



## Was macht die Freizeit in der Stadt attraktiv?

<p>1. Grünanlagen 2. Naherholungsgebiete 3. Wanderwege</p> <p>4. Fußgängerzonen 5. Cafés 6. Fahrradwege</p>	<p>12. Einkaufszentren 19. Sportanlagen 20. Kinos</p> <p>25. Theater 30. Museen 38. Opernhäuser</p> <p>BAT-Freizeitforschung 1990</p>
---	---

## Der ideale Wohnort (1)

### Bestimmende Faktoren für die Qualität des Wohnumfeldes

Ranking der „drei wichtigsten Punkte“

	Rang	2004	2006
Nähe zu Einkaufsmöglichkeiten	2	2	1
Nähe zur Natur bzw. Grünanlagen	3	3	2
Freunde, Bekannte in der Nähe	1	1	5
Ärztliche Versorgungsmöglichkeiten	4	4	3
Öffentliche Verkehrsanbindung	5	5	4

Umweltbewusstsein in Deutschland

## Der ideale Wohnort (2)

### „Sehr wichtige“ Gesichtspunkte für die Wohnortwahl

<b>Nähe zur Natur</b>	<b>56%</b>
<b>Gute ÖPNV-Verbindung</b>	<b>44%</b>
<b>Nähe zu Freunden</b>	<b>32%</b>
<b>Nähe zu Einkaufsmöglichkeiten</b>	<b>26%</b>
<b>Nähe zur Arbeitsstätte</b>	<b>25 %</b>
<b>Nähe zu Freizeitmöglichkeiten</b>	<b>15%</b>

Forsa 2007

## Natur als Urlaubsparadies

### Urlaubsmotiv „Natur erleben“

Prozent nach Reiseanalysen

Langfristiger Trend	Wichtig	sehr wichtig
<b>1987</b>	<b>40</b>	
<b>1997</b>	<b>70</b>	<b>30</b>
<b>2007</b>	<b>80</b>	<b>40</b>

Landidylle in Riesenauflagen:

## **„Landlust“**

Nachahmer:

**„Mein schönes Land – Gutes bewahren, schönes entdecken“  
Land und Berge – die schönste Art, Natur zu erleben“**

**„Mensch und Natur – Das Magazin für Lebensfreude“  
„Land-Idee - Land erleben und genießen“**

**„Country - Lust auf ländliche Lebensart“  
„Liebes Land – Die beste Art zu leben“**

## **Was steckt dahinter?**

## **Grüne Landschaften**

aber auch schon Naturbilder und -videos

### **verstärken positive Gefühle**

Freude, Glück, Zufriedenheit, Freiheit

### **mindern negative Gefühle**

Trauer, Angst, Ärger, Aggressivität, Gehemmtheit, Neurotizismus

Zahlreiche Studien

## **Grüne Landschaften**

### **reduzieren Stress**

gemessen in Blutdruck oder Kortisolspiegel.

**Städtische Szenerien erhöhen ihn.**

Zahlreiche Studien

**Das gilt besonders für stressbelastete  
Kinder und ältere Menschen**

## Aktiver und passiver Naturumgang

### erhöht die geistige Mobilität

und verlangsamt kognitive Ermüdungserscheinungen

Städtische Szenarien erhöhen ihn.

Zahlreiche Studien

Betriebsrelevante Innovationen:  
Die meisten Ideen entstehen in freier Natur,  
gefolgt von Mitarbeiterforen, zu Hause, Urlaub

Helfrecht 98

## Sinnfindung

Umfrage unter 1025 Schweizern März 2008  
Persönlicher Ort der Spiritualität? (%)

**Natur** 41 %

Kirche 17 %

Seele 14 %

Lifestyle 7 %

Detwiler 2008

Naturbewusstseinsstudie 2009:

**Natur hat für mich etwas Göttliches: 63 %**

**Grün innerhalb und außerhalb von Kliniken  
fördert den Heilungsprozess**

**Die Schlüsselstudie:**

**Postoperative Genesung mit Blick auf Bäume erfolgt  
unkomplizierter und schneller als mit Blick auf Mauern.**

Ulrich 1989:

