

Themen und Stationen der Wanderforschung

Versuch einer Wissenschaftsgeschichte im Prozess des Entstehens

Version 02

Rainer Brämer

Wandern als Natur- und Selbsterfahrung

Studien zum
sanften Natursport

wanderforschung.de
Geschichte wafo 2.3 8/2014



Zur Orientierung.....	2
Wanderforschung im Prozess der Professionalisierung: Das Beispiel Deutschland.....	3
„Wie war es doch vordem mit Heinzelmännchen so bequem“	3
So fing es an	5
Die Wanderwende	6
Konsolidierung	8
Drei Etappen.....	9
Wanderforschung in der Schweiz.....	10
„Wanderbares Österreich“ 2.0 ?	14
Wo sonst noch geforscht wird	18
Querschnittsthema Pilgern.....	20
Alles in einem: Die Fundstellen.....	22
Anfänge	22
90er Jahre	24
Jahrhundertwende.....	29
00er Jahre	31
10er Jahre	44

Zur Orientierung

Die folgende Sammlung von Abstracts zur Wanderforschung befindet sich wie die Forschungsrichtung selber im Aufbau. Angesichts der laufend aus vielerlei Richtungen hinzukommenden Hinweise macht eine Gesamtdarstellung der Forschungsgeschichte noch wenig Sinn. Die einleitenden kurzen Länder- und Themenabrisse dienen lediglich als temporäre Orientierungshilfen. Wenn die eigentliche Fundstellensammlung nicht nach Ländern sortiert ist, so steht dahinter die erfreuliche Einsicht, dass Wandern eine so elementare menschliche Aktivität zu sein scheint, dass die Befunde nur in zweitrangiger Weise von ihrer nationalen Her-

kunft geprägt sind. Man kann also durchaus auch aus den Ergebnissen anderer Länder lernen, die das Gesamtbild Jahr für Jahr kumulativ erweitern.

Wanderforschung im Prozess der Professionalisierung: Das Beispiel Deutschland

„Wie war es doch vordem mit Heinzelmännchen so bequem“

Wandern ist eigentlich ein großes Thema: Nicht nur dass trotz nachlassender Zahlen nach wie vor die halbe Bevölkerung gelegentlich bis häufig diesem sanften Ausdauersport nachgeht. Das damit verbunden Themenspektrum berührt viele Bereiche des alltäglichen Lebens: Betroffen ist unsere Art der Fortbewegung, der Erhalt unserer Gesundheit, unser Verhältnis zur Natur, die Wahrnehmung von Landschaft, unsere Freizeitgestaltung, der ländliche Tourismus und mehr.

Dennoch hat sich lange Zeit kaum jemand systematisch damit beschäftigt. Unsere vielfältige Betroffenheit stand in auffälligem Gegensatz zur geringen Neugier, mehr darüber zu erfahren. Man wanderte einfach, weil es einem Spaß machte, weil man sich dabei wohl fühlte und gut erholte, weil man sich dabei bestens unterhalten konnte und weil es zugleich mit relativ wenig Aufwand verbunden war. Ob vielleicht mehr hinter diesem Massenhobby stecken könnte, warum es trotz einer wachsenden Zahl moderner Freizeit- und Urlaubsalternativen seinen führenden Platz in der Beliebtheitsskala verteidigte, darüber nachzudenken sah man keinen Anlass. Wandern war so selbstverständlich wie der Sonntagsbraten, der Fußballplatz oder der Familienbesuch.

Tatsächlich war ja auch alles im Fluss. In vielen Familien wurde der Wanderbrauch von Generation zu Generation einfach weitergereicht, nach einer pubertären Pause wurde er vom Nachwuchs wieder aufgegriffen, man machte sich mit Freunden oder Vereinskumpanen auf die Socken, Wanderurlaub war billig und man brauchte dafür nicht weit wegzufahren. Für zünftige Wanderer gab es allerorten spezielle Wandervereine, die aus lauter Freude an der Sache auch noch Wanderwege für alle anlegten. Auf die konnten sich auch die Touristiker und Feriengastgeber verlassen. Ansonsten organisierten Wanderer ihren Tag selber, wenn man ihnen nur eine Karte und ein paar Tourentipps an die Hand gab. Kurz: Wandern überdauerte im Schatten des kleinen und großen Weltgeschehens auf der Basis eines nahezu perfekten Systems der Selbstorganisation.

Von daher erschien das Thema allzu banal, um sich ernsthaft damit auseinanderzusetzen und oder es gar zum Thema von wissenschaftlichen Untersuchungen zu machen. Einerseits konnte man sich kaum eine weniger ambitionierte Tätigkeit als Wandern vorstellen. Andererseits ist „Wissenschaft“ ganz oben im Wertekanon des Zeitgeistes angesiedelt. Das passt nur schwer zusammen. Vereinzelte Forschungsprojekte galten als abseitig, exotisch und kaum ernst zu nehmen.

Das änderte sich mehr und mehr mit einer ständig fortschreitenden Technisierung und Urbanisierung des Alltags, einer immer stärkeren Einhausung von Beruf und Alltag, aber auch mit einer immer weitgehenderen Verkehrserschließung der Landschaft und einer immer intensiveren Bewirtschaftung der Natur. Landschaftsbilder verödeten im Zuge der Ökonomisierung von Land- und Forstwirtschaft, naturnah-erlebnisreiche Wege gingen zugunsten von Straßen und Wirtschaftstrassen durch Wald und Flur verloren. Den Wanderurlaub verbrachte man zunehmend dort, wo das noch nicht großflächig der Fall war.

Dass das sich selbst organisierende System Wandern nicht mehr so perfekt wie vorher funktionierte, merkten vor allem ländliche Touristiker und Gastgeber. Die Wandervereine taten zwar noch ihr Werk, hatten aber mit schwindenden Mitgliederzahlen und sinkender Bereitschaft zum Ehrenamt zu kämpfen. Guter Rat war jetzt gefragt, die Stunde der Wissenschaft war endlich auch beim Wandern als einem der letzten unprofessionalisierten Freizeitbereiche gekommen.

Im ersten wissenschaftlichen Aufbruch erschien es fast so, als fände dieser nur in Deutschland statt. Weil die Probleme im Mittelgebirgstourismus besonders groß waren, fanden Ergebnisse der neuen Forschungsrichtung rasch Gehör, zumal ihre Umsetzung in touristische Strategien fast unmittelbare Wirkung zeigte. Bis heute allerdings fällt auf, in welchem geringem Maße die Verfasser von Wanderstudien, insbesondere soweit es sich um Auftragsarbeiten handelt, von anderen Projekten Notiz nahmen. Besonders fachfremde Marktforschungsinstitute scheinen immer wieder von Vorne anzufangen und greifen bei der Interpretation ihrer Daten häufig auf überholte Klischees zurück.

Eine gewisse Ausnahme stellen akademische Arbeiten zum Abschluss von Diplom-, Master-, Bachelor-, oder Promotionsstudiengängen dar. Sie müssen allein schon um ihres Anspruches willen auf den jeweiligen Stand der Forschung Bezug nehmen. Das gelingt ihnen in der Regel nur unzureichend, da die verstreuten Arbeiten (insbesondere aus dem Bestand fremder Hochschulen) nur mit Mühe zugänglich sind. Damit wird immer wieder gerade erworbenes Wissenskapital verschenkt, viele Erkenntnisse drohen wieder verlorenzugehen.

Um dem abzuhelpen, lieferte das touristische Kompetenzzentrum der Hochschule Harz 2010 einen gedruckten Abriss wandertouristischer Forschungsergebnisse. In ähnlicher Absicht wendet sich auf der elektronischen Kommunikationsebene seit 2008 die solitär betriebene Website www.wanderforschung.de an ein breiteres Spektrum von Lesern. Beides hat bislang aber noch keine Institutionalisierung dieser Forschungslinie zur Folge gehabt. Noch hängt ihr offenbar der Ruf des wissenschaftlich Exotischen an.

Ob zu Recht oder zu Unrecht, das soll der vorliegende Versuch zeigen, den Blick zu erweitern und damit zugleich das Forschungsfeld thematisch abzustecken. Dieses Unterfangen steht noch in den Anfängen und fußt einstweilen maßgeblich auf dem Redaktionsarchiv, einer parallel zu eigenen Studien entstandenen Zufallssammlung. Schon darin dokumentiert sich in der Zusammenschau eine unerwartet Fülle von Initiativen auch über das touristische Feld hinaus. Zugleich macht ein Blick auf klassische wandertouristische Nachbarn deutlich, dass sich eine ernstzunehmende wissenschaftliche Wanderforschung keineswegs nur in Deutschland entwickelt.

Der vorliegende Versuch befindet sich gleichwohl noch in den Anfängen. Er beschränkt sich weitgehend auf die Bereiche Freizeit und Urlaub. Mit Hinblick auf die kaum minder relevanten physiologischen und psychologischen Aspekte des Wanderns kann ergänzend auf eine im Vorfeld des „Ersten Deutschen Wanderkongresses“ zusammengestellte, nicht weniger bruch-

stückhafte Quellensammlung mit dem Stand von 2007 verwiesen werden. Sie findet sich auf der vorliegenden Website unter dem Stichwort „Kurwandern“ in der Rubrik „Gesundwandern“. Seinerzeit war sie mit dem beschränkten Ziel entstanden, das Thema überhaupt erst einmal auf die Agenda zu setzen. Das scheint Erfolg gehabt zu haben, so dass es jetzt nach dem Vorbild anderer, vor allem angelsächsischer Länder an Fachkundigere weitergegeben werden kann. Die englische Website „Hiking Research“ widmet sich fast ausschließlich derlei Themen. Soweit der Faktor Natur für sich genommen eine Rolle spielt, so gibt dem auch die heimische Schwesterwebsite www.natursoziologie.de Raum.

So fing es an

Auf der Suche nach den Anfängen der Wanderforschung wird man in den frühen Klassikern der Wandergeschichte wie etwa in den Briefen Francesco Petrarca zur Besteigung des Mont Ventoux 1336, Johann Gottfried Seumes literarischem „Spaziergang“ nach Syrakus 1802 oder in Henry David Thoreau's „Walking“ 1862 noch nicht fündig. Daran ändert auch der Umstand nichts, dass die Fußreisliteratur zeitweise regelrechte Bestsellerqualitäten hatte.

Womöglich ist die Suche aber auch allzu sehr von der Gegenwartsperspektive geprägt, wo Wandern vor allem als eine Freizeit-Aktivität, als Medium des Ausgleichs zu einer aufreibenden Berufs- und Konsumwelt gesehen wird. Zurück in Zeiten, in denen die Fußreise andere Zwecke erfüllte, soll hier nicht geblickt werden, das ist oft genug in geschichtlichen Abrissen zum Thema wiedergekaut worden. Zu berücksichtigen ist freilich, dass selbst das Freizeit-Wandern in seinen Anfängen aus einem anderen Blickwinkel gesehen wurde. Es tritt uns primär als ein kulturelles Phänomen entgegen, als Element einer bürgerlichen Sonntagskultur und später auch, nur scheinbar diametral entgegengesetzt, einer Arbeiterkultur, wie sie die Naturfreunde für sich in Anspruch nahmen.

Von daher stößt man bei der Suche nach Pionieren der Wanderforschung immer wieder auf eine heute nur noch relativ randständige, gleichwohl aber durchaus zuständige Disziplin: Die Volkskunde, oder seit man sich ihrer zu schämen begann, auch „Europäische Ethnologie“ genannt. Es ist einer der Begründer der Volkskunde, Wilhelm Heinrich Rhiel, der sich in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts ausgiebig mit dem Wandern beschäftigt. Das geschieht indes weniger um des Wanderns als um eines adäquaten Zugangs zu seinem Forschungsgegenstand willen: dem gesellschaftlichen Alltag, in den er wandernd eintauchte. Die bis heute seltenen volkskundlichen Beiträge zum Thema eröffnen meist einen weiteren Blick auf die kulturelle Einbindung des Wanderns. Man würde sich mehr davon wünschen.¹

Nach Rhiel meldet sich von einer ganz anderen Seite kommend in den ein Münchener Professor namens Oertel zu Worte. Er realisiert sehr früh den therapeutischen Nutzens des Ausdauerens in der Natur und gewinnt so dem Wandern in Form der „Terrainkur“ einen therapeutischen Aspekt ab. Ihre Wirkung ist allerdings mehr durch die Erfahrung als durch wissenschaftliche Studien belegt. Nicht nur deshalb können Oertel und seine sporadischen Nachfolger bei ihren längst auf anderen wissenschaftlichen Pfaden nach vorne stürmenden Fachkollegen kaum landen. Wandern erscheint angesichts der Erfolge von Pharmazie, Chirurgie oder

¹ Ähnlich ist auch dem vereinzelt Versuch, über das Wandern zu einer weit jüngeren Wissenschaft – der Landschaftsplanung – Zugang zu finden, Erfolg zu wünschen (Schultz 2013). Ob man das auch der „Spaziergangswissenschaft“ Kasseler Ursprungs zusprechen kann, steht dahin. Sie hat zwar einen dominant kulturwissenschaftlichen Boden, hebt von diesem aber gelegentlich allzu sehr in kulturwissenschaftliche Höhen ab.

Gerätemedizin einfach zu schlicht, die Terrainkurwege finden daher nur in Heilbädern eine Nische.

Nach dem ersten Weltkrieg findet sich im Jahrbuch des Schweizer Alpenclubs von 1919 ein Aufsatz aus einer ganz anderen Ecke, dem man ein ansatzweise wissenschaftliches Vorgehen unterstellen könnte. Darin beschreibt der schweizerische Bergaktivist Dr. Charles Widmer unter dem Titel "Über die Romantik der Wegspur, den Weginstinkt und das Verirren" die Ergebnisse seiner "auf solider und wissenschaftlicher Basis" systematisch angelegten Serienbeobachtungen zur Raumnutzung von Berggängern. Seitens des Autors militärisch geprägt, erinnert manches an evolutionspsychologische Fragestellungen, auch wenn man allzu Zeitgeistiges dabei überlesen muss.

Zu diesen frühen Ansätzen einer wissenschaftlichen Beschäftigung mit der archaischen Fortbewegungsart des Ausdauergehens gibt es in den folgenden Jahren immer wieder vereinzelte Wortmeldungen, und man würde vermutlich sogar mehr finden, wenn man gezielter danach suchte. Aber noch sind sich die in der Wanderforschung Tätigen ihrer wissenschaftlichen Identität noch nicht so weit bewusst, als dass sie sich für deren Anfänge interessieren.

Dabei dürfte der Umstand eine Rolle spielen, dass in den anschließenden Kriegs- und Nachkriegszeiten das Wandern allzu sehr in die Nähe des Marschierens gerückt ist und kulturell rückwärtsgewandte Züge trägt. Das bietet wenig Anreiz, sich wissenschaftlich damit zu beschäftigen. Nach vorläufiger Übersicht ist die Forschungslage für diesen Zeitraum ausgesprochen dünn.

In Deutschland kommt blockierend hinzu, dass Wandern schon in der Schule an seinem schlechten Ruf krankt. Obwohl manche Pädagogen darüber realitätsfremd ins Schwärmen geraten, hindern bildungsbürokratische Vorgaben die Lehrer, Wagnis und Beschwerden von Klassenwanderungen auf sich zu nehmen. Auf der anderen Seite werden die Schüler von fantasielosen Pflichtveranstaltungen („Wandertag“) abgeschreckt. Bis auf wenige Ausnahmen ist in der erziehungswissenschaftlichen Forschung für Wandern daher kein Raum.

Die Wanderwende

Eine dieser Ausnahmen bildet gleichwohl den Keim für eine folgenreiche Ausweitung der Wanderforschung. Der Anlass ist ein doppelter: Einerseits der permanente Mitgliederschwund in den Wandervereinen, andererseits ein zunehmend existenzbedrohender Gästeverlust im Mittelgebirgstourismus, der in hohem Maße von seinen Wanderangeboten lebt. In einem jahrzehntelangen Nebeneinander hatten sich die Vereine autonom um die Pflege der überkommenen Wanderwege gekümmert, worauf sich die kommunalen Tourismusverwaltungen blind verließen. Der gemeinsame Niedergang ist nicht zuletzt eine Folge des Umstands, dass die lediglich wenige Prozent der Wanderer organisierenden Vereine mit ihrer traditionellen Ausrichtung auf Gruppengeselligkeit eine Wandervariante repräsentieren, die nicht mehr dem Geschmack der ihr Hobby sehr viel individualistischer ausübenden Urlauber Mehrheit entspricht.

Auf der Suche nach Abhilfe stoßen Vereine wie Touristiker auf eine universitäre Lehr- und Forschungsknave, die sich in Marburg an der Schnittstelle zwischen Sport- und Erziehungswissenschaft erhalten und erneuert hat. Hier existiert bereits ein Fundus an vorzugsweise empirischem Wissen zu neueren Entwicklungen im Bereich des Wanderns. Er belegt, dass die Wanderkonzepte der Beteiligten seit Jahrzehnten keine Anpassung an geänderte Wander-

gewohnheiten erfahren haben. Die Frage, was der moderne Wandergast sucht und was ihn stört, wird nicht an ihn selber gestellt, sondern von seinen organisierten Vertretern beantwortet.

Die daraus resultierenden Fehlentwicklungen und Schlussfolgerungen werden unter anderem auf dem „1. Deutschen Wanderkongress“ 1998 sowie nachfolgenden regionalen Zukunftswerkstätten des Deutschen Tourismusverbandes debattiert. Hier erfahren die teilnehmenden Touristiker, dass Wanderwege im ländlichen Tourismus das meistgenutzte Infrastrukturelement darstellen, an Bedeutung für die Gästebindung also kaum zu übertreffen sind. Hierzu passt es, dass das Sauerland den anhaltenden Gästeschwund mit einem ambitionierten Großprojekt entgegenzutreten will: Der Schaffung eines neuen Kammwanderweges im Stile des thüringischen Rennsteigs auf dem Rücken des Rothaargebirges.

Zwecks Absicherung der hierfür erforderlichen, nicht unbeträchtlichen Investitionen werden systematische Untersuchungen zu den Gewohnheiten und Erwartungen „des modernen Wandergastes“ in Angriff genommen, die sich unter dem Titel „Profilstudien Wandern“ teilweise zu touristischen Marktstudien ausweiten. Sie überraschen die Tourismusbranche unter anderem mit dem einer ersten Schätzung der Gesamtausgaben, die Deutschlands Wanderer für ihr Hobby pro Jahr aufbringen. Die unerwartet hohe Quote von 12 Mrd. Euro fordert zunächst nicht selten die aufschlussreiche Frage heraus, ob hierbei womöglich Millionen und Milliarden verwechselt worden seien.

Angesichts des parallelen, geradezu schlagartigen Erfolgs des Rothaarsteigs wird ein ungeahnter Modernisierungswille angefacht, der sich in ambitionierten wandertouristischen Projekten niederschlägt. Der seit langem überfällige Umbau des gesamten Wanderwegeangebotes wird nunmehr in kürzester Zeit von innovationsfreudigen professionell vorangetrieben. Parallel dazu ändert sich das mediale Bild des Wanderns um 180 Grad vom „Auslaufmodell“ zum „Neuen Wandern“.

Damit lässt sich am Beginn des neuen Jahrhunderts vergleichsweise präzise jene grundlegende Wende in der gesellschaftlichen Bewertung des Wanderns festmachen, die bis in die Gegenwart weiterwirkt. Hierzu hat die noch junge Wanderforschung nicht unwesentlich beigetragen, was vor allem durch die damit verbundene tourismuswirtschaftliche Wiederbelebung der Mittelgebirge belegt wird. Dagegen kann der Mitgliederschwund der Vereine nicht gebremst werden.

Eine beschleunigende Rolle spielt hierbei die Entwicklung von wissenschaftlich begründeten Qualitätskriterien und -zertifikaten für erlebnisreiche Wanderwege. Die in diesem Zusammenhang entstandene Konkurrenz zwischen dem inzwischen gegründeten, forschungsfundierten Deutschen Wanderinstitut (Premiumweg Deutsches Wandersiegel[®]) und dem sich zunehmend als touristischer Dienstleister begreifenden Deutschen Wanderverband („Qualitätsweg Wanderbares Deutschland“) erweist sich dabei nicht etwa als hinderlich, sondern treibt den innovativen Umbau der Wanderinfrastruktur im Stile einer neuen Gründerzeit nur weiter voran.

Eine in ihrer Wirkung nicht zu unterschätzende Bühne hierfür erweist sich in diesem Zusammenhang die 2003 an den Start gehende Wander- und Trekkingmesse „Tour Natur“ in Düsseldorf. An sich eine reine Publikumsmesse mit nicht viel mehr als einem regionalen Einzugsbereich, begegnen sich hier doch im Frühherbst sämtliche namhaften Anbieter auf dem deutschen Wandermarkt und darüber hinaus. Man nimmt nicht nur neue Produkte und Produktlinien zur Kenntnis, sondern wird in begleitenden Fachveranstaltungen auch über die

neuesten Ergebnisse der Wanderforschung informiert – ein weiterer Treibsatz für die Professionalisierung der Szene. In abgeschwächter Form übernimmt diese Funktion auch die Stuttgarter Messe CMT im Winter (allerdings ohne nennenswerte wissenschaftliche Zutaten).

Von derlei Events befördert weitet sich das wandertouristische wissenschaftliche Themenspektrum rasch aus. Zuvor schon wurden an wissenschaftlichen Hochschulen vereinzelt Abschlussarbeiten zu Wandertemen vergeben – allen voran am Lehrstuhl für Fremdenverkehrsgeographie der Universität Trier unter Christoph Becker. Noch vor Mitte der 00er Jahre beschäftigen sich mehrere Arbeiten mit dem Einsatz und Nutzen elektronischer Medien (Web, GPS, GIS). Das Wanderpublikum wird zunehmend nach Zielgruppen differenziert, für die teilweise auch schon spezielle Angebote entwickelt werden.

Konsolidierung

Irritiert durch die tendenzielle Verschiebung des Blickwinkels deutscher Wanderurlauber in Richtung Mittelgebirge, besinnt sich die alpine Konkurrenz, bis dato im Selbstverständnis geborene Marktführerin, auf ihre alten Stärken. Zunächst beantwortet sie die „Profilstudien Wandern“ des Deutschen Wanderverbands mit eigenen Marktstudien, um mit innovativen Produkten im Rahmen ihres ebenfalls seit Jahrzehnten unveränderten Wanderangebotes nachziehen zu können.

