

Profilstudie Wandern '03
Bergwandern in Tirol

Rainer Brämer

INHALT

1. Profilstudie 2003	S. 3
2. Die Stichprobe	S. 5
3. Status: Wer wandert?	S. 6
Höhere Bildung	S. 6
Hoher Urlauberanteil	S. 7
4. Motive: Was lockt Wanderer?	S. 8
5. Landschaft (1): Was liegt Wanderern?	S. 11
6. Landschaft (2): Wandererfahrungen in Tirol	S. 14
7. Ziele: Was suchen Wanderer?	S. 18
8. Wege (1): Was gefällt Wanderern ?	S. 20
Positives Pauschalurteil	S. 20
Spontanes Lob	S. 21
Erklärte Vorlieben	S. 24
Infrastrukturwünsche	S. 27
9. Wege (2): Was stört Wanderer?	S. 28
Spontane Kritik	S. 28
Frustrationstoleranz	S. 30

10. Wege (3): Bilanz der Stärken und Schwächen	S. 33
11. Wege (4): Große und kleine Themenwege	S. 36
Hitliste der Fernwanderwege	S. 36
Akzeptanz von Lehrpfaden	S. 39
12. Touren: Wie wird gewandert?	S. 41
13. Arrangement: Wie planen Wanderer?	S. 44
Wanderplanung	S. 44
Ansprüche an das Wanderleitsystem	S. 45
Internet	S. 46
Urlaubsplanung	S. 46
14. Intensität: Was muten sich Wanderer zu?	S. 52
15. Ausrüstung: Was brauchen Wanderer?	S. 55
16. Urlaub: Welche Ansprüche stellen Wanderer an die Unterkunft?	S. 58
17. Freizeit: Was machen Wanderer sonst noch gerne?	S. 60
18. Umwelt: Wie stehen Wanderer zur Natur?	S. 63
19. Alter: Wie verändern sich Vorlieben und Gewohnheiten?	S. 65
20. Bildungsniveau: Höhere Qualifikation, Höhere Ansprüche?	S. 70
21. Männer und Frauen: Ist Wandern geschlechtsneutral?	S. 74
22. Österreicher: Stolz auf die Heimat?	S. 76
23. Resümee: Wandern gewinnt Profil	S. 80
Anhang: Die Fragebögen	S. 82

1. PROFILSTUDIE 2003

Vor fünf Jahren wurden mit der "Profilstudie Wandern" erstmals in mehreren deutschen Mittelgebirgen über tausend Wanderer vor Ort, also in Ausübung ihres Hobbys, systematisch nach ihren Einstellungen, Gewohnheiten und Wünschen befragt. Während die Studie des Jahres 1998 das weite Themenfeld recht exemplarisch anging, um nach Jahrzehnten der touristischen Vernachlässigung eine Übersicht über die Befindlichkeit des modernen Wandergastes zu bekommen, haben die Folgestudien wichtige Einzel-Aspekte vertieft. Nach diesen speziellen Explorationen ist es nun an der Zeit, wieder eine Gesamtübersicht zu gewinnen. Dazu wurden im Sommerhalbjahr 2003 über 2.000 Wanderer an mehr als 20 Befragungsstandorten in 8 deutschen Mittelgebirgen mit rund 200 Standardfragen zu ihrem Hobby konfrontiert.

Um dem verständlichen Wunsch der jeweils inmitten einer Tour an nur zu Fuß erreichbaren Plätzen angesprochenen Wanderer nach einem zügigen Fragebogendurchgang gerecht zu werden, war der umfangreiche Fragenpool auf zwei in unmittelbarem Wechsel ausgegebene Fragebogenvarianten verteilt. Zugleich wurden die überwiegend geschlossenen Fragen zu thematischen Batterien in schlichter Katalogform zusammengefasst, was nicht zuletzt auch deshalb geboten erschien, als viele der älteren Befragungsteilnehmer mit den früher üblichen mehrfach gestuften Ranking-Antworten nicht gut zu recht kommen.

Die damit in besonderer Weise auf eine authentische Befragungssituation im Outdoor-Bereich zugeschnittenen Fragebögen haben sich im Praxistest außerordentlich bewährt. Sie wurden abgesehen von Brillenträgern, die ohne ihre Lesehilfe unterwegs waren, nur von ganz wenigen eiligen Wanderern zurückgewiesen. Im Vergleich zu den in solchen Fällen üblichen Interviews hat der direkte Einsatz von Fragebögen überdies eine ganze Reihe von Vorteilen: Sie sind schneller und individueller zu bearbeiten, gegen suggestive Interviewer-Botschaften gefeit und gestatten die gleichzeitige Befragung aller Mitglieder von Wandergruppen, die bei Interviewerhebungen nur exemplarisch erfasst werden und daher notorisch unterrepräsentiert sind.

Angesichts ihrer regionalen und thematischen Breite kann die "Profilstudie Wandern '03" für sich in Anspruch nehmen, die nach Anlage und Umfang repräsentativste Untersuchung zur Befindlichkeit von Wanderern zu sein, die jemals in Deutschland durchgeführt wurde. Ihr Wert wird dadurch gesteigert, dass parallel dazu erstmals - gewissermaßen außer Konkurrenz - auch eine stattliche österreichische Stichprobe gezogen wurde. Im September

2003 wurden rund 870 Alpinwanderer im Norden von Tirol mit einem nur leicht modifizierten Doppelfragebogen in lediglich zu Fuß erreichbaren Hütten auf das Wanderthema angesprochen.

Die Ausweitung der Tiroler Stichprobe von ursprünglich nur 600 vorgesehenen auf über 800 tatsächliche Befragte wurde notwendig, weil der Anteil österreichischer Staatsbürger in den vorgegebenen Befragungsregionen des Karwendel und Rofan mit 13% für die geplante statistische Differenzierung zu klein war. Auch mit nunmehr jeweils gut 50 Exemplaren beider Fragebögen sind die Wanderer österreichischer Nationalität noch so schwach vertreten, dass ihr Vergleich mit Hüttengästen deutscher Herkunft nur sehr vage Gültigkeit beanspruchen kann.

Dafür gibt der Vergleich mit der Tiroler mit der deutschen Gesamtstichprobe um so mehr her, weil der Unterschied zwischen den in Deutschland und Tirol Befragten angesichts von 84% Deutschen in der vorliegenden Stichprobe kaum noch von nationalen Mentalitäten überlagert, sondern weitgehend auf Wanderer mit unterschiedlichen Bergambitionen reduziert ist: Mittelgebirge dort, Hochgebirge hier. Die erkenntnisleitende Frage besteht also darin, was Mittelgebirgs- von Hochgebirgswanderer in ihren Einstellungen, Gewohnheiten und Ansprüchen vor Ort unterscheidet.

2. DIE STICHPROBE

Die Tiroler Stichprobe umfasst 874 Hüttenwanderer, die Ende August/Anfang September bei gemischten Wetterverhältnissen an 6 Standorten im Karwendel- und Rofangebirge angetroffen wurden. Bei den Befragungsorten handelte es sich durchweg um Berghütten, die in der Regel nur zu Fuß zu erreichen und mindestens eine halbe Wanderstunde vom nächsten Parkplatz entfernt sind. Mit Ausnahme der "nur" 950m hoch gelegenen Gaisalm befinden sie sich mit Höhen von 1450m bis 1950m sämtlichst oberhalb deutscher Mittelgebirgsgipfel.

Im Vergleich mit der deutschen Erhebung wurden also ausgesprochene "Bergwanderer" erfasst. Da schon aus statistischen Gründen Aktivwanderer in einer derartigen Zielbefragung überrepräsentiert sind¹, umfasst die Tiroler Stichprobe also ganz besonders ambitionierte Fußtouristen. Die Ergebnisse können insofern nicht unbedingt auf alle Tiroler oder österreichischen Wandergäste übertragen werden, sondern charakterisieren gewissermaßen deren Schrittmacher.

Die Rücklaufquote der Fragebögen betrug 87% d.h. nur 13% der unterwegs Angesprochenen waren nicht bereit oder in der Lage, den Fragebogen spontan vor Ort auszufüllen. Gründe hierfür sind nur selten mangelnde Lust, sondern vor allem eine sachliche Unfähigkeit infolge kindlichen Alters oder fehlender Brille. Auf Grund grober, in einem Begleitbogen festgehaltenen Schätzungen der Befragungsleiter dürfte das Durchschnittsalter der Nichtbefragten unter Berücksichtigung der Kinder etwa bei 48 Jahren gelegen haben.

Profilstudie Wandern 2003		Tab.0
Stichprobe Tirol		
Region	N	
Karwendel	439	
Gramei Alm (Hochleger)	97	
Lamsenjochhütte	112	
Gaisalm	101	
Plumsjochhaus	129	
Rofan	435	
Dalfaz	301	
Erfürter Hütte	134	
Summe	874	

¹ Im Gegensatz zu einer wohnortbezogenen Quellstudie sind Wanderer in einer Zielstudie um so wahrscheinlicher anzutreffen, je öfter und länger sie unterwegs sind.

3. STATUS: WER WANDERT?

Höhere Bildung

Die kontinuierliche Veränderung in der sozialen Zusammensetzung der deutschen Wanderbewegung hin zu höheren Bildungsgraden bei sinkendem Durchschnittsalter gehören zu den aufregendsten Befunden der jährlichen "Profilstudien Wandern". In welchem Maße gilt das auch für Österreich-Gäste?

Tab.1 zufolge liegt das Durchschnittsalter der Hochgebirgswanderer

Profilstudie Wandern 2003		Tab.1	
Wanderdemografie			
Personendaten	A	D	
Alter	Jahre / %		
Mittelwert	44	48	
Anteil bis 39	36	27	
40 bis 59	45	47	
60 und älter	19	27	
Geschlecht	%		
Anteil weiblich	44	45	
Bildungsabschluss	%		
Standard (z.B. Hauptschule)	25	25	
Mittel (z.B. Realschule)	26	27	
Abitur/ Fachabitur	18	16	
Hochschule/Fachhochschule	31	34	

um 4 Jahre unter dem der Mittelgebirgswanderer - ein statistisch durchaus beträchtlicher Befund, sind doch die jüngeren Jahrgänge um ein gutes Viertel stärker, die älteren entsprechend schwächer vertreten². Verantwortlich hierfür dürfte u.a. der Klettereffekt sein, zeichnen sich doch auch im deutschlandinternen Vergleich Wanderregionen mit Kletterappeal ebenfalls durch ein geringeres Durchschnittsalter aus. Verabschieden sich etwa die gipfelmüden Senioren zugunsten der Mittelgebirge aus den Al-

pen?

In beiden Fällen weicht das die Durchschnittsalter gleichwohl nur wenig von dem der Gesamtbevölkerung ab, in der Altersverteilung ist lediglich das untere und obere Ende stark ausgedünnt.

Bei der in beiden Ländern leichten Unterrepräsentanz von Frauen dürfte es sich insofern um ein Artefakt handeln, als insbesondere bei älteren Paaren nicht selten dem Mann das Ausfüllen des Fragebogens überlassen wurde.

² Diese Differenz relativiert sich ein wenig durch die Antwortverweigerer, die in Tirol überdurchschnittlich alt waren (s.o.).

Sehr ähnlich verteilen sich auch die Bildungsabschlüsse der Befragten auf die vier vorgegebenen Kategorien. In beiden Fällen verfügen rund 50% der Wanderer über einen höheren Abschluss, das sind mehr als doppelt so viel wie in der Gesamtbevölkerung. Die für die deutschen Daten zur Verfügung stehende Zeitreihe macht überdies deutlich, dass sich hierin ein anhaltend starker Trend zur "Höherqualifizierung" der Wanderbewegung dokumentiert. Die Gründe hierfür sind aus naturpsychologischer Sicht vor allem in einer zunehmenden Selbstüberforderung gerade dieser Schichten durch die permanent zunehmende Verkünstlichung des Alltagslebens und die medial bedingte Stressverdichtung der Arbeitswelt zu suchen. Die touristischen Folgen bestehen in einer Aufwertung des Entspannungs- und Naturmotivs und in höheren Ansprüchen an die Qualität der entsprechenden Angebote.

Hoher Urlauberanteil

Keineswegs alle in den Tiroler Bergen unterwegs befindlichen Wanderer sind zugleich auch Urlauber. Während sie in den deutschen Mittelgebirgen sogar eine Minderheit bilden, stellen sie in den Tiroler Bergen nahezu eine Dreiviertelmehrheit. Die alpinen Wanderwege haben also ausgesprochenen Urlaubscharakter, was im Vergleich mit Freizeitzielen eher mit höheren Erwartungen verbunden sein dürfte.

Auch die Quote der Wandervereinsmitglieder liegt mit gut 20% höher als in Deutschland. Sie sind damit unter den Aktivwanderern mehrfach stärker als unter der wandernden

Bevölkerung vertreten, was sich allerdings nur teilweise aus dem Umstand erklärt, dass Vereinswanderer nach früheren Studien überdurchschnittlich häufig und lange unterwegs und so mit größerer Wahrscheinlichkeit auch an den Befragungsstationen anzutreffen sind. Beim vorliegenden Befund dürften die Vergünstigungen für Alpenvereinsmitglieder beim Besuch von Vereinsthütten sicher auch eine Rolle spielen.

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 2	
Touristischer Status			
Prozent			
Herkunft	A	D	
Reisestatus			
Einheimisch	11	28	
Tagesgast	18	30	
Urlaubsgast	72	43	
Herkunftsland			
Deutschland	83		
Österreich	13		
Schweiz	2		
Sonst	2		
Mitglied im Wanderverein	21	17	

4. MOTIVE: WAS LOCKT WANDERER?

Angesichts des außerordentlich breiten Motivspektrums von Wanderern war es in der Vergangenheit schwierig, eindeutige Prioritäten auszumachen. Hier hat die Frage nach den "besonders wichtigen" Gründen zum Wandern klarere Verhältnisse geschaffen. Danach erweist sich Wandern in erster Linie von zwei kompensatorischen Motiven getragen: Dem Doppelwunsch nach körperlichem Ausgleich und Entspannung in der Natur (Tab.3). Das gilt gleichermaßen für Mittelgebirgs- wie Hochgebirgswanderer, die sich insgesamt in ihrem Motivspektrum erstaunlich wenig unterscheiden.

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 3	
Wandermotive			
Prozent			
Besonders wichtig	A	D	
Natur			
Natur genießen	87	83	
Anblick schöner Landschaften	74	65	
Stille der Natur	68	63	
Interesse an Pflanzen und Tieren	41	43	
Erfahrung unberührter Natur	31	29	
Bewegung			
Körperliche Bewegung	83	77	
Etwas für die Gesundheit tun	61	59	
Sportliche Leistung	27	17	
Entdeckung			
Kennenlernen unbekannter Regionen	56	60	
Ferne Abenteuer	8	7	
Kontakte			
Mit Partner/Freunden unterwegs	54	54	
Großes Gemeinschaftserlebnis	16	13	
Abschalten			
Entlastung vom Alltagsstress	51	44	
Zu sich selbst finden	27	24	
Zivilisation			
Einkehr unterwegs	31	23	
Kulturelle Sehenswürdigkeiten	14	21	

Was die Natur betrifft, so geht es vor allem um den Genuss ihrer Schönheit und ihrer Stille. Dagegen fällt das sachliche Interesse an Pflanzen und Tieren deutlich ab, spielt aber gleichwohl bei zwei Fünftel der Wanderer eine Rolle. Erstaunlich niedrig ist dagegen der Wunsch nach Kontakt mit unberührter Natur (eine naturschützerische Zielgröße der 90er Jahre), was die Wertschätzung von Naturschutzgebieten und Nationalparks nicht unberührt lassen dürfte.

Der Drang zu elementarer körperlicher Bewegung rangiert in Österreich wie in Deutschland knapp hinter dem Naturmotiv. Hier weist Tab. 3

zugleich die relativ größte Motivdifferenz zwischen Mittelgebirgs- und Hochgebirgswanderern aus: Im alpinen Bereich spielt die körperliche bzw. sportlichen Herausforderung eine etwas größere Rolle. Hierin spiegeln sich offenkundig der unterschiedliche Charakter der Landschaft und das darauf zugeschnittene Durchschnittsalter der vermutlich eher auch dem Klettern zuneigenden Bergwanderer wieder. Tatsächlich sprechen sportliche Aspekte eher die Jüngeren an, sind aber insgesamt von untergeordneter Bedeutung.

Dagegen kommt der Reiz des Neuen und der Fremde trotz des jüngeren Gästeprofiles und des für die meisten Befragten ausländischen Territoriums nicht über einen deutlich abgesetzten dritten Platz in der Motivskala hinaus. Offenbar werden die österreichischen Berge kaum anders als heimische Wanderdestinationen bewertet Geradezu erstaunlich mutet in diesem Zusammenhang der geringe Stellenwert des Abenteuermotivs an: Es spielt selbst im Hochgebirge eine absolut nachrangige Rolle. Die in hohem Maße hierauf abgestimmte Bergsportwerbung, die nicht wenige Urlaubsdestinationen fast unverändert übernehmen, dürfte folglich bei deren Kernkundschaft keineswegs auf die erhoffte Resonanz stoßen.

Die soziale Komponente des Wanderns, das gemeinsame Erlebnis mit Partner und Freunden, hat dagegen in den letzten Jahren an Gewicht gewonnen und liegt nun in etwa gleichauf mit dem Entdeckerdrang knapp über der 50%-Grenze. Diese Veränderung scheint sich allerdings eher im Bewusstsein der Beteiligten als in der Realität abgespielt zu haben, denn de facto sind Wanderer schon immer zu 90% in redseliger Begleitung unterwegs gewesen. Nach wie vor bleiben folglich die in der Natur besonders verbindenden Kontakte und Erlebnisse in ihrer sozialen Bedeutung nach wie vor unterbewertet. Das gilt auch für das allerdings auch faktisch stark reduzierte große Gemeinschaftserlebnis, beschränkt sich die Freude daran doch auf eine Größenordnung, die noch unter der Vereinsquote liegt.

Immerhin macht es Sinn, dass der kollektive soziale mit dem individuellen psychischen Entlastungseffekt des Wanderns auf gleicher Höhe angesiedelt ist. Entlastung von Stress heißt auch, sich wieder anderen zuwenden zu können - und umgekehrt. Die introvertierte Konzentration auf die eigene Person spielt demgegenüber eine nur halb so gewichtige Rolle.

Demgegenüber erwarten alpine Wandergäste von ihrem Urlaub kaum eine kulturelle Horizonterweiterung. Was der Mittelgebirgswanderer in diesem Punkt voraus hat, muss er bei der Chance auf eine Einkehr unterwegs abstreichen. Das größere gastronomische Angebot in den Alpen - insbesondere in der freien Landschaft - macht den Gästen offensichtlich auch mehr Appetit.

Alles in allem beherrschen die Genuss- und Entspannungsaspekte das Motivspektrum, gegenüber denen physische und psychische Stabilisierungseffekte einerseits und Bildungseffekte andererseits deutlich abfallen. Alles was anstrengt und zusätzliche Konzentration verlangt, wird abgewertet. Zwischen Naturgenuss und Naturwissen, schöner und wilder Natur, Bewegungsfreude und Sport, Entdeckung und Abenteuer sowie Freunden und organisierter Gruppe tut sich jeweils eine beträchtliche Kluft auf. Das deutet darauf hin, dass es Wanderern vor allem um das persönliche Wohlfühl nach Art jener "anstrengungslosen Aufmerksamkeit" geht, die Naturpsychologen als Kern der erholsamen Potenzen von Natur ausfindig gemacht haben.

5. LANDSCHAFT (1): WAS LIEGT WANDERERN?

Der Genuss schöner Naturlandschaften steht im Mittelpunkt des Wanderns, sie sind der wichtigste Bestandteil des Wanderurlaubs. Von daher muss die größte Sorge der Urlaubsanbieter der gezielten Aufbereitung ihrer Landschaftspotenziale gelten. Worauf es den Tirol-Urlaubern ankommt, womit man bei ihnen mehr oder weniger gut punkten kann, darüber geben neben den allgemeinen Erkenntnissen der Landschaftspsychologie eine Reihe gezielter Fragen Auskunft.

Landschaftliche Vorlieben

So stellt die Profilstudie '03 in Ergänzung zu landschaftspsychologischen Erkenntnissen einige Landschaftstypen zur Debatte, die bei der Wahl der Urlaubsregion eine entscheidende Rolle spielen. Welche Art von Landschaft kommt bei ihnen besonders an? Haben Alpinurlauber in diesem Punkt grundsätzlich andere Präferenzen als Mittelgebirgsurlauber?

Tab. 4 vermittelt fast den Eindruck, dass der Wandergast in der Regel der Landschaft den Vorzug gibt, in der er sich gerade befindet. In Deutschland sind das die Mittelgebirge, in Tirol die Alpen. Das ist allerdings leicht nachvollziehbar. Einheimische fühlen sich per se in ihren heimatlichen Gefilden zu Hause, und Urlauber haben sich ja gerade diese Landschaft ausgesucht, weil sie sie besonders reizvoll finden. Selbst wenn einen etwas stören würde, könnte man sich dies nicht leichthändig eingestehen, um sich den Urlaub nicht zu vermiesen.

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 4	
Landschaftsvorlieben			
Prozent			
Besonders beliebt	A	D	
Inhalt			
Waldreich	36	63	
Aussichtreich	73	59	
Strand, Ufer	15	24	
Heide	7	16	
Relief			
Mittelgebirge	27	59	
Deutschsprachige Alpen	58	32	
Alpen Almhöhe	62	36	
Alpen Gipfelhöhe	50	25	
Flachland	4	7	
Fremd			
Nationalpark, Naturschutzgebiet	24	29	
Wildnis, exotische Landschaft	13	14	
Fremdsprachiges Ausland	10	12	

Hierzu passt es, dass in Befragungen von Gebirgsurlaubern beiderlei Art das Flachland so gut wie keine Chance hat, selbst wenn es sich dabei um eine Heide-, Seen- oder Meerlandschaft handelt. Die Vorliebe für das vorfindliche spiegelt sich schließlich auch in der Aufwertung von Aussichten und Abwertung des Waldes durch Bergwanderer wider, die sich im walddreicheren Mittelgebirge noch auf gleichem Niveau wiederfinden. Ganz so typisch deutsch, wie häufig unterstellt, scheint die Vorliebe für Wälder also nicht zu sein, erstmals kann sich in der vorliegenden, hauptsächlich von Deutschen gebildete Stichprobe nur eine Minderheit von kaum mehr als einem Drittel dafür erwärmen.

In einem sind sich indes Mittelgebirgs- und Hochgebirgswanderer einig: Auf wenn auch unterschiedlichen Basisniveau haben Almszenarien jeweils einen 10%-Vorsprung vor Gipfelszenarien. Der Wandergast zieht also abwechslungsreich begrünte mittlere Höhen den kahlen Felsregionen jenseits der 2000m vor. Hier wird die alpine Tourismuswirtschaft umdenken müssen, aus deren Sicht die Gipfeltour immer noch die primäre Attraktion darstellt - die Kernkundschaft sieht das offenkundig anders.

Dabei haben wir es im vorliegenden Fall mit der Zielkundschaft, also einer durch die Anwesenheit in der Wanderzielregion vorgeprägten Auswahl der Befragten zu tun. Hieraus ergibt sich die Frage, wie sich die Ergebnisse verändern, wenn man die Befragung nicht als Zielbefragung, sondern als Quellstudie gestaltet, bei der die Fragebögen zu Hause ausgefüllt werden. Die Profilstudie 2002 ist diesen Weg gegangen - mit dem Ergebnis, dass deutsche Wanderkunden Mittelgebirge bzw. alpine Almhöhen gleich positiv bewerteten, und zwar auf dem auch im vorliegenden Fall jeweils maximal erreichten 60%-Niveau. Damit gaben ihnen sogar doppelt so viel Wanderer den Vorzug als den alpinen Gipfelhöhen, die ihrerseits mit rund 30% nur das Niveau des Flachlandes erreichten.

Das heißt aber, dass Mittelgebirge und almhohe Alpen auf dem deutschen Quellmarkt im großen und ganzen über ähnliche Akzeptanzlevel bzw. Marktchancen verfügen, während die Gipfel deutlich dagegen abfallen. Dabei fungieren die Aussichten, die man in reichem Maße ja auch schon von den Almen hat, als Sonderstellungsmerkmal der Alpen, der Wald als das der Mittelgebirge. Die größten Chancen in der Konkurrenz dürften diejenigen haben, die beides reichlich bieten können. Mit Gipfeln allein ist bei Wanderern dagegen wenig zu gewinnen.

Mit unerwartet geringen 24% entspricht die Attraktivität von Nationalparks und Naturschutzgebiete in etwa der Bedeutung des Motivs "Erfahrung unberührter Natur". Ursprünglicheren Landschaften kommt wandertouristisch

offenbar nicht der Rang zu, der ihnen beispielsweise aus ökologischer Perspektive zugeschrieben wird. Noch größer sind die Reserven gegenüber wilden, exotischen Landschaften oder fremdsprachig-ausländischen Gefilden. Selbst unter jungen Wanderern kann sich nur jeder Vierte dafür begeistern. Die überwiegende Mehrheit der Wanderer bleibt dann doch lieber in den gezähmten Gefilden der Kulturlandschaft.

Tirol als Haupturlaubsziel?

