellschaft für Freizeit (1999)* dargestellt; eine Verknüpfung der beiden Themen erfolgt jedoch nicht. Freizeitmobilität wird dabei als Mobilität mit Eigenwert erkannt (Lustfahrten, Erlebnismobilität), gilt auch weiterhin als wichtiger Bestandteil des Freizeitverhaltens, wird aber zukünftig mit anderen Freizeitaktivitäten konkurrieren. Freizeitreisende erwarten immer deutlicher den Zugewinn von Fitneß (im Sinne von Gesundheit, Leistungsfähigkeit, Wellness) von ihrer jeweiligen Freizeitaktivität. Es wird außerdem ausdrücklich auf die vielen indirekt mit der Freizeit verbundenen Wege hingewiesen, z.B. Kinder wegbringen, Besorgungen für die Freizeit machen. *„Ein meist unterschätzter Anlaß für Spaziergänge sind die 4,5 Mio. Hunde, die täglich ausgeführt werden müssen. Auch Ausflüge dienen nicht zuletzt (29% von 2,1 Mrd. = 600 Millionen Mal im Jahr) dazu, eine schöne Stelle zum Spazierengehen im Grünen zu finden.“* (S. 128) Zur Lösung der Pro-

bleme werden insbesondere die Schaffung neuer Informationssysteme und attraktiver Transportangebote (verknüpft mit sinnvollen Transportketten) vorgeschlagen.

Lebensstilgruppen

BRD gesamt, nach Altersgruppen in %

Charakteristika	Altersgruppen					
	Gesamt	14 - 29 Jahre	30 - 49 Jahre	Ab 50 Jahre	50 - 64 Jahre	Ab 65 Jahre
Die jungen Wilden	7	29	1	0	0	0
Jüngere Personen (Ø-Alter knapp über 20 Jahre), für die persönliche Entfaltung im Mittelpunkt steht und deren Verhalten als aktionistisch, hedonistisch und spannungsorientiert beschrieben werden kann.						
Die Erlebnisorientierten	10	29	9	0	1	0
Im Durchschnitt ca. 30 Jahre alt; unterscheiden sich von den jungen Wilden durch mehr Realismus und ein höheres Maß an Berufsorientierung. Eine hedonistische Grundhaltung (Spaß haben) bleibt jedoch typisch.						
Die Leistungsträger	9	14	14	3	5	0
Weltoffen, urban, karriereorientiert; in ihrer Weitsicht nüchtern und sachlich. Sie verfügen über ein hohes Bildungskapital und sind ökonomisch gut gestellt. Ihr breites Allgemeininteresse schließt Politik, Wissenschaft/Technik und Kultur ein (Ø-Alter: Mitte 30)						
Die Neuen Kulturorientierten	5	8	8	2	3	0
Unterscheiden sich von Leistungsorientierten durch ein höheres Maß an kultureller Aktivität (Neue Kulturszene), durch Kreativität und Intellektualität. Sie sind weltoffen, reflexiv und eher postmateriellen Werten verpflichtet (Ø-Alter: Anfang 40)						
Die Unauffälligen	14	13	26	5	8	2
Gekennzeichnet durch die Orientierung am Privaten, am häuslich-familiären Umfeld, durch einen eher schwachen ökonomischen Status, sowie durch ausgeprägtes Desinteresse an Vorgängen außerhalb des persönlichen Bereichs. Medien werden vorrangig zu Unterhaltungszwecken genutzt (Ø-Alter: Anfang 40)						
Die Aufgeschlossenen	13	5	22	11	15	6
Aktiv, gesellig, bodenständig, bürgerlich, eta-						

bliert und zufrieden. Charakteristisch ist ihr breites Interessensspektrum und ihre Aufgeschlossenheit gegenüber allem Neuen (großes Nutzungsspektrum auch im Medienbereich) (Ø-Alter: Ende 40)						
Die Häuslichen	17	1	12	30	30	31
Äußern ein starkes Bedürfnis nach Sicherheit und Kontinuität im Alltag. Festgefügte, traditionelle Wertvorstellungen und Rollenbilder (Familie, Pflichterfüllung, Bescheidenheit, Heimatverbundenheit) stehen im Mittelpunkt (Ø-Alter: 60)						
Die Klassisch Kulturorientierten	14	1	5	26	26	26
Repräsentieren am ehesten das klassische Bildungsbürgertum: geistig beweglich, weltoffen, selbstbewußt bis elitär, großes Interesse am kulturellen Geschehen (klassischer Kulturbegriff, eher traditionelles und konservatives Weltbild) (Ø-Alter: Anfang 60)						
Die Zurückgezogenen	10	0	4	21	12	34
Repräsentieren das älteste Milieu. Streben nach Sicherheit und Ruhe, Orientierung am Traditionellen, Häuslichen und Bewährten. Der Aktionsradius ist begrenzt (Haus und Garten, Lokales), die Zahl der sozialen Kontakte gering (Isolation). Zwei Drittel dieses Typus sind weiblich (Ø-Alter: Mitte bis Ende 60).						
Gesamt	100	100	100	100	100	100
Befragte Personen	2999	677	1004	1318	767	551

Quelle: DGF 1999, S. 38 (nach Daten der ARD/ZDF-Basisstudie 1998)

Reutter et al. (1999 und Böhler/Reutter 2000) führten im Rahmen des UBA-Modellvorhabens „Umweltschonender Einkaufs- und Freizeitverkehr“ Haushaltsbefragungen in Leipzig und Halle/Saale (Stadtteil am Johannesplatz) durch, um Ansätze zur Gestaltung einer nachhaltigen Einkaufs- und Freizeitmobilität zu identifizieren. Dazu wurden in Leipzig 150 Telefoninterviews und in Halle 156 Interviews (davon 106 telefonisch und 50 vor Ort) geführt. Während in Leipzig vornehmlich die Ziele für Einkauf und Freizeit betrachtet wurden, stand in Halle die Unterstützung und Förderung autounabhängiger Mobilität im Vordergrund. Dementsprechend wurden nach Beendigung der Untersuchung konzeptionelle Hinweise für Strategien zur Veränderung des Modal Splits im Freizeitverkehr gegeben und Konsequenzen für autofreies Wohnen und eine autounabhängige Einkaufs- und Freizeitmobilität aufgezeigt. Der Fragebogen ging aber unter anderem auch auf das Mobilitätsverhalten und die Freizeitgestaltung der Befragten ein.

Meier (2000a) wendete in seiner Freizeitverkehrs-Studie diverse Methoden an, u.a. Dokumentenanalyse, Befragungen und Expertengespräche. Er führte zwei repräsentative Fallstudien (Orbit und Herbstmesse Basel) mit 479 bzw. 705 Befragten und ca. 30 Experten in der Schweiz durch, wobei die räumliche Dimension beachtet und eine Segmentierung des Freizeitverkehrs in verschiedene Teilbereiche (Veranstaltungen, Ausflugsverkehr, Übernachtungstourismus) vorgenommen wurde. Die wichtigsten Forschungsfragen waren: Welche Faktoren, Verhaltensweisen und Entscheidungsmechanismen bestimmen den Freizeitverkehr? Welche Strategien und Maßnahmen sind geeignet, einen nachhaltigen Freizeitverkehr herbeizuführen? Ist eine politische Akzeptanz zu erwarten? Er kommt zu dem Schluß, daß es *den* Freizeitverkehr nicht gibt. Strukturelle und rationale Faktoren prägen die Freizeitmobilität: Höhere Einkommen, mehr Freizeit, neue Freizeitangebote, neue Verkehrsangebote und teilweise zu tiefe Mobilitätskosten treiben den Freizeitverkehr an. Insbesondere die Faktoren „Raumstrukturen“ (Anordnung der Wohnstandorte und der Freizeitmöglichkeiten) und „Autoverfügbarkeit“ haben einen präterminierenden Einfluß auf die Verkehrsmittelwahl im Freizeitverkehr, sie gelten daher als strategische Variablen. Außerdem wird von der großen Mehrheit der Verkehrsteilnehmer je nach Freizeitaktivität abgewogen, ob ein öffentliches oder privates Verkehrsmittel benutzt werden soll. Strategien für einen nachhaltigen Freizeitverkehr müssen daher auf die zentralen Bedürfnisse der Freizeitmenschen achten. Meier weist darauf hin, daß die Politikbereiche Raumplanung und Straßeninfrastruktur dem Freizeitverkehr deutlich besser Rechnung tragen müßten und – abgesehen von generellen Ansätzen für einen nachhaltigen Freizeitverkehr – neue Akzente zugunsten eines nachhaltigen Freizeitverkehrs gesetzt werden sollten. Dazu zählt er Serviceleistungen des öffentlichen Verkehrs, die Förderung von umweltverträglichen Verkehrsmitteln bei Veranstaltungen und letztlich das Zusammenspiel der verschiedenen Maßnahmen.

Weiterhin verfolgt *Meier (2000b)* das Ziel, einzelne Segmente des Freizeitverkehrs zu erforschen, um eine fundierte Diskussion des Themas Freizeitverkehr gewährleisten zu können. Das Ausmaß des Freizeitverkehrs soll klarer als bisher aufgezeigt werden, um Impulse für weitere Analysen und fundierte Interpretationen zu geben. Dazu sichtet er vorhandenes Datenmaterial, und kommt aufgrund seiner Analysen und Schätzungen zu dem Ergebnis, daß die Aktualität der Daten verbessert werden muß, und die verschiedenen Verkehrserhebungen besser koordiniert und in Bezug auf die Definition der Kategorien standardisiert werden sollten. Außerdem müssen die Gründe für den hohen Anteil der Auslandsreisen erforscht werden und das Marketing der Fremdenverkehrsregionen sollte vor allem auch auf die inländische Bevölkerung ausgerichtet werden – denn jeder Freizeitaufenthalt in der Nähe ist x-fach ökologischer als eine Fernreise.

Freizeitmobilität wird vom Freizeitmarkt getrieben, der zunehmend von ökonomischen Kräften beherrscht wird.

Die Studie „Nachhaltiger Freizeitverkehr“ von *Meier (2000c)* beruht auf den beiden zuvor genannten Werken sowie weiteren Arbeiten aus dem Nationalen Forschungsprojekt (NFP) 41. Eine Dokumentenanalyse zeigt, daß internationale Trends (Werthaltungen, Lebensstile und Investitionstätigkeit) im Freizeitverkehr eine große Rolle spielen und daß wohlhabende Personen in guter Wohnlage vielfach doch freizeitmobiler sind als weniger begüterte Gruppen. Er folgert, daß Freizeitverkehr die wirtschaftliche Wertschöpfung mit berücksichtigen muß und daß ein Monitoring für Freizeit und Freizeitverkehr geschaffen werden sollte. Im Rahmen der strategischen Planung, Raumordnung und Infrastruktur- sowie Verkehrspolitik müßte verstärkt auf die spezifischen Bedürfnisse des Freizeitverkehrs eingegangen werden.

2.2 Zusammenfassung

Die Freizeitmobilitätsforschung fordert eine ganzheitliche Betrachtungsweise aller Verkehrsträger und umfassende, auf einzelne Orte oder Regionen abgestimmte Lösungen mit zielgruppenspezifischen Maßnahmen und maßgeschneiderten ÖPNV-Angeboten. Gesucht werden geschlossene, integrierende Konzepte, die zielgruppenorientiert vorgehen und „emotionale“ Angebotslücken schließen. Ein umweltgerechtes touristisches Verkehrskonzept wird als „Werbeargument erster Güte“ bezeichnet – allerdings nur, solange die Lösungen für den Gast auch wirklich attraktiv sind. Dabei darf jedoch nicht vergessen werden, daß Erreichbarkeit nur ein Kriterium von vielen ist. Dem Gast müssen attraktive Transportangebote gemacht werden; neben der Beförderungsqualität des ÖPNV müßte deshalb auch der Freizeitwert der Alternativen zum Auto gesteigert werden. Um einen geeigneten *Maßnahmenmix* für jede einzelne Region zu erreichen, wird der frühe Einbezug aller betroffenen Kreise, die offene Information der Bevölkerung und ein schrittweises Vorgehen empfohlen. Erlebnisbeteonte Werbung/Öffentlichkeitsarbeit, lokales Engagement und die Ausstattung des ÖPNV mit den Elementen des MIV könnten dazu beitragen, den ÖPNV zukünftig verstärkt auf den Freizeitverkehr auszurichten. Um erfolgreich zu sein, sollte dabei mit Hilfe geeigneter Marketingmaßnahmen auf Kunden- und Erlebnisorientierung gesetzt werden. Wichtig ist, daß das subjektive Bewegungserlebnis mit einbezogen wird. Weitere Themen, die für wichtig erachtet werden, sind: Interdisziplinäre Forschung, Ausbau der Telematik und die Schaffung neuer Informationssysteme. Weiterhin wird auf das Fehlen einer internationalen Datensammlung zur Freizeitmobilität hingewiesen.

3. Zielgruppenorientierte Mobilitätsforschung

Die zielgruppenorientierte Mobilitätsforschung der letzten 30 Jahre läßt sich in drei Bereiche unterteilen: Sozialstatistische bzw. soziodemographische Ansätze, lebenssituative Ansätze und lebensstilorientierte Ansätze. Während die sozialstatistische Verkehrsursachenforschung schon seit Anfang der siebziger Jahre betrieben wird, wurde der Einfluß von Lebenssituation und Lebensstil erst gegen Mitte der achtziger Jahre „entdeckt“.

3.1 Sozialstatistische bzw. soziodemographische Ansätze

Kutter (1972) ist der erste, der das regelmäßige territoriale Verhalten der Bevölkerung in seine Überlegungen mit einbezieht und Verkehrsursachenforschung mit Hilfe des „Individual-Faktoren-Modells“ betreibt (Beschreibungsmodell). Auf Basis von empirischen Daten ermittelt er Tätigkeits- oder Ortsveränderungsmuster und ordnet diese dann nach individuellen Verhaltensmustern. Es entsteht eine dreigeteilte Typologie der Personen mit homogenen gebietstypischen Nutzungsmustern (Arbeit, Haushalt, Schule). Seiner Auffassung nach sind Ortsveränderungen den primären Tätigkeiten nachgeordnet und werden dadurch erzwungen, daß eine Person an einem Tag mehrere Tätigkeiten an verschiedenen Orten ausübt. Er geht weiterhin davon aus, daß für Umfang und Ausprägung von Mobilität fast ausschließlich demographische Kenngrößen verantwortlich sind.

Auf der Basis der in der Volkszählung 1970 in Berlin West, Nürnberg und Braunschweig erhaltenen Daten entwickelt *Kutter (1981)* fast zehn Jahre später zunächst ein Modell der „Verkehrsverteilung“, das Teil eines verhaltensorientierten Gesamtmodells sein soll. Mit Hilfe des Konzepts der sozialen Ungleichheit bildet er relativ verhaltenshomogene Gruppen, die ähnlichen Entscheidungssituationen bei der Wahl des Verkehrsmittels ausgesetzt sind. Laut Kutter sollten sowohl die sozialen Bedingungen und (zukünftig) auch die sozialpsychologische Dimension der Verkehrsursachenforschung direkt mitberücksichtigt werden, um das Verhalten verschiedener Bevölkerungsgruppen erklären und verstehen zu können. Denn nur *„mit Kenntnis der „Ursache-Wirkung“-Beziehungen können die Auswirkungen zuverlässig abgeschätzt werden und eine solide Basis für planerische und politische Handlungen aufgebaut werden.“ (S. 32)*

Schmidt (1990) verwendet Daten aus einer Untersuchung zu „Sozialstruktur und Lebensweise in Städten und Dörfern“, die in den Jahren 1986/87 in Dresden, Karl-Marx-Stadt und Neubrandenburg durchgeführt wurde, und untersuchte die territoriale Mobilität sozialer Gruppen in der DDR. Dabei findet sie heraus, daß sich die empirisch feststellbaren Unterschiede zwischen den sozialen Gruppen sowohl aus sozialstrukturellen Faktoren (Arbeitsinhalt und -zeit, Einkommen) als auch aus siedlungstypabhängigen

Faktoren (Vielfalt und Erreichbarkeit der Infrastruktureinrichtungen, Verkehrsverbindungen) ableiten lassen. So sind beispielsweise die Unterschiede bezüglich der Häufigkeit von Tagesreisen zu Erholungszwecken zwischen Hochschulabsolventen, die in verschiedenen Siedlungstypen leben, größer als zwischen Hochschulabsolventen und Facharbeitern, die in ähnlichen Siedlungstypen leben. Sie plädiert deshalb für eine „*stärker übergreifende und vergleichende Betrachtung der verschiedenen Formen territorialer Mobilität.*“ (S. 549)

Hautzinger (1995) zählt die persönlichen Lebensumstände (Erwerbstätigkeit, Alter, Haushaltsgröße, Einkommen) zu den wichtigsten Bestimmungsgrößen des Mobilitätsniveaus und der Mobilitätsformen. Weiterhin gibt er zu bedenken, daß neben Lebensphase und Haushaltsstruktur auch siedlungsstrukturelle Gegebenheiten und das Budget an frei verfügbarer Zeit einen nachhaltigen Einfluß auf die Mobilität haben. Für die Ziel- und Verkehrsmittelwahl sind jedoch seiner Meinung nach neben der Pkw-Verfügbarkeit und der Qualität der Infrastruktur auch die gesellschaftlichen und psychologischen Bestimmungsgründe nicht zu vernachlässigen. Aus der Tatsache, daß die als besonders umweltbewußt handelnd geltenden Anhänger der Grünen häufiger verreisen und dabei vermehrt entfernte Ziele (insbesondere „exotische“ Gebiete und „unberührte“ Natur) wählen als der Durchschnitt der Bevölkerung schließt er, daß „*umweltgerechtes Mobilitätsverhalten sich nicht von selbst sondern nur durch gezielte Strategien zur Beeinflussung von Einstellungen und Werthaltungen entwickeln wird*“ (S. 49).

Linden et al. (1999) erkennen die Relevanz eines nachhaltiges Transportsystems für den Aufbau einer zukunftsfähigen Gesellschaft und untersuchen deshalb die Mobilitätsmuster verschiedener soziodemographischer Gruppen in Schweden. Sie finden dabei heraus, daß ältere Menschen, Personen mit einem niedrigen Einkommen und ganz allgemein Frauen seltener und kürzer unterwegs sind als andere und folgern, daß Genderunterschiede selbst in einem relativ homogenen und gleichberechtigten Land wie Schweden im Bereich der Nachhaltigkeitsforschung nicht vernachlässigt werden dürfen.