Erst jetzt setzt sich auch beim Deutschen Wanderverband die Einsicht durch, dass man den zunächst nur zögernd, dann aber mit dem vollen Einsatz eines großen Lobbyverbandes eingeschlagenen Weg eigenständiger Innovationsinitiativen nur auf der Grundlage weitergehender Erkundungen des Wandermarktes fortsetzen kann. Dafür werden beträchtliche staatliche Fördermittel eingeworben. Parallel dazu tummeln sich auch private Marktforschungs- und Tourismusberatungsunternehmen mit einem größeren Personalbestand und Finanzfundus als das gemeinnützige Deutsche Wanderverband auf dem Wandersektor. Dieses setzt seine regelmäßigen „Profilstudien Wandern“ nach 10 Jahren und fast 20.000 an Wanderwegen Befragten vorübergehend aus, als von 2009 an gleich mehrere bevölkerungs- und nicht nur wandererrepräsentative Studien vorgelegt werden:

- die Marktstudie „Wandern in Deutschland 2009“ der Firma Trendscape als Mix von Telefon- und Feldbefragungen,
- die „Grundlagenuntersuchung Freizeit- und Urlaubsmarkt Wandern“ 2009/10 des Deutschen Wanderverbands als Mix von Telefon- und Feldbefragungen,
- die Wanderstudie zum deutschen Wandermarkt 2013/14 der Tourismusberatung Project M als Auszug von großen Reisetudien vorwiegend im Online-Format.

Damit hat die weitgehend von unkommerziellen Initiativen initiierte Wanderforschung in Deutschland ein neues Entwicklungsstadium erreicht. Sie arbeitet nunmehr systematisch einem Markt zu, der seinerseits innerhalb nur eines Jahrzehnts den Sprung vom laienhaften Ehrenamt zur professionellen Bedienung einer ebenso schnell anspruchsvoller gewordenen Kundschaft geschafft hat. Die wichtigsten innovativen Schritte sind getan, nunmehr steht die Konsolidierung mancher überhasteten Reform an.

Unverkennbares Indiz für die Formierung der jungen Wissenschaftslinie ist das Erscheinen eines ersten Literaturberichtes zur Wanderforschung und ihrer touristischen Anwendung. (Dreyer u.a. 2010). Nicht zuletzt kann man auch die vorliegende Website in diesem Sinne deuten.

Hinzu kommen neue Themen. Schon seit längerem erfährt das lange vergessene Pilgern einen unerwarteten Aufschwung, auch wenn der dadurch ausgelöst Medienhype zu einer Überschätzung dieser mehr oder weniger spirituell getönten Variante des Streckemachens verleitet. Für damit bislang noch nicht befasste Wissenschaften ist das ein Anlass, sich eingehender damit zu beschäftigen. In Deutschland stehen allerdings zunächst spirituelle Fragen im Vordergrund, doch tritt am Beispiel des spanischen Jakobsweges mehr und mehr auch der Wanderaspekt in den Vordergrund (s.u.).

Eine Schrittmacherfunktion übernimmt Deutschland auch beim Thema Genusswandern. Das Netz der Premiumwanderwege wird vor allem im Tagesformat kontinuierlich ausgebaut, was einer ausgeprägten Tendenz zu immer bequemeren und kürzeren Touren entspricht.

Dabei fällt auf, dass es neben dem Wandern noch ein weit umfangreicheres Segment des Dauergehens gibt: Spazieren. Noch existiert keine großmaßstäbige Spazierstudie, aber kumulative Sekundäranalysen zeigen, dass fast alle Wanderer auch spazierengehen – und dass nicht unbedingt im Wanderstil. Zusammen mit jenen nichtwandernden Spaziergängern, die gleichwohl „wandraffin“ spazieren, machen sie rund zwei Drittel der Bevölkerung aus, die angesichts einer geringeren Aktivierungsschwelle in der Summe deutlich mehr Spazier- als Wanderkilometer zurücklegen.

Aus wissenschaftlicher Sicht ist die Situation im Grunde genommen ähnlich wie in den Anfängen der neueren Wanderforschung: Eine der größten wenn nicht die größte Massenbewegung der Deutschen ist ein unbeschriebenes Blatt. Und wie seinerzeit kommt die erste Forschungsinitiative aus Marburg – ermutigt durch zahlreiche qualitätsbewusste Touristiker, die um die Lücke in ihrem Angebotsspektrum wissen.

Drei Etappen

Alles in allem lassen sich in der jungen Geschichte der Wanderforschung in Deutschland in etwa drei Entwicklungsetappen ausmachen:

- Eine **Pionierphase** von originellen Einzelgängern im 19. Jahrhundert über die historische Aufarbeitung der Bedeutung des kulturrevolutionären Wandervogels in den 80er Jahren des 20. Jahrhunderts bis zu vereinzelt Wortmeldungen in Zusammenhang mit einem verbreiteten Abgesang des Wanderns in den Medien, im Tourismus, bei der Jugend und nicht zuletzt auch in den Wandervereinsklagen über mangelnden Nachwuchs Ende letzten Jahrhunderts.
- Eine **Aufbruchphase** vom ersten wissenschaftlich untermauerten Pilotprojekt des Neuen Wanderns (Rothaarsteig, Profilstudien Wandern) Anfang des neuen Jahrhunderts über die Beförderung einer neuen wanderfachlichen Kompetenz in Hochschulen, Wanderinstitut und Wanderverband im Zuge einer neuen wandertouristischen Gründerzeit bis zu deren erster gedruckter Bilanzierung Ende der Nullerjahre.
- Eine anschließende, durch staatliche und privatwirtschaftliche Großstudien signalisierte **Konsolidierungsphase** im Zuge eines erhöhten Wettbewerbs um ein schrumpfendes Publikum mit Hilfe der Verallgemeinerung von Qualitätsstandards und der Infizierung aller großen Tourismus- und Freizeitmessen mit dem Wanderthema.

Wanderforschung in der Schweiz

Wanderwegen wird in der amtlichen Werteskala der Schweiz ein besonderer Stellenwert zugemessen. 1987 wurde eigens ein „Bundesgesetz über Fuß- und Wanderwege“ verabschiedet. Es verpflichtet die Kantone, „Fachstellen für Fuß und Wanderwege“ einzurichten, die Wanderwege anzulegen, zu pflegen und bei anderweitiger Nutzung oder Beschichtung mit ungeeigneten Belägen (wie zum Beispiel Asphalt) zu ersetzen haben (Artikel.7). Dem ging der bereits seit 1979 gültige Artikel 88 in der Bundesverfassung der Schweizerischen Eidgenossenschaft über Fuss- und Wanderwege voraus, der dem Bund die Aufgabe zuweist, die Grundsätze hierfür festzulegen und die Kantone bei entsprechenden Maßnahmen zu koordinieren. Zuständig hierfür ist das Bundesamt für Strassen mit seinem „Bereich Langsamverkehr“.

Wie ernst unsere alpinen Nachbarn derlei Aufgaben auch schon vorher genommen haben, macht nicht zuletzt die bereits 1934 erfolgte Gründung der staatlich alimentierten „Schweizer Arbeitsgemeinschaft für Wanderwege“ (heute verkürzt „Verband Schweizer Wanderwege“) deutlich. Mit seinen 26 kantonalen Ablegern hat der Verband in Abstimmung mit den kantonalen Fachstellen Fußverkehr abgesehen von Wanderwegeplanung und -bau für eine einheitliche „Signalisation“ der Wanderwege (mit den einschlägigen gelben Schildern und Rauten) zu sorgen, wie sie sieben Jahrzehnte später ähnlich vom Schwarzwald übernommen wird. Im Zeitalter elektronischer Medien erfolgt das Wanderwegemanagement auf höchstem technischem Niveau, worauf man sichtlich stolz ist. Jacsman/Kromer (1998) können dem Verband denn auch anhand einer selbst entwickelten Formel für das Fassungsvermögen von Wanderwegen bescheinigen, dass das schweizerische Wegeangebot durchweg ausreichend sein.

Allerdings sei seine Qualität verbesserungsbedürftig. Es dauert ein knappes Jahrzehnt, bis der Verband „Schweizer Wanderwege“ 2007 in Zusammenarbeit mit dem Schweizer Bundesamt für Strassen Qualitätsziele für Wanderwege entwickelt. Die sieben Zielkomplexe betreffen allerdings erneut vorzugsweise die anbieterseitigen Leistungsbereiche Planung, Bau und Signalisation. Subjektive Erlebniselemente wie Landschaftsbilder, Aussichten oder Sehenswürdigkeiten finden lediglich im Bereich Planung unter der Überschrift „Abwechslungsreichtum“ Erwähnung.

Zwar vermittelt eine beigefügte „Checkliste“, nach der jedes Qualitätsziel nach einer dreistufigen Punktskala zu bewerten ist, den Eindruck einer Art semiquantitativen Qualitätsbewertung, interpretierbar als Vorform einer späteren Zertifizierung nach einem „gesamtschweizerischen Qualitätsstandard“. Er wird jedoch von einer veränderten Version der Zielvorgaben aus dem Jahr 2013 relativiert. Darin sind die Erlebniskriterien zwar stärker differenziert und quantifiziert, die Urteilsmaßstäbe aber zugleich zu erfüllt / nicht erfüllt vereinfacht. Auf eine wissenschaftliche Begründung wird in diesem Zusammenhang verzichtet, die Vergabe eines Qualitätslabels ist nach wie vor nicht vorgesehen. Die touristische Einsicht in den Vorrang einer Wanderästhetik bricht sich trotz der besonderen Bedeutung des Wandermarktes für den Schweiz-Tourismus nur zögernd Bahn.

Dabei war man ursprünglich der Konkurrenz weit voraus. Bereits eine der ersten protowissenschaftlichen Studien zum Wandern stammt vom schweizerischen Bergaktivisten Charles Widmer, der 1919 im Jahrbuch des Schweizer Alpenclubs einen Aufsatz "Über die Romantik

der Wegspur, den Weginstinkt und das Verirren" veröffentlichte. Darin referierte er die Ergebnisse seiner "auf solider und wissenschaftlicher Basis" systematisch angelegten Serienbeobachtungen zur landschaftsbezogenen Verhalten von Wanderern. Ebenfalls ihrer Zeit voraus war jene (erste?) repräsentative Umfrage, auf die Biener (1986) seine Darstellung über die Wandergewohnheiten der berufstätigen Bevölkerung gründete. Ähnlich wie anderthalb Jahrzehnte später in einer vom Verein Berner Wanderwege beauftragten Studie wurde den Schweizern darin eine überdurchschnittliche Wanderneigung bescheinigt.

Als man sich, möglicherweise ausgelöst durch den wandertouristischen Modernisierungsschub in Deutschland, gezielter der professionellen Marktforschung zuwendet, führt das offenbar zunächst in die Irre. Im Zuge der Entwicklung einer neuen Marktforschungs- und Vermarktungslinie „Swiss Alpine Walking“ kann man zunächst nur auf vorhandene Datenbanken, nicht aber auf Feldbefragungen von Wanderern (etwa im Stil der deutschen „Profilstudien Wandern“) zurückgreifen.

2003 wird daher das Dichter Institut Zürich mit einer Marktforschungsstudie „Wandern Schweiz“ beauftragt. Sie kommt zu dem (deutschen Befunden diametral widersprechenden) Ergebnis, dass es bei Wanderquoten von über 80% einen „klaren Trend in Richtung zu animiertem, geführtem, thematisiertem, leistungsorientiertem Wandern“ gibt. An dieser Unstimmigkeit ändert sich auch nichts, als der deutsche Fragebogen der „Profilstudien Wandern 2004“ auf bekannten Schweizer Berghütten in mittleren Höhen zum Einsatz kommt. Die Ergebnisse unterscheiden sich kaum von denen in der Bundesrepublik² und indizieren insofern andere als die Dichter-Trends, die sich womöglich durch eine einseitige, gängigen Klischees alpinen Wanderns folgende Zielgruppenrekrutierung des Schweizer Marktforschungsinstituts unter Hüttenwanderern in großen Höhen erklären.

Zu gänzlich anderen Ergebnissen als 2003 kommt der erste Bericht eines geplanten „Schweizer Wandermonitorings“, dessen unter dem Titel „Wandern in der Schweiz“ 2008 vom Schweizer Bundesamt für Strassen (Bereich Langsamverkehr) und dem Verband „Schweizer Wanderwege“ veröffentlicht wird. Er basiert auf einer Sekundäranalyse der Studie „Sport Schweiz 2008“, ergänzt um eine eigenständige Befragung von 2.200 aktiv Wandernden. Erneut wird dadurch die Dichter-Studie demontiert, und zwar nicht nur durch deutliche Anklänge an die deutschen „Profilstudien Wandern“ etwa bei den Wandermotiven, sondern mit einem verblüffend niedrigen Wandereranteil von nur 33% an der schweizerischen Bevölkerung

Ähnliches fördert auch der „Tourismus Monitor Schweiz“ zutage, eine seit 2006 im Vierjahresrhythmus durchgeführte Gästebefragung in der Verantwortung von Schweiz Tourismus Marktforschung. In der zweiten Erhebung 2010 mit über 9.000 befragten Übernachtungsgästen spielen Wandern und Natur eine führende Rolle. Unter 21 sportlichen Sommeraktivitäten der Gäste nehmen „Walking“ (unter 2 h Dauer, hier nicht zu verwechseln mit Nordic Walking) und „Hiking“ (2 h und mehr) mit einer Beteiligung von 69% bzw. 57% der Gäste die Spitzenstellung ein – eine nachvollziehbare Größenordnung. Auf Rang 8 folgt „Long-distance walking“ (mind. 2 Tage) mit 9% vor „Nordic Walking mit 6%. Die mit Abstand bestimmende Wanderform ist also wie anderswo auch die Kurztour. Auf der gästeseitigen Zufriedenheitsskala liegen Wanderwege mit 93% Zustimmung an erster Stelle.

² In die Profilstudie Wandern 2004 werden insgesamt 4.500 Wanderer aus Deutschland, der Schweiz, Österreich und Frankreich einbezogen. Ein Vergleich der Befragungsergebnisse von Standorten in „mittleren Höhen“ gibt erstaunlich geringe nationale Differenzen zu erkennen. Sie fallen „erheblich geringer aus als die regionalen Differenzen innerhalb Deutschlands.“

Neben diesen quasiamtlichen Markterhebungen werden aus der Schweiz einige wissenschaftlich ambitionierte Studien mit Ergebnissen bekannt, die erneut ihrer Zeit voraus sind. So befasst sich bereits 1991 der Humangeograph Georg Stebler am Geographischen Institut der Universität Basel in seiner Lizentiatsarbeit mit der zentralen Rolle von Natur für Freizeit und Erholung, der ästhetischen Bewertung von Landschaften sowie mit der Bewertung von Wegearten durch ihre Nutzer („je natürlicher der Weg, desto besser“). Die Arbeit gipfelt in einer „Skizze zu einem Verfahren zur Bewertung von Wanderwegen“. Dieser frühe Steilpass für ein gezieltes Wanderwege–Qualitätsmanagements in der Schweiz lief indes ins Leere.

Ähnlich gilt auch für die von Andreas Wingeier mit seiner 2003 in Luzern vorgelegten betriebsökonomischen Diplomarbeit über den potenziellen wandertouristischen Nutzen elektronischer Kommunikationsmedien wie Internet, Mobiltelefon oder GPS. Aufbauend auf dem Kundenprofil des Wandermarktes (die Daten dazu stammen weniger aus der Schweiz als aus Deutschland) und den aktuellen technischen Standards entwickelt er zielgruppengerechte Handlungsempfehlungen für Geräteanbieter.

Mit Randgruppen beschäftigen sich dagegen zwei Arbeiten aus den Jahren 2007 und 2009. So geht es in einer Studie der Eidgenössischen Forschungsanstalt WSL („Wald, Schnee und Landschaft“) von 2007 um die wandertouristischen Perspektiven abgelegener („remoter“) Gebiete. Dem zunehmend wiederbelebten Pilgern trägt eine 2009 durchgeführte Befragung von Wanderern auf einem Schweizer Teilstück der Jakobswege in Richtung Santiago de Compostela Rechnung, die zu dem Ergebnis kommt, dass es sich bei den im eigentlichen Sinne ‚religiösen‘ Pilger nur um eine kleine Minderheit der Mehrtages- und Langzeitpilger handelt.

Ob mit oder ohne Religion: Immerhin wird dem Pilgertourismus in einer Masterarbeit über Weitwandern von 2007 das größte touristische Potenzial in diesem Bereich zugeschrieben, was zugleich aber auch die Einsicht untermauert, dass das Potenzial der Fernwanderer gering im Vergleich mit dem der Tageswanderer ausfällt.

Diese Feststellung ist umso bemerkenswerter, als sich die Vermarktung der Schweizer Wanderwege seit 2008 nach dem Vorbild anderer Länder auf längere Routen konzentriert, die dem gelb berauteten Basiswegenetz zusätzlich mit grünen Zusatzmarkierungen übergestülpt werden. Dazu zählen ein halbes Dutzend „nationaler Routen“ quer durch das gesamte Land, einige Dutzend regionaler (und das heißt kantonsübergreifender) Routen sowie ein Dutzend ViaS-toria-„Kulturwege Schweiz“. Unter weiteren „ausgewählten“ Touren wie Familien- und Panoramawanderungen finden sich zwar auch zahlreiche „lokale Routen“ im Kurzformat, deren Vermarktung allerdings weitgehend ihrem lokalen Einzelschicksal überlassen bleibt.

Dem dominierenden Trend zu Kurzwanderungen trägt als erster explizit der Kanton Graubünden Rechnung. Unter dem schweiztypisch anglifizierten Stichwort „Graubünden Hike“ beruft sich die dortige Fachstelle für Langsamverkehr 2014 auf eine Reihe Schweiz- und Graubünden-bezogener Markterhebungen, wenn sie Kurzwanderungen im Vergleich zu anspruchsvolleren alpinen und mehrtägigen Touren nach vorne rückt. Im Rahmen einer aufschlussreichen, nach Nationen differenzierten Wanderertypologie kommt sie 2014 sogar auf der für die Schweiz so maßgeblichen internationalen Ebene zu dem Ergebnis: „Bei schweizerischen, deutschen und niederländischen Gästen sind Wanderungen bis zwei Stunden fast gleich beliebt wie Wanderungen von über zwei Stunden.“

Der Frage, ob sich die mit derartigen Modernisierungsprogrammen verbundenen Investitionen in Wanderwege lohnen, gehen Sommer u.a. (2011) im Auftrag der „Schweizer Wanderwege“

und des Bundesamtes für Strassen nach. Dazu stellen sie auf der Basis eines elaborierten Kostenmodells („Planung, Unterhalt, Instandstellung, Signalisation und Verwaltung“) die öffentlichen Aufwendungen dem gesellschaftlichen Nutzen volks- und regionalwirtschaftlicher sowie gesundheitlicher Art gegenüber. Obwohl auch hier die Hardware-Perspektive dominiert, kommt man insgesamt zu dem Ergebnis, „dass sowohl aus individueller als auch aus gesellschaftlicher Sicht die gesamten Nutzen des Wanderns deutlich höher sind als die Kosten“.

„Wanderbares Österreich“ 2.0 ?

„Es war wahrscheinlich der beste Slogan der Österreich Werbung (ÖW) aller Zeiten: ‚Wanderbares Österreich‘. Der datiert aus den 1970er Jahren, als die Organisation noch ÖFWW [Österreichische Fremdenverkehrswerbung] hieß und der Tourismus Fremdenverkehr. In den Jahrzehnten seither setzte das Wander-Thema zunächst Staub an, wurde dann wiederentdeckt und erlebt jetzt eine Renaissance, inklusive ausgetüftelter High-Tech Accessoires bis hin zur Wander-App. Es ist ein Milliarden-Markt mit hohem Wachstumspotential.“ So bringt „Tourist Austria International“, das österreichische „Fachmedium für Fremdenverkehrswirtschaft“, unter der Überschrift „Wanderbares Österreich, Version 2.0“ mit der Entwicklung des Wandertourismus zugleich auch den langen Umweg des Wandermarketings der Alpenrepublik auf den Begriff³.

In der Tat hatte Ende der 70er Jahre das „traditionelle Lieblingsziel bundesdeutscher Sommerurlauber im Vergleich zu anderen Reiseländern an Boden verloren“. Mit einem Werbeaufwand von 7 Mio. Mark präsentierte sich das Land daher 1979 erstmals als „Wanderbares Österreich“. (Dageför 1979) In kurzer Zeit wurde vor allem Deutschland mit diesem Slogan geflutet, auf dem Büchermarkt erschienen Titel wie „Los Geht’s Wanderbares Österreich“ oder „100x Wanderbares Österreich“.

Zwei Jahrzehnte später bedauerte der für das Wandermarketing verantwortliche Mitarbeiter der Österreich-Werbung den aus seiner Sicht allzu frühen, aus bloßem Themenüberdruß der Touristiker erfolgten Abbruch der Kampagne⁴. Wenige Jahre danach ist die Möglichkeit, daran im Zuge des Wanderbooms des 00er Jahre wieder anzuknüpfen, vollends verspielt: Der Deutschen Wanderverband stellte seine wandertouristische Modernisierungsinitiative unter die Überschrift „Wanderbares Deutschland“.

Immerhin darf sich die Alpenrepublik zugute schreiben, Wandern als ein großes touristisches Thema als erste erkannt und ernst genommen zu haben. Leider sind aus dieser Zeit noch keine Studien zur Erforschung des Wandermarktes bekannt. Dafür stößt man bei einer unsystematischen Recherche auf vereinzelte Arbeiten zu anderen Aspekten. So hat der Volkskundler Bertl Petrei im Zuge des Aufbaus eines Österreichischen Wandermuseums 1978 nicht nur Exponate gesammelt, sondern auch mittels Fragebögen und Interviews der Wanderbewegung nachgespürt. Eines ähnlichen Mittels bediente sich 1990 der Tourismusverband Virgental in Osttirol, um herauszubekommen, in welchem Maße die Idee eines Nationalparks Hohe Tauern von den Wanderern mitgetragen wird (Huber/Huber 1992).