Angesichts der besonderen Alpensympathie der Tiroler Wanderer ist es kaum verwunderlich, dass sich rund 85% von ihnen vorstellen können, (auch) im nächsten Jahr ihren Haupturlaub hier zu verbringen. Bemerkenswerter sind da schon die deutschen Vergleichsdaten, die mit Hinblick auf die Mittelgebirge deutlich kleiner ausfallen. Mit Hinblick auf den Haupturlaub liegen die Mittelgebirge also hinten, sie sind eher für Tagesausflüge und den Kurzurlaub interessant. Die Gründe dafür können vielfältiger Natur sein: Nicht nur das grandiosere Relief der Alpen, sondern vermutlich auch ihre professioneller Gastronomie, Werbung und einfach auch der Wunsch, im Urlaub mal weiter weg zu fahren, dürften für ihren Vorsprung mitverantwortlich sein.

Profilstudie Wandern 2003 Tab. 5		
Denkbares Ziel der nächsten Haupturlaubsreise?		
Prozent		
Ja	A	D
Tirol	85	
Mittelgebirge		71

Andererseits fällt die Differenz zwischen Alpen und Mittelgebirge geringer aus als zu erwarten war. Hinzu kommt, dass die entsprechende Quote in der Quellstudie des letzten Jahres für die Mittelgebirge mit 79% dem alpinen Prozentsatz noch näher kommt. Auch in diesem Punkte scheint die Konkurrenz noch offen, auch wenn die Alpenländer über einen kleinen Vorteil verfügen. In allen Fällen waren und sind es übrigens die Älteren, die die Haupturlaubsfrage überdurchschnittlich positiv beantworten, während die jüngere Generation sich offenbar nicht mehr so eindeutig festlegen möchte.

6. LANDSCHAFT (2): ALPINE WANDERERFAHRUNGEN

Wäre somit geklärt, dass Tirolwanderer eine ganz spezielle Vorliebe für alpine Touren haben, so stellt sich natürlich die Frage, wohin es sie am ehesten zieht bzw. wo sie ihre Wandererwartungen am ehesten erfüllt sehen. Das ist um so bedeutsamer, als Mund-zu-Mund-Urteile bekanntlich das wichtigste Kommunikationsmedium zum Thema Urlaub darstellt. Insofern entscheidet sich die Wahl des Urlaubsortes am Ende dann doch an konkreten Wandererfahrungen und -qualitäten.

Um dem Spur zu kommen, enthielt einer der beiden Fragebögen gleich zu Anfang eine offene Doppelfrage nach denjenigen Alpenregionen, in denen man die schönsten bzw. schlechtesten Wandererfahrungen gemacht hatte. Der Aussagewert einer solchen Frage ist allerdings insofern begrenzt, als vor allem die deutschen Gäste in der Regel keinen kompetenten Überblick über das ganze Land haben, sondern ihr Urteil nur auf ihr persönliches Erfahrungsfeld gründen können. Das dürfte naheliegenderweise seinen Schwerpunkt in der Befragungsregion selber finden.

Dass sich mangels Überblick viele Wanderer mit dieser Frage in der Tat

Profilstudie Wandern 2003		Tab.6
Ranking alpiner Wanderregionen		
In welcher Wanderregion der Alpen haben Sie die schönsten / schlechtesten Wandererfahrungen gemacht? (Offene Frage - Nennungen in Prozent)		
Länder	Schön	Schlecht
Österreichische Alpen	70	44
Italienische Alpen	13	16
Deutsche Alpen	10	22
Schweizer Alpen	5	6
Französische Alpen		1
Nicht alpines Ausland	1	8
Sonstiges		3
Gesamt	100	100
Keine Antwort	21	80

überfordert fühlten, dokumentiert nicht zuletzt die hohe Quote der Antwortverweigerung. Im Schnitt lag sie bei 50%, wobei allerdings die guten Erfahrungen mit gut 20% weit besser wegkamen als die schlechten mit 80% (Tab.6). Dies lässt sich immerhin auch so deuten, dass die befragten Wanderer in den Alpen überwiegend gute und nur selten schlechte Erfahrungen gemacht haben.

Mit 70 % lokalisiert die überwältigende Mehrheit der befragten Wanderer ihre schönste Wandertour in Österreich. Erwähnenswerte Anteile

von positiven Stimmen entfallen ferner auf Italien, hier nahezu komplett auf Südtirol, und jeweils noch weiter zurückfallend auf die Deutschen und Schweizer Alpen. Dieses auf den ersten Blick eindrucksvolle Votum kann allerdings nicht unbedingt als ein Beleg für eine qualitative Überlegenheit der Wanderangebote in Österreich oder seiner landschaftlichen Reize gewertet werden, sondern ist wohl eher ein Beweis für die hohe Standortverbundenheit der Österreichurlauber und ihre Überzeugung von der Richtigkeit ihrer Ortswahl.

Überdies neigen Wanderer, wie schon Untersuchungen andernorts gezeigt haben, aus der gehobenen Erlebnisstimmung heraus zu einer Verklärung der gerade absolvierten Wanderung und der gerade besuchten Region. Auch dieser Faktor spielt sicherlich bei der hohen Zahl positiver Erwähnung der Befragungsregion eine Rolle, wie er wohl auch bewirkt, dass Negatives, soweit die Urlaubsfreude nicht aktuell gravierend gestört ist, eher mit anderen Gegenden verknüpft wird. Hinzu kommt, dass manche gerade als Konsequenz aus weniger angenehmen Urlaubserfahrungen in anderen Ländern sich am Ende für Österreich entschieden haben. Wenn Deutschland in der Negativbilanz eine besondere Rolle zu spielen scheint, so ist hierbei allerdings die insgesamt geringe Antwortquote von nur 20% in Rechnung zu stellen, die für solche Differenzierungen nur eine relativ dürftige Basis darstellt.

Weit aufschlussreicher ist dagegen der Befund, dass die schweizerischen und noch mehr die französischen Alpen trotz ähnlicher Landschaftsqualitäten eine besonders untergeordnete Rolle spielen. Dafür ist vermutlich eine ganze Reihe von Gründen verantwortlich. Einer davon dürfte die Sprachbarriere sein. Immerhin wagen sich Wanderer gern in unbekannte Landschaften hinaus, was allerdings stets mit

Profilstudie Wandern 2003		Tab.7	
Ranking			
österreichischer Wanderregionen			
(Offene Frage - Nennungen in Prozent)			
Regionen	Schön	Schlecht	
Tirol	79	52	
Vorarlberg	9	16	
Tauern	4	-	
Salzburger Land	3	7	
Dachstein, Höllengeb., Totes Geb.	1	3	
Kärnten	1	10	
Oberösterreich	-	13	
Sonstige	3	-	
Österreich gesamt	100	100	

einem Hauch von Abenteuer und Unsicherheit verbunden ist. Für den Fall, dass etwas schief geht, sei es, dass man sich verläuft, verletzt oder in ein Unwetter kommt, werden Orientierungsversuche und andere Spontanmaßnahmen durch zusätzliche Sprachprobleme nicht gerade erleichtert. Schon aus diesem

Grund bevorzugt der Natur-Urlauber Regionen, in denen er sich problemlos über die Lage informieren kann, was für Deutsche in Frankreich und Teilen der Schweiz oft nur schwer möglich ist. Umgekehrt profitiert Südtirol von dem Umstand, in einem fremdsprachigen Ausland mit überdies südländischem Flair im Zweifelsfall überall mit Deutsch weiterkommen zu können.

In der regionalen Differenzierung der dominierenden Österreich-Nennungen von Tab.6 tritt die bereits konstatierte Neigung zur Bevorzugung der Befragungsregion verstärkt zu Tage. Die in Tirol befragten Wanderer sind offenbar geradezu auf Tirol als ihr Wanderland eingeschworen. Mit großem Abstand folgen unmittelbare Nachbarregionen, während fernere Bundesländer kaum noch genannt werden. Wenn man nicht davon ausgehen will, dass die sich Mehrheit der Befragten zum ersten Mal in den Alpen befindet, dokumentiert sich hierin eine geradezu verblüffende, fast schon lokalpatriotische Konzentration auf den einmal akzeptierten Urlaubsstandort, wie sie auch aus den deutschen Mittelgebirgen bekannt ist.

Neben Bequemlichkeit dürfte dabei erneut ein gewisses Sicherheitsdenken eine Rolle spielen: Zum einen ist man sicher, von der schon bekannten Landschaft nicht enttäuscht zu werden, zum anderen aber fühlt man sich auch bei Ausflügen in unbekannteres Gelände sicherer, weil man die Region insgesamt bereits kennt und davon ausgeht, sich auch in Notfällen leicht zurechtzufinden. Das ist vermutlich der Hauptgrund für die nachweislich ganz besondere Ortstreue von Wanderurlaubern.

Von daher lässt sich andererseits aus diesen Zahlen nicht auf eine objektiv besondere Attraktivität von Tirol schließen. Aufschluss über eine tatsächliche Überlegenheit im wandertouristischen Angebot könnte nur eine Befragung in den Nachbarregionen geben. Was überdies die negativen Wandererfahrungen betrifft, so haben die Daten der Tab.7 angesichts der nochmals geminderten Absolutzahlen kaum noch eine nen-

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 8
Ranking		
Tiroler Wanderregionen		
(Offene Frage - Nennungen in Prozent)		
Regionen	Schön	
Tirol, allgemein	21	
Nordtiroler Kalkalpen	56	
Karwendel	26	
Rofan	13	
Achensee	10	
Zillertal - Kitzbühel	16	
Zillertal	10	
Tuxer Alpen	2	
Kitzbühel	2	
Brixental	0,4	
Kaisergebirge	1	
Westliches Tirol	6	
Ötztal / Pitztal	2	
Lechtal / Lechtaler Alpen	2	
Stubai Alpen	2	
Osttirol	2	
Tirol insgesamt	100	

nenswerte Aussagekraft.

All das ist schließlich auch zu berücksichtigen, wenn man die Antworten nach einzelnen Tiroler Destinationen differenziert. Da pauschale Bezeichnungen auf das Fehlen weitergehender geografischer Kenntnisse schließen lassen, müssen die allgemeinen Tirol-Nennungen zumindest überwiegend der Befragungsregion zugeschlagen werden. Auf sie entfällt ohnehin schon der Löwenanteil der positiven Erlebnisse. Dabei fällt auf, dass sich in den Gewichten der genannten Tiroler Kalkalpenziele die Verteilung der Befragungsorte nahezu proportional widerspiegelt. Das erweckt fast den Eindruck, als liefe ein erheblicher Teil der dortigen gewissermaßen mit Scheuklappen durch die Alpen. Eine solche Fixierung auf den gerade vorfindlichen engen Raum mag die dortigen Anbieter begeistern, muss aber den Touristik-Profi erschrecken.

Der sich von den anderen Zielen außerhalb deutlich absetzende, relativ starke Anteil des Zillertals, das von den Kalkalpen aus leicht und schnell erreichbar ist, deutet darauf hin, dass auch die beweglicheren Alpengäste Wanderungen in unmittelbarer Nähe des gewählten Standorts bevorzugen und den Radius ihrer Exkursionen nur wenig darüber hinaus ausdehnen. Die Barrieren der hohen Bergkämme scheinen die Mobilität der Wandergäste stark zu mindern, so dass die aus den Mittelgebirgen bekannte Neigung, die gesamte Urlaubsregion sukzessive durch Autoanfahrt mit anschließender Fußwanderung für sich zu entdecken, hier nicht beobachtet werden kann. Die außerordentlich kleinparzellige touristische Segmentierung der Wanderlandschaft ist offenbar ein spezielles Alpenphänomen.

7. ZIELE: WAS SUCHEN WANDERER?

Zu einer gelungenen Wanderung gehört nicht nur eine schöne Landschaft, sondern auch (mindestens) ein attraktives Ziel. Tab. 9 gibt darüber Auskunft, welche Ziele Tirol-Wanderern besonders reizvoll erscheinen. Dabei erfährt die aus deutschen Studien bekannte Wertehierarchie keine grundsätzliche Modifizierung: Natur geht vor Kultur, Aussichten und Gipfel belegen die ersten Plätze, Einkehrmöglichkeiten spielen eine unerwartet große und Einrichtungen mit belehrendem Charakter eine eher geringe Rolle.

Im einzelnen unterstreicht der Vergleich mit Deutschland den Eindruck, dass das Besondere der alpinen Landschaft von Alpenbesuchern (nachvollziehbarerweise) auch besonders geschätzt wird. Das betrifft mehr noch als die Berggipfel die dort oder im Aufsteig anzutreffenden bewirtschafteten Hütten, die in Österreich mit einem Zugewinn von über 50% auf Platz 2 der Rangskala aufrücken. Kaum anderswo wird so klar, wie Wandern mit kulinarischen Genüssen in Verbindung gebracht wird und wie groß besonders nach anstrengenden Gipfeltouren die Neigung ist, sich nicht nur durch die Aussicht, sondern auch durch eine zünftige Vesper zu belohnen. Für den Wanderhunger ist nicht nur einfach die frische Luft verantwortlich, sondern auch das Gefühl, im Paradies angekommen zu sein, in dem bekanntlich ständig Milch und Honig fließen.

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 9
Besonders attraktive Wanderziele		
Mehrfachnennungen in Prozent		
Ziele	A	D
Naturattraktion		
Berggipfel	75	67
Gewässer	45	55
Felsklamm	38	32
Heimische Urwälder	17	28
Begehbare Höhlen	23	24
Geschützte Biotope	12	20
Moore	10	19
Kultur/Zivilisation		
Burgen, Schlösser	25	37
Schöne Ortschaften	19	27
Bewirtschaftete Hütten	63	39
Ausflugslokale	7	13
Naturbelehrung		
Nationalparks	24	-
Ausgrabungsstätten	8	11
Wald-Info-Stationen	6	8
Museen	6	7

Die beiden führenden Wanderziele dürfen für sich freilich auch beanspruchen, dass sie in der Regel mehr zu bieten haben als ihre Mittelgebirgskonkurrenz. Das gilt auch für felsige Schluchten, mit denen die Liste der höherwertigen Alpenziele aber auch schon geschlossen ist.

Andere Landschaftselemente, bei denen die Mittelgebirge konkurrieren können, verlieren dagegen im Schnitt um jeweils 10% an Sympathie. Das gilt für natürliche Gegebenheiten vom Gewässer bis zu diversen Biotopen ebenso wie für kulturelle Sehenswürdigkeiten, ja sogar für schlichte Ausflugslokale. Das ist insofern interessant, als sich darunter auch durchaus herausfordernde Naturelemente wie Moore, Höhlen oder Urwälder befinden, die den ästhetischen Naturgenuss um einen kleinen Abenteuer touch ergänzen. Die von den Faktoren Ästhetik und Abenteuer geprägte Mischung eines jeden eindrucksvollen Urlaubserlebnisses setzt in den Alpen also fast stärker noch als in den Mittelgebirgen auf (ästhetischen) Genuss.

Besonders aufschlussreich ist in diesem Zusammenhang, dass die Wildnis, hier in Form von Nationalparks, Urwäldern, Biotopen und Mooren, erneut eine unerwartet geringe Akzeptanz erfährt. Wie die parallelen Regionalstudien für die Nationalparks Bayerischer Wald, Harz und Elbsandsteingebirge zeigen, kann man damit bei Wanderern nicht sonderlich punkten. Ähnliches gilt im Falle der Alpen aber auch für kulturelle Highlights wie Burgen, Schlösser und schöne Ortschaften.

Die Bereicherung des Wanderns mit Wissenspaketen, wie sie von den wie Pilze aus dem Boden schießenden Informationszentren und Museen offeriert werden, spielt schließlich eine absolut untergeordnete Rolle, was besonders am Beispiel des an sich recht positiv besetzten Themas Wald ins Auge fällt. Das sollte all jenen zu denken geben, die der allgemeinen Wertschätzung gegenüber der Natur vorzugsweise durch den Bau von Lehrgebäuden Nachdruck geben wollen.

8. WEGE (1): WAS GEFÄLLT WANDERERN?

Wanderer erleben Landschaft nicht, wie viele Landschaftsplaner zu unterstellen scheinen, von oben, sondern aus der horizontalen Perspektive des Wanderweges, den sie im rechten Zeitmaß abschreiten und dabei in all seinen Vor- und Nachteilen auskosten. Wege sind daher das wichtigste und nachweislich auch meistgenutzte Infrastrukturelement ländlicher Urlaubsdestinationen. Sie stellen so etwas wie die Visitenkarte einer Region dar, mit ihrer Hilfe vor allem sucht der Wandergast seine Erholung. Insofern ist davon auszugehen, dass ihre Qualität für die Beurteilung einer Region eine besondere Rolle spielt.

Positives Pauschalurteil

Bittet man ganz pauschal um eine Bewertung der Wanderwege in der jeweiligen Befragungsregion, so fällt das Urteil durchweg positiv aus. Auch

Profilstudie Wandern 2003 Tab. 10		
Beurteilung regionaler Wanderwege		
Prozent		
Note	A	D
sehr gut	26	34
gut	62	57
befriedigend	10	8
ungenügend	2	1

im vorliegenden Fall sind fast 90% mehr als zufrieden. Den bisherigen Erfahrungen zufolge bezieht sich dieses Urteil allerdings vor allem auf die Landschaft im Umfeld der Wege, nicht unbedingt auch auf die Wege als solche.

Dennoch kann sich zum "sehr gut" nur eine Minderheit entscheiden, und die ist in Tirol sogar merklich geringer als in Deutschland. Das wird zwar durch ein verstärktes "gut" kompensiert, doch steckt darin stets eine gewisse Reserve in dem Sinne, dass die Wege auch noch besser sein könnten. Vor dem Hintergrund des notorisch defizitären Zustands der deutschen Hauptwanderwege, wie sie derzeit durch die Anwendung der neuen Qualitätskriterien ans Licht kommt, müssen die Tiroler Daten noch mehr zu denken geben

Durch die scheinbar recht positiven Urteile darf man sich auch deshalb nicht täuschen lassen, weil sie vermutlich zum Teil auch aus der Neigung resultieren, sich sein Urlaubserlebnis nicht durch einen allzu kritischen Blick selber zu vermiesen. In der Tat verstärken die in allen bisherigen Untersuchungen trotz gänzlich unterschiedlicher Wegequalitäten sehr ähnlichen Ergebnisse in diesem Punkt den Eindruck eines gewissen Schematismus.

Spontanes Lob

Einen etwas tiefergehenden Einblick in die Qualität der Tiroler Wanderwege eröffnet die an das pauschale Eingangsurteil anschließende offene Frage: "Was gefällt Ihnen an den Wanderwegen ganz besonders?" - auch wenn sich die so herausgeforderten Wertungen in der Regel nur auf ein, zwei Stichworte beschränken. Etwa ein Drittel der Befragten konnte sich auf die Schnelle sogar überhaupt kein Urteil abringen - zum einen sicherlich deshalb, weil man den entspannenden Tonus des Wanderns nicht durch die anstrengende Suche nach eigenen Formulierungen unterbrechen wollte (Ankreuzen fällt da sehr viel leichter) - zum anderen aber wohl auch, weil die Beurteilung von Wanderwegen noch eine sehr ungewohnte Übung darstellt.

Was die Aussagekraft der notierten Stichworte betrifft, so ist sie von außen nur schwer einzuschätzen. Zum einen kommt darin zum Ausdruck, was man unterwegs als angenehm erlebt hat. Zum anderen können sich die Bemerkungen aber nur auf das beziehen, was wirklich vor Ort vorhanden ist. Die offene Eingangsfrage liefert also lediglich eine positive Schau des Ist-Zustandes im Mix von Ideal und Wirklichkeit, die nur begrenzt als Orientierungshilfe für künftige Planungen erhalten kann. Hinzu kommt, dass die insgesamt über 700 Stichworte thematisch sehr breit streuen und damit einmal mehr das breite Motivationsspektrum von Wanderern widerspiegeln.

Wenn es nach den Tiroler Wandergästen geht, so muss ein guter Wanderweg in der Tat sehr viele Bedürfnisse erfüllen - von schöner Natur über gepflegte Wege bis zu einer zuverlässigen Infrastruktur. Andererseits verteilen sich die spontanen Assoziationen in der Statistik keineswegs beliebig auf die diversen Themen, in der relativen Verteilung der Nennungen zeigt sich durchaus ein gewisses Profil. Wie konsistent dieses jeweils auf die Gesamtzahl der Nennungen bezogene Themenprofil ist, zeigt sich besonders eindrucksvoll im Vergleich mit den entsprechenden deutschen Daten (Tab.11).

So dominiert in beiden Fällen (ähnlich wie bei den Motiven) eindeutig das Thema Natur. Fast die Hälfte der anerkennenden Äußerungen entfallen auf natürliche Gegebenheiten, die an Wanderwegen offenkundig am meisten geschätzt und auch weitgehend vorgefunden werden. Dabei werden häufig nur die Natur und ihre Urwüchsigkeit als solche beschworen. Nimmt man noch die für ein Naturerlebnis typische Ruhe hinzu, dann gibt jede achte Nennung österreichischer Gäste der Freude darüber Ausdruck, beim Wandern in das dem Menschen ursprüngliche und artgerechte Biotop eintauchen zu können.

Allerdings fallen die deutschen Daten in diesem Punkt deutlich höher aus. Offenbar vermitteln die Alpen in geringerem Maße den Eindruck von Naturnähe als die deutschen Mittelgebirge, ihre von Naturschützern oft beklagte wirtschaftliche Vereinnahmung schlägt sich offenbar auch schon negativ im Urteil unvoreingenommener Laien nieder. Dafür verlieren sich die Gäste um so mehr in der Fülle grandioser Aussichten, die sie nicht nur in besonderer Weise erwarten (s.o.), sondern offenkundig auch vorfinden. Die Verdreifachung entsprechend lobender Hinweise gegenüber der deutschen Erhebung unterstreicht einmal mehr deren Alleinstellungscharakter.

Damit sind aber auch schon die wichtigsten Unterschiede zwischen den konkurrierenden Wanderdestinationen benannt. In allen anderen Naturaspekten sind die Differenzen vernachlässigbar. Dass das auch in Hinblick auf

Profilstudien Wandern 2003 Tab. 11		
Positive Merkmale Tiroler Wanderwege (1)		
Prozent		
Merkmal	A	D
Natur	44	39
Naturnähe	8	13
Flora und Fauna	2	0
Landschaft	7	7
Ausblick	17	5
Wald	1	3
Relief (Gipfel, Wasser)	3	2
Ruhe	4	6
Sonstiges	1	3
Zivilisation	5	9
Sauber	2	4
Rastplätze	1	3
Gasthäuser	1	0
Kultur / Information	0	1

Landschaft und Relief gilt, ist besonders interessant. Die Tiroler Alpen sind den deutschen Mittelgebirgen nicht durch ihren anderen Landschaftstypus und auch nicht durch ihre zweifellos höheren Gipfel als solche voraus, sondern einzig und allein durch die (allerdings damit verbundenen) fulminanten Aussichten.

Fasst man die Themen Landschaft, Relief und Ausblick zusammen, so nehmen mehr als ein Viertel aller positiven Wandereindrücke hierauf Bezug. Dagegen spielt die botanische Ausstattung der Landschaft kaum eine Rolle, vor allem die Wälder scheinen nicht der Rede Wert. Auch die Ruhe, häufig als be-

sonderes Moment des Gipfelerlebnis gepriesen, ist offenbar durch die Verkehrsströme in den Alpentälern in Mitleidenschaft geraten.

Noch weniger Lob locken die zivilisatorischen Installationen in den Bergen hervor. Weder die Rastplätze noch die Gasthäuser entlang der Wege werden besonders gewürdigt, mit der Sauberkeit scheint es auch nicht so weit her zu sein. Absolut gar keine Rolle spielen kulturelle Ziele, sei es, dass sie in den Bergen nur spärlich vorhanden sind, sei es, dass sie dem Wanderer im

Vergleich zur Natur nicht so wichtig vorkommen - die Motivhierarchie deutete ja bereits darauf hin. Selbst wenn man sämtliche positiven Hinweise auf Informationstafeln am Weg - welchen Inhalts auch immer - den Kulturassoziationen zuschlägt, erreicht ihr Anteil nicht die 1%-Marke.

Obwohl die Frage auf Wege und nicht auf Landschaften zielt, nehmen Äußerungen zum Wegeformat mit einem Drittel aller Nennungen nur den zweiten Platz in der Rangskala der Positivurteile ein. Auch wenn dieses Quote in Deutschland und Österreich nahezu identisch ausfällt, unterscheiden sich bei genauerem Hinsehen die Stärken ihrer Wege doch erheblich.

So werden die Tiroler Wege zwar in relativ hohem Maße als gut geführt klassifiziert. Naturnähe, wie man sie in den Mittelgebirgen schätzt, ist indes erneut nicht ihre Stärke. Ganz offensichtlich bieten die Alpen bis auf die Aussichten keineswegs das Naturerlebnis, dass sie sich selber zuzuschreiben pflegen.

Noch bemerkenswerter ist ein anderer Befund: Alpine Wanderwege gefallen nicht etwa, wenn sie steil und herausfordernd, sondern wenn sie gepflegt und bequem begehbar sind. Mit dem Gipfelmythos relativiert die offene Frage also auch jenen Bergsteigerkult, der in der quälenden Anstrengung des Aufstiegs die bußschwängere Bedingung für das strahlende Gipfelerlebnis sieht. Der moderne Wandergast schätzt nach Ausweis seiner spontanen Äußerungen weder das eine noch das andere sonderlich. Er will statt dessen jeden Meter und alle auch schon im Aufstieg mitreißenden Aussichten genießen.

