

Freizeitparks im westlichen Oberfranken

Einzugsbereiche und Besucherstrukturen *)

von

WERNER FISCHER

Mit 9 Kartenskizzen und Figuren

Wildparks, Märchenwälder und Vogelparks haben sich in den letzten Jahren einen festen Platz in der breitgefächerten Angebotspalette der Freizeiteinrichtungen gesichert. Aus dem Entstehen solcher Einrichtungen — zusammenfassend Freizeitparks genannt — ergibt sich für die Geographie eine Reihe interessanter Fragestellungen. Zwei davon seien hier genannt: Woher kommen die Besucher dieser Einrichtungen? Wie sind die Besuchergruppen zusammengesetzt?

Um auf diese und weitere Fragen Antworten zu finden, wurden im April und Mai 1975 in ausgewählten Freizeitparks Zählungen und Besucherbefragungen durchgeführt. Untersuchungsgebiet war das westliche Oberfranken entsprechend der Planungsregion 4 des Bayerischen Landesentwicklungsprogramms. Innerhalb dieses Gebietes haben sich sechs Freizeitparks lokalisiert.

Lage und Charakteristik der Freizeitparks

Der *Wildpark Schloß Tambach* bei Coburg ist die älteste derartige Einrichtung im Untersuchungsgebiet. Sie besteht seit dem Jahre 1970 und ist durch eine ausschließlich auf Wildgehege und Schaugatter beschränkte naturnahe Einrichtung charakterisiert. — In ähnlicher Gestaltung zeigt sich der *Wildpark Hundshaupten* bei Forchheim, der mit 40 Hektar eine fast genauso große Fläche einnimmt wie Tambach. Diese Einrichtung besteht seit 1971; sie ist der zweitälteste Freizeitpark im Untersuchungsgebiet. — Das jüngste derartige Unternehmen unter den erfaßten Objekten — und zugleich von der Angebotsvielfalt her das größte — ist der *Freizeitpark Schloß Thurn* bei Forchheim. Hier entstand nach gezielter Planung und einem mehrwöchigen Probelauf der 1975 eröffnete, 35 Hektar große Freizeitpark.

*) Zusammenfassung einer Staatsexamensarbeit, die am Geographischen Institut der Universität Erlangen-Nürnberg im Jahre 1975 abgeschlossen wurde.

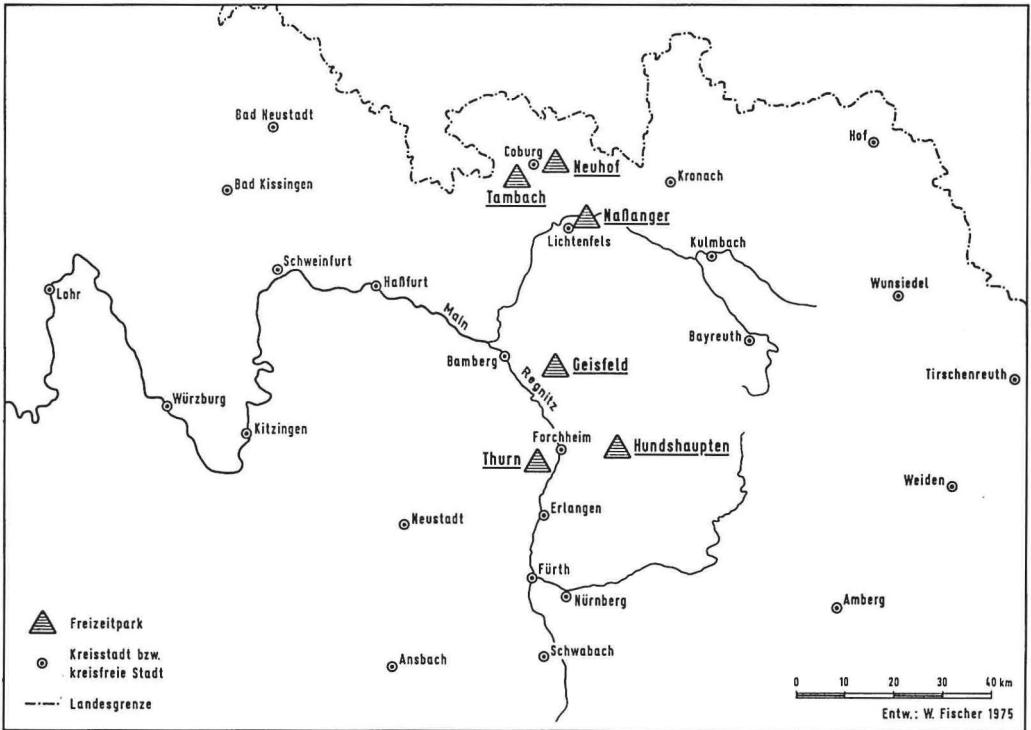


Abb. 1. Freizeitparks im westlichen Oberfranken. Lage der untersuchten Einrichtungen

Drei weitere Freizeitparks unterscheiden sich schon von der Größe her deutlich von den bisher genannten, nehmen sie doch mit 2 bis 3 Hektar weniger als ein Zehntel der Fläche der drei großen Unternehmen ein. Der kleinste dieser Parks ist der *Tierpark Naßanger* an der Bundesstraße 173 nördlich von Lichtenfels. Der nahezu vollständig in Eigenregie des Besitzers errichtete Park entstand in Nachbarschaft zu einem alten Rundschoß und bietet neben Vögeln und Kleintieren Pony- und Pferdereiten als besondere Attraktion. — Eine ähnliche Gestaltung, ergänzt durch Puppen zur Darstellung von Märchenszenen, zeigt der 1972 eröffnete *Waldtierpark Geisfeld-Leesten* bei Bamberg. — Im Jahre 1974 eröffnete der *Vogelpark Schloß Neuhof* erstmals für den Besucherverkehr. Dieser Betrieb hat sich in seinem Tierbestand auf einheimische und exotische Vogelarten spezialisiert. — Im Bereich jedes der sechs Parks befinden sich Restaurationen unterschiedlicher Kapazität zur Bewirtung der Gäste.