Ebenfalls auf das Datenmaterial einer der Gästebefragung greift Dubkowitsch (1995) im Rahmen seiner Masterarbeit zur „Angebotsentwicklung für Wanderorte anhand der Anspruchsprofile der österreichischen Wandergäste“ zurück, die immerhin 38% des Urlaubspublikums ausmachen. Schließlich liegt auch einem grenznahen Vergleich der wandertouristischen Gegebenheiten in den allgäuer und österreichischen Gebieten der „Euregio via salina“ durch die Fachhochschule Kempten eine regionale Gästebefragung zugrunde, die zugunsten der südlichen Partner der Kooperation ausfällt (Bauer 2001).

³ <http://www.tai.at/index.php/de/oesterreich/destinationen-national11/3994-wanderbares-oesterreich-version-2-0>

⁴ Müller 1998, ergänzende mündliche Mitteilung auf dem 1. Deutschen Wanderkongress

Während das Thema Wandern bei den offenbar seit Jahrzehnten üblichen nationalen Gästebefragungen meist nur als eines unter vielen figuriert, steht es bei einer bereits 1997 von der Österreich-Werbung in Auftrag gegebenen „psychologischen Grundlagenstudie Wandern“ im Mittelpunkt. Auf der Basis zuvor erhobener Daten liefert sie die erforderlichen Rahmenvorgaben für eine „großangelegte Kommunikationsoffensive“ in der Nachfolge des „Wanderbaren Österreichs“. Sie unterscheidet verschiedene Typen von Wanderern - vom Sportwanderer bis zum Spaziergänger - nimmt aber noch nicht den auch damals schon dominierenden Genusswanderer in den Fokus.

Um die Jahrhundertwende nimmt sich eine private Initiative des Wandertemas an, die ihre fachliche Kompetenz durch die erfolgreiche Schaffung der Europa-Wanderhotel-Kooperation und die Initiative für eine gemeinsame Vermarktung der „Österreichischen Wanderdörfer“ unter Beweis stellt. Unter der Bezeichnung „Alpines Wandermanagement“ übernimmt sie nicht nur Beratungs- und Managementaufgaben, sondern betreibt auch die dazu erforderliche Marktforschung anhand eigener Erhebungen und Studien Dritter. So zeichnet sie 2001-2003 für den im Jahresabstand erhobenen „Österreichischen Wandermonitor“ verantwortlich, der regionale Befragungen sowie Erhebungen unter der eigenen Gästeklientel und über das Internet einschließt. Er liefert Informationen zur Zufriedenheit der Gäste, zu ihren Reisemotiven und zu Erfolgsfaktoren auf dem Wandermarkt und wird in kleinerem Maßstab 2008/09 von den Wanderhotels wiederholt. Kommuniziert werden die Wanderforschungsbefunde auf regelmäßig stattfindenden „Wandersymposien“. Zugleich bilden sie eine wesentliche Grundlage für die Entwicklung des „Österreichischen Wandergütesiegels“, welches kritische Schauplätze des Erlebens und die damit verbundenen Gästeerwartungen an Landschaft, Urlaubsstandort, Gastbetriebe und Wanderwege definiert. (www.alpines-wandermanagement.at)

Eine zweite, die touristische Angebotsqualität betreffende Initiative hat ebenfalls einen privaten Ursprung. Sie geht von Walter Heimerl (2002) an der Wirtschaftsuniversität Wien aus, der seine Abschlussarbeit der optimalen Gestaltung von Lehrpfaden und Wanderwegen widmet. Das von ihm zusammengestellte breite Spektrum von Qualitätsmerkmalen geht in eine ähnliche Richtung wie die zur gleichen Zeit in Deutschland erfolgreich zum Einsatz kommenden Kriterien für Prädikatswanderwege, doch bleiben sie im Österreich-Tourismus ohne Resonanz.

Einen Bezug zu Deutschland haben auch zwei 2003 und 2004 durchgeführte empirische Erhebungen unter zusammen über 1.400 Wanderern in mehreren österreichischen Bundesländern. Abgeleitet von den deutschen „Profilstudien Wandern“ geht es ihnen um einen internationalen Vergleich von Wandermentalitäten, weshalb sie sich in den Alpen auf Befragungsstandorte in mittleren Höhen beschränken. Im Ergebnis sind die Unterschiede zu den zeitgleichen deutschen Befunden unerwartet gering, wozu nicht zuletzt der Umstand beitragen dürfte, dass die befragten Österreich-Gäste zu mehr als der Hälfte aus Deutschland stammen. Zu den wenigen Spezifika der Alpen- gegenüber den Mittelgebirgswanderern gehören ein deutlich höherer Urlauberanteil und eine etwas sportlichere Motivation. Doch ziehen alle gleichermaßen Touren über Almhöhen solchen über Gipfelhöhen vor.

Ein erkennbare Aufwertung erfährt die Wanderforschung in Österreich durch die 2004 erfolgende Umbenennung der Gästebefragung in „Tourismus Monitor Austria“ („T-MONA“). Die repräsentative Erhebung unter jeweils zehn- bis fünfzehntausend privaten Österreich-Urlaubern wird von der Österreich Werbung in Abstimmung mit dem Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft, der Wirtschaftskammer Österreich und den neun Landestourismusorganisationen getragen. Sie erfolgt im Abstand von zwei bis drei Jahren

getrennt nach Winter- und Sommersaison und deckt im Sommer regelmäßig auch das Thema Wandern ab.

Im Mittel geben ihr zufolge rund 40% der Befragten an, Wanderurlauber oder Bergsteiger zu sein, gut jeder zweite davon stammt aus Deutschland. Das Durchschnittsalter der Wanderurlauber ist von 52 Jahren 2006 infolge hoher Zuwächse unter den 30-49jährigen auf 47 Jahre 2008 gesunken, bis 2011 aber wieder auf Mitte 48 Jahre gestiegen⁵. Viele Befunde decken sich naheliegenderweise mit entsprechenden Daten aus deutschen Wanderbefragungen.

Die deutschen Reiseanalysen steuern indes interessante Varianten bei. Danach haben unter den deutschen Urlaubern mit Österreich-Erfahrung fast 20% in den letzten drei Jahren einen Wandurlaub gemacht, eine Quote, die bei den Urlaubern in Deutschland insgesamt nur bei 9% liegt. Sie sind im Schnitt 56 Jahre alt und zu gut 40% „seniore Paare“, das sind doppelt so viele wie in der deutschen Gesamtbevölkerung. Dementsprechend ist unter ihnen die Altersgruppe 60+ zur Hälfte vertreten statt 30% in der Bevölkerung. Österreich ist offenbar von Deutschland aus gesehen trotz der notorisch beworbenen steilen Berge ein besonders altersaffines Urlaubsziel (Reiseanalyse 2012).

Zwischen der Österreich-Werbung und dem „Alpinen Wandermanagement“ scheint es trotz ähnlicher Interessen keine Forschungsk Kooperation zu geben. Auch gibt es keinen Lobbyvergleichbar mit dem Deutschen Wanderverband oder den Schweizer Wanderwegen, der die Dinge auf breiter Basis vorantreibt. Der Österreichische Alpenverein hält sich mit Äußerungen zum Thema Wandern eher zurück. Bis auf die Fortführung elementarer Datenreihen zu Besucherzahlen und Bergunfällen scheint er keine Forschungsprojekte anzustoßen.

Stattdessen legt eine Forschergruppe der Wiener Universität für Bodenkultur 2006 eine Studie über Hüttenwanderer vor. Sie werden in 44 nur durch einen längeren Fußmarsch zu erreichenden alpinen Hütten befragt und erweisen sich als überdurchschnittlich gebildet sowie mit 41 Jahren im Schnitt deutlich jünger als Normalwanderer (Muhar u.a.2006).

Gewissermaßen von außen wirft auch das Wiener Marktforschungsinstitut meinungsraum.at einen Blick in die Wanderszene. Seine Umfrage unter 500 relativ aktiven Wanderern unterstreicht einmal mehr die Einsicht, dass es denen vor allem darum geht, „Natur zu genießen“, während die sportliche Herausforderung trotz alpiner Präsenz erst an dritter Stelle der Motivskala steht.

Dass es sich in einem so wanderaffinen Ferienland wie Österreich bei der Wanderforschung eigentlich nicht um eine Nebensache handeln sollte, macht ausgerechnet die Deutsche Gesellschaft für Tourismuswissenschaft mit der Verleihung ihres „Wissenschaftspreises“ 2013 deutlich. Auf der Internationalen Tourismusbörse in Berlin zeichnet sie als Preisträgerin in der Hauptkategorie „Beste praxisorientierte Arbeit“ Martina Gratl vom Management Center Innsbruck für ihre Masterarbeit „Destinationspositionierung im Wanderbereich – Vorgehensweise und Anforderungen im Hinblick auf die Produktentwicklung“ aus. Darin geht die Autorin von der Feststellung aus, dass „sich die alpinen Destinationen einem zunehmend professionelleren Wettbewerb im Wanderbereich ausgesetzt sehen, der weit über den Alpenraum hinausreicht.“ Dementsprechend sei eine Differenzierung der Angebote nach Zielgruppen erforderlich (Tourist Austria International 2013).

⁵ Österreich Werbung 2011, www.austriatourism.com/tourismusforschung/t-mona-urlauberbefragung

Der dahinter steckenden Erkenntnis, dass Wandern selbst in Österreich kein Selbstläufer ist, versucht die Österreich-Werbung mit einem Trick gerecht zu werden, indem sie die höhenwissenschaftliche Studie AMAS 2000 (Austrian Moderate Altitude Study) finanziert. Mit erkennbarem Hintersinn durch die Österreich-Werbung finanziert, sollte sie den Nachweis erbringen, dass ein mehrwöchiger Bergwanderaufenthalt in Höhen von über 1.400m (also oberhalb der Mittelgebirge) besonders positive Auswirkungen auf Männer mit ersten Anzeichen von Zivilisationskrankheiten („metabolisches Syndrom“) hat. Tatsächlich erweisen sich die erhofften positiven Effekte zwar als nachweisbar, doch stellen sie sich bis auf die vom Höhentraining bekannte verstärkte Blutneubildung ähnlich auch in einer niedriger angesiedelten Vergleichsstichprobe ein, sind also eher auf das Wandern als auf die Höhe zurückzuführen. (Schobersberger u.a. 2003, Humpeler u.a. 2008)

Wenig durchschlagende Ergebnisse liefert auch eine Studie des Zentrums für Gesundheit der Sporthochschule Köln zur Wirksamkeit eines Wanderurlaubs in den Bergen. 150 Gästen der Europa-Wanderhotels geben während ihres wanderreichen Aufenthalts regelmäßig Auskunft über ihre subjektive Befindlichkeit. Am Ende des Urlaubs bewerten sie Leistungsfähigkeit und Gesundheitszustand deutlich positiver (Volkenrath/Wallmann 2008). Unklar bleibt, in welchem Maße das auf das Wandern, die entlastete Urlaubssituation, die Beteiligung an einer wissenschaftlichen Studie und auf die hochwertige Gastronomie zurückzuführen ist.

Angesichts dieser allerdings auch noch sehr vorläufigen Forschungsbilanz kann man nur hoffen, dass von der internationalen Anerkennung für die richtungweisende Wanderstudie der Nachwuchstouristikerin Martina Gratl ein belebender Impuls für die Wanderforschung in Österreich ausgeht.

Wo sonst noch geforscht wird

Nicht wenige deutsche Wanderer sind der Überzeugung, dass es sich bei ihrem hochelaborierten Hobby um eine typisch deutsche bzw. auf deutschsprachige Länder konzentrierte Angelegenheit handelt und die dazugehörige Infrastruktur weltweit einmalig ist. Das dürfte indes genauso wenig zutreffen wie die von der bisherigen Darstellung nahegelegte Vermutung, dass es so etwas wie Wanderforschung im ernsthaften Maßstab letztlich auch nur in Deutschland geben könne.

Das wird allein schon durch einen bereits 2001 im Auftrag der Europäische Beobachtungsstelle LEADER entwickelten „Leitfaden für die Entwicklung und Durchführung von Wandertourismusprojekten“ infrage gestellt. Er bezieht sich auf von der EU geförderte Innovationsprojekte in acht europäischen Ländern und gründet sich auf grundlegende Erkenntnisse über das Kundenprofil der Wanderer. Allerdings fallen Niveau und Zielrichtung der Markterkundung wie der Projekte sehr unterschiedlich aus. (Kouchner/Lyard 2001).

Ohne gezielte Suche erreichen den interessierten Leser nur vereinzelte Notizen von unseren europäischen Wandernachbarn. So macht Südtirol 2003 mit einer „Alpinen Wandertagung“, veranstaltet vom Alpenverein Südtirol, dem Club Alpino Italiano Aldo Adige und der Südtirol Marketing Gesellschaft, von sich reden. Mit renommierten Referenten versucht die deutsch- und italienischsprachige Region, Anschluss an die alpine Konkurrenz zu gewinnen – zu einer Zeit, als in den deutschen Alpen kaum jemand an so etwas dachte.

In Portugal erscheint Wandern dagegen nur als nachrangige Zutat zur Entwicklung des ländlichen Tourismus sowie als Element von Gesundheits- und Wellness-Urlauben. Immerhin ist in diesem Zusammenhang von Befragungen und Studien die Rede.

Mit einer großen Befragung wendet sich die schottische Tourismusagentur „VisitScotland“ online an Deutsche, die sich an Reisen und Wandern in Großbritannien interessiert gezeigt haben. Damit spricht sie allerdings nur jüngere Leute an, deren Informationen über das Land vorzugsweise aus dem Internet stammen. Angesichts der herausfordernden Landschaft der Highlands könnte die Agentur damit durchaus eine passende Zielgruppe ansprechen. (Dickie 2004)

Als gleichermaßen anspruchsvolle Destination setzt Norwegen 2014 ebenfalls auf eine staatliche Kampagne mit dem Ziel der Entwicklung Norwegens zu einer internationalen Wanderdestination. Die einbezogenen Touristiker zeigen allerdings nur begrenztes Verständnis für moderne Kundenwünsche nach einer bequem-genussreichen Erschließung der norwegischen Landschaft und behalten lieber nationale Outdoor-Traditionen bei, in denen mehrtägig-asketische Touren eine bestimmende Rolle spielen. (Nordbø u.a. 2014)

Ähnlich wie in Norwegen und Schottland kennzeichnet das Festhalten an überkommenen Vorstellungen eines entdeckenden, abenteuerlichen Wanderns auch die Situation in Nordamerika. Zurückzuführen ist das vermutlich vor allem auf einen seit den Zeiten der Planwagentracks bis heute erhaltenen Wildnis-Mythos, wie er von nationalen Naturromantikern wie Henry David Thoreau, John Muir oder Aldo Leopold wach gehalten wurde. Das mag ein Grund dafür sein, dass der Anteil der „Participants in Hiking“ an der US-Bevölkerung im Al-

ter ab 6 Jahren mit ca. 12% weit unter europäischen Standards liegt: Auch Europas Wanderern bekennen sich zwar theoretisch zur Wildnis, in der Praxis umgehen sie sie aber lieber.

Von den wenigen aus Nordamerika vorliegenden Wanderstudien befassen sich denn auch zwei mit großen Abenteuerwegen: dem Appalachian Trail (ca. 3.500 km) und dem Trans Canada Trail (ca. 18.000 km). Im ersten Fall geht es um die Gästebindung an den von Bill Bryson aller Welt bekannt gemachten, nicht bärenfreien Appalachenpfad, im zweiten Fall um die Erfahrungen und Probleme der kanadischen Trailanwohner rund um Winnipeg.

Aufschlussreich ist in diesem Zusammenhang die Arbeit von Virden/Schreyer (1988), die über 600 Wanderer nach Ihren Erfahrungen mit Erschließung und Infrastruktur in abgelegenen Gebieten der USA befragten. Danach legen Wanderneulinge besonderen Wert auf gut erschlossene Wanderwege, während sie sich „in einer wilden, primitiven Gegend unwohl fühlen“. Erfahrene Wanderer „finden eher an einer rauen, primitiven Umgebung ohne viel Bequemlichkeit und mit möglichst wenigen sozialen Kontakt Gefallen“ (Weber 1996). Angesichts dieser Konstellationen ist kaum zu erwarten, dass das Wandern in den USA rasch weitere Anhänger findet.

Umso bemerkenswerter sind vor diesem Hintergrund eine Buch- und eine Internet-Publikation zum Thema Wandern. Erstere erscheint unter dem germanifizierten Titel „Wanderlust“ bereits im Jahre 2000. Die Autorin Rebecca Solnit versucht sich darin an einer „history of walking“, welche aus vielfältiger literarischer und wissenschaftlicher der Sicht beleuchtet wird - natürlich nicht ohne ausführliche Verweise auf die erwähnten amerikanischen Klassiker. Zehn Jahre später stellt Mark Ellison seine blogartige Website <http://hikingresearch.wordpress.com/> ins Netz. Er beschäftigt sich darin vorrangig mit wissenschaftlichen Befunden zur „restorative power of nature“ vor, ein Thema, über das er promoviert hat und lehrt.

Mit derlei sporadischen Funden lässt sich kein ernst zu nehmendes Bild von den wanderwissenschaftlichen Aktivitäten jenseits der deutschen Sprachgrenzen zeichnen. Das gilt noch weniger für zwei Quellen aus anderen Kontinenten. So versucht der Südafrikaner Hugo (1999) „auf Grundlage von Laborversuchen und physikalischen Gesetzen“ aus der Reliefenergie eines Wanderweges auf dessen Schwierigkeitsgrad zu schließen. Die Australier McNamara/Prideaux (2011) versuchen anhand von Besucherbefragungen zu den Erwartungen an Wanderwege Kriterien zu entwickeln, wie naturnahe Hikingtrails in einer nachhaltigen Weise attraktiv gestaltet werden können.

Interessant: Blicken Wanderer in umgekehrter Richtung vom europäischen Ausland aus nach Deutschland, so machen sie ihre Reiseentscheidung wie deutsche Wanderer in erster Linie von Landschaft und Natur und nicht etwa, wie Reiseführer zu suggerieren pflegen, von unseren kulturellen Schätzen abhängig. (Kliese 2014)

In welchem Maße die genannten Quellen nur singuläre Arbeiten darstellen oder aus einen breiteren Forschungszusammenhang hervorgegangen sind, lässt sich auf dieser dürftigen Basis nicht sagen. Nur so viel ist sicher: Wandern ist auch anderswo ein Thema, dass einer wissenschaftlichen Beschäftigung Wert erscheint.

Querschnittsthema Pilgern Körpererfahrung für die Seele?

Im Gegensatz zum Wandern scheint das Pilgern Jahr für Jahr wachsende Anhängerzahlen zu verzeichnen. Rein quantitativ legt das zumindest die Statistik der in Santiago de Compostela registrierten Absolventen (mindestens der letzten 100 km) des spanischen Jakobsweges „Camino“ nahe, die angefangen von jährlich rund 2.000 Registrierungen Mitte der 80er Jahre mittlerweile die Größenordnung von 200.000er erreicht haben. Allerdings liegen die Pilgerquoten, andere Wege eingerechnet, noch immer um mindestens eine Zehnerpotenz unter den Wandererquoten allein schon in Deutschland. Das gilt auch noch, wenn man die fußläufigen Teilnehmer an Wallfahrten hinzuzählt. Bei letzteren handelt es sich allerdings nach Gamper (2014) um ein deutlich anders zusammengesetztes und inspiriertes Publikum, das seit Mitte des letzten Jahrhunderts kontinuierlich abgenommen hat.

Die zwischen 2004 und 2014 verstärkter durchgeführten Pilgerstudien geben indes nicht nur quantitativ, sondern auch qualitativ Anlass, ein weiteres Wachstum zu prognostizieren. Denn dass Pilgern scheint seine Renaissance vor allem einem zunehmenden Unbehagen über die Rahmenvorgaben für Lebensstil und -sinn zu verdanken. In einer 2004 durchgeführten Befragung von Pilgern auf dem spanischen Jakobsweg rangieren abgesehen von Natur und Landschaft an der Spitze der Motivskala die Wünsche nach Wiederentdeckung des einfachen Lebens und alter Werte. Die Marburger Pilgerstudie 2009 interpretiert dies als Versuch eines physisch-psychischen Ausbruchs aus der Dauerüberforderung des ständigen Umbruchs aller Lebensgewohnheiten zugunsten der Wiedergewinnung eines naturnah-heilen, nostalgischen Weltbildes im Sinne von „Landlust“.

Judith Specht (2009) versucht in ihrer Dissertation "Fernwandern und Pilgern in Europa" im Wege einer „ambulatorischen“, also mitmachenden Wanderforschung, dem Antrieb für herausfordernd lange Wanderungen durch begleitende Tiefeninterviews auf die Spur zu kommen. Dabei stößt sie neben dem mehrheitlich erholungssuchenden Urlauber auch auf solche Zeitgenossen, welche die große Tour als "Passageritual" zwischen zwei Lebensphasen gestalten. Am ehesten finden sich diese unter den am Jakobsweg interviewten Pilgern, bei denen sich die körperliche Unmittelbarkeit einer langen Fußreise mit der Suche nach neuen spirituellen Horizonten verbindet.

Dabei ist Spiritualität keineswegs identisch mit Religiosität, sondern betrifft vor allem die Beschäftigung mit dem individuellen Lebenssinn bzw. der eigenen geistlichen Befindlichkeit. Auch Dähler (2009) kommt bei seiner Befragung von Pilgern auf einer schweizerischen Variante des Jakobsweges zu dem Ergebnis: „Die Gruppe der im eigentlichen Sinne ‚religiösen‘ Pilger umfasst nur eine kleine Minderheit der Mehrtages- und Langzeitpilger“.

Seit Beginn der 10er Jahre des 21. Jahrhunderts bemächtigt sich die Soziologie des Pilgerthemas – vermutlich weil sich darin (mehr als beim bloßen Wandern) die Sinnkrise der hyperindustrialisierten westlichen Welt besonders anschaulich widerspiegelt. Dabei fällt auf, dass sich erstaunlich viele junge Nachwuchswissenschaftler dem Problem widmen. Sie lassen es sich ähnlich wie Specht nicht nehmen, in klassischer Soziologenmanier selbst in das Untersuchungsfeld einzutauchen, also im Sinne teilnehmender Beobachtung den einen oder anderen

Abschnitt des Camino unter die eigenen Füße zu nehmen. Eine Bühne für die Darstellung ihrer Befunde finden sie u.a auf einem für 2012 einberufenen Wissenschaftlichen Symposium in Trier unter dem Titel „Pilgern beForscht - Interdisziplinäre Betrachtungen eines spätmodernen Phänomens“.