**Folgestudien:**

**Klinikbilder mit Naturmotiven senken Behandlungsstress,  
abstrakte Kunst erhöht ihn.**

Kellert 2007

**Welche Natur  
tut uns gut?**

## **Gesunde Natur**

**Nachweislich weniger Stress, bessere Stimmung durch**

**offene Landschaften, weite Blicke, Parks, Golfkurs,  
Vegetation, Wiesen/Gras, leuchtende Blumen,  
Wald, Waldrand, (breitkronige) Bäume,  
naturnahe, klare Gewässer,  
moderate Komplexität,  
Fokuspunkte**

Abraham 2007

## **Was macht Natur zum Erlebnis?**

### **1. Schöne Landschaft, Naturgenuss**

Geborgenheit, Sicherheit, Heimat

### **2. Landschaft, die neugierig macht**

Abwechslung, Magie der Ferne, Abenteuer

**Hintergrund: Evolutionspsychologie  
Wo sich unsere Vorfahren sicher gefühlt  
haben, fühlen wir uns immer noch wohl**



## Schöne Landschaft

**viel Natur, wenig Zivilisation  
offene Landschaft, große Räume, weite Sicht**

**sanftes Relief, weicher Boden  
klare, geschwungene Konturen**

**naturnahe Gewässer  
natürliche Stille, frische Luft**

**Abwechslungsreichtum**

Brämer 2001

**Vormals:  
Überlebensfreundliches  
Biotop**

**Heute:  
Stressentlastendes  
Psychotop**

## Natur als Abenteuer

**Magie der Ferne  
Lust am Risiko**

**Reiz des Fremden  
Pfade ohne Ende**

**Abwechslungsreichtum  
Herausforderung**

**Unserer  
Vorfahren  
brauchten  
Entdeckermut  
für die Suche  
nach immer  
neuen Jagd-  
und Sammelgründen**

# Psychotop ≠ Biotop

Alltagsnatur ≠ Wissenschaftsnatur

## Wissenschaftsnatur:

Natur als Objekt und Gegenüber  
Wissenschaftler als unbeteiligte Beobachter  
Natur als Gegenstand von Experimenten und Theorien

Abgeleitetes Naturschutz-Ideologem:

**Wahre Natur = Natur ohne Mensch**

Problem: Wieviel Natur ist der Mensch?

0% 50% 95% 100%?

Umfrage:

**Was haben Physik und Chemie mit Natur zu tun?**

Jugendliche: 80% nicht viel

Erwachsene: 70% nicht viel

Jugendreport Natur

### Alltagsnatur:

Offene Frage: Was fällt dir spontan zum Thema Natur ein?

**1/3 Landschaft und Wetter**

**1/3 Persönliches Erlebnis**

**1/6 Flora und Fauna**

**1/6 Umweltprobleme**

Natur subjektiv:  
**Der Mensch  
denkt sich immer mit**

## **Spontane Naturassoziationen**

(Prozent der Einfälle)

Jugendreport Natur 1997 ff

Was Jugendlichen am meisten einfällt:

**Alltagsnatur**

lebendig, grün	50 %
davon allein Wald + Bäume	20 %

Was Jugendlichen am wenigsten einfällt:

**„Reine“ Natur, Nutznatur**

Urwald, Wildnis	1 %
Forst und Jagd	<1 %
Naturwissenschaftliche Aspekte	<1 %

Geschlossene Frage

### Was Jugendliche für Natur halten (%)

	<u>ja</u>	<u>nein</u>
Wald	98	
Naturschutzgebiet	69	
Nationalpark	43	
Garten	42	
Acker	34	
Stadtspark	23	39

Jugendreport Natur 2006

## Natur an sich: Nationalparks

Mit dem Begriff Nationalpark verbinden

94% eine großartige Naturlandschaft,  
86% ein Rückzugsgebiet für bedrohte Arten  
86% Naturerfahrung für Kinder,  
84% ein biologisches Forschungsareal  
83% ein attraktives Erlebnis- und Erholungsgebiet

Vorfeldstudie Nationalpark OWL (Emnid) im Auftrag des Fördervereins 2008

Sind Landschaften im Prozessschutz  
**automatisch attraktiv?**

## Stimmungswandel

90er Jahre:

Nationalparks „wenig bekannt und beliebt“,  
in direkter Umgebung von 77% der Bevölkerung abgelehnt  
(Meyer 2001)

2008 Vorfeldstudie Nationalpark OWL:

86% der Bewohner von Anliegerkreisen befürworten seine Schaffung  
92% würden ihn besuchen.  
(Emnid im Auftrag des Fördervereins 2008)

Ein Slogan, der ankommt:

**„Natur Natur sein lassen“**

Genau genommen handelt es sich um eine romantische Projektion des menschlichen Ideals „Selbstverwirklichung“ auf ein suggeriertes „Subjekt“ Natur.