Herkunftsorte der Besuchergruppen

Wo sind nun die Herkunftsorte der Besuchergruppen der einzelnen Freizeiteinrichtungen zu suchen? Hierzu wurden am 27. 4. 75 (Sonntag),

am 1. 5. 75 (Feiertag) und an den Werktagen 21. und 22. 5. 75 während der gesamten Öffnungszeiten Besucherbefragungen durchgeführt.

Den flächenmäßig am weitesten streuenden Einzugsbereich weist der Wildpark Tambach auf. Für die am 1. Mai (Feiertag) gezählten 766 Besuchergruppen ist die Mehrzahl der Herkunftsorte relativ gleichmäßig auf ein Gebiet verteilt, das sich von Tambach aus in Luftlinie ca. 80 Kilometer nach Osten, 60 Kilometer nach Westen und 40 Kilometer nach Süden erstreckt. Aus größeren Entfernungen kamen neben Einzelfahrzeugen lediglich aus dem Nürnberger Raum noch mehrere Gruppen. — An Schwer-

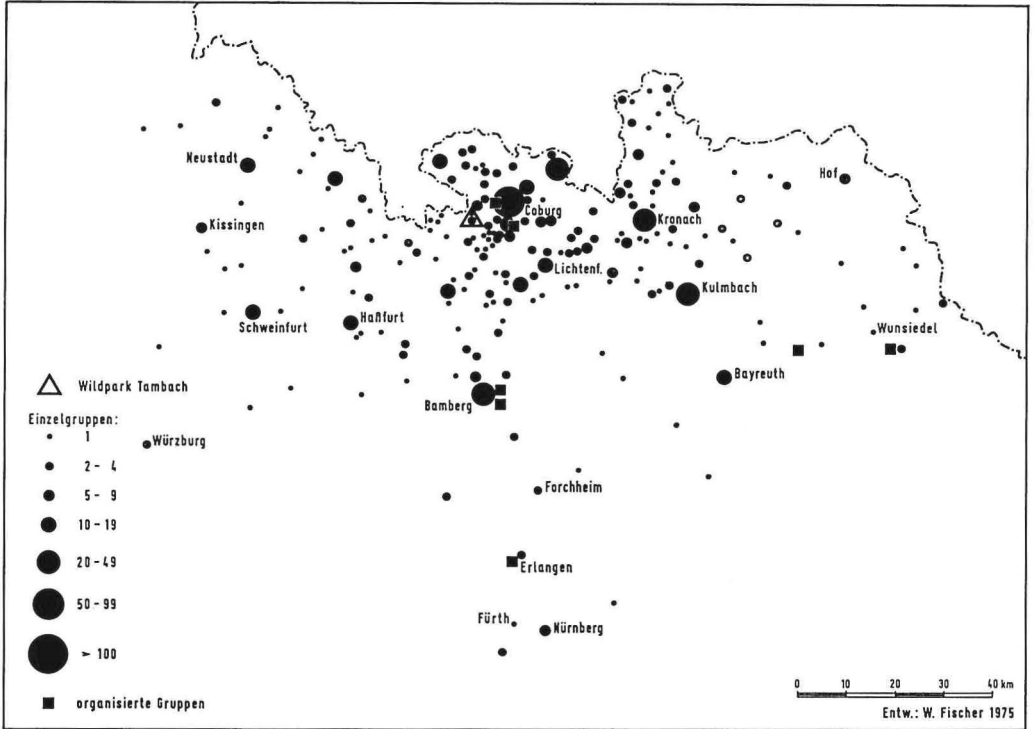


Abb. 2. Wildpark Schloß Tambach. Herkunft der Besuchergruppen am 1. 5. 75

punkten zeichnen sich neben der benachbarten Kreisstadt Coburg (79 Besuchergruppen) nahezu alle Kreisstädte innerhalb des Einzugsgebietes ab. Die Herkunftsorte im Umland dieser Städte gruppieren sich im Osten und Süden des Parks dichter als im Westen, was vielleicht zum Teil dem unterschiedlich dichten und guten Straßennetz, möglicherweise aber auch einer Informationsbarriere nach Westen zuzuschreiben ist. Der Anteil der Besucher in organisierten Gruppen, also Bussen oder Wandervereinen usw., lag bei allen Zählungen in Tambach am höchsten von allen sechs unter-

suchten Einrichtungen. So wurden z. B. am 1. 5. 75 sechs Busse und eine 200 Personen starke Wandergruppe registriert.

Kann für den Wildpark Tambach ein schon relativ stabilisierter Einzugsbereich angenommen werden, so sind für das Bild des Einzugsbereiches des *Freizeitparks Schloß Thurn* noch stärkere Verschiebungen zu erwarten, erfolgte doch die Zählung am 1. 5. 75 erst fünf Wochen nach der Eröffnung des Unternehmens. Um so mehr mag die räumliche Ausdehnung des Herkunftsgebietes überraschen, das sich von Coburg im Norden bis nach Weißenburg im Süden erstreckt. Auch die Besuchergruppen aus der nördlichen Oberpfalz dürften mehr als bloße Zufallstreffer sein. Erwartungsgemäß rekrutiert der Freizeitpark Schloß Thurn die Mehrzahl seiner Besucher aus dem Raum Nürnberg-Erlangen-Fürth mit 46,7 %. Nimmt man das Umland der drei Städte hinzu, so steigt der Anteil auf 57,0 %. Aus der unmittelbaren Nachbarschaft des Parks kommen insbesondere Dauerkarteninhaber zu kurzen Spaziergängen. Der Anteil der organisierten Gruppen ist überraschend niedrig; am 1. 5. 75 wurden lediglich drei Busse vermerkt.