3.2 Lebenssituative Ansätze

Stete (1995 u. 1996) klärt, welche Auswirkungen räumliche und städtische Strukturen auf die Mobilität von Frauen haben. Bei der Auswertung einer einwöchigen empirischen Untersuchung, die in zwei sehr unterschiedlichen strukturierten Stadtteilen durchgeführt wurde, erkennt sie außerdem verschiedene Mobilitätsmuster. Sie kommt zu dem Ergebnis, daß Mobilitätsforschung nicht unter der Prämisse der Geschlechtsneutralität erfolgen kann. Des weiteren weist sie auf die Relevanz der Lebenssituation

für die Mobilität von Frauen hin und verdeutlicht, daß ein Großteil der Frauenwege auf Aktivitäten entfallen, die aus der klassischen Familien- und Hausarbeit resultieren. Dazu gehören – speziell bei Müttern – auch Betreuungswege. Diese Zwangsmobilität könnte ihrer Meinung nach zumindest teilweise abgebaut werden, indem die verkehrlichen Rahmenbedingungen der nahräumlichen Strukturen attraktiv gestaltet und Kinder in der Entwicklung einer eigenständigen Mobilität gefördert werden.

Auch *Beik/Spitzner (1996)* wollen insbesondere die unterschiedliche Mobilität von Männern und Frauen sichtbar machen und weisen darauf hin, daß der Lebenszusammenhang von Frauen in verkehrswissenschaftlichen Untersuchungen regelmäßig ausgeblendet wird. Sie fragen, ob *„angesichts der Reproduktionsarbeits-Krise typische Bewältigungsversuche vorfindbar sind, welche nicht nur entsprechende „Lebensstile“ bzw. typische Muster von Lebensführung zur Folge haben [...], sondern auch mit typischen Effekten auf den Verkehrsaufwand und die Verkehrsintensität verbunden sind.“* (S. 16)

Auch *Brög (1998)* verwendet den Situationsansatz, d.h. er bezieht individuelle Verhaltenssituationen als determinierende Faktoren mit in die Mobilitätsanalyse ein. Dieser Ansatz basiert aber auch *„auf der Einsicht, daß individuelle (Verhaltens-) Entscheidungen einer eigenen, subjektiven Logik folgen, die vielfach nicht in Einklang steht mit einer durch Forscher, Planer oder Politiker festgelegten - quasi externen - Rationalität.“* (S. 63) Die Individuen verhalten sich also nur subjektiv rational. Er unterscheidet zwischen fünf Gruppen, die jeweils ein Veränderungspotential bilden, das sich durch unterschiedliche Maßnahmen ansprechen läßt. Er entwirft einen innovativen Marketingansatz für den ÖPNV, bildet Gruppen (Interessierte, regelmäßige Nutzer, Nicht-Interessierte) und ermittelt die Wünsche und Probleme dieser Gruppen.

Der Situationsansatz

Bereich	Dimension(en)	Potentialgruppe
Lebenssituation	Sachzwänge	Sachzwänge
Rahmenbedingungen	„Objektive“ Wahlmöglichkeit Betrieb	Keine Erschließung/ Verbindung
Wahrnehmung	Informiertheit Subjektive Disponiertheit	Fehlende Information/ Akzeptanz

Bewertung	Fahrzeit Komfort Kosten	Negative subjektive Bewertung
Verhaltensdisposition	Mit „objektiver“ und subjektiver Wahlmöglichkeit	Wahlfreie

Quelle: Brög in Socialdata 1997, S. 4

3.3 Milieu- bzw. Lebensstilorientierte Mobilitätsforschung

Hautzinger/Tassaix (1989) suchen auf Basis verschiedener repräsentativer Haushaltsbefragungen zum Verkehrsverhalten nach Deskriptoren und Bestimmungsfaktoren des Verkehrsverhaltens (KONTIV 76 und 82, KONTIFERN 1979/80, KONSTITUT-Ausländererhebung 1981, KINDER-KONTIV 1984/85 und Etappen-Erhebung 1985). Dabei finden sie heraus, daß die räumlichen Aspekte der Verkehrsteilnahme bisher nur durch die Ortslage (innerorts/außerorts) und durch die Wegelänge beschrieben wurden. Lebensstil und Werthaltungen bilden jedoch auch einen Teil der individuellen Gegebenheiten, zu denen auch finanzielle Ressourcen, die Lebensphase und die Verfügbarkeit individueller Verkehrsmittel gezählt werden. Diese Faktoren beeinflussen das Aktivitätenmuster und wirken sich dadurch auch auf das Verkehrsverhalten aus – sie sollten deshalb zukünftig verstärkt berücksichtigt werden.

SINUS (1991) zeigt fünf Ziel- und Kontrastgruppen für Marketingmaßnahmen der Verkehrsbetriebe, jeweils mit spezifischen Angaben über die selbstberichtete ÖPNV-Nutzung und die Akzeptanz von Maßnahmen zur Reduzierung der Verkehrsbelastung in den Städten. Eine relativ aufwendige Studie, die deutlich macht, *„welche umfangreichen psychologischen und sozialstrukturellen Merkmale zur Beschreibung individuellen Mobilitätsverhaltens betrachtet werden können.“* (Hunecke 1997, S. 58) Nachteilig ist, daß die Typologisierung anhand von spezifischen Einstellungsvariablen erfolgt, so daß keine Rückschlüsse auf andere Aspekte der Personenmobilität (z.B. Fuß- und Radverkehr) möglich sind. Außerdem kann nicht sichergestellt werden, ob die Befragten sich auch tatsächlich so verhalten wie sie es berichten.

Ziel- und Kontrastgruppen	SINUS-Milieus	Anteil an der Gesamtstichprobe
Der Auto-Ablehner	TECH/HED/ALT-Milieu	11,7%
Der rationale und tolerante Verkehrsmittelnutzer	TECH/HED/ALT-Milieu	11%
Der rationale und tolerante Verkehrsmittelnutzer	KLB/TRA-Milieu	9,4%
Der Auto-Fan	TLO/AUF-Milieu	9,3%
Der distanziert Gleichgültige	KON/KLB/AUF-Milieu	12,9%

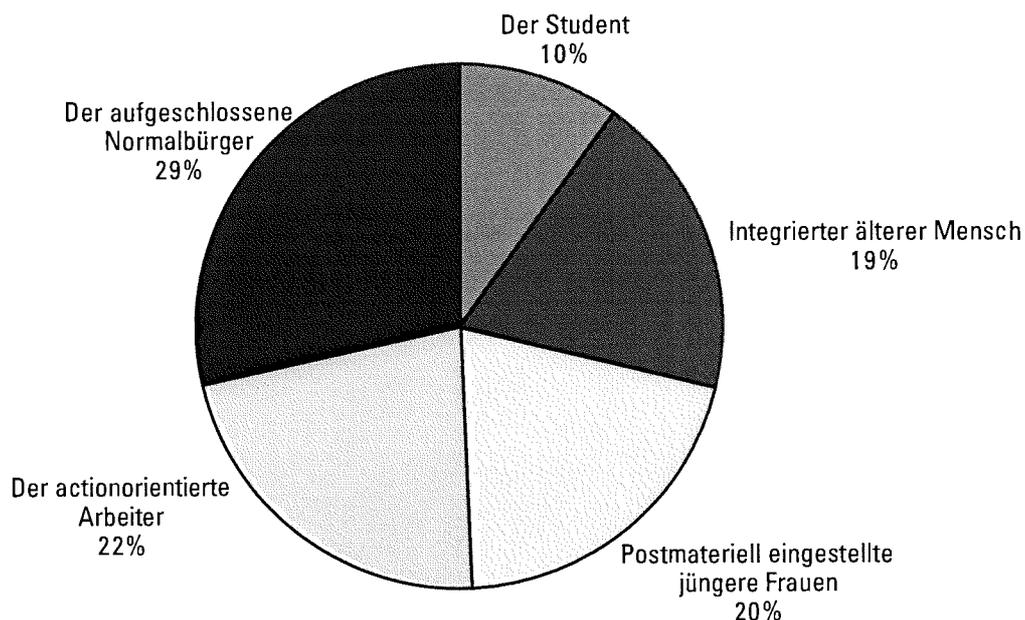
HED = hedonistisch	TECH = technokratisch-liberal	TRA = traditionelles Arb.
ALT = alternativ	KLB = kleinbürgerlich	TLO = traditionsloses Arb.
KON = konservativ	AUF = aufstiegsorientiert	

Quelle: SINUS 1991 (eigene Darstellung)

In der *SPIEGEL-Dokumentation (1993)* werden Einstellungen und Einschätzungen (inklusive Lebensweltforschung) mit den SINUS-Milieus in Beziehung gesetzt, um den vorhandenen bzw. sich abzeichnenden Mobilitätsbedürfnissen auf die Spur zu kommen. Die nach Ost- und Westdeutschland getrennt erarbeiteten Ergebnisse bzw. Einstellungstypen richten sich an die Automobilindustrie, die sich über die Absatzchancen und -möglichkeiten ihrer Produkte informieren will.

Im Rahmen der Diplomarbeit von *Labonte (1996)* wurden im Februar/März 1993 in Gießen 3461 Personen schriftlich befragt; verwendet wurden nur wenige Lebensstilvariablen, die Clusteranalyse ergab sechs Typen. Ergebnis: Die Summe der erhobenen Lebensstilmerkmale ist für eine verhaltensrelevante Typologisierung im Mobilitätsbereich nützlich. Zielgruppenmodelle im Mobilitätssektor sollten daher nicht nur Alter und Familienstand, sondern vermehrt lebensstiltypische Informationen berücksichtigen.

Mobilitätsstile im Landkreis Gießen



Quelle: Labonte 1996, S. 61

Die *Forschungsgesellschaft für umweltschonende Energieumwandlung und -nutzung* (1996) erstellt eine Typologie von Haushaltskunden, die aus einer Konsumentenanalyse (Cluster) resultiert, die zur Verbesserung der Vermarktung von Energiedienstleistungen durchgeführt wurde. Hierbei handelt es sich um eine Aktualisierung der Kieler WELSKO-Typen von Prose/Wortmann (WELSKO steht für Wertestrukturen, Lebensstile, Konsumgewohnheiten) aus dem Jahr 1991, bei der neben einer Vielzahl von Aspekten auch die durchschnittliche Jahreskilometerleistung miteinander verglichen wurde: „Unternehmenslustige, Verantwortungsbewußte“, „Vielseitig-Engagierte“, „Häuslich-Sparsame“, „Familiengebundene Materialisten“ und „Konservativ-Umweltbewußte“.

Charakterisierung der sieben Haushaltstypen

Haushaltstyp	Charakteristika	Anteil
Die Sparsam-Bescheidenen	Harmonisches Familienleben/soziale Sicherheit wichtig, umweltfreundliche Einstellungen; kaum Freizeitaktivitäten; Sparsamkeit u. Konsumverzicht dominieren; kaum Recycling; umweltfreundliche Produkte dürfen nicht teuer sein	10,2%
Die aufgeschlossenen Werteppluralisten	Hohe Bedeutung von materiellen Werten u. von Erfolg; Freiheit, Unabhängigkeit, Spaß haben u. ein aufregendes Leben sind wichtig; wettbewerbs- u. karriereorientiertes Leben; viele kulturelle u. sportliche Aktivitäten; gehobener Konsum m. hohen Ausgaben f. Reisen u. Unterhaltungselektronik; kaufen Obst u. Gemüse im Bioladen u. geben mehr f. umweltfreundliche Geräte aus; ordentliche Mülltrenner und Pfandflaschenkäufer	23,4%
Die Lustbetonten	Freiheit, Unabhängigkeit, Wohlstand und geringe Verantwortung für künftige Generationen sind hier zentral; Geselligkeit und Genuß prägen den Alltag; Neigung zu Spontankäufen, hohe Ausgaben für Reisen; umweltgerechtes Verhalten ist nur gering ausgeprägt	14,2%
Die Konservativ-Umweltbewußten	Soziale Verantwortung und harmonisches Familienleben wichtig; sozial engagiert; Verantwortung für künftige Generationen; wirtschaftliches Wachstum von hoher Bedeutung; gesund leben, aber kein Sport; zweckmäßig, informiert und preisbewußt kaufen; umweltfreundliche Produkte dürfen teurer sein; Vermeidung von Verpackungen, Müllsortierer	19,0%
Die Alternativ-Umweltbewußten	Selbstverwirklichung und soziale Verantwortung; Verantwortung für künftige Generationen; hohe Bedeutung von Umweltschutz; befriedigende Arbeit ist wichtiger als hoher Verdienst; künstlerisch tätig und kulturell interessiert; regelmäßiger Sport; viele Freunde; geringe Konsumorientierung; gezielter Kauf umweltfreundlicher Nahrung; umweltfreundliches Verhalten ohne höchste Stringenz	14,7%

Die uninteressierten Materialisten	Wohlstand und Komfort sind wichtig; niedrigste Werte beim Umweltschutz und bei der Verantwortung für künftige Generationen, das Leben verläuft in geordneten Bahnen; Basteln in der Freizeit; weniger umweltfreundlicher Konsum; Neigung zum Billigkauf	11,4%
Die Umwelt-Aktivierbaren	Freiheit und Unabhängigkeit haben höchsten Wert; Wohlstand ist nicht so wichtig, kein überdurchschnittliches soziales Engagement; befriedigende Arbeit wird hohem Einkommen vorgezogen; man lebt gesund, macht Spontankäufe und gibt, wenn es reicht, viel Geld für Reisen aus; alltägliche Konsumprodukte werden umweltfreundlich gekauft	7,1%

Quelle: Prose/Wortmann nach Kuckartz 1998, S. 69

Im Auftrag der Bundesanstalt für Straßenwesen klärt *Schulze (1996)* den Zusammenhang zwischen Lebensstilen, Freizeitstilen und Verkehrsverhalten, um das Ursachengefüge der Unfallentwicklung erkennen zu können.

Beutlers (1996) explorative Studie mit zwölf (!) Befragten in der Berliner Innenstadt ergab sechs (!) Mobilitätsstile: Auto-Fans, hedonistische Autofahrerinnen, differenzierte Autofahrer/innen, Multimobile, verhinderte Autofahrer/innen und Autofreie. Auch wenn die Stichprobengröße ungenügend ist, ergeben sich einige interessante Erkenntnisse. So wird zum Beispiel bei allen Befragten die durchgängig kritische Einstellung gegenüber dem ÖPNV sichtbar, auch bei den freiwillig Autofreien.

Geiger (1996) geht von der verhaltensprägenden Wirkung von Moden, Ideologien und Werten aus, die sich auch auf die Mobilität bezieht. Weitere Einflußfaktoren sind u.a. Lebensstile, Sinnvorgaben und Veränderungen im Rollenverhalten der Geschlechter, aber auch der verschiedenen Berufs- und Statusgruppen.

Hautzinger et al. (1997) kommen im Rahmen des Workshops „Mobilität und Verkehr besser verstehen“ unter anderem zu dem Schluß, daß die Steuerungspotentiale weicher Politikinstrumente „durch eine sehr genau zielgruppenspezifisierende Feinjustierung um ein Vielfaches erhöht werden können.“ (S. 36) Sie fordern, daß eine zielgruppenspezifische Aufarbeitung von Forschungsergebnissen grundsätzlich integraler Bestandteil jedes Forschungsdesigns sein sollte, um die nötige Realitätsnähe zu gewährleisten.

Adelt et al. (1997) bilden Autofahrertypen als Zielgruppen für Verkehrssicherheitsmaßnahmen. Hierzu dient eine repräsentative Bestandsaufnahme der Fahr motive, Fahrmentalitäten und Fahrstile deutscher Autofahrer, inklusive ihrer Aggressionen und Ängste, ihrer Selbsteinschätzung und ihrer Einstellung zum Umweltschutz. Durchgeführt wurden 60 Intensivinterviews, vier Gruppendiskussionen mit je 9 Teilnehmern sowie eine Lite-

raturrecherche. Die Clusteranalyse ergibt folgende Typen: Der Funktionalist, der Ängstliche, der Gelassene, der Raser, der Vorsichtige und der Frustrierte. Diese Einteilung ist als Planungsgrundlage für effiziente Strategien zur Erhöhung der Verkehrssicherheit gedacht, aber sicherlich auch für andere Zwecke einsetzbar, da z.B. auch Funktionen des Autofahrens und die Ansprechbarkeit der einzelnen Typen erwähnt werden.

Holzapfel (1997) geht davon aus, daß Stadtverkehr weniger eine Frage der Organisation, sondern vielmehr von den einzelnen Lebensstilen abhängig ist. Er zeigt Übergangsmöglichkeiten von einem entfernungsintensiven zu einem erfahrungsintensiven Lebensstil.

Hunecke (1997) erforscht psychologische und soziale Einflußfaktoren auf das Verkehrsmittelwahlverhalten (inklusive Lebensstil & Mobilität und Mobilitätsstile) und überprüft die Umsetzungschancen und Gestaltungsoptionen für 5 Leitbilder (Homo ökonomobilis, Multimobilität, IuK-Technologien, ökologische Verantwortung und neue Gemächlichkeit). Die Arbeit versteht sich als Anregung für künftige Forschungsprojekte, die eine empirische Analyse der Personenmobilität zum Ziel haben. Er erwartet, daß komplexe Methoden der Zielgruppenbestimmung (z.B. Mobilitätsstile des ISOE) in Zukunft im Zuge einer weitergehenden Individualisierung an Relevanz gewinnen. Weiterhin weist er darauf hin, daß die Multimobilität im Freizeitbereich insbesondere dem Wunsch nach Abwechslung entgegen kommt, aber trotzdem (noch) keine konkurrenzfähige Alternative zum Automobilität liefert. Seiner Meinung nach werden wohl auch telematische Anwendungen nicht für Entlastung im Bereich der Freizeitmobilität sorgen, sondern womöglich eher zu einer Steigerung derselben führen. Eine der vorrangigen Aufgaben der verhaltensorientierten Mobilitätsforschung sollte deshalb sein, „*Visualisierungen und personifizierte Vorbilder für eine ökologisch verantwortliche Mobilität zu schaffen.*“ (S. 70) Des weiteren geht er davon aus, daß in der Steigerung der eigenen Lebensqualität die größte Motivationsquelle gesehen werden kann, umweltverträgliches Mobilitätsverhalten dauerhaft zu praktizieren. Konkrete Erfahrungen mit neuen ökologisch nachhaltigen Mobilitätsformen sind hierbei eine unverzichtbare Voraussetzung.

