

## Interviews zur Alltags- und Wochenendfreizeit: Motive, Aktivitäten, Entscheidungsprozesse<sup>1</sup>

Dr. Herbert Gstalter, Dr. Wolfgang Fastenmeier & Ulf Lehnig  
mensch-verkehr-umwelt, Institut für Angewandte Psychologie  
Thalkirchner Str. 76, 80337 München  
info@mensch-verkehr-umwelt.de

### 1 Stand der Forschung zum Freizeitverkehr

Dem Freizeitverkehr kommt in unserer Gesellschaft ein immer größerer Stellenwert zu: Auf Freizeitfahrten in Deutschland entfällt mittlerweile über 50% der Verkehrsleistung mit weiter steigender Tendenz. Trotzdem war bis vor kurzem die Diskrepanz zwischen der Bedeutung vor allem des motorisierten Freizeitverkehrs und dem Grad seiner Erforschung immer noch eklatant. Dabei waren weder die Ursachen noch die Erscheinungsformen des Freizeitverkehrs im einzelnen wirklich bekannt. Einfach ausgedrückt war folgende Frage noch nicht hinreichend beantwortet:

*Wer ist aus welchen Gründen wann zu welchem Freizeitweck mit welchem Verkehrsmittel auf welcher Route wohin unterwegs?*

Mit einer Beantwortung dieser Frage erhält man eine *Beschreibung* des Ist-Zustandes des Phänomens Freizeitverkehr. Damit wäre zugleich eine Grundlage auch für Prognosen im Sinne quantitativer Vorhersagen der Entwicklung von Freizeitmobilität gelegt. Eine Beschreibung des beobachtbaren Freizeitverhaltens und seiner Bestimmungsfaktoren liefert aber noch keine *Erklärung*, d.h., damit kann noch nicht die weitergehende Frage beantwortet werden, warum welche Variablen für ein bestimmtes Freizeitverhalten entscheidend sind. Ein solches Wissen wäre aber z.B. Voraussetzung für effektive *Beeinflussungen* der Freizeitmobilität. Daher ist es unbestreitbar wichtig, über die Beschreibung des äußeren, beobachtbaren Freizeitmobilitätsverhaltens hinaus die *Gründe und Motive* zu erfahren, welche die Entscheidung, überhaupt mobil zu werden, die Verkehrsmittelwahl, die Ziel- und Routenwahl etc., determinieren.

Seit einigen Jahren hat nun das BMBF gezielt Projektverbände gefördert, die oben genannte Fragestellungen beforscht haben (vgl. [www.freizeitverkehr.de](http://www.freizeitverkehr.de)). Dabei sind wertvolle Informationen zum Freizeitmobilitätsverhalten – auch spezieller Zielgruppen wie Jugendlicher und Senioren – zusammengetragen worden. Im Rahmen des Projektverbundes ALERT (Alltags- und Erlebnisfreizeit) sollten für die beiden Mobilitätsformen Alltags- und Wochenendfreizeit wissenschaftlich fundierte Erklärungs- und Gestaltungsansätze entwickelt bzw. verbessert werden. Dazu wurde zunächst eine nutzerorientierte begriffliche Klärung der Kategorie „Freizeitmobilität“ vorgenommen (vgl. Fastenmeier, Gstalter & Lehnig, 2001a). Dies bildete die Grundlage für repräsentative sowie demonstratorbezogene Erhebungen zur Beschreibung des Freizeitverkehrs. Zentrales Anliegen ist aber das „Verstehen“ von Freizeitmobilität, also das Befassen mit Gründen, Motiven und Entscheidungsprozessen. Dazu stellen Tiefeninterviews eine nötige Ergänzung zu den üblichen quantitativ orientierten Vorgehensweisen dar. Solche Interviews haben wir im Raum Oberbayern durchgeführt. Im Überblick stellen wir hier eine Reihe ausgewählter Ergebnisse vor. Eine integrierende Betrachtung zum Thema „Freizeitmobilität“ enthält das mittlerweile erschienene Buch „Mobilität in der Alltags- und Erlebnisfreizeit. Erscheinungsformen, Ursachen und Beeinflussungsmöglichkeiten“ (Fastenmeier, Gstalter & Lehnig, 2004).

---

<sup>1</sup> Das diesem Beitrag zugrundeliegende Vorhaben wurde mit Mitteln des BMBF unter dem Förderkennzeichen 19M0004D gefördert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung liegt bei den Autoren.

## 2 Theoretischer Hintergrund

Abbildung 1 skizziert den theoretischen Rahmen für das Zustandekommen von Freizeitmobilität (in Anlehnung an Lüking & Meyrat-Schlee, 1994). Im Mittelpunkt des Schemas steht das raum-zeitliche Freizeitmobilitätsverhalten. Grundlage dieser Handlung ist die Aktivierung eines mobilitätsrelevanten Motivs. Daraus entwickelt sich in Abhängigkeit von persönlichen, sozialen und räumlichen Teilnahmevoraussetzungen ein bestimmtes Mobilitätsverhalten, welches durch Entscheidungsprozesse der Ziel / Zeit / Verkehrsmittel / Routenwahl beschrieben werden kann.