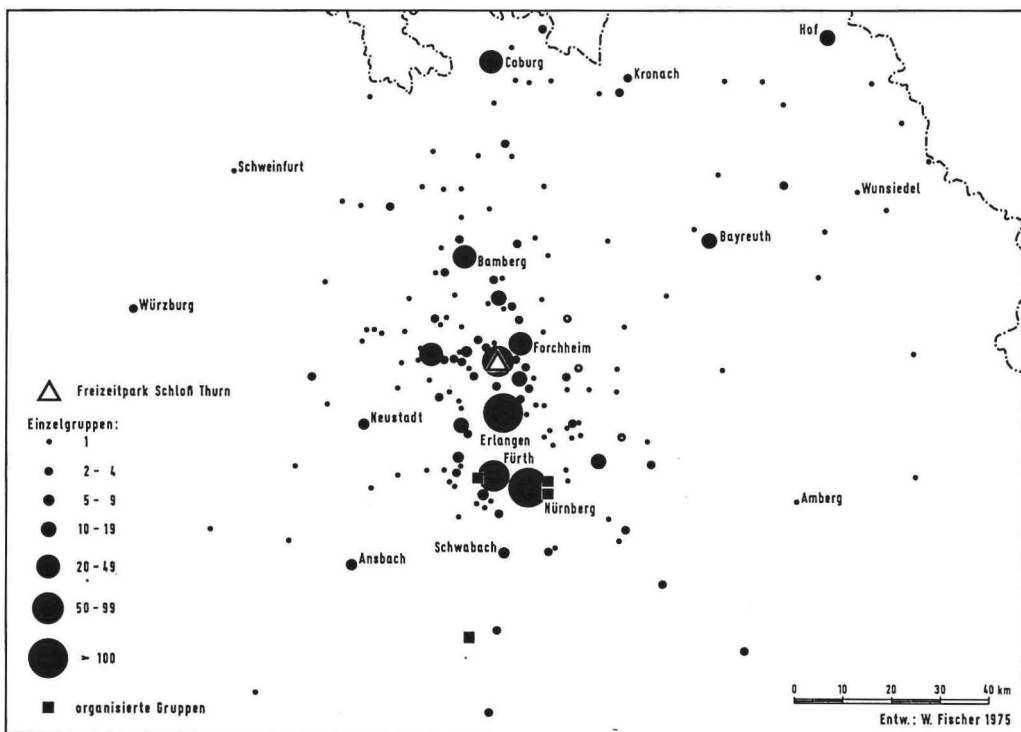


Abb. 3. Freizeitpark Schloß Thurn. Herkunft der Besuchergruppen am 1. 5. 75

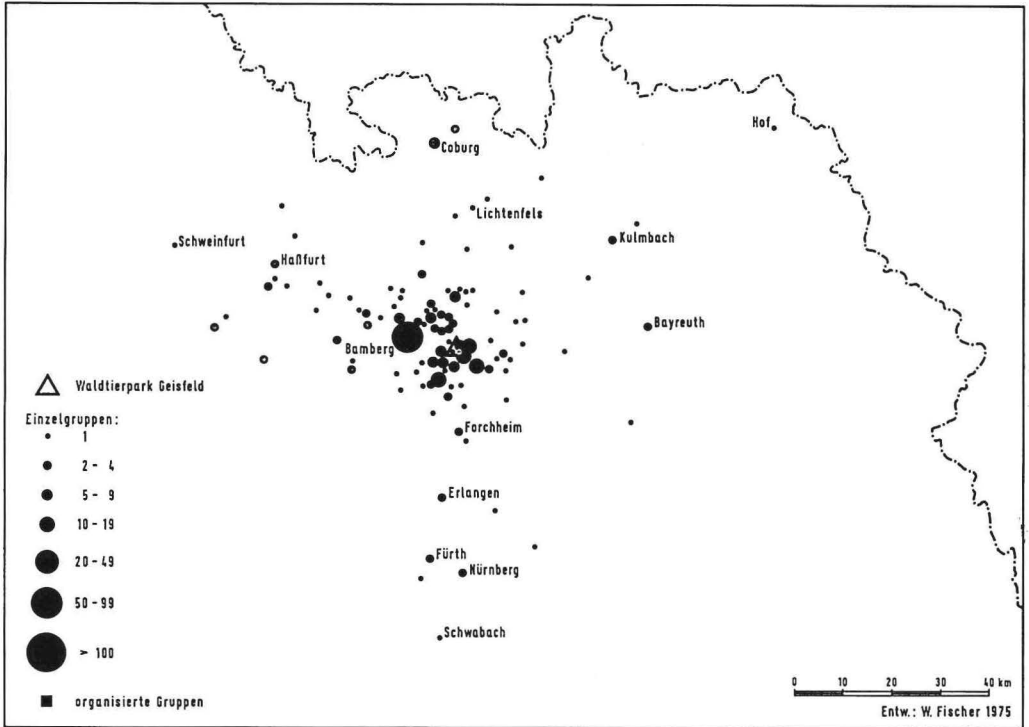


Abb. 4. Waldtierpark Geisfeld-Leesten. Herkunft der Besuchergruppen am 1. 5. 75

Als Beispiel für einen der drei kleineren Freizeitparks soll der *Waldtierpark Geisfeld* dienen. Hier ist das Bild des Einzugsbereiches charakterisiert durch eine dichte Gruppe von Herkunftsorten in unmittelbarer Nachbarschaft der Einrichtung. Mit zunehmender Entfernung nimmt die Streuungsdichte der Herkunftsorte schnell ab. Mit Ausnahme der Orte an den Hauptstraßen ergeben die Herkunftsorte ein etwa kreisförmiges Streuungsmuster. Die Anziehungskraft des Geisfelder Parks ist vorwiegend lokaler Art, was aus den Besucheranteilen für Bamberg-Stadt (20,6 %) und Bamberg-Land (48,0 %) deutlich wird. Zusammen mit den Kleinstädten im Bamberger Landkreis stellen diese Herkunftsorte mit 77,2 % schon über drei Viertel der am 1. 5. 75 gezählten Besucher. Trotz seines inzwischen dreijährigen Bestehens hat der Tierpark Geisfeld, der auf umfangreichere Werbemaßnahmen verzichtet, seinen Einzugsbereich nicht über die lokalen Grenzen hinaus erweitert.