Schmitt (1997) sucht die direkte Konfrontation mit den Autofreunden und -freundinnen und möchte dazu die lebensstilorientierte Zielgruppenorientierung der Auto-Fernsehwerbung nutzen. Er macht Vorschläge, auf welchen Klischees eine Anti-Autowerbung aufgebaut werden könnte und wie sie gestaltet sein könnte.

Kuckartz (1998) unterscheidet fünf Motivtypen: Wohlbefinden, Kosten-Nutzen-Erwägungen, persönlicher Lebensstil, Gewohnheiten, Umweltschutzmotive. Unter anderem erscheint es ihm sinnvoll, die Sektoren der

Alltagsökologie (z.B. Verkehrsmittelnutzung) „[...] mit den Lebensstilen der Akteure in Verbindung zu setzen, um präzisere Aussagen zum Zusammenhang zwischen Umweltverhalten und den kulturellen Gruppierungen zu bekommen, als dies derzeit der Fall ist.“ (S. 70) Wichtig ist vor allem die Erkenntnis, daß es, wie am Beispiel der Verkehrsmittelnutzung dargestellt wird, sehr wohl umweltgerechtes Verhalten ohne umweltbewußte Lebenseinstellung gibt.

Holzappel (1999) stellt fest, daß die Defizite aktueller Verkehrsplanung in drei Bereichen liegen. Diese sind: 1.) Die Nicht-Beachtung des Raums und seiner Belastbarkeit durch die Planer und Nutzer, 2.) das Fehlen von Informationen über den Zusammenhang zwischen Lebensstil und seinen ökologischen Folgen (z.B. entfernungsintensiver Lebensstil) und 3.) die mangelnde Transparenz der Entstehung von Transportvorgängen und des damit verbundenen gesellschaftlichen Mittelaufwandes.

Das *ECOLOG-Institut (1999)* konstruiert einen Wegweiser für erfolgversprechende Wege zu klar definierten Zielgruppen auf Grundlage der SINUS-Milieus, u.a. für den Bereich der umweltverträglichen Mobilität. Zugangsmöglichkeiten, Ansprechweisen, Methoden und relevante Medien werden ebenso dargestellt wie Orte der Umweltkommunikation und potentielle Kooperationspartner.

Hebenstret (1999) wertet Langzeituntersuchungen aus, in denen über 10.000 Autofahrer beobachtet und interviewt wurden, um verschiedene Fahrstiltypen herauszufiltern. Er bildet sechs Typen (ruhig-ausgeglichen, aktiv-dynamisch, sportlich-ambitioniert, affektiv-unausgewogen, unsicher-ungeschickt, aggressiv-rücksichtslos), wobei ca. 70% der Bevölkerung den ersten beiden Gruppen angehören und das Auto vorwiegend als Transportmittel betrachten.

Ziel des im Rahmen des BMBF Leitprojekts „Mobilität in Ballungsräumen“ geförderten Projekts *WAYflow (RMV 1999)* ist es, die Elemente eines zukunftsorientierten regionalen Mobilitätsmanagements im Sinne einer ganzheitlichen Problemlösung zu erarbeiten. Der Lösungsansatz und die angestrebte Vorgehensweise werden am Beispiel des Rhein-Main-Gebiets in einem marketingorientierten Kontext verfolgt. Lebensstilorientierte Zielgruppen sollen insbesondere bei der Entwicklung des *MobiChips* (persönliche Datenbank zur einfachen und komfortablen Nutzung der *WAYflow*-Dienstleistungen) Hilfe leisten.

Im Rahmen des BMBF-Projekts *Mobidrive* analysieren *Axhausen et al. (2000)* mit Hilfe von 316 sechs Wochen lang geführten Wegetagebüchern aus 136 Haushalten in den Städten Karlsruhe und Halle die Ausprägung und Entstehung von Verkehrsverhaltensmustern. Ziel ist die Erklärung der Prozes-

se, die zur Bildung von Routinen und Veränderungen im Verkehrsverhalten führen.

Das *ILS (2000)* sucht im Zuge des laufenden BMBF-Projekts U.MOVE nach Mobilitätsformen Jugendlicher und deren Übersetzung in Mobilitätsstile. Es handelt sich dabei also um Mobilitätsstilforschung zur Entwicklung zielgruppenspezifischer intermodaler Mobilitätsdienstleistungen für Jugendliche, die richtungsweisende Erkenntnisse über eine „neue“ Zielgruppe der Verkehrsanbieter bringen soll. Im Mittelpunkt stehen dabei 15 bis 26-Jährige. Aufbauend auf mehreren Gruppendiskussionen, die 1998/99 in vier Regionen mit Jugendlichen durchgeführt wurden, fand eine repräsentative, standardisierte Befragung (ca. 4000 Interviews) statt. Ziel ist die Entwicklung von Mobilitätsdienstleistungen bei Einbeziehung unterschiedlicher Lebensstile von Jugendlichen. Im Rahmen dieses Projekts untersucht *Tully* die Mobilität Jugendlicher am Lande und in der Stadt unter besonderer Berücksichtigung der Angleichung von Lebensstilen und differenzierten Mobilitätsbedürfnissen. (ILS 2000, S. 9ff.)

3.4 Zusammenfassung

Die wichtigste Erkenntnis der zielgruppenorientierten Mobilitätsforschung lautet: Lebensstile beeinflussen das Verkehrsverhalten. Deshalb sollten Zielgruppenmodelle im Mobilitätssektor nicht nur soziodemographische und lebenssituative Daten wie z.B. das Alter und den Familienstand, sondern vor allem (oder zumindest vermehrt) lebensstiltypische Informationen beinhalten. Durch eine zielgruppenspezifische Feinjustierung könnten die Steuerungspotentiale „weicher“ Politikinstrumente um ein Vielfaches erhöht werden, da auf diese Weise die nötige Realitätsnähe gewährleistet werden kann. Im Zuge einer weitergehenden Individualisierung sieht es so aus, als würden zukünftig vor allem relativ komplexe Methoden der Zielgruppenbestimmung an Relevanz gewinnen. Weiterhin wird darauf hingewiesen, daß lebensstilorientierte Zielgruppen auch bei der Entwicklung von Datenbanken zur einfachen und komfortablen Nutzung von Mobilitätsdienstleistungen von besonderem Nutzen sein werden. Interessant ist auch, daß wichtige Informationen über den Zusammenhang zwischen Lebensstilen und ökologischen Folgen fehlen, obwohl in der Steigerung der eigenen Lebensqualität die größte Motivationsquelle für ein umweltverträgliches Mobilitätsverhalten gesehen wird.

4. Zielgruppenorientierte Freizeitforschung

4.1 Soziodemographische und lebenssituative Ansätze

Martin (1986) verfolgt die Entwicklung der touristischen Nachfrage im ländlichen Raum. Zielgruppen, die besonders gerne in ländliche Gebiete reisen, sind Familien mit kleinen Kindern, Personen mit vergleichsweise

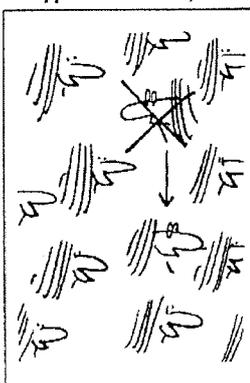
geringem Einkommen und ältere Menschen. Da sich zwei dieser Zielgruppen in der Zukunft zahlenmäßig negativ entwickeln werden, ist es ihrer Meinung nach wichtig, andere Menschen (z.B. Erholungsbedürftige, Naturliebhaber) für die ländlichen Räume zu interessieren. Dazu werden möglichst genau auf die potentiellen Zielgruppen (Ausflügler/Naherholer, Freizeitbürger, Kurzurlauber) zugeschnittene Angebote benötigt.

Weil es *den Mittelgebirgstouristen* oder *den Kurgast* nicht gibt – und ebensowenig *die Familie* als homogene Urlaubsgruppe, macht *der ADAC (1987)* in seiner Planungshilfe für „Familiengerechte Ferienorte“ darauf aufmerksam, daß es für Ferienorte wichtig ist, sich bewußt zu sein, welche Zielgruppen hauptsächlich angesprochen werden sollen. Der ADAC unterteilt die potentiellen Gäste in Familien mit jugendlichen Kindern, Familien mit Kleinkindern und Großfamilien.

Opaschowski et al. (1987) führten zunächst eine Vorstudie mit Tiefeninterviews durch, um die anschließende repräsentative Befragung von 2000 Personen vorzubereiten. Dann wurde mit Hilfe einer soziodemographischen Analyse von Freizeitverhalten, Konsumansprüchen und Lebensstilen eine Typologie der Freizeitkonsumenten erstellt (sieben besonders typische Fälle, siehe S. 28). Im Laufe des Lebens verändern sich jedoch die Konsumgewohnheiten und damit auch die Zugehörigkeit zu einem bestimmten Typus. Familienstand und Lebensphase sind hierbei wichtige Faktoren.

Typologie der Freizeitkonsumenten

1.1 Typus 1: Der Anpassungskonsument



Statistische Merkmale:
etwa 12 Prozent der Bevölkerung
ab 14 Jahren (5,8 Millionen)

Soziodemographische Merkmale:
überwiegend 14-bis 19jährige
Jugendliche, vor allem Schüler
und Auszubildende

Spezielle Freizeitaktivitäten:
Mit Freunden zusammen sein,
Disco besuchen, Sport treiben,
bei Sportveranstaltungen
zuschauen, Musik hören,
Einkaufsbummel

1.2 Typus 2: Der Geltungskonsument

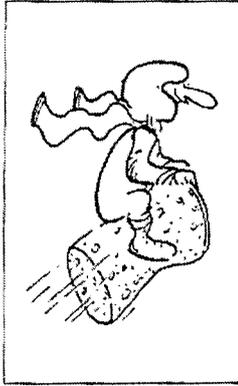


Statistische Merkmale:
etwa 12 Prozent der Bevölkerung
ab 14 Jahre (5,8 Millionen)

Soziodemographische Merkmale:
Überwiegend Singles/Ledige
unter 40 Jahren, vor allem
weibliche Angestellte

Spezielle Freizeitaktivitäten:
Mit dem Auto herumfahren,
Essen gehen, ins Kino gehen,
Schallplatten hören,
Einkaufsbummel

1.3 Typus 3: Der Erlebniskonsument



Statistische Merkmale:
etwa 14 Prozent der Bevölkerung
ab 14 Jahre (6,7 Millionen)

Soziodemographische Merkmale:
Überwiegend Männer unter
40 Jahren, vor allem Ledige
und Geschiedene

Spezielle Freizeitaktivitäten:
Reisen machen, Sport treiben,
in die Kneipe gehen,
mit dem Auto herumfahren

1.4 Typus 4: Der Anspruchskonsument



Statistische Merkmale:
etwa 12 Prozent der Bevölkerung
ab 14 Jahre (5,8 Millionen)

Soziodemographische Merkmale:
Überwiegend Leitende
Angestellte und Beamte, auch
mittleres Management

Spezielle Freizeitaktivitäten:
Lesen, Entspannen, exklusive
Sportarten, Oper, Konzert,
Theater, Reisen machen

1.5 Typus 5: Der Kulturkonsument



Statistische Merkmale:
etwa 9 Prozent der Bevölkerung
ab 14 Jahre (4,3 Millionen)

Soziodemographische Merkmale:
Überwiegend Frauen über
40 Jahren mit mittlerer
und höherer Bildung

Spezielle Freizeitaktivitäten:
Sich persönlich weiterbilden,
Studienreisen, Museum,
Kunstausstellung besuchen,
Oper, Konzert, Theater besuchen,
Bücher lesen

1.6 Typus 6: Versorgungskonsument

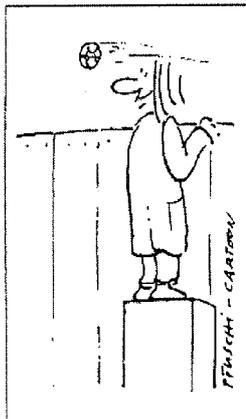


Statistische Merkmale:
etwa 17 Prozent der Bevölkerung
ab 14 Jahre (8,2 Millionen)

Soziodemographische Merkmale:
Überwiegend Hausfrauen, vor
allem untere und mittlere Schicht

Spezielle Freizeitaktivitäten:
Handarbeiten, Gartenarbeit,
Illustrierten lesen, in Ruhe Kaffee
trinken, Besuche haben

1.7 Typus 7: Der Sparkonsument



Statistische Merkmale:
etwa 24 Prozent der Bevölkerung
ab 14 Jahre (11,5 Millionen)

Soziodemographische Merkmale:
Überwiegend Rentner, auch
Arbeitslose, Sozialhilfeempfänger
und Studenten

Spezielle Freizeitaktivitäten:
Wandern, Fahrrad fahren,
Heimwerken, Fernsehen, Radio
hören, Lesen, Sport treiben,
Kirche besuchen

Meyer/Willich-Michaelis (1991) gehen davon aus, daß die Teilmärkte im Fremdenverkehr „durch besondere Personengruppen mit spezifischen Reisebedürfnissen (Zielgruppen)“ (S. 82) repräsentiert werden. Daher ist die Bildung von Zielgruppen auf Landesebene (Thüringen), regionaler und kleinräumiger Ebene wichtiger Bestandteil einer effizienten Fremdenverkehrswerbung. Aus diesem Grund ist es sinnvoll, das touristische Angebot an die Markterfordernisse anzupassen und die unterschiedlichen Gruppen gezielt anzusprechen.

Frei/Eckert (1998) verdeutlichen, daß sich die ambivalente Einstellung der Urlauber am deutlichsten im Bereich Verkehr zeigt: Immer mehr Menschen fühlen sich durch Lärm- und Abgasbelastungen am Urlaubsort gestört, aber nach wie vor ist die gute verkehrliche Erreichbarkeit ein wichtiges Kriterium bei der Wahl des Urlaubsziels. Weiterhin stellen sie vier Urlaubstypen vor, die im Rahmen einer Exklusivumfrage zu „Urlaubsreisen und Umwelt“ in der Reiseanalyse 1997 herausgearbeitet wurden: Den „Unsicheren Ablehner“ (26%), den „Nicht-Zahlungsbereiten“ (29%), den „Sozialverantwortlichen Befürworter“ (15%) und den „Naturerlebnisorientierten Befürworter“ (30%).

Die systematische Analyse des Reiseverhaltens und der Reisemotive der zukünftigen „neuen“ Alten (ab 60 Jahre) bildet den Schwerpunkt der Arbeit von *Hinz (1998)*. Er geht davon aus, daß diese Gruppe in den nächsten Jahren reiseaktiver sein wird als bisher. Außerdem werden in Zukunft mehr Auslandsreisen und pauschal organisierte Reisen erfolgen, das Inland bleibt aber das Hauptreiseziel dieser Zielgruppe. Während das Flugzeug an Bedeutung gewinnt, wird der private Pkw für diese Gruppe an Bedeutung verlieren. Außerdem prognostiziert er, daß gehobenere Unterkünfte häufiger gefragt sein werden als bisher. Naturerlebnisse, reinere Luft und sauberes Wasser sind für diese Altersgruppe nach wie vor von herausragender Bedeutung, ansonsten will man sich verwöhnen lassen, viel ruhen, nichts tun, sich nicht anstrengen und vor allem frische Kraft sammeln. Hinz' Untersuchung bezieht sich zwar nur auf Haupturlaube und nicht auf Tagesausflüge oder Kurzurlaube, nichts desto trotz kann vieles davon übertragen werden.

4.2 Lebensstilorientierte Freizeitforschung

Uttitz (1985), dessen Werk oft als Grundlagenliteratur auf dem Gebiet der Freizeitforschung bezeichnet wird, verfolgt das Ziel, Wandlungen im Freizeitverhalten in der Zeit von 1953 bis 1980 zu verfolgen und zusammenfassend darzustellen. Er führt dazu eine Sekundäranalyse empirischer Daten aus vier markanten, sorgfältig ausgewählten Freizeitstudien durch. Dabei geht es insbesondere um die Verflechtung des Freizeitverhaltens mit der Gesamtlebensführung, Lebens- und Freizeitstile werden beschrieben. Er

entwirft ein Konzept für die Betrachtung der Bestimmungsgründe des Freizeitverhaltens, indem er vorhandene Lebensstilkonzepte weiterentwickelt. Außerdem nimmt er eine Typologisierung der Determinanten für bestimmte Freizeiteinrichtungen vor. Dabei kommt er zu dem Schluß, daß sich die Bestimmungsgründe des Freizeitverhaltens im betreffenden Zeitraum kaum verändert haben. Nicht nur sozioökonomische und demographische Merkmale sind für die Freizeitgestaltung, sondern auch der genossene Erziehungsstil, Wertvorstellungen usw.