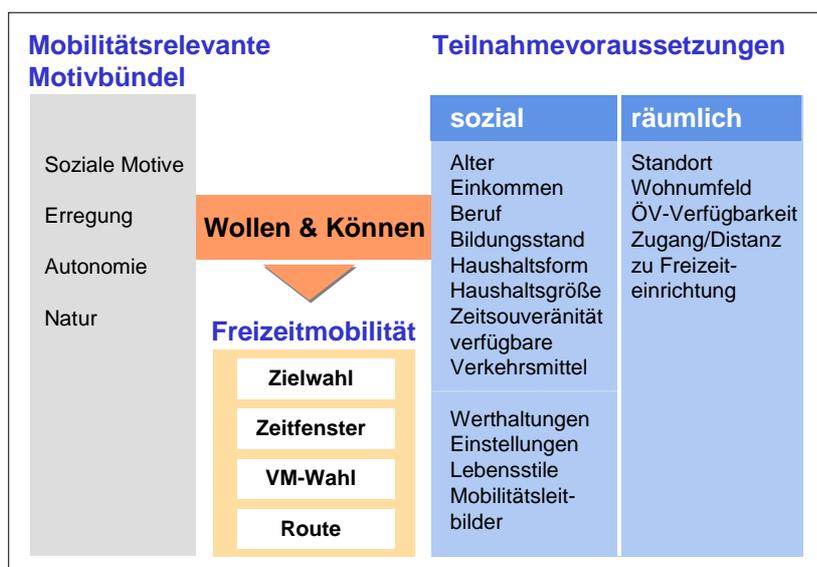


Abbildung 1  
Elemente für das Zustandekommen von Freizeitmobilität (aus Fastenmeier, Gstalter & Lehnig, 2001b)

Im Rahmen dieses Beitrags greifen wir eine Reihe von Ergebnissen zu folgenden Fragen heraus:

- Wie hängen Motive und Aktivitäten zusammen? Welche Motivbündel erzeugen also in welcher Mischung welche konkreten Ausprägungen von Freizeitmobilität und umgekehrt: Lassen sich bestimmte Freizeithandlungen auf typische Bedürfniskonstellationen zurückführen?
- Spielen dabei neben dem Wunsch, einen Zielort zu erreichen, in nennenswertem Umfang auch Motive der sozialen und räumlichen Flucht oder das Bedürfnis, unterwegs zu sein eine Rolle?
- In welchem Umfang werden Freizeithandlungen spontan durchgeführt, bewusst geplant oder als Gewohnheiten weitgehend automatisch gesteuert?
- Wie ist die Hierarchie der Entscheidungsprozesse bei der Zielort-/Zeitfenster-/Verkehrsmittel- und Routenwahl beschaffen und welche Anteile an Gewohnheit, Spontaneität und Planung stecken in ihren einzelnen Komponenten?
- Welche Variationen ergeben sich durch unterschiedliche Teilnahmevoraussetzungen, d.h. wie werden die Ergebnisse zu den obigen Fragen durch persönliche, soziale und räumliche Bedingungen beeinflusst?

Alle aufgeworfenen Fragen sollen für die Alltags- und Wochenendfreizeit getrennt untersucht werden.

### 3 Untersuchungsplan

Von Mai bis August 2001 wurden im Raum Oberbayern 280 Interviews von sieben trainierten Interviewern durchgeführt. Das Interview dauerte im Mittel etwa eine Stunde und wurde anhand eines Leitfadens geführt. Schon vor dem Interviewtermin hatten die Probanden einen Personen- und Haushaltsfragebogen, der Ihnen postalisch zugegangen war, auszufüllen. Das Interview selbst gliederte sich in eine Erfassung von Alltagsfreizeitmobilität einerseits und Wochenendfreizeitmobilität andererseits.

Bei der Alltagsfreizeitmobilität wurde zunächst für eine Liste von 11 Freizeitaktivitäten erhoben, ob bzw. wie häufig sie von den Interviewpartnern durchgeführt werden. Mit der häufigsten Freizeitaktivität beginnend wurde dann nach der letzten Aktivität dieser Art gefragt. Dabei standen die benutzten Verkehrsmittel und die Gründe ihrer Wahl, die zugrundeliegenden Motive, der Automatisierungsgrad der Aktivität und der Entscheidungsprozess für Zielorte, Zeitfenster, Verkehrsmittel und Routenwahl im Vordergrund. Erfasst wurden nur solche Freizeitaktivitäten, die nicht ausschließlich zu Fuß oder mit dem Fahrrad erledigt wurden.

Bei der Erhebung zur Wochenendfreizeitmobilität bezogen sich alle Fragen auf einen einzigen Freizeitweg, der die folgenden Bedingungen erfüllen musste: Er sollte an einem Samstag, Sonntag oder Feiertag durchgeführt worden sein, mindestens 4 Stunden gedauert haben, aber keine Übernachtung außerhalb der Wohnung beinhalten, überwiegend Freizeitcharakter aufweisen und mindestens einen Anteil motorisierter Verkehrsteilnahme enthalten. Dann wurde der zeitlich letzte Weg, der diese Bedingungen erfüllte, ermittelt und zur Grundlage der Befragung genommen. Es handelt sich also um typische Halb- oder Ganztagesausflüge an Wochenenden und Feiertagen.

## 4 Ergebnisse

### 4.1 Motive und Aktivitäten in der Alltagsfreizeit

Eine allgemein akzeptierte Theorie über grundlegende menschliche Motive, die freizeitmobilitätsauslösend sind, existiert nicht. Nach der Durchsicht der Literatur zu allgemeinen Motivtheorien, Listen von Bedürfnissen in der Freizeit und von allgemein mobilitätsbestimmenden Gründen haben wir vier freizeitmobilitätsrelevante Motivbündel definiert (vgl. Abbildung 1): Soziale Motive, Abwechslung, Autonomie und Naturbedürfnisse. Die ersten drei Motive entstammen der Theorie der sozialen Motivation von Bischof (1985); das Bedürfnis nach Erholung in der Natur haben wir themenspezifisch ergänzt. Diese Vierergruppierung entspricht weitgehend auch empirischen Ergebnissen, die von gänzlich anderen theoretischen Modellen (Handlungstheorie, „sozial-ökologischer“ Forschungsansatz) ausgehend erarbeitet worden sind.