Für den *Vogelpark Schloß Neuhof* und den *Tierpark Naßanger* gelten ähnliche Aussagen wie für Geisfeld. Beide Parks verzeichnen vorrangig Besucher aus dem Nahbereich. Für Neuhof ist eine etwas weitere Streu-

ung zu vermerken, die aus einem Popularitätsplus durch das schon länger eingeführte Schloßrestaurant — ihm ist der Vogelpark angegliedert — resultieren dürfte. — Am Naßanger fällt der außergewöhnlich hohe Anteil von Fußgängergruppen auf. Es handelt sich hierbei um Gäste aus den umliegenden Ortschaften in einer Fußgängerentfernung von zehn bis zwanzig Minuten. Diese Besucher stellen zugleich ein Stammpublikum dar, das in erster Linie zum Fröhschoppen in die angeschlossene Gastwirtschaft kommt. Der übrige Einzugsbereich erstreckt sich entlang der Bundesstraße 173, von wo aus viele Besucher durch Zufall auf den gut sichtbaren Park

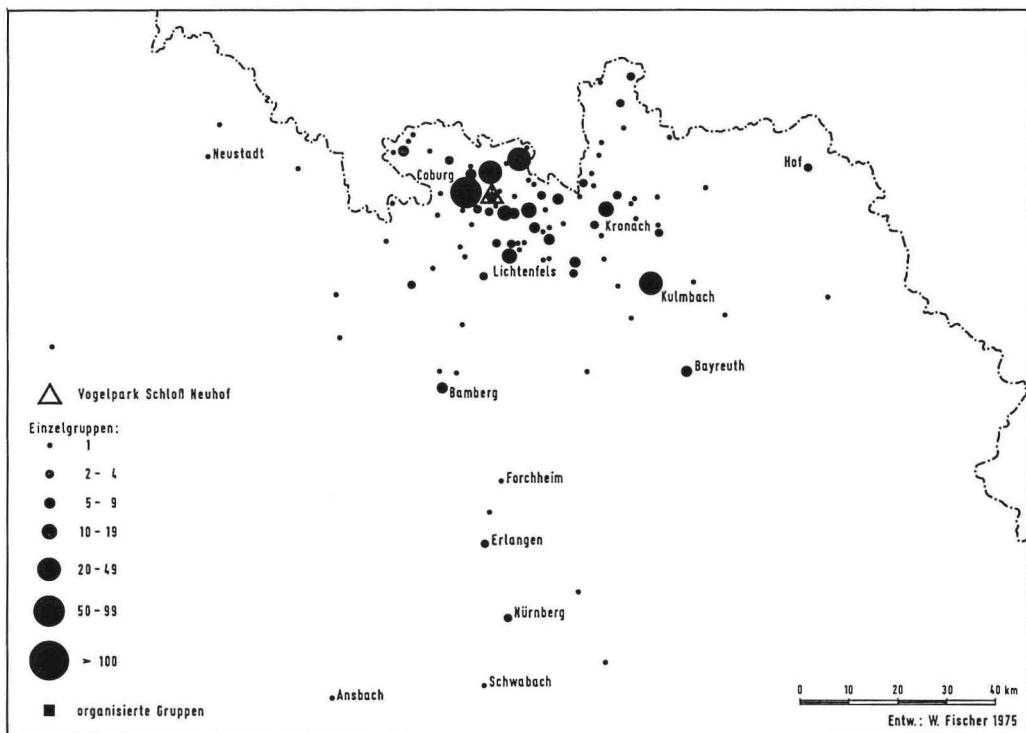


Abb. 5. Vogelpark Schloß Neuhof. Herkunft der Besuchergruppen am 1. 5. 75

aufmerksam werden. Der Einzugsbereich kann nahezu abgedeckt werden durch die Landkreise Lichtenfels, Coburg, Kronach und Kulmbach.

Für den *Wildpark Hundshaupten* liegen die Verhältnisse trotz ähnlicher Gestaltung und etwa gleichen Alters anders als in Tambach. Ein wesentlicher Faktor für die weniger weit verbreiteten und zahlenmäßig geringeren Herkunftsorte ist wohl die verkehrsmäßig ungünstige Lage von Hundshaupten. Das nach Norden kaum ausgeprägte Einzugsgebiet erstreckt sich in die übrigen Himmelsrichtungen etwa kreisförmig, bei einem Radius

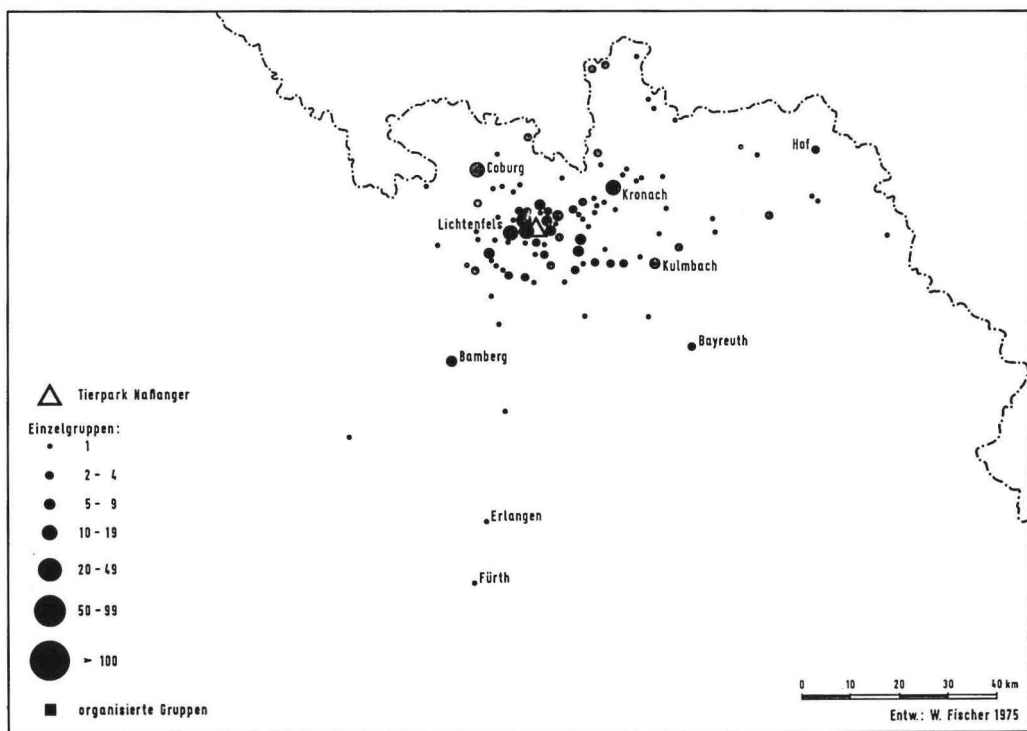


Abb. 6. Tierpark Naßanger. Herkunft der Besuchergruppen am 1. 5. 75

von ca. 40 Kilometer Luftlinie, innerhalb dessen eine nahezu gleichmäßige Streuung der Herkunftsorte vorliegt. Einziger deutlicher Schwerpunkt hierbei ist der Raum Nürnberg-Fürth-Erlangen, der mit 51,8 % der Besucher etwa den gleichen Stellenwert einnimmt wie in Thurn.