Profilstudien Wandern 2003		Forts. Tab.11	
Positive Merkmale Tiroler Wanderwege (2)			
Prozent			
Merkmal	A	D	
Wegeformat	32	30	
Wegeföhrung	8	3	
naturbelassen, unbefestigt	2	10	
pfadig	1	2	
gepflegt, bequem	11	7	
ausgebaut	3	6	
anspruchsvoll	1	-	
gesichert	2	-	
kein Verkehr/Straßenkontakt	1	1	
Sonstiges	-	1	
Leitsystem	14	14	
Beschilderung	13	14	
Allgemeines	6	8	
Abwechslung	6	7	
Sonstiges	0	1	
Statistische Bezugsgrößen			
Zahl der Nennungen	762	1484	
Anteil ohne Antwort	33%	43%	

Aus dieser Sicht geht eine Werbestrategie, die die Berge mit Sport, Anstrengung, Klettern oder gar Askese und Risiko in Verbindung bringt, an der Masse der Wanderer und damit zugleich an der überwiegenden Zahl der Alpinurlauber vorbei. Das zeigt sich auch in dem geringen Stellenwert, der Sicherungsmaßnahmen am Weg zugewiesen wird. Kaum ein Wanderfan will sich ohne Not auf Gefahren einlassen, da ihn nicht körperlicher Ehrgeiz oder der Kampf mit der Natur treibt, sondern die Freude an der grandiosen Landschaft und die höhensuggestierte Leichtigkeit des Seins. Manche traditionelle Tourismuswerbung, viel mehr aber die immer noch primär auf sportliche Herausforderung setzende Kommunikationsstrategie der Outdoor-Branche liegt von daher tendenziell neben den Erwartungen und Ansprüchen ihrer Kunden.

Ähnlich wichtig wie die Wegepflege nimmt der Tiroler Wandergast auch das Wanderleitsystem. Wenn Markierungen und Wegweiser in hinreichender Dichte vorhanden sind und sich als zuverlässig erweisen, fühlt er sich auch in unbekanntem Gegenden sicher und wohl, ob Alpen oder Mittelgebirge. Nur so kann er schließlich unbesorgt die schöne Landschaft genießen.

Recht positiv wird schließlich auch der Abwechslungsreichtum der Wege bzw. Landschaft gewürdigt. Eine attraktive Wanderszene muss nicht nur aussichts-, sondern auch erlebnisreich sein, und hierbei spielt die Vielfalt der Szenerien, ihr ständiger Wechsel eine wesentliche Rolle.

Erklärte Vorlieben

Zur Ergänzung der aus der offenen Frage gewonnenen, spontan paraten Eindrücke fasst eine umfangreiche Batterie geschlossener Fragen in wichtigen Punkten etwas genauer nach. Sie nimmt allerdings nicht auf die Tiroler Wege Bezug, sondern erbittet ganz allgemeine Urteile zu verschiedenen Typen von Wanderwegen ("Welche Art von Wanderwegen gehen Sie besonders gern"). Schon die generalisierte Fragestellung, aber auch die direkte Ansprache auf Wegearten, die im spontanen Assoziationshorizont der Tiroler Wanderer nicht präsent waren, führt zur Betonung von zum Teil erheblich anderen Qualitäten.

Das hängt nicht zuletzt damit zusammen, dass es offenbar relativ einheitliche Vorstellungen davon gibt, was einen guten Wanderweg ausmacht. Die hierzu in Tirol eingeholten Meinungen unterscheiden sich kaum von denen der deutschen Mittelgebirgswanderer. So stehen bei den Tiroler Gästen die naturnahen und aussichtsreichen, aber auch die markierten Wege in höchstem Ansehen, verkehrsgerecht befestigte Wege dagegen ebenso eindeutig am Schluss der Wunschskala. Das lässt sich jedoch nur begrenzt mit den Ergebnissen der offenen Frage zur Deckung bringen.

So geht zwar die mehrheitliche Liebe für aussichtsreiche Kammwege mit den bisherigen Befunden zu diesem Thema konform. Wenn sich dagegen fast zwei Drittel generell für schmale Pfade und zwei Fünftel für naturbelassene Erd- und Graswege aussprechen, so steht das in eklatantem Gegensatz zu Positivliste der offenen Frage. Dort finden beide Wegetypen spontan kaum eine Erwähnung, was eigentlich nur heißen kann, dass es sie vor Ort nicht im hinreichenden oder erwarteten Maße gibt. Möglicherweise besteht hier auf der Anbieterseite ein erheblicher Nachbesserungsbedarf.

Ein nicht weniger eklatanter Gegensatz betrifft die Bergpfade, die laut Tab.12 in der geschlossenen Frage nur knapp die mehrheitliche Zustimmung verfehlen, während breite, bequeme Wege nur ein Drittel dieser Akzeptanz erfahren. In der offenen Frage wurden umgekehrt die bequemen, leicht begehbaren und steigungsarmen Wege herausgestellt, während herausfordernde Wege kaum Erwähnung fanden. Offenbar sind die auf Bequemlichkeit orientierten Wanderer von den horizontalen Höhenwegen weit mehr begeistert als die Bergpfadfans von den Aufstiegsrouten, die nicht ihren Vorstellungen von Pfaden gerecht werden. Hinzu kommt in der geschlossenen Frage eine unglückliche Vermengung der Eigenschaften breit und bequem, die möglicherweise sehr unterschiedlich bewertet werden und im Mix nicht mit den reinen Genussansprüchen der Horizontalwanderer zu vergleichen sind. So oder so wird es sich lohnen, an dieser Stelle tiefer zu graben, um die Ursachen der Diskrepanzen ausfindig zu machen und mögliche Anlässe für Frust und Enttäuschungen zu beseitigen.

Von den Kammwegen und Bergpfaden abgesehen, die wie alle spezifisch alpinen Landschaftsmerkmale von den Alpenbesuchern besonders geschätzt werden (s.o.), weichen die österreichischen indes kaum von den deutschen Vergleichsdaten ab. So geht der allgemeine Wunsch nach Naturnähe

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 12	
Wanderwege-Vorlieben			
Prozent			
Besonders beliebt	A	D	
Naturwege			
Schmale Pfade	64	66	
Aussichtsreiche Kammwege	58	52	
Erd- und Graswege	39	45	
Leitwege			
Markierte Wanderwege	62	60	
Naturlehrpfade	20	23	
Fernwanderwege	11	14	
Themenwege	4	4	
Herausforderung			
Steile Wege, Bergpfade	48	32	
Breite bequeme Wege	16	18	
Querfeldein	5	7	
Verkehrswege			
Befestigte Schotterwege	11	7	
Wege durch Ortschaften	1	4	
Asphaltierte Wege	1	1	
Wege entlang von Straßen	0	1	

nicht so weit, dass man besonders gerne querfeldein geht. Das wird im Hoch- wie im Mittelgebirge als zu anstrengend und riskant empfunden. Ein Weg muss schon sein, und dies nicht nur der damit verbundenen Trittsicherheit und Bequemlichkeit, sondern auch der sichereren Orientierung halber. Hierfür spricht nicht zuletzt der hohe Stellenwert der Wegemarkierung: Von ihr will man sicher durch die Landschaft geführt werden. Wenn dieser Wunsch im Hochgebirge nicht ausgeprägter ist als im Mittelgebirge, so deutet das darauf hin, dass man sich in den Alpen subjektiv nicht unsicherer fühlt. Das wiederum kann nach Ausweis der offenen Frage daran liegen, dass man sich auf keine zusätzlichen Risiken einlässt und/oder die latenten Risiken des Hochgebirges unterschätzt.

Die deutlich gegenüber der oberen abgegrenzte untere Hälfte der Rangskala in Tab.12 wird von den Naturlehrpfaden angeführt, die nur von jedem fünften Wandergast begrüßt werden, sonstige Themenwanderwege sogar nur von jedem fünfundzwanzigsten. Offenbar will sich die Mehrheit der Wanderer in Freizeit und Urlaub nicht unbedingt gern belehren lassen. Erstaunlich wenig kann Otto Normalwanderer auch mit Fernwanderwegen anfangen. Nur jeder Neunte gewinnt ihnen etwas ab - noch weniger als in Deutschland.

Asphaltierte und straßenbegleitende Wege finden unter wandernden Natursucher offenbar allorts keinen Anklang. Selbst eine Schotterbefestigung wird nur von rund 10% akzeptiert. Hierin deutet sich ein gewisser Standortnachteil für Hochgebirgswege an, sind diese doch oft schon von Natur aus steinig. Das würde auch das auffällig zurückhaltende Lob über naturbelassene Wege in der offenen Frage erklären.

Aber auch die bundesdeutsche Wanderwegewirklichkeit entspricht mit Schotteranteilen von rund einem Drittel und halb so hohen Asphaltquoten keineswegs den Idealvorstellungen der Gäste. Aus Österreich fehlen entsprechende Daten, doch dürften sie kaum besser als die der Schweiz ausfallen, welche ebenfalls mit einer hohen Quote an asphaltierten Wegen aufwartet. Von daher untermauern die Befunde die sich bereits am Beispiel der Pfade deutlich werdende Notwendigkeit einer grundlegenden Qualitätsrevision des Wanderwegenetzes.

Zugleich bestätigen sie die starke Betonung, welche die von den Projekt-Partnern Wandern für den deutschen Raum entwickelten Qualitätskriterien für Wanderwege ("Deutsches Wandersiegel") auf die Naturnähe des Wegeformats legen. Tab.12 zufolge lassen sich diese Kriterien mit nur geringfügigen Modifikationen auf die Alpen übertragen. Gegenüber dem in Tirol bereits vergebenen Tiroler Bergwegesiegel haben sie den Vorteil, nicht nur die Orientierungs- und Sicherheitsfunktion von Wanderwegen, sondern auch

die sehr viel umfassenderen Erlebnisdimensionen des Wanderns in zahlreichen Merkmalen auszumessen und einer Beurteilung zugänglich zu machen. An einer solchen erlebnisorientierten Zertifizierung wird auch Tirol nicht vorbeikommen, nachdem in den deutschen Mittelgebirgen auf dieser Basis eine regelrechte Qualitätsoffensive in Gang gekommen ist.

Infrastrukturwünsche

Eine schöne Wanderlandschaft ist nicht nur ein Geschenk der Natur, sie kann auch bewusst gestaltet werden. Wie halten es die wandernden Natursucher mit der eigens für sie installierten Infrastruktur? Wird sie als Störung bei der Suche nach Naturnähe oder als Element zur Erhöhung des Wandergenusses erlebt?

In Tirol spielt mit Hinblick auf die Infrastruktur offenbar der Schutz vor fatalen Wettereinbrüchen eine dominierende Rolle, weshalb Schutzhütten die Liste der erwünschten Infrastrukturelemente mit deutlich größerem Abstand als in Deutschland anführen (Tab. 13). Etwa jede/r Zweite wünscht sich darüber hinaus auch Sitzbänke und Papierkörbe am Weg. Hier liegen die Prozentzahlen in Tirol etwas niedriger, aber immer noch so hoch, dass man an den damit verbundenen Investitionen kaum vorbeikommt.

Profilstudie Wandern 2003 Tab. 13		
Landschaftsausstattung		
Prozent		
Besonders erwünscht	A	D
Schutzhütten	73	58
Sitzbänke	46	52
Papierkörbe	40	46
Ausflugslokale	29	30
Aussichtstürme	11	32
Parkplätze im Grünen	5	11

Dass selbst Papierkörbe Wanderern wichtiger erscheinen als die vielbeschworenen Einkehrmöglichkeiten, mag auf den ersten Blick verwundern. Doch geht es den Wanderern dabei Vorgängerstudien zufolge weniger um das Loswerden des eigenen Mülls als vielmehr um das Freihalten der Landschaft von unschönen Hinterlassenschaften anderer. Überdies stehen Ausflugslokale nur auf Platz zwei der Rangliste gastronomischer Betriebe, die mit Abstand von bewirtschafteten Hütten angeführt wird (s.o.).

Ein weiteres Indiz für den hohen Stellenwert von Aussichten stellt die in Deutschland neuerdings über die Ausflugslokale hinausgewachsene Bedeutung von Aussichtstürmen dar. Wo die Landschaft selber hinreichend Ausblicke bietet, spielen sie keine Rolle. Wenn aber wie in den deutschen Mittelgebirgen die Höhen oft genug vollständig von Wald überwachsen sind, sind sie als Ersatz hoch willkommen.

9. WEGE (2): WAS STÖRT WANDERER?

Den überwiegend positiven Wünschen und Eindrücken von den Tiroler Wanderwegen stehen natürlich auch einige kritische Einschätzungen gegenüber. Um sie zu erfassen, hielt der Fragebogen ebenfalls sowohl eine offene Eingangsfrage als auch eine geschlossene Anschlussbatterie bereit.

Spontane Kritik

Die offene, spontane Kritik fiel eher zurückhaltend aus. Ob es tatsächlich kaum etwas zu kritisieren gab oder man an einem schönen Wandertag nicht angestrengt über Unschönes nachdenken wollte, steht dahin. Jedenfalls machten zwei Drittel der Befragten auf die Bitte nach Benennung negativer Erfahrungen überhaupt keine Angaben. In der Bilanz entfiel also auf zwei positive Statements nur ein negatives.

Es spricht für die Konsistenz der Urteile, dass die Themen Natur und Zivilisation in der Negation im umgekehrten Verhältnis wie in der Positivliste stehen. Während ein gutes Viertel der Nennungen zivilisatorische Störungen beklagen, werden Beeinträchtigungen der Natur nur in jedem zehnten Stichwort aufgegriffen.

Die bescheidene Kritik am natürlichen Umfeld der Tiroler Wanderwege konzentriert sich im Gegensatz zu Deutschland, wo vor allem (nationalparkbedingte) Waldschäden Unmut hervorriefen, auf landschaftliche Defizite. Dabei handelt es sich vor allem um Klagen über eine ausufernde Zersiedelung und großflächige Wintersportschäden, die eigentlich schon in die Kategorie "Zivilisation" gehören.

Zusammengenommen nimmt der Frust über zivilisatorische Beeinträchtigungen der Wanderfreude in Österreich damit denselben Raum ein wie in Deutschland. Hier wie dort sind es vor allem Verkehr und Müll, an

Profilstudien Wandern 2003		Tab. 14
Negative Merkmale Tiroler Wanderwege (1)		
Prozent		
Merkmal	A	D
Natur	9	15
Sperrung	2	2
Flora und Fauna	-	0
Landschaft, Ausblick	5	1
Wald	-	7
Geoformation	-	3
Zivilisation	28	35
Lärm, Betrieb	12	11
Müll	11	16
Rastplätze	2	6
Gasthäuser	3	1
Kultur	-	1
Sonstiges	1	1

Deutschland. Hier wie dort sind es vor allem Verkehr und Müll, an denen man sich stößt, wobei die Vermüllung der Landschaft in Tirol offenbar nicht ganz so viel Verärgerung zeitigt wie in Deutschland. Dennoch beeinträchtigt sie auch hier merklich das Idealbild von einer unberührten Natur. Wie schon beim Positivmerkmal "sauber" handelt es sich dabei vor allem um ein optisch-ästhetisches Störpotenzial, das unabhängig von den meist anonymen Verursachern in Grenzen gehalten werden muss. Wanderer erhoffen sich entscheidende Abhilfe von dieser Plage, für die sie selber nur begrenzt verantwortlich sind, durch die Aufstellung von mehr Papierkörben und Abfallbehältern (s.o.) und stehen deren vielerorts betriebenen Abbau verständnislos gegenüber.

Ähnlich häufig wird der mit Lärm verbundene Verkehr auf den Wegen kritisiert - seien es einfach nur zu viele Leute, Radler oder gar Autofahrer. Hat man die Natur nicht zuletzt aufgesucht, um diesen Dauerstressfaktoren zu ent-

entgehen, so sehen nicht wenige ihre Hoffnungen auf Ruhe und Abstand vom alltäglichen Getriebe durch massenhaften Gegen- und Überholverkehr enttäuscht. Dabei übertrifft der Frust über zu viel Touristen auf den alpinen Wanderautobahnen noch die gleichermaßen oft geäußerte Klage über Auto- und Radverkehr auf der Trasse. Infrastrukturelle, kulturelle und gastronomische Defizite spielen demgegenüber eine untergeordnete Rolle.

In der Rangordnung der Mängelrügen werden die zivilisatorischen Übergriffe auf die Natur von den Defiziten beim Wegeformat klar übertroffen. Dabei sind es zu einem beträchtlichen Teil allzu weit in die Natur hineinreichende verkehrstechnische Errungenschaften wie geschotterte, steinige Wege und teilweise sogar straßenähnliche oder -nahe Passagen, die den Ärger der Wanderer hervorrufen: Fast jede fünfte Negativnotiz

Profilstudien Wandern 2003 Forts. Tab.14		
Negative Merkmale Tiroler Wanderwege (2)		
Prozent		
Merkmal	A	D
Wegeformat	39	33
Wegeföhrung	1	0
befestigt	13	11
geteert	2	9
Straßenkontakt, Verkehr	3	3
hindernisreich	6	5
breit, gerade	1	2
zu anspruchsvoll	5	-
ungesichert	8	-
Sonstiges	0	2
Leitsystem	23	16
Beschilderung	22	15
Sonstiges	1	2
Allgemeines	1	1
Abwechslung	0	0
Sonstiges	0	1
Statistische Bezugsgrößen		
Zahl der Nennungen	354	748
Anteil ohne Antwort	65%	69%

nimmt hierauf Bezug. Zusammen mit den Nervtötern Verkehr und Müll prägt

die zivilisatorische Entwertung der Natur insgesamt zu zwei Fünfteln das Negativ-Image der Tiroler Wanderwege. Das sind allerdings 10% weniger als in Deutschland, wo die vielen Asphaltpassagen besonders nerven.

Einen ganz eigenen alpinen Negativposten stellen demgegenüber hindernisreiche, anstrengende und sturzgefährliche Wegeabschnitte dar. Zusammengenommen werden in fast 20% der Stichworte Wegeerosion, Steilpassagen, Stolperfallen und Rutschbahnen als unbequem und gefährlich klassifiziert. Die generelle Liebe zu Bergpfaden scheint hierin ihre Grenzen zu finden. Genusswanderer wollen nicht bei jedem Schritt auf den Weg achten müssen, hält sie das doch nur von der ungestörten Bewunderung der Landschafts ab.

Einen neben Müll, Verkehr, Schotter und Hindernissen weitere, in Tirol sogar dominierenden Anlass zur Verärgerung bieten Unzulänglichkeiten des Wanderleitsystems. Das betrifft neben der Wegemarkierung in besonderem Maße die Beschilderung, der zu etwa gleichen Teilen fehlende oder falsche Zeit- und Schwierigkeitsangaben angelastet werden. Hierauf ist man als überwiegend kartenunkundiges Publikum auf Gedeih und Verderb angewiesen. Wenn das den Wanderern im Hochgebirge stärker bewusst wird als im Mittelgebirge, so dokumentiert sich darin nun doch eine verstärktes Unsicherheitsgefühl gegenüber den Gefahren der Bergwelt.

Damit erweisen sich die Hauptprobleme von Wanderwegen nicht nur als relativ eindeutig ausmachbar, sondern als vergleichsweise leicht zu beseitigen. Eine regelmäßige Kontrolle der Wege in Hinblick auf Müll und Beschilderungsmängel ist nicht umsonst zu haben, kostet aber auch nicht allzu viel. Für den Ersatz von Schotter- durch naturnähere Alternativen oder Begleitpfade und die damit zugleich bereits größtenteils geleistete Trennung der Wegennutzer verschiedener Geschwindigkeiten bedarf es dagegen einer erhöhten Investitionsbereitschaft. Das gilt auch für die Beseitigung von Gefahrenstellen und sonstigen Einschränkungen unbeschwertes Wanderns. Nur so aber wird man den modernen Genusswanderer für sich gewinnen können.

Frustrationstoleranz

Sind mit der offenen Frage die dem einzelnen am brennendsten erscheinenden Probleme benannt, so gestattet die anschließende geschlossene Frage die Einordnung der Ärgernisse in einen größeren Zusammenhang. So tritt der Zivilisationsmüll, in der offenen Frage nur einer von fünf etwa gleich oft verurteilten Hauptfaktoren der Kritik, in der geschlossenen Batterie eindeutig als dominierender Störenfried in Erscheinung. Fast 90% der darauf Angesprochenen fühlen sich durch ihn in ihrem Naturgenuss massiv beein-

trächtig. Das unterstreicht einmal mehr die Bedeutung der Ästhetik beim Wandern: Natur soll nicht nur gefällig, sondern auch sauber sein.

Die Spontanfrustauslöser Verkehr, Teer und Leitsystem finden sich in der geschlossenen Störbatterie zwar mit Abstand auf Platz 2 und 3 wieder, tangieren aber gleichwohl noch die Mehrheit der Befragten. Dabei verbindet sich der Widerwille gegen Autoverkehr auf den Wegen erneut mit einer ausgeprägten Aversion gegen Lärm. Überwiegend einig sind sich die Wanderer auch in ihrer Aversion gegen Teer - vermutlich nicht zuletzt wegen der damit verbundenen Verkehrs-Assoziation. Dagegen werden die häufig zu Erzfeinden hochstilisierten Radler und Biker nur von jedem vierten, Reiter gar nur von jedem elften Wanderer als lästig empfunden.

Von daher sollte man erwarten, dass auch Straßen verstärkt abgelehnt

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 15	
Was beim Wandern stört			
Prozent			
Besondere Störfaktoren	A	D	
Herumliegender Abfall	84	85	
Verkehr			
Autoverkehr auf den Wegen	65	64	
Verkehrslärm	55	52	
Radfahrer, Mountainbiker	25	22	
Reiter	9	11	
Orientierung			
Irreführende Wegweisung	64	57	
Fehlerhafte Wanderkarten	41	39	
Wegeformat			
Längere Strecken auf Asphalt	51	54	
Lange Strecken durch Ortschaften	27	22	
Zerfahrene und schlammige Wege	26	28	
Grobgeschotterte Wege	24	18	
Häufiges bergauf und bergab	3	3	
Sonstiges			
Zugewachsene Aussichten	13	26	
Windkraftwerke	8	-	
Regenschauer	16	8	
Hitze	9	7	

werden. Bei Ortsdurchgängen ist das jedoch weniger der Fall - vielleicht, weil man sie nicht primär mit Straßen und Teer in Verbindung bringt und sich im Gegensatz zu Landstraßen in Ortschaften durch Bürgersteige gesichert fühlt.

Dagegen ist die häufig umstrittene Frage nach der Negativpriorität von Teer und Schotter eindeutig geklärt: Asphalt wird doppelt so häufig abgelehnt wie Gesteinsschutt. Für steinige Wege heißt das, dass sie immerhin von einem Viertel der Wandergäste als ausgesprochen unangenehm empfunden werden. Obwohl eigentlich leichter be-

gehbar, werden sie zerfahrenen und schlammigen Wegen gleichgestellt. Das ideale Wegeformat liegt offenbar in der Mitte: So natürlich, aber auch so bequem wie möglich soll es sein.

Mehrheitlich Missfallen erregen in der geschlossenen Abfrage schließlich auch irreführende Wegweisungen. Das gilt insbesondere für Wegweiser und Markierungen vor Ort, aber auch schon fehlerhafte Wanderkarten - leider eine Allgemeinerscheinung - sind ärgerlich. Die Angst vor dem Verlaufen oder Verirren in unbekannter Landschaft sitzt dem normalerweise naturfernen Zeitgenossen offenbar tief in den Gliedern. Zuverlässige Leitsysteme sind folglich ein unerlässlicher Bestandteil von Wanderwegen.

Dagegen regen sich deutlich weniger Wanderer über die so oft ins Feld geführten Nachteile von nördlich des Alpenkamms gelegenen Urlaubsdestinationen auf. So macht Wetterunbill Wanderern nach eigenem Bekunden vergleichsweise wenig aus. Das Jammern über die meteorologischen Nachteile gegenüber den südlichen Sonnenparadiesen ist also jedenfalls mit Hinblick auf das touristische Kernpublikum, die Wanderer, nicht gerechtfertigt, zumal von einigen auch allzu viel Sonne negativ belegt. Hier ist die Fantasie der Anbieter gefordert, um erfrischend kühl-nasse Wildwetterlagen zum besonderen Erlebnis auszugestalten.

Noch weniger lassen sich Gebirgswanderer durch das angeblich so beschwerliche bergauf und bergab irritieren. Lediglich wenn, oben angekommen, die Erwartungen an schöne Aussichten enttäuscht werden, weil diese im Laufe der Zeit zugewachsen sind, regt sich bei jedem Achten der Frust. An dieser Stelle kommen indes wieder die besonderen Vorteile der Alpen mit ihren Daueraussichtsbergen ins Spiel.

Ähnliches gilt für die sich auf den Kämmen der deutschen Mittelgebirge allerorten hochreckenden Riesenkreisel der Windkraftwerke: Da man sie in den Alpen so gut wie gar nicht findet, können sie auch die Gäste nicht verärgern. Leider ist diese Frage erstmals in eine Wandererbefragung aufgenommen worden, so dass noch keine deutschen Vergleichsdaten vorliegen.

Ansonsten sind die Unterschiede zwischen Mittel- und Hochgebirgsstudie erneut geradezu erstaunlich gering. Wenn in Tirol irreführende Wegweiser und Regenschauer etwas mehr für Ärger sorgen, dann spielt da vermutlich die objektiv virulentere Sicherheitsfrage mit hinein. Davon abgesehen scheinen die Wohfühl- wie die Störfaktoren befriedigender Wandererlebnisse in ihrer Bedeutung weitgehend unabhängig von der Vorliebe für bestimmte Landschaftsformationen zu sein.

10. WEGE (3): BILANZ DER STÄRKEN UND SCHWÄCHEN

Die Quantifizierung der in den offenen Eingangsfragen spontan benannten Stärken und Schwächen Tiroler Wanderwege macht es durch elementare Verrechnungen möglich, die Positiv- und Negativprofile miteinander in Beziehung zu setzen und daraus weitere Einsichten über die Bedeutung und Bewertung der Wegemerkmale in den Augen ihrer Nutzer zu gewinnen. Das wird dadurch erleichtert, dass die thematische Ordnung beider Profile nach vergleichbaren Gesichtspunkten erfolgte und mit nur wenigen Modifikationen direkt aufeinander beziehbar ist.

