



UNIVERSITÄTS-  
BIBLIOTHEK  
PADERBORN

## **Freizeit und Erholung**

**Dittrich, Gerhard G.**

**Nürnberg, 1974**

4.5 Wochenendfreizeit

---

[urn:nbn:de:hbz:466:1-80914](#)

## 4.5 WOCHENENDFREIZEIT

I. Welche Gewichte die Wochenendfreizeit und die Naherholung besitzen und wie sich diese bei vermehrter Freizeit entwickeln könnten, wurde bereits ange- sprochen. Neben dem Faktor Zeit gibt es jedoch noch eine Reihe anderer Variablen, die mit dem Freizeitverhalten am Wochenende in Zusammenhang stehen, nämlich

sozio-ökonomische Merkmale

Beweglichkeit im Raum

Strukturelemente der Siedlung und Größe der Stadt

Qualitäten der Landschaft und

Erschließung dieser Qualitäten

II. Der Planer sollte bedenken, daß

- "normalerweise" etwa zwei Drittel der Haushaltvorstände in neuen Siedlungen das Wochenende zu Hause oder im eigenen Garten verbringen
- etwa ein Drittel der befragten Haushaltvorstände nur sehr selten am Wo- chenende die Siedlung verläßt.
- Daraus folgt: Die Siedlung und Wohnung muß auch für die Wochenendfreizeit Möglichkeiten für Aktivitäten und Erholung bieten, wenn die Bewohner zu- friedengestellt werden sollen. Solche Möglichkeiten zu schaffen, erscheint besonders wichtig für ältere Menschen und Familien mit Kleinkindern und ohne Pkw, die in ihrer Beweglichkeit stark eingeschränkt sind.

III. Es besteht ein sehr enger Zusammenhang zwischen der Fahrt in ein Naher- holungsgebiet und dem Besitz eines Pkw.

- Nicht-Pkw-Besitzer bleiben doppelt so oft zu Hause am Wochenende (43 %) wie Haushaltvorstände, die einen Pkw besitzen (22 %).
- Unterschiede in diesem Verhalten sind zwischen verschiedenen Altersgruppen nicht so deutlich wie die zwischen Pkw- und Nicht-Pkw-Besitzern.
- Ähnlich verhält es sich bei der Unterscheidung nach Bildungsgruppen. Nur in der Gruppe Abitur/Hochschulabschluß sind etwa gleichhäufig Pkw- und Nicht-Pkw-Besitzer am Wochenendverkehr beteiligt.
- Nicht ganz zu klären war die Frage, ob der Besitz eines Pkw der Anlaß sein kann, eine schöne Landschaft aufzusuchen, oder ob umgekehrt die schöne Landschaft ein Anlaß sein kann, einen Pkw zu kaufen, um sie bequemer zu erreichen. Tatsache scheint zu sein, daß in Städten in abwechslungsreicher

Landschaft mehr Pkw's vorhanden waren und Pkw's immer häufiger für Freizeitzwecke angeschafft werden.

- In Städten mit guten öffentlichen Verkehrsverbindungen zu Naherholungsgebieten, vor allem in Großstädten, waren die Unterschiede zwischen Pkw- und Nicht-Pkw-Besitzern hinsichtlich der Beteiligung am Wochenendverkehr relativ geringer.
- Aus dem Dargestellten folgt: Einerseits ist der Pkw ein bequemes Verkehrsmittel, mit dem man, ohne an Fahrpläne gebunden zu sein, Landschaften erreichen kann. Andererseits ist die Belastbarkeit des Verkehrsnetzes an einzelnen Tagen vielerorts bereits überschritten. Eine gute Erschließung der Naherholungsgebiete mit öffentlichen Verkehrsmitteln, verbunden mit einem Angebot an Freizeitkonsum- und gestaltungsmöglichkeiten und aktiver Werbung könnte möglicherweise hier Abhilfe schaffen (z.B. Ski-Sonderfahrten und ähnliches). Dies wäre auch von neuen Siedlungen aus möglich und würde die Kommunikation unter den Bewohnern fördern.