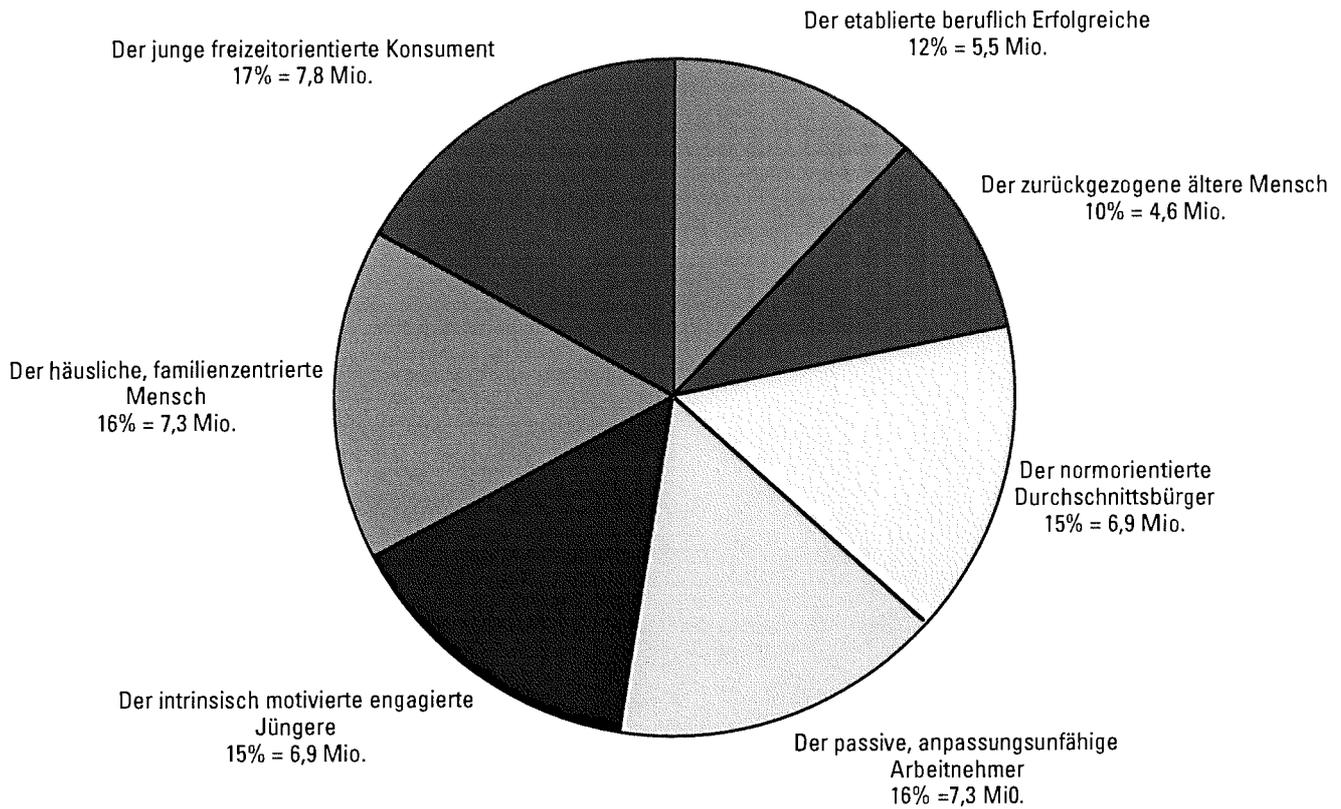
Tokarski/Schmitz-Scherzer (1986) schlagen Markierungspunkte für eine sinnvolle Weiterentwicklung der Freizeitforschung vor, wozu u.a. das Lebensstilkonzept gehört. Freizeit darf nicht losgelöst von anderen Phänomenen der Gesellschaft betrachtet werden und besteht nicht nur aus einzelnen Aktivitäten, sondern muß „als Kombination von Motivationen, Einstellungen, Verhaltensweisen und Erlebensformen“ (S. 23) verstanden werden.

Krippendorf et al. (1986) sehen Freizeit- und Lebensstile in Abhängigkeit von Werten/Einstellungen (ganzheitlich, hedonistisch, arbeitsorientiert), Bevölkerungsstruktur (Altersaufbau, Familiengröße, Haushaltstyp), Sozialstruktur (Bildungsniveau, soziale Schicht), Wirtschaft/Arbeit (Einkommen, Arbeitsqualität, -zeit), Siedlungsstruktur (Wohnort, Stadt/Land, Wohnverhältnisse), Medien und Mobilität (Mobilitätsverständnis, -bedürfnis, -zwang).

Kaspar (1988) führt in Anlehnung an Opaschowski fünf Orientierungen im Rahmen des freizeitkulturellen Lebensstils ein: Freizeitorientierung, Erlebnisorientierung, Genußorientierung, Gegenwartsorientierung und Natur- und Umweltorientierung.

Gluchowski (1988) plädiert für eine integrierte Analyse des Freizeitverhaltens, um unterschiedliche Freizeitbedürfnisse und Freizeitverhaltensweisen verständlicher zu machen. Das Werk kann diesbezüglich als Pilotstudie betrachtet werden. Anhand von 5000 Interviews, die im März 1986 mit erwachsenen Bundesbürgern durchgeführt wurden, erstellt er eine Typologie von sieben verschiedenen Lebens- und Freizeitstilen (Cluster). Die integrierte Betrachtung von Freizeitbedürfnissen im Kontext anderer Lebensbereiche steht dabei im Vordergrund. Folgende Freizeitbedürfnisse gehen in die Konstruktion der Lebensstil-Disposition ein: Regeneration/Ruhe/Wiederherstellung der Kräfte, Entspannung, Suche nach außergewöhnlichen Erlebnissen, Freizeitverbringung mit praktisch-nützlichen Tätigkeiten, geistige Anregung/intellektuelle Auseinandersetzung, aktiv-gesellschaftsbezogene Freizeitbedürfnisse und familienbezogene Freizeitbedürfnisse. Letztlich ist festzustellen, daß „der Lebensstil die generelle Beziehung zwischen Alter bzw. sozialer Schichtzugehörigkeit und Freizeitaktivitäten deutlich modifiziert.“ (S. 117)

Lebensstilgruppierungen



Quelle: Gluchowski 1988, S. 90

Abhängigkeit des Lebensstils vom Alter							
Jahre	Junger freizeitorientierter Konsument	Intrinsisch motivierter Jüngerer	Normorientierter Durchschnittsbürger	Passiver, anpassungsfähiger Arbeitnehmer	Etablierter, beruflich Erfolgreicher	Häuslich familienzentrierter Mensch	Zurückgezogener älterer Mensch
18-25	38	23	18	7	6	4	3
26-	20	22	15	16	9	14	4
46-60	10	8	15	23	16	17	12
Über 60	5	5	11	17	16	25	21

Quelle: Gluchowski 1988, S. 90

Interessanterweise begann auch der ADAC (1989) schon Ende der achtziger Jahre mit der Untersuchung des „Konsumententyps Urlauber“, um ein klares Produktprofil, das sich nur an zueinander passende Zielgruppen richtet, für bestimmte Orte und Regionen schaffen zu können. Die Kombination verschiedener empirischer Untersuchungen der Freizeit- und Tourismusforschung, der Lebensstilforschung und diverser Studien zum Wertewandel und Umweltbewußtsein führte zu vier Freizeitstilgruppen. Beschrieben werden die aktiven Genießer, die Trendsensiblen, die Familiären und die Nur-Erholer, und zwar inklusive ihrer typischen Erwartungen an einen Urlaubsort. Wichtig erscheint hier auch die Erkenntnis, daß Lebensstiltypen unter Umständen so unterschiedlich sein können, daß sie sich gegenseitig am Urlaubsort stören.

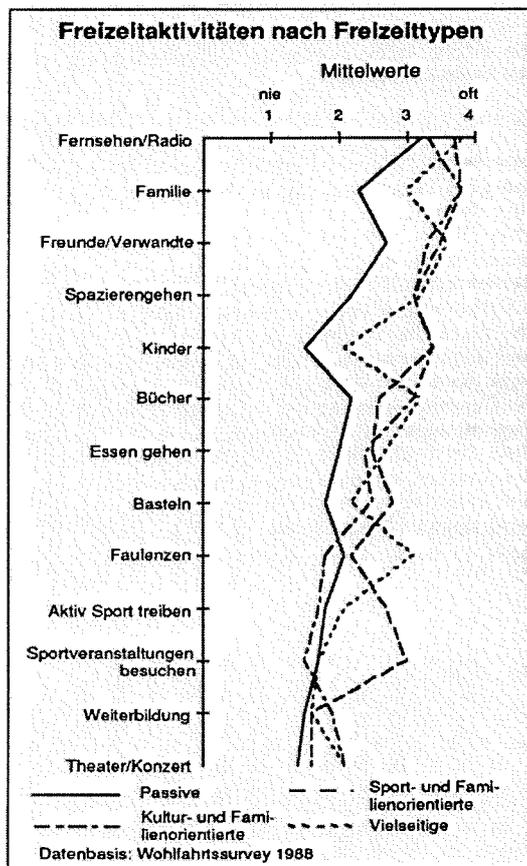
Becher (1990) legt bei ihrer geschichtlichen Darstellung des modernen Lebensstils den Schwerpunkt auf die Ausdrucksformen, u.a. von Freizeit und Reisen: „Freizeit ist der Bereich, in dem sich Lebensstil bevorzugt auszudrücken scheint. [...] Freizeit ist der Raum für eine individuelle Lebensgestaltung, in der sich die Vielfalt möglicher Lebensstile verwirklichen kann.“ (S. 153)

Feige (1991) liefert einen empirisch-theoretischen Beitrag zur Erfassung sowie zur Struktur- und Verhaltensanalyse verschiedener Formen des Ausflugsverkehrs in Reisegebieten. Am Beispiel des Rosenheimer Landes in Südostoberbayern betrachtet er im Rahmen einer fünfstufigen quantitativen Regionalanalyse den gesamten ein- und ausströmenden Ausflugsverkehr. Dabei trennt er nach Quell- und Zielgebiet und gibt Empfehlungen zur zukünftigen Angebotsgestaltung im Untersuchungsgebiet. Weiterhin nennt er ortstypische Gästegruppen mit typischen Aufenthaltsdauern, Aktivitäts- und damit Ausflugsmerkmalen sowie Verhaltensmerkmalen. „Lebensstile, Erwartungen, psychische und physische Verfassung des Reisenden können ebenso angesprochen werden wie rein äußerliche, bisweilen scheinbar „banale“ Bedingungen wie das Wetter, PKW-Verfügbarkeit und anderes. Derartige Einflußfaktoren mögen sich schon vor Reiseantritt, oder aber erst während des Aufenthaltes als wirksam erweisen.“ (S. 41) Ferner sieht er Lebensstile als Bedingung dafür, daß Ausflüge überhaupt unternommen werden. Laut Feige dominieren in der Literatur bisher Ansätze, die ausschließlich „beobachtbare“ Tätigkeiten erfassen und nur selten danach fragen, was warum nicht getan wurde.

Der *Ideenkreis Fränkische Schweiz* (Jurczek et al. 1992) besteht seit September 1990. Der Ausschuß soll neue, wirksame und kostengünstige Vorschläge für die Fremdenverkehrswerbung der Region erarbeiten. So wurde beispielsweise erkannt, daß kleinere und vielfältigere Nachfrage- und Zielgruppen die Folge einer weiteren Verstärkung der Pluralitäten von sozialen Gruppen sind. Für die Zukunft wird deshalb mit einer Spezialisierung der Fremdenverkehrsnachfrage aus den verschiedenen Lebensstilen gerechnet. Unter anderem bei der Erstellung von (Spezial-) Broschüren soll-

te nach Meinung des Ideenkreises auf diese Entwicklung Rücksicht genommen werden.

Spellerberg (1992) analysiert Werthaltungen, Wichtigkeitseinschätzungen von Lebensbereichen und Freizeitverhalten auf Basis des Wohlfahrtssurveys von 1988. Mit Hilfe einer Clusteranalyse der durch eine Faktorenanalyse vorstrukturierten Daten, nimmt sie eine Bündelung in vier Freizeittypen vor: Passive, Kultur- und Familienorientierte, Sport- und Familienorientierte und Vielseitige. Verhalten und Einstellungen sind ihrer Meinung nach wichtiger als Werthaltungen; das Wohlbefinden variiert je nach Freizeittyp.



Quelle: Spellerberg 1992, S. 18

Frömblings (1993) Basisuntersuchung zeigt den Gesamtrahmen des Zielgruppenmarketings am Beispiel einer Region exemplarisch auf. Im Rahmen dieser Dissertation wurde eine standardisierte Omnibusbefragung (970 Befragte, 936 verwendbare Interviews) durchgeführt und ausgewertet. Ziel war die Beschaffung von informatorischen Grundlagen für ein Marketingkonzept für die Region Münsterland, Teilmarkt Binnentourismus. Frömbling bildet anhand von Werten, Motiven und Einstellungen mehrere Zielgruppen:

Entfernungsgruppe I:

- „Traditionelle Spaziergängerfreunde“,
- „Sportaktive Familienurlauber“,
- „Land- und kulturorientierte Urlauber“
- „Regenerations- und genußorientierte Strandurlauber

Entfernungsgruppe II:

- „Strand-Urlauber“,
- „Sportaktive & kulturinteressierte Familienurlauber“
- „Regenerations- & genußorientierte Urlauber“

Außerdem stellt Frömbling ausgewählte empirische Studien zur Marktsegmentierung im Fremdenverkehr dar (inklusive Verfahren, Zielgebietsbezug, Kriterien und identifizierten Typen):

Ausgewählte empirische Studien zur Marktsegmentierung im Fremdenverkehr

	Verfahren	Untersuchte Besuchsdauer			Segmentierungskriterien (Segmentbildung)	Identifizierte Typen
		Urlaub	Kurzurlaub	Tagesausflug		
Meffert 1991	empirisch				Realeinstellungen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Münsterland-Fan ▪ Münsterland-Ablehner ▪ Kultur- und landorientierte Münsterland-Freunde ▪ Unentschiedene ▪ Selektive Geschichts- und Radwanderfreunde
Studienkreis für Tourismus 1991	empirisch				Lebensstil	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gesundheitsbewußte vielfältig Engagierte ▪ Passive, häusliche, Unauffällige ▪ Aufgeschlossene Freizeitorientierte ▪ Gutsituierte Familienorientierte ▪ Genügsame Fleißige ▪ Dynamische Egozentriker
Wöhler 1990	empirisch				Urlaubserwartungen und -anforderungen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Junggebliebener Wanderurlauber ▪ Preisbewußt anspruchsvolle Urlauber ▪ Harztreue Familien ▪ Anschlußsuchende Familien ▪ Harzinteressierte Ehepaare ▪ Anspruchsvolle Billigurlauber

Boss- hard/Frey/ Lambardi/ Schönfeld 1990	a-priori Klassifi- kation an- hand em- pirischer Ergebnis- se				Touristische Motive und -aktivi- täten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kultur-Typ ▪ Kultur-Bummel-Typ ▪ Shopping-Bummel-Typ ▪ Zoo-Typ ▪ Messe-Typ ▪ Geschäftsleute
DWIF 1989	a-priori Klassifi- kation an- hand em- pirischer Ergeb- nisse				Urlaubsmotive, Urlaubserwartun- gen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Städtereisen ▪ Klass. Besichtigungsreisen ▪ Unterhaltungsorientierte Städtereisen ▪ Reisen zu best. Veranstaltungen ▪ Erholungs- /freizeitorientierte Aufenthalte ▪ Sportorientierte Aufenthalte ▪ Sonstige erholungsorientierte Aufenthalte ▪ Gesundheitsorientierte Kurzreisen ▪ Vor-/Nachkongreßaufenthalte
DWIF 1989	a-priori Klassifi- kation				Urlaubsmotive, Urlaubsaktivitäten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Erholungssuchende ▪ Verwandten/Bekanntens-Besucher ▪ Besichtigungsausflügler ▪ Sportausflügler ▪ Veranstaltungsbesucher ▪ Einkaufsausflügler ▪ Teilnehmer an organisierten Ausflügen
Veen/ Verhalten 1986	empirisch				Individuelle Wer- te und Urlaubs- verhalten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Organized Vacation ▪ Beach Vacation ▪ Domestic Vacation ▪ Vacations with Children ▪ 1-2 Person Vacation ▪ Long Camping Vacation ▪ Short Vacation

Quelle: Frömbling 1993, S. 27 (Auszug)

Spellerberg (1994a/b) untersucht auf Basis des Wohlfahrtssurveys von 1993 Unterschiede und Gemeinsamkeiten der alltagskulturellen Verhaltensweisen und Orientierungen in Ost- und Westdeutschland. Freizeitaktivitäten werden von ihr als Bestandteil der expressiven, interaktiven Dimension von Lebensstilen gesehen. Sie bildet mit Hilfe einer Clusteranalyse je neun Typen für West und Ost, wobei Freizeitaktivitäten eines von insgesamt zehn Kriterien sind.

Opaschowskis (1994) grundlegende Einführung in die Freizeitwissenschaft verknüpft psychologische und soziologische Daten und Befunde. „Weil die Freizeitorientierung des Lebens in den letzten dreißig Jahren auf breiter Ebene und bei fast allen Bevölkerungsgruppen kontinuierlich zugenommen hat, werden sich „Lebensstil“ und „Freizeitstil“ immer ähnlicher, ja fast deckungsgleich.“ (S. 281) Die Folge ist, daß Freizeitforschung als Lebensstilforschung, Freizeitstile als Resultat der Wechselwirkung zwischen Lebenszielen, Informationsinteressen, Freizeitaktivitäten, Urlaubswünschen und Konsumeinstellungen gesehen werden kann.

Smeral (1994) geht davon aus, daß sich das Freizeitverhalten und der Welttourismus in den kommenden Jahren grundlegend ändern werden. Ergebnisse der Lebensstilforschung zur Zielgruppen-Definition und Marktsegmentierung spielen daher für die Länder und Regionen eine immer größer werdende Rolle. Die Lebensstilforschung ermöglicht eine ganzheitliche Betrachtung des Freizeitkonsumenten bzw. Urlaubsgastes; der ökonomischer Konnex darf in der „Segmentierungseuphorie“ nicht vergessen werden. Er analysiert den Ist-Zustand und macht Prognosen für die Zukunft der Freizeitgesellschaft. Um den aktuellen Zeitgeist, länderübergreifende Potentiale und Märkte, homogene Verhaltensweisen und Produkttypen sowie regionale und soziale Schwerpunkte/Lebensstiltypen beschreiben zu können, analysiert er die „Gästabefragung Österreich“ (siehe *Freyer 1995*) zur Ermittlung der Lebensstile der Österreich-Gäste. Smeral kommt dabei unter anderem zu dem Ergebnis, daß ein markanter Unterschied zwischen Sommer- und Wintergästen besteht: Im Sommer dominieren vorsichtige Erholungsurlauber und klassische Kultururlauber das Bild, im Winter sind es weltoffene, dynamische, anspruchsvolle und ausgabe-freudige Erlebnisurlauber. Ganzjährig sind insbesondere junge Familien zu Gast.

Freyer (1995) stellt verschiedene Touristen- und Freizeittypen vor, die andere auf Basis von Lebensstilelementen gebildet haben:

Lebensstilorientierte Urlauber-Typologien

ADAC 1989	Typ A: die aktiven Genießer, (b) die Trendsensiblen, (C) die Familiären, (D) die Nur-Erholer
ÖSTERREICH 2000 (Euro-Lifestyle)	Der vorsichtige Erholungsurlauber (Vorsichtige, Heimchen, Mißtrauische, Abgekoppelte), der klassische Kultur-Urlauber (Moralisten, Ordentliche, Puritaner), der anspruchsvolle Erlebnis-Urlauber (Karrieremacher, Protestler, Pioniere, Wohltäter, gute Nachbarn), der junge Genuß-Urlauber (Rocker, Angeber), die junge Familie (Romantiker, Sorglose)

REISEANALYSE 1990: Lifestyle-Urlaubertypen alte Bundesländer:	(1) der gesundheitsbewußte, vielfältige Engagierte, (2) der passive, häusliche Unauffällige, (3) der aufgeschlossene Freizeitorientierte, (4) der gutsituierte Familienorientierte, (5) der genügsame Fleißige, (6) der dynamische Egozentriker
Lifestyle-Urlaubertypen neue Bundesländer:	(1) der kreative, unabhängige Aktive, (2) der familiengebundene Passive, (3) der bescheidene, häusliche Fleißige, (4) der unzufriedene Interessenslose, (5) der gutsituierte Geschäftige, (6) der sportliche, erfolgreiche Genießer.