Berechnet man etwa die Summe der positiven und negativen Notizen für jedes vergleichbare Thema und bezieht sie auf die Gesamtzahl aller Nennungen, so erhält man ein Maß

Thema		Gewicht		Urteil	
		A	D	A	D
Natur		36	34	+64	+50
Naturnähe		6	9	+63	+83
Flora und Fauna		2	0		
Landschaft		7	4	+53	+94
Aussicht		12	3	+98	+76
Wald / Monokultur		0	4		-13
Geo, Wasser		2	3		+19
Ruhe./ Betrieb		7	8	-13	+7
Sonst		1	2		
Zivilisation		9	14	-22	-18
Sauberkeit / Abfall		4	8	-38	-36
Rast		2	4		+5
Gasthäuser		2	1		
Kultur, Info		-	1		
Sonst		0	0		

für die wertungsunabhängigen Themengewichte innerhalb des spontanen Assoziationshorizonts Wanderwege. Subtrahiert man dagegen jeweils die Zahl der negativen von der der positiven Notizen und bezieht diese Differenz auf deren Summe, so erhält man ein gewichtsabhängiges Maß für die Bewertung der Themen, das im Falle ausschließlich positiver Hinweise auf +100%, im Falle ausschließlich negativer Statements auf -100% normiert ist. Auf diese Weise kann man also Themengewichtung und -Beurteilung sauber voneinander trennen.

Allerdings liefert der Wertkoeffizient nur halbwegs zuverlässige Noten, wenn hinreichend viele spontane Äußerungen zu einem Thema vorliegen. Im vorliegenden Fall wird hierfür ein Themengewicht von mehr als 3% angesetzt.

Nach Ausweis der in Tab.16 dokumentierten Gewichte behauptet die Natur auch im Verschnitt von positiven und negativen Aussagen mit einem Drittel aller Nennungen knapp ihre Spitzenstellung. Nimmt man noch ihre relativ eindeutige Wertung hinzu, so steht außer Zweifel, dass sie hier wie dort das positive Kernthema des Wanderns schlechthin darstellt.

Dabei geht es den Wanderern vor allem um Naturnähe und Ruhe, also eine möglichst weitgehende Abschirmung von der stressig-überzivilisierten Alltagswelt. In Tirol werden diese beiden Leitthemen von landschaftlichen Merkmalen, allen voran aber von den Aussichten eingeholt und überholt. Dabei fallen die durchweg guten Urteile über Natur und Landschaft für Tirol etwas weniger gut, für die Hochgebirgs-Aussichten aber besser aus: Das alpine Alleinstellungsmerkmal greift.

Zum Thema Ruhe und Betrieb halten sich dagegen hüben wie drüben wohlwollende und kritische Bemerkungen die Waage. Hier besteht ganz offenkundig Handlungsbedarf, und das in Tirol noch mehr als in Deutschland. Wer weiterhin alpine Urlaubsorte zu hektischen Zivilisationszentren aufteilt, macht dem Wanderpublikum keine Freude.

Ebenfalls ein Drittel aller Nennungen nimmt auf das Wegeformat Bezug, wobei das Gesamturteil zwar im positiven Bereich bleibt, aber von stärkeren Defiziten beeinträchtigt ist. Die größten Probleme liegen für Tirol auf dem Feld der Wegebefestigung, welche sich mit ihrem hohen Schotteranteil mehr Klagen als Lob einhandelt. Die ähnlich wichtig genommene Wegeführung und -pflege erfährt dagegen überwiegend Zustimmung.

Thema		Gewicht		Urteil	
		A	D	A	D
Wegeformat		34	31	+27	+29
Führung		6	2	+87	
naturbelassen		2	6	+95	
pfadig		1	2		
gepflegt / hindernisreich		5	7	+40	+48
ausgebaut / befestigt		7	8	-29	+5
nicht geteert / geteert		1	3	-64	
verkehrsfern / straßen-nah		2	2		
Sonst		1	1		
Leitsystem		17	15	+13	+28
Beschilderung		16	14	+10	+32
Sonst		1	1		
Allgemein		4	6	+92	+91
Abwechslung		4	5	+93	+98
Sonst		0	1		
Nennungen absolut		111	223	+37	+33
		6	2		
Kein Antwort		51	56	+32	+30

An dritter Stelle folgt mit einem Sechstel aller Hinweise das Kapitel Leitsystem, bei dem das Urteil über die Tiroler Wegebeschilderung gegenüber dem deutschen Beispiel deutlich abfällt. Wie eine Detailauswertung zeigt, liegt dies weniger an den Markierungen als an den Wegweisern, die insgesamt sogar eine negative Wertung erfahren. Offenkundig hat das Instrument des Bergwegegütesiegels, obwohl gerade auf diesen Punkt fixiert, noch keine hinreichenden Ergebnisse gezeitigt.

An letzter Stelle schließlich rangieren zivilisatorische Elemente entlang der Wege. Sie werden - allen voran das Verhältnis von Sauberkeit und Verschmutzung der Natur - überwiegend als störend empfunden, was in Tirol indes nicht so ins Gewicht fällt wie in Deutschland.

Alles in allem verrechnen sich die unterschiedlichen Koeffizienten zu einer positiven Gesamtbilanz. Dabei bedeutet ein Wertkoeffizient von rund +33%, dass generell etwa doppelt so viele positive wie negative Stichworte vorliegen.

Nicht nur hierbei fällt erneut ein außerordentlicher Gleichlauf zwischen den Spontanäußerungen der Hochgebirgs- mit denen der Mittelgebirgsgäste auf. Die wenigen bereits erwähnten Differenzen beziehen sich sämtlichst auf Detailthemen, während die grau unterlegten zusammenfassenden Kategorien der Tab.16 auf der Gewichts- wie der Urteilebene keine nennenswerten Unterschiede aufweisen. Weder die differierenden Landschaftsformationen noch die damit verbundene Gästeselektion scheinen hierauf einen nennenswerten Einfluss zu haben. Das erleichtert generell den touristischen Umgang mit Wanderern, zeigt aber zugleich auch, wie nahe die beiden Gebirgsformen in der wandertouristischen Konkurrenz stehen.

11. WEGE (4): GROBE UND KLEINE THEMENWEGE

Hitliste der Fernwanderwege

Was die touristische Vermarktung von Wanderwegen betrifft, so sind es in Deutschland vor allem die Haupt- und Fernwanderwege, mit denen ausgiebig geworben wird. In Österreich dominieren dagegen die Vorschläge für Tagestouren, obwohl auch hier Themen- und Fernwanderwege eine zunehmende Rolle spielen - allen voran die geplante "via alpina". Sind solche Wege also wieder im Kommen?

Darauf angesprochen, kann mehr als die Hälfte der Befragten, genauer 58% der Tirol-Wanderer, nicht einen einzigen Fernwanderweg benennen - in Deutschland liegt die Fehlquote um 10% niedriger. Und auch jene Hälfte der Befragten, die einen Wegenamen notiert haben, weiß nicht immer genau, was ein Fernweg ist. So beschränken sich 20% der Nennungen auf die Angabe von Regionen, Orten oder gar Almhütten ohne Bezug auf einen bestimmten Weg. Weitere knapp 20% führen örtliche Wanderwege an. Aber auch von denen, die erkennbar Fernwege ansprechen, wissen viele nicht, wie der ange-dachte Weg genau heißt. Andere geben nur Ausgangs- und Zielort an, wobei die Verbindung zwischen beiden oft genug nur durch Kombination unterschiedlicher Fernwege herstellbar ist.

Profilstudie Wandern 2003 Tab.17	
Bekannte Wanderwege	
Typus	
(Offene Frage - Nennungen in Prozent)	
Art der Angaben	
Wegbenennung	81
davon Fernwege	63
Region- oder Ortsangaben	19
keine Antwort	58

Die tatsächlich fernwegkundigen Wanderer bilden also eine ausgeprägte Minderheit - oder anders herum formuliert: Wanderwege haben in Tirol (noch) keinen Produktcharakter, sie werden nicht als Basiseinheit des Wandertourismus registriert. Die meisten Wanderkunden bewegen sich statt dessen nach gusto im anonymen Netz markierter Wege.

Ein Beispiel für die oft nur ungefähren Wegekenntnisse liefern die Europawege, die mit Abstand am häufigsten genannt werden. Dabei steht zu vermuten, dass dies vor allem darauf zurückzuführen ist, dass ihr Name sich so leicht einprägt, wobei dies oft nicht mit konkreten Kenntnissen verbunden zu sein scheint. Darauf deutet der Umstand hin, dass zwei Fünftel der Nennungen ganz allgemein "Europaweg/e" lautet, wobei nur 2 von 29 Nennungen

durch Benutzung des Plurals ein Wissen von der Existenz mehrerer Wege dieses Namens nachweisen. Der große Rest benutzt den Singular, was die Vermutung nahe legt, dass man nur einen kennt und/oder von der Existenz mehrerer Europawege nichts weiß (Tab.18).

Profilstudie Wandern 2003 Tab. 18	
Bekannte Wanderwege	
Europawege	
(Offene Frage - Nennungen in Prozent)	
Europaweg/e allgemein	41
davon Europaweg (Singular)	38
Europawege (Plural)	3
E + Ziffer/Verlaufsangaben	37
als E nur über Verlauf identifiziert	22

ersterer Europawege nichts weiß (Tab.18).

Fundierte Kenntnisse offenbaren dagegen jene 37%, die zusätzlich zur Bezeichnung Europaweg die Nummer und/oder den Verlauf des Weges angeben. Das restliche Fünftel der Hinweise ist, da nicht als Europawege bezeichnet und möglicherweise

auch nicht unter diesem Namen geläufig, nur über den angegebenen Wegeverlauf als solchen identifizierbar.

Ordnet man die Antworten auf die Fernwegefrage unabhängig davon, ob Fernwege, lokale Wege oder bloße Wanderräume benannt sind, nach großräumigen Zugehörigkeiten, so entfallen die Hälfte auf den Alpenraum, ein Drittel auf echte, grenzüberschreitende Fernwege, und den Rest teilen sich

Profilstudie Wandern 2003 Tab.19	
Bekannte Wanderwege	
Gesamt	
(Offene Frage - Nennungen in Prozent)	
Großräumige Zugehörigkeit	
Alpen	48
davon nummerierte ÖWW	2
Nummern: 201, 241, 401, 411, 413	
Mittelgebirge	8
Grenzüberschreitend:	
Europaweg/e	26
Jakobsweg/e	8
Sonstiges Ausland	4
Nicht lokalisierbar	6

Mittelgebirgswege, Wege im nichtalpinen Ausland und sonstige infolge zu allgemeiner Angaben (z.B. Edelweißweg, Panoramaweg usw.) nicht lokalisierbare Wege (Tab.19).

Auffällig ist immerhin, dass fast alle Nennungen von Mittelgebirgs- und nichtalpinen Auslandswegen durch konkrete Angaben tatsächliche Wegekenntnisse bezeugen. Die alpenbezogenen Angaben weisen dagegen einen um so höheren Anteil an vagen oder allgemeinen

Angaben sowie an örtlichen oder Regionalwegen auf. Dies muss wohl so gedeutet werden, dass für die Wandergäste in Tirol - zumindest für ihre Wanderaktivitäten im dortigen Raum - Fernwege ohne große Bedeutung sind und folglich kein Interesse daran wach wird.

Bezeichnend hierfür ist, dass die Via Alpina, die man doch in aller Munde glaubt, mit gerade vier Nennungen verblüffend marginal bleibt. Auch die nummerierten Österreicher Wanderwege sind mit nur fünf Nennungen vertreten, die überdies sämtlich in der gerade bewanderten Befragungsregion liegen und daher auf eine bloße Adhoc-Kenntnis hindeuten.

Auch wenn das angesichts der reichlich bürokratischen Ausweisung nummerierter Fernwanderwege in Österreich nicht verwundert, heißt das doch

auch zugleich, dass die Tiroler Tourismuswirtschaft die mit derartigen Wegen verbundenen Chancen der Markenbildung und -werbung noch nicht erkannt hat. In Deutschland zeigt dagegen das Beispiel des auf der Basis von Marktstudien gezielt kundengerecht designten Rothaarsteig, in welchem Maße eine solches Markenprodukt in der Lage ist, schon innerhalb kurzer Zeit massenhaft Wanderer anzulocken und als wandertouristischer Leuchtturm für eine ganze Region zu fungieren.

Die Via Alpina wird eine solche Funktion vermutlich nicht übernehmen können, da das Projekt viel zu groß und erneut viel zu bürokratisch angelegt sowie nicht auf eine Region bezogen ist - ganz abgesehen davon, dass bei ihrer Konzeption Qualitätsfragen und Kundenorientierung nicht die notwendige dominierende Rolle gespielt zu haben scheinen.

Werden die Angaben zu Wanderwegen bzw. Wanderräumen nach Zugehörigkeit zu alpinen Regionen sortiert - soweit sie sich solchen überhaupt eindeutig zuordnen lassen - so finden wir ein ganz ähnliches Bild wie bei der Frage nach den schönsten Wandererlebnissen. Die österreichischen Alpen dominieren mit etwa 60 % alle anderen alpinen Länder, wobei wiederum mehr als die Hälfte davon auf Tiroler Gebiete entfällt. Lediglich Südtirol kann einen bemerkenswerten Anteil von knapp ein Viertel für sich verbuchen. Die

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 20
Wanderwege (Offene Frage - Nennungen in Prozent)		
Destinationen		
Deutsche Alpen		10
davon Wettersteingebirge		7
Chiemgau		4
Österreichische Alpen		58
davon Vorarlberg		8
Kärnten		9
Salzburger Land		7
Steiermark		1
Tirol		33
davon Osttirol		1
Karwendel / Rofan / Kaiser		26
Stubai / Tuxer / Ziller		10
Südtirol		23
Schweiz		3
Sonstige		6

deutschen Alpen kommen auf magere 10 %, und das, obwohl die übergroße Mehrheit der befragten Wanderer aus Deutschland stammt. Innerhalb von Tirol sind es erneut die Befragungsregionen in den Kalkalpen, auf die sich die meisten Hinweise beziehen.

Daraus ist zu folgern, dass Kenntnisse über Wege, soweit sie vorhanden sind, meist auf persönlichem Erleben der Wanderer basieren. Von einem Ort, mit dem sich angenehme (Wander-)Erinnerungen verbinden, bleiben Details wie auch der Wegename eher im Gedächtnis haften. Dass der Ruf eines Wanderweges quasi als Lockruf aus der Ferne Gäste herbei zu ziehen vermag, wie das mehr und mehr in Deutschland zu beobachten ist, stellt für Tirol noch eine Utopie dar.

Die Besucher entscheiden sich offenbar eher für eine Zielregion, mit der sie in den meisten Fällen selbst schon gute Erfahrungen gemacht haben. Sichtbar wird dies auch darin, dass viele, die eigentlich keine Kenntnisse von Wegenamen zu besitzen scheinen, die Frage als Gelegenheit zu einem Sympathiebeweis für die von ihnen besuchten Örtlichkeiten oder Regionen nutzen. Die Tiroler Tourismuswirtschaft wird darüber befinden müssen, ob sie es bei diesem konservativen Angebotsstrategie belässt oder sich auf dem zunehmend professionalisierten Markt auch der Instrumente des Qualitätsproduktes und der Markenbildung bedient.

Akzeptanz von Lehrpfaden

Statt in die großen Fernwanderwege dürfte der überwiegende Teil der Wanderwegeinvestitionen der letzten Jahrzehnte in Lehrpfade aller Art geflossen sein. Man wollte damit dem vorbeiziehenden heimischen wie fremden Wanderer die Besonderheiten der jeweiligen Region, ihrer Flora, Fauna, Geostruktur und Kultur nahebringen und jenes elementare heimat- und naturkundliche Grundwissen vermitteln, das vielleicht in der Schulzeit erlernt, seither aber schon wieder vergessen wurde. Lohnen sich derartige wanderpädagogischen Investitionen?

Während im Vergleich mit anderen Wegearten nur ein Fünftel der Wanderer eine "besondere" Vorliebe für Lehrpfade einräumte (s.o.), bekundet auf gesonderte Nachfrage (aber ohne die Vokabel "besonders") ein Viertel sein uneingeschränktes Interesse daran, während mit fast einem Fünftel nicht viel weniger ausdrücklich nichts davon wissen wollen. Im Vergleich zu Deutschland signalisieren die Tiroler Daten eine nochmalige Abkehr von dieser Art Outdoor-Pädagogik (Tab.21).

Auf die konkrete Nachfrage, welche Themen als "besonders interessant" angesehen würden, ergibt sich eine klare Rangfolge: An der Spitze stehen alle Arten von Naturthemen, wobei die lebendige Natur deutlich mehr Aufmerksamkeit erregt als die tote. Für Informationen über Tiere ist sogar die knappe Mehrheit der Wanderer zu haben, dichtauf gefolgt von Wissen über Kräuter. Auch der Naturschutz kommt unter Wanderern mit 36% Interesse nach wie vor gut weg.

Alpintypische geologische Themen teilen sich demgegenüber mit einer Akzeptanzquote von einem Drittel bis einem Viertel Platz zwei der Rangskala. Auch geschichtliche Darstellungen treffen bei einem Viertel der Befragten auf Resonanz - deutlich weniger als beim nördlichen Nachbarn.

Der Waldbau schließlich, von Seiten des Forstes gern zum Gegenstand von Infotafel-Ketten gemacht, kommt nur auf knapp 20% Akzeptanz. Das dürfte vor allem damit zu erklären sein, dass die Nutzung von Natur derzeit kein großes - und wenn, dann eher ein negativ besetztes - Thema in der Öffentlichkeit darstellt. Beim Schlusslicht Landwirtschaft wird das noch deutlicher. Obwohl Wald und Feld emotional positiv unterlegte Begriffe sind, haben Forst- und Landwirtschaft als Mittler zwischen Natur und Produkt mit einem negativen Image zu kämpfen ("Schlachthaus-Paradox"), was sich auch im Lehrpfadinteresse widerspiegelt.

Alles in allem sprechen diese Befunde dafür, die für Lehr- oder Erlebnispfade vorgesehenen Installations- und Pflegeinvestitionen verstärkt in die Infrastruktur und Qualifizierung des regulären Wegenetzes umzulenken. Im übrigen wäre es reizvoll, die Themenverteilung der vorhandenen Lehrpfade einmal mit den Akzeptanz-Gewichten der Tab. 21 zu vergleichen.

Profilstudie Wandern 2003 Tab. 21		
Lehrpfade		
Prozent		
Vorliebe	A	D
Grundsätzliches Interesse		
ja	24	34
nein	19	9
Besonders interessante Themen		
Tiere	51	50
Kräuter	45	(59)
Naturschutz	36	41
Gletscher	32	-
Geologie	28	33
Wasser	23	-
Geschichte	25	39
Waldbau	19	25
Landwirtschaft	14	9
Nichts davon	5	1

12. TOUREN: WIE WIRD GEWANDERT?

In welcher Form erschließen Wanderer die Landschaft, wie begehen sie die Wege? Deutsche Touristiker haben ihre Gäste begreiflicherweise am liebsten möglichst lang am Bändel und setzen daher auf Mehrtagestouren. Schon die bisherigen Profilstudien geben jedoch zu Zweifeln Anlass, ob dies tatsächlich die bevorzugte Wanderform ist. In den Alpen war die Tagestour schon immer die vorherrschende Art, die Berge zu erschließen, Hüttentouren spielen allein schon auf Grund der quantitativen Kapazitäten nur eine vergleichsweise geringe Rolle. Kommt dies den Wanderwünschen mehr entgegen?

Tab.22 gibt eine erstaunlich klare Antwort auf diese Frage, wie sie sich im übrigen ganz generell durch einen bemerkenswerten Hang zur Polarisierung auszeichnet. Wie selten zuvor dokumentiert sich in ihren Zahlen die überlegene Bedeutung der

Profilstudie Wandern 2003 Tab. 22		
Tourenarten		
Prozent		
Besonders beliebt	A	D
Tagestour	77	77
Mehrtagestour	16	18
Rundwanderung	57	47
Streckenwanderung	16	16
Individuelle Tour	47	36
Vereinswanderung	4	10
Geführte Wanderung	6	10
Hüttenwanderung	41	19
Sportliche Tour	22	13
Abend- oder Nachtwanderung	3	5
Naturkundliches Thema	23	21
Geschichtliches Thema	8	11

berlegene Bedeutung der Tages- im Vergleich zur Mehrtagestour, das Verhältnis könnte mit fast 5:1 kaum erdrückender sein. Österreich lag in diesem Punkte also immer richtig.

Zwar siedelt sich die klassische Hüttenwanderung mit 41% Anhängern in der Mitte zwischen den beiden Polen an. Doch zum einen gilt das nur im alpinen, nicht aber im Mittelgebirgsraum, wo sie nicht besser wie eine gewöhnliche Mehrtagestour weg-

kommt. Zum anderen verbindet sich damit vermutlich eher ein Mythos als ein reales Begehren: Die suggerierte abendliche Hüttenromantik kommt den Genusswünschen der Wanderer zwar entgegen, die primitive Realität der Übernachtung aber ganz und gar nicht, weshalb die meisten Hüttenbesucher es dann doch bei Tagesbesuchen belassen.

Die vergleichsweise geringe Neigung zu Mehrtagestouren spricht im übrigen nicht gegen die Aufwertung von Fernwanderwegen zu Wandermar-ken. Denn ähnlich wie die Hüttenwanderung verbindet sich auch der Fernwanderweg mit einem Mythos: Der Sehnsucht nach Fremde und Ferne sowie dem Erreichen eines Ziels. Und gleichermaßen wird dieser Mythos aus Gründen der Genussoptimierung nicht voll ausgelebt, sondern nur in Form von Tageswanderungen abgegriffen: Man will den berühmten Weg wenigstens einmal kennengelernt, sein Versprechen ein Stück lang nachempfunden haben. Überdies verspricht man sich von ihm auch auf kleiner Etappe eine besonders hohe Erlebnisdichte, weshalb auch die großen Wege in Deutschland vorzugsweise von Tagesgästen bewandert werden - am neuen Rothaarsteig waren es im ersten Jahr nach der Eröffnung ca. 100.000 Erstgäste.

Dieser Sachverhalt wird durch die ebenfalls sehr unterschiedliche Bewertung von Rund- zu Streckenwanderungen unterstrichen. Dabei gewinnen Rundwanderungen in Tirol im Vergleich zu Deutschland nochmals an Bedeutung und bestätigen so einmal mehr das traditionelle Angebotskonzept. Tatsächlich garantiert die eintägige Rundtour, die genau vor dem eigenen Auto, dem Bahnhof oder der Unterkunft endet, höchste individuelle Flexibilität in der Wanderplanung und -abwicklung, was dem zeitgeistigen Wunsch nach einer Maximierung der Erlebnisdichte in der Freizeit entgegenkommt und daher auch auf dem Wandergebiet das beherrschende Gestaltungsmodell darstellt.

Das deckt sich mit der dominierenden Vorliebe für individuelle Touren, für die sich achtmal mehr Befragte stark machen als für Gruppenwanderungen mit Führer. Der ohnehin schon ausgeprägte Trend zur Individualisierung des Wanderns hält offenkundig an, die geführte Gruppe wird von vielen als zu starke Bindung erlebt und nur noch von einer kleinen, vorzugsweise in Vereinen organisierten Minderheit befürwortet. Das wird durch den Vergleich mit den bereits zu diesem Thema ermittelten Daten noch deutlicher: Während 21% der Befragten Wandervereinen angehören und für 16% das große Gemeinschaftserlebnis ein besonders wichtiges Wandermotiv darstellt, machen sich nur 4% für Vereinswanderungen stark. An dieser Stelle zeigt sich die Umwälzung in den Wandergewohnheiten am drastischsten, wobei zugleich deutlich wird, dass sie in Österreich schon sehr viel weiter fortgeschritten ist als in Deutschland.

Der geringen Sympathie für geführte Touren widerspricht auf den ersten Blick die mit 23% erheblich höhere Beliebtheit von naturkundlichen Themenwanderungen. Allerdings handelt es sich bei derlei (nicht zwangsläufig geführten) Veranstaltungen in der Regel um Spaziergänge, bei denen man auf wenigen Kilometern viel zu sehen bekommt. Dazu gehört auch der Be-

such von Lehrpfaden, der, da individuell absolvierbar, beträchtlich höher bewertet wird als die geführte Wanderung (s.o.). Auch bei geschichtlichen Führungen liegt die Akzeptanz unter der der entsprechenden Lehrpfade.

Noch weniger Anhänger finden nur noch Abend- und Nachtwanderungen - zur Verblüffung der Autoren, die als langjährige Wanderführer mit abendlichen und nächtlichen Touren immer besonders viele Gäste rekrutieren. Hierfür sind vermutlich mehrere Gründe verantwortlich: Eine Nachtwanderung ist stets geführt, man will sich nicht auch noch nach einem genussreichen Abendessen anstrengen. Überdies ist natürliche Dunkelheit dem Zivilisationsbürger unheimlich, und die Zahl abenteuerorientierter Jugendlicher unter den Befragten ist gering.

Wenn trotz fehlender Jugend das Durchschnittsalter der Hochgebirgswanderer, bedingt durch einen höheren Anteil an unter 40jährigen, unter dem der Mittelgebirgswanderer liegt, so dürfte hierin eine Erklärung für die höhere Akzeptanz sportlicher Touren in Tirol zu suchen sein. Hinzu kommt, dass, wer sich in die Berge wagt, körperlich halbwegs fit sein muss, um die unvermeidlichen Aufstiege bewältigen zu können. Insofern ist die Anhängerschar sportlicher Touren mit gut 20% für alpine Verhältnisse fast eher als klein zu bewerten. Erneut zeigt sich: Mit sportlichen Herausforderungen ist selbst hier nur eine Minderheit von Wanderern zu mobilisieren.