Einzugsbereiche an Werktagen

Wie verändern sich aber die Einzugsbereiche an Werktagen? Bei den Zählungen am 21. und 22. 5. 75 erreichte die Zahl der Besuchergruppen in keinem der sechs Parks die Hundertermarke. Lediglich Thurn (94 Gruppen) und Tambach (48) hatten mehr als nur vereinzelte Besucher zu verzeichnen. Während für Thurn der Anteil des Raumes Nürnberg-Erlangen-Fürth mit rund 60 % annähernd so hoch lag wie am Sonn- und Feiertag, ging er in Hundshaupten auf 39 % zurück. Dafür traten in Hundshaupten – wie auch in Tambach – die Urlaubsgäste deutlich hervor. Besuchergruppen mit einer Postleitzahl der Herkunftsorte kleiner als 8400 wurden in Tambach 17 (35,4 %), in Hundshaupten 7 (21,2 %) registriert. Hingegen fielen die Urlauber in Thurn, Geisfeld und am Naßanger nicht ins Gewicht (je 1 Gruppe).

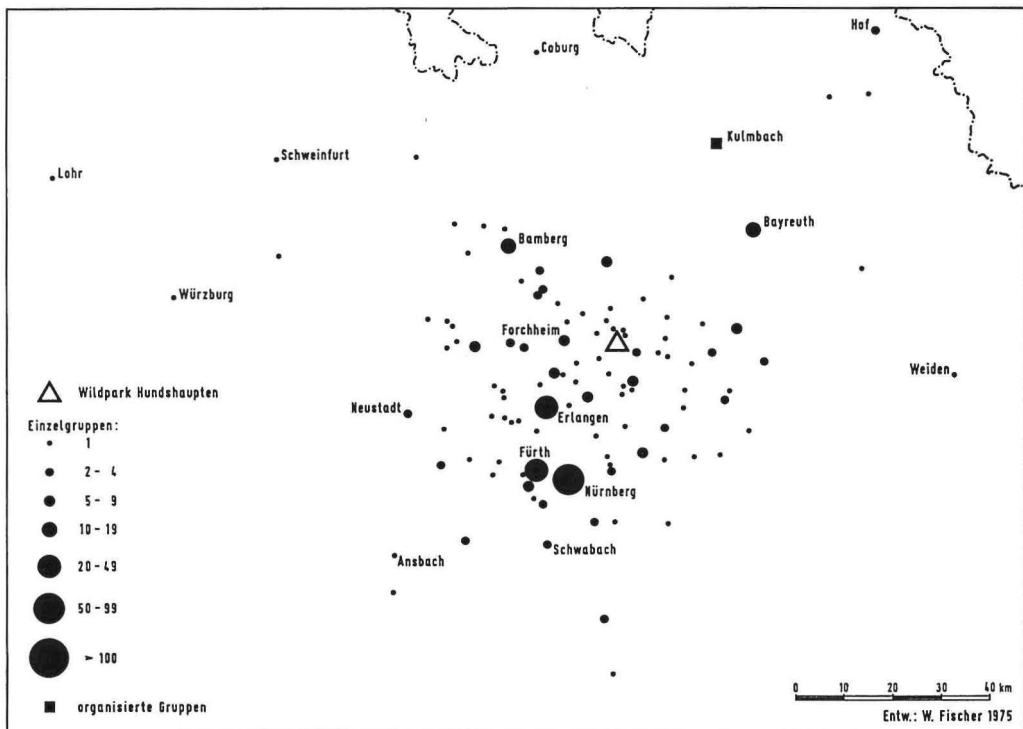


Abb. 7. Wildpark Hundshaupten. Herkunft der Besuchergruppen am 1. 5. 75

Die fünf in Neuhoft erfaßten Urlauberguppen waren bis auf einen Fall Hotelgäste. Persönliche Gespräche mit den Urlaubern in Tambach und Hundshaupten bestätigten die Vermutung, daß es diesen Besucherkreisen am Wochenende zu turbulent zugeht und bewußt der Werktag als Besuchstag gewählt wird, um etwas mehr von der erhofften Erholungsfunktion der Wildparks zu spüren.

Der Anteil der organisierten Gruppen lag an den Werktagen relativ höher als an den Sonn- und Feiertagen, absolut gerechnet etwa gleich. Die insgesamt sechs Busse (davon allein drei in Thurn) beförderten ausschließlich Kinder- und Jugendgruppen auf Schul- bzw. Konfirmandenfahrten während der Ferienwoche nach Pfingsten. Über die Verhältnisse an Werktagen außerhalb der Ferienzeit sind noch keine Aussagen möglich.

Freizeitparks und ihr Stammpublikum

Gibt es Anzeichen dafür, daß sich mit wachsender Dauer des Bestehens unter den Besuchern von Freizeitparks ein Stammpublikum ausbildet, das ein- oder mehrmals im Jahr „seinen“ Freizeitpark aufsucht? Ein solcher

Besucherkreis ist zweifelsohne vorhanden. Zieht man die Aussagen der am 1. 5. 75 in allen sechs Parks befragten Besucher heran, so ergibt sich mit steigender Dauer der Existenz der Parks ein wachsender Anteil an Gästen, die diese Einrichtung schon bei früherer Gelegenheit einmal aufsuchten. Am geringsten war ihr Anteil erwartungsgemäß in Thurn (Eröffnung März 1975 — 10,5 %). Es folgen Neuhof (Mai 1974 — 26,8 %) und Naßanger (März 1974 — 36,2 %). Bei den drei ältesten Freizeitparks im Untersuchungsgebiet war etwa die Hälfte der am 1. 5. 75 erfaßten Besucher schon mindestens einmal zuvor in dem entsprechenden Park gewesen: Geisfeld (Juni 1972 — 52,0 %), Hundshaupten (April 1971 — 43,1 %) und Tambach (Mai 1970 — 50,9 %). Der Anteil der im Erhebungsjahr 1975 bereits einmal dagewesenen Besucher ist dabei am Naßanger und in Geißfeld deutlich höher (13,7 % bzw. 15,4 %) als in den anderen Parks. Er entspricht den Stammgästen in den erwähnten Gastwirtschaften. Ob die beiden naturnahen Parks Tambach (5,2 %) und Hundshaupten (8,3 %) über ein häufiger wiederkehrendes Stammpublikum etwa von Naturliebhabern verfügen, kann aus diesen Werten nicht zwingend abgeleitet werden, obgleich sie über jenen von Neuhof und Thurn liegen (3,9 % bzw. 2,7 %).