## Nationalparks und ihr Ruf

90 % halten sie für wichtig

WWF 2004

84% haben schon mal einen besucht

Emnid OWL-Studie 2008

60% halten ihren Besuch für attraktiv

Umweltbewusstseinsstudie 2006

50% messen nationalen Naturlandschaften  
(Nationalparks, Biosphärenreservate, Naturparks)  
bei die Auswahl der Urlaubsziele eine eher große Rolle zu

Umweltbewusstseinsstudie 2010

### Aber:

Anteil „Nationalpark“ an jugendlichen Assoziationen zum Thema

Natur	0,0 %
Naturschutz	0,15 %
Naturerlebnis	0,2 %

## Sehnsucht nach Wildnis?

# Wildnis-Varianten

Ein Mosaik aus empirischen Einzelbefunden

Unterschiedliche Akzeptanz in Umfragen unter Erwachsenen (%):

<b>Wildnislandschaft</b>	<b>&gt;80</b>	
<b>Unberührte Natur</b>	<b>&gt;80</b>	(Jugendliche 65)
<b>Wildnis</b>	<b>70</b>	(Jugendliche 40)
<b>Wilde Natur</b>	<b>60</b>	
<b>Wilder Wald</b>	<b>55</b>	

Siehe Wildnisbeitrag in [www.Natursoziologie.de](http://www.Natursoziologie.de)\_Rubrik Naturschutz

„Das ist für die Natur eher **nützlich / schädlich:**  
**Landschaft verwildern lassen“ 28 / 43**

Jugendreport Natur 2010

# Wildnis-Aktivitäten

Neigungen in % der Befragten

<b>Expeditionen in die Wildnis</b>	<b>30</b>
<b>Wandern in</b>	
<b>unberührter Natur</b>	<b>60</b>
<b>heimischem Urwald</b>	<b>30</b>
<b>Wildnis, Urwald</b>	<b>15</b>

Siehe Wildnisbeitrag in [www.Natursoziologie.de](http://www.Natursoziologie.de)\_Rubrik Naturschutz

# Wildnis in freien Assoziationen

in Prozent der Nennungen

## Erwachsene

zum Stichwort Natur (bildlich und verbal):

„Wildnis“ unterhalb der Dokumentationsgrenze

Naturbewusstseinsstudie 2009

## Jugendliche

zum Stichwort Natur : „Wildnis“, „unberührt“ und Synonyme 0,3 %

zum Stichwort Naturschutz: „Wildnis“, „Urwald“ und Synonyme 0,3 %

zum Stichwort Naturerlebnis: „Urwald“ 0,1 %

zum Stichwort Wald: „Urwald“ 0,3 %

Jugendreport Natur 2010

# „Sekundäre Wildnis“

Schweizer Experiment 2004:

**Nach einem Spaziergang waren Versuchspersonen  
besser gelaunt, weniger deprimiert und verärgert  
in einem gepflegtem Wald  
als in einem wilden Wald.**

**„Zu viel Naturnähe und Wildnis, also sehr dichtes Gestrüpp  
oder herumliegendes Totholz“,  
werden als bedrohlich empfunden**

(Zamut 2011)



# Ordnung contra Wildnis

Darin sind sich alle Generationen, Geschlechter und Bildungsschichten absolut einig:

**Vorliebe für  
saubere Natur 95%  
aufgeräumte Natur > 90%**

**Aversion gegen  
Müll in der Natur >90%**

Siehe Studie über „Natur als stille Gegenwart“ in [www.Natursoziologie.de](http://www.Natursoziologie.de), Rubrik „Natur im Wertehorizont“

**„Natur steht für Unberührtheit und Ursprünglichkeit –  
aber in kultivierter, geordneter, gefälliger Form.  
Wildnis ist kaum gefragt“**

Fazit Naturbewusstseinsstudie 2009