Bei der Befragung zur Alltagsfreizeit mussten unsere Probanden zur jeweils letzten zurückliegenden Aktivität aus einer vorgegebenen Liste von Freizeitaktivitäten angeben, welches der vier Motivbündel am besten beschrieb, was sie zur Durchführung der Handlung veranlasst hatte. Die Vpn konnten auch mehrere Motivbündel benennen, mussten diese dann aber in eine Reihenfolge bringen. Ordnet man nun den Aktivitäten die verursachenden Hauptmotivbündel zu, ergeben sich die Daten aus Tabelle 1.

Die Daten zeigen, dass sich die Alltagsfreizeitaktivitäten im wesentlichen aus dem Wunsch nach Kontakt (soziale Motive) und dem Bedürfnis nach Abwechslung ergeben. Das Autonomiebedürfnis spielt eine untergeordnete Rolle und das Bedürfnis nach Natur manifestiert sich lediglich bei der Aktivität Spazieren gehen. Beim Besuch von Freunden/Verwandten dominiert das soziale Bedürfnis extrem; beim Treffen von Freunden/Bekanntem vermischt es sich stärker mit dem Abwechslungsmotiv. Dies zeigt sich besonders deutlich darin, dass als Motiv für private Besuche meist nur das Kontaktbedürfnis

genannt wurde, beim Treffen außerhalb der Wohnung jedoch typischerweise beide Motive zum Tragen kamen, wenn auch bei der Prioritätensetzung das soziale Motiv Vorrang erhielt. Bei den meisten anderen Aktivitäten ist das Abwechslungsmotiv entscheidend, es variiert dabei nur der Anteil, zu dem die anderen Motivbündel beitragen.

Tabelle 1  
Aktivitäten und Motivbündel in der Alltagsfreizeit (in %)

| Hauptaktivität             | Soziale Motive | Abwechslung etc. | Autonomie | Wunsch nach Natur etc. |
|----------------------------|----------------|------------------|-----------|------------------------|
| Freunde etc. besuchen      | <b>87,8</b>    | 12,2             | 1,6       | 0,5                    |
| Freunde etc. treffen       | <b>73,3</b>    | 22,4             | 2,6       | 1,7                    |
| In Kneipe etc. gehen       | 44,1           | <b>51,7</b>      | 4,2       | 0,0                    |
| In Disco etc. gehen        | 36,0           | <b>60,0</b>      | 4,0       | 0,0                    |
| Kulturelle Aktivitäten     | 5,6            | <b>91,0</b>      | 2,3       | 1,1                    |
| Spazieren gehen            | 8,9            | 23,2             | 3,6       | <b>60,7</b>            |
| Spazieren fahren           | 5,0            | <b>65,0</b>      | 10,0      | 20,0                   |
| Sportveranstaltg. besuchen | 30,8           | <b>65,4</b>      | 0,0       | 0,0                    |
| Sport betreiben            | 7,8            | <b>55,7</b>      | 19,1      | 16,5                   |
| Ehrenamt etc.              | <b>47,1</b>    | 32,4             | 20,6      | 0,0                    |

Legende: Die häufigsten Nennungen sind fett hervorgehoben

#### 4.2 Motive und Aktivitäten in der Wochenendfreizeit

Auch bei den Wochenendausflügen haben wir unsere Probanden gebeten, für die von ihnen berichteten Aktivitäten das Hauptmotiv zu nennen. Die Motivbündel waren identisch formuliert, im Gegensatz zur Alltagsfreizeit ist jedoch die Aktivitätenliste etwas verändert. Tabelle 2 zeigt die Zuordnung der Hauptmotive zu den Aktivitäten.

Der Wunsch nach Kontakt ist nunmehr lediglich beim privaten Besuch dominierend. Dagegen bleibt das Abwechslungsmotiv sehr einflussreich, manche Aktivitäten werden fast ausschließlich damit begründet. Neu hinzu tritt im Vergleich zur Alltagsfreizeit der Wunsch nach Natur, der Spaziergänge, Radtouren, Spazierfahrten mit dem Auto motiviert und auch beim Badeausflug und Sport treiben den stärksten Einfluß ausübt. Im Gegensatz zu häufig geäußerten Behauptungen bleiben auch hier die Autonomiebedürfnisse unbedeutend.

Tabelle 2  
Aktivitäten und Motivbündel in der Wochenendfreizeit (in %)

| Hauptaktivität            | Soziales Motiv | Abwechslung etc. | Autonomie | Wunsch nach Natur etc. |
|---------------------------|----------------|------------------|-----------|------------------------|
| Privater Besuch           | <b>66,7</b>    | 16,7             | 4,2       | 12,5                   |
| Kulturelle Aktivität      | 7,1            | <b>71,4</b>      | 14,3      | 7,1                    |
| Geselligkeit              | 32,0           | <b>50,0</b>      | 1,4       | 16,7                   |
| Badeausflug               | 6,3            | 43,8             | 0,0       | <b>50,0</b>            |
| Freizeitpark              | 0,0            | <b>91,7</b>      | 0,0       | 8,3                    |
| Aktiv Sport treiben       | 5,7            | 42,9             | 5,7       | <b>45,7</b>            |
| Besuch Sportveranstaltung | 0,0            | <b>83,3</b>      | 0,0       | 16,7                   |
| Spazieren fahren          | 0,0            | 0,0              | 33,3      | <b>66,7</b>            |
| Spazieren gehen           | 5,4            | 24,3             | 5,4       | <b>64,9</b>            |
| Radtour                   | 5,0            | 30,0             | 0,0       | <b>65,0</b>            |

Legende: Die häufigsten Nennungen sind fett hervorgehoben.