Die dort referierenden Kölner Kulturoziologen Gampert und Reuter (2012) kombinieren die Befragung von über tausend Pilgern abgesehen von ihren eigenen Erfahrungen mit Interviews und Tagebuchanalysen. Im Ergebnis kommen sie ebenfalls zu der Erkenntnis, dass es beim Pilgern weniger um eine religiöse Aktivität als um eine körperlich fundamentierte spirituelle Selbstfindung in einem breiten Spektrum transzendenter Sinnangebote geht, wobei die körperliche Anstrengung als eine Art psychophysisches Medium fungiert. Während die Minderheit der religiös geprägten Pilger mit dem Weg nach Santiago ihren Glauben untermauert, dokumentiert sich in der Suchbewegung der Mehrheit in dem eigentlich katholischen Ritual gerade die Loslösung von der Kirche bei der Suche nach individueller Orientierung, die man aber immerhin noch in einem religiösen Dunstkreis kombiniert mit der Konfrontation von äußerer und eigener Natur erhofft.

Eine soziologische Sichtweise dominiert auch den Sammelband „Pilgern gestern und heute“, für deren Herausgeber aus dem Institut für Soziologie der Fernuniversität Hagen (Heisert /Kurrat 2012) die Pilgerforschung „noch ganz am Anfang“ steht. Darin werden u.a. fünf Pilgertypen unterschieden: „Menschen pilgern, um ihr Leben zu bilanzieren, um eine Krise zu verarbeiten, um eine Auszeit von Alltag zu nehmen, um einen Übergang zwischen zwei Lebensphasen zu vollziehen oder um einen Neustart im Leben zu initiieren“. Demnach scheinen bei den Beteiligten verschiedene Varianten des Specht'schen Passageritual zu dominieren. Das deckt sich jedoch weder mit den Befunden der Marburger noch der Kölner Pilgerstudie. Die Kölner Faktorenanalyse präpariert zwar ebenfalls fünf Pilgertypen heraus, von denen nur zwei spirituell stimuliert sind: der „traditionell-religiöse Pilger“ und der „Postpilger“ auf der Suche nach dem Selbst. Daneben spielen noch der touristisch interessierte „Tourigrino“, der „Sportpilger“ und der „Spaßpilger“ eine – leider nicht quantifizierte – Rolle.

Alles in allem indiziert der aktuelle Pilgerboom weniger eine Renaissance kirchlicher Rituale, sondern folgt entgegen voreiligen Klischees einem eher davon wegstrebenden Drang, dem eigenen Lebensweg ein individuelles Ziel und Maß zu geben.

Alles in einem: Die Fundstellen

Mangels größerer Forschungszusammenhänge gliedert sich die vorliegende Sammlung von Abstracts einstweilen nach deren zeitlicher Reihenfolge. Im Ausland entwickelte Forschungsansätze werden durch Einrücken besonders ausgewiesen, um den Bezug auf obige Länderberichte schneller herstellen zu können. Genauere Literaturangaben lassen sich dem Sammelarchiv von wanderforschung.de in der Rubrik Wer oder Was? > Literatur entnehmen. Weitere Hinweise auf vergangene und aktuelle Initiativen sind hoch willkommen, ebenso Ergänzungen und Korrekturen von damit bereits befassten Autoren, seien sie im Folgenden bereits erwähnt oder nicht.

Anfänge

1869: Wandern als Thema der Volkskunde

Für Wilhelm Heinrich Rhiel (1823-1897), einen der Begründer der Volkskunde als Wissenschaft, fungierte Wandern als wissenschaftliche Erkenntnismethode. Für ihn „stellte das Wandern keinen Forschungsgegenstand dar, sondern er sah darin eine beschwerliche, aber sehr gut geeignete Methode zur Erforschung des Volkslebens“ Böß (2003). Siegfried Sterner, seinerseits Verfasser eines Kompendiums der „Kunst zu Wandern“ (1977), schreibt zu seinem vierbändigen Hauptwerk „Naturgeschichte des deutschen Volkes als Grundlage einer deutschen Socialpolitik“: „Rhiel hat als Volkskundler das Wandern geradezu wissenschaftlich betrieben ... Das Material sammelte und sichtete er auf seinen berühmt gewordenen volkskundlichen Wanderungen quer durch Deutschland“.

1886: Therapeutische Nutzung im Rahmen der Terrainkur

Der Münchener Professor M.J. Oertel entwickelt in seinem Buch „Über Terrainkur“ die Grundlagen einer Art- Wander- bzw. Spazierheilbehandlung. Sie wird in den 50er Jahren von Beckmann in der „Ohlstädter Kur“ wiederbelebt, die eine sukzessive Steigerung vom Spaziergang bis zur Bergtour umfasst. Dem verdanken die derzeit noch in vielen Heilbädern vorfindlichen „Terrainkurwege“ ihre Existenz.

Schweiz 1919: Welche Wege wählen Wanderer?

Im Jahrbuch des Schweizer Alpenclubs von 1919 findet sich ein Aufsatz, dem man eine gewisse wissenschaftliche Herangehensweise nicht absprechen kann. Darin beschreibt der schweizerische Bergaktivist Charles Widmer unter dem Titel "Über die Romantik der Wegspur, den Weginstinkt und das Verirren" die Ergebnisse seiner "auf solider und wissenschaftlicher Basis" systematisch angelegten Serienbeobachtungen zur Raumnutzung von Berggängern.

Dauerthema: Wandern als identitätsbildendes Element der Jugendbewegung

Kein Wanderthema hat mehr Autoren diverser wissenschaftlicher Disziplinen beschäftigt als die Bewegung des Wandervogels. Die Zahl der Titel geht in die Hunderte. Allerdings spielt das Wandern, obwohl ideeller Kondensationskern der Bewegung, darin meist eine untergeordnete Rolle. Das Augenmerk richtet sich vorrangig auf die kulturevolutionäre Bedeutung

und sukzessive Einbindung dieser bürgerlichen Jugendbewegung in die geschichtlichen Hauptlinien des 20. Jahrhunderts.

1976: Papierkörbe besonders wichtig

Unter den von ihm im Neckarraum interviewten Waldbesuchern stehen Weber (1976) zufolge Wandern und Spazieren im Vordergrund. 79% von ihnen halten die Ausstattung mit Papierkörben für sehr wichtig (nach Job 1991).

Österreich 1978 folgende: Volkskundliches Wandermuseum

In ihrer Magisterarbeit zum Thema Volkswandern verweist Böß (2003 s.u.) auf den österreichischen Journalisten Bertl Petrei, zugleich Lektor an der Universität Klagenfurt: „Die aus heutiger Sicht treffendste Analyse leistete der Volkskunde-Professor Bertl Petrei, der 1978 im Rahmen des Aufbaus eines Österreichischen Wandermuseums mittels Fragebögen und Interviews die neue Wanderbewegung zu erfassen suchte“ und darüber in zwei Buchbeiträgen berichtete. Das Museum ist bis heute in der Verbindung mit Peter Rosseggers Waldschule in Alpl (Steiermark) zu besichtigen.

1980-90er: Von der Terrain- zur Klimakur

Die Münchener Balneologin Angela Schuh erweitert die Terrainkur um eine meteorologische Komponente zur „Klimakur“, deren gesundheitlichen Nutzen sie durch zahlreiche Spazierexperimente belegt. Als besonders gesundheitsfördernd erwies sich dabei das Training der körpereigenen Thermoregulationsfunktion durch eine leichte, das Gefühl von Kühle hervorrufenden Bekleidung.

1982 Wanderwege meistgenutzte Infrastruktureinrichtungen

Für seine Dissertation zur Bedeutung der Infrastrukturausstattung für den Fremdenverkehr im Schwarzwald hat Braam (1982) regionsweit 72 Fremdenverkehrsexperten und 1.367 Urlauber befragt. Die mit Abstand höchste Bedeutung wird von beiden Gruppen den Wanderwegen zugeschrieben, und zwar sowohl was die Nutzungshäufigkeit als auch die Nutzungsdauer betrifft. Sie sind damit das eigentliche Aushängeschild und Zugpferd in der Konkurrenz ländlicher Mittelgebirgsdestinationen.

1984: Empirische Pilotstudie zum Wandern im Wald

Eigentlich geht es in der Diplomarbeit von Dieter Martin Wohlschlegel (1984) mehr um Wald als um Wandern. Dennoch gehören die darin dargestellten Ergebnisse einer Befragung von jeweils nur 50 Wanderern in Hermeskeil (Hunsrück) und Dahn (Pfälzerwald) für lange Zeit zu den meistzitierten empirischen Fakten über das bis dahin noch weitgehend im Dunkeln liegende Massenhobby. Ausführlich wurden sie zu ihren Eindrücken und Vorlieben beim Waldbesuch befragt. Im Pfälzerwald sprachen sich zünftige Wanderer massiv gegen Asphalttrassen aus und bevorzugten auch bei schlechtem Wetter weiche Untergründe. In Hermeskeil dominierten Spaziergänger mit dem Wunsch nach erschlossenen Freizeitwäldern.

Schweiz 1986: Schweizer wandern mehr

Auf der Basis einer Repräsentativbefragung der schweizerischen Bevölkerung untersucht Biener (1986) die Wandergewohnheiten berufstätiger Schweizer und Schweizerinnen. Bei im Vergleich zu Deutschen deutlich höheren Wanderfrequenzen nimmt die Wanderaktivität besonders stark zwischen 30 und 45 Jahren zu, unter Frauen ist Wandern die meistbetriebene Freizeitsportart (nach Weber 1996).

USA 1988: Abgelegene Wanderareale nur für erfahrene Wanderer interessant

Über 600 Wanderer werden von Virden/Schreyer (1988) nach Ihren Erfahrungen mit Erschließung und Infrastruktur in abgelegenen Gebieten der USA befragt. Wanderneulinge legen besonderen Wert auf gut ausgebaute Beschilderungen und einen einfach zu folgendem Wegeverlauf, während sie sich „in einer wilden, primitiven Gegend unwohl fühlen“. Erfahrene Wanderer „finden eher an einer rauhen, primitiven Umgebung ohne viel Bequemlichkeit und mit möglichst wenigen sozialem Kontakt Gefallen“ (Weber 1996)

1988-1990: Wanderpädagogische Schwärmerei ohne Wirkung

Mit Blick auf die Jugend bleibt das Thema Wandern seltenen, meist schwärmerischen Beiträgen in sportpädagogischen Zeitschriften vorbehalten. Noch seltenere empirische Daten finden sich bei Warwitz (1988/89) und Witzel (1990). Warwitz vermutet als Gründe für die „verbreitete Abwehrhaltung“ gegenüber dem Wandern u.a. das „Image des Seniorensports“ und die „Erfahrung des monotonen Streckemachens“, konstatiert aber andererseits auch „eine relativ schnelle Resignationsbereitschaft angesichts unvorhergesehener Schwierigkeiten“.

90er Jahre**1990: Selbst bei Regen nicht auf Asphalt?**

Zur Zeit der Heideblüte, dem Höhepunkt der Fremdenverkehrssaison in der Lüneburger Heide, befragte Schäfer (1990) insgesamt 1.200 Besucher vor Ort nach ihren Wegepräferenzen. Mit großem Abstand bevorzugen sie Sand- und Waldwege. Bemerkenswert: Befestigte und asphaltierte Wege treffen bei Trockenheit nur bei 1% und selbst bei Regen nur bei 7% auf Sympathie.

Österreich 1990: Wanderer für Nationalpark

Der Tourismusverband Virgental in Osttirol gibt eine Befragung zum Wanderverhalten von 1.500 Gästen in Auftrag und veröffentlicht die Ergebnisse unter dem Titel „Wandern in den Alpen“ (Huber/Huber 1992). Sie belegt u.a., dass die Nationalparkidee Hohe Tauern von den Wanderern mitgetragen wird.

1991: Ende 18. Jahrhundert Höhepunkt der Wanderreiseliteratur

Dass die wissenschaftliche Beschäftigung mit Wandern nicht nur eine Sache der Physiologie, Psychologie, Soziologie und Freizeit/Tourismus-Forschung, sondern im Kern auch ein Thema der Ethnologie ist, macht eine kleiner, aber höchst aufschlussreicher Buchbeitrag des Berliner Ethnologen Wolfgang Kaschuba (1991) deutlich. Sein gebündelter Abriss der historischen Formen und Rahmenbedingungen der Fußreise reicht von den beschwerlichen bis gefahrenreichen Arbeitswanderungen der Händler, Tagelöhner, Bettler und Schausteller („fahrendes Volk“) und den Kavaliertouren des Adels über die verklärenden Bildungs- und Abenteuerreisen des Bürgertums bis zum „Wanderrummel“ der beginnenden Tourismusindustrie. Auf dem Höhepunkt dieser Entwicklung erreichte die Fußreiseliteratur Ende des 18. Jahrhunderts einen Umfang, wie „ihn heute etwa Kriminalromane erfahren“.

1991: Wanderer stören die Natur, Müll stört die Wanderer

Die im Rahmen der Umweltdebatte steigende Neigung, selbst elementare menschliche Aktivitäten in der Natur als „Störung“ zu betrachten, wird in der Studie "Freizeit und Erholung - mit und ohne Naturschutz" auf das Wandern übertragen. Job (1991) befragt im Pfälzerwald über

tausend Besucher - überwiegend Naherholungssuchende – die zu 92% Wanderungen und Spaziergänge unternehmen. Mit Abstand fühlen sie sich am meisten durch Müll im Wald gestört, rund 40% von ihnen vermissen dementsprechend genügend Papierkörbe.

Schweiz 1991: Früherer Ansatz für ein Wanderwege–Qualitätsmanagement

Am Geographischen Institut der Universität Basel gibt es ein „Ordinariat für Human-geographie“, das Landschaft und Mensch im Zusammenhang sieht und daher auch für eine Lizentiatsarbeit über die Qualität von Wanderwegen Raum gibt. Überwiegend auf empirischer Basis behandelt deren weitsichtiger Autor Georg Stebler (1991) darin grundlegende Fragen, deren Bedeutung in Deutschland erst einige Jahre später erkannt wird – wie etwa die zentrale Rolle von Natur für Freizeit und Erholung, die ästhetische Bewertung von Landschaften, die Bewertung von Wegearten durch ihre Nutzer („je natürlicher der Weg, desto besser“). Die Arbeit gipfelt in der „Skizze zu einem Verfahren zur Bewertung von Wanderwegen“. Dieser frühe Steilpass für ein gezieltes Wanderwege–Qualitätsmanagement in der Schweiz wurde leider nicht genutzt.

1991/92: Seminare zum Schulwandern

Im Vorfeld seiner Seminare zum Schulwandern im Rahmen der gymnasialen Lehrerbildung zieht Brämer (1991/92) eine kritische Bilanz des Missverhältnisses zwischen jugendlicher und pädagogischer Bewertung von Klassenwanderungen: So verstelle das verbreitete „Pädagogem vom Klassegeist“ eine realistische Wahrnehmung des Geschehens.

1992: Erste Wander-Querschnittsstudie - im Praktikum

Als Ergebnis des von ihm geleiteten Forschungspraktikums im Rahmen des Studiums der Angewandten Geographie an der Universität Trier präsentiert Busch (u.a. 1992) eine Art Vorläufer zu den Profilstudien Wandern. 475 Wanderer in der Eifel, im Hunsrück und im Mül-lerthal werden anhand eines Leifadens mit 22 Fragenkomplexen zu ihren Wandergewohnheiten im Urlaub und zu ihrer Meinung zur Wanderinfrastruktur interviewt. Über 95% bezeichnen unberührte Natur und Ruhe als wichtig. Besonders bemerkenswert ist die selbstkritische Bilanz der Fragebogenschwächen, die man sich von manchen späteren Großstudien wünschen würde.

1993: Vergleich von Wanderern und Mountainbikern

Am prominentesten Wegekreuz des Hochtaunus befragt Weigand im Rahmen seiner Diplomarbeit (1993) jeweils tausend Mountainbiker und Wanderer/Spaziergänger. Erstere verfügen über deutlich höhere Bildungsabschlüsse (z.B. Hochschulreife 53:38 %). In beiden Gruppen ist das Naturerlebnis ein wichtiges Motiv ihres Ausfluges (55:60 %). Sehr unterschiedlich ist der Anteil derer, die sich durch die jeweils andere Gruppe gestört fühlt (34:70 %).

1993: Qualitätskriterien für Wanderführer

Fußreiseführer waren schon im Römischen Reich im Gebrauch, gedruckt gibt es sich seit dem 16. Jahrhundert. Einst Hilfe für wandernden Gesellen und den Nachwuchs des Adels auf ihrer „Grande Tour“, gibt es heute „Wanderführer“ in großer Zahl für fast jede Region und bedeutende Wandertrasse. Hagemann (1993) hat sich in ihrer Diplomarbeit mit ihrer sinnvollen Gestaltung beschäftigt und dazu anhand einer Umfrage unter den Mitgliedern der Geographischen Gesellschaft Trier kundenorientierte Qualitätskriterien entwickelt. Sie betreffen nicht zuletzt auch die Lesbarkeit von kartographischen Darstellungen.

Österreich 1995 Gästeorientierte Wanderangebote

Am Institut für Tourismus und Freizeitwirtschaft der Wirtschaftsuniversität Wien schreibt Dieter Dubkowitzsch eine Magisterarbeit zur „Angebotsentwicklung für Wan-

derorte anhand der Anspruchsprofile der österreichischen Wandergäste“ (Dubkowitsch 1995). Er greift dabei auf das Datenmaterial der Gästebefragung Österreich vom Sommer 1991 zurück. Von den 7.000 befragten hatten 37,5% das Motiv „Wandern, Touren machen“ geltend gemacht. 2011 wird Dubkowitsch Geschäftsführer bei der Montafon Tourismus GmbH.

1996: Wandern aus sportpsychologischer Sicht

An der Universität Münster unternimmt Sigrid Weber den Versuch einer Dissertation über „das alte und neue Wandern“ aus der Sicht sportpsychologischer Freizeitforschung. Ihr Themenfeld reicht von der Geschichte des Wanderns bis zu möglichen Zukunftsperspektiven. Im Mittelpunkt stehen die Ausübungsformen und Wirkungen dieses unanstrengenden Natursports, den als Teil ihres Arbeitsfeldes zu akzeptieren der Sportwissenschaft zu dieser Zeit noch schwer fiel.

1996: Kulturgeschichte des Spaziergangs

Der Spaziergang ist ein bürgerliches Bewegungsformat, das sich erst im ausgehenden 18. Jahrhundert herausbildete. In ihrer „Kulturgeschichte des Spaziergangs“ klassifiziert die Kulturwissenschaftlerin Gudrun König (1996) diese heute alltäglich (bzw. sonntäglich) erscheinende Aktivität als Ausdrucksform „selbst bewusster Bürger, die zu Fuß gehen, obschon sie sich Pferd oder Kutsche leisten könnten, um die Gleichheit ihres Standes zu demonstrieren und sich vom Adel abzuheben.“ (nach Metken 1996)

1996: Schulwandern in der Geschichte

Antje Apel geht in ihrer Examensarbeit der Frage nach „Wie das Wandern in die Schule kam“ (Gesamthochschule Kassel 1996). Initiatoren waren seit Ende des 18. Jahrhunderts idealistische Pädagogen mit bis heute bekannten Namen (Basedow, Pestalozzi). Mit dem „Wandervogel“ bekam das Jugendwandern eine fast schon kulturevolutionäre Dimension, wurde durch die parallele Schaffung der Jugendherbergen jedoch in geordnete Bahnen gelenkt.

1996: Wandern in der Jugendarbeit

Die Deutsche Wanderjugend veranstaltet einen Fachkongress „Wandern neu entdeckt“ in Arnsberg. Die Referenten aus dem Fachbereich Erziehungswissenschaften der Universität Marburg befassen sich mit der Bedeutung von Wandern, Erlebnis und Abenteuer in der Jugendverbandsarbeit. (Deutsche Wanderjugend 1996)

1996: Erlebnisstrukturen von Hochgebirgswanderungen

In ihren Examensarbeiten an der Universität Münster stellen sich drei Studierende des gymnasialen Lehramts der Aufgabe, die Erlebniselemente von Hochgebirgswanderungen empirisch zu erfassen und zu bewerten (Klein 1996, Mehrrens 1996, Schinke 1996). Sie können sich dabei auf gezielte Befragungen und Berichte mehrerer kleinerer Wandergruppen im Himalaya stützen. Auch wenn die Ergebnisse nur begrenzt verallgemeinerbar sind, ist allein schon der Versuch einer Operationalisierung der Erlebnisdimensionen des Wanderns (an einem extremen Beispiel) erwähnenswert.