Werbung für den Besuch der Freizeitparks

Für die Beleuchtung des Innovationsvorganges bei der Ausbreitung der Freizeitparks stellt sich die Frage: Über welchen Informationsträger

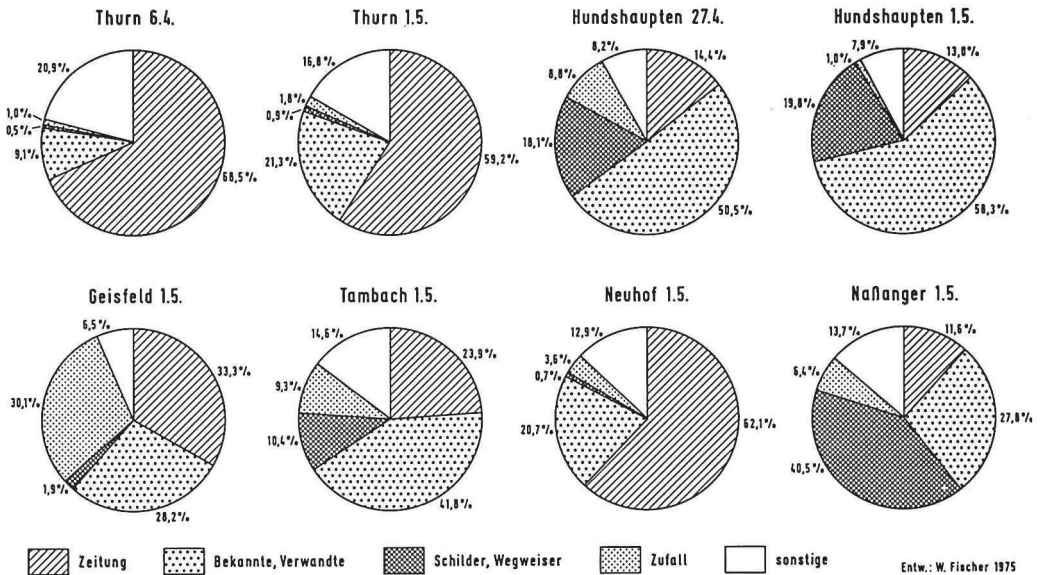


Abb. 8. Informationsquellen über Freizeitparks. Angaben der Erstbesucher

wurden die Besucher zum ersten Mal auf die entsprechende Einrichtung aufmerksam? Bei den jungen Parks dominiert die Information durch die Tageszeitung, hier wiederum vorrangig durch das *Inserat*. Daneben wurden häufig Beilagen oder Reportagen, auch in Zeitschriften (ADAC-Motorwelt), genannt. In Thurn beantworteten am 6. 4. 75 68,5 % der Besuchergruppen eine entsprechende Frage mit „durch die Zeitung“, am 1. 5. 75 noch 59,2 %. Ähnlich hoch liegt der Anteil in Neuhof, wo der Eröffnung in diesem Jahr eine größere Anzeigenaktion vorausging und am Eröffnungstag, dem 1. Mai 1975, 62,1 % durch die Zeitung zu einem Besuch angeregt wurden. Einen mittleren Anteil nimmt der Informationsträger Zeitung in Tambach (23,9 %) und in Geisfeld (33,3 %) ein, während die Werte für die auf Zeitungsanzeigen weitgehend verzichtenden Parks Hundshaupten und Naßanger mit 13,0 % und 11,6 % am niedrigsten liegen.

Den zweiten in stärkerem Maße wirksam werdenden Informations-träger bildet die *Mund-zu-Mund-Werbung*, also die Information durch Verwandte, Bekannte und Freunde. Ihr Anteil steigt mit dem Alter des Freizeitparks. So nimmt sie bei den Befragten in Tambach und Hundshaupten mit 41,8 % und 58,3 % die erste Stelle ein. Für Geisfeld und den Naßanger (28,2 % und 27,8 %) gelten durch den Gästeüberhang aus den Nachbarorten besondere Bedingungen, ebenso für Neuhof durch das Schloßrestaurant (20,7 %). In Thurn läßt sich aus einem Vergleich der Werte vom 6. 4. 75 und 1. 5. 75 gut der wachsende Anteil der Mundpropaganda ablesen, der sich innerhalb eines knappen Monats von 9,1 % auf 21,3 % mehr als verdoppelte.

Als weitere Informationsquellen können die *Beschilderung* und die Nennung des Zufalls gemeinsam betrachtet werden, da der Verdacht der nachträglichen Rationalisierung auf der Suche nach einer „ordentlichen“ Auskunft naheliegt. Deutlich tritt der Anteil bei den beiden schlecht erreichbaren Parks Hundshaupten (20,8 %) und Geisfeld (32,0 %) hervor. Dabei wurde in Hundshaupten — bei entsprechend aufwendiger Beschilderung — häufiger „Wegweiser“ angegeben, in Geisfeld, wo ein Wegweisersystem fast völlig fehlt, überwiegend „Zufall“. Eine Ausnahmererscheinung bildet hier der Tierpark Naßanger durch seine besonders günstige Lage in Sichtabstand zur B 173, von wo aus zahlreiche Gäste auf die Einrichtung aufmerksam wurden (46,9 %). Mittlere Werte ergeben sich für Tambach (19,7 %) in Verbindung mit der relativ günstigen Lage zur Bundesstraße 303 Coburg — Hofheim. — Unter den übrigen möglichen Informationsträgern wurden lediglich *Wanderkarten* sowie die ADAC-Freizeitkarte mehrmals genannt; vereinzelt erfolgten auch Mehrfachnennungen.