Wir haben zum Vergleich der relativen Bedeutung der Motivbündel in der Alltags- vs. Erlebnisfreizeit Tabelle 3 erstellt, in der sich über die Aktivitäten hinweg deutlich zeigt, wie sehr sich die Wochenendfreizeit von der Alltagsfreizeit unterscheidet: Während in der Alltagsfreizeit lediglich die Motive nach Kontakt und Abwechslung aufgerufen und in Freizeitmobilität umgesetzt werden, tritt beim Ausflugsverhalten am Wochenende der Wunsch nach frischer Luft und schöner Landschaft hinzu, während das soziale Motiv auf den dritten Rang zurückfällt. In beiden Formen der Freizeitmobilität erweist sich das Autonomiemotiv als unbedeutend.

Tabelle 3  
Hauptmotivbündel in der Alltags- und in der Wochenendfreizeit (in %)

| Motivbündel            | Wochenendfreizeit | Alltagsfreizeit |
|------------------------|-------------------|-----------------|
| Soziale Motive         | 22,9              | 44,9            |
| Abwechslung etc.       | 41,1              | 41,5            |
| Autonomie              | 3,9               | 6,1             |
| Wunsch nach Natur etc. | 32,1              | 7,6             |

### 4.3 Welche Rolle spielen Fluchtmotive und das Bedürfnis unterwegs zu sein?

Freizeitmobilität wird oft analytisch in drei Teile zerlegt: hin zu einem Zielort, unterwegs sein und weg von zu Hause. Wir haben unseren Probanden bei der Wochenendfreizeitbefragung diese drei Grunddispositionen vorgegeben und sie im Hinblick auf den geschilderten Ausflug gebeten, die treffendste Bedürfnislage zu nennen. Dabei ergab sich eine eindeutige Reihung: In 69,3 % wollten die Befragten hin zu einem Zielort; in immerhin 24,6 % der Ausflüge wurde das Motiv „gern unterwegs sein“ angegeben. Auf das Fluchtmotiv „von zu Hause weg“ entfielen gerade 6,1% der Nennungen. Prüft man die Verteilung auf die drei Grundtendenzen pro Aktivität, zeigt sich der Einfluss des Motivs unterwegs zu sein vor allem bei Spaziergängen, Spazierfahrten mit dem Auto und Radtouren, z.T. auch bei „aktiv Sport treiben“. Die Bedeutungslosigkeit des Fluchtmotivs zeigt sich besonders deutlich in der Antwortstruktur auf eine verfeinerte Liste von 15 „Einzelmotiven“, die verschiedene Dimensionen der vier Motivbündel operationalisieren. In Bezug auf den geschilderten Ausflug sollten die Interviewpartner die Liste dieser 15 Einzel motive durcharbeiten und jeweils entscheiden, ob sie eine Rolle gespielt hatten (stimmt/stimmt nicht); wurde mehrmals „stimmt“ angekreuzt, wurde nach dem primären Motiv gefragt: „Welche von den Aussagen trifft es am besten?“. Von den 280 Interviews wurden dabei die Items, die die soziale Flucht („weg von häuslichen Konflikten“) oder die räumliche Flucht („aus der öden Umgebung heraus“) operationalisierten, kein einziges Mal genannt. Die wenigen Fälle, in denen das Grundmotiv „von zu Hause weg“ genannt wurde, erklären sich offenbar mit dem Gesellungsbedürfnis, also der „Flucht“ vor der Einsamkeit: 5% gaben als primäres Einzelmotiv „wollte unter Menschen sein“ an.

### 4.4 Spontane, geplante und routinemäßige Freizeitmobilität

Der Modellierung und auch dem Versuch der Modifikation von Mobilität liegen oft Annahmen über die psychische Struktur von Entscheidungen zugrunde, die die Mobilität erzeugen und in ihrer konkreten Ausgestaltung – insbesondere bei der Verkehrsmittelwahl – beeinflussen. Ein typisches Beispiel dafür stellt etwa die Theorie des geplanten Verhaltens dar (Ajzen, 1991). Welche Aktivitäten in der Alltagsfreizeit oder beim Wochenendverkehr sind nun zu welchen Anteilen Objekt bewusster planerischer Überlegungen, bzw. welche Anteile an Spontaneität oder Routine sind typisch?

Sowohl bei der Alltagsfreizeit- als auch bei der Wochenendmobilität erreichte der Planungsanteil im Mittel über die befragten Aktivitäten keine 40%. In der Alltagsfreizeit wurde den Vereinsaktivitäten (28,6%) und dem Sport treiben (31,8%) ein relativ starker Gewohnheitsanteil zugeschrieben, der sich wohl oft aus dem Umstand erklärt, dass Ort und Zeit der Aktivität von vornherein vorgegeben sind. Für diese regelmäßigen Aktivitäten wurde entsprechend auch ein hoher Anteil von Verpflichtung gesehen. Überwiegend spontan eingestuft wurden Aktivitäten, deren Durchführung durch geeignete Wetterbedingungen gefördert wird (Spaziergehen, Spazierenfahren), aber auch private Besuche, Treffen von Freunden und Restaurant/Kneipenbesuche. Den höchsten Planungsaufwand wiesen kulturelle Aktivitäten auf. Da sie hauptsächlich dem Wunsch nach Abwechslung entspringen, sind sie weniger oft in der konkret vorliegenden Form durchgeführt worden, enthalten somit weniger Gewohnheitselemente und sind dadurch planungsaufwändiger.