IV. Direkte Einflußmöglichkeiten bestehen für den Planer bei einigen Strukturlementen der Siedlung.

- Es zeigte sich, daß in Wohngebieten, in denen verhältnismäßig viele Gartenbesitzer lebten, die Beteiligung am Wochenenderholungsverkehr geringer war.
- Ähnlich verhielt es sich in Wohngebieten und Städten, die in ihren Grenzen Erholungsgebiete in Form von Grünanlagen anboten.
- Obwohl Haushaltvorstände in Großstädten in der Regel häufiger angaben, am Wochenendverkehr teilzunehmen, gibt es Beispiele mit zahlreichen und ausgedehnten Grünanlagen, wo die Bewohner unterdurchschnittlich in Naherholungsgebiete fuhren, wenngleich diese in großer Zahl und guter Qualität vorhanden waren.

V. Es scheint sich erneut bestätigt zu haben, daß Eigenheiten der Landschaft mit dem Naherholungsverkehr in Zusammenhang stehen.

- Der kurzfristige Erholungsverkehr spielt sich konzentriert in einem Umkreis von etwa 25 km ab.
- Ist eine Übernachtung beabsichtigt, erweitert sich die Grenze entsprechend, etwa auf einen Radius von 50 km und mehr.
- Besondere natürliche und kulturelle Attraktionen werden auch in größeren Entfernungen aufgesucht (u.a. vorzugsweise Fremdenverkehrsgebiete).

- Guter Ausbau des Straßen- und Verkehrsnetzes scheint ebenfalls die Grenzen hinauszuschieben.
  - Attraktive Landschaften üben auch auf Nicht-Pkw-Besitzer eine stärkere Anziehung aus, so daß hier die Unterschiede zu den Pkw-Besitzern relativ geringer werden.
  - Attraktionen einer Landschaft können bestehen in einer Vielfalt der Elemente, die Abwechslung und Kontraste bieten. Als Faustregel kann gelten: wenn
 

Wald- und Gewässerränder (sog. Grenzonen),  
gegliederte Oberflächengestalt und  
günstige klimatische Bedingungen

vorherrschen, wird ein Gebiet geeignet sein für die Erholung des Menschen; wenn nur einzelne der aufgezählten Merkmale vorhanden sind, wird das Gebiet weniger anziehend wirken.
  - Möglicherweise kann durch Schaffung von Freizeit- und Erholungseinrichtungen auch ein landschaftlich weniger attraktives Gebiet aufgewertet werden für die kurzfristige Erholung am Wochenende.
- VI. Die Wochenenderholung nach Möglichkeit in überschaubare Bahnen zu lenken, erscheint unter den gegebenen Umständen dringend erforderlich. Einige Wege, auf denen dies gelingen könnte, hat dieser Teil der Untersuchung, wie zu hoffen ist, aufgezeigt.

#### 4.6 PLANUNGSKOORDINIERUNG

- I. Der legitime Raumanspruch der Freizeit kann der Umwelt nicht weniger Schaden zufügen, als es die Industriestädte und Suburbien getan haben - wenn nicht rechtzeitig Standards gesetzt und vorausschauende Planung betrieben wird.
- II. Hier ist eine Planungsaufgabe gestellt von der gleichen Dringlichkeit wie Wohn- oder Verkehrsprobleme, eine Aufgabe, die es bei allen Maßnahmen, von der Landesplanung bis zur Umweltgestaltung, zu berücksichtigen gilt.
- III. Eine zentrale Planung und Lenkung, wie sie z.B. in der Sowjetunion auf dem Gebiet Freizeit angestrebt wird, ist in unserer gegenwärtigen Gesellschaftsordnung nicht durchführbar. Hier bleibt als ein Mittel aktive und gezielte Werbung. Trotzdem sollten sich Angebot und Nachfrage auf dem Gebiet Frei-