1997: Landschaftliche Erläuterungen am Wanderpfad

Das Institut für Physische Geographie der Universität Freiburg legt den Gästen im Kinzigtal und Belchenland (Schwarzwald) über die Vermieter einen Fragebogen über Formen der Vermittlung landeskundlicher Informationen vor. Die Antworten der 397 Teilnehmer einer Vorstudie bestätigen die Vermutung, dass „Landschaftsinterpretation in Form selbständig begehbare Pfade mit Hinweisen und Erläuterungen gegenüber geführten Wanderungen“ bevorzugt wird. (Lehnes 1997, Glawion/Lehnes 1999)

1997: Wandern als Medium sozialer Emanzipation

In seiner Diplomarbeit für Volkskunde / Europäische Ethnologie versucht sich Wolfgang Wehab (1997) einen Abriss der Kulturgeschichte des Gehens. Im Mittelpunkt steht die Einsicht, dass Gehen sozial codiert ist: „Sozialer Aufstieg wurde im abendländischen Kulturkreis mit nicht mehr Gehen müssen ... Die soziale Hierarchie drückte sich durch die Höhe des Pferderückens bzw. der Radachse aus.“ Allerdings kam es phasenweise immer wieder zu einer Aufwertung des Z Fußgehens und Wanderns“ (Goethe, Brentano, Hölderlin, Seume, Knigge). „Das Bild vom ‚neuen Wanderer‘ knüpft an das sinnlich-humanistische Weltbild der Spätaufklärer an.“ (Schad 1998)

Österreich 1997: Marktanalyse Wandern mit psychologischer Fundierung

Die Österreich-Werbung beauftragt „Sensor Marktforschung“ mit der Erstellung einer „psychologischen Grundlagenstudie Wandern“. Sie bildet zusammen mit der Gästebefragung Österreich 1994 und einer Sonderauswertung Österreich der Reiseanalyse 1997 die Basis einer umfassenden „Marktanalyse Wandern“, mit der die Österreich-Werbung eine „großangelegte Kommunikationsoffensive“ zum Thema Wandern und Trekking untermauert. Unter anderem unterscheidet sie dabei 5 Typen von Wanderern: den sportlichen Wandern, den sozialen Wanderer, den traditionellen Wanderer, den Individualisten und den Spaziergänger. (Sensor-Marktforschung 1997)

1998: Erster Deutschen Wanderkongress

Unter dem Titel „Neue Chancen für das Wandern?“ lädt die Kurverwaltung Bad Endbach in Zusammenarbeit mit der Marburger Wanderforschung zum „1. Deutschen Wanderkongress“ ein. Im Mittelpunkt stehen die Perspektiven des Wandertourismus in Deutschland aus der Sicht von Touristikern, aber auch der Wandervereine und der Sportmedizin (Kurverwaltung Bad Endbach 1998)

1998 Rückgang des ländlichen Tourismus

Ein wahres Kompendium der zu dieser Zeit verfügbaren Zahlen zum Wandertourismus in Deutschland sowie speziell in der Fränkischen Schweiz legt Schraetz (1998) mit ihrer Diplomarbeit vor. Danach ist die Gästezahl ländlicher Fremdenverkehrsgebiete im Gegensatz zu städtischen Reisezielen Mitte der 90er Jahre rückläufig. In der Fränkischen Schweiz hat die Buchung von mehrtägigen Wanderungen mit Gepäcktransport stetig abgenommen. Unter den 200 von Schraetz befragten Wanderern dominiert der Halbtagesausflug mit einer Durchschnitts Länge von 8 km bei Tages- und 12 km bei Übernachtungsgästen. Sie plädieren besonders für mehr Papierkörbe und Bänke an den Wanderwegen (insbesondere an Steigungen).

Schweiz 1998: Wanderwege im Verhältnis von Angebot und Nachfrage

Die Schweiz versteht die Einrichtung und Pflege von Wanderwegen als öffentliche Aufgabe, die abgesehen vom staatlich geförderten Verein „Schweizer Wanderwege“ maßgeblich den kantonalen Ämtern für Fuss- und Wanderwege obliegt. Zwecks Vermeidung von Lücken einerseits und kostspieligen Überangeboten andererseits besteht daher ein Interesse an der Ermittlung von ausgeglichenen Bedarfsnomen. Jacsman/Kromer (1998) präsentieren in einem richtungsweisenden Beitrag eine Formel für das Fassungsvermögen von Wanderwegen und vergleichen auf dieser Grundlage Kapazität und Nachfrage. Danach erweist sich das Angebot als ausreichend, aber die Qualität der Wanderwege bedarf der Verbesserung.

1999 Aufklärerische Wanderkultur

Der immense Umfangs der Wanderreiseliteratur der letzten zweihundert Jahre ist der „bisherigen Germanistik- und Kulturforschung ... sehr aus dem Bewußtsein geblieben“. Das beklagt der Hallenser Germanist Wolfgang Albrecht in seinem einleitenden Beitrag zur Tagung „Wanderzwang-Wanderlust“ (Albrecht 1999). Für ihn steht außer Zweifel, dass sich „aus dem Geist der aufklärerischen Anthropologie und Pädagogik, Philosophie und Naturwissenschaft etc. eine bürgerlich säkularisierte Kultur des Wanderns“ herausbildete.

1999 Gästebefragung Deutscher Wandertag

An einer Gästebefragung in Bad Driburg zum Zeitpunkt des dort stattfindenden 98. „Deutschen Wandertages“ nahmen u.a. 515 Personen teil, die den Wandertag als Hauptanlass für ihren dortigen Aufenthalt angaben. Sie repräsentieren den aktiveren Teil der Mitglieder jener größeren deutschen Wandervereine, die im „Verband deutscher Gebirgs- und Wandervereine“ organisiert sind. Zu knapp 60% sind sie 60 und mehr Jahre alt. Die Befragung ist Bestandteil der Magisterarbeit von Christa Große Gehling (1999), die sich in der Folge hauptberuflich in diversen wandertouristischen Modernisierungsprojekten engagiert (Rothaarsteig, Top Trails of Germany, Allgäu-Trilogie).

1999 Wandertourismus braucht neues Image

„Auf neuen Wegen – Wandertourismus in Nordrhein-Westfalen“: Unter diesem Titel veranstaltet der Tourismusverband Nordrhein-Westfalen im Rahmen des Reisemarktes Köln International einen Wanderworkshop, auf dem sechs Experten mit Sachstandsberichten aus den Bereichen Wandersoziologie, Wandermedien, Wanderreisen sowie Produktentwicklung referieren. Sie waren sich darin einig, dass das Thema Wandern aus touristischer Sicht mit einem neuen Image versehen werden muss. (Tourismusverband Nordrhein-Westfalen 2000)

1999 Wandertouren im Verein

Unter Anleitung des Wirtschaftsprofessors Friedrich Kugler führt der Schwerpunkt Tourismuswirtschaft der Fachhochschule Schmalkalden in Zusammenarbeit mit der studentischen Unternehmensberatung „stubs“ ein Projekt „Wandern entlang des Rennsteigs im Thüringer Wald“ durch. Ziel ist es, mit Blick auf die wanderorientierten Hotels am Steig und die „dahinter stehenden Investoren“ die Erwanderung des Rennsteigs „vor allem für Gruppen und Vereine zu erschließen.“ An einer schriftlichen Fragebogenerhebung zu Art und Organisation ihrer Vereinswandertouren beteiligten sich 69 Wandervereine.

1999 Wandern aus Familiensicht

Eine bundesweite Umfrage der Zeitschrift „Ratgeber Frau und Familie“ reproduziert auf der Basis von 418 ausgewerteten Fragebögen im Wesentlichen die Ergebnisse der ersten Profilstudien Wandern - etwa zu der bevorzugten Wanderbegleitung und den Erwartungen an attraktive Wanderwege/touren (Mutter 1999)

1999 Nochmal Befragung Deutscher Wandertag

Der Fremdenverkehrsverband „Dübener Heide“ erhebt in Zusammenhang mit dem 99. Deutschen Wandertag die Meinung der Wandertags-Besucher zur Dübener Heide. Sie waren zu 70% in Gruppen angereist und zu zwei Drittel älter als 61 Jahre.

1999 Wandern als forstlicher Nischenmarkt

Im Auftrag der Landesforstverwaltung Rheinland-Pfalz befragen die Teilnehmer eines Forschungspraktikums „Waldtourismus“ an der Universität Trier unter Anleitung des Fineis-Instituts für angewandte Marktforschung per Telefon eine repräsentative Stichprobe von Pfälzerwaldbesuchern aus dem Naherholungseinzugsgebiet Ludwigshafen/Mannheim- und bestä-

tigen dabei die Befunde von Job (1991) zu den Ausstattungsbedürfnissen der Spaziergänger und Wanderer. Ziel des Praktikums ist die Erschließen neuer Nischenmärkte für die rheinland-pfälzische Forstverwaltung (Bahrman/Leschnig 1999).

Südafrika 1999: Klassifizierung von Wanderwegen nach Schwierigkeit

Da ihm eine qualitative Klassifizierung von Wanderwegen zu subjektiv erscheint, entwickelt Hugo (1999) „auf Grundlage von Laborversuchen und physikalischen Gesetzen“ ein Verfahren, um den „Energiewert eines jeden Wanderweges aus einer topographischen Karte abzuleiten“. Auf dieser Grundlage könne man die Wanderwege eines Landes nach Schwierigkeitsklassen gruppieren.

Jahrhundertwende

1991-2006: Studenten forschen über Wandern

Die Institute für Sportwissenschaft und für Erziehungswissenschaft der Universität Marburg bieten unter dem Obertitel „Wandern als Natur- und Selbsterfahrung“ regelmäßig Wanderseminare für Studierende des gymnasialen Lehramts an. In diesem Zusammenhang entstehen angesichts einer zu dieser Zeit noch recht dürftigen Literaturlage eine Reihe von wissenschaftlichen Arbeiten zum Wandern sowie in der Folge zahlreiche studentische Seminarstudien mit Forschungscharakter.

1992-2007: Vier Jugendstudien Wandern

Im Rahmen dieser Seminarreihe entstehen vier „Jugendstudien Wandern“ in Folge. Sie basieren zunächst auf studentischen Pilotstudien zurück und ergänzen diese durch systematischer angelegte Umfragen in größerem Maßstab. Anhand der schriftlichen Befragung von insgesamt 5.000 vorwiegend hessischer und nordrhein-westfälischer Sekundarschülern zeichnen sie das ambivalente, mit den Jahren zunehmend distanziertere Verhältnis der jungen Generation zum Wandern nach.

1993-2003: Schriftenreihe zum Wandern

Im Rahmen mehrerer Schriftenreihen („Wanderwelt“, „Wandermarkt“, „Wandernetz“) werden die Ergebnisse der Wanderforschung an der Universität Marburg der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. In über 40 Broschüren wird – weitestgehend auf der Basis von empirischen Befunden - ein neues, detailliertes Bild des Wanderns gezeichnet, das die Klischees der traditionellen „Wanderbewegung“ revidiert und den „sanften Natursport“ als moderne, im Aufschwung befindliche Freizeitaktivität ausweist. Das Themenspektrum reicht von pauschalen Bestandsaufnahmen wie „Deutschland Deine Wanderer“, „Wandern neu entdeckt“, „Was Jugendliche vom Wandern halten“, „Wandern der sanfte Natursport“ und „Wandern aus gesundheitlicher Sicht“ über „Unsere Wanderwege sind in die Jahre gekommen“, „Wanderwege aus der Sicht ihrer Nutzer“ „Wandersiegel W – Wanderwege im Test“ bis zu „Landschaft als touristisches Kapital“, „Der neue Wandergast“, „Qualitätskriterien wanderfreundlicher Gastgeber“, „Zielgruppen auf dem Wandermarkt“ und „Wandern aus ökonomischer Sicht“ (Brämer 1993-2003)

1995-2002: Wandern im Fokus der Freizeitwirtschaft

Das Münchener Institut für Freizeitwirtschaft veröffentlicht 1995 einen „Spezialauszug Wanderer“ seiner Studie „Zielgruppen in der Freizeit“ 1995-2005. Auf der Basis von Daten zum Umfang, Einkommen, Konsumpotenzial und Freizeitverhalten der Zielgruppe Wanderer wer-

den Trends bis 2005 prognostiziert. (Institut für Freizeitwirtschaft 1995). Ähnliche Zielgruppenstudien gehen das Thema Wandern weniger breit und vorausschauend 1993 (bis 2000) und 2002 (bis 2010) an.

1998-2008: Profilstudien Wandern entwerfen neues Bild vom Wandern

Die „Projektpartner Wandern“ erheben im Rahmen der jährlichen „Profilstudien Wandern“ anhand von Fragebögen Vorstellungen, Gewohnheiten und Wünsche zum Wandern von insgesamt rund 19.000 Befragten – zumeist vor Ort auf deutschen Wanderwegen, aber auch im benachbarten Ausland sowie gelegentlich per Post und Internet. Abgesehen von der routinemäßigen Erhebung wanderrelevanter Querschnittsdaten und regionalspezifischen Auswertungen setzen sie wechselnde Themenschwerpunkte (alle Originalstudien in www.wanderforschung.de > Wanderstudien):

- **1998 Gewohnheiten und Vorlieben von Wandertouristen** – ein erster Versuch mit tausend Wanderern in 6 Mittelgebirgen: Am liebsten unternehmen sie Halbtagswanderungen, gefolgt von Ganztagswanderungen und (mit Abstand) Mehrtageswanderungen; am meisten schätzen sie schmale Pfade, Erd- und Graswege sowie aussichtsreiche Kammwege.
- **1999 Rothaarsteigstudie:** In gezielter Vorbereitung des ersten Premiumweges „Rothaarsteig“ nach ihrer Selbsteinschätzung als Wandertypus befragt, klassifizieren sich von 1279 Wanderern drei Viertel als „Naturgenießer“, mit großen Abstand gefolgt von je einem Viertel, denen es vorwiegend um das Finden von Ruhe und das Kennenlernen neuer Landschaften geht.
- **2000 Infrastrukturvorlieben:** 1700 Befragte auf Tour in 7 Mittelgebirgen machen am liebsten in freier Natur, an Aussichtspunkten oder in bewirtschafteten Hütten Rast; abgeschlagen folgen Schutzhütten und Landgasthäuser.
- **2001 Slow Foot - Studierende zu Fuß:** 1300 Studierende aus 13 deutschen Hochschulen finden Wandern attraktiver als Joggen, gehen aber am liebsten spazieren und sind besonders gern mit Freunden unterwegs.
- **2002 Der Wanderer als Kunde** - Kunden eines Wanderausstatters, eines Wanderreiseanbieters und einer Wanderzeitschrift werden online und per Post befragt: Naturnahe Wanderwege und zuverlässige Wanderkarten sind ihnen durchweg besonders wichtig. Die erhobenen Daten ermöglichen erstmals die Abschätzung des Ausgabenvolumens für das Freizeithobby Wandern.
- **2003 Querschnittsvergleich von 8 deutschen Mittelgebirgen:** Der Rennsteig erweist sich mit Abstand als bekanntester Fernwanderweg, die Tagestour mit Abstand als beliebteste Wanderform, eine ruhige Lage im Grünen mit Abstand wichtigste Eigenschaft der Wanderlaubs-Unterkunft.
- **2003 Tirol-Monitor:** Sonderbefragung von (A) alpinen Hüttengästen im Vergleich zu (B) Mittelgebirgswanderern. (A) sind etwas sportlicher motiviert und bevorzugen mit deutlichem Abstand alpine, (B) dagegen mittelgebirgige Landschaften; beide Gruppen ziehen Almhöhen eindeutig gegenüber Gipfelhöhen vor.
- **2004 Grenzenlos Wandern** – die umfangreichste Profistudie mit über 2.700 vor Ort Befragten in 9 deutschen Mittelgebirgen sowie 590 Wanderern in Österreich, 480 in der Schweiz, 380 in Frankreich sowie 320 auf dem spanischen Jakobsweg. Der Nationalitätenvergleich dokumentiert einen hohen Grad an Gemeinsamkeiten, in den Regionalvergleichen spiegeln sich vor allem die Unterschiede der jeweiligen Landschaften wider.
- **2005/06 Wandertouristische Zielgruppen:** 2170 Befragte aus 22 Mittelgebirgsstandorten sind im Mittel (wie seither) 48 Jahre alt und zu 48% weiblich, verfügen aber erstmals zu über 50% über ein Abitur bzw. einen Hochschulabschluss. Sie ermöglichen die Herausarbeitung von zielgruppenspezifischen Sonderprofilen etwa nach den Variablen Alter, Geschlecht, Bildung, Familie, Urlauber und Vereinsmitglieder, wobei sich letztere beson-

ders stark vom Durchschnitt und, differenziert nach klassischen Wandervereinen und Alpenverein, auch untereinander stark unterscheiden.

- **2007 Wandertrends von morgen:** Insgesamt zeigen die 1280 befragten Studierenden gegenüber 2001 eine nochmals verstärkte Wander- und Spazierneigung. Sie ist unabhängig davon, wo sie aufgewachsen sind, hängt aber stark von ihren kindlichen Wandererfahrungen ab. Hauptmotiv ist mit Abstand „schöne Landschaft genießen“.
- **2008 Wandern auf Prädikatswegen:** Für die letzten Profilstudien in der Regie der Marburger Wanderforschungspioniere wurden nur Wanderer befragt, die aktuell auf zertifizierten Wanderwegen unterwegs waren. Im Vergleich zu den Vorgängerstudien blieben die demografischen Daten unverändert, dagegen erreichte die Neigung zu individuellen Wanderungen ihren höchsten Wert.

1999/2000: Zukunftswerkstatt Mittelgebirge

Im Anschluss an den 1. Deutschen Wanderkongress 1998 gab es eine Reihe von regionalen Nachfolgekongressen wie zum Beispiel in Rheinland Pfalz (Bad Kreuznach), im Harz (Wernigerode) und im Erzgebirge (Annaberg-Buchholz). Soweit vom Deutschem Tourismusverband veranstaltet, standen sie unter dem Obertitel „Zukunftswerkstatt Mittelgebirge“ (Deutscher Tourismusverband 1999). In seinem Leitvortrag zum 1. Wanderkongress Erzgebirge steckt Martin L. Fontanari vom Europäischen Tourismusinstitut den tourismuswissenschaftlichen Hintergrund für die weitere Entwicklung einer Wanderdestination ab. (Fontanari 2000)

1999-2001: Deutsches Wandersiegel Premiumwege

Die Marburger „Projektpartner Wandern“ entwickeln auf der Basis der Profilstudien Wandern detaillierten Kriterien für erlebnisoptimierte Wanderwege und fassen sie zu einem Qualitätszertifikat „Deutsches Wandersiegel Premiumweg“ zusammen. Es wird erstmals 2001 dem nach diesen Kriterien gestalteten Leitwanderweg „Rothaarsteig“ verliehen. Dessen eruptiver Publikumserfolg setzt über zahlreiche Nachahmerprojekte einen umfassenden wandertouristischen Modernisierungsprozess in Deutschland in Gang.

1999 folgende: Wanderökonomie

Michael Säger, der langjährige Chefredakteur des Wandermagazins, tritt auf Kongressen, Tagungen und Workshops mit wirtschaftswissenschaftlich orientierten Analysen des Wandermarktes in Erscheinung, wie zum Beispiel

- Kann man Wandern vermarkten? (1999)
- Vom Sportgeschäft zum Wanderkompetenzzentrum. (2001)
- Cash oder Benefit? Zur Messung der Wertschöpfung von Wanderprodukten in Zusammenhang mit dem Rothaarsteig (2001)

00er Jahre

2000: Wandern im Nationalatlas

Das Institut für Landerkunde in Leipzig gibt in seinem „Nationalatlas Bundesrepublik Deutschland – Freizeit und Tourismus“ einen Abriss zur Situation des Wanderns, Radfahren und Reitens (Becker 2000) und belegt damit u.a. eine steigende Beliebtheit und Ausübung dieser Outdooraktivitäten.

2000: Reise- und Wanderlust im Alter

Im Rahmen einer Magisterarbeit (Leder 2000) geben rund tausend Teilnehmer der vom Verband Deutscher Gebirgs- und Wandervereine für 1999 offerierten Ferienwanderungen per Fragebogen Auskunft über Alter, Schulbildung, Teilnahmegründe, Wandermotive und Reisevorlieben. Sie zeichnen sich durch eine hohe Reise- und Wanderintensität aus und gehören zu zwei Dritteln einem Wanderverein an. Am stärksten ist die Altersgruppe zwischen 60 und 70 vertreten. Die Rangliste der dominierenden Wandermotive wird mit Abstand von „Landschaft/Natur“ angeführt, während „Kultur“ auf den hinteren Plätzen landet. Die Autorin ist in der Folge u.a. im Wandertourismus tätig und aktuell Professorin für Tourismusmanagement.

2000: Anstoß der Wanderwegemodernisierung

Die deutschen Mittelgebirge verzeichneten von 1991-1998 einen Gästeverlust von rund einem Drittel (Scheller 2000). Das gab u.a. den entscheidenden Anstoß für eine grundlegende Modernisierung ihrer wandertouristischen Angebote im folgenden Jahrzehnt sowie parallel dazu für die Vergabe entsprechender Diplomarbeitsthemen an den touristischen Abteilungen deutscher Fachhochschulen und Universitäten. Scheller (2000) entwickelte in diesem Zusammenhang ein modernes Kommunikationskonzept für Deutschlands bekanntesten Wanderweg, den Rennsteig im Thüringer Wald. Es basierte nicht nur auf den Stärken, sondern verwies nachdrücklich auch auf die Schwächen dieses vermeintlichen Premiumproduktes wie fichteneintönige Wälder und einen hohen Anteil an ausgefahrenen und asphaltierten Fahrwegen.

USA 2000: Wanderforschung berührt viele Wissenschaften

Rebecca Solnit, eine mehrfach ausgezeichnete amerikanische Schriftstellerin, versucht sich an einer „history of walking“ mit dem Titel „Wanderlust“. „This history of walking is an amateur history, just as walking is an amateur act ... it trespasses through everybody elses field – through anatomy, anthropology, architecture, gardening, geography, political and cultural history, literature, sexuality, religious studies“.

2000 folgende: Biker auf Wanderwegen

Am Institut für Natursport und Ökologie beschäftigen sich mehrere Diplomarbeiten mit dem Verhältnis von Wanderern und anderen Natursportlern zur in Ansprache genommenen Natur sowie mit den Konflikten untereinander (Polenz 2000) (Stumpf 2002). Die von Lienen (2004) befragten Wanderer und Mountainbiker bevorzugen gleichermaßen rund zur Hälfte Erd- und Graspfade. Mangels ausgewiesener Strecken nutzen Biker hauptsächlich das Wanderwegenetz. Je ein Drittel hatten schon mal Konflikte miteinander. Wanderer plädieren zur Hälfte, Biker nur zu einem Sechstel für eine Wegetrennung.

2000-2007: Universitäre Forschungsgruppe Wandern

Die „Forschungsgruppe Wandern“ am Fachbereich Erziehungswissenschaften der Universität Marburg beschäftigt sich u.a. mit dem Verhältnis der jungen Generation zum Wandern und den Perspektiven des Schulwanderns. Dazu erhebt sie vorzugsweise empirische Daten. Ihre Erkenntnisse gibt sie in Form von Lehrveranstaltungen, Konferenzen und national vertriebenen Seminarunterlagen weiter.