13. ARRANGEMENT: WIE PLANEN WANDERER?

Jeder Wanderung ist normalerweise eine Planungsphase vorgeschaltet, während der jene Entscheidungen getroffen werden, auf die mancher Touristiker allzu gerne Einfluss nähme. Wie ausgeprägt ist diese Phase und welcher Hilfsmittel bedient sich der Wanderer dabei? In welchem Maße ist die klassische Planung durch spontane Adhoc-Entscheidungen ersetzt?

Wanderplanung

Tab. 23 zufolge macht sich ein Drittel der Wanderer schon lange vorher Gedanken über die nächste Wandertour, ein weiteres (gutes) Drittel nimmt sich immerhin ein bis zwei Tage dafür Zeit. Aber bereits ein knappes Drittel entscheidet sich erst am Morgen des Wandertages, ob und wo es langgehen soll. Auch in diesem Punkt erscheint die Entwicklung in Tirol weiter fortgeschritten als in Deutschland, wo die langfristige Planung noch dominiert und spontane Entscheidungen nur von einem Fünftel getroffen werden.

Als Planungsinstrument dominiert nach wie vor mit Abstand die Wanderkarte. Das entspricht ihrer in früheren Profilstudien ermittelten Hauptfunktion als Lieferant einer groben Übersicht über die Region, die für die Tourenentscheidung ausreicht. Von daher können auch, wie in Österreich mehr noch als in Deutschland der Fall, ungenaue und minderwertige Karten große Marktanteile erringen.

Das wird allerdings spätestens dann problematisch, wenn man unterwegs spontan von der geplanten Strecke abweicht. In Tirol ist das daher mit unter 25% in geringerem Maße als in

Deutschland der Fall. Ihre Ursachen haben derart spontane Bedürfnisse vermutlich vor allem in der eigenen Befindlichkeit oder der Wetterlage. Das

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 23	
Wanderplanung			
Prozent			
Vorgehensweise	A	D	
Planung der heutigen Tour			
seit längerem	32	45	
(vor)gestern	38	33	
heute morgen	30	22	
Streckenwahl per Wanderkarte	77	68	
Spontane Änderung möglich	23	33	
Vorschläge aus Wanderbüchern	41	36	
Empfehlungen von Bekannten	37	29	
Planloses Herumstreifen	5	12	
Vorrangig bekannte Wege	11	13	
Planung durch andere	14	13	

kann indes nur gut gehen, wenn dem Gast ein ebenso zuverlässiges wie eingängiges Wanderleitsystem die Entscheidung erleichtert.

Als Quellen von Wanderideen fungieren zu rund 40% gleichermaßen Wanderbücher und Empfehlungen von Bekannten. Ebenso wie Wanderkarten erfahren derlei Hilfen in Tirol einen größeren Zuspruch als in Deutschland, wofür in erster Linie ein erhöhtes Sicherheitsbedürfnis im alpinen Umfeld verantwortlich sein dürfte. Das verbietet es auch, allzu spontan oder gar gänzlich planlos durch die Gegend zu streifen - es sei denn, man geht dabei nur auf bekannten Wegen, was aber den wenigsten gefällt.

Ansprüche an das Wanderleitsystem

Ob geplant oder ungeplant - in jedem Fall spielen Orientierungshilfen eine bedeutende Rolle. Das dokumentiert nicht zuletzt Tab. 24, in der sich nicht nur ein generell hoher, sondern im Vergleich zu Deutschland abgesehen von Karten sogar nochmals erhöhter Bedarf an Markierungen und Wegweisern widerspiegelt. Diese Wünsche dürften sich nicht nur auf die in Tirol

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 24	
Orientierungshilfen in unbekannter Landschaft			
Prozent			
Bevorzugt	A	D	
Wandermarkierungen	76	69	
Wanderkarten	65	65	
Wegweiser	58	52	
Orientierungstafeln	30	25	
Wegebeschreibungen	18	14	
Tipps von Bekannten	13	12	

meist gut erschlossenen Hochgebirgsregionen, sondern auch auf Täler und Almen beziehen, wo es hier und da noch erheblichen Nachholbedarf gibt.

Nutzen beträchtlich ein. Kaum jemand wird sich einen Wanderweg mit allen Verzweigungen von Anfang bis Ende fehlerlos einprägen können. Schilder und Markierungen stellen infolge ihrer größeren Dichte eine sehr viel problemnähere Lösung dar.

Gegenüber dem klassischen Trio Karte, Markierung und Wegweiser fallen Orientierungstafeln allerdings deutlich ab - vermutlich weil sie erheblich weniger gebrauchsfreundlich sind: Am ehesten noch den Karten ähnlich, schränkt ihr fester Standort ihren

Wenig gebräuchlich sind bislang Wegebeschreibungen, obwohl sie mit ihrer Orientierung an Landmarken unerfahrenen Nutzern entgegenkommen. Wie zuvor schon die Wanderbücher übertreffen sie aber die Tipps von Bekannten an Relevanz, denen man zwar ein kompetentes Urteil mit Hinblick auf den Urlaubsort, kaum aber eine zuverlässige Wegebeschreibung zutraut.

Internet

Als gänzlich neues Medium für die Tourenvorbereitung bietet sich das Internet an. In der Tirol-Version der Profilstudie Wandern '03 wurde zum erstenmal danach gefragt. Nachdem zuvor hilfsweise aus anderen Erhebungen geschlossen worden war, dass die Internetnutzung von Wandernern um das Jahr 2000 in der Größenordnung von etwa 20% gelegen haben dürfte, zeichnen die Zahlen der Tab.25 ein sehr viel fortgeschritteneres Bild.

Danach greift fast schon die Hälfte der Wanderer mehr oder weniger gelegentlich auf das Netz zurück, 8% tun dies sogar oft. Bei diesen Zahlen ist zu berücksichtigen, dass ein nicht unerheblicher Teil der Urlaubsunternehmungen in bekannte Landschaften geht und daher gar keiner großen Vorbereitung bedarf.

Tatsächlich beziehen sich die rasant gestiegenen Zahlen allerdings mehr auf die generelle Vorbereitung eines Wanderurlaubs als auf die konkrete Tourenplanung. So oder so, schon jetzt erweist sich das Web als ein außerordentlich weitgreifendes Kommunikationsmedium auch und gerade für Wanderer, was nicht zuletzt vor dem Hintergrund ihrer weit überdurchschnittlichen Bildungsabschlüsse gesehen werden muss.

Urlaubsplanung

Auf besonderen Wunsch der Auftraggeber wurde im Tiroler Fragebogen das Thema Wanderplanung noch etwas weiter in Richtung Urlaubsplanung gesponnen. Die Ergebnisse zeigen eine fast gleichmäßige Verteilung der Planung und Buchung eines Wanderurlaubs über einen Zeitraum von einem halben Jahr mit einer leichten Betonung der

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 25
WANDERVORBEREITUNG PER INTERNET		
Prozent		
Häufigkeit		
Oft		8
Gelegentlich		39
Nie		53
Zweck		
Konkrete Wanderplanung		20
Generell Urlaubsvorbereitung		45

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 26
(Wander-)Urlaubsvorbereitung		
Prozent		
Monate im voraus	Planung	Buchung
bis 12	7	6
bis 6	24	31
bis 3	19	20
bis 1	16	17
kürzer	34	26

Pole: Jeweils ein Drittel entscheidet mehr als ein Vierteljahr bzw. weniger als ein paar Wochen vor dem Urlaubstermin, wie man die schönste Zeit des Jahres verbringen will. Die Zahl der Spontanurlauber liegt also etwa in der Größenordnung der Spontanwanderer.

Leider waren die Befragten im Zuge der ebenfalls sehr spontanen Fragebogenbearbeitung nicht in der Lage, die Doppelfrage nach Planung und Buchung differenziert zu beantworten, manche verlegten die Buchung in der Eile sogar vor die Planung. Insofern wird man die Daten nur als groben Anhaltspunkt für die Zeitschiene der Urlaubsvorbereitung werten können.

Im Anschluss hieran sollten die Bergwanderer per offener Frage Auskunft darüber geben, welche Erstinformationen über eine Wanderregion ihnen besonders wichtig erschienen. Auch davon zeigten sich 41% grundsätzlich überfordert - vermutlich hatten sie noch nie darüber nachgedacht. Von denen, die sich dazu äußerten, haben überdies 10% das Ganze als Frage nach der wichtigsten Informationsquelle über ihren Urlaubsort missverstanden.

Immerhin erfahren wir auf diese Weise, dass für sie touristische Prospekte und Empfehlungen von Bekannten und Freunden mit jeweils 41% maßgeblich für ihre Zielwahlentscheidung sind. Internetauftritte, Berichte in Wanderzeitschriften oder Funk und Fernsehen spielen dagegen eine deutlich geringere Rolle. Das Internet, das nach Auskunft der geschlossenen Frage zunehmend genutzt wird (Tab.25), scheint für die meisten jedoch noch nicht so selbstverständlich präsent zu sein, dass es ihnen auch spontan als nützliches Medium einfällt.

Die restlichen 90 % der Antworten zur Art der Erstinformation verteilen sich recht unterschiedlich auf verschiedene Themenbereiche (Tab. 27).

Profilstudie Wandern 2003		Tab.27
Erstinformation		
(Offene Frage - Nennungen in Prozent)		
Themen		
Wanderwege		41
Landschaft und Natur		23
Beherbergung und Gastronomie		15
Tourenangebote		7
Touristische Infrastruktur		4

Dabei steht - für manchen sicherlich überraschend - das Informationsbedürfnis bezüglich der Wanderwege mit 41% deutlich an der Spitze. Das bestätigt indes nur Annahme, dass es sich bei den Wanderwegen um die mit Abstand wichtigsten "Produkte" im Wandertourismus handelt. Sie sind es, an denen sich die entscheidenden Urlaubserlebnisse und -träume

festmachen, sie entscheiden darüber, wie man eine Urlaubslandschaft bewertet, erfährt und in Erinnerung behält. Wie schon vor Jahren empirisch belegt:

Wanderwege sind zumindest für die Sommersaison die bedeutsamsten Elemente der touristischen Infrastruktur.

Die damit eng zusammenhängende Frage nach der zu erwartenden Landschaft und Natur nimmt mit 23% nur Platz 2 der Rangliste ein. Wenn damit die Wege wichtiger als die Landschaft erscheinen, so dürfte das nicht zuletzt auch damit zusammenhängen, dass man sich im alpinen Raum eher von den landschaftlichen als von den Wege-Gegebenheiten hinreichende Vorstellungen machen zu können glaubt.

Da im allgemeinen Angebote zu Beherbergung und Gastronomie erst nach der Grundentscheidung für den Urlaubsort oder die Region von Belang sind, schlagen diese nur mit 15% zu Buche. Das belegt einmal mehr, dass Unterkünfte nur als Mittel zum Zweck gesehen werden, als notwendige Voraussetzung, um zu den ersehnten alpinen Wandererlebnissen zu kommen.

Das Angebot an Tourenvorschlägen schließlich, als Unterthema dem Bereich Wanderwege eng benachbart, wird mit 7% unerwartet selten abgefragt. Ganz offenkundig will man sich darüber erst vor Ort Gedanken machen, mit einer so konkreten Vorinformation kann man als Ortsfremder im Vorhinein noch nicht allzu viel anfangen. Ähnliches gilt auch für die Gegebenheiten der touristischen Infrastruktur wie Seilbahnen, Verkehrsanbindung, Badegelegenheiten u.ä., die mit 4% erstaunlich nebensächlich erscheinen.

Was nun die Informationen zu den Wanderwegen für sich genommen betrifft, so haben Fragen, die das Leitsystem betreffenden, hierbei mit 45% die oberste Priorität (Tab.28). Man will offenbar sicher gehen, dass man sich in den unbekanntem Bergen nicht verlaufen kann.

Ein deutlich abgesetztes, gleichwohl recht hohes Interesse finden die Leistungsanforderungen der Wege und die Gestaltung des We-

genetzes fast gleichauf mit 18% bzw. 17%. Schlägt man den Anforderungsfragen auch diejenigen nach Sicherheit und Beschaffenheit zu, so beziehen sich immerhin ein Viertel aller wegbezogenen Informationen auf die topogra-

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 28
Infos zu Wanderwegen (Teilauswertung offene Frage - relative Prozentzahlen)		
Themen		
Leitsystem	45	
Leistungsanforderung	18	
Schwierigkeitsgrade	11	
Steigung u. Höhenlagen	7	
Wegenetz, Rundwanderungen	17	
Wegesicherheit	4	
Wegebeschaffenheit	3	
Kindereignung, Hundeeignung	3	
Schönheit / Abwechslungsreichtum	9	

phischen „Zumutungen“, auf die Wanderer im Alpenbereich eingestellt sein wollen.

Das Thema Schönheit und Abwechslungsreichtum der Wege als solche spielt dagegen mit nur 9% eine untergeordnete Rolle. Was dazu zu sagen ist, wird Landschaft und Natur lieber direkt zugeschrieben (Tab.27).

Will man noch weiter ins Detail gehen, so interessiert vor allem, was die Gäste bereits im voraus über das Wanderleitsystem wissen wollen. Tab.

Profilstudie Wandern 2003 Tab.29	
Infos zum Leitsystem	
(Teilauswertung offene Frage - relative Prozentzahlen)	
Themen	
Wanderkarten	39
Tourenlänge	19
Gehzeiten	14
km-Angaben	4
Wegbeschreibungen	20
Markierung	13
Wegweiser	7
Ausgangspunkte der Wege	3

29 zufolge spielen dabei Markierungen und Wegweiser - im Gegensatz zur ihnen sonst zugewiesenen Priorität (Tab. 24.) - lediglich eine untergeordnete Rolle. Solche Detailfragen stellen sich offenbar erst vor Ort. Größte Wichtigkeit wird mit fast 40% dagegen der Wanderkarte zugeschrieben, die zur allgemeinen Vororientierung wie zur Tourenplanung unentbehrlich scheint. Weitere 20% bevorzugen Wegbeschreibungen, die zumal für im Kartenlesen Ungeübte ein konkreteres Bild von der beabsichtigten Tour vermittelt. Nochmals

knapp 20% interessiert die Länge der Touren, wobei etwa drei Viertel die Angabe von Gehzeiten bevorzugt, die im Hochgebirge eine bessere Einschätzung der Leistungsanforderungen ermöglicht als die im Mittelgebirge üblichen Kilometerangaben.

Zurück zur Übersichtstabelle 27. Nach den Wegen waren es an zweiter Stelle Landschaft und Natur, über die man gern im vorab informiert sein wollte. Was darunter genauer zu verstehen ist, schlüsselt Tab.30 auf.

Danach dominieren mit jeweils gut einem Viertel die Informationswünsche über die Erholungsqualitäten sowie über Charakter und Lage der Landschaft. In den Angaben zur Erholungsqualität geht es ausnahmslos um den Rückzug aus der Hektik des Alltags in die Ruhe und Abgeschiedenheit des Urlaubsortes. Wenn einem selbst die eigene Spezies in Form von anderen Touristen zu viel ist, dokumentiert sich hierin ein ausgeprägter Vorbehalt gegen Freizeittrummel und gesellige Urlaubsvergnügen. Betrachtet man, was plausibel scheint, auch die 7% Naturnennungen allgemeiner Art als Ausdruck

für das Bedürfnis nach Rückzug, so erhöht sich der Anteil der Ruhesuchenden auf ein Drittel.

Mit 17% sind Auskünfte über Klima und Wetter noch relativ stark gefragt, was aber wegen der Überraschungen, die das Gebirge in dieser Hinsicht bereithalten kann. Erst danach werden Fragen nach den markanten Gipfeln und Panoramen gestellt, was sich erneut damit erklären dürfte, dass man ihr Vorhandensein und ihre Erreichbarkeit für eine Selbstverständlichkeit hält. Auch hinsichtlich spezieller Landschaftselemente scheint es kein großes Auskunftsbedürfnis zu geben.

Auffällig ist hierbei allerdings, dass die vielgerühmte alpine Flora so gar keinen Widerhall findet. Nicht weniger überraschend erscheint das völlige Desinteresse der alpinen Wanderer an den Bergwäldern. Während im Mittelgebirge, durch wiederholte Befragungen belegt, der Wald als das gesuchteste Naturelement und bedeutendster Faktor des Wandererlebnisses ausgewiesen ist, scheint er in den Alpen keiner Nachfrage wert. Wie ähnlich auch die geschlossene Frage nach den Landschaftsvorlieben belegte (Tab.4), liegt hier einer der gravierendsten Unterschiede in der Bewertung der konkurrierenden Erholungslandschaften.

Als drittichtigstes Erstinformationsthema weist Tab.27 Beherbergung und Bewirtung aus. Die gefragtesten Informationen hierzu sind laut Tab.31 mit 44% die nach den Almhütten, wobei ihnen als Quartier und Übernachtungsgelegenheit allerdings kein großer Stellenwert zukommt. Ihre eigentliche Bedeutung für die Bergwanderer gewinnen sie als beliebte Jausenstation, die nicht

Profilstudie Wandern 2003 Tab.30	
Infos zu Landschaft und Natur	
(Teilauswertung offene Frage - relative Prozentzahlen)	
Themen	
Erholungsqualitäten	26
nicht überlaufen	16
Ruhe u. Erholung	6
Abgeschiedenheit	5
Art der Landschaft, regionale Lage	26
Wetter, Klima	17
Berg, Aussicht	13
Gewässer	7
Natur allgemein	7
Tiere, Pflanzen	2

Profilstudie Wandern 2003 Tab.31	
Infos zu Beherbergung und Gastronomie	
(Teilauswertung offene Frage - relative Prozentzahlen)	
Themen	
Almhütten	44
Unterkünfte	41
Gaststätten	2
Preisniveau	13

selten auch das Ziel der Tour darstellen dürfte. Die Hütte ist ganz offensichtlich der Inbegriff spezifisch alpiner Gastronomie. Sie verweist sogar das ansonsten primäre Interesse an den Unterkünften auf Rang 2.

Das Angebot an Gaststätten interessiert bei den ersten Erkundigungen dagegen so gut wie überhaupt nicht, da sich eine Auswahl an Ort und Stelle bei akutem Bedarf leichter treffen lässt. Erstaunlich gering ist auch das Interesse am allgemeinen Preisniveau. Wanderer gehören heute keineswegs mehr zur Spezies der pfennigfuchsenden Billigurlauber, die sich offenbar eher auf dem Lastminute-Markt tummeln.

Was das an vorletzter Stelle rangierende Interesse an Tourenvorschlägen betrifft, so bezieht es sich zu fast zwei Dritteln auf Empfehlungen von Experten am Urlaubsort. Wanderbücher werden dagegen nur zu einem Viertel zu Rate gezogen, und nur etwa ein Zehntel der Auskunftssuchenden zeigt Interesse an geführten Wanderungen.

Angesichts der geringen Zahlen an Nennungen liefern diese Quoten allerdings nur noch grobe Anhaltspunkte für die Struktur der Informationsbedürfnisse. Das gilt noch mehr mit Hinblick auf die Infrastrukturfragen, bei denen einzig die Seilbahnen öfter angesprochen werden, während der ÖPNV so gut wie keine Rolle spielt.

14. INTENSITÄT: WAS MUTEN SICH WANDERER ZU?

Im Vergleich zu den klassischen großen Touren und Gewaltmärschen hat das Wandern in den letzten Jahren, was Länge wie Häufigkeit betrifft, eher den Charakter eine Lustreise zu Fuß angenommen: Man ist nur so oft und so lange unterwegs, wie man Spaß daran hat, und wendet sich dann anderen Dingen zu. De facto ist Wandern daher häufig nicht mehr als eine Halbtagsbeschäftigung. Gilt das auch für Bergwanderungen?

Tatsächlich reproduziert die Frage nach der Länge der aktuell unternommenen Tour Tab. 32 zufolge genau jenen Wert von 13 km, der sich bis vor kurzem mit erstaunlicher Konsistenz auch in mehreren Mittelgebirgsstudien fand. Dabei ist allerdings in Rechnung zu stellen, das 13 alpine Kilometer in der Regel mit einer höheren Anstrengung verbunden sind als 13 Mittelgebirgskilometer. Insofern ist dieser Wert durchaus vergleichbar mit dem erhöhten Wert von 15 km aus der deutschen Parallelerhebung des Jahres 2003. Das zeigt sich auch in der identischen Zeitangabe von knapp viereinhalb Stunden für die Mittel- und Hochtour, die nach Ausweis der Antwortbereitschaft in diesem Punkte in den Alpen offenbar als das leichter abzuschätzende Datum gilt.

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 32
Aktuelle Wanderstrecke		
Tourenlänge	A	D
in Kilometer	13,0	15,2
in Stunden	4,4	4,3
Keine Antwort km/h in %	72/17	39/39

Das zeigt sich auch in der identischen Zeitangabe von knapp viereinhalb Stunden für die Mittel- und Hochtour, die nach Ausweis der Antwortbereitschaft in diesem Punkte in den Alpen offenbar als das leichter abzuschätzende Datum gilt.

Die für Deutschland konstatierte Zunahme der selbst geschätzten Tourenlänge um über 10% erscheint angesichts des allgemeinen Wohlfühlrends zunächst als ein unerwarteter Befund und spricht dafür, dass das Wandern wieder ernster genommen und mit einem höheren Anspruch ausgeübt wird. Für Tirol - das ist mangels Vergleichszahlen nur zu vermuten - dürfte Ähnliches gelten. Allerdings ist hierbei zu berücksichtigen, dass Fußsportler ihr Gehpensum aus Stolz über ihre Leistung eher zu überschätzen geneigt sind, so dass der reale Tourendurchschnitt für Otto Normalwanderer eher bei 10 als bei 15 km liegen dürfte.

Nicht nur die pro Tour zurückgelegte Strecke, sondern auch die Häufigkeit, mit der man sich zu Wanderungen aufmacht, liegt bei deutschen Alpengästen offenbar niedriger als im eigenen Ursprungsland: Je ein Drittel der

Wanderer ist im Schnitt mindestens alle 14 Tage, einmal monatlich oder seltener unterwegs (Tab. 33). Bei diesen Zahlen ist allerdings in Rechnung zu stellen, dass die in der Tiroler Stichprobe sehr viel stärker vertretenen Urlauber in der Regel seltener als Einheimische unterwegs sind - nicht zuletzt deshalb, weil ein Teil von ihnen überhaupt nur im Urlaub die Wanderstiefel schnürt. Dadurch dürfte sich schon ein wesentlicher Teil der deutsch-österreichischen Differenz erklären. Auf der anderen Seite muss man bei der Bewertung speziell dieser Zahlen berücksichtigen, dass die Gruppe der Vielwanderer bei Befragungen vor Ort aus befragungstechnischen Gründen überrepräsentiert ist.

Ausgesprochen bemerkenswert sind dagegen die erstmals erhobenen Daten zum Winterwandern: Selbst in der kalten Jahreszeit ist ein knappes Fünftel der Wanderer häufig unterwegs, lediglich ein knappes Viertel mottet seine Wanderstiefel gänzlich ein. Das lässt sich keineswegs allein auf das vor allem in den Alpen wiederentdeckte Schneeschuhwandern zurückführen, zumal die mehrheitlich deutschen Befragten ihre Wintertouren eher in den Mittelgebirgen absolvieren dürften. dort sind es vermutlich gerade die immer grünen Winter, die die Wanderer auch in der kalten Jahreszeit herauslocken. Auch wenn die Tirol-Urlauber auch in diesem Punkte etwas zurückliegen: Hier liegt ein touristisch weitgehend unerschlossenes Potenzial brach, das bei gezielter Ansprache den Rückgang an Wintersportgästen mindestens teilweise wettmachen könnte.

Nahezu identisch stellt sich der auf den ersten Blick besonders erfreulich letzte Befund der Tab. 33 dar. Danach liegt die Zahl derer, die angeben, heute mehr als früher zu wandern, um über 20% höher als die Quote derjenigen, die weniger unterwegs sind. Dies dürfte allerdings weitgehend biografisch zu erklären sein: Mit steigendem Alter nimmt die Wanderfrequenz im Mittel kontinuierlich zu, so dass subjektiv viele Menschen von Jahr zu Jahr zwar mehr als zuvor wandern, in der Summe aber vielleicht gar nicht mehr

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 33	
Durchschnittliche Wanderhäufigkeit			
Prozent			
Wanderfrequenz	A	D	
in der grünen Jahreszeit			
wöchentlich bis vierzehntäglich	35	41	
einmal pro Monat	30	34	
seltener	35	25	
im Winter			
häufiger	18	29	
gelegentlich	59	59	
nie	23	13	
im Vergleich zu früher			
mehr	38	40	
weniger	18	17	

gewandert wird. Insofern kann es sich hierbei durchaus um ein statistisches Artefakt handeln.

15. AUSRÜSTUNG: WAS BRAUCHEN WANDERER?

Für viele sportliche Hobbys hat sich eine spezifische Ausrüstung, auch wenn sie funktionell gar nicht so viel Zusätzliches bringt, zu einer Art Statussymbol oder auch Tracht in dem Sinne entwickelt, dass man damit dokumentiert, dazuzugehören und es den medienpräsenten Profis wenigstens vom Outfit her gleichzutun. Bislang sahen sich die Outdoor-Ausstatter allerdings noch kaum bemüht, auch für ihre größte Kundengruppe, die Wanderer, eine spezielle Kollektion zu entwickeln. Wie reagieren Fußtouristen auf diese Vernachlässigung durch den Markt, wie statuen sie sich für eine "richtige Wanderung" aus?