Ein ähnliches Bild ergibt sich bei der Wochenendfreizeit, wo wir die Befragten zunächst gebeten hatten, den Ausflug entweder als spontan oder geplant einzustufen. Tabelle 4 faßt das Ergebnis zusammen.

Tabelle 4  
Aktivitäten und Automatisierungsgrad in der Wochenendfreizeit (in %)

| Hauptaktivität<br>(Anzahl)        | Automatisierung |             |
|-----------------------------------|-----------------|-------------|
|                                   | spontan         | geplant     |
| Privater Besuch                   | <b>77,1</b>     | 22,9        |
| Kulturelle<br>Aktivität           | 42,9            | <b>57,1</b> |
| Geselligkeit                      | 48,6            | <b>51,4</b> |
| Badeausflug                       | <b>87,5</b>     | 12,5        |
| Freizeitpark                      | <b>66,7</b>     | 33,3        |
| Aktiv Sport<br>treiben            | 42,9            | <b>57,1</b> |
| Besuch<br>Sportver-<br>anstaltung | 33,3            | <b>66,7</b> |
| Spazieren<br>fahren               | <b>66,7</b>     | 33,3        |
| Spazieren<br>gehen                | <b>75,7</b>     | 24,3        |
| Radtour                           | <b>70,0</b>     | 30,0        |
| Gesamt                            | 61,1            | 38,9        |

Legende: Die häufigsten Nennungen sind fett hervorgehoben.

Scheinbar überwiegt also das spontane Element bei den Ausflügen. Die weitere Befragung zeigte dann aber den starken Routinecharakter. Die Frage „Haben Sie diesen Ausflug schon öfter mal in dieser oder ähnlicher Form unternommen?“ wurde in 71,3 % bejaht. Die Variation reichte von 50 % bei kulturellen Aktivitäten und Freizeitparks bis zu 91,4 % beim aktiv Sport treiben. Die weitere Analyse zeigt: Die Hälfte der Ausflüge, denen Gewohnheitscharakter zugeschrieben wurde, hatten die Befragten schon über 10-mal durchgeführt. Darüber hinaus bestand das Grundmuster der Ausflüge häufig schon über viele Jahre. Zusammenfassend können wir also sagen: Entscheidungen zur Freizeitmobilität am Wochenende sind oft spontan, rufen dann aber typischerweise hoch gelernte Grundmuster von Aktivitäten auf, die nur wenig variiert werden.

#### 4.5 Entscheidungsebenen und Automatisierungsgrad

Nachfolgend soll geklärt werden, in welchem hierarchischen Verhältnis die bei außerhäusigen Freizeitaktivitäten zu treffenden Entscheidungen bezüglich des Zielortes, des Zeitpunktes, der Route und des zu nutzenden Verkehrsmittels stehen. Den Interviewpartnern wurden hierbei insgesamt fünf Entscheidungsebenen vorgelegt und zwar

- „genau wohin“,
- „welcher Tag“,
- „zu welcher Tageszeit“,
- „auf welchem Weg“,
- „mit welchem Verkehrsmittel“.

Die Befragten wurden gebeten, mit Hilfe der Ziffern 1 bis 5 bei jeder in den Interviews thematisierten Freizeitaktivität anzugeben, welche der fünf Entscheidungen sie zuerst, an zweiter Stelle, an dritter Stelle etc. getroffen hatten. Tabelle 5 gibt über alle Aktivitäten der Wochenendfreizeit hinweg einen Überblick über die dadurch zustande gekommene Rangordnung der Entscheidungsebenen.

Tabelle 5  
Rangordnung der Entscheidungsebenen in der Wochenendfreizeit (in %)

| Entscheidungsebene(n) | 1. Stelle   | 2. Stelle | 3. Stelle   | 4. Stelle   | 5. Stelle   |
|-----------------------|-------------|-----------|-------------|-------------|-------------|
| genau wohin           | <b>54,5</b> | 30,1      | 12,2        | 2,1         | 1,1         |
| welcher Tag           | <b>45,7</b> | 35,3      | 12,2        | 6,1         | 0,7         |
| welche Tageszeit      | 10,0        | 11,4      | <b>41,1</b> | 18,2        | 19,3        |
| welcher Weg           | 1,5         | 0,7       | 8,4         | 29,2        | <b>60,2</b> |
| welches VM            | 14,1        | 10,5      | 17,0        | <b>40,6</b> | 17,8        |

Legende: Die häufigsten Nennungen sind fett hervorgehoben.

Die Zeilenmaxima in Tabelle 5 zeigen, dass über alle Freizeitaktivitäten hinweg in der Wochenendfreizeit am häufigsten die Wahl des Zielorts oder die Entscheidung über den Tag des Ausflugs an erster Stelle des Entscheidungsprozesses steht. Die Entscheidung über den Zeitpunkt, an dem der Ausflug begonnen werden soll, steht am häufigsten an dritter Stelle, gefolgt von der Wahl des Verkehrsmittels und der Route.

Für die Alltagsfreizeit ergibt sich ein sehr ähnliches Bild. Der gewählte Tag tritt hier allerdings noch vor den Zielort, während Verkehrsmittel- und Routenwahl noch deutlicher an das Ende des Entscheidungsprozesses verschoben werden. Es liegt die Vermutung nahe, dass hier gar keine eigentlichen Entscheidungen getroffen werden, sondern sowieso feststehende Elemente der Mobilitätshandlung dem Entscheidungsprozess angehängt werden. Wir haben diese Vermutung überprüft, indem wir unsere Befragten auf jeder Entscheidungsebene gefragt haben, ob es sich um spontane, geplante oder gewohnheitsmäßige Entscheidungen handelte.