Quelle: Freyer 1995, S. 75

Der ADAC (1996b) geht davon aus, daß folgende Zielgruppen für Touristische Routen⁴ in Frage kommen: Autofahrer, Radfahrer, Camper, Wanderer, Bustouristen (Reisegruppen), Familien, Bildungstouristen, Naturliebhaber, Vereine und sonstige Organisationen, ausländische Reisegruppen, Durchreisende, Tagesgäste, Naherholungsgäste und Kurzreisende. Letztlich hängt es jedoch vom Angebot der entsprechenden Region bzw. vom Vorhandensein spezifischer Sehenswürdigkeiten ab, welche Zielgruppen sich durch das Werbeinstrument „Touristische Route“ angesprochen fühlen.

Garhammer (1996) typisiert Freizeitstile auf Grundlage der Arbeiten von Bordieu, Lüdtke und Gluchowski. Dabei fragt er nach den Zeitwünschen für verschiedene Aktivitäten und verdeutlicht mit Hilfe der Ergebnisse die sozialen Unterschiede in den Freizeitwünschen. Anschließend erstellt er mit Hilfe einer Faktoren- bzw. Clusteranalyse Typologien von Freizeitstilen.

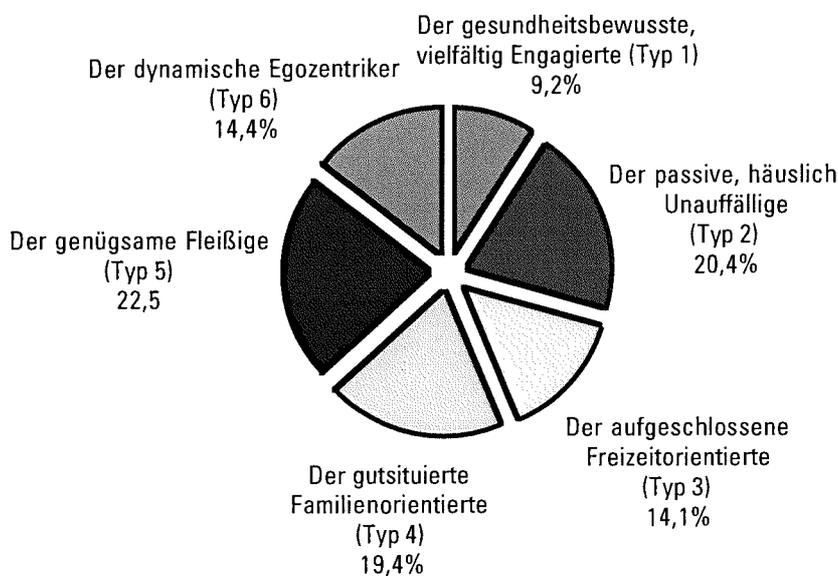
Das Freizeitforschungsinstitut der B.A.T. (1996) unterscheidet fünf Freizeitprofile, die sich aufgrund der unterschiedlichen Aktivitätenspektren für neue Zielgruppenbestimmungen und Typisierungen verwenden lassen könnten: Sportler, Computerfreak, Buchleser, Shopper und Heimwerker.

Im Rahmen des TAB-Projekts „Entwicklung und Folgen des Tourismus“ macht Petermann (1997) eine Bestandsaufnahme zu den Themen Tourismus als Wirtschaftsfaktor, Umweltfolgen des Tourismus, Technik, Motive, Einstellungen und Werte sowie Tourismuspolitik. Hier findet sich auch ein Hinweis auf Forschungslücken, die behoben werden sollten, um verbesserte Grundlagen für die Erklärung und Prognose von Verhaltensmu-

⁴ Wesentliche Merkmale einer „Touristischen Route“ sind laut ADAC (1996b, S. 10): Dauerhaftigkeit, eindeutige Streckenführung, Bundes- oder Landstraßen (keine Autobahn), thematisch abgegrenzte Attraktionen (z.B. Kultur, Gastronomie, Landschaft) und verkehrslenkende Beschreibung

stern und -änderungen zu erhalten. Diesbezüglich wird auch die verstärkte Zusammenarbeit der Tourismusforschung mit der Psychologie und der Soziologie gefordert. Auf der Grundlage einer Untersuchung aus dem Jahr 1991, die ergänzend zu Lebensstil-Statements auch nach der Reisephilosophie fragte, werden Lebensstiltypen gebildet. Kritisiert wird allerdings, daß die so gewonnenen Typen beinahe den soziodemographischen Gruppen entsprechen und somit keinen entscheidenden Erkenntnisgewinn liefern. Nach Auffassung von Petermann sind Lebensstile zwar dazu geeignet, das Reiseverhalten der Bevölkerung zu beschreiben, die *Erklärung* desselben scheint mit ihrer Hilfe jedoch nur begrenzt möglich zu sein.

Lebensstiltypen in den alten Bundesländern



Quelle: Petermann 1997, S. 133

De Haan (1998) stellt die Frage, wie die heutigen Vorstellungen von nachhaltigem Tourismus so kommuniziert werden können, daß sie eine berechtigte Aussicht auf Erfolg haben. Er stellt das Konzept der Leitbildanalyse und des Leitbildmanagements im Ökotourismus vor und geht anhand der Studie DIALOGE, die alle fünf Jahre im Auftrag des Stern durchgeführt wird, auf persönliche Werte und Leitbilder von 18- bis 29- bzw. 30- bis 70-jährigen ein. Umweltbezogene Mentalitätsmuster, die eine Verbindung schaffen zwischen Umweltbewußtsein und Lebensstilen müssen seiner Auffassung nach erkannt und genutzt (bzw. gemanagt) werden. Ähnlich dem Muster der Lebensstiltypen, könnte man versuchen, Umweltein-

stellungs- und Verhaltenstypen zu identifizieren. Dies wäre für ein Tourismuskonzept, das eine Verbindung zum Naturschutz sucht, außerordentlich wichtig, da Ökotourismus nur einige Lebensstilsegmente anspricht.

Die auf einer neuen Repräsentativbefragung basierende Lebensstilanalyse von *Spellerberg/Berger-Schmitt (1998)* verfolgt das Ziel, die Wohnsituation, die Wohnwünsche und das Mobilitätsverhalten der Befragten in Ost- und Westdeutschland anhand des Lebensstilkonzepts zu erklären. Elementarer Bestandteil der Arbeit ist ein Zeitvergleich zwischen der ersten Analyse (1993) und der reduzierten Fassung des Wohlfahrtssurveys aus dem Jahr 1996. Dabei wird einerseits klar, daß in Westdeutschland „*deutlichere Lebensstilveränderungen zu konstatieren sind als in Ostdeutschland und daß sich die Lebensstilprofile in beiden Landesteilen aufeinander zubewegt haben.*“ (S. 1) Dabei wird andererseits aber auch deutlich, daß im Osten vor allem die Lebensbereiche Arbeit und Familie von zentraler Bedeutung sind, während im Westen das Alltagsleben stärker durch Freizeit und individuelle Lebensausrichtung geprägt wird. Daraus schlußfolgern sie, daß eine getrennte Erforschung der Lebensstile für Ost- und Westdeutschland weiterhin gerechtfertigt ist. Außerdem finden *Spellerberg/Berger-Schmitt* heraus, daß lebensstilbezogene Freizeitvorlieben unterschiedliche soziale Aktionsradien repräsentieren.

Die Ausdifferenzierung verschiedenartiger Lebensstile und Veränderungen der Werthaltungen und Bedürfnisse führen laut *Petermann/Wennrich (1999)* zu einer immer stärkeren Diversifizierung des Freizeitverhaltens. Die Folge ist ein Zielgruppentourismus mit Service für Individualisten.

Schulze (1999) erforscht seit über zehn Jahren die prognostische Relevanz des lebens- und freizeitstilanalytischen Vorgehens in der Unfall- und Sicherheitsforschung. Dabei greift er die Erkenntnisse der Jugend- und Freizeitsoziologie auf und setzt voraus, daß es sich bei den jungen Autofahrern nicht um eine in sich geschlossene Gruppe, sondern um unterschiedliche Gruppen mit eigenen Einstellungen, Werten und Verhaltensweisen handelt. Er führte im Jahr 1996 eine Repräsentativbefragung von 3000 18- bis 34-jährigen Verkehrsteilnehmern (getrennt in zwei Altersgruppen) durch und bildete fünf Lebens- und Freizeitstilgruppen, die für zielgruppenspezifische Maßnahmen verwendet werden sollen. Damit kommt er zu dem Ergebnis, daß eindeutige Zusammenhänge zwischen Lebensstil, Freizeitstil und verkehrsbezogenen Einstellungen und Verhaltensweisen (einschließlich Unfallverwicklung) bestehen. Ein Vergleich mit einer ähnlichen Untersuchung aus dem Jahr 1989 - damals wurden noch sieben Gruppen gebildet - läßt außerdem eine Homogenisierung der Jugendkultur im Sinne einer Angleichung der Lebenslagen erahnen.

4.3 Zusammenfassung

Die zielgruppenspezifische Freizeitforschung verdeutlicht, daß nicht nur sozioökonomische und demographische Faktoren für die Freizeitgestaltung ausschlaggebend sind, sondern auch der genossene Erziehungsstil, Wertvorstellungen und Grundorientierungen. Lebensstile modifizieren die generelle Beziehung zwischen Alter bzw. sozialer Schicht und Freizeitaktivitäten erheblich. Lebensstile gelten unter anderem auch als Bedingung dafür, daß Ausflüge oder Kurzurlaube überhaupt unternommen werden.

Die Freizeit wird von den meisten Forschern als mehrdimensionaler Bedeutungskomplex erkannt: Sie stellt eine Kombination von Motivationen, Einstellungen, Verhaltensweisen und Erlebensformen dar. Deshalb sollten unterschiedliche Zielgruppen gezielt angesprochen und Produktprofile für bestimmte Orte und Regionen geschaffen werden. Die Ergebnisse der Zielgruppendefinition und Marktsegmentierung spielen für die Länder und Regionen eine immer größer werdende Rolle, da für die Zukunft mit einer Differenzierung der Fremdenverkehrsnachfrage nach verschiedenen Lebensstilen gerechnet wird.

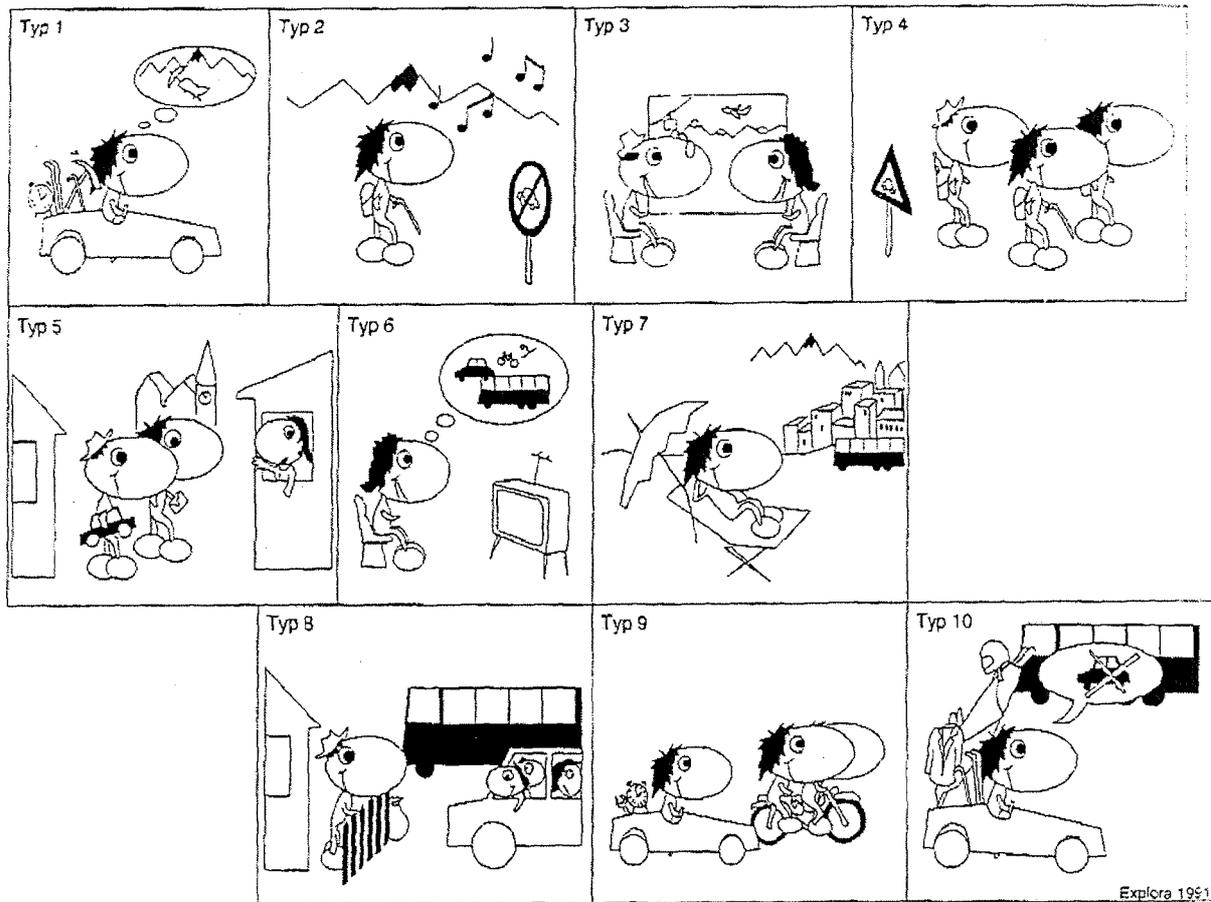
5. Zielgruppenspezifische Freizeitmobilitätsforschung

5.1 Beschreibung der Studien und Forschungsprojekte

Herzog et al. (1994) führten an typischen Freizeitstandorten im Umkreis von ca. 100 km von Städten und Agglomerationen der Schweiz drei Fallstudien durch, um die Entwicklung der Freizeit und ihre Bestimmungsgründe zu analysieren, den Zusammenhang von Freizeit und Umwelt zu erfassen und drei Zukunftsszenarien zu erarbeiten. Dazu wurden in Basel, Luzern/Kriens und Zürich empirische Erhebungen zur sonntäglichen Freizeit und über die Einstellung zum Gebrauch öffentlicher und individueller Verkehrsmittel durchgeführt. Die qualitative Befragung richtete sich an 75 systematisch ausgewählte Zielpersonen, quantitativ wurden ca. 2.500 Personen befragt. Die Autoren suchen nach Erklärungsvariablen und listen konkrete Maßnahmen auf, die insbesondere dazu führen, daß die Freizeit näher am Wohnort verbracht wird. Im Zentrum stehen naturgebundene und soziokulturelle Sommer-Freizeitaktivitäten in Naherholungsgebieten. Kurzurlaube werden allerdings nicht erfaßt. Es stellt sich heraus, daß sich die Vielfältigkeit der Bedürfnisse und die Grundeinstellung der Bevölkerung auch im Freizeitverhalten widerspiegeln. Soziale Kontakte und der Wunsch nach Abwechslung stehen bei den sonntäglichen Freizeitaktivitäten in der Regel im Vordergrund. Wer ein Auto besitzt, der benutzt es auch im Sonntagsverkehr. Langfristig ist ein freiwilliger Wertewandel ebenso bedeutsam wie gut aufeinander abgestimmte Einzelmaßnahmen, die für eine ganze Region wirksam sein müssen und Impulse, die von der

Freizeitindustrie ausgehen. Dazu werden zunächst neun, später zehn (orts-spezifische) Freizeitnutzertypen gebildet, auf die eventuelle Maßnahmen ausgerichtet sein müssen, um Erfolg haben zu können:

Symbolisierung der Freizeit



Quelle: Herzog et al. 1994, S. 90

- Typ 1: Bergwanderer mit Ziel Erholung und Fitneß
- Typ 2: Bergwanderer mit Ziel Erholung und (folkloristische) Kultur
- Typ 3: Ausflügler, die den Gebrauch verschiedener ÖV als eigentliches Ziel haben oder bestimmte Orte (Zoo, Flughafen, Aussichtspunkt) anfahren
- Typ 4: Wanderer und Naturfreunde mit Ziel Mittelland, Jura, See- und Flußlandschaften
- Typ 5: Spaziergänger in unmittelbarer Nähe der Wohnung
- Typ 6: Hälfte der Freizeit zu Hause, Hälfte in größerer Entfernung
- Typ 7: Freizeit in Stadt- und Stadtnähe
- Typ 8: Freizeitaktivitäten zu Hause oder im Garten
- Typ 9: Kontakt mit Freunden und Verwandten
- Typ 10: Sportler

Auf Antrag der Vereinigung Schweizerischer Verkehrsingenieure analysierten *Lüking/Meyrat-Schlee (1994)* die gesellschaftlichen Determinanten der Freizeitmobilität. Fraglich ist vor allem, wen man wann und wie in seinem Freizeitverkehrsverhalten beeinflussen soll. Die Freizeitverkehrsteilnehmer werden nach ihrer Stellung im Lebenszyklus und dem damit verbundenen Lebensstil auf Basis des Schweizer Mikrozensus in verschiedene Gruppen eingeteilt. Wichtig erscheint vor allem die Erkenntnis, daß die Zukunft des Freizeitverkehrs durch die demographische Entwicklung bestimmt wird, und nicht mehr durch den bloßen Autobesitz.

Hammer (1996) führte im Rahmen ihrer Diplomarbeit sowohl eine Literaturanalyse als auch diverse Expertengespräche durch, um die touristischen, verkehrlichen und räumlichen Gegebenheiten im Odenwald zu analysieren. Sie erstellt ein wirtschaftliches und umweltverträgliches Angebotskonzept für den Wochenendfreizeitverkehr im Odenwald, das drei Produkte beinhaltet. Dazu werden zunächst Zielgruppen (Einzelreisende, Gruppen, Familien, Großgruppen, Paare) und Zielmärkte (Besichtigungs-, Erholung- und Vergnügungsverkehr) definiert. Es wird deutlich, daß je nach Zielgruppe unterschiedliche Qualitätsmerkmale wichtig sind und ein entsprechendes Marketing unerlässlich ist.