Tab.34 zufolge gehören Rucksack, Schuhe und Wetterjacke mittlerweile zu so gut wie jeder Tour, sie sind gewissermaßen das Statustrio des Wanderers, zumal sie auch funktional weitgehend unverzichtbar sind. Alle drei Accessoires finden sich in dieser Form nur beim Wandern, die Jacke kommt eventuell auch noch beim Spazieren zum Tragen.

Spezielle Wanderhosen sind dagegen nur halb so oft im Einsatz, spezielle Wanderhemden - in kariert Variante früher das Signum des Wanderers schlechthin - gar nur zu einem Viertel. Hier greift man offenbar in hohem Maße auf Alltagskleidung wie Jeans und T-Shirts zurück.

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 34	
Ausrüstung für eine "richtige Tour"			
Prozent			
Normal-Ausstattung		A	D
Grundausrüstung			
Rucksack	93	90	
Wanderschuhe	88	83	
Wetterfeste Jacke	87	82	
Regenschutz	70	59	
Extra			
Wanderhose	50	40	
Mütze	43	33	
Spezielles Wanderhemd	24	18	
Profi			
Wanderstock/-stöcke	56	30	
Funktionsunterwäsche	22	15	
Schlafsack	13	4	
Orientierung			
Wanderkarten	74	68	
Fotoapparat	64	-	
Fernglas	35	27	
Wanderliteratur	11	13	
Kompass	7	10	
GPS	2	2	
Verpflegung			
Wasser / Saft	81	83	
Obst	52	66	
Jausenbrot	55	49	
Süßigkeiten	25	20	
Thermoskanne	17	15	

Auch die Mütze ist von den Modeschöpfern noch nicht als Identitätssymbol für Wanderer entdeckt - nur für weniger als die Hälfte der Befragten gehört eine Kopfbedeckung unbedingt dazu. Den zweiten Rang nach dem Statustrio belegt statt dessen der Regenschutz, also erneut ein funktionales Zubehörelement. Etwa der gleiche Stellenwert kommt der Wanderkarte zu, deren Dreiviertelquote sich konsistent durch die gesamte Studie zieht.

Moderne Ausstattungselemente kommen dagegen nicht im entferntesten an die Bedeutung der klassischen Wanderutensilien heran. Am ehesten gilt das noch für Wanderstöcke, die mit gut 50% Akzeptanz im Begriff sind, den klassischen Fotoapparat zu überholen, nachdem sie das Fernglas bereits weit hinter sich gelassen haben. Das nahezu durchgängig um 5-10% bessere Ausrüstungsniveau der Tirolwanderer - angesichts der größeren alpinen Herausforderungen verständlich - hebt sich in diesem Punkte besonders weit vom Mittelgebirgsoutfit ab. Offenbar hat sich die Werbung mit ihrem Versprechen einer drastischen Entlastung der Gelenke insbesondere beim Auf- und Absteigen nachdrücklich Gehör verschafft.

So wie die Stöcke indes häufig eingesetzt werden - etwa in unkoordiniert-taktlosem Pendeln oder gar nur einseitig - können sie diesen Effekt gar nicht haben. Aus orthopädischer Sicht sind die ihnen unterstellten Entlastungswirkungen ohnehin umstritten und können bestenfalls beim krückenähnlichen Gebrauch erwartet werden. Da Wanderstöcke speziell in den Alpen empirischen Untersuchungen zufolge vorzugsweise zur Stabilisierung des Gleichgewichts eingesetzt werden, was indes gerade an gefährlichen Engstellen nur schwer möglich ist und eine kurzfristige Unsicherheit zur Folge hat, stellen sie unter Umständen sogar ein Gefährdungspotenzial dar. Angesichts dieser Ungereimtheiten wird man in ihnen noch am ehesten so etwas wie die heimlichen Statussymbole des modernen Wanderers sehen können.

Die naturgemäß unsichtbare Funktionsunterwäsche spielt dagegen eine untergeordnete Rolle, zumal hier der Funktionsbegriff zumindest aus Wandersicht etwas überzogen erscheint. Der Schlafsack schließlich, spätestens seit der Internationalisierung des Trekkerdaseins Inbegriff des Profiwanderns, führt trotz Hüttenromantik mit nur 13% ein Schattendasein. Die Alpen und mehr noch die deutschen Mittelgebirge gehören offenbar nur sehr begrenzt zur Trekker's World, zur Übernachtung zieht man dann doch lieber das eigene oder ein Gästebett vor.

Ähnliches gilt für das von der Outdoorszene massiv gepuschte GPS - nur 2% der Wanderer zählen diesen Ausbund moderner Orientierungstechnik zu ihrem Ausrüstungsbestand. Der klassische Kompass, selber nur rar verteilt, ist ihm gleichwohl um drei Längen voraus. Hierbei fällt besonders auf, dass

die alpine Ausrüstung in punkto technischer Orientierungshilfen der der Mittelgebirge keineswegs voraus ist, was angesichts der realen Gefahren am Berg zum Nachdenken Anlass gibt.

Die Verpflegung für unterwegs fällt ausgesprochen spartanisch aus, was aber nur den erschrecken muss, der die ansonsten überdurchschnittlichen kulinarischen Ambitionen des Wandergastes - etwa beim Dinner danach - nicht kennt. Man nimmt unterwegs vernünftigerweise mit leichten Gerichten und Getränken Vorlieb, Süßigkeiten und selbst heiße Getränke sind die Ausnahme..

Ganz generell zeichnet sich die Wander-Ausrüstung also dadurch aus, dass hierbei Praktikabilität dominiert. Die fast durchgängig bessere Ausstattung der Tiroler Gäste steht in einem gewissen Gegensatz zu ihrer weniger ausgeprägten Wanderleidenschaft. Auch dies kann als Indiz für einen latent verstärkten Bedarf an Sicherheit im Berg, aber auch für einen erhöhten Drang zu Dokumentation des Bergwandererstatus in einer Umwelt gewertet werden, die den Mythos Berg nach wie vor extensiv pflegt. Da dies noch weitgehend unbewusst bleibt, steht ein weiter Raum für die gezielte Schaffung von Bergwandersymbolen jenseits des verpönten Filzhutes offen, der Fantasie der Zulieferanten sind keine Grenzen gesetzt.

16. URLAUB: WELCHE ANSPRÜCHE STELLEN WANDERER AN DIE UNTERKUNFT?

Obwohl sich innerhalb der österreichischen Hotellerie bereits eine eigene Wandersparte in Form der Wanderhotels etabliert hat, mangelt es an Untersuchungen zu den Erwartungen von Urlaubern an wanderfreundliche Beherbergungsbetriebe. Ob die dem Gast angebotenen Sonderleistungen der Wanderhotels, wie sie nur zum Teil in den Prospekten kommuniziert, zum Teil in internen Vereinbarungen präzisiert sind, den tatsächlichen Kundenwünschen entsprechen, mag der einzelne Gastgeber aus seiner persönlichen Erfahrung heraus beantworten können. Eine unabhängige Überprüfung ihrer Bedeutung für den durchschnittlichen Wanderurlauber steht allerdings noch aus.

Daher fiel die Fragenbatterie zu diesem Thema besonders ausführlich aus. Und wie Tab.35 zeigt, erweist sich ihr Ergebnis für manchen Betrieb als durchaus nicht unproblematisch. Denn an der Spitze der Wunschliste des typischen Wanderkunden stehen mehr oder weniger unveränderbare Lageeigenschaften:

Eine ruhige Lage im Grünen und eine gewisse Nähe zu den Wanderwegen ist

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 35	
Wanderherberge			
Prozent			
Besondere Ansprüche	A	D	
Lage			
Ruhige Lage im Grünen	53	61	
Nähe zu Wanderwegen	51	45	
Anschluss an Wanderwege	29	26	
Küche			
Vielfältiges Frühstück	36	30	
Regionale Küche	35	33	
Lunchpakete	9	9	
Vegetarische Gerichte	9	8	
Service			
Familiäre Atmosphäre	40	32	
Aufnahme für eine Nacht	32	25	
Säuberungsmöglichkeiten	25	19	
Information			
Wetterinformationen	32	18	
Prospekte aus der Region	28	25	
Wanderkarten vorhanden	22	21	
Tourenberatung	20	17	
Infos zu Sehenswürdigkeiten	19	22	
Nahverkehrsfahrpläne	13	14	
Schriftliche Wandervorschläge	11	7	
Betrieb			
Umweltfreundlicher Betrieb	28	17	
Sauna oder Schwimmbad	18	18	
Regionaltypische Architektur	14	8	
Hotelklassifizierung (Sterne)	11	6	
Transport			
Gepäcktransport	4	6	
Abholdienst von unterwegs	3	5	

der Mehrheit der Befragten besonders wichtig, auch wenn die Wege nicht unbedingt direkt vor dem Haus beginnen müssen. Verkehrszentriert gelegene Häuser gehen also nicht mit der Vorstellung von einem Wanderurlaub konform, weshalb sie geringere Chancen haben, auf dem Wandermarkt mit Erfolg konkurrieren zu können.

Nach der Lage des Hauses spielt die Küche mit einem guten Drittel an Zustimmung die zweitwichtigste Rolle, und zwar vor allem durch ihr bodenständiges Angebot, weniger durch ihre Ausrichtung auf spezielle Wanderbedürfnisse. Wanderer sind mehr als je zuvor Genießer - nicht nur in Hinblick auf die Natur, sondern auch im kulinarischen Sinne. Das gilt offenbar für Tiroler Gäste in noch höherem Maße als für den deutschen Durchschnittswanderer.

Ähnlich wichtig sind den Befragten auch die Atmosphäre und der Service des Hauses. Wenn man problemlos nur für eine Nacht und mit den nicht immer hausfeinen Relikten der großen Tour freundlich aufgenommen wird, fühlt man sich als Wanderer ernst genommen. Auch in diesen Punkten erwarten die Tiroler Gäste besonders viel von ihren Gastgebern.

Auf Platz drei der Rangliste finden die Informationsbedürfnisse der Outdoor-Fans Platz, angefangen von den besonders wichtigen Wetterinformationen über Prospekte und Ratschläge bis zu Fahrplänen. Die Zahlen von 10 bis 30 Prozent im Informationssegment dürfen allerdings nicht unterschätzt werden. Denn bei denjenigen, die besonderen Wert auf Informationen legen, handelt es sich vermutlich um jene Wandermultiplikatoren, die in den vorherrschenden Kleingruppen die Führungsrolle übernommen haben und sich regelmäßig um die Gestaltung der nächsten Tour kümmern. Von daher täuschen die eher kleinen Zustimmungsqoten über die wahre Bedeutung des Info-Materials hinweg, vertreten die Planer letztlich doch die überwiegende Mehrheit der Wandergäste.

Dagegen scheint die betriebliche Hardware eher eine untergeordnete Rolle zu spielen. Alpenwanderer legen lediglich besonderen Wert auf eine umweltfreundliche Betriebsführung, während Wellness-Einrichtungen nur von einem Sechstel der Befragten "besonders" geschätzt werden. Die Hotelklassifizierung spielt so gut wie keine Rolle - ein Relikt aus bescheidenen Zeiten.

Die außerordentlich geringe Wertschätzung der zumindest in Deutschland allerorten offerierten Transferleistungen unterstreicht einmal mehr den untergeordneten Stellenwert von Strecken- und Mehrtageswanderungen für den Normalwanderer. Das gilt für den alpinen Bereich noch eher als für die

Mittelgebirge. Dafür fordern die Tiroler Gäste mehr generelle Fürsorge vom Haus ihrer Wahl - vom Frühstück über die Umweltfreundlichkeit bis zur Versorgung mit den für Alpentouren in der Tat auch besonders wichtigen Wetterdaten.

17. FREIZEIT:

WAS MACHEN WANDERER SONST NOCH GERNE?

So wie Gastronomen und Hoteliers mit Blick auf ihre Wandergäste lernen müssen, über ihre Türschwelle hinauszudenken, so empfiehlt es sich auch für Touristiker, bei der Gestaltung ihrer Angebote über das Wandern als solches hinauszudenken. Denn der moderne Wandergast ist in der Regel kein Nurwanderer, sondern geht im Urlaub einer Vielfalt von Bedürfnissen und Neigungen nach. Von daher ist die Kenntnis der über das Wandern hinausgehenden Freizeitvorlieben wichtig für die Entwicklung von zielgruppendifferenzierten Produkten, die verschiedenen Vorlieben und Hobbys gerecht werden.

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 36	
Sonstige Freizeitaktivitäten			
Prozent			
Besondere Vorlieben	A	D	
Sport			
Fahrrad fahren	52	61	
Ski fahren	43	27	
Schwimmen	42	39	
Waldlauf/Joggen	22	19	
Mountainbiken	20	11	
Klettern	13	9	
Paddeln, Kanu fahren	11	12	
Walking	10	9	
Nordic Walking	2	2	
Kultur			
Etwas besichtigen	41	44	
Ausflüge in die Umgebung	41	42	
Fotografieren	29	31	
Konzert- und Theaterbesuch	28	24	
Relaxen			
Essen gehen	46	32	
Stadtbummel, Einkaufen	28	23	
Sauna	25	23	

Tab.36 belegt in der Tat die besondere Aktivitätsfreude von Wanderern. Das betrifft vor allem körperliche Tätigkeiten. Sie setzen nicht nur fleißig Fuß vor Fuß, sondern lassen sich auch mal gerne gleitend vom Rad, Ski und Wasser unterstützen. Wenn sich die Hälfte der Befragten als besonders rad- und nicht viel weniger als ski-begeistert erweisen, so deutet das auf eine weitgehende Überlappung dieser Gästesegmente hin. Da die Tourismusplaner bislang vor allem die Rad- und Skiwanderer hofiert haben, wird es höchste Zeit, auch die Fußwanderer in ihren Ansprüchen ernst zu nehmen.

Eigentlich sollte man erwarten, dass Fußwanderer noch am ehesten anderen Fußsportar-

ten zuneigen. Wenn sie gleichwohl mehr von den elementaren Gleitsportarten halten, so ist das ein Zeichen dafür, das es ihnen auch beim Sport vorrangig um Genuss und weniger um Leistung geht. Immerhin führt das Joggen knapp vor dem Mountainbiken die Verfolgerliste an (wenn auch mit beträchtlichem Abstand). Allerdings wird man davon ausgehen können, dass es sich dabei eher um eine Laufen ohne Schnaufen bzw. Genussbiken als um die Umsetzung sportlicher Cross-Ambitionen handelt.

Noch erstaunlicher erscheint die geringe Affinität der Tirolwanderer zum Klettern. Sie liegt nicht sonderlich höher als in Deutschland, obwohl das ebenfalls alpentypische Skifahren im Vergleich durchaus mehr Anhänger hat. Mit Hinblick auf 90% der Wandergäste empfiehlt es sich also, Wandern und Klettern säuberlich auseinanderzuhalten.

Ähnliches gilt für das dem Wandern scheinbar so nahestehende Walking. Das unter diesem Namen ausgewiesene schnelle Gehen ist trotz langjähriger Medienpräsenz erst von jedem zehnten Wanderer angenommen worden. Seine noch modischere, derzeit mit extrem großem Werbeaufwand als Nordic Walking in Szene gesetzte Stick-Variante kommt derzeit nur bei jedem 50. Wanderer an - und das, obwohl der Stockeinsatz beim Wandern speziell in den Alpen bereits weit verbreitet ist.

Abgesehen von körperlichen Aktivitäten ist auch das Interesse der Wanderer am Erkunden der sonstigen Schätze einer Region vergleichsweise hoch. Da man sich kulturellen Highlights im Verlauf der Tour nicht ausgiebig widmen kann und will, ist man um so mehr um Anschluss daran interessiert - nach der wandertypischen Devise "eins nach dem anderen". Nicht zuletzt gibt sich ein Teil der Wanderer zur Abwechslung auch gerne einmal den Reizen eines Stadtbummels hin. Hier liegt ein hohes Potenzial für Kombinationsangebote.

Erstaunlich hoch ist auch der Anteil der Fotofreunde und Musik- bzw. Theaterfan unter den Fußtouristen. Da sich Wandern und Fotografieren direkt kombinieren lässt, kann man hieraus sogar ein spezielles Tourenangebot entwickeln. Wo sich eine wanderbare Landschaft mit einem ansprechenden kulturellen Veranstaltungsangebot paart, wäre es daher durchaus einen Versuch wert, Wander- und Musik- bzw. Theaterereignisse miteinander zu kombinieren.

Diese Befunde geben Hinweise, in welche Richtungen die zukünftig unvermeidbare Marktdifferenzierung gehen könnte. Im Rahmen der Profilstudie konnten nur einige beispielhafte Alternativen zur gezielten Ansprache des

multioptionalen Gastes abgefragt werden, viele andere sind denkbar. Der erfolgreichsten Strategien werden diejenigen sein, die Wandern mit einem Alleinstellungsmerkmal der jeweiligen Region verbinden.

Denkt man etwa in diesem Zusammenhang an den Ruf der Tiroler Küche, so liegt speziell für die Befragungsregion das Ausspielen der kulinarischen Karte auf der Hand. Denn gut Essen gehen gehört dagegen für fast die Hälfte der Tirolwanderer nahezu obligatorisch dazu.

Ein großes Thema ist sicherlich aber auch die Kombination von Ski- und Wanderangeboten - sei es, um auch dem Wintergast Abwechslung zu bieten (wozu dann allerdings neben den Loipen auch die Wanderwege gepflegt werden müssten), sei es, um für den naturbegeisterten Gast angesichts des mittlerweile fast schon üblichen Wechsels von schneereichen und schneearmen Phasen ein kontinuierliches Vollangebot bereithalten zu können.

18.UMWELT: WIE STEHEN WANDERER ZUR NATUR?

Wenn abschließend einige gängige Fragen zum Thema Natur gestellt wurden, so vor allem deshalb, weil Wanderer nachweislich über einen besonders engen und intensiven Zugang zur Natur verfügen und von daher vermutlich einen vergleichsweise realistischen Sinn für den Umgang mit ihr haben. Für die Touristikbranche liefert diese Fragenbatterie Hinweise, in welchem Maße sie die spezifische Natursensibilität der Wanderer bei ihren Programmen in Rechnung zu stellen haben.

Tatsächlich zeigen die Befunde der Tab.37, dass Wanderer den vielpropagierten eigenständigen Rechten der Natur in etwa gleichgewichtig ein Recht des Menschen auf Natur entgegenstellen - ein in der öffentlichen Debatte noch ungewöhnlicher Anspruch. Zwar können sie sich der herrschenden Naturmystifizierung in solchen Denkmustern wie dem der eigenständigen Naturrechte (eine Projektion aus der menschlichen Sozialsphäre) und dem durchweg guten Charakter von Natur (trotz Katastrophen, Krankheit und Tod) nicht entziehen, doch fallen sie ihnen deutlich weniger anheim als andere Gesellschaftsgruppen.

Besonders zurückhaltend geben sie sich gegenüber der gängigen Polarisierung von Natur

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 37	
Bekenntnis zur Natur			
ja/nein in Prozent			
Einstellungen	A	D	
Rechte			
Lebensrecht von Pflanzen und Tieren	86/1	85/2	
Menschenrecht auf Naturzugang	69/2	68/2	
Gute Natur - böser Mensch			
Was natürlich ist, ist gut	52/3	51/5	
Natur wäre ohne Mensch in Harmonie	39/9	35/12	
Mensch ist größter Feind Natur	37/9	34/15	
Mensch zerstört Natur endgültig	28/12	30/17	
Schützer gegen Nützer			
Mehr Einfluss für Naturschützer	28/15	31/21	
Verbot des Querwaldeingehens	22/35	24/35	
Natursportler sollen bezahlen	10/52	11/53	

und Mensch, bei der "dem" Menschen die Rolle des bösen Feindes zugeschrieben wird. Folglich reduziert sich in ihren Augen auch der Anspruch des Naturschutzes, dem nur ein Drittel von ihnen mehr Kompetenzen zubilligen möchte.

Das betrifft besonders die Einschränkung der Bewegungsfreiheit in der Natur. Obwohl

sie selber durchaus nicht massenhaft zum Querfeldeingehen neigen (s.o.), sprechen sie sich eher gegen als für ein Verbot dieser besonders engen Form der Naturzuwendung aus. Dass Natursportler generell (und damit auch sie selber) zukünftig für das Betreten der Natur bezahlen sollten - ein Gedanke, der derzeit besonders in forstwirtschaftlichen Kreisen diskutiert wird - kommt ihnen noch weniger in den Sinn. Vermutlich wissen sie aus eigener Erfahrung, wie nötig gerade der Hightech-Bürger eine gelegentliche Abschalt- und Konsolidierungsphase in der Natur braucht.

Insofern handelt es sich bei Wanderern um moderate Anwälté der äußeren Natur wie der eigenen Naturhaftigkeit. Sie verbinden, was die Natur betrifft, eine überdurchschnittliche Sensibilität mit einem realistischen Augenmaß. Da sie von der äußeren Natur nicht viel mehr verlangen, als in ihr anwesend sein zu dürfen, und in ihr auch nicht mehr als ihre Fußspuren hinterlassen, kommt ihrer ausgewogenen Haltung durchaus eine potenzielle Leitfunktion für einen "sanften Tourismus" zu.

Zum Abschluss der Grundausswertung führt Tab.37 noch mal eindringlich vor Augen, in welchem Maße sich das Antwortverhalten der in Österreich und Deutschland Befragten gleicht. Sofern nicht spezielle alpine Verhältnisse angesprochen sind, liegen die Differenzen zwischen beiden Gruppen innerhalb der statistischen Zufallsspanne, obwohl sich die Wanderer als solche speziell in Hinblick auf die Natur nachweislich von anderen Bevölkerungsgruppen unterscheiden. Bis auf wenige Ausnahmen wird man also in Deutschland und in Österreich gewonnene Erkenntnisse über den neuen Wandergast wechselseitig übertragen können.

19. ALTER: WIE VERÄNDERN SICH VORLIEBEN UND GEWOHNHEITEN?

Lange Zeit wurde dem Wandern nachgesagt, es sei nurmehr ein Auslaufmodell für Senioren. Erst seit sich wieder jüngere Menschen auf den Wanderwegen zeigen, fand der sanfte Natursport auch bei den Touristikern erneute Aufmerksamkeit. Sind die jüngeren tatsächlich die besseren Gäste? Ein Vergleich des Antwortverhaltens der unter 40jährigen mit dem der über 60jährigen gibt hierüber Aufschluss.

Tab. 38 dokumentiert nur tatsächlich relevante Altersdifferenzen von mindestens 10%, Unterschiede von 20% und mehr werden ebenso wie das jeweils höhere Ergebnis der Übersichtlichkeit hervorgehoben.

Das Alter ist offenkundig eine der maßgeblichsten Einflussgrößen auf das Verhältnis zum Wandern. In mehr als jedem dritten Merkmal unterscheiden sich die Antworten der unter 40jährigen und über 60jährigen um mindestens 10%. Bei den fett gedruckten Merkmalen liegen die in den folgenden Tabellen wiedergegebenen Differenzen sogar bei 20% und mehr.

Das beginnt bereits bei grundlegenden demografischen Daten. Wenn ältere Menschen seltener über ein Abitur verfügen, so spiegelt sich hierin allerdings weniger ein sozialer Unterschied als vielmehr die Bildungsexpansion der letzten Jahrzehnte, von der vor allem die Jüngeren profitierten. Gleichwohl liegen die Quoten an Hochschulabschlüssen in allen Altersjahrgängen gleichermaßen bei einem Drittel.

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 38	
Alterstrends			
Prozent			
Merkmal	39-	60+	
Basisdaten			
Abitur/Standard	27/14	7/38	
männlich	54	67	
Tagesgast	13	26	
Wanderfrequenz			
Sommer häufig/selten	25/44	55/19	
Winter häufig/nie	14/31	28/14	
Mehr als früher	43	33	
Wanderplanung			
Empfehlungen von Bekannten	46	25	
anderen überlassen	21	8	
per Karte	76	88	
per Internet gelegentlich/nie	49/38	17/79	
(generelle Urlaubsvorbereitung)	59	28	
Wanderurlaub			
Planung bis 1 Monat und kürzer	58	45	
Buchung bis 1 Monat und kürzer	50	33	
Wandervorliebe			
Tagestour	71	82	
Individuelle Tour	49	36	
Sportliche Tour	30	14	

Profilstudie Wandern 2003		Forts. Tab. 38	
Alterstrends			
Prozent			
Merkmal	39-	60+	
Wandermotive			
Stressentlastung	54	27	
Mit Partner/Freunden unterwegs	63	48	
Großes Gemeinschaftserlebnis	20	9	
Sportliche Leistung	35	17	
Einkehr unterwegs	25	39	
Gesundheit	58	73	
Bevorzugte Landschaften			
Alpen Gipfelhöhe	62	38	
Fremdsprachiges Ausland	16	6	
Wildnis, exotische Landschaft	22	8	
Strand/Ufer	19	9	
Ärger über Regenschauer	24	11	
Deutschsprachige Alpen	51	68	
Haupturlaubsreise Tirol	77	92	
Wanderziele			
Begehbare Höhlen	38	9	
Gewässer	53	42	
Heimische Urwälder	18	6	
Felsklamm	45	29	
Schöne Ortschaft	12	30	
Wege: Vorlieben			
Erdwege	46	32	
Steil, Bergpfade	60	43	
Sitzbänke	50	39	
Wanderkarten	61	71	
Markierte Wanderwege	55	69	
Wegweiser	63	52	
Wege: Ärger			
irreführende Wegweisung	70	50	
geschotterte Wege	16	38	
zerfahrene Wege	18	35	
zugewachsene Aussichten	5	24	
Radler/Biker	17	32	

Ein Artefakt ist dagegen die Differenz bei dem Geschlechteranteil: Unter älteren Paaren wird das Ausfüllen des Fragebogens gern dem männlichen Part überlassen, was diesem einen scheinbaren statistischen Vorsprung vermittelt.