2001: Marketingkonzeption für den Schwarzwaldverein

Karlheinz Abt, langjähriger Geschäftsführer des Schwarzwaldvereins, entwickelte als Abschluss eines berufsbegleitenden Wirtschaftsstudiums eine Marketingkonzeption für den Schwarzwaldverein (Abt 2001). Angesichts der seit 1992 ständig sinkender Mitgliederzahlen um rund 1-2% pro Jahr bei entsprechend wachsendem Durchschnittsalter ging er davon aus, dass auch Nonprofit-Organisationen moderner Marketing-Erkenntnissen bedürfen. Neumitglieder könnten durch eine Umstrukturierung der Ortsgruppen, die Schulung des ehrenamtli-

chen Personals, neue Kommunikationsformen oder kundenorientierte Angebote gewonnen werden. Das vielversprechende Konzept ist nie zur Anwendung gekommen.

2001: Quantitative Bewertung von Wanderwegenetzen

Die derzeitigen Möglichkeiten elektronischer „Geographischer Informationssysteme“ (GIS) nutzt Neumeyer (2001) beispielhaft zu einer quantitativen und qualitativen Bestandsaufnahme des kompletten Wanderwegenetzes einer ganzen Region. Dazu zerlegt er es in sämtliche von je zwei aufeinander folgenden Wanderwegekreuzungen begrenzte Teilstücke, die er jeweils nach vorgegebenen Qualitätskriterien wie Funktion, Beschaffenheit, Infrastrukturausstattung, Landschaftsattraktivität, Orientierung und Schutzcharakter nach einem Punktesystem bewertet. Indem er die mehr oder weniger unterdurchschnittlich abschneidenden Wegstücke virtuell aus dem Netz herausnimmt, hofft er, einen rudimentären Ausgangspunkt für eine qualitativ hochwertigere Netzrekonstruktion bereitzustellen.

Europa 2001: Leitfaden Wandertourismus

Auf der Grundlage der Erfahrungen mit seitens der EU geförderten Innovationsprojekten in England, Irland, Belgien, Deutschland, Frankreich, Spanien, Italien und Griechenland lässt die Europäische Beobachtungsstelle LEADER einen „Leitfaden für die Entwicklung und Durchführung von Wandertourismusprojekten“ erarbeiten (Kouchner/Lyard 2001). Ihm vorangestellt sind grundlegende Erkenntnisse über das Kundenprofil der Wanderer, wozu allerdings nach Einschätzung der Autoren allzu unzureichende Kenntnisse vorliegen. Empfohlen wird die Inanspruchnahme gebietsexterner Experten.

Schweiz 2001: „Swiss Alpine Walking“ (1)

Christian Laesser vom Eidgenössischen Institut für Öffentliche Dienstleistungen liefert auf der Basis einer umfangreichen Datenbank mit Hunderten von Variablen und Tausenden von Befragten die Grundlage für die Marktforschungs- und Vermarktungslinie „Swiss Alpine Walking“. Er benennt u.a. ein zentrales Problem von Erhebungen, die das Thema Wandern von außen, also nicht während der Ausübung der Tätigkeit ansprechen: Maßgeblich hierfür ist die Selbstdeklaration der Probanden als Wanderer. (Laesser 2001)

Schweiz 2001: Schweizer wandern mehr

Der private, in seinen gemeinnützigen Aktivitäten gleichwohl in hohem Maße staatlich alimentierte Verein „Berner Wanderwege“ beauftragt das Marktforschungsinstitut „Demoscope“ mit einer für die Deutsch- und Westschweiz repräsentativen Wanderbefragung. Danach liegt die Wanderintensität der Schweizer etwas höher als in Deutschland. (Berner Wanderwege 2001, liegt nicht vor)

Österreich 2001: Grenzübergreifende Studie

Eine Gästebefragung der „Euregio via salina“ durch das Mittelstandsinstitut der Fachhochschule Kempten – Regionale Tourismuswirtschaft - gestattet einen Vergleich des Wandergeschehens in den allgäuer und österreichischen Gebieten der grenzübergreifenden Region. Danach erscheint die Landschaft im Allgäu zwar attraktiver, die Wandermöglichkeiten in Österreich werden aber besser beurteilt (Bauer 2001)

Österreich 2001 folgende: Privatinitiative Alpines Wandermanagement

Die „Alpines Wandermanagement GmbH“ Villach kann nach eigenen Angaben für ihre vorwiegend beratende Arbeit auf umfangreiche Datensammlungen zurückgreifen. Allgemeine Trends, Daten der Destinationsebene und Umfrageergebnisse von der Be-

triebsebene stehen zur Verfügung. Eine zentrale Rolle spielt hierbei der 2001-2003 der im Jahresabstand erhobene „Österreichische Wandermonitor“. 2002 stützt er sich auf Vor-Ort-Befragungen in 26 österreichischen Regionen zur Struktur, den Präferenzen, der Zufriedenheit, den Motiven und den Aktivitäten der Gäste, aber auch zu den Kundenurteilen über Landschaft und Wege (Preis 2003). 2003 bilden über 1.000 Fragebögen in den Europa-Wanderhotels und 2.600 Interviews in den Regionen oder per Internet die Grundlage für vertiefende Nachfragen. Der Wandermonitor liefert Informationen zur Zufriedenheit der Gäste, zu ihren Reisemotiven, zu unterschiedlichen Gästegruppen und zu den Erfolgsfaktoren auf dem Wandermarkt. Er bildet eine wesentliche Grundlage für die Entwicklung eines Österreichischen Wandergütesiegels, welches kritische Schauplätze des Erlebens und die damit verbundenen Gästeerwartungen in den Kategorien Region (Landschaftselemente und Attraktionen), Dorf (als Ausgangspunkt der Wanderinszenierung), Weg (als „Bühne des Erlebens“) und Betrieb (als Basiscamp und Servicedienstleister) definiert. Als Kommunikationsschiene für die Präsentation neuer Studien und die daraus gewonnenen Einsichten und Kriterien fungieren u.a. „Wandersymposien“, die zwischen 2003 und 2008 regelmäßig stattfinden und sich an ein wandertouristisches Fachpublikum insbesondere aus den betreuten Wanderhotels und Wanderdörfern richten. (www.alpines-wandermanagement.at/, Narbeshuber 2003, König 2012)

2002: Flächendeckende Wanderwegerevision

Ähnlich wie Neumeyer (2001) stellt sich auch Scheiders (2002) der Aufgabe, das Wanderwegenetz eines regionalen Teils der Südeifel von insgesamt 328 km Umfang einer kritischen Durchsicht zu unterziehen. Sie bedient sich dabei einer vereinfachten Version des Wandersiegels. Während 25% davon gehärtet sind (vor allem Asphalt) und 8% von Straßen begleitet werden, haben nur 13% Natur- und 15% Pfadcharakter – ein typischer Befund. Das Besondere der Moselgemeinden ist ein hoher Anteil von begleitenden Gewässern (18%) und „unberührter Natur“ (20%). Ganz besonders schlecht kommen die Regionalwanderwege weg. Anders als Neumeyer schlägt sie auf dieser Grundlage konkrete Verbesserungen der Wegeinfrastruktur vor.

2002: Neue Schwarzwald-Beschilderung im Test

In den Jahren 2000-2006 wird das gesamte Wanderwegenetz des Schwarzwaldes erneuert und dessen traditionelle Beschilderung komplett gegen ein neues, an das schweizerische Vorbild angelehnte System („gelbe Raute“) ausgewechselt. 14 Monate nach dessen Einführung befragt Heimann (2002) im Rahmen ihrer Diplomarbeit 241 Wanderer in Todtmoos u.a. auch nach ihrem Orientierungsverhalten. Von ihnen halten nicht nur 73% die Kilometerangaben auf den Wegweisern, sondern 56% auch die Höhenangaben für wichtig. Vielfach werden Wanderkarten als gut bezeichnet, die lediglich das alte Wegenetz wiedergaben. Von den Gästen, die dieses noch kannten, ist jedem zweiten die Neubeschilderung noch gar nicht aufgefallen. Insgesamt fühlt sich ein Drittel der Befragten unsicher oder hat sich verlaufen. Derlei Befunde charakterisieren weniger das neue Leitsystem, sondern dessen generellen Stellenwert im Rahmen einer Wanderdestination.

2002: „Psychologie des Wanderns“

Anhand von sechs ausführlichen Interviews versucht sich Andrea Deisen an einer „Psychologie des Wanderns“, indem sie zum Beispiel das rhythmische Gehen und die Wahrnehmung des Naturschönen als sicherheitsstiftenden Faktor interpretiert. (Deisen 2002)

2002: Konflikte Wanderer-Radler überbewertet

Die Akademie für Umweltforschung und –bildung in Europa veranstaltet in Winterberg eine Tagung mit dem Titel „**Konflikte und Kooperationen im Wander-/Radwanderbereich**“. Dabei wird deutlich, dass das Konfliktpotential zwischen den „Brüdern im Wandern“ von den Medien oft überbewertet wird und eher mit „Animosität“ zu charakterisieren wäre (Akademie für Umweltforschung und –bildung in Europa 2002, siehe auch Brämer/Meyer 2001)

Österreich 2002: Qualitätskriterien für Wanderwege und Lehrpfade

Im Rahmen eines Studiums für Tourismuswirtschaft an der Wirtschaftsuniversität Wien legt Walter Heimerl (2002) eine Abschlussarbeit zur Anlage von Lehrpfaden vor, die sich unter anderem auch ausgiebig der Qualität von Wanderwegen widmet. Die dazu auf der Basis von Fachliteratur und eigenen Erfahrungen als Wanderführer entwickelten Qualitätskriterien gehen im touristischen Teil, was Wegeführung und Wegegestaltung betrifft, in eine ähnliche Richtung der zur gleichen Zeit in Deutschland zum Einsatz kommenden Vorgaben für Prädikatswanderwege, blieben aber in Österreich ohne Resonanz. Der Autor stellt sich 2014 auf seiner Website www.wander-experte.at als „staatlich geprüfter Instruktor für Wandern“ vor.

2002-2003: „Wanderbares Deutschland“

Der Deutsche Wanderverband vergibt den Auftrag für die wissenschaftliche Konzeptentwicklung einer vereinsangepassten „Qualitätsoffensive Wandern“ an die Marburger „Projektpartner Wandern“. Vom „Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit“ gefördert, entwickeln die zuvor schon für die Erlebniskriterien das „Deutsche Wandersiegels“ verantwortlich zeichnenden Experten „Empfohlene Gütekriterien für Wanderwege, wanderfreundliche Gastgeber und Wanderprospekte“. Auf dieser Grundlage entsteht unter dem Obertitel „Wanderbares Deutschland“ ein weitverbreiteter „Praxisleitfaden zur Förderung des Wandertourismus“ (Deutscher Tourismusverband/ Deutscher Wanderverband 2002, 2003). Das hierauf fußende Zertifikat „Qualitätsweg Wanderbares Deutschland“ wird seither mit hohem Einsatz als Konkurrenzprodukt zu den auf dem „Deutschen Wandersiegel“ basierenden „Premiumwegen“ promotet. Die beiderseits erfolgreiche Konkurrenz der Label erweist sich als wirksamer Hebel zur überfälligen Modernisierung des deutschen Wandermarktes.

2003: Internationaler Volkssportverband

In der Abschlussarbeit ihres Magisterstudiums in Volkskunde und europäischer Ethnologie setzt sich Stephanie Böß (2003) auf vielfältige Weise mit dem Volkswandern in der vorherrschenden Variante des Internationalen Volkssportverbandes auseinander. Das Auf und Ab ihrer 1968 beginnenden Geschichte dokumentiert sich nicht zuletzt in den Teilnahmezahlen der ausgerichteten Wanderevents. Sie liegen den Angaben zufolge Mitte der 80er Jahre bei rund 9 Mio. und Anfang der 00er Jahre bei rund 2 Mio. Ergänzend zu teilnehmenden Beobachtung an IVV-Wanderungen kann Böß rund 400 Personen vor Ort zum Ausfüllen von Fragebögen zu motivieren. Anders als bei unorganisierten Wanderern verfügen zwei Drittel über einen Hauptschul-, nur gut 10% über einen Oberschulabschluss. Treibendes Motiv ist für 98% ein ausgeprägtes Bewegungsbedürfnis, erst an zweiter Stelle folgt das ansonsten mit Abstand führende Naturerlebnismotiv.

2003: Wandern als Moment einer sozialistischen Arbeiterkultur

Konflikte prägen die Geschichte des Touristenvereins „Die Naturfreunde“ in den ersten Jahrzehnten nach seiner Gründung 1895. Als Gegenentwurf zur „bürgerlichen“ Wanderbewegung begreift er die Eroberung der Alpen zu Fuß als Moment einer sozialistischen Arbeiterkultur. Zu dieser Einsicht kommt Günther (2003) in ihrem historischen Abriss der Geschichte der Naturfreunde im ersten Drittel des 20. Jahrhunderts.

Südtirol 2003: „Alpine Wander-Fachtagung“

Der Alpenverein Südtirol, der Club Alpino Italiano Aldo Adige und die Südtirol Marketing Gesellschaft sind die Veranstalter der „Alpinen Wander-Fachtagung“ in Bozen. Auf dem Programm stehen Vorträge renommierter Experten zu Themen wie den Zukunftsperspektiven des Wanderns, Marketingstrategien sowie Wandern als Trendsport.

Österreich 2003: Wanderstudie Oberösterreich

M. Auinger legt der Karl-Franzens-Universität in Graz eine Diplomarbeit über „Wandertourismus in Oberösterreich“ vor, in der es um die Entwicklung und Ist-Analyse der Angebot-Nachfragesituation in vier Kernwandergebieten Oberösterreichs geht. (Original liegt nicht vor)

Österreich 2003 Tirol-Monitor: Hüttenwanderer etwas sportlicher

Ein an den Profilstudien Wandern orientierter Fragebogen wird 2003 im Karwendel- und Rofangebirge 874 Besuchern von Hütten in „mittleren Höhen“ bis 1950 m über NN vorgelegt. Dabei ist angesichts der relativen Grenznähe in Rechnung zu stellen, dass 83% der Hüttengäste Deutsche sind. Insgesamt sind die Hüttenwanderer im Vergleich zu deutschen Mittelgebirgswanderern etwas sportlicher motiviert und bevorzugen mit deutlichem Abstand alpine Höhen, während letztere lieber in mittelgebirgige Landschaften wandern. Beide Gruppen ziehen Almhöhen eindeutig gegenüber Gipfelhöhen vor. Die relativ wenigen auf den Hütten angetroffenen Österreicher zeichnen sich vor allem dadurch aus, dass sie die alpinen Wanderwege zu mehr als der Hälfte - gegenüber nur einem knappen Viertel der Deutschen - mit „sehr gut“ bewerten,

Schweiz 2003: „Swiss Alpine Walking“ (2)

Das Projekt „Swiss Alpine Walking“ beauftragt das Dichter Institut Zürich mit einer Marktforschungsstudie „Wandern Schweiz“. Darin werden vier Typen von Wandernern unterschieden: Der Typ „High-Tech Touch“ umfasst „zielstrebige Gesundheitswanderer“ mit Vorliebe für Walking, der Typ „Wellness“ betrifft „Regenerationswanderer“, der Typ „Adventure“ sucht die Herausforderung am Berg, der Typ „Friends“ erfasst den Traditionswanderer, dem auch der „Spazierwanderer“, der „Eventwanderer“ und der „Vereinswanderer“ zugeschlagen werden. (Doebeli 2003)

Schweiz 2003: Wandertouristische Nutzung moderner Elektronik

Seiner Zeit erheblich voraus ist Andreas Wingeier mit seiner in Luzern vorgelegten betriebsökonomischen Diplomarbeit über den potenziellen wandertouristischen Nutzen elektronischer Kommunikationsmedien wie Internet, Mobiltelefon, PersonalDigital Assistent oder GPS, die er bereits zu zukünftigen Smartphones verschmelzen sieht. Aufbauend auf dem Kundenprofil des Wandermarktes (die Daten dazu stammen weniger aus der Schweiz als aus Deutschland) und der technischen Entwicklung entsprechender elektronischer Geräte entwickelt er zielgruppengerechte Handlungsempfehlungen für Geräteanbieter.

2003 und folgende: Wandermesse mit wissenschaftlichem Begleitprogramm

Schon im Vorfeld der erstmals 2003 an den Start gehenden Wander- und Trekkingmesse „Tour Natur“ greift die Veranstaltermesse Düsseldorf auf die Ergebnisse der Wanderforschung zurück und präsentiert in den ersten Jahren im Rahmen der vorbereitenden Pressekonferenzen stets aktuelle Befunde. In der Folge wird auch während der Messe ein „Fachprogramm für Wandertouristiker“ mit mehreren Vorträgen/Workshops zu diversen Aspekten des

Wanderns und Wandertourismus angeboten, zunächst vom Wandermagazin, später auch ansatzweise vom Wanderverband.

2004: Zielgruppenanalyse für die wandertouristische E-Kommunikation

Als Grundlage für die Entwicklung eines wandertouristischen „Internet-Destinationsinformationssystems“ im GIS-Format führt Karp (2004) eine beispielhafte Zielgruppenanalyse innerhalb des deutschen Wanderpublikums durch. Er stützt sich dabei sekundäranalytisch auf einschlägige Marktstudien, um sukzessiv den Fokus auf drei ineinander verschachtelte Zielgruppen zu richten: Die Makrogruppe der Freizeit- und Urlaubswanderer, die Kernzielgruppe der Berufstätigen mit mindestens mittleren Bildungsabschlüssen und den internetaffinen Teil dieser Kernzielgruppe. Der Vergleich ihrer demographischen Merkmale sowie wanderrelevanten Gewohnheiten und Einstellungen liefert maßgebliche Anhaltspunkte für eine gezielte Kundenansprache. Karp ist im Anschluss als Consultant für die Firma Project M tätig.

2004: Unrepräsentative Online-Befragung

Um die „Affinity Group der Wanderer“ geht es in einer Online-Umfrage des Lehrstuhls für Organisation und Strategisches Management der Universität Trier. Wie wenig repräsentativ eine solche elektronische Befragung zu dieser Zeit sein kann, zeigt sich schon am Durchschnittsalter der 1363 Beteiligten aus Deutschland, Österreich und der Schweiz von 33 Jahren. Drei Viertel verfügen über das Abitur oder einen höheren Abschluss – eine aus wandertouristischer Sicht traumhaft selektive Affinity Group. (Universität Trier 2004)

2004: Wandern im Tourismusbarometer Ostbayern

Günter Hribek von der Universität Passau („CenTouris – Tourismus in Zahlen“) stellt auf dem Seminar des Tourismusverbandes Ostbayern „Natur zu Fuß – vom alten zum neuen Trend des Wanderns“ wanderbezogene Ergebnisse aus dem Tourismusbarometer Ostbayern vor. Während potenzielle Wanderurlauber in Ostbayern im Mittel 46 Jahre alt sind, liegt das Durchschnittsalter im Bayerischen Wald bei 56 Jahren.

Österreich, Schweiz, Frankreich 2004: Unerwartet geringe Profilsunterschiede

Erneut werden 2004 im Zuge der Profilstudie Wandern 590 Wanderer in Österreich mit demselben Fragebogen wie diejenigen in Deutschland konfrontiert. Aus Gründen der Vergleichbarkeit mit den deutschen Daten finden die Befragungen in drei Bundesländern auf mittleren Höhen zwischen 700 und 1200 m statt – ähnlich wie ergänzend auch in der Schweiz (480 Befragte vorzugsweise im Berner Oberland) und in Frankreich (380 Befragte in den Vogesen). Das ursprüngliche Ziel, grundlegenden nationalen Wandereigenheiten auf die Spur zu kommen, wird im Zuge der Datenauswertung zurückgestellt. Denn tatsächlich fallen „die nationalen Wanderprofilunterschiede erheblich geringer aus als die regionalen Differenzen innerhalb Deutschlands.“ Noch weniger Unterschiede fördert ein Vergleich aller 2.600 Probanden aus den Mittelgebirgen mit allen 1.400 Probanden aus den mittleren Höhen der Hochgebirge zutage. „In 85% aller Fragen herrscht annähernder Gleichklang“. Am größten sind die Differenzen beim Urlauberanteil (in den Alpen doppelt so hoch) und bei den landschaftlichen Vorlieben (Alpenwanderer präferieren Alpen, Mittelgebirgswanderer präferieren Mittelgebirge). Unabhängig davon werden Almhöhen hier wie dort Gipfelhöhen vorgezogen.

Schweiz 2004: Wandern in Deutschland und in der Schweiz

Arnold Kappler stellt den Projektstand der schweizerischen Wanderforschung vor. Er nimmt dabei u.a. Bezug auf die quantitative und qualitative Studie „Wandern

Schweiz“ (2003 auf der Basis von 800 Interviews) und „Wandern Deutschland“ (2004 auf der Basis von 600 Interviews) des Züricher Dichter-Instituts Bezug – mit dem deutschen Studien diametral widersprechenden Ergebnis, dass es einen „klaren Trend in Richtung zu animiertem, geführtem, thematisiertem, leistungsorientiertem Wandern“ gibt. Womöglich ist das auf die Auswahl der Befragten zurückzuführen, die zu 82% (Schweiz) und 91-97% (Deutschland) angeben zu wandern (Projektgruppe Swiss Alpine Walking 2004)

Schweiz 2004: Stand Schweizer Wanderwege

Evelyne Niederhauser schreibt ihre Lizentiatsarbeit am Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus der Universität Bern über Themen- und Erlebnispfade im Kanton Bern. Obwohl die Schaffung immer neuer Wege zu einem Wildwuchs an Markierungen geführt hat, lehnen 71% der von ihr befragten Wanderer eine einheitliche Markierung ab – trotz der einheitlichen Vorgaben durch die staatlich geförderte Organisation „Schweizer Wanderwege“. (Niederhauser 2004)

Österreich 2004 folgende: Tourismus Monitor Austria

Die Gästebefragung T-MONA (Tourismus MONitor Austria) ist ein breit verankertes Projekt der Österreich Werbung in Abstimmung mit dem Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft, der Wirtschaftskammer Österreich und den neun Landestourismusorganisationen. Die repräsentative Erhebung unter jeweils zehn- bis fünfzehntausend privaten Österreich-Urlaubern wird im Abstand von zwei bis drei Jahren getrennt nach Winter- und Sommersaison durchgeführt und deckt im Sommer regelmäßig auch das Thema Wandern ab. Für eine Reihe von Bundesländern gibt es regionale Sonderauswertungen. Alle folgenden Informationen sind dem Web herunterladbar, ausführlicher Ergebnisberichte sind kostenpflichtig.