Bachmann et al. (1998) bemerken: „Aus der Unzulänglichkeit soziodemographischer Merkmale ergibt sich auch das Problem unzureichender personenbezogener Beschreibungsmöglichkeiten zur Ableitung zielgruppenspezifischer Interventionsstrategien.“ (S. 77) Weil die Autoren davon ausgehen, daß die Kenntnis der Werthaltungen und situativen Bedingungen die Vorhersage der Freizeitstile und des daraus resultierenden Mobilitätsverhaltens ermöglicht, bietet sich die Erfassung der Freizeitmobilität nach Werthaltungsgruppen an. Mit Hilfe zielgruppenspezifischer Veränderungen könnte dann das Mobilitätsverhalten beeinflußt werden.⁵

Die *Planersocietät (1999)* sucht mit Hilfe von sozio-demographischen Merkmalen nach Zielgruppen für Freizeitgroßeinrichtungen und Unterschieden hinsichtlich ihrer Einstellungen zu verkehrlichen und freizeitbezogenen Fragestellungen. Zielgruppenspezifische Handlungsansätze zu einer umweltschonenden Gestaltung der Freizeitmobilität sollen gefunden werden, am Beispiel der Freizeitaktivität „Discobesuch“ in Leipzig. In zwei verschiedenen Diskotheken wurde jeweils jeder fünfte Besucher (173 bzw. 160 Interviews) schriftlich befragt, wobei Interviewer für Rückfragen zur Verfügung standen. Die Auswertung ergab sechs Cluster. Infrastrukturelle, betriebliche, tarifgestalterische und übergreifende organisatorische Maß-

⁵ Die im Rahmen des Projekts verwendeten Daten stammen aus der Längsschnittstudie amie „Auto, Mobilität und individuelle Entwicklung“ (Kooperation der Humboldt-Univ. Berlin mit der Daimler Chrysler AG, seit 1995).

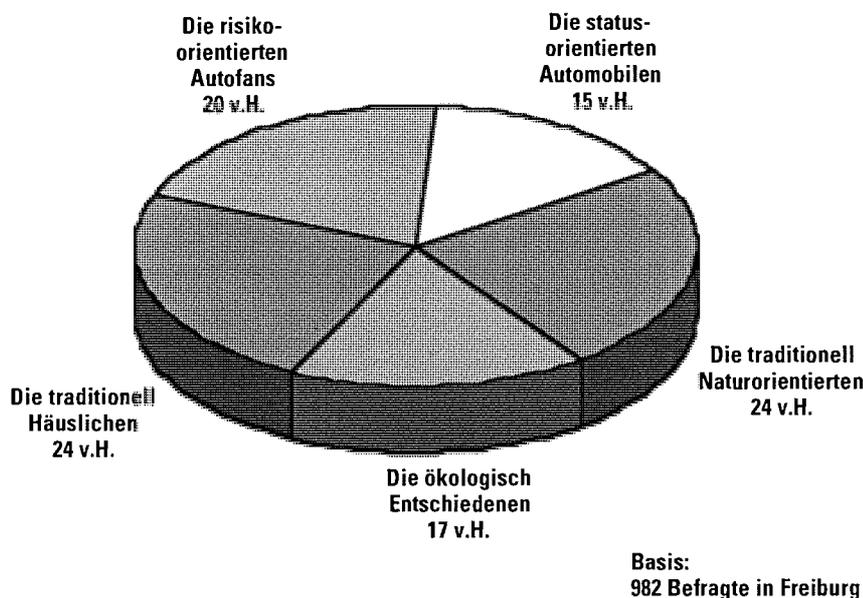
nahmen zur umweltverträglicheren Gestaltung des nächtlichen Freizeitverkehrs werden dargestellt und nach ihrer Zielgruppentauglichkeit bewertet. Es konnte das Fazit gezogen werden, daß auf diesem Gebiet nur enge Gestaltungsspielräume vorhanden sind, da die potentiellen Nutzer sehr kostenbewußt sind und hochflexibel sein möchten, dies paßt nicht oder nur schlecht zur Struktur des ÖPNV.

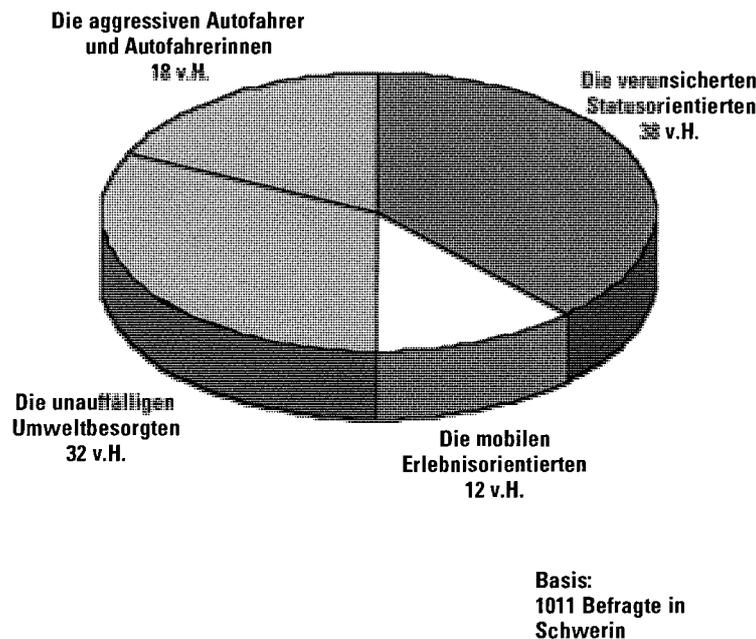
Lanzendorf (2000) untersucht in seiner Dissertation die Struktur der Freizeitmobilität am Wochenende. Dazu gehören auch die Erforschung unterschiedlicher Mobilitätsstile und die Darstellung von Einflußfaktoren auf das Verkehrsverhalten in der Wochenendfreizeit. Der Entscheidungsprozeß für Freizeitmobilität am Wochenende wird durch die Konstruktion von Freizeitmobilitätstypen verdeutlicht, das Rational-Choice-Modell auf das Verkehrsverhalten konkretisiert.

5.2 Der Ansatz des Instituts für sozial-ökologische Forschung (ISOE)

Das ISOE weist darauf hin, daß weiche Faktoren in der künftigen Verkehrsplanung stärker berücksichtigt werden müssen als bisher (vgl. *CITY:mobil* 1999, S. 64). Weil die Handlungspotentiale bis dato nicht ausreichend aktiviert wurden, forderten die Forscherinnen und Forscher des Instituts schon Mitte der neunziger Jahre, daß – analog zur gängigen Konsumforschung – auch auf dem Mobilitätssektor zielgruppenspezifische Kommunikationsstrategien entwickelt werden sollten. Deshalb wurden im Rahmen des Projekts *CITY:mobil* 1995 für die Städte Freiburg und Schwerin auf der Basis von Mobilitätsorientierungen vier bzw. fünf Mobilitätstypen gebildet:

Mobilitätsstile in Freiburg



Mobilitätsstile in Schwerin

Die in diesem Zusammenhang durchgeführte Mobilitätsstil-Analyse beinhaltet auch das Verkehrsverhalten und Lebensstilorientierungen. Dazu gehören Arbeitsorientierungen, Freizeitpräferenzen und normative Grundorientierungen (= Werte und Lebensweisen). Anhand der gefundenen Typen werden Unterschiede in der Häufigkeit von Wegezwecken und der Verkehrsmittelwahl verdeutlicht. Dabei wird besonderer Wert auf den Zusammenhang zwischen sozio-kulturellen Orientierungen und Lebensstilelementen sowie Formen des Verkehrsverhaltens gelegt. Wichtig ist, daß es sich hierbei um ein sozialwissenschaftlich gestütztes Zielgruppenmodell handelt, und nicht um ein soziodemographisches. Langfristig soll eine zielgenaue und wirksame Öffentlichkeitsarbeit ermöglicht werden, welche die Verkehrsteilnehmer zielgruppenspezifisch beeinflusst. (Götz *et al.* 1997, Götz 1999)

Im vergangenen Jahr hat das ISOE (Götz *et al.* 2001a/b, Schubert *et al.* 2001) außerdem mit Hilfe einer hypothesengeleiteten, explorativen Clusteranalyse auf Basis einer bundesweiten 1000er Stichprobe eine Freizeitmobilitätstypologie erstellt, um lebensstiltypische Freizeitmuster identifizieren und typologisieren zu können. Ergebnis der Untersuchung sind lebensstilorientierte Zielgruppen, für die bestimmte (Freizeit-) Mobilitätsangebote in Betracht kommen:

1. **BENACHTEILIGTE (BEN)**

Konstituierende Orientierungen

- Weisen eine instrumentelle Arbeitseinstellung auf
- Fallen ansonsten nur dadurch auf, daß bei ihnen lebensstilspezifische Orientierungen kaum ausgeprägt sind, außer der Zustimmung zu dem Item: "Trinke gerne mit meinen Freunden einen über den Durst"

Soziale Situation

- Männer sind leicht überdurchschnittlich vertreten (58%)
- Niedrige Schulabschlüsse
- Niedriges Haushaltsnettoeinkommen
- Überdurchschnittlich häufig nicht erwerbstätig
- Größter Arbeiteranteil (34%) (+10%)
- Größter Anteil an Sozialhilfeempfängern und Arbeitslosen

2. **MODERN-EXKLUSIVE (MOD-EX)**

Konstituierende Orientierungen

- Starke Berufsorientierung und berufliche Zufriedenheit
- Exklusivitäts- und Modernitätsorientierung
- Affinität zu allem, was "in" ist, wie z.B. Aktien, Internet, exklusive Markenkleidung
- Aber auch (gemäßigte) Familienorientierung
- Offenheit für soziale Gerechtigkeit und Ökologie
- Stärkste Technikaffinität
- Beharren auf geschlechtsspezifischer Arbeitsteilung

Soziale Situation

- Männer sind leicht überdurchschnittlich vertreten (60%)
- Mittlere bis höhere Bildungsabschlüsse
- Überdurchschnittliches Haushaltsnettoeinkommen
- Größter Anteil an Vollzeitbeschäftigten (mit 63% um 15% über dem Durchschnitt)
- Ca. 2/3 leben in einer Paar- oder Familienkonstellation (12% über dem Durchschnitt)
- 40% haben Kinder im Haushalt (+10%)

3. **FUN-ORIENTIERTE (FUN)**

Konstituierende Orientierungen

- Individualistische Spaß-, Erlebnis- und Risikoorientierungen
- Sehr starker und positiver Bezug zu moderner Technik, wie Computern und Internet
- Starker (Peer-)Gruppenbezug

- Abneigung gegenüber verwandtschaftlichen und nachbarschaftlichen Bindungen
- Bewußte Ich-Bezogenheit
- Instrumentelle Arbeitsorientierung

Soziale Situation

- Jüngere sind deutlich überrepräsentiert
- Größter Anteil an Personen in Ausbildung und an Selbständigen
- Höchste Bildungsabschlüsse (26% mit Hochschulreife/-abschluss gegenüber 12% gesamt)
- Höchster Singleanteil (ca. 2/3)

4. BELASTETE-FAMILIENORIENTIERTE (BEL-FAM)

Konstituierende Orientierungen

- Sehr starker Familienbezug
- Weisen eine häusliche, nahräumliche Orientierung auf
- Leicht überdurchschnittliche Ausgabebereitschaft für umweltfreundliche Güter
- Starker Nachbarschaftsbezug
- Leiden unter Problemen mangelnder Abgrenzung von Arbeit, Hausarbeit und Freizeit
- Fühlen sich überlastet und überfordert

Soziale Situation

- Fast 2/3 Frauen
- Höchster Anteil an Teilzeiterwerbstätigen
- Durchschnittliches HH-Nettoeinkommen
- 70% leben in einer Paar- oder Familienkonstellation (+14%)
- Bei nahezu 50% leben Kinder im Haushalt, bei fast 1/3 sind es sogar 2 und mehr Kinder (+12%)

5. TRADITIONELL-HÄUSLICHE (TRAD)

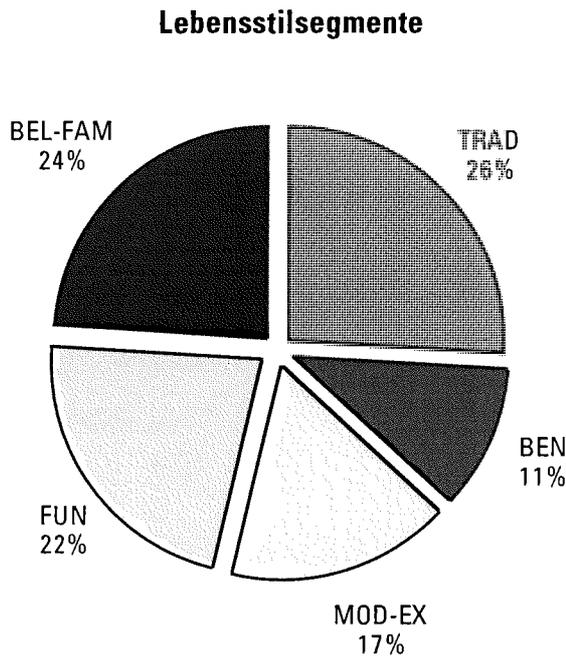
Konstituierende Orientierungen

- Orientierung an Sicherheit und Vermeidung aller Risiken
- Präferenz für Langlebigkeit und Naturnähe
- Orientierung an traditionellen Werten und Tugenden
- Starke Vorbehalte gegenüber moderner Technik

Soziale Situation

- 56% Frauen
- Überrepräsentierung der ältesten Gruppe (36% = über 65 Jahre alt)
- 2/3 dieser Gruppe sind nicht erwerbstätig, 58% sind RentnerInnen (Gesamtstichprobe = 25%)

- Überdurchschnittlich viele Verwitwete (27%; Gesamt = 15%)
- Niedrige Schulabschlüsse (71% Volks-/Hauptschule; Gesamtstichprobe= 54%)
- Geringe Haushaltsnettoeinkommen/Renten



Die Ergebnisse dieses Projekts zeigen unter anderem, daß die Problematik des alltäglichen Freizeitverkehrs ohne Urlaubswege und Flüge – zumindest was die quantitativen Ergebnisse und die Relationen der Wege angeht – weniger dramatisch ist als in zahlreichen Studien angeführt wird.⁶ Weiterhin zeigt sich, daß die Beweggründe des Freizeitverkehrs erklärbar, plausibel und vor allem hinsichtlich der sozialen Integration und der Jugendsozialisation auch nicht so einfach ersetzbar sind.⁷ Götz et al. weisen jedoch ausdrücklich darauf hin, daß es durch diese Erkenntnis nicht etwa einfacher werden wird, in diesem Bereich Maßnahmen in Richtung Nachhaltigkeit zu entwickeln. Im Gegenteil: Erfolgversprechend erscheinen nur solche Maßnahmen, die auf äußerst heterogene Ansprüche, Orientierungen und Lebenslagen Bezug nehmen.

⁶ Vgl. z.B. die kultur- und jugendkritischen Ausführungen in Opaschowski 1995, S. 21

⁷ Vgl. Tully 1998, S. 200

5.3 Zusammenfassung

Nach den Erkenntnissen der zielgruppenspezifischen Freizeitmobilitätsforschung haben lebensstilspezifische Orientierungen, subjektive Motivationen und symbolische Faktoren einen signifikanten Einfluß auf die jeweilige Freizeitgestaltung, die Wahl des Verkehrsmittels und den Umgang mit Raum. Aus diesem Grund erscheint es gerade für die sozialwissenschaftliche Freizeitmobilitätsforschung unumgänglich, neben den sogenannten „harten“ Faktoren auch die „weichen“ Faktoren (Orientierungen, motivationale Aspekte, Symbolik usw.) zu berücksichtigen.

Wenn die Ergebnisse der Projekte verallgemeinert werden, dann müssen (zumindest) die folgenden wichtigen Dimensionen des Lebensstils und der sozialen Lage bei der Gestaltung von Maßnahmen berücksichtigt werden:

- Soziale Aufwertung /soziale Integration
- Distinktion und Exklusivität
- Erlebnis /Abwechslung
- Moderne Technik
- Entlastung
- Sicherheit
- Nahräumlichkeit

6. Fazit und Folgerungen (Konrad Götz)

Zielgruppenspezifische Freizeitmobilitätsforschung hat eine analytische und eine praktische Dimension. Die Ergebnisse stammen aus wissenschaftlichen, aus kommerziellen und aus universitär-studentischen Kontexten. Das macht die Vielfalt der Ergebnisse unübersichtlich.

Aus wissenschaftlicher Sicht ist erwiesen, daß nicht nur Faktoren der sozialen Lage, der Lebenssituation, sondern auch Orientierungen des Lebensstils und symbolische Aspekte einen signifikanten Einfluß auf das Verkehrs- und Freizeitverhalten haben. Welche Orientierungen es sind, welche Typologien infolgedessen gebildet werden können und wie dies methodisch geschieht, wird uneinheitlich gehandhabt. Ergebnis ist – wie dieser Bericht zeigt – eine unüberschaubare Vielzahl von Typologien, Zielgruppensegmentationen, Milieu- bzw. Lebensstilmodellen.