Der Bekanntheitsgrad der Freizeitparks

Wie läßt sich nun die Popularität der untersuchten Einrichtungen feststellen? Dazu wurde nach bereits erfolgten Besuchen in anderen Freizeit-

parks gefragt, wobei die übrigen fünf Parks aus dem Untersuchungsgebiet sowie der Vogel-Pony-Märchenpark Geiselwind und eine Rubrik für freie Nennungen vorgesehen waren. Zwei Ergebnisse fallen hierbei besonders auf: die überregionale Bedeutung von Geiselwind und die dominierende Stellung Tambachs im Bereich des Grenzlandes.

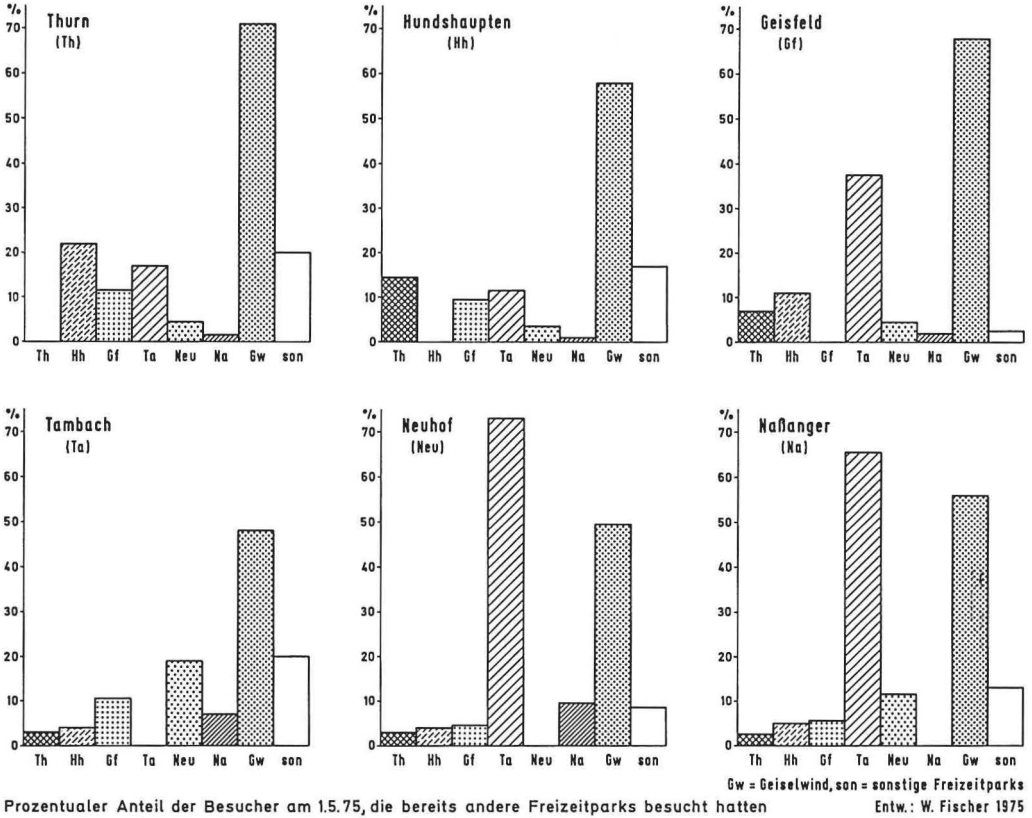


Abb. 9. Bekanntheitsgrad anderer Freizeitparks

Von sämtlichen an Sonn- und Feiertagen befragten Besuchern (3 566) waren 59,0 % (2 105) bereits ein- oder mehrmals in Geiselwind. Eine Aufgliederung nach den sechs Erhebungsorten zeigt, daß der Bekanntheitsgrad des Geiselwinder Vogel-Pony-Märchenparks selbst durch die unterschiedlichen Entfernungen etwa nach Nürnberg oder Coburg kaum beeinträchtigt wird. Es waren von den befragten Besuchern bereits in Geiselwind: Thurn 6. 4. 75 68,4 % – Hundshaupten 27. 4. 75 56,4 % – Thurn 1. 5. 75 70,2 % – Hundshaupten 57,4 % – Geisfeld 68,3 % – Neuhofer 49,1 % – Naßanger 55,4 %.

Die Nennungen für bereits erfolgte Besuche im Wildpark Tambach erreichen erwartungsgemäß im benachbarten Vogelpark Schloß NeuhoF mit 73,5 % und am Naßanger mit 60,5 % die höchsten Werte. Darüber hinaus hat sich Tambach auch weiter südlich „einen Namen gemacht“, so etwa bei den Besuchern in Geisfeld (37,2 %). In Hundshaupten erreicht Tambach mit 11,0 % einen ähnlich hohen Bekanntheitsgrad wie der weitaus näher gelegene Park Thurn (14,8 %). Noch verstärkt wird diese Tatsache durch die Werte aus Thurn vom 1. 5. 75, wo nach dem Nachbarpark Hundshaupten (21,2 % der Nennungen) unmittelbar Tambach folgt (16,1 %).

Thurn selbst wird in den übrigen Parks — ausgenommen Hundshaupten und zum Teil Geisfeld — nur gelegentlich genannt, was wiederum dem kurzen Bestehen des Parks zuzuschreiben ist. — Für Geisfeld kann von einer überregionalen Popularität kaum gesprochen werden. Entsprechende Nennungen erfolgten im wesentlichen nur durch Befragte aus dem Bamberger Land, also den Nachbargebieten des Geisfelder Parks. Gleiches gilt auch für die kleineren Parks NeuhoF und Naßanger, die eine spürbare Zahl von Nennungen nur in den beiden benachbarten Einrichtungen erzielten.

Unter der Fragebogenrubrik „sonstige Parks“ finden sich in erster Linie Tiergärten und Zoos, ein Anzeichen dafür, daß viele Besucher mit falschen, an zoologischen Gärten orientierten Vorstellungen in die Freizeitparks kommen oder zumindest eine unbewußte Gleichsetzung der beiden Arten von Freizeiteinrichtung vornehmen. An Freizeitparks in der Art der untersuchten Objekte wurden Ellingen und Sambachshof mehrfach genannt, in beiden Fällen jedoch meist von Befragten mit Wohnsitzen nahe diesen Parks.