Insgesamt geben rund 40% der in der Sommersaison Befragten an, Wanderurlauber oder Bergsteiger zu sein, gut jeder zweite davon stammt aus Deutschland. Das Durchschnittsalter der Wanderurlauber ist von 52 Jahren 2006 infolge hoher Zuwächse unter den 30-49jährigen auf 47 Jahre 2008 gesunken, bis 2011 aber wieder auf Mitte 48 Jahre gestiegen. Beruflich befindet sich jeder fünfte Wanderer im Ruhestand, jeder vierte (2008) bzw. jeder dritte (2011) verfügt über einen Universitätsabschluss und 45% reisen zusammen mit einem Partner an. Wandergäste sind vor allem Individualtouristen und geben als Hauptmotiv an, in der Natur aktiv sein zu wollen. Die meisten Befunde decken sich weitgehend mit entsprechenden Daten aus Deutschland.

(<http://www.austriatourism.com/tourismusforschung/t-mona-urlauberbefragung>, weitergehende Webrecherche, König 2012)

Schottland 2004: Onlineerhebung unter jungen Deutschen

Die schottische Tourismusagentur „VisitScotland“ schickt über 21.000 Deutschen, die sich an Reisen und Wandern in Großbritannien interessiert gezeigt haben, eine Email mit einem umfangreichen Fragebogen zum Thema „Walking Holiday in Scotland“. Rund 1.600 Angemahlte geben Auskunft über ihre Erwartungen und Erfahrungen. Je ein Drittel von ihnen ist bis 34 bzw. 35 bis 44 Jahr alt. Ihre Informationen über die Wandermöglichkeiten in Schottland stammen in erster Linie aus dem Internet, gefolgt von Freunden und Familie. (Dickie 2004)

USA 2004: Bindung von Wandertouristen

Um die Gästebindung an Wanderdestinationen geht es in einer Untersuchung von Kyle u.a. (2004). Sie haben ein Modell der dafür relevanten Faktoren entwickelt und testen es anhand der Befragung von Wanderern entlang des Apalachian Trails.

2004/2009 Marburger Pilgerstudie: Pilgern als temporäre Regression

Die Forschungsgruppe Wandern der Universität Marburg konfrontiert 2004 gut 300 Pilger auf dem spanischen Jakobsweg in vier Sprachen u.a. mit Fragen nach ihren Motiven. An der Spitze rangierten neben der wandertypischen Freude an Natur und Landschaft die Wiederentdeckung des einfachen Lebens und alter Werte. Die darauf sowie auf weiteren Pilgerbefragungen basierende „Pilgerstudie 2009“ interpretierte dies als Versuch der Regression aus einem überfordernden Alltag in eine naturnah-heile nostalgische Welt, wie es ähnlich auch auf das Wandern zutrifft. Spirituelle oder gar religiöse Motive spielen demgegenüber eine zweitrangige Rolle. Im Anhang der Pilgerstudie werden Einstellungen, Motive, Vorlieben und Gewohnheiten von Pilgern und Wanderern verglichen sowie die Besonderheiten deutscher Pilger herausgearbeitet.

2005: Was motiviert Langstreckenwanderer?

Auf die Suche nach den Motiven ausdauernden Wanderns begibt sich Paula Pülz in ihrem Buch „Die Faszination des Wanderns“ anhand von wenigen Interviews und assoziativen Texten. Psychologische Hintergründe stehen im Vordergrund, etwa wenn es um die Erfahrung der eigenen Grenzen, die Entdeckung der Langsamkeit und den inneren Weg zur Spiritualität geht. (Pülz 2005)

2005: Landschaftserlebnis per GIS

Um die Entwicklung und Umsetzung eines internetbasierten Informationssystems für den sanften Wandertourismus auf der Basis von Geographischen Informationssystemen geht es Michaela Geier in ihrer geographischen Diplomarbeit an der Universität München. Anhand von 92 Interviews mit Wanderern im Bayerischen Wald versucht sie, Aufschlüsse über deren Informationsverhalten zu gewinnen, wobei die per GIS vermittelte Landschaftsinterpretation als touristisches Steuerungsinstrument fungiert. (Geier 2005)

2005-2006: Wertschöpfung durch Wanderwege

Die dwif-consulting GmbH München legte 2005 eine breit angelegte, empirisch untermauerte Studie zu Umsatz und Wertschöpfung in Zusammenhang mit dem vier Jahre zuvor eröffneten Rothaarsteig vor („Wirtschaftsfaktor Tourismus am Rothaarsteig“), die einen steigbedingten Bruttoumsatz von 33 Mio. € ausweist. Die Verallgemeinerung der Befunde erfolgt 2006 auf der Tagung „Wirtschaftliche Effekte des Wandertourismus“ in Geisenheim (Harrer 2006).

Österreich 2005-2006: Organisierte Hüttenwanderer

Im Auftrag des Österreichischen Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit porträtiert eine Forschergruppe der Wiener Universität für Bodenkultur im Sommer 2005 knapp 1.200 Bergwanderer und Bergsteiger in 44 nur durch einen längeren Fußmarsch zu erreichenden alpinen Hütten. Die relativ sportlichen Befragten sind großenteils 3 bis 4 Tage unterwegs und mit 41 Jahren im Schnitt deutlich jünger als Normalwanderer, überdurchschnittlich gebildet und „zu einem hohen Anteil in alpinen Vereinen organisiert, allerdings überwiegend als passive Mitglieder“. Hauptmotive für eine Vereinsmitgliedschaft sind Versicherungsangebote sowie Vergünstigungen bei Hüttennächtingen. (Muhar u.a.2006)

2006: Statistiken für Touristiker Als „exklusiven Service“ für seine Mitglieder legt der Nordrhein-Westfalen-Tourismus e.V. eine Sammlung von Zahlen, Daten und Fakten zum Wandertourismus vor. Er stützt sich dabei vorrangig auf die „Profilstudien Wandern“ des Deutschen Wanderinstituts, aber auch auf Angaben des Wandermagazins sowie des Deutschen Wanderverbandes.

2006: Statistiken für Vereinsmitglieder

Ingo Seifert-Rösing stellt in einer Artikelserie in dem Informationsblatt „Wanderzeit“ des Deutschen Wanderverbandes statistische Daten zum Wanderthema aus unterschiedlichen Quellen vor.

2006: Heilklima-Wandern

Der Verband Heilklimatischer Kurorte Deutschlands entwickelt und propagiert unter Federführung des Freiburger Meteorologen Gerd Jendritzky das sogenannte „Heilklima-Wandern“ auf der Basis von „Klima-Wanderwegen“. Es handelt sich um eine meteorologisch modernisierte Variante der Terrainkur, die nicht nur Anpassungsvorgänge des Herz-Kreislaufsystems auslösen, sondern auch durch eine gezielte Kälteadaptation zur Normalisierung des Thermoregulationssystems beitragen soll. (Jendritzky 2006)

2006: Was beim Wandern stört

Die Nutzung von Wald und Flur „zum Zwecke der Erholung“ wird in Deutschland seit Jahrzehnten überwiegend unter dem Gesichtspunkt ökologischer Belastungen untersucht. Mann (2006) beschäftigt sich als einer der ersten mit der umgekehrten Frage, was die Erholungssuchenden an der Wanderlandschaft stört – wie zum Beispiel der Zustand der Erholungseinrichtungen, die Art der Waldbewirtschaftung oder andere Besuchergruppen. Dazu befragte er neben Radlern, Reitern und Joggern mehrheitlich Wanderer – allerdings ausschließlich aus der vergleichsweise unrepräsentativen Randgruppe der Vereinswanderer. Sie ärgern sich mit Abstand am meisten über Müll, Vandalismus und zu viel Radler.

2006: Was ist und will die Spaziergangswissenschaft?

Der 1972-97 als Professor am Fachbereich Architektur, Stadt- und Landschaftsplanung der Universität Kassel wirkende Lucius Burckhardt fasst in einem Sammelband seine Ansätze zu einer „Spaziergangswissenschaft“ (auch Promenadologie, engl. Strollology) zusammen. Unter dem Titel "Warum ist Landschaft schön?" geht es ihm weniger um eine empirische Landschaftsästhetik, sondern um ein anderes Verständnis von Landschaft und urbanem Raum. Ihm zufolge ist die Landschaft „ein Konstrukt“, das er für planerische Zwecke bevorzugt aus kulturwissenschaftlich-künstlerischer Perspektive betrachtet und im Wege reflexiver Spaziergänge zu erschließen empfiehlt.

2007: Soziopsychographische Zielgruppen

Im Rahmen der Internationalen Tourismusbörse veranstalten der Sauerland-Tourismus und der Deutsche Wanderverband ein Fachforum Wandern und präsentieren dort die Ergebnisse einer „Zielgruppen- und Segmentanalyse“, die der Sauerland-Tourismus beim Marktforschungsunternehmen Project M in Auftrag gegeben hat. Darin werden die Wanderer nach und interessenbezogenen „Affinitätsgruppen“ differenziert. Projekt M unterscheidet u.a. die Affinitätsgruppen „Klassischer Wanderer“, „Anspruchsvoller Naturgenießer“, „Pilgerwanderer“, „Aktivwanderer“ und „Extremwanderer“.

2007: Wanderforschende Jungtouristiker

261 Wanderer werden in erstaunlich professioneller Weise von einer Klasse der Höheren Berufsfachschule Bad Dürkheim im Fach Tourismusmanagement an 8 Standorten im westlichen Pfälzer Wald nach ihren Wandergewohnheiten, ihrer Wanderausrüstung, nach lohnenden Zielen, der Qualität der Wanderwege und der Gestaltung eines Wanderurlaubs befragt. Dabei stellt sich heraus, dass Vielwanderer und Wanderurlauber vergleichsweise unzufriedenen mit der vorgefundenen Infrastruktur sind.

2007: „Zielgruppen- und Segmentanalyse“

Die Tourismusexperten von Projekt M GmbH führen eine wandertouristische „Zielgruppen- und Segmentanalyse“ durch. Darüber referieren sie im Zuge des „Fachforums Wandern“ anlässlich der Internationalen Tourismusbörse Berlin. Eine Mitschrift liegt nicht vor, die Ergebnisse dürften aber in ihre Wanderstudie 2014 eingegangen sein (s.u.).

Schweiz 2007: Technische Qualitätsziele für Wanderwege

Im Auftrag des Berner Bundesamtes für Strassen entwickelt der Verein „Schweizer Wanderwege“ in Zusammenarbeit mit „SchweizMobil“ Qualitätsziele für Wanderwege in der Schweiz. Sie betreffen die Leistungsbereiche Planung, Bau und Signalisation. Dabei „wird das Konzept der anbieterseitigen Qualitätsmessung verfolgt. Verfahren der – alternativen – nachfrageseitigen Qualitätsmessung sind in dieser Empfehlung nicht vorgesehen“ (Schad 2009)

Schweiz 2007: Weitwandern hat geringes touristisches Potenzial

Gerhard Wandel (2011) berichtet in der Weitwanderzeitschrift „Wege und Ziele“ von einer nicht näher spezifizierten schweizerischen Masterarbeit über „Fernwandern als ein touristisches Thema“. Diese kommt zu ähnlichen Ergebnissen wie die Profilstudien Wandern, stellt aber darüber hinaus fest: „Das touristische Potenzial des Weitwanderns wird als gering im Verhältnis zu den Tageswanderern eingeschätzt. Das größte touristische Potenzial im Bereich des Weitwanderns weist der Pilgertourismus auf“.

Schweiz 2007: Wandertourismus in abgelegenen Gebieten

Um die wandertouristischen Perspektiven abgelegener („remoter“) Gebiete geht es in einer Studie der Eidgenössischen Forschungsanstalt WSL. Dazu werden in ausgeklügelter Weise 230 „Probanden“ in zwei Südschweizer Alpentälern zur Ausfüllung deponierter Fragebögen gewonnen. In deren Auswertung lassen sich drei Typen von Einsamkeitswanderern unterscheiden: Asketische „Puristen“, ambivalente „Pragmatiker“ und an einer Verbesserung der dürftigen Infrastruktur interessierte „Strukturisten“. (Boller 2007, Boller u.a. 2008)

Portugal 2007: Erhöhung der wandertouristischen Ausgabenbereitschaft

Kastenholz/Rodrigues (2007) werten eine Befragung von 200 portugiesischen und ausländischen Wanderern primär unter dem Gesichtspunkt möglichst großer Tagesausgaben während der Tour aus, um durch deren gezielte Ansprache die „Nachhaltigkeit“ des ländlichen Tourismus zu fördern.

2008: Start von www.wanderforschung.de

Mit seinem Abschied aus der Marburger akademischen Lehre und Forschung konzentriert der Natursoziologe Rainer Brämer seine Forschungstätigkeit auf das Deutsche Wanderinstitut. Neuere Befunde werden seither thematisch geordnet auf der Website Wanderforschung.de veröffentlicht. Mit Blick auf die zentrale Rolle des Naturerlebnisses beim Wandern geht gleichzeitig die Seite natursoziologie.de ans Netz.

2008: Typologie des Rheinsteigwanderers

Im Rahmen seiner Magisterarbeit „Wandern auf dem Rheinsteig – Renaissance einer ‚Altherendisziplin‘“ am Institut für Geographie der Uni Mainz unternimmt Thomas Kunkel anhand der Befragung von 553 Wanderern den Versuch einer Typologie des „Rheinsteigers“ und geht dabei u.a. der Frage nach, inwieweit sich dessen Motive mit denen von Jakobspilgern decken (Kunkel 2008).

2008: Kulturwissenschaftliche Spaziergangswissenschaft

Das Dezernat für Umwelt und Gesundheit der Stadt Frankfurt veranstaltet im September einen internationalen Kongress „Gut zu Fuß. Die Spaziergangswissenschaft – Sehen, Erkennen und Planen“. Seinen Veranstaltern geht es darum, „einen Impuls für die zukünftige Interpretation der Umwelt und eine andere Architektur und Planung“ zu geben. Sie ist maßgeblich vom Schweizer Soziologen und Planungstheoretiker Lucius Burckhardt inspiriert (s.o).

2008: Konflikte mit Bikern

In seiner Diplomarbeit widmet sich Reibetanz den notorischen Animositäten zwischen Mountainbikern und Wanderern am Beispiel der Nationalparkregion Harz (Reibetanz 2008).

2008: Vorbildliches Leitsystem am Rennsteig

In Rahmen einer bemerkenswert aufwendigen Studienarbeit konfrontiert Immo Wahl rund 200 Rennsteigbesucher mit einem an den Profilstudien Wandern orientierten Fragebogen. Die Ergebnisse weichen nur wenig von denen der Profistudien ab –mit Ausnahme einer eminent positiven Bewertung des dortigen Wanderleitsystems.

Schweiz 2008-2009: Großstudie „Wandern in der Schweiz“

Unter dem Titel „Wandern in der Schweiz“ geben das Schweizer Bundesamt für Straßen (Bereich Langsamverkehr) und dem Verband „Schweizer Wanderwege“ den ersten Bericht eines geplanten „Schweizer Wandermonitorings“ heraus. Er basiert auf einer Sekundäranalyse der Studie „Sport Schweiz 2008“ mit über 10.000 Befragten, ergänzt um eine eigenständige Befragung von 2.225 aktiv Wandernden. Die Autoren kommen zu gänzlich anderen Ergebnissen als das Projekt „Swiss Alpine Walking“ (s.o.). So liegt die Wanderquote mit 33% sehr viel niedriger - bei starken Unterschieden zwischen den Sprachregionen (deutsch 39%, französisch 17%, italienisch 23%). An die deutschen „Profilstudien Wandern“ erinnern die dominierende Rolle des Naturmotivs oder die geringe Bereitschaft, sich in Vereinen zu organisieren. (Lamprecht u.a. 2009)

Österreich 2008: Erholung durch Bergwandern

Das Zentrum für Gesundheit der Sporthochschule Köln geht anhand von 150 Gästen der Europa-Wanderhotels der Wirksamkeit eines Wanderurlaubs in den Bergen nach. Nach Klärung des Wanderverhaltens und der Wandermotive geht es dabei vor allem um die subjektive Befindlichkeit der während ihres Aufenthalts regelmäßig zu geführten Wanderungen aufgeforderten Hotelgäste. Sie bewerten Ihre Leistungsfähigkeit und ihren Gesundheitszustand am Ende des Urlaubs deutlich positiver, was allerdings mindestens teilweise auch auf die Feriensituation, ihre Beteiligung an einer wissenschaftlichen Studie und auf die hochwertige Gastronomie zurückzuführen sein könnte. (Volkenrath/Wallmann 2008)

Canada 2008: Trans Canada Trail

In mehreren Varianten verbindet der 18.078 Kilometer lange Trans Canada Trail den Pazifischen, den Atlantischen und den Arktischen Ozean miteinander. Lu/Campbell (2008) befragen Einwohner von Winnipeg nach ihren Erfahrungen und speziell nach ihren Problemen beim Bewandern des Trails. Ihre Wahrnehmungen unterscheiden sich je nachdem, ob sie gerade unterwegs sind oder den Weg verlassen.

2008/2010: Handbücher zum Wandertourismus

Ausgehend von der seinerzeit mehr oder weniger unzutreffenden Annahme, dass es in Deutschland aktuell immer mehr, immer jüngere und immer mehr in Vereinen organisierte Anhänger des Wanderns gibt, verfasst eine Forschergruppe der Hochschule Harz zwei Handbücher zum Wandertourismus. Im ersten stellen Menzel u.a. (2008) in Stil eines Benchmarkings anhand von Alleinstellungsmerkmalen, Angebotspaletten, Vermarktungskonzepten und Reaktionen auf das Trendthema „Wandern und Gesundheit“ zehn wandertouristisch führende deutsche Mittelgebirgsdestinationen vor. Auswahlkriterien für die Klassifizierung als „Best in Class“ sind Höhenlage, Beliebtheit, Bekanntheit und Besucherzahlen. Geradezu eine Tour d’Horizon durch das Themenspektrum Wandern bietet das Kompendium von Dreyer u.a. (2010). In umfangreichen Kapiteln werden die Nachfragesituation, das Destinationsmanagement, die Angebotsgestaltung (Wanderwege, Wandertouren und Wandergastronomie) und das Marketing abgehandelt. Dabei geht es immer wieder um Begriffsdefinitionen, empirische Befunde, handelnde Akteure und Best-Practice-Beispiele. Eine Übersicht über Institutionen der Wanderforschung und ihre Arbeitsfelder verzeichnet 18 Nennungen, von denen sich jedoch bestenfalls ein Drittel einigermaßen dauerhaft und gezielt dem Thema widmet. Erneut erfahren Gesundheitsaspekte als besonders zukunftssträftig Potenziale der Branche eine besondere Beachtung.

2009: „Ambulatorische Wanderforschung“

Die Agrarwissenschaftlerin Judith Specht promoviert an der Universität Göttingen mit dem kulturgeographischen Thema: "Fernwandern und Pilgern in Europa - Über die Renaissance der Reise zu Fuß". Sie klassifiziert ihre Arbeit als „ambulatorische Wanderforschung“, die sich auf systematische Tiefeninterviews der von ihr begleiteten Fernwanderer entlang dreier einschlägiger europäischer Fernwanderwegen gründet. Dabei unterscheidet sie erholungssuchende Urlauber von denjenigen, der die große Tour als "Passageritual" in einem biographischen Wendepunkt erleben.

2009: Großstudie „Wandern in Deutschland“

„Wandern in Deutschland“ betitelt sich eine Studie des Marktforschungsinstituts Trendscape, in die 1.000 Bundesbürger telefonisch und gut 2.300 Wanderer in Ausübung ihres Hobbys deutschlandweit befragt werden. Die Fragen betreffen die Soziodemographie, die Urlaubs-Wandergewohnheiten und –vorlieben, die Zertifizierung von Wanderwegen und –gastgebern und die wandertouristische Wertschöpfung (Trendscape 2009). Die im Abstand von zwei Jahren geplante Fortführung der Erhebung scheiterte offenbar an dem unerwartet hohen Aufwand und der zu geringen Bereitschaft von Marktteilnehmern, sich an der Finanzierung der Studie zu beteiligen.

2009: Wandern aus Mediensicht

Im Rahmen ihrer Trendberichte für spezielle Zielgruppen stellt die Zeitschrift W&V Media eine Reihe aufschlussreicher statistischer Daten für den Themenbereich Wandern und Wanderer zusammen (Wadlinger 2009). So erweisen sich Deutsche, die „besonders gern wandern“, beim Lesen von Zeitschriften überdurchschnittlich interessiert an den Themen Ernährung, Gesundheit, Reise, Tiere und Natur und Politik.

2009: Wandern im Land der Premiumwege

Das Sparkassen-Tourismusbarometer Saarland für 2009 setzt einen Schwerpunkt auf das Thema Wandern. Dafür wurden Wanderer an fünf Standorten mit Anschluss an Premiumwanderwege sowie Beherbergungsbetriebe befragt und eine vergleichende Analyse von wandertouristischen Webseiten durchgeführt. Unter den Befragten gab es mehr Alleinwandernde

als Personen im Familienverbund. Mehr als die Hälfte von ihnen gibt an, dass die Ausweisung von „Premiumwegen“ für die Wanderentscheidung eine große Rolle spielte. (dwif 2009)

Schweiz 2009: Jakobspilger bleiben im Lande

Mit der Ausweitung des Jakobswegenetzes über ganz Europa wurden auch in der Schweiz Pilger Routen Richtung Santiago ausgewiesen. Dähler (2009) befragt hier 665 Pilger nach dem Woher und Wohin. Rund 60% verwandeln sich nur für einen Tag in Jakobspilger, lediglich 13% streben über die Schweizer Grenze hinaus. „Die Gruppe der im eigentlichen Sinne ‚religiösen‘ Pilger umfasst nur eine kleine Minderheit der Mehrtages- und Langzeitpilger“.

Kroatien 2009: Wandern als „Way of Life“

Obwohl Wandern den spezifischen Stress des modernen Lebens nachweislich mindern kann, bleiben viele Zeitgenossen gehäuft. Roberson Jr/Babic (2009) interviewen in den kroatischen Wäldern 122 Wanderer, um herauszubekommen, was sie in Bewegung bringt. Zentrale Motive resultieren aus dem Naturerlebnis, der mentalen und physischen Erholung und der Interaktion mit anderen. Wandern erweist sich dabei „as a way of life“, was stärker in den Vordergrund gestellt werden sollte.