Tabelle 6  
Automatisierungsgrad pro Entscheidungsebene, Alltagsfreizeit (in %)

| Entscheidungsebene         | Automatisierungsgrad |             |             |
|----------------------------|----------------------|-------------|-------------|
|                            | spontan              | geplant     | Routine     |
| genau wohin                | 31,9                 | <b>49,1</b> | 19,0        |
| welcher Tag                | 41,2                 | <b>48,8</b> | 10,0        |
| zu welcher Tageszeit       | 40,3                 | <b>48,8</b> | 10,9        |
| auf welchem Weg            | 15,8                 | 19,4        | <b>64,9</b> |
| mit welchem Verkehrsmittel | 10,8                 | 17,2        | <b>72,0</b> |

Das Ergebnis für die Alltagsfreizeit ist in Tabelle 6 zusammengefaßt und bestätigt klar unsere Vermutung: Die Route und die Wahl des Verkehrsmittels werden überwiegend automatisch „gewählt“, Ort und Zeitfenster der Handlung sind dagegen Gegenstand von bewusster Planung und spontaner Einflüsse.

Die Wochenendfreizeit zeigt ein strukturell ähnliches Bild. Insgesamt erhöht sich der Planungsanteil auf Kosten der Gewohnheit etwas, wohl wegen der durchschnittlich längeren und komplizierteren Wegeketten, aber der Anteil der routinemäßigen Verkehrsmittelwahl verändert sich nicht. Tabelle 7 zeigt, wie durchgängig diese starke Automatisierung der Verkehrsmittelwahl (also insbesondere der Wahl des PKW, mit dem 86 % der Ausflüge als Hauptverkehrsmittel durchgeführt worden waren) ist.

Tabelle 7  
Aktivitäten und Automatisierungsgrad bei der Wahl des Verkehrsmittels in der Wochenendfreizeit (in %)

| Hauptaktivität                  | Automatisierungsgrad |             |             |
|---------------------------------|----------------------|-------------|-------------|
|                                 | spontan              | geplant     | Routine     |
| Privater Besuch                 | 0,0                  | 9,7         | <b>90,3</b> |
| Kulturelle Aktivität            | 7,1                  | <b>64,3</b> | 28,6        |
| Geselligkeit                    | 5,7                  | 28,6        | <b>65,7</b> |
| Badeausflug                     | 12,5                 | <b>43,8</b> | <b>43,8</b> |
| Besuch von Freizeitpark         | 0,0                  | 8,3         | <b>91,7</b> |
| Aktiv Sport treiben             | 3,0                  | 21,2        | <b>75,8</b> |
| Besuch einer Sportveranstaltung | 20,0                 | 0,0         | <b>80,0</b> |
| Spazieren fahren                | 0,0                  | <b>50,0</b> | <b>50,0</b> |
| Spazieren gehen                 | 2,7                  | 10,8        | <b>86,5</b> |
| Radtour                         | 5,0                  | 25,0        | <b>70,0</b> |

Legende: Die häufigsten Nennungen sind fett hervorgehoben.

Eine Ausnahme bilden lediglich die kulturellen Aktivitäten (die wegen ihrer häufig zentralen Zielorte gut mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar sind und damit wirkliche Planungsalternativen bieten) und die Badeausflüge, die gern mit dem Rad durchgeführt werden, wenn der Zielort genügend nahe liegt. Beschränkt man sich in dieser Analyse auf die Teilmenge der mit dem PKW bewältigten Ausflüge, so steigt der Automatisierungsanteil sogar noch auf ca. 80 % an. Dies ist die Größenordnung, die auch Lanzendorf (2002) bei einer Kölner Stichprobe ermittelt hat.

#### 4.6 Personale, soziale und räumliche Teilnahmevoraussetzungen

Eine konkretes Freizeitmobilitätsverhalten ist einerseits wie besprochen von den zugrunde liegenden Bedürfnissen abhängig, andererseits aber auch an die im Modell der Abbildung 1 genannten Teilnahmevoraussetzungen gebunden. Die Erfüllung dieser persönlichen, sozialen oder räumlichen Mobilitätsbedingungen wird somit ebenfalls Einfluß auf die Häufigkeit und Art der Freizeitmobilität ausüben. Wir haben daher diese Variablen

operationalisiert und in einem Personen- und Haushaltsfragebogen erfasst. Es ergeben sich vielfältige Zusammenhänge zwischen diesen Daten und den erhobenen Informationen zur Alltags- und Erlebnisfreizeit, die hier im einzelnen natürlich nicht dokumentiert werden können. Wir beschränken uns hier auf einige beispielhafte Anmerkungen.

Wir finden in den Daten vielfältige bivariate Beziehungen zwischen den Merkmalen der Freizeitmobilität einerseits und den Teilnahmevoraussetzungen andererseits; so unterscheiden sich z.B. Gartenbesitzer signifikant von der Reststichprobe. Das Merkmal Gartenbesitz ist aber mit einer Vielzahl anderer erhobener Merkmale korreliert, z.B. wohnen Gartenbesitzer seltener in der Stadt, gehören häufiger zu Familien mit großer Haushaltsgröße, haben standortbedingt typische Zugangsvoraussetzungen zu öffentlichen Verkehrsmitteln und Freizeitangeboten usw. Um die relativen Anteile dieser Variablen in ihrer Wirkung auf die Freizeitmobilität messen zu können, kommt daher nur ein multivariater statistischer Ansatz in Frage. Wir haben dazu ein Verfahren verwendet, das auf einem multivariaten Chi-Quadratstest basiert („Answer-Tree“).