Die auffälligsten Altersunterschiede weisen indes die ältere Generation eindeutig als wanderfreudiger aus - und das nicht nur in der grünen Jahreszeit, sondern auch im Winter. Die allmähliche Zunahme der Wanderneigung mit dem Alter hat zur Folge, dass zwangsläufig ein erheblicher Teil der Befragten angibt, heute mehr zu wandern als früher. Wenn dennoch gerade die Jüngeren dies verstärkt behaupten, so steckt auch dahinter ein reines Statistikum, verhindert doch der körperliche Kräfteverfall der ganz Alten eine kontinuierliche Fortsetzung dieses Trends.

Was die Vorbereitung von Wanderungen und Wanderurlauben betrifft, so sind die Jüngeren deutlich spontaner und verlassen sich dabei

zugleich mehr auf andere. Zur Spontaneität passt auch die sehr viel stärkere Nutzung des Internets für die Wander- wie Urlaubsvorbereitung, wobei natürlich auch die größere Technikakzeptanz der jungen Generation eine Rolle spielt. Damit verfügen sie über die besten Voraussetzungen zur individuellen Tourengestaltung, worauf sie konsequenterweise auch besonderen Wert legen.

Profilstudie Wandern 2003		Forts. Tab. 38	
Alterstrends			
Prozent			
Merkmal	39-	60+	
Interesse an Lehrpfadthemen			
Kräuter	39	51	
Waldbau	17	32	
Geologie	23	40	
Gletschern	35	20	
Ausrüstung			
Wanderstöcke	40	72	
Funktionsunterwäsche	18	30	
Mütze	41	51	
Süßigkeiten	35	11	
Jausenbrot	63	45	
Obst	54	44	
Wasser/Saft	90	72	
Leistungen Unterkunft			
Aufnahme für eine Nacht	49	21	
Anschluss an Wanderwege	30	17	
Umweltfreundlicher Betrieb	34	24	
Säuberungsmöglichkeiten	35	21	
Prospekte aus der Region	26	37	
Nahverkehrspläne	9	19	
Sonstige Freizeitvorlieben			
Etwas Besichtigen	30	50	
Ausflüge in die Umgebung	33	50	
Essen gehen	55	28	
Stadtbummel, Einkauf	38	20	
Joggen	33	7	
Skifahren	55	28	
Mountainbiken	29	5	
Schwimmen	45	35	
Paddeln, Kanu	19	2	
Einstellungen zur Natur			
Recht auf Natur	66	86	
Natürlich ist gut	51	63	
Natursportler sollen zahlen	6	16	
Querwaldeingehen verbieten	19	32	
Internet			
Nutzung zur Wandervorbereitung	72	21	
Nutzung zur Urlaubsvorbereitung	59	28	

Andererseits ist ihnen aber auch das gemeinschaftliche Wandererlebnis im Kleinen wie im Großen besonders wichtig, wodurch sie sich mehr als die Älteren wechselseitig binden.

Eine besondere Rolle spielt für die in den ersten Berufsjahren Stehenden auch das Motiv der Stressentlastung, was von den meist schon im Ruhestand befindlichen Senioren nur halb so viel reklamiert wird. Eine für Jüngere typische Form dieser Entlastung stellt der Sport dar. Folglich liegen die Wanderjunioren bei fast allen Sportmotiven und -aktivitäten vom Joggen über Skifahren bis zum Mountainbiking vorn. Demgegenüber geht es ihren Altvorderen mehr um Gesundheit und Wohlfühlen, was sich unter anderem in einem erhöhten Stellenwert der Einkehr als wesentliches Motiv der Wanderung zeigt.

Nimmt man noch hinzu, dass ältere Wanderer weit mehr als jüngere den deutschsprachigen Alpen zugetan sind und sich zu fast hundert Prozent einen Haupturlaub in Tirol vorstellen können, so entscheidet sich die Frage nach dem aus tiroltouristischer Sicht attraktiveren Gast ein-

deutig zu ihren Gunsten. Die jungen Pferde lassen sich dagegen bestenfalls durch die Aussicht auf einen Gipfelsturm reizen, flüchten aber ansonsten lie-

ber in ausländische Gefilde. Von einer idealen Wanderlandschaft erwarten sie mehr Herausforderungen wie Felsen, Höhlen, Gletscher, Urwälder und Steilpfade, die sie offenbar vermehrt in der Ferne vermuten.

Immerhin, was die Orientierung betrifft, so wollen es auch die Youngster, in diesem Punkte laut Vorgängerstudien besonders unbeholfen, sogar besonders bequem haben: Wegweiser müssen ihnen möglichst direkt die Richtung zeigen, und sie ärgern sich schrecklich, wenn sie davon in die Irre geführt werden. Die erfahrenere ältere Generation ist dagegen durchaus eher bereit, sich den Weg anhand von Karte und Markierungen zu suchen.

Ansonsten sind es freilich die Grauen, die sich unterwegs mehr ärgern: Über zu gut und zu wenig befestigte Wege, zugewachsenen Aussichten und natürlich über der Erzfeind, die Biker. Dafür interessieren sie sich auch mehr für die natürlichen Gegebenheiten links und rechts des Weges wie Kräuter, Bäume und Gesteine.

Die Natur scheint ihnen ganz generell wichtiger zu sein. Sie setzen sich stärker für das Recht auf freien Naturzugang ein, wären andererseits aber auch eher zu Einschränkungen bereit, um die Schätze der Natur zu schützen. Auch mit Hinblick auf die kulturellen Schätze einer Region geben sie sich aufgeschlossener, Besichtigungen und Ausflüge stehen bei ihnen vermehrt auf dem Programm.

Jüngere halten es dagegen mehr mit den Schätzen in ihrem Rucksack. Kleine Snacks und Drinks stehen bei ihnen höher im Kurs, was ihre geringere Neigung zur Einkehr erklärt. Sie gehen erst nach der Tour richtig zünftig essen, genauso wie sie auch gern eine Shopping-Session einschieben. Besondere Ansprüche an die Wanderinfrastruktur macht der Wandernachwuchs auch in Hinblick auf die Unterkunft geltend, ohne, wie man aus anderen Studien weiß, dafür auch mehr bezahlen zu wollen (bzw. zu können).

Einen unerwarteten Vorsprung haben die an Jahren überlegenen Wanderer in punkto Ausrüstung: Sie sind nicht nur mit Funktionsunterwäsche, sondern auch mit den zeitgeistigen Stöcken besser ausgestattet, die in ihrem Alter aber in der Tat ansatzweise auch die ihnen zukommende Krückenfunktion übernehmen (s.o.). Von daher dürften dahinter weniger modische als Wohlfühlmotive zu suchen sein. Gleichwohl wird sich die Outdoor-Industrie fragen müssen, ob sie mit ihren vorrangig jugendorientierten Werbekonzepten nicht gerade auf das falsche Kundensegment zielt.

Alles in allem stellen die gehobenen Wanderjahrgänge zweifellos das allseits attraktivere Kundensegment auf dem Wandermarkt dar: Sie sind

sommers wie winters wanderaktiver, den Gebirgen und ihrer Natur wie Kultur gegenüber aufgeschlossener, dankbarer für eine intakte Infrastruktur, gehen die Dinge genießerischer an und verfügen obendrein auch noch über die bessere Ausrüstung. Von daher stellt sich die derzeit fast noch provozierende Frage, wie man diese "jungen Alten" gezielt ansprechen kann, ohne sie dabei demonstrativ aufs Altenteil zu schieben. Am naheliegendsten ist die besondere Betonung der von ihnen mehrheitlich betonten Motive, Gewohnheiten und Erwartungen, deren Personalisierung dann allerdings eher über ihr imaginier-tes jugendliches Selbstbild als über ihr tatsächliches Auftreten erfolgt.

20. BILDUNGSNIVEAU: HÖHERE QUALIFIKATION, HÖHERE ANSPRÜCHE?

Wenn in dieser Studie immer wieder vom "neuen Wandergast" die Rede ist, dann hat das vor allem etwas mit der sozialen Umschichtung innerhalb der Wanderbewegung zu tun. Die Wiederentdeckung des Wanderns scheint vor allem eine Sache der gehobeneren Bildungsschichten zu sein. Sie ist unter den Wanderern zunehmend stärker vertreten und prägt in wachsendem Maße die Erwartungen und Ansprüche an eine Wanderdestination. Ein Vergleich zwischen den Bildungsschichten kann folglich Aufschluss darüber geben, in welche Richtung sich die Dinge weiterentwickeln.

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 39
Bildungsambitionen		
Prozent		
Merkmal	Stand.	Abi+
Basisdaten		
Alter	49	41
Herkunft Deutschland/Österreich	77/21	87/10
Mitglied Wanderverein	17	27
Wanderintensität		
Im Sommer häufig/selten unterwegs	51/25	33/36
Heutige Wanderstrecke (km)	10,6	14,5
Heutige Wanderdauer (h)	3,9	4,8
Planung		
Wanderplanung per Internet	30	59
Urlaubsplanung per Internet	26	56
Wanderung länger/spontan geplant	25/40	39/20
Vorliebe individuelle Tour	31	57
Nur bekannte Wege gehen	25	9
Wandermotive		
Gesundheit	72	48
Einkehr unterwegs	48	23
Stille der Natur	75	63
Kennenlernen unbekannter Regionen	66	47
Interesse an Pflanzen und Tieren	51	33
Bevorzugte Landschaften		
Deutschsprachige Alpen	69	56
Haupturlaubsreise Tirol	95	80
Strand/Ufer	9	22

Wenn sich etwa bei jeder vierten Frage nennenswerte Unterschiede zwischen den Menschen auf den Bildungspolen Standard (mit Abschluss Volksschule, Hauptschule) und Abi+ (mit Abschluss Abitur, Diplom) zeigen, dann ist das einerseits deutlich weniger als im Altersvergleich, jedoch mehr als in anderen soziologischen Studien. Offenbar spricht die Neigung zum Wandern in besonderem Maße auf den Bildungsgrad (und umgekehrt) an.

Dass höher qualifizierte Wanderer im Schnitt vergleichsweise jung sind, hat indes zunächst einmal etwas mit den seit Jahrzehnten gewachsenen Bildungschancen zu tun, die sich statistisch zugunsten jüngerer

Jahrgänge niederschlagen. Ein Altersabstand von 8 Jahren zwischen den bei-

den Vergleichsgruppen ist jedoch ein gewichtiger Befund. Möglicherweise steckt auch eine größere Aufgeschlossenheit von Jungakademikern gegenüber dem Wandern dahinter, wie sie ja bereits in der Profilstudie 2001 dokumentiert wurde. Wie dem auch sei: Auf jeden Fall wird man bei der Interpretation der Daten von Tab.39 immer auch die Altersvariable mit berücksichtigen müssen.

Schwieriger sind dagegen die anschließenden Daten der Tabelle zu erklären: Wanderer mit Abi+ kommen verstärkt aus Deutschland, sind also eher weitgereiste Gäste, was wohl umgekehrt bedeutet, dass sie sich eher einen fernen Wanderurlaub gönnen als Menschen mit Standardbildung. Dementsprechend verdingen sie sich auch mehr in Wandervereinen, womit im vorliegenden Fall vermutlich die Alpenvereine gemeint sein dürften, zumal die Befragung in Hütten stattfand, in dem sich eine solche Mitgliedschaft konkret auszahlt.

auszahlt.

Profilstudie Wandern 2003		Forts. Tab. 39	
Bildungsambitionen			
Prozent			
Merkmal	Stand.	Abi+	
Wanderziele			
Bewirtschaftete Hütten	68	57	
Ausfluglokale	38	27	
Felsklamm	30	42	
Heimische Urwälder	12	22	
Nationalparks	15	28	
Wege Vorlieben			
Schmale Pfade	57	72	
Steil, Bergpfade	40	52	
Bequeme Wege	29	11	
Lehrpfade	32	21	
Sitzbänke	54	38	
Papierkörbe	48	32	
Orientierungstafeln	38	28	
Wegebeschreibungen	26	14	
Wege Ärger			
irreführende Wegweisung	56	67	
Verkehrslärm	47	61	
Asphalt	46	56	
geschotterte Wege	31	21	
zerfahrene Wege	31	19	
Interesse an Lehrpfadthemen			
Geologie	14	38	
Geschichte	20	30	
Waldbau	27	17	

Um so verblüffender erscheinen vor diesem Hintergrund die Angaben zur Wanderintensität: Standardqualifizierte begeben sich erheblich häufiger auf Schuster Rappen, Absolventen höherer Bildungsstufen sind dafür sehr viel länger und auch zügiger unterwegs. Es scheint fast so, als neigten die einen eher zu etwas längeren, bequemen Spaziergängen, während die anderen das Wandern deutlich ernster nehmen. Zweifellos spielt hierin das Alter herein, haben Rentner doch einfach mehr Zeit zum Wandern, ohne dass sie sich noch die ganz großen Touren vornehmen.

Für ihre aufwendigeren Touren investieren die Höherqualifizierten begreiflicherweise sehr viel mehr

in die Planung (besonders mit dem Internet) und bereiten sich langfristiger darauf vor - dies nicht zuletzt auch wegen ihrer Vorliebe für individuelle Unternehmungen. Demgegenüber belassen es die weniger Bildungs- wie Wanderambitionierten eher schon bei Standardrunden auf immer denselben Wegen. Dazu passt es, dass sie ihre Urlaubslandschaft größtenteils noch stärker vor Ort suchen als die ohnehin schon recht alpenverliebten Diplominhaber.

Die zum Teil beträchtlichen Differenzen in der Motivstruktur passen dazu. Menschen mit Standardbildung gehen die Dinge offenbar eher genießerischer an, kehren lieber ein, schätzen die Stille der Natur und interessieren sich für Flora und Fauna am Wege. Das bei ihnen besonders ausgeprägte Gesundheitsmotiv deutet erneut auf Alterseinflüsse hin. Das dokumentiert sich auch in ihrer verstärkten Neigung zu bequemen, ja sogar geschotterten Wegen mit Bänken.

Profilstudie Wandern 2003		Forts. Tab. 39	
Bildungsambitionen			
Prozent			
Merkmal	Stand.	Abi+	
Unterwegs dabei			
Wasser/Saft	71	89	
Jausenbrot	49	60	
Süßigkeiten	19	29	
Schlafsack	7	19	
Sonstige Freizeitvorlieben			
Ausflüge in die Umgebung	50	28	
Konzert, Theater	20	35	
Joggen	10	31	
Skifahren	33	49	
Einstellungen zur Natur			
Lebensrecht für Tiere und Pflanzen	94	82	
Natürlich ist gut	62	47	
Natur ohne Mensch in Harmonie	47	34	
Querwaldeingehen verbieten	34	15	
Mehr Macht für Naturschützer	18	37	

Ganz generell scheinen ehemalige Hauptschüler höhere Erwartungen an die Wanderinfrastruktur zu haben - von der Orientierungstafel bis zum Papierkorb. Dazu gehört auch - in Übereinstimmung mit ihrem besonderen Hang zur Einkehr - eine ausgesprochene Vorliebe für bewirtschaftete Hütten und Ausflugslokale.

Demgegenüber suchen die Abiturinhaber statt einladender lieber herausfordernde Ziele und Wege in der Natur - die Jugend lässt grüßen: Urwälder, Felsen und Bergpfade kommen bei ihnen deutlich besser weg. Vielen reicht das Wandern nicht, mit Joggen und Skifahren üben sie gleich mehrere Natursportarten aus. Verkehrslärm und Asphalt will man dagegen möglichst weit entfliehen.

Das leibliche Wohl wird von ihnen unterwegs dagegen eher spartanisch abgetan: Wasser, Saft und Brote reichen den meisten. Dafür stehen die geistigen Genüsse danach höher im Kurs: Für ein Konzert oder Theaterstück ist immerhin ein Drittel zu haben.

So sehr man beim Wandern die Natur sucht und zu den üblichen Bequemlichkeiten der zivilisierten Welt auf Abstand geht, so vergleichsweise wenig lässt man sich von den gängigen Floskeln ideeller Naturverherrlichung einfangen. Konkreter Naturschutz trifft bei höheren Absolventen des Bildungssystems auf mehr, die abstrakte Harmonisierung der Natur dagegen auf weniger Akzeptanz.

Insgesamt ist das vor allen Dingen an seiner intensiven Naturzuwendung festgemachte Bild des neuen Wanderers ganz offensichtlich stärker von den gehobenen Bildungsschichten geprägt. Hier dürften - nicht nur von Alters wegen - auch die zukünftigen Schrittmacher der Bewegung zu suchen sein, denen es beim Wandern um weit mehr als nur ein bequemes Sonntagsvergnügen geht.

21. MÄNNER UND FRAUEN: IST WANDERN GESCHLECHTSNEUTRAL?

Während in der öffentlichen Debatte der letzten Jahre die Unterschiede zwischen den Geschlechtern eine herausragende Rolle spielen, hat sich in soziologischen Studien aller Art nichts daran geändert, dass Männer und Frauen die meisten Dinge ihres konkreten Lebensalltags sehr ähnlich bewerten. Wie Tab.40 zeigt, ist das auch mit Hinblick auf das Wandern der Fall.

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 40
Geschlechterdifferenzen		
Prozent		
Merkmal	m	w
Bildungsabschluss		
Abschluss Mittlere Reife / Hochschule	21/35	33/25
Wander-Vorbereitung		
Wanderplanung länger/(vor)gestern	37/32	26/45
Urlaubsplanung per Internet	50	39
Vorliebe Mehrtagestour	20	10
Wandermotive		
Interesse an Pflanzen und Tieren	36	48
Mit Partner/Freunden unterwegs	49	59
Zu sich selbst finden	22	32
Bevorzugte Landschaftselemente		
Alpen Almhöhe	58	68
Berggipfel	79	69
Gewässer	39	53
Wege Ärger		
Vorliebe schmale Pfade	58	70
Vorliebe Sitzbänke	41	53
Ärger über geschotterte Wege	18	32
Interesse an Lehrpfadthemen		
Kräuter	35	58
Tiere	45	59
Waldbau	25	12
Unterwegs dabei		
Mütze	49	35
Obst	45	61
Erwartung an die Unterkunft		
Nähe zu Wanderwegen	45	57
Sonstige Freizeitvorlieben		
Stadtbummel, Einkauf	15	43
Konzert- und Theaterbesuch	19	39
Etwas Besichtigen	34	50
Schwimmen	36	50

Denn nur in etwas mehr als jeder zehnten aller abgefragten Vorlieben und Einstellungen finden sich nennenswerte Unterschiede, die überdies meist nicht über 10% hinaus kommen. Die ausgeprägtesten betreffen nicht das Wandern, sondern andere Aktivitäten: Frauen haben sehr viel mehr für einen Stadtbummel, eine Besichtigung oder Veranstaltungsbesuche übrig, scheinen also eher den städtischen Verlockungen zu erliegen.

Andererseits zeigen sie auch an der Natur ein größeres Interesse, besonders was Pflanzen und Tiere betrifft. Diese

intensivere Zuwendung zum Naturdetail zeigt sich in allen ähnlich angelegten Studien und setzt sich hier in einer verstärkten Neigung zu naturnahen Pfaden sowie einer größeren Aversion gegenüber Schotterwegen fort. Konsequenterweise soll auch die Unterkunft nahe an den Wanderwegen liegen, damit man nicht erst noch lange durch den Ort laufen muss.

Das hat allerdings auch etwas mit körperlicher Bequemlichkeit zu tun. Die Gipfelstürmerei überlässt man lieber den Männern, während sich Frauen mehr für blütenreiche Almwiesen auf halber Höhe begeistern können. Unterwegs setzen sie sich gerne hin - nicht zuletzt, um intensiver mit den besonders geschätzten Mitwanderern kommunizieren zu können, oder auch um in Ruhe zu sich selbst zu finden.

Alles in allem spiegelt sich in den wenigen Geschlechtsspezifika die einschlägig bekannte höhere Sensibilität von Frauen gegenüber ihrer konkreten Umwelt wider, während Männer schon in der Planung eher nach vorne schauen und die körperliche Herausforderung suchen. Diese Divergenzen fallen indes nicht so stark ins Gewicht, als dass es sich lohnen würde, geschlechtsspezifische Angebote zu entwickeln - ganz abgesehen davon, dass es fraglich wäre, ob sie angenommen würden. Denn schließlich besteht doch gerade einer der besonderen Reize des Wanderns darin, sowohl den Dingen als auch den Personen im gemeinsamen Naturerlebnis auf unprätentiöse Weise näherzukommen.

22. ÖSTERREICHER: STOLZ AUF DIE HEIMAT?

Unter den befragten Wanderern befinden sich mit 73% fast doppelt so viel Urlaubsgäste wie in vergleichbaren Stichproben aus den deutschen Mittelgebirgen. Schon aus rein statistischen Gründen wird man von einer solchen überlegenen Gruppierung kaum erwarten dürfen, dass sie sich noch nennenswert von der Gesamtheit der Befragten abheben kann, repräsentiert sie doch weitgehend selber diese Gesamtheit. Eine Sonderauswertung nach dem Gästestatus macht von daher kaum Sinn.

Ähnliches gilt für die unterschiedliche nationale Herkunft der Befragten. Hier liegt der Mehrheitsanteil der Deutschen sogar bei 83%, Österreicher bilden im Nordtiroler Wanderparadies also eine Minderheit, die in unserer Stichprobe nicht über 50 Befragte pro Fragebogen hinauskommt. Je kleiner aber eine Teilstichprobe ausfällt, desto mehr sind die Mittelwerte von Zufälligkeiten bestimmt, desto weniger greift der Statistikeffekt der großen Zahl.

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 41
Nationale Besonderheiten		
Prozent		
Merkmal	Öst.	Deu.
Demografie		
Alter	41	45
Bildung Standard	41	23
Einheimische/Urlauber	54/32	4/78
Sportliche Ambitionen		
Im Sommer häufig/selten wandern	59/12	31/39
Vorliebe für sportliche Touren	39	20
Mountainbiken	33	18
Schwimmen	60	40
Skifahren	60	41
Planung		
Planung mit Karte	53	80
Wanderkarten unterwegs dabei	51	77
Spontane Wanderplanung	65	30
Spontane Urlaubsplanung	47	23
Bekannte Wege	23	9
Planlos Herumstreifen	21	3
Wanderziele		
Deutschsprachige Alpen	38	61
Alpen Gipfelhöhe	63	48
Unberührte Natur	46	29
Nationalparks	36	22
Schöne Ortschaft	34	17
Wege		
Urteil sehr gut	52	22
Vorliebe Orientierungstafeln	43	28
Vorliebe Lehrpfade	35	48
Interesse Lehrpfadthema Wasser	38	21
Ärger über lange Ortsdurchgänge	14	29
Einstellungen zur Natur		
Mensch größter Feind der Natur	21	40
Natürlich ist gut	65	50

Man wird daher in Hinblick auf die Unterschiede von deutschen und österreichischen Wanderern nur solche Differenzen als halbwegs stichhaltig interpretieren können, die größer als 15 Prozentpunkte ausfallen - und das sind nicht eben viel. Nur in jedem achten Merkmal unterscheiden sich die Wanderer aus den beiden gleichsprachigen Nationen, und davon ist auch noch ein Teil die schlichte Folge einer größeren Nähe zum Befragungsort.

So ist es nicht weiter verwunderlich, dass die im Schnitt landesunkundigeren Deutschen sehr viel mehr Mühe in die Planung ihrer Touren stecken müssen, während die Österreicher, zur Hälfte aus dem unmittelbaren Umfeld stammend, in Kenntnis der Region schon mal spontan und planlos loslaufen können. Verständlich auch, dass die Deutschen die Alpen als Wanderziel besonders schätzen, haben sie sie doch eigens als Urlaubsziel ausgesucht.

Nicht so einfach nachzuvollziehen sind einige demografische Daten. Mit einem Durchschnittsalter von 45 entsprechen die deutschen Gäste in etwa ihren zuvor in ihren heimischen Mittelgebirgen befragten Landsleuten - ähnlich wie auch in Hinblick auf ihre Bildungsabschlüsse. Wenn die zusammen mit ihnen angetroffenen Österreicher im Schnitt um 4 Jahre jünger sind, dann hat das möglicherweise damit zu tun, dass sich auch einige heimische Mountainbiker unter die Wanderer gemischt haben. Tatsächlich gibt sich das österreichische Publikum deutlich sportlicher, was ebenso wie die sehr viel höhere Wanderfrequenz darauf hindeutet, dass die Alpenbewohner das Wandern eher als Training begreifen. Jüngere dürften hierin vor allem eine Möglichkeit sehen, sich für den Wintersport fit zu halten.

Das heißt umgekehrt aber auch, dass Urlauber das Wandern sehr viel genießerischer angehen und überdies auch nicht so wandergestählt sind. Immerhin sind fast 40% von ihnen lediglich selten - vermutlich eben nur im Urlaub - mit dem Rucksack unterwegs. Dies ist in Rechnung zu stellen, wenn trainierte Einheimische Touren für untrainierte Gäste entwerfen.

Noch mehr wird man über die im Vergleich zu den Deutschen fast doppelt so hohe Quote an Österreichern spekulieren müssen, die nur über einen Standard-Bildungsabschluss verfügen. Spätestens an dieser Stelle kommt der Verdacht auf, dass die aus dem deutschen Fragebogen übernommene Bildungsbatterie den österreichischen Verhältnissen möglicherweise nicht gerecht wird.