2009/2010: „Grundlagenuntersuchung“ zum deutschen Wandermarkt

Der Deutsche Wanderverband befragt in Zusammenarbeit mit dem europäischen Tourismusinstitut Trier für seine „Grundlagenuntersuchung Freizeit- und Urlaubsmarkt Wandern“ repräsentative Stichproben im Gesamtumfang von 7.500 Deutschen, davon 3.000 telefonisch und 4.500 Wanderer vor Ort. Das Themenspektrum erstreckt sich von soziodemographischen Daten über den Wandermarkt bis zur Wanderinfrastruktur (Bundesministerium für Wirtschaft 2010). Der bemerkenswerteste Befund betrifft die mittlere Tourenlänge, die um ein Drittel kürzer ausfällt als in vergleichbaren Studien.

2009/2010: Wanderboom oder –baisse?

Die Geographin Luisa Vogt unternimmt den Versuch, anhand gängiger Markt-, Freizeit- und Urlaubsstudien Licht in die vergleichsweise inkonsistenten demoskopischen Erhebungen zum Thema Wandern zu bringen. Den Anfang des Jahrzehnts in den Medien behaupteten Wanderboom kann sie bis auf eine kurze Zeitreihe bei der jährlichen Allensbacher AWA-Erhebung nicht bestätigen. Überwiegend weisen statistische Trends in die gegenteilige Richtung einer allmählichen Abnahme der Wanderaktivität.⁶ (Vogt 2009/2010)

10er Jahre

2008 folgende: Spaziergangswissenschaft international

Im Anschluss an den Kongress zur Spaziergangswissenschaft eröffnet Bertram Weisshaar, studierter Landschaftsplaner, „freiberuflicher Spaziergangsforscher“ und Betreiber des „Atelier Latent Spaziergangsforschung & Fotografie“ in Leipzig, einen Weblog unter www.spaziergangswissenschaft.de („Aus der Praxis der Promenadologie“), in dem er über Spaziergangsevents wie z.B. die internationale Konferenz "On Walking" in England, ein

⁶ Auf eine seinerzeitige Nachfrage fand das Allensbacher Institut für Demoskopie keine Erklärung für seine singular nach oben tendierenden Wanderquoten in der ersten Hälfte der Nullerjahre – siehe <http://www.wanderforschung.de/WF/wandermarkt/wanderdemoskopie.html> .

„Festival des Spazierens“ in Basel oder ein Symposium zur Spaziergangswissenschaft „Lucius Burckhardt Convention 2014“ in Kassel berichtet.

2009-2013 Wanderblog mit Forschungspräsenz

Der Geograph und Regionalentwickler Michael Hahl nimmt als praxisnaher Experte in seinem Blog „Wanderfokus Odenwald“ immer wieder auch zu aktuellen Entwicklungen in der Wanderforschung Stellung – wie zum Beispiel mit seinem Konzept "Qualitätsnetzwerk Wanderkompetenz - Wanderplanung zwischen Wegesystem und Markenbildung" im Dezember 2012. http://wanderfokus-odenwald.blogspot.de/2012_12_01_archive.html

2010: Fachprogramm der Wandermesse zu Wandermarken

Im Rahmen des Fachprogramms der Düsseldorfer Wandermesse TourNatur 2010 befassen sich mehrere Referate u.a. mit Nutzen und Durchschlagskraft von Wandermarken. Bernd Eisenstein von der Fachhochschule Westküste vergleicht unter diesem Aspekt 20 Wanderdestinationen in deutschen Mittelgebirgen, Heinz-Dieter Quack von der Ostfalia-Hochschule für angewandte Wissenschaften spricht die Zertifizierung von Wanderwegen an.

2010 Junges Wandern?

Im Mai 2010 berichtete die Presseagentur DDP über eine repräsentative Umfrage des Senders MDR zu Freizeitsportarten unter 2.700 20-39jährigen aus Thüringen, Sachsen und Sachsen-Anhalt. Von ihnen "interessieren sich jeweils mehr Befragte für Wandern und Spazieren als für Fitnessstudio-Besuche, Skilanglauf und Skiwandern." In der Kombination mit dem Massenhobby Spazieren sagt das allerdings wenig über junge Wanderneigungen aus.

Österreich 2010: Österreichischer Alpenverein wenig wanderaffin?

Ähnlich wie der Deutsche Alpenverein hält sich auch der Österreichische Alpenverein mit Äußerungen zum Thema Wandern zurück, obwohl es sich dabei um die vermutlich meistausgeübteste Tätigkeit in der alpinen Sommersaison handelt. In der Online-Zeitschrift Tourist Austria International 2013 findet sich eine Mitteilung, die zumindest auf gewisse Forschungsambitionen hindeutet: „Dem Österreichischen Alpenverein zufolge gibt es mit 2,355 Millionen Personen in Österreich mehr Wanderer und Bergsteiger als Alpinkifahrer. Die Zahl ausländischer Wanderer und Bergsteiger, die nach Österreich kommen, beläuft sich auf weitere ca. 2,5 Millionen. Der touristische Umsatz aus dem Bereich „Wandern und Bergsteigen“ in Österreich belief sich 2010 laut Alpenverein auf 1,4 Mrd. Euro.“

Österreich 2010: Magie des Gehens

Die in engem Zusammenhang mit dem „Alpinen Wandermanagement“ stehende Vereinigung für Qualitätssicherung für Wandern in Österreich e.V. lädt zu einem Wandersymposium „Inspiration Natur – Magie des Gehens“ ein. Es geht um die Stärken und Schwächen des österreichischen Wanderangebots sowie um Marktchancen und das Markenmodell von Österreichs Wanderdörfern.

Portugal 2010: Wandern, Gesundheit, Wellness

In der Zeitschrift „Journal of Vacation Marketing“ spielt Hiking eine auffallend untergeordnete Rolle. Unter den Aufsatztiteln erscheint es lediglich bei Rodrigues u.a. (2010) in Zusammenhang mit Konzepten für den zunehmend populäreren Gesundheits- und Wellness-Tourismus. Eine Erkundungsstudie zu Wanderern in Portugal gibt Anlass für hilfreiche Hinweise zur Planung und Management des ländlichen Tourismus (Abstract)

USA 2010 folgende: Website „Hiking Research“

Seit 2010 stellt Mark Ellison auf der blogartigen Website <http://hikingresearch.wordpress.com/> neue wissenschaftliche Befunde zur „restorative power of nature“ vor. Unter den dort abrufbaren Links zu Websites, die sich mit dem Zusammenhang von Natur, Landschaft und Wandern befassen, gibt es auch einen Verweis auf „Wanderforschung (German for Hiking Research)“. Ellison hat über „Nature, Environment and Human Health“ promoviert und ist Lehrbeauftragter zu diesem Thema in North Carolina. Sein Paper „An exploratory study of the restorative benefits of hiking in wilderness solitude and the relationship to job satisfaction.“ stellt er (zusammen mit J. Bartlett) auf der AHRD International Research Conference in the Americas in Denver vor.

Schweiz 2010: Internationales Wanderpublikum

Seit 2010 treibt der Schweizer Kanton Graubünden unter dem Stichwort „Graubünden Hike“ die Modernisierung seiner Wanderinfrastruktur und –angebotspalette voran. Dabei greift er auf eine Reihe Schweiz- und Graubünden-bezogener Markterhebungen zurück, allen voran „Wandern in der Schweiz“ von 2008 (s.o.). Ähnlich wie in Deutschland rangieren auch in Graubünden kürzere Tageswanderungen mit Abstand vor anspruchsvolleren alpinen und mehrtägigen Touren. (Fachstelle für Langsamverkehr Graubünden 2014)

2011 folgende: „Erlebnis Spazierwandern“

Als Reaktion auf einen Trend zu immer kürzeren, bequemeren Wandertouren wird von www.wanderforschung.de das Thema Spazierwandern aufgegriffen und als eine Freizeitaktivität identifiziert, die von einem noch größeren Gegensatz als das Wandern zwischen der Verbreitung in der Bevölkerung einerseits und ihrer wissenschaftlichen wie touristischen Missachtung andererseits gekennzeichnet ist. Im Deutschen Wanderinstitut schließen sich daran das Projekt „Erlebnis Spazierwandern“ sowie die Vorbereitung auf die Zertifizierung von „Premiumspazierwanderwegen“ an.

Schweiz 2011: Ökonomischer Nutzen der Wanderwege höher als ihre Kosten

Lohnen Investitionen in Wanderwege? Dieser Frage gehen Sommer u.a. (2011) im Auftrag der „Schweizer Wanderwege“ und des schweizerischen Bundesamtes für Strassen in einer umfangreichen Studie nach. Dazu stellen sie auf der Basis eines elaborierten Kostenmodells („Planung, Unterhalt, Instandstellung, Signalisation und Verwaltung“) die öffentlichen Aufwendungen dem gesellschaftlichen Nutzen volks- und regionalwirtschaftlicher sowie gesundheitlicher Art gegenüber. Dazu ermittelte Eckdaten betreffen u.a. die Länge des Wanderwegenetzes (66.000 km), die Kosten für dessen Pflege (53 Mio. CHF pro Jahr), die Zahl der Wandernden (2.4 Mio.), deren Ausgaben (1.6 Mrd CHF) sowie die daraus resultierende direkte und indirekte Wertschöpfung (1.2 Mrd-CHF entsprechend 12.600 Vollzeitstellen). „Insgesamt gibt es gute Gründe davon auszugehen, dass sowohl aus individueller als auch aus gesellschaftlicher Sicht die gesamten Nutzen des Wanderns deutlich höher sind als die Kosten“.

Österreich 2011: Wanderurlauber mehrheitlich Deutsche

Die regelmäßige Gästebefragung T-MONA (Tourismus-Monitor Austria) im Auftrag der Österreich-Werbung widmet dem Wandern eine ausführliche Sonderauswertung. Danach sind „knapp 40% aller Sommerurlauber als Wanderurlauber zu bezeichnen“. Im Mittel sind sie 48 Jahre alt, kommen zu 55% aus Deutschland, gehen nebenbei überproportional viel spazieren, übernachten länger als Durchschnittsurlauber und nennen verstärkt als Entscheidungskriterien Österreichs Berge (80%) sowie Landschaft (79%).“ (Österreich Werbung 2011, König 2012)

Australien 2011: Nachhaltige Wanderwege in Tropenwäldern

Tourismus hat einen ambivalenten Einfluss auf die bedrohten Regenwälder in Australien Faktor. Auf der Grundlage einer Besucherbefragung zu den Erwartungen und zur Zufriedenheit mit Wanderwegen in den Welterbe-Tropenwäldern des Kontinents untersuchen McNamara/Prideaux (2011), wie naturnahe Hikingtrails in einer nachhaltigen Weise gestaltet werden können.

2012: Stagnation bei Wanderurlauben prognostiziert

Die Profilstudien Wandern haben es immer wieder hervorgehoben: Beim Wandern geht es in allererster Linie um das unmittelbare Naturerlebnis. Die Reiseanalyse 2012, seit langem erstmals wieder mit einem Themenschwerpunkt Natur befasst, kommt zu demselben Ergebnis. Wenn Deutsche an einen Wanderurlaub denken, assoziieren knapp drei Viertel von ihnen das Merkmal „naturnah“, gut zwei Viertel die Merkmale „umweltverträglich“ und „anstrengend“, rund ein Drittel „Land und Leute“, „erlebnisreich“, „preiswert“ und „Senioren“, ein Viertel „gesellig“, „familiär“ und „individuell“ sowie nur ein Zehntel „langweilig“ und „altmodisch“. Bei denen, die bereits Erfahrungen mit Wanderurlaub gemacht haben, liegen diese Quoten bei positiven Eigenschaften ein bis zwei Zehntel höher, bei negativen Merkmalen um ein Zehntel niedriger. Das Durchschnittsalter der Wanderurlauber liegt 6 Jahre über dem Bevölkerungsschnitt, in überproportionalem Maße sind „seniore Paare“ unterwegs. Ein generelles Interesse an einem Wanderurlaub haben 17% der Deutschen, was in Verbindung mit der tatsächlichen Wanderurlauber-Quote von 9% für die nächste Zeit eine Stagnation für dieses Segment erwarten lässt.

2012: Interdisziplinäre Pilgerforschung

Der sich auf dem spanischen Jakobsweg dokumentierende Pilgerboom findet seinen wissenschaftlichen Niederschlag in einer ganzen Reihe anspruchsvoller Arbeiten aus unterschiedlichen Wissenschaftsdisziplinen. Eine Bühne finden sie u.a. in Trier auf einem Wissenschaftliches Symposium unter dem Titel „Pilgern beForscht - Interdisziplinäre Betrachtungen eines spätmodernen Phänomens“, auf dem das Thema u.a. von Sigrun Heide-Filip aus psychologischer, Markus Gamper aus soziologischer Sicht und Harald Pechlaner aus betriebswirtschaftlicher beleuchtet wird.

2012: Pilgern aus der Sicht der Religionssoziologie

Ein Team aus dem Bereich Erziehungs- und Kultursoziologie der Humanwissenschaftlichen Fakultät der Universität Köln stellt ihre Schlussfolgerungen aus einer bereits 2010 entstandenen empirischen Feldstudie auf dem Jakobsweg nach Santiago de Compostela vor (Gamper/Reuter 2012, Reuter/Gamper 2013). Selbst für mehrere Wochen als Pilger unterwegs, kombinieren sie die Ergebnisse der Befragungen von über 1.000 Pilgern und weiteren authentischen Zeugen und Zeugnissen mit ihren eigenen Erfahrungen. Demzufolge geht es beim Pilgern weniger um eine religiöse Fundamentierung als um eine spirituelle Selbstfindung in einem breiten Spektrum transzendenter Sinnangebote, wobei die körperliche Anstrengung als eine Art psychophysisches Medium fungiert.⁷

2012: Anfänge einer sozialwissenschaftlichen Pilgerforschung

Eine soziologische Sichtweise dominiert auch den Sammelband „Pilgern gestern und heute“ (Heisert /Kurrat Hg. 2012, 2.aktualisierte Auflage 2014). Nach Einschätzung der beiden Herausgeber, Soziologen an der Fernuniversität Hagen, steht die Pilgerforschung noch ganz am

⁷ Ein kompletter Powerpoint-Vortrag mit Bild und Ton findet sich auf http://www.pilgern.eu/santiago/?page_id=8

Anfang. In seinem eigenen Beitrag verweist Christian Kurrat auf die Ergebnisse seiner Dissertation, für die zahlreiche narrative Interviews am spanischen Camino geführt hat. Sie legen nahe, dass das Pilgererlebnis vor allem durch biographische Akzente geprägt ist. Dabei unterscheidet er „fünf Pilgertypen: „Menschen pilgern, um ihr Leben zu bilanzieren, um eine Krise zu verarbeiten, um eine Auszeit von Alltag zu nehmen, um einen Übergang zwischen zwei Lebensphasen zu vollziehen oder um einen Neustart im Leben zu initiieren“. Der Autor Detlef Linau vermutet als Hintergrund des Pilgerns nicht nur eine „pantheistische Spiritualität“, sondern auch eine „theistische Religiosität“.

2012 Entwicklung einer erfolgreichen Wandermarke

Die „Traumpfade im Rhein-Mosel-Eifelnd“ haben Maßstäbe für eine innovative Planung und Vermarktung von Premium-Tagestouren gesetzt. Elsa Stiebitz und Mathias Behrens-Egge, Mitarbeiter einer touristischen Beratungsagentur, dokumentieren das Konzept und den Prozess der Entwicklung einer erfolgreichen Wandermarke (Stiebitz/Behrens-Egge 2012)

2012: Wanderwege als Gemeingut

In Hermannsburg findet das 1. **Wandersymposium Lüneburger Heide** statt. Das Programm schließt eine abendliche Gesundheitswanderung am Vortag der offiziellen Eröffnung des Heidschnuckenweges durch den Ministerpräsidenten Niedersachsens ein. Ulrich Grober entwickelt dabei die Idee, Wanderwege als „Gemeingut“ im genossenschaftlichen Sinne zu betreiben. [www.landkreis-celle.de/?tx_ddpresseinfo_pi1\[art\]=info&tx_ddpresseinfo_pi1\[id\]=1209](http://www.landkreis-celle.de/?tx_ddpresseinfo_pi1[art]=info&tx_ddpresseinfo_pi1[id]=1209)

Österreich 2012: Nur wenige Wandern im Verein.

Radio Wien berichten über eine nicht genauer spezifizierte Umfrage des Wiener Marktforschungsinstituts meinungsraum.at unter 500 Österreichern, von denen 68% mindestens einmal in drei Monaten wandern. Hauptmotiv ist wie in Deutschland „Natur genießen“, die sportliche Herausforderung steht trotz alpiner Präsenz erst an dritter Stelle. „Nur 6% sind Mitglieder einer Organisation zum Thema Bergsport, Klettern oder Wandern“ (Radio Wien 2012)

Österreich 2012: Internationaler Fachkongress

In Zusammenhang mit der Eröffnung des Lechweges wird zu einem „internationalen Fachkongress rund um das Thema Wandern“ in Elbigenalp eingeladen mit dem Ziel einer Analyse des aktuellen Wandermarktes und seiner Perspektiven. Es ging dabei u.a. um Qualität und Kooperationen im Wandertourismus sowie mit Fragen der Inszenierung und des Verkaufs.

2013 Wandern als landschaftsplanerische Erkenntnismethode

In seiner Dissertation „Landschaften auf den Grund gehen. Wandern als Erkenntnismethode beim großräumigen Landschaftsentwerfen“ unternimmt der Freiraumplaner Henrik Schultz den Versuch, Landschaftsarchitekten für eine „sinnliche, den Körper einbeziehende Wahrnehmung des Raumes“ durch Wandern zu sensibilisieren. Anders als die Spaziergangswissenschaft (s.o.) als Methode der sinnhaften Wahrnehmung und Hinterfragung urbaner Szenarien geht es Schultz um eine integrale Erkenntnismethode zum Verstehen und Planen großräumiger landschaftsarchitektonischer Zusammenhänge. (Schultz 2013, www.walkinglandscapes.com)

2013 Österreich: Hohe Auszeichnung für Wandertouristische Arbeit

Im Rahmen der Internationalen Tourismusbörse Berlin 2013 wurde eine als Abschluss des Studienganges „Entrepreneurship & Tourismus“ am Management Center Inns-

bruck entstandene Masterarbeit von der Deutschen Gesellschaft für Tourismuswissenschaft mit dem „Wissenschaftspreis“ in der Hauptkategorie „Beste praxisorientierte Arbeit“ ausgezeichnet. Ihr Titel: „Destinationspositionierung im Wanderbereich – Vorgehensweise und Anforderungen im Hinblick auf die Produktentwicklung“, ihre Autorin: Martina Gratl. Sie geht von der Feststellung aus, dass „sich die alpinen Destinationen einem zunehmend professionelleren Wettbewerb im Wanderbereich ausgesetzt sehen, der weit über den Alpenraum hinausreicht.“ Unter Rückgriff auf vorwiegend deutsche, aber auch österreichische Zahlen zeichnet sie zunächst ein Bild des aktuellen Wandermarktes, aus dem sie als touristische Zukunftsperspektive die Notwendigkeit einer Differenzierung der Angebote auf fünf Ebenen bei besonderer Betonung von Alleinstellungsmerkmalen ableitet: Art der Landschaft/Natur, Zielgruppenspezifika, Zusatzaktivitäten, regionale Besonderheiten sowie einzigartige Erlebnisse. (Tourist Austria International 2013)

2013/14: Wanderstudie 2014 mit ungesicherten Trends

Die Nachfolgerin der 2010 erschienene "Grundlagenuntersuchung" des Deutschen Wanderverbandes (s.o.) mit dem Titel „Wanderstudie – der deutsche Wandermarkt 2014“ verzichtet auf eigenständige Telefon- und Feldbefragungen, sondern stützt sich auf vorzugsweise onlinebasierte Reisestudien einschlägiger Marktforschungsinstitute (Projekt M 2014). Dementsprechend dominieren touristische Fragestellungen. Die allgemeinen Befunde betreffen die Themen Wanderintensität und Wandermotive. Daraus entnehmen die Autoren eine unerwartet starke, in anderen Marktstudien nicht erkennbare Zunahme an Gelegenheitswanderern und ein zu hinterfragender Motivwandel (siehe Rubrik Wandern > Wanderpsychologie auf dieser Website).

2014: Große Unterschiede zwischen Pilgern und Wallfahrt

Oberflächlich gerne gleichgesetzt, unterscheiden sich Pilgern und Wallfahren dort recht grundsätzlich. Das weist Gamper (2014) anhand eines empirischen Vergleichs der Teilnehmer und ihrer Motive am Beispiel von Pilgerreisen entlang des spanischen Jakobsweges und der Heilig-Rock-Wallfahrt nach Trier nach. Er stützt sich dabei auf jeweils über tausend Fragebögen sowie ergänzend auf qualitative Interviews, Tagebücher und Beobachtungsberichte. Demzufolge sind Pilger tendenziell jünger, männlich, hoch gebildet und eher allein, Wallfahrer deutlich älter, eher weiblich, durchschnittlich gebildet und in Gruppen unterwegs. Pilgern geht es eher um eine Art spirituelle Selbstsuche, während Wallfahrer stark religiös motiviert sind. Die Teilnahmezahlen am spanischen Event steigen seit Mitte der 80er Jahre kontinuierlich, während sie im Falle des Trierer Events seit Ende des 2. Weltkriegs sinken.

2014 international: Landschaft auch bei auswärtigen Gästen Hauptwandermotiv

Auf dem „Fachforum Wandern 2014“ des Deutschen Wanderverbandes anlässlich der Internationalen Tourismusbörse Berlin 2014 berichtet ein Repräsentant der „Deutschen Zentrale für Tourismus“ über wanderbezogene Ergebnisse mehrerer international ausgerichteter Reisestudien, darunter den DZT/IPK International World Travel Monitor 2013 und den DZT Qualitätsmonitor 2011-2013. Danach spielen Landschaft und Natur die mit Abstand maßgebliche Rolle bei der Entscheidung ausländischer Wandergäste für eine deutsche Urlaubsdestination. (Kliese 2014)

Schweiz 2014: Kurztouren auch in den Alpen von großer Bedeutung

Ihrem „Konzept GraubündenHIKE“ stellt die „Arbeitsgemeinschaft Freizeitfabrik & grischconsulta“ Zürich eine ausführlichen