Eine Durchsicht der Ergebnisse macht zunächst deutlich, dass der Einfluß verschiedener Parameter auf die Alltagsfreizeit viel stärker wirkt als auf das Ausflugsverhalten am Wochenende. Anders ausgedrückt erweist sich die Wochenendfreizeit als viel homogener; dies gilt sowohl für die Art der Aktivitäten als auch für die zugrunde liegenden Motivstrukturen. Eine Ausnahme bildet dabei die Bedeutung des Abwechslungsmotivs im Wochenendfreizeitverkehr: Für Familien mit Kindern spielt es eine entscheidende Rolle, für junge Paare ohne Kinder oder Singles in viel geringerem Maße, diese wollen sich statt dessen eher erholen. Dies wird durch einen Blick auf die Alltagsfreizeitgestaltung dieser Gruppen verständlich. Während die Familien in ihrer Freizeitgestaltung im wesentlichen auf das Wochenende fixiert sind, unternehmen die jüngeren Singles und auch Paare ohne Kinder wochentags viel mehr, haben also bereits da offenbar genug Abwechslung.

Ein tieferer Blick in die Daten zeigt trotz äußerlich gleicher Aktivitäten manchmal Unterschiede in den auslösenden motivationalen Strukturen sowie der Art der Planungsprozesse für die Freizeitmobilität. Dazu ein Beispiel: Singles und Paare ohne Kinder suchen signifikant häufiger Restaurants und Kneipen auf als andere Lebenszyklusgruppen. Während diese Restaurantbesuche für die Paare überwiegend spontan erfolgten, beschrieben die Singles diese Aktivität als eine geplante. Offensichtlich besteht die Planung darin sicherzustellen, dass man nicht allein im Restaurant sitzt. Tatsächlich bestätigt sich diese Vermutung bei Betrachtung der für diese Aktivität angegebenen Motivstruktur: Während von Singles das Aufsuchen von Restaurant/Kneipe primär mit dem sozialen Motiv begründet wurde, stand für die Paare das Abwechslungsmotiv im Vordergrund. Dieses Beispiel, das für viele andere steht, soll zeigen, wie wir uns mit den Tiefeninterviews einem besseren Verständnis des Phänomens Freizeitmobilität nähern wollten.

Vergleicht man im Überblick alle erhobenen unabhängigen Variablen auf die Größe ihres Einflusses auf Häufigkeit und Art der Freizeitmobilität, fällt die überragende Bedeutung der „Region“ auf. Wir hatten unsere Stichprobe a priori in drei Bereiche gegliedert, in denen wir etwa gleich viele Interviews durchgeführt haben: Großstadt (innerhalb der Stadtgrenzen Münchens), „Speckgürtel“ (Ballungsraum außerhalb der Stadt mit guter Anbindung an die S-Bahn) und ländlicher Raum. Der so definierte Wohnort, im wesentlichen also auch die Quelle der Freizeitmobilität erweist sich als stärkster Erklärungsfaktor für Häufigkeit und Art der Aktivitäten sowie den Merkmalen ihrer verkehrlichen Durchführung.

## 5 Zusammenfassende Schlussfolgerungen

Freizeitverkehr wird oft als substituierbarer, damit eigentlich unnötiger Verkehr klassifiziert (z.B. im Gegensatz zum Wirtschaftsverkehr) und deshalb ins Zentrum von Beeinflussungsversuchen gerückt (z.B. Klühspies, 1999). Dabei erfüllt die Mobilität zentrale menschliche Bedürfnisse: In der Alltagsfreizeit vor allem soziale Motive (Zängler, 2000, spricht hier zu Recht vom „sozialen Kitt“, der unsere Gesellschaft zusammenhält) und das Bedürfnis nach Abwechslung; in der Erlebnisfreizeit am Wochenende und Feiertagen zusätzlich ein Motiv nach Natur und Landschaft, welches besonders durch den berechtigten Wunsch nach Erholung geprägt ist.

Freizeitmobilität ist ganz überwiegend zielgebunden. Das Motiv unterwegs zu sein, spielt dagegen eine geringe Rolle, die vielzitierte Fluchtthese praktisch keine. Auch die immer wieder behaupteten Trends vom kollektiven Freizeitpark, der Gesellschaft, die in der Freizeit immer nur den ultimativen Kick sucht, der „Fun-Generation“ etc. lassen sich in unseren Daten nicht nachweisen. Die überwiegend berichteten Freizeitaktivitäten sind überaus herkömmlicher Natur. Auch die Untersuchung von ISOE und Ökoinstitut im Auftrag des Umweltbundesamtes (Loose, 2002) rückt die Größenordnung neuerer Formen der Freizeitmobilität zurecht: Knapp 1% der von ihnen erfassten Freizeitwege entfiel auf Freizeitparks und andere „Entertainment Centers“.

Mobilität wird oft als geplantes Verhalten modelliert. Es zeigen sich aber sowohl spontane Einflüsse auf die konkrete Ausformung der Freizeitmobilität als auch starke, zum Teil durch langjährige Lernprozesse vermittelte Gewohnheiten. Oft wird ein mobilitätsrelevantes Motiv recht spontan aktiviert und dann aus einem Verhaltensrepertoire ein mehr oder weniger routiniertes Verhaltensmuster abgerufen. Dabei sind die Prozesse der Zielortwahl und des Zeitfensters für die Freizeitmobilität am häufigsten geplant, die Verkehrsmittelwahl aber zu etwa 80 % feste Routine.