Aus wissenschaftlich-analytischer Perspektive wäre es deshalb erstrebenswert, die Methodik der Zielgruppenforschung im Bereich Verkehr transparent zu machen, zu systematisieren und – wo möglich – zu vereinheitlichen. Ziel müßte es sein, Qualitätskriterien für die Empirie der sozialen Differenzierung im Bereich Verkehr und Freizeit zu definieren und gemeinsam nutzbare Skalen, Items und Variablen zu entwickeln. So könnte, ähnlich wie im Bereich der Empirie des kritischen Rationalismus, eine Art

„best practice“ der Lebensstilforschung definiert werden. Dem stehen jedoch sowohl in der Wissenschaft, aber insbesondere in der kommerziellen Forschung wichtige Gründe entgegen:

- Die kommerzielle Marktforschung muß sich mit den Fragen des Beweises nicht lange herumärgern; sie wertet den kaufmännischen Erfolg des Life-Style- und des Milieumarketings als Beweis für deren Wirksamkeit und damit Gültigkeit. Das ist legitim. Aus Sicht der kommerziellen Marktforschung, deren Ergebnisse und Methoden nicht selten eine hohe Qualität und vor allem adäquate Stichprobengrößen aufweisen, gibt es aus ganz unterschiedlichen Gründen kein Interesse am wissenschaftlichen Diskurs. a) Aus den genannten Gründen der „kommerziellen Beweisführung“, b) weil die Methoden, Daten und Herangehensweisen Eigentum der Institute bzw. der Auftraggeber sind. Eine Abschottung gegenüber der Öffentlichkeit wahrt den Konkurrenzvorteil. c) Weil die verschiedenen Studien jeweils wechselnde Erkenntnis- und Verwertungsinteressen aufweisen. Zielgruppensegmentationen hängen also direkt von den Marketingplänen der Kunden ab. Jeweils neue Typologien sind die Folge. d) Der zeitraubende Weg des Transparentmachens, der Veröffentlichung und Diskussion paßt nicht in die schnellen Abläufe der marktnahen Forschung.

- Aber auch die Forschung im wissenschaftlichen Kontext neigt dazu, „das Rad“ immer wieder neu zu erfinden. Zahlreiche Studien, die als Abschlußarbeiten von Studenten abgegeben werden, weisen gravierende Qualitätsmängel auf, weil die Ressourcenausstattung zu gering und die Betreuung zu unkritisch ist. Das Abenteuer der Empirie ist offenbar verlockender als die mühsame Arbeit der Sekundäranalyse. Das im Bericht genannte Beispiel einer 6er-Typologie auf Basis von zwölf Fällen illustriert diese Tendenz. Ergebnis ist also auch eine große Heterogenität der empirischen Qualität. Aber es gibt auch legitime Ursachen jeweils spezifischer und immer wieder neuer empirischer Ansätze. Der wichtigste Grund sind a) sich verändernde gesellschaftliche Strömungen, Trends und insgesamt der soziale Wandel. Das Beharren auf scheinbar ewigen geprüften Skalen kann zu einer Blindheit gegenüber diesen Trends führen. b) Selbstverständlich gilt auch für die innerwissenschaftliche Konkurrenz, daß scheinbar gesicherte Methoden verworfen und neue, bessere gesucht und gefunden werden. So wäre beispielsweise die heutige Synthese qualitativer und quantitativer Methoden nicht möglich gewesen, wenn es nicht eine Phase gegeben hätte, in der falsifikationistische Ansätze zurückgewiesen und hermeneutische sowie interpretative Methoden ihre eigene Professionalität entwickelt hätten. c) Schließlich sind auch wissenschaftliche Projekte in unterschiedliche Verwertungskontexte integriert. Der Verwertungszusammenhang hat aber großen Einfluß auf die Forschungsanlagen.

So weisen gerade Projekte im Bereich der „umsetzungsorientierten Wissenschaften“ besonders schwierige Verwertungskonstellationen auf. Sie haben fast immer die Aufgabe, zugleich wissenschaftlich-verallgemeinernde und konkret-umsetzungsorientierte Ergebnisse zu erbringen. Das führt häufig zu einem schwierigen Spagat. Wird zum Beispiel empirisch in einer konkreten Stadt geforscht, so ist es nicht einfach, innovative empirische Methoden in die bewährten Abläufe zu integrieren. Wenn auf Basis von sozialem empirischen Daten Prognosemodelle, Verkehrsmodelle und Planungen erarbeitet werden, dann wird zumeist aus pragmatischen Gründen auf die Sozialstatistiken der Einwohnermeldeämter oder auf andere vorliegende Datenbestände zurückgegriffen: Das sichert ausreichende Stichprobengrößen auf Verkehrszellenebene, schafft Anschlußfähigkeit an bestehende Modelle und liefert zudem echte Ratioskalen. Die wichtigen Dimensionen des Lebensstils bleiben unberücksichtigt, weil es fast unbezahlbar ist, sie auf der Ebene konkreter Räume neu zu erheben.

An den oben dargestellten Befunden einer zielgruppenorientierten Freizeitmobilitätsforschung fällt auf, daß zumeist *entweder* soziodemographisch *oder* auf Grundlage von Einstellungsskalen segmentiert wird. Es muß geprüft werden, ob und wie eine sinnvolle und empirisch richtige Verknüpfung sozialstatistischer (soziodemographischer) und einstellungsbezogener Segmentationen möglich ist (die Forschungssystematik im Projekt U.Move von *Hunecke* – scheint in dieser Frage am weitesten fortgeschritten zu sein, wirft aber auch Fragen auf).

7. Forschungslücken

Um die bisherige Forschung auf dem Gebiet der zielgruppenspezifischen Freizeitmobilität und auch den Ansatz des ISOE zu optimieren, könnte die Bearbeitung der folgenden Aspekte hilfreich sein:

- Wo existieren im Bereich der Freizeitmobilität welche Zielgruppen? (Untersuchung und Vergleich lokaler, regionaler und nationaler Freizeitmobilitätstypen) Welche regionalen Unterschiede gibt es? Warum?
- Wie können soziodemographische und lebensstilspezifische Faktoren sinnvoll miteinander kombiniert und in ein gemeinsames Modell integriert werden?
- Welche genderspezifischen Unterschiede gibt es im Bereich der Freizeitmobilität?
- Welchen Einfluß übt der Raum aus? Variieren die Freizeitmobilitätsstile je nach Herkunftsort? Inwiefern?
- Welche sonstigen, bisher vielleicht vernachlässigten oder sogar unbeachteten Faktoren beeinflussen das Freizeitmobilitätsverhalten? Warum?

- Wie, wann und warum ändern sich Mobilitätsstile? Verläuft die Entwicklung parallel zur Veränderung der Lebensstile oder „hängen“ die Mobilitätsstile hinterher?
- Was führt dazu, daß sich Menschen ausnahmsweise *nicht* so fortbewegen, wie sie es üblicherweise tun würden bzw. wie man es von ihnen erwarten würde?
- Was geschieht, wenn Personen, die man unterschiedlichen Zielgruppen zuordnen würde, gemeinsam unterwegs sind?
- Wie können diese Zielgruppen für welche umweltfreundlichen Fortbewegungsarten gewonnen werden? Bei wem bzw. für welche Zielgruppe ist ein zielgruppenbezogenes Marketing überhaupt sinnvoll?
- Gibt es Zielgruppen, die sich so stark ähneln, daß man die gleichen Maßnahmen anwenden könnte? Falls ja, welche?
- Wie können Brüche bzw. Übergänge zwischen verschiedenen Lebensabschnitten zielgruppenspezifisch genutzt werden? (in Bezug auf eine nachhaltige Freizeitmobilität)
- Welche Zielgruppen sind in der jeweiligen Region überhaupt erwünscht? Wer konkurriert mit wem? Wer soll dort auf keinen Fall angesprochen werden?
- Welche Maßnahmen sind besonders erfolgreich? Warum? Sind sie auf andere Gebiete und/oder Zielgruppen übertragbar?

8. Literatur

- ADAC e.V. (Hg.) (1996a): Umweltgerechte Ferienstätten, Ferienparks und Ferienzentren. Vorschläge zur Umstellung auf eine umweltgerechte Ferienanlage. München
- ADAC e.V. (Hg.) (1996b): Touristische Routen in Deutschland. Eine Informations- und Orientierungshilfe. München
- ADAC e.V. (Hg.) (1989): Neues Denken im Tourismus. Ein tourismuspolitisches Konzept für Fremdenverkehrsgemeinden. München
- ADAC e.V. (Hg.) (1987): Familiengerechte Ferienorte. Eine Planungshilfe für Ferienorte und Beherbergungsbetriebe. München
- Adelt, Peter J./W. Grimmer/E. R. Stephan (1999): Autofahrer-Typen auf Deutschlands Straßen. Sicher Direct Studie '97. Werkstattberichte aus Wissenschaft + Technik 23.
- Axhausen, K.W./A. Zimmermann/S.Schönfelder/G. Rindsfuser/T. Haupt (2000): Observing the rhythms of daily life: A six-week travel diary, Arbeitsbericht Verkehrs- und Raumplanung 25
- Bachmann, T./B. Gawronski/W. Scholl (1998): Werthaltungen und Freizeitmobilität, in: Brannolte et al. (Hg.), a.a.O., S. 77-88
- B.A.T. Freizeit-Forschungsinstitut/H. W. Opaschowski (Hg.) (1996): Freizeitaktivitäten 1996. Eine Repräsentativbefragung vom Freizeit-Forschungsinstitut der British-American Tobacco in der Bundesrepublik Deutschland. Daten zur Freizeitforschung

- Becher, U. (1990): Geschichte des modernen Lebensstils. Essen Wohnen Freizeit Reisen. München
- Beik, U./M. Spitzner (1996): Flexibel, mobil und unbezahlt – eine feministische Studie zur Mobilität der Reproduktionsarbeit, in: Forum entwicklungspolitischer Aktionsgruppen 201/96, S. 14 – 17
- Beutler, F. (1996): Von der Automobilität zur Multimobilität? Mobilitätsmuster in der Berliner Innenstadt. Unveröffentlichte Diplomarbeit am Fachbereich Politische Wirtschaft, Freie Universität Berlin
- Blinde, J./R. Schlich (1998): Freizeitmobilität und Wohnsituation. Eine empirische Untersuchung am Beispiel Dortmund Dorstfeld.
- Böhler, S./O. Reutter (2000): Umweltschonender Einkaufs- und Freizeitverkehr in Halle und Leipzig. Rundbrief 3, März 2000 Zum Modellvorhaben des Umweltbundesamtes
- Bracher, T. (1993): Fährt denn künftig keiner Rad? Systematische Unterschätzung des Fahrradpotentials, in: Internationales Verkehrswesen 45 (1993), S. 50 – 55
- Brannolte, U./K. Axhausen/H.L. Diemel/A. Rade (Hg.) (1998): Freizeitverkehr. Dokumentation eines interdisziplinären Workshops des Bundesministeriums für Bildung und Forschung am 10. und 11. Dezember 1998 in Bonn
- Brög, W. (1998): Grundzüge eines Verhaltens- und Kommunikationsmodells unter besonderer Berücksichtigung von Soft Policies, in: Libbe, J. (Hg.), a.a.O., S. 61-78
- Brunsing, J. (1999): Chancen und Potentiale des öffentlichen Freizeitverkehrs, Diss., Universität Dortmund
- CITY:mobil (Hg.) (1999): Stadtverträgliche Mobilität: Handlungsfragen für eine nachhaltige Verkehrsentwicklung in Stadtregionen (Stadtökologie, Bd. 3)
- De Haan, G. (1998): Umweltkommunikation im Tourismus
- Dennerlein, R. K.-H./U. Hofmann (1993a): Tourismus und Verkehr im Oberallgäu, Band I (Bestandsaufnahme, Ziele und Strategien)
- Dennerlein, R. K.-H./U. Hofmann (1993b): Tourismus und Verkehr im Oberallgäu, Anlagen. Band II (Abbildungen, Tabellen, Übersichten), Band III (Befragungen und Methoden)
- Deutsche Gesellschaft für Freizeit DGF (Hg.) (1999): Freizeit in Deutschland. Freizeittrends 2000plus. DGF-Jahresgutachten
- Deutsche Gesellschaft für Freizeit DGF (Hg.) (1997): Mobil in der Freizeit: Familie. Eine Stellungnahme der Arbeitsgruppe „Freizeitmobilität und Familie“ der Deutschen Gesellschaft für Freizeit mit Maßnahmenkatalog
- Deutsche Verkehrswissenschaftliche Gesellschaft DVWG (Hg.) (1997): Freizeitverkehr im Zeichen wachsender Freizeitmobilität, Kurs VI/96, 13. - 14. Juni 1996 in Goslar, B 192

- Deutsche Verkehrswissenschaftliche Gesellschaft DVWG (Hg.) (1983): Die Bedienung ländlicher Räume – eine Aufgabe aller Verkehrsträger (B 64)
- Dienel, H.-L./A. Knie (1998): Kontrasträume im Freizeit- und Urlaubsverkehr. Raumpartnerschaften und räumliche Aktionsmuster von Reisenden, in: Brannolte et al. (Hg.), a.a.O., S. 31-42
- Echterhoff, W. (1998): Motive der Freizeitmobilität, in: Brannolte et al. (Hg.), a.a.O., S. 89-98
- Ecolog-Institut (1999): Wegweiser durch soziale Milieus und Lebensstile für Umweltbildung und Umweltberatung
- Feige, M. (1991): Zum Ausflugsverkehr in Reisegebieten, Diss., Schriftenreihe des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr an der Universität München, Heft 41
- Forschungsgesellschaft für umweltschonende Energieumwandlung und –nutzung (1996): Konsumentenanalyse der Schleswig-Kunden als Voraussetzung für die erfolgreiche Entwicklung und Vermarktung von Energiedienstleistungen
- Frei, A./Eckert, A. (1998) KG: Ökologisch – aber preisgünstig. Aktuelle Trends im Bereich Tourismus und Umwelt, in: Politische Ökologie, Tourismus special '98, S. 13-14
- Frey Marti, C./C. Laesser (1997): Freizeitverkehr aus der Sicht der Tourismusorte, in: DVWG (Hg.) (1997), a.a.O., S. 81–106
- Frey Marti, C. (1996): Verkehrs- und Umweltproblematik in touristischen Gebieten. Analyse, Lösungsansätze, Auswirkungen. Untersucht am Beispiel Oberengadin (St. Galler Beiträge zum Tourismus und zur Verkehrswirtschaft: Reihe Tourismus, Bd. 28)
- Freyer, W. (1995): Tourismus. Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie, 5. vollständig überarb. u. erweiterte Auflage
- Frömbling, S. (1993): Zielgruppenmarketing im Fremdenverkehr von Regionen: ein Beitrag zur Marktsegmentierung auf der Grundlage von Werten, Motiven und Einstellungen, Diss., Schriften zu Marketing und Management, Band 21
- Fuhrer, U./F. Kaiser (1994): Multilokales Wohnen. Psychologische Aspekte der Freizeitmobilität
- Garhammer, M. (1996): Balanceakt Zeit: Auswirkungen flexibler Arbeitszeiten auf Alltag, Freizeit und Familie, 2. Auflage
- Geiger, G. (1996): Psychologie der modernen Gesellschaft, in: Schade, D./M. Steierwald (Hg.): Zusammenhang und Wirkung – Raum und Stadt, Nr. 53/März 1996, S. 34-46
- Gluchowski, P. (1988): Freizeit und Lebensstile. Plädoyer für eine integrierte Analyse von Freizeitverhalten/DGFF (Hg.)
- Götz, K./W. Loose/S. Schubert (2001a): Forschungsergebnisse zur Freizeitmobilität. Zwischenergebnisse aus dem UBA-Projekt „Minderung der Umweltbelastungen des Freizeit- und Tourismusverkehrs“, ISOE-DiskussionsPapiere 7

- Götz, K./W. Loose/M. Schmied/S. Schubert (2001b): Mobilitätsstile in der Freizeit. Forschungsbericht des UBA-Projekts „Minderungen der Umweltbelastungen des Freizeit- und Tourismusverkehrs“
- Götz, K. (1999): Mobilitätsstile – Folgerungen für ein zielgruppenspezifisches Marketing. In: J. Friedrichs/K. Hollaender (Hg.), Stadtökologische Forschung. Theorien und Anwendungen. Stadtökologie Band 6. Berlin: Analytika, 299-328
- Götz, K./Th. Jahn/I. Schultz (1997): Mobilitätsstile – ein sozial-ökologischer Untersuchungsansatz. Subprojekt I: Mobilitätsleitbilder und Verkehrsverhalten. Arbeitsbericht. Forschungsbericht „Stadtverträgliche Mobilität“, Band 7
- Grüber, B./Th. Röhr/W. Zängler (1999): Freizeitverkehr in Bayern, in: Der Nahverkehr 9/99, S. 14-18
- Hammer, A. (1996): Angebotskonzept für den Wochenendfreizeitverkehr im Bereich der Odenwaldbahn, unveröffentlichte Diplomarbeit im Fachgebiet Verkehrsplanung und Verkehrstechnik, TH Darmstadt
- Hautzinger, H. (1997): Mobilität verstehen – neue Forschungen, in: Topp, H. (Hg.): Verkehr aktuell: Freizeitmobilität, Grüne Reihe Nr. 38, S. 3ff.
- Hautzinger, H./A. Knie/M. Wermuth (Hg.) (1997): „Mobilität und Verkehr besser verstehen“. Dokumentation eines interdisziplinären Workshops am 5. Und 6. Dezember 1996 in Berlin auf Initiative des Bundesministeriums für Wissenschaft, Bildung, Forschung und Technologie (BMBF)
- Hautzinger, H. (1995): Mobilität verstehen, Verkehr gestalten, in: Fachinformationszentrum Karlsruhe (Hg.): Europäisches Seminar. Mobilität und Gesellschaft (Schopfheim 27./28.03.1995)
- Hautzinger, H./B. Tassaux, Institut für angewandte Verkehrs- und Tourismusforschung e.V., IVT Heilbronn (1989): Verkehrsmobilität und Unfallrisiko in der Bundesrepublik Deutschland, in: Bundesanstalt für Straßenwesen, Bereich Unfallforschung (Hg.): Unfall- und Sicherheitsforschung Straßenverkehr, Heft 72/1989
- Hebenstret, B. von (1999): Fahrstiltypen beim Autofahren, in: Flade, A./M. Limbourg (Hg.): Frauen und Männer in der mobilen Gesellschaft, S. 109-113
- Heinze, G. W. (1998): Verkehr und Freizeit: Wachstum als Chance
- Heinze, G. W./H. Kill (1998): Freizeitverkehr statt Tourismus: Auf dem Wege zu einer zukunftsfähigen Strategie für Deutschland. In: Kühn, G. (Hg.), a.a.O., S. 11-17
- Heinze, W. G./H. Kill (1997): Freizeit und Mobilität. Neue Lösungen im Freizeitverkehr.
- Herzog, S./B. Schäfli/P. Rapp/D. Gros (1994): Freizeit – Freizeitverkehr – Umwelt. Tendenzen und Beeinflussungsmöglichkeiten
- Hilgers, M. (1998): Sozialpsychologische Akzeptanzbedingungen neuer Verkehrspolitik, in: Libbe, J. (Hg.), a.a.O., S. 43-58

