



Prof. Dr. Walter Brehm, Lehrstuhl für Sportwissenschaft II,
mit PD Dr. Susanne Tittlbach und Verena Häußler, Absolventin des
Diplom-Studiengangs „Sportökonomie“ (v. li.)

Vom Naturerleben bis zum Nervenkitzel – Aktuelle Studie zu den Motivationen von Outdoorsportlern

Outdoorsport wird in Deutschland immer beliebter. Hersteller und Händler, die für Wandern, Mountainbiking, Sportklettern und verwandte Sportarten die nötige Ausrüstung liefern, konnten in den letzten Jahren steigende Umsätze erzielen – ungeachtet der Wirtschaftskrise. Welche Motive bewegen die Menschen, wenn sie einen erheblichen Teil ihrer Freizeit diesen Sportarten widmen? Gibt es dabei Unterschiede in Bezug auf Alter und Geschlecht? Diese Fragen stehen im Mittelpunkt einer Studie, die kürzlich am Lehrstuhl für Sportwissenschaft II der Universität Bayreuth entstanden ist. Auftraggeber war die Messe Outdoor Friedrichshafen. Verena Häußler, Studentin der Sportökonomie, hat im Rahmen ihrer Diplomarbeit das Design der Studie entwickelt und die empirischen Befragungen durchgeführt. Dabei erhielt sie tatkräftige Unterstützung von Prof. Dr. Walter Brehm und seiner Mitarbeiterin PD Dr. Susanne Tittlbach.

Online-Befragung zu acht Outdoor-Sportarten in Deutschland

Von Mai bis Juni 2010 war ein in Bayreuth entwickelter Online-Fragebogen im Internet freigeschaltet. Dieser richtete sich an Freizeitsportler in Deutschland, die durch den Online-Newsletter des Outdoor Händlers Globetrotter über die Befragung informiert wurden. Von den rund 420.000 Abonnenten des Newsletters haben sich 1.720 an der Online-Umfrage beteiligt. 1.436 Fragebögen erwiesen sich für die Thematik der Studie als relevant. Denn die Absender – 782 Männer und 654 Frauen im Alter zwischen 14 und 70 Jahren – hatten eine der folgenden Outdoorsport-Aktivitäten als die für sie wichtigste angegeben: Wandern & Trekking, Bergsteigen, Sportklettern, Running, Trailrunning, Nordic Walking, Mountainbiking und Wassersport (Kanu & Rafting).

Es stellte sich heraus, dass viele Freizeitsportler in mehreren verwandten Outdoor-Sportarten aktiv sind: Wanderer begeistern sich oft für das Nordic Walking, Sportkletterer für das Mountainbiking. Die größte Vielfalt an Outdoorsport-Aktivitäten ist bei passionierten Bergsteigern und Sportkletterern anzutreffen.

Motivationen der Outdoor-Aktivisten: Gemeinsamkeiten und spezifische Profile

Die Teilnehmer wurden aufgefordert, mögliche Motivationen für den Outdoorsport zu bewerten; und zwar anhand einer 5-stufigen Skala, die von „sehr unwichtig“ bis „sehr wichtig“ reichte. Die Motivation „Psychisches Wohlbefinden“ erhielt insgesamt den höchsten Wert. Von den Aktiven in jeder Sportart wurde dabei das Einzelmerkmal „Abschalten“ an die erste Stelle gesetzt. „Outdoorsport-Aktivitäten sind anscheinend für sehr viele Umfrage-Teilnehmer ein wichtiger Ausgleich, um den Stress des Alltags hinter sich zu lassen und neue Energie zu tanken“, bemerkt Verena Häußler.

Kaum weniger wichtig ist, wiederum im Durchschnitt aller Teilnehmer, die Motivation „Gesundheit & Fitness“: Dabei dominiert der Wunsch nach einer erhöhten körperlichen Leistungsfähigkeit; die Verbesserung von Figur und Gewicht wird hingegen als weniger bedeutsam eingestuft. Auch das „Naturerleben“, mit Komponenten wie „Die Schönheit der Natur erleben“ und „Natürliche Geräusche wahrnehmen“, wird im Durchschnitt relativ häufig als Motivation genannt. „Soziales Wohlbefinden“ landet dagegen nur im Mittelfeld. Und „Leistungspräsentation“, also die positive Selbst- und Fremdbewertung eigener Leistungskraft, hat insgesamt die geringste Bedeutung.

Die Einzelanalysen der Studie zeigen sehr deutlich, dass es kein einheitliches Motivationsprofil für alle Sportarten gibt. Beim Wandern und Trekking, beim Bergsteigen und beim Wassersport üben Aspekte des psychischen Wohlbefindens und des Naturerlebens die stärkste Antriebskraft aus. Beim Running, Nordic Walking und Mountainbiking hingegen steht das Streben nach Gesundheit und Fitness im Vordergrund. Sportkletterer wiederum legen größeren Wert auf soziales Wohlbefinden. Zudem sind sie im Vergleich mit den anderen Outdoorsportlern viel stärker daran interessiert, „Anregung und Erregung“

zu erleben. Diese Motivation wird anscheinend generell von Alter und Geschlecht beeinflusst: Sie ist bei Jüngeren und bei Männern signifikant häufiger anzutreffen als bei Älteren und bei Frauen.

Konsequenzen für den Outdoor-Markt

Die Bayreuther Sportwissenschaftler um Walter Brehm beschreiben vier Typen von Outdoorsportlern: „sozial- und leistungsorientierte Erlebnissportler“, „erholungs- und naturorientierte Fitnesssportler“, „vielseitig und hoch motivierte Outdoorsportler“ sowie „erholungsorientierte Natursportler“. Die Unterschiede sind hauptsächlich in den jeweiligen Motivationsprofilen begründet. Wie Verena Häußler und Susanne Tittlbach hervorheben, sind solche Erkenntnisse im boomenden Outdoor-Markt von hoher Relevanz. Denn je besser Hersteller und Händler darüber Bescheid wissen, was die Outdoorsportler antreibt, desto zielgenauer können sie ihre Werbestrategien und -maßnahmen ausrichten. „Dabei lassen sich durchaus Synergieeffekte nutzen“, erklärt Tittlbach. „Beispielsweise würde es sich anbieten, bei Wanderurlauben auch Kanufahrten anzubieten, weil die Motivationen der Sportler in beiden Fällen durchaus ähnlich sind. Auch ließe sich das positive Image des Wanderns auf andere Unternehmensfelder übertragen, in denen Aspekte des Naturerlebens gleichfalls eine starke Anziehungskraft auf die Sportler ausüben.“

Hinweis:

Die „Motivations-Studie Outdoorsport“ ist beim Lehrstuhl für Sportwissenschaft II der Universität Bayreuth erhältlich (s.u.).

Kontaktadresse für weitere Informationen:

PD Dr. Susanne Tittlbach
Lehrstuhl für Sportwissenschaft II
Institut für Sportwissenschaft
Universität Bayreuth
95440 Bayreuth
Tel.: +49 (0)921 / 55-3487
E-Mail: susanne.tittlbach@uni-bayreuth.de

Text und Redaktion:

Christian Wißler

Foto Seite 1:

Christian Wißler, Forschungsmarketing, Universität Bayreuth
Zur Veröffentlichung frei; in hoher Auflösung zum Download:
www.uni-bayreuth.de/blick-in-die-forschung/31-2010-Bilder/