Alters- und Sozialstruktur der Besucher

Wie unterscheiden sich die Besuchergruppen nach alters- und sozialgruppenspezifischen Gesichtspunkten? Zur Beantwortung dieser Frage wurde eine Untergliederung in acht Gruppentypen vorgenommen. Im Auszug sollen hier einige charakteristisch strukturierte Gruppen betrachtet werden.

Junge Ehepaare stellen einen Anteil an der Gesamtbesucherzahl zwischen 6,6 % (Naßanger 1. 5. 75) und 12,8 % (Hundshaupten 27. 4. 75). Sie zeigen eine deutliche Tendenz zu den großen naturnahen Einrichtungen, die dem Ziel des Besuchs, nämlich Ruhe und Erholung zu finden und spazierenzugehen, offensichtlich am ehesten gerecht werden. Entsprechend liegen die Werte für Hundshaupten (12,8 % bzw. 12,7 %) und Tambach (11,7 %). In den kleineren Parks spielt der Erholungsfaktor schon infolge des kurzen Wegenetzes nur eine untergeordnete Rolle. Sie wenden sich mehr an Gruppen mit Kindern und entwickeln daher gegenüber den kinderlosen Ehepaaren nur wenig Anziehungskraft.

Junge Ehepaare mit Kindern sind mit Prozentsummen zwischen 30,0 % (Hundshaupten 27. 4. 75) und 41,5 % (Thurn 1. 5. 75) eine der tragenden Gruppen des Besucheraufkommens in Parks mit zahlreichen optischen Attraktionen in dichter Folge: Thurn 1. 5. 75 41,5 % — Naßanger 1. 5. 75 40,3 % — Geisfeld 1. 5. 75 40,0 %. Wohl nicht zuletzt wegen der langen, für Kinder langweiligen und ermüdenden Wege werden die beiden Wildparks Tambach und Hundshaupten weniger stark besucht.

Gruppen, die ausschließlich aus Kindern oder Jugendlichen bestehen, treten — auch als Folge nicht vorhandener motorisierter Fortbewegungsmittel — nur vereinzelt in Erscheinung. Die Zahlenwerte sind für den traditionellen Ausflugstag 1. Mai durch zahlreiche Radfahrer beeinflusst.

Charakteristische Zusammensetzungen weisen daneben auch die organisierten, mit Bussen anreisenden Gruppen auf. Es handelt sich hier meist um Angehörige wenig mobiler Bevölkerungsschichten, in der Regel also um Kinder und Rentner. Veranstalter dieser Busausflüge sind sozial oder karitativ tätige Einrichtungen sowie Busunternehmer. Letztere nutzen die Parks als Ziele regelmäßiger Kaffeefahrten zu den Restaurationen in Tambach und Thurn. Die beiden Wildparks Tambach und Hundshaupten verzeichnen an den Werktagen noch einen erheblichen Anteil an Schulklassen, die zu Lehrausflügen in die Parks kommen.

Die Erfassung der *Sozialstruktur* der Besuchergruppen erfolgte über die Selbsteinstufung in ein vorgegebenes Berufsschema. Die Verteilung der Berufsangaben zeigt dabei folgende Eigenheiten: Angehörige der Grund- und Mittelschicht sind im Vergleich zu den Verhältnissen im Einzugsgebiet leicht überrepräsentiert. Zusätzlich ergeben sich Unterschiede im Vergleich mit der Angebotsstruktur der einzelnen Einrichtungen.

Parks, deren Angebot vor allem auf Kinder abzielt (Geisfeld, Naßanger, Thurn, z. T. auch Tambach), werden von überdurchschnittlich vielen Angehörigen der Grund- und unteren Mittelschicht aufgesucht. Bei steigendem Wegenetz im Park sinkt ihr Anteil zugunsten sozial höherstehender Gruppen, die weniger Sensation als vielmehr beschaulichen Spaziergang suchen. So überraschen auch die Parallelen zur Altersstruktur nicht: Der Anteil älterer Leute, insbesondere solcher ohne jüngere Begleitung, ist am höchsten in den beiden Wildparks Tambach und Hundshaupten.

An den Werktagen ist das Bild der Sozialstruktur in regelhafter Weise verschoben. Entsprechend der werktags verfügbaren freien Zeit kommen verstärkt Hausfrauen und Schüler sowie Angehörige höherer Sozialschichten.

Ein Vergleich der Angaben zum Beruf und zu den *Ausgaben im Park* zeigt, unabhängig von der Gruppenstruktur, einen stärkeren Hang zur Sparsamkeit bei steigender Stellung in der Sozialhierarchie. Bei der *Pro-*

jektion der Berufsangaben auf die Herkunftsorte der jeweils Befragten ergibt sich ein Abbild der lokalen Verhältnisse. So kamen etwa aus den Verwaltungszentren überdurchschnittlich viele Angestellte und Beamte. Arbeiter und Selbständige überwiegen dagegen bei den Besuchern aus den ländlichen Bereichen des Zonenrandgebietes.

Für die Restgruppen gelten unterschiedliche Beobachtungen. Schüler tauchen in größerer Zahl nur aus den Nahbereichen der Parks Thurn, Geisfeld und Tambach auf. Rentner bzw. Pensionisten sind zahlenmäßig zu schwach vertreten, um sie auf räumliche Unterschiede untersuchen zu können. Hausfrauen wurden überwiegend in Begleitung der übrigen Familie erfaßt (befragt wurde stets der Fahrer), nur selten kamen sie als eigentliche Führer der Besuchergruppen.

Unsere Ergebnisse stellen nur eine erste Auswahl von vorläufigen Aussagen über Freizeitparks dar. Sie bedürfen einer Überprüfung und Bestätigung durch weitere Paralleluntersuchungen. Sicher läßt sich aber aus dem hier Gesagten bereits die Bedeutung derartiger Einrichtungen für die Gestaltung der Freizeit ermessen. Ob es sich dabei um Angebote zur Befriedigung echter Bedürfnisse handelt oder um eine wieder zum Abebben verurteilte Konsum- und Modewelle, wird die Zukunft zeigen müssen.