- Hilgers, M. (1997): Ozonloch und Saumagen. Motivationsfragen der Umweltpolitik
- Hinz, M. (1998): Die zukünftigen „neuen“ Alten in der Bundesrepublik Deutschland – strategisch relevante Zielgruppe für die Tourismusindustrie?, Diss., Frankfurt am Main, Europäischer Verlag der Wirtschaftswissenschaften, Europäische Hochschulschriften, Reihe 5, Bd. 2334 (1998 A 37327)
- Holz-Rau, H. C./E. Kutter (1995): Verkehrsvermeidung. Siedlungsstrukturelle und organisatorische Konzepte, BfLR (=Materialien zur Raumentwicklung, H 73)
- Holzapfel, H./U. Münsterjohann/F. Lehmann/G. Reesas/H. Wohltmann (1999): Freizeitmobilität: Freizeit und Freizeitverkehr – Eine Bestandsaufnahme, in: Hesse, M./H. Holzapfel/M. Spitzner (Hg.) (1999): Entwicklung der Arbeits- und Freizeitmobilität. Teilprojekt 5: Projektbereich B Rahmenbedingungen der Mobilität in Stadtregionen. Forschungsberichte Band 5, S. 141–207
- Holzapfel, H. (1999): Lebensstil, räumlich-ökologisches Problembewußtsein und Verkehr – zum Umgang mit Zeit, Raum, Natur, in: Buchwald, K./W. Engelhardt (Hg.) (1999): Verkehr und Umwelt. Wege zu einer umwelt-, raum- und sozialverträglichen Mobilität. Umweltschutz – Grundlagen und Praxis Band 1. Umweltschutz – Grundlagen und Praxis 16/1
- Holzapfel, H. (1997): Autonomie statt Auto. Zum Verhältnis von Lebensstil, Umwelt und Ökonomie am Beispiel des Verkehrs. Verkehrsplanung in der Praxis 2. Bonn: Economica (Teile davon auch in: Raumplanung, Dezember 1997, S. 236 – 240, Titel: Städtischer Lebensstil und Verkehr. Spuren der (auto-)mobilen Gesellschaft im Raum.)
- Hüsken, B. (1998): Entwicklungen und Handlungsmöglichkeiten am Fallbeispiel Hannover. In: Kühn, G. (Hg.), a.a.O., S. 61-67
- Hunecke, M. (1997): Nachhaltige Entwicklungen in der Personenmobilität
- Institut für angewandte Tourismusforschung IVT e.V. (1999): Auswirkungen von MIV-Restriktionen auf die lokale Fremdenverkehrswirtschaft
- Institut für Landes- und Stadtentwicklung ILS (Hg.) (2000): U.move. Jugend und Mobilität. Mobilitätsstilforschung zur Entwicklung zielgruppenspezifischer intermodaler Mobilitätsdienstleistungen für Jugendliche. ILS Schriftenreihe Nr. 150 (zit.: ILS)
- Jurczek, P./W. Kreiner/A. Pflaum/H. Wolf (1992): Ideen zur Weiterentwicklung des Fremdenverkehrs in der Fränkischen Schweiz, in: Beiträge zur Kommunal- und Regionalentwicklung, Heft 1
- Kagermeier, A. (1997): Siedlungsstruktur und Verkehrsmobilität. Eine empirische Untersuchung am Beispiel von Südbayern. (=Verkehr spezial, Bd. 3)

- Kalfs, N./Meurs, H. (1998): Netherlands, in: Economic Research Centre (Hg.): Report of the hundred and eleventh round table on transport economics (Round Table 111): Transport and leisure, S. 123 – 146
- Kaspar, C./C. Frey (1993): Freizeit, Mobilität und Tourismus aus sozioökonomischer Sicht, „Forschungspolitische Früherkennung“ (FER) 136/1993
- Kaspar, C. (1988): Herausforderung durch neue Entwicklungen im Fremdenverkehr, Touristik und Verkehr 1988, Heft 2
- Kiegeland, P. (1998): Die physische Bewegung im Raum, in: Brannolte et al. (Hg.), a.a.O., S. 43-61
- Klewe, H. (1997): Aspekte des Mobilitätsmanagements im Freizeitverkehr, in: Topp, H. (Hg.): Verkehr aktuell: Freizeitmobilität. Grüne Reihe Nr. 38, S. 83 –103
- Knoflacher, H. (1998): Austria, in: Economic Research Centre (Hg.): Report of the hundred and eleventh round table on transport economics (Round Table 111): Transport and leisure, S. 53 - 88
- Krippendorf, J./B. Kramer/H. Müller (1986): Freizeit und Tourismus. Eine Einführung in Theorie und Politik. Berner Studien zum Fremdenverkehr, Heft 22
- Krippendorf-Demmel, S. (1993): Forschungslücken in den Bereichen Freizeit – Mobilität – Tourismus, Forschungspolitische Früherkennung FER 138/1993
- Kuckartz, U. (1998)/Enquete-Kommission „Schutz des Menschen und der Umwelt“ des 13. Deutschen Bundestages (Hg.): Umweltbewußtsein und Umweltverhalten
- Küchler, R. (1997): Öffentlicher Personennahverkehr bei Freizeitanlagen und Großveranstaltungen, in: Topp, H. (Hg.): Verkehr aktuell: Freizeitmobilität, S. 41-58
- Kühn, G. (Hg.) (1998): Freizeitmobilität – Entwicklungen und Handlungsmöglichkeiten. Dokumentation eines Seminars des Deutschen Instituts für Urbanistik am 8. und 9. Oktober 1997 in Berlin. Forum Stadtökologie. Wissenschaft und kommunale Praxis im Dialog. Seminar-Dokumentation „Forum Stadtökologie“ 5
- Kutter, E. (1981): Ermittlung von Variablen und Parametern möglicher Gesamtmodelle für Verkehrsanalyse und Verkehrsprognose auf der Grundlage der amtlichen Statistik, in: Bundesminister für Verkehr (Hg.): Forschung Straßenbau und Straßenverkehrstechnik, Heft 339/1981
- Kutter, E. (1972): Demographische Determinanten städtischen Personenverkehrs, Diss. Braunschweig
- Labonte, B. (1996): Lebensstile und Alltagsmobilität. Unveröffentlichte Diplomarbeit im Fachbereich Gesellschaftswissenschaften, Uni Gießen
- Lanzendorf, M. (2000): Freizeitmobilität. Unterwegs in Sachen sozialökologischer Mobilitätsforschung, Diss., Uni Trier

- Lanzendorf, M. (1995): Quantitative Aspekte des Freizeitverkehrs, unveröffentlichter Abschlußbericht zum Praktikum am Wuppertal Institut für Klima, Umwelt und Energie
- Libbe, J. (Hg.) (1997): Mobilitätsleitbilder und Verkehrsverhalten: Potentiale und Beispiele für zielgruppenorientierte Kommunikations- und Vermittlungsstrategien, Seminar-Dokumentation „Forum Stadtökologie“ 7, Deutsches Institut für Urbanistik DIFU, Berlin
- Linden, A. et al. (1999): Gender Travelling and Environmental Impacts, in: Society and Natural Resources, Vol. 12
- Lüking, J. (1997): Perspektiven des Freizeitverkehrs – Ausprägungen und Entwicklung, in: DVWG (Hg.) (1997), a.a.O., S. 13 - 21
- Lüking, J./E. Meyrath-Schlee (1994)/Schweizerisches Verkehrs- und Entwicklungsdepartement, Bundesamt für Strassenbau (Hg.): Perspektiven des Freizeitverkehrs – Teil 1: Determinanten und Entwicklungen
- Martin, E. (1986): Entwicklung der touristischen Nachfrage im ländlichen Raum, in: Bundesminister für Raumordnung, Bauwesen und Städtebau (Hg.): Entwicklung ländlicher Räume durch den Fremdenverkehr. Forschungsberichte und Seminarergebnisse, Heft Nr. 06.058, S. 19-39 und 64/65
- Meier, R. (2000a): Freizeitverkehr. Analysen und Strategien. Verkehr und Umwelt, Bericht D 5
- Meier, R. (2000b): Daten zum Freizeitverkehr. Methodische Analysen und Schätzungen zum Freizeitverkehr. Materialienband M 19
- Meier, R. (2000c): Nachhaltiger Freizeitverkehr
- Meyer, T./K. Willich-Michaelis (1991): Zukunftsraum Hessen – Thüringen (Heft 2): Fremdenverkehr in Thüringen. Grundzüge einer Entwicklungskonzeption, HLT Gesellschaft für Forschung Planung Entwicklung mbH, HLT-Report-Nr. 292
- Mondon, E.-H. (1998): Ein Erfahrungsbericht aus Erlangen, in: Kühn, G. (Hg.), a.a.O., S. 41-57
- Opaschowski, H.W. (1999): Umwelt, Freizeit, Mobilität: Konflikte und Konzepte, 2. völlig neu bearbeitete Auflage
- Opaschowski, H.W. (1998): Umwelt, Mobilität und Tourismus. Im Zeitvergleich der 80er und 90er Jahre. Tourismusanalyse '97/98 vom Freizeit-Forschungsinstitut der British American Tobacco. Grundlagenstudie zur Tourismusforschung
- Opaschowski, H.W./C. Duncker (1997): Jugend und Freizeit. Bestandsaufnahme und aktuelle Analysen zu den Themen Arbeit, Freizeit und Lebensstil in den 90er Jahren. 2. aktualisierte und erweiterte Auflage des Skripts "Jugend und Freizeit" (1996). Skript zur Freizeitforschung
- Opaschowski, H.W. (Hg.) (1995): Freizeit und Mobilität. Analyse einer Massenbewegung. Schriften zur Freizeitforschung 12
- Opaschowski, H.W. (1994): Einführung in die Freizeit-Wissenschaft. Freizeit- und Tourismusstudien 2

- Opaschowski, Horst W./U. Neubauer/R. Stubenvoll/R. Wernitz (1987): Konsum in der Freizeit. Zwischen Freisein und Anpassung. Schriftenreihe zur Freizeitforschung Band 7
- Petermann, Th./Ch. Wennrich (1999): TA-Projekt „Entwicklung und Folgen des Tourismus“. Bericht zum Abschluß der Phase II. TAB-Arbeitsbericht Nr. 59
- Petermann, Th. (1997): TA-Projekt „Entwicklung und Folgen des Tourismus“. Bericht zum Abschluß der Phase I
- Planersocietät (2001): Best practise – State of the art (unveröffentlichter Bericht)
- Planersocietät (1999): Verkehrsauswirkungen und Besucherstruktur von Freizeitgroßeinrichtungen. Befragung in zwei Großdiscotheken in der Region Halle/Leipzig. Modellvorhaben des Umweltbundesamtes: Umweltschonender Einkaufs- und Freizeitverkehr. Teilbericht 5
- Reutter, O./S. Böhler/J. Blinde (1999): Haushaltsbefragung im Stadtteil am Johannesplatz (Halle/Saale) im Juli 1998. Modellvorhaben des Umweltbundesamtes: Umweltschonender Einkaufs- und Freizeitverkehr. Teilbericht 3
- Rhein-Main-Verkehrsverbund RMV (1999): *WAYflow* – Das Projekt. Mobilität für das 21. Jahrhundert (Stand: September 1999)
- Romeiss-Stracke, F. (1997): Freizeitmobilität – Dimensionen, Hintergründe, Perspektiven, in: Topp, H. (Hg.): Verkehr aktuell: Freizeitmobilität. Grüne Reihe Nr. 38, Kaiserslautern, S. 105 - 123
- Schmidt, I. (1990): Zur territorialen Mobilität sozialer Gruppen, in: Wissenschaftliche Zeitschrift, Hochschule für Verkehrswesen „Friedrich List“ Dresden, Jahrgang 1990, Heft 3 (Heft 141 der laufenden Reihe), S. 549 - 555
- Schmidt, K. (1996): Freizeitverkehr aus Sicht des Automobils, in: DVWG (Hg.), a.a.O., S. 56-73
- Schmitt, J. (1997): Tennissocken, Erlebnisorientierung und Autofahren. Eine nicht ganz unernst gemeinte Strategie zur Eindämmung des Autowahns, in: Informationskreis für Raumplanung IfR (Hg.) (1997): RaumPlanung (Einzelheft), S. 253 - 257
- Schubert, S./K. Götz (2001): Impulsreferat zum Expertenworkshop am 12.12.2000 in Berlin: Freizeitverkehr – Stand und Forschungsbedarf aus der Sicht der unterschiedlichen Disziplinen
- Schulze, H. (1999): Lebensstil, Freizeitstil und Verkehrsverhalten 18- bis 34jähriger Verkehrsteilnehmer. Berichte der Bundesanstalt für Straßenwesen Mensch und Sicherheit, Heft M 103
- Schulze, H. (1996): Lebensstil und Verkehrsverhalten junger Fahrer und Fahrerinnen. Mensch und Sicherheit, Berichte M 56. Bergisch Gladbach
- Sinus (1991): Stadtverkehr im Wertewandel. SINUS-Institut
- Smeral, E. (1994): Tourismus 2005. Entwicklungsaspekte und Szenarien für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft

- Spellerberg, A./R. Berger-Schmitt (1998): Lebensstile im Zeitvergleich: Typologien für West- und Ostdeutschland 1993 und 1996. WZB Forschungsschwerpunkt Sozialer Wandel, Institutionen und Vermittlungsprozess FS III 98-403. Berlin
- Spellerberg, A. (1994a): Alltagskultur in Ost- und Westdeutschland. Unterschiede und Gemeinsamkeiten. WZB papers, Arbeitsgruppe Sozialberichterstattung P 94-101
- Spellerberg, A. (1994b): Lebensstile in West- und Ostdeutschland. Verteilung und Differenzierung nach sozialstrukturellen Merkmalen. WZB papers, Arbeitsgruppe Sozialberichterstattung P 94-105. Berlin
- Spellerberg, A. (1992): Freizeitverhalten – Werte – Orientierungen. Empirische Analysen zu Elementen von Lebensstilen. WZB-Arbeitspapier P 92 – 101
- Spiegel-Dokumentation (1993): Auto, Verkehr, Umwelt
- Stete, G. (1996): Mobilität von Frauen in unterschiedlichen Lebenssituationen. Bericht zum Forschungsprojekt des Zentrums für interdisziplinäre Technikforschung der Technischen Hochschule Darmstadt
- Stete, G. (1995): Forderungen an die Stadtplanung – Frauen unterwegs, in: Internationales Verkehrswesen 47 (1995), S. 35–42
- Targetgroup Verkehrsmarktforschung (1994): Markt- und Potentialstudie für den RMV
- Tokarski, W./R. Schmitz-Scherzer (1986): Die Suche nach neuen Wegen. Zum Stand der Freizeitforschung. In: Lüdtkke, H./S. Agricola/U. Karst: Methoden der Freizeitforschung, S. 21-26
- Tully, C. J. (1998): Rot, cool und was unter der Haube. München
- Uttitz, P. (1985): Freizeitverhalten im Wandel, Deutsche Gesellschaft für Freizeit, Heft 62
- Zängler, W./G. Karg/J. Sumpf (1998): Ein mikroökonomischer Ansatz zur Analyse der Mobilität privater Haushalte. In: VDI (Hg.): Gesamtverkehrsforum in Braunschweig am 05./06.03.1998 (Tagungsband-VDI Berichte 1372), S. 1-11 (Druckvorlage)
- Zegg, R./H.-H. Matter, Grischconsulta AG (1992): Verkehrsmanagement in Ferienregionen

9. Summary

A Literature Analysis on Target-group-specific Leisure Mobility

This analysis – carried out on behalf of the project MobiHarz that is patronised by the Federal Ministry of Education and Research – has the aim to explore the state of the art in the area of target-group-specific leisure mobility. It refers to three major topics (research on leisure mobility, target-group-related mobility and target-group-related leisure) and presents the ISOE-approach of “leisure mobility styles”. The results of more than one decade’s sociological literature are summarised.

In terms of leisure mobility, it turns out, that only integrated concepts with attractive packages of regional measures will be successful (in the sense of being both environmentally friendly and socially acceptable). Additionally, interdisciplinary research, the extension of telemetric and information systems will be important in the future. Furthermore, the importance of client- and event-orientated marketing and advertising is emphasised.

When it comes to target-group-related mobility research, it becomes obvious, that not only socio-demographic data, but also life style information has to be investigated. The target-groups would also be of use for the development of databases that help to use comfortable mobility services. It is taken for granted that complex life style-based methods will win further relevance in the future mobility research.

The target-group-related leisure research comes to the result that not only economic and demographic features but also orientations and values are relevant for the personal choice of leisure activities. Life styles modify the general relation between age or social status and leisure activity. That is why different regions should find and then approach “their” target groups directly.

The ISOE-approach that is based on the model of “mobility styles” has been applied on leisure mobility and shows that lifestyle-specific attitudes and orientations significantly influence both leisure activities and the choice of transport modes. In addition, different mobility profiles are being worked out and combined with indicators of environmental pollution. The latest study shows that target-group-specific steps towards sustainability must take the different orientations, motives and desires of lifestyle groups into account.

The relevance of life style orientations and symbolic aspects is scientifically proved, but – as this state of the art shows – up to now neither the scientists nor the commercial market researchers have agreed on the question which orientations influence the traffic and leisure behaviour. This explains the existence of a tremendous amount of different typologies, target group segmentations and life style models. It would make sense to systemise and – if possible – standardise the method of target-group-related (leisure) mobility research. The aim should be to define quality criteria for the empirical research of social differences in terms of mobility and leisure and to construct common scales, items and variables. Another obvious point is, that most studies either use socio-demographic or attitude-based scales for their segmentations. It would make sense to have a closer look on the efficiency of a combination of both strategies.

ISOE – Institut für sozial-ökologische Forschung

Das ISOE – Institut für sozial-ökologische Forschung ist ein unabhängiges, transdisziplinäres Forschungsinstitut in Frankfurt am Main. Wir entwickeln sozial-ökologische Konzepte für eine nachhaltige Entwicklung. Durch unsere Forschung liefern wir fundierte Entscheidungsgrundlagen für Gesellschaft, Politik und Wirtschaft. Zu den Forschungsthemen gehören Wasser, Energie, Klimaschutz, Mobilität, Urbane Räume, Biodiversität und sozial-ökologische Systeme.

Unsere Informationsangebote:

<http://www.isoe.de>

<http://www.isoe.de/medien/newsletter>

<https://twitter.com/isoewikom>