Aus der Struktur des Entscheidungsprozesses lässt sich ableiten, dass Beeinflussungsversuche der Parameter von Freizeitmobilität in der folgenden Reihenfolge immer ineffizienter werden dürften.

- Anbieten neuer, möglichst näherer Zielorte für Freizeitaktivitäten („Stadt der kurzen Wege“)
- Versuche der zeitlichen Entzerrung von Freizeitverkehrsspitzen
- Versuche zur Veränderung des Modal – Split.

Lanzendorf (2002) leitet aus der hohen Automatisierung der Verkehrsmittelwahl die Notwendigkeit ab, diese zu „knacken“. Viele Erkenntnisse aus Versuchen, Gewohnheiten zu verändern (ganz egal in welchen Bereichen menschlicher Handlungen) machen uns hier allerdings nicht sehr optimistisch. Unseres Erachtens ist ein leichter begehbare Weg, solche Freizeitaktivitäten ausfindig zu machen, bei denen die Entscheidungskette noch nicht in allen ihren Gliedern hoch automatisiert ist. Dies kann durch Überlegungen, z.T. aber auch anhand unserer Daten geschehen. Eine gute Illustration dieses Gedankens ist die Arbeit von Rölle (2002), die die Freizeitmobilität von Personen kurz nach einem Wohnungswechsel zu verändern versuchte – eben weil die Gewohnheiten hier noch nicht festgefahren waren. Eine andere Zielgruppe i.d.S. könnten auch junge Führerscheininhaber sein, die z.B. in München ohnehin angeschrieben und zu einem Sicherheitstraining eingeladen werden. Verschiedene Ansätze könnten bei neuen Mitarbeitern in größeren Firmen mit dort ohnehin manchmal vorhandenen „Mobilitätsberatern“ versucht werden. Andererseits zeigt der Gedanke, unerwünschte Gewohnheiten gar nicht erst entstehen zu lassen auch die Notwendigkeit einer rechtzeitigen Verkehrsplanung bei neuen Freizeitgroßeinrichtungen an: Werden diese ohne eine zeitgleiche Fertigstellung der öffentlichen Verkehrsinfrastruktur für das Publikum geöffnet, werden sich wieder schnell unerwünschte Fahrgewohnheiten bilden und durch Belohnungen (Bequemlichkeit etc.) verfestigen.

## Literatur

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behaviour. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Bischof, N. (1985). *Das Rätsel Ödipus. Die biologischen Wurzeln des Urkonfliktes von Intimität und Autonomie*. München, Zürich: Piper.
- Fastenmeier, W., Gstalter, H. & Lehnig, U. (2001a). *Subjektiver Freizeitbegriff und Mobilitätsmuster. Ergebnisse einer bundesweiten Haushaltsbefragung*. Berichte aus dem Institut mensch-verkehr-umwelt, Bericht Nr. 1. Im Rahmen des BMBF-geförderten Netzwerkes ALERT (Alltags- und Erlebnisfreizeit). München: Mensch-Verkehr-Umwelt, Institut für Angewandte Psychologie.
- Fastenmeier, W., Gstalter, H. & Lehnig, U. (2001b). *Erklärungsansätze zur Freizeitmobilität und Konzepte zu deren Beeinflussung*. Berichte aus dem Institut mensch-verkehr-umwelt, Bericht Nr. 2. Im Rahmen des BMBF-geförderten Netzwerkes ALERT (Alltags- und Erlebnisfreizeit). München: Mensch-Verkehr-Umwelt, Institut für Angewandte Psychologie.
- Fastenmeier, W., Gstalter, H. & Lehnig, U. (2004). *Mobilität in der Alltags- und Erlebnisfreizeit. Erscheinungsformen, Ursachen und Beeinflussungsmöglichkeiten*. Heidelberg, Kröning: Asanger.
- Klühspies, J. (1999). *Stadt-Psyche-Mobilität. Mit gefühlsbetonten Verkehrskonzepten die Zukunft urbaner Mobilität gestalten?* Stadtforschung aktuell, Band 71. Birkhäuser: Basel.
- Lanzendorf, M. (2002). Freizeitmobilität verstehen? Eine sozial-ökologische Fallstudie in vier Kölner Stadtvierteln. In M. Gather & A. Kagermeier (Hg.), *Freizeitverkehr. Hintergründe, Probleme, Perspektiven. Studien zur Mobilitäts- und Verkehrsforschung*, Band 1 (S. 111-127). Verlag MetaGIS Infosysteme: Mannheim.
- Loose, W. (2002). Freizeitverkehr. In Ökoinstitut e.V. (Hg.), *Freizeitgesellschaft zwischen Umwelt, Spaß und Märkten* (S. 115-136). Freiburg: Ökoinstitut e.V.
- Lüking, J. & Meyrat-Schlee, E. (1994). *Perspektiven des Freizeitverkehrs. Teil I: Determinanten und Entwicklungen*. Baden, Zürich: R+R Burger und Partner AG, Büro Z Arbeitsgemeinschaft für Wohnen und Stadtfragen .
- Rölle, D. (2002). Freizeitmobilität vor und nach einem Wohnungsumzug. In isb (Hg.), *Stadt Region Land, Heft 73, 3. Aachener Kolloquium Mobilität und Stadt, AMUS 2003* (S. 133-139). RWTH Aachen: isb.
- Zängler, Th. (2000). *Mikroanalyse des Mobilitätsverhaltens in Alltag und Freizeit*. Berlin: Springer.