Der Bereich echter nationaler Differenzen schrumpft also immer mehr. Außer durch sportlichere Ambitionen zeichnen sich die österreichischen Wanderer eigentlich nur durch einen stärkeren Drang in die ursprüngliche Na-

tur aus - etwa in Richtung von Gipfeln und Nationalparks. Hier zeigt sich ein verständlicher Stolz auf das alpine Landschaftskapital.

Dieser Heimatstolz kommt nicht zuletzt auch in einem wesentlich besseren Urteil über die heimischen Wanderwege zum Ausdruck. Während sich die ausländischen Gäste zu weniger als einem Viertel zum Urteil "sehr gut" durchringen können, sind die Einheimischen zu mehr als der Hälfte von der Spitzenqualität ihrer Wege überzeugt. Dieser auch aus deutschen Studien bekannte wegepatriotische Effekt mag auf den ersten Blick rührend erscheinen, hat allerdings eine fatale Folge: Man übersieht aus der Anbieterperspektive allzu leicht die tatsächlichen Schwächen im Wanderwegenetz und empfindet daher keine Notwendigkeit zu nennenswerten Korrekturen.

Hieraus resultiert eine wandertouristische Modernisierungsresistenz, die in Deutschland wie in Österreich nicht unwesentlich zum jahrzehntelangen Abfluss der immer anspruchsvolleren Gäste beigetragen haben dürfte. Mangelnde Selbstkritik lässt Gästebeschwerden als bloße Nörgelei erscheinen, und nicht selten passiert es dem Gast, der ganz konkret auf unzumutbare Asphalttrassen verweist, dass die Verantwortlichen ihm verächtlich bescheiden, sie selber wären dort ja auch niemals langgegangen.

Der heimatstolzen Überhöhung der landschaftlichen Schönheiten (insbesondere in den höheren Lagen) zuungunsten der Wahrnehmung von Wegeführungsschwächen (insbesondere in den niedrigeren Lagen) kann man vermutlich nur entgehen, wenn man die oft über Jahrzehnte unveränderten Wegenetze einer objektiven Generalrevision unterzieht - mindestens durch Orts- oder gar Landesfremde sowie auf der Basis von genau fixierten Qualitätskriterien, wie sie vor kurzem für die deutschen Mittelgebirge in zwei Varianten für Standard- und Premiumwege entwickelt und vom Deutschen Tourismusverband und Deutschen Wanderverband auf der Internationalen Tourismusbörse 2003 vorgestellt worden sind. Das premiumorientierte Zertifikat "Deutsches Wandersiegel" ließe sich mit vergleichsweise geringfügigen Modifikationen auf den alpinen Raum übertragen.

Zwar verfügt auch Tirol bereits seit längerem über ein Bergwege-Gütesiegel, das sich aber weitgehend auf technische Qualitäten der Wegeaus-schilderung beschränkt. Aus der Sicht anspruchsvoller Wandergäste besteht die Qualität von Wanderwegen jedoch vor allem in deren Erlebnisgehalt, in den viele Variable vom Wegeformat über Natur, Landschaft und Infrastruktur bis zu kulturellen Highlights eingehen. Das anhand von zahlreichen Kundenbefragungen entwickelte "Deutsche Wandersiegel" registriert nicht weniger als 33 Aspekte des Wandererlebens, die häufig auch noch nach mehrfach gestuften Maßstäben beurteilt werden. Dies auf die etwas anders gelagerten al-

pinen Verhältnisse zu zuschneiden, wäre eine wichtige Vorarbeit, um den gerade in diesem Punkt gestiegenen Erwartungen des neuen Wandergastes gerecht zu werden.

23. RESÜMEE: WANDERN GEWINNT PROFIL

Der entscheidende Zugang zum Wandermarkt erschließt sich über die Kenntnis der Wandermotive. Wer begriffen hat, worum es dem modernen Wandergast vorrangig geht, wird in seinen Angeboten auch den richtigen Zugang zum Kunden finden. Deutlicher noch als zuvor hat sich in der Profilstudie 2003 das Naturmotiv als roter Faden bei der Interpretation der Befragungsergebnisse erwiesen.

Der erste Hinweis auf seine zentrale Bedeutung kam aus der Profilstudie 1999. Statt der üblichen Motivbatterie mit gestuften Antwortvorgaben wurden die Wanderer seinerzeit gebeten, sich einem von zwölf Wandertypen zuzuordnen. Trotz der Möglichkeit zu Mehrfachantworten vereinigte ein Typus ganz besonders viele Zuschreibungen: Der Naturgenießer. Nicht weniger als 76% entschieden sich für ihn, der Abstand zum zweiten, mit 29% belegten Rang war mehr als auffällig.

Auch wenn die vorliegende Motivbatterie wieder dem klassischen Muster einer breiten Multioptionalität folgt und daher keine so klare Dominanzen erkennen lässt, zeigt ein abschließender Durchgang durch die weiteren Befunde, dass sich auch die Tiroler Wandergäste vermutlich primär so klassifizieren würden. Das betrifft beide Bestandteile dieses Zieltypus: Die Natur und den Genuss.

So hebt sich das Thema Natur in seiner ästhetischen Dimension nachdrücklich gegen andere ab - etwa gegen kulturelle und naturkundliche Interessen, gegen wilde und abenteuerliche Naturelemente. Von Wanderwegen erwartet man mehr Naturbelassenheit und weniger Teer bzw. Schotter, der zivilisatorische Zugriff auf Natur durch Verkehr, Lärm und Müll wird rigide abgewehrt.

Nicht weniger deutlich zieht sich das Genussmotiv auch durch andere Bereiche. Auf der körperlichen Ebene rangiert Bewegungsfreude mit Abstand vor sportlichen Ambitionen, anstrengende und technisch herausfordernde Freizeitaktivitäten finden im Gegensatz zu Gleittouren auf Rad, Ski oder Wasser kaum Zuspruch. Der ideale Wanderweg soll zwar naturnah, aber auch gepflegt und gut zu begehen sein. Rastplätze am Wegesrand erfahren in den Alpen einen besonderen Zuspruch, zuverlässige Wanderleitsysteme sind schon seit längerem ein Muss.

Zwar liegt die mittlere Tourenlänge bei nicht viel mehr als 10 km, man nimmt das Wandern aber gleichwohl ernst und macht sich selbst im Winter verstärkt auf die Socken. Aber auch hierbei regiert das Genussprinzip. Alles was dem Nachgeben spontaner Bedürfnisse entgegensteht, verliert an Attraktivität. Dazu gehören große Gruppen und geführte Touren ebenso wie Mehrtageswanderungen, weil sie den einzelnen zu sehr binden. Schöne Touren statt lange Routen heißt daher für die Angebotsseite die Devise, Wanderungen sind im Grunde genommen als Lustreisen zu Fuß zu inszenieren.

Auch in der Ausrüstung rangiert Bequemlichkeit und Wohlgefühl vor technischer Funktion und Herausforderung. Ähnliches gilt für die Unterkunft, die in schönem Ambiente und angenehmer Atmosphäre das Genusserlebnis des Wanderns verlängern und ergänzen soll.

Das dominierende Natur-Genuss-Profil geht einher mit einer Profilierung des Wanderpublikums, bei dem Zeitgenossen mit höheren Bildungszertifikaten mittlerweile die Mehrheit stellen. Diese äußerst attraktive Laufkundschaft bietet den Touristikern eine einmalige Chance zur Aufbesserung ihrer Gästebilanzen. Voraussetzung dafür ist allerdings, dem anspruchsvollen neuen Wandergast mit Angeboten hoher Qualität, und das heißt vor allem mit einer konsequenten Orientierung an den Kundenwünschen, gerecht zu werden.

All dies gilt freilich zunächst hauptsächlich für die in der vorliegenden Stichprobe vorherrschenden deutschstämmigen Gäste, die sich von ihrem heimischen Wanderpublikum im wesentlichen nur dadurch unterscheiden, dass sie den speziellen Reizen der Alpen besonders viel abgewinnen können. Andererseits sind die Unterschiede zu Wanderern österreichischer Herkunft auch nicht viel größer, wobei die wenigen Differenzen erneut eben diese Reize betreffen.

Am meisten sind aber die jüngeren Gäste von den alpinen Herausforderungen fasziniert. Das darf indes nicht zu dem umstandslosen Schluss verleiten, bei ihnen das touristische Zukunftsheil zu suchen. Das gilt um so mehr, als es den klassischen Stammgast gerade in dieser Generation kaum mehr gibt. Auch wäre es fatal, den klassisch-jugendlichen Gipfelsturm nach wie vor in den Mittelpunkt alpiner Wanderofferten zu rücken: Auch bei der jüngeren Generation dominiert das Genussmotiv.

Schließlich sind die älteren Gäste das in jeder Hinsicht dankbarere Publikum. Vor allem mit Hinblick auf die Altersvariable wird man also zielgruppenspezifische Programme entwickeln müssen, die den wichtigsten Schritt von der häufig noch vorherrschenden Angebots- zu einer konsequenten Kundenorientierung darstellen.

Anhang: Die Fragebögen

Die beiden im unmittelbaren Wechsel eingesetzten Fragebögen weichen nur in wenigen Items von den Vorlagen der in Deutschland durchgeführten Hauptstudie ab. Diese wiederum griff im wesentlichen auf Fragenbatterien zurück, die bereits in den Jahren 1998 bis 2000 zum Einsatz kamen und als standardisierte Basis für Zeitreihen dienen. Sie werden großenteils auch 2004 erneut im Mittelpunkt einer dann erstmals internationalen Profilstudie stehen.

IHRE MEINUNG

zum Thema Wandern

Sie können in der Regel mehrere Antworten pro Frage ankreuzen!

Sie befinden sich zur Zeit in einer bekannten Wanderlandschaft.

- Wie beurteilen Sie ganz allgemein die markierten Wanderwege in der Region?
 sehr gut gut befriedigend ungenügend
- Was gefällt Ihnen an den Wanderwegen ganz besonders?

- Und was gefällt Ihnen weniger oder gar nicht?

In welcher Wanderregion der Alpen haben Sie

- die **schönsten** Wandererlebnisse gehabt? In
- die **schlechtesten** Wandererfahrungen gemacht? In

Fallen Ihnen spontan Namen bekannter Fernwanderwege ein?

1.
2.
3.

Welche Art von Wanderung bevorzugen Sie besonders?

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Tagestour | <input type="checkbox"/> Streckenwanderung von A nach B |
| <input type="checkbox"/> Mehrtagestour | <input type="checkbox"/> Rundwanderung zurück zum Ausgangspunkt |
| <input type="checkbox"/> Hüttenwanderung | <input type="checkbox"/> Abend- oder Nachwanderung |
| <input type="checkbox"/> Geführte Wanderung | <input type="checkbox"/> Sportliche Tour |
| <input type="checkbox"/> Individuelle Tour | <input type="checkbox"/> Naturkundlicher Schwerpunkt |
| <input type="checkbox"/> Vereinswanderung | <input type="checkbox"/> Geschichtlicher Schwerpunkt |

Welche Wanderziele finden Sie besonders attraktiv?

- | | | |
|---|--|---|
| <input type="checkbox"/> Berggipfel | <input type="checkbox"/> Schöne Ortschaften | <input type="checkbox"/> Museen |
| <input type="checkbox"/> Gewässer (Bach, See) | <input type="checkbox"/> Ausflugslokale | <input type="checkbox"/> Moore |
| <input type="checkbox"/> Bewirtschaftete Hütten | <input type="checkbox"/> Ausgrabungsstellen | <input type="checkbox"/> Burgen, Schlösser |
| <input type="checkbox"/> Nationalparks | <input type="checkbox"/> Geschützte Biotop | <input type="checkbox"/> Heimische Urwälder |
| <input type="checkbox"/> Eine Felsklamm | <input type="checkbox"/> Wald-Info-Stationen | <input type="checkbox"/> Begehbare Höhlen |

Auf welcher Art von Wanderwegen gehen Sie besonders gern?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Schmale Wald- und Wiesenpfade | <input type="checkbox"/> Aussichtsreiche Kammwege |
| <input type="checkbox"/> Breite bequeme Wege | <input type="checkbox"/> Asphaltierte Wege |
| <input type="checkbox"/> Steile Wege, Bergpfade | <input type="checkbox"/> Fernwanderwege |
| <input type="checkbox"/> Befestigte Schotterwege | <input type="checkbox"/> Naturlehrpfade |
| <input type="checkbox"/> Naturnahe Erd- und Graswege | <input type="checkbox"/> Ohne Wegspur, querfeldein |
| <input type="checkbox"/> Markierte Wanderwege | <input type="checkbox"/> Wege entlang von Straßen |
| <input type="checkbox"/> Wege durch Ortschaften | <input type="checkbox"/> Wege zu einem bestimmten Thema |

Wonach orientieren Sie sich in unbekannter Landschaft am liebsten?

- | | | |
|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> Wandermarkierungen | <input type="checkbox"/> Wegweiser | <input type="checkbox"/> Orientierungstafeln |
| <input type="checkbox"/> Wanderkarten | <input type="checkbox"/> Wegebeschreibungen | <input type="checkbox"/> Tipps von Bekannten |

In welcher Art von Landschaft wandern Sie besonders gern?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Waldreiche Landschaft | <input type="checkbox"/> Flachland |
| <input type="checkbox"/> Aussichtsreiche Landschaft | <input type="checkbox"/> Mittelgebirge |
| <input type="checkbox"/> Deutschsprachige Alpen | <input type="checkbox"/> Alpen Almhöhe |
| <input type="checkbox"/> Fremdsprachiges Ausland | <input type="checkbox"/> Alpen Gipfelhöhe |
| <input type="checkbox"/> Wildnis, exotische Landschaft | <input type="checkbox"/> Heide |
| <input type="checkbox"/> Naturschutzgebiet, Nationalpark | <input type="checkbox"/> Strand, Ufer |

Können Sie sich Tirol
als Ziel Ihrer nächsten Haupturlaubsreise vorstellen?

- ja nein

Wandergewohnheiten

- ◆ In der grünen Jahreszeit (Mai bis Oktober) wandere ich etwa
 - wöchentlich bis vierzehntäglich
 - einmal pro Monat
 - seltener
- ◆ Ich wandere auch im Winter
 - häufiger
 - gelegentlich
 - nie
- ◆ Heute habe ich vor
etwa Kilometer bzw. Stunden zu wandern.
- ◆ Im Vergleich zu früher wandere ich in letzter Zeit
 - mehr
 - etwa genauso viel
 - weniger

Wie planen Sie normalerweise Ihre Wanderungen?

- Ich streife einfach so durch die Landschaft.
- Ich suche mir die Wanderstrecke vorher auf der Karte aus.
- Die Wanderplanung überlasse ich lieber anderen.

- Ich richte mich gerne nach Wanderempfehlungen von Bekannten.
- Ich folge gerne den Vorschlägen aus Wanderbüchern.
- Ich nehmen schon mal spontan einen anderen Weg als geplant.
- Ich gehe vor allem Wege, die ich schon kenne.

Wann planen sie normalerweise Ihren Urlaub?

- bis 12 Monate im voraus
- bis 6 Monate im voraus
- bis 3 Monate im voraus
- bis 1 Monat im voraus
- kürzer

Wann buchen sie normalerweise Ihren Urlaub?

- bis 12 Monate im voraus
- bis 6 Monate im voraus
- bis 3 Monate im voraus
- bis 1 Monat im voraus
- kürzer

Urlaubsinformation

Was ist für Sie als Erstinformation von einer Wanderregion besonders wichtig?

Besonders wichtig ist mir

Wanderurlaub: Worauf legen Sie bei Ihrer Unterkunft besonderen Wert?

<input type="checkbox"/> Ruhige Lage im Grünen	<input type="checkbox"/> Tourenberatung
<input type="checkbox"/> Nähe zu Wanderwegen	<input type="checkbox"/> Wetterinformationen
<input type="checkbox"/> Familiäre Atmosphäre	<input type="checkbox"/> Vegetarische Gerichte
<input type="checkbox"/> Vielfältiges Frühstück	<input type="checkbox"/> Prospekte aus der Region
<input type="checkbox"/> Regionale Küche	<input type="checkbox"/> Abholdienst von unterwegs
<input type="checkbox"/> Wanderkarten vorhanden	<input type="checkbox"/> Schriftliche Wandervorschläge
<input type="checkbox"/> Säuberungsmöglichkeiten	<input type="checkbox"/> Lunchpakete
<input type="checkbox"/> Anschluß an Wanderwege	<input type="checkbox"/> Sauna o. Schwimmbad
<input type="checkbox"/> Infos zu Sehenswürdigkeiten	<input type="checkbox"/> Umweltfreundlicher Betrieb
<input type="checkbox"/> Regionaltypische Architektur	<input type="checkbox"/> Nahverkehrsfahrpläne
<input type="checkbox"/> Hotelklassifizierung (Sterne)	<input type="checkbox"/> Gepäcktransport
<input type="checkbox"/> Umweltbewusste Betriebsführung	<input type="checkbox"/> Aufnahme für eine Nacht

Zum Schluss noch einige Routineangaben für die Statistik:

- Ihr Herkunftsland
 - Österreich Deutschland Schweiz
 - Südtirol Niederlande Sonstige
- Ihr Alter: Jahre
- Ihr Geschlecht: männlich weiblich
- Ihr Bildungsabschluss (bzw. Ihre zur Zeit besuchte Bildungseinrichtung):
 - Standard (z.B. Hauptschule) Höhere Schule (Abitur, Fachabitur)
 - Zehnjahresschule (z.B. Realschule) Hochschule / Fachhochschule
- Ihr Status
 - Ich wohne ganz in der Nähe (einheimisch).
 - Ich habe heute einen größeren Ausflug hierhin gemacht (Tagesgast).
 - Ich verbringe ein paar Tage Urlaub in der Region (Urlaubsgast).
 - Ich bin Mitglied in einem Wanderverein

Vielen Dank für Ihre Mühe!

Verantwortlich: Dr. Rainer Brämer, Univ. Marburg Tel 06421/2824709

IHRE MEINUNG

zum Thema Wandern

Sie können in der Regel mehrere Antworten pro Frage ankreuzen!

Sie befinden sich zur Zeit in einer bekannten Wanderlandschaft.

<ul style="list-style-type: none"> • Wie beurteilen Sie ganz allgemein die markierten Wanderwege in der Region? <input type="checkbox"/> sehr gut <input type="checkbox"/> gut <input type="checkbox"/> befriedigend <input type="checkbox"/> ungenügend • Was gefällt Ihnen an den Wanderwegen ganz besonders? • Und was gefällt Ihnen weniger oder gar nicht?
--

Interessieren Sie sich für Lehrpfade? ja teils, teils nein

Welches Lehrpfad-Thema fänden Sie besonders interessant?

<input type="checkbox"/> Waldbau <input type="checkbox"/> Geologie <input type="checkbox"/> Landwirtschaft <input type="checkbox"/> Kräuter <input type="checkbox"/> Gletscher <input type="checkbox"/> Geschichte <input type="checkbox"/> Tiere <input type="checkbox"/> Naturschutz <input type="checkbox"/> Wasser <input type="checkbox"/> nichts davon

Was stört Sie beim Wandern besonders?

<input type="checkbox"/> Herumliegender Abfall <input type="checkbox"/> Längere Strecken auf Asphalt <input type="checkbox"/> Verkehrslärm <input type="checkbox"/> Zerfahrene oder schlammige Wege <input type="checkbox"/> Entgegenkommende Wandergruppen <input type="checkbox"/> Grobgeschotterte Wege <input type="checkbox"/> Reiter <input type="checkbox"/> Autoverkehr auf den Wegen	<input type="checkbox"/> Lange Strecken durch Ortschaften <input type="checkbox"/> Fehlerhafte Wanderkarten <input type="checkbox"/> Irreführende Wegweisung <input type="checkbox"/> Häufiges bergauf und bergab <input type="checkbox"/> Radfahrer, Mountainbiker <input type="checkbox"/> Zugewachsene Aussichten <input type="checkbox"/> Regenschauer <input type="checkbox"/> Hitze
--	--

Auf welche Landschaftsausstattung legen Sie besonderen Wert?

- | | | |
|---|---|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Aussichtstürme | <input type="checkbox"/> Ausflugslokale | <input type="checkbox"/> Schutzhütten |
| <input type="checkbox"/> Sitzbänke | <input type="checkbox"/> Parkplätze im Grünen | <input type="checkbox"/> Papierkörbe |

Es gibt viele Gründe zum Wandern. Welche sind Ihnen besonders wichtig?

<input type="checkbox"/> Kennenlernen unbekannter Regionen	<input type="checkbox"/> Stille der Natur
<input type="checkbox"/> Mit Partner/Freunden unterwegs sein	<input type="checkbox"/> Einkehr unterwegs
<input type="checkbox"/> Natur genießen	<input type="checkbox"/> Zu sich selbst finden
<input type="checkbox"/> Kulturelle Sehenswürdigkeiten	<input type="checkbox"/> Erfahrung unberührter Natur
<input type="checkbox"/> Körperliche Bewegung	<input type="checkbox"/> Sportliche Leistung
<input type="checkbox"/> Interesse an Pflanzen und Tieren	<input type="checkbox"/> Etwas für die Gesundheit tun
<input type="checkbox"/> Anblick schöner Landschaften	<input type="checkbox"/> Ferne Abenteuer
<input type="checkbox"/> Entlastung vom Alltagsstress	<input type="checkbox"/> Großes Gemeinschaftserlebnis

Wandergewohnheiten

- ◆ In der grünen Jahreszeit (Mai bis Oktober) wandere ich etwa
 - wöchentlich bis vierzehntäglich
 - einmal pro Monat
 - seltener
- ◆ Die heutige Tour habe ich
 - schon länger geplant
 - erst vor (vor)gestern ins Auge gefasst
 - mir heute morgen ganz spontan vorgenommen
- ◆ Heute habe ich vor
 - etwa Kilometer bzw. Stunden zu wandern.

Was machen Sie außer Wandern sonst noch besonders gern?

<input type="checkbox"/> Etwas besichtigen	<input type="checkbox"/> Walking
<input type="checkbox"/> Essen gehen	<input type="checkbox"/> Nordic Walking
<input type="checkbox"/> Sauna	<input type="checkbox"/> Waldlauf / Joggen
<input type="checkbox"/> Ski fahren	<input type="checkbox"/> Fotografieren
<input type="checkbox"/> Schwimmen	<input type="checkbox"/> Konzert- oder Theaterbesuch
<input type="checkbox"/> Fahrrad fahren	<input type="checkbox"/> Ausflüge in die Umgebung
<input type="checkbox"/> Mountainbiken	<input type="checkbox"/> Stadtbummel, Einkaufen
<input type="checkbox"/> Klettern	<input type="checkbox"/> Paddeln, Kanu fahren

**Wenn Sie eine richtige Wanderung unternehmen:
Was haben sie dann an oder dabei?**

<input type="checkbox"/> Wetterfeste Jacke	<input type="checkbox"/> Regenschutz	<input type="checkbox"/> Wanderkarten
<input type="checkbox"/> Spezielles Wanderhemd	<input type="checkbox"/> Jausenbrot	<input type="checkbox"/> Kompass
<input type="checkbox"/> Wanderstock / -stöcke	<input type="checkbox"/> Obst	<input type="checkbox"/> GPS
<input type="checkbox"/> Rucksack	<input type="checkbox"/> Thermoskanne	<input type="checkbox"/> Fotoapparat
<input type="checkbox"/> Wanderhose	<input type="checkbox"/> Wasser / Saft	<input type="checkbox"/> Wanderliteratur
<input type="checkbox"/> Wanderschuhe	<input type="checkbox"/> Süßigkeiten	<input type="checkbox"/> Funktionsunterwäsche
<input type="checkbox"/> Mütze	<input type="checkbox"/> Fernglas	<input type="checkbox"/> Schlafsack

Was ist Ihre Meinung zu Natur und Umwelt?

	ja	teils-teils	nein
Jeder Mensch hat ein Recht auf einen freien Naturzugang.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tiere und Pflanzen haben dasselbe Lebensrecht wie Menschen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Natur wäre ohne den Menschen in Harmonie und Frieden	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Was natürlich ist, ist gut	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Natursportler müssten für die Nutzung der Natur bezahlen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Der Mensch ist der größte Feind der Natur.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Es müsste verboten sein, quer durch den Wald zu gehen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die Naturschützer müssten viel mehr zu sagen haben.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Der Mensch ist im Begriff, die Natur endgültig zu zerstören.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Internet

- Für die Wandervorbereitung nutze ich das Internet
 - oft gelegentlich nie
- Ich beschaffe mir damit vor allem Informationen für die
 - generelle Urlaubsvorbereitung
 - konkrete Planung von Wanderungen

Zum Schluss noch einige Routineangaben für die Statistik:

- Ihr Herkunftsland
 - Österreich Deutschland Schweiz
 - Südtirol Niederlande Sonstige

- Ihr Alter: Jahre

- Ihr Geschlecht: männlich weiblich

- Ihr Bildungsabschluss (bzw. Ihre zur Zeit besuchte Bildungseinrichtung):
 - Standard (z.B. Hauptschule) Höhere Schule (Abitur, Fachabitur)
 - Zehnjahresschule (z.B. Realschule) Hochschule / Fachhochschule

- Ihr Status
 - Ich wohne ganz in der Nähe (einheimisch).
 - Ich habe heute einen größeren Ausflug hierhin gemacht (Tagesgast).
 - Ich verbringe ein paar Tage Urlaub in der Region (Urlaubsgast).

 - Ich bin Mitglied in einem Wanderverein

Vielen Dank für Ihre Mühe!

Verantwortlich: Dr. Rainer Brämer, Univ. Marburg Tel +49/6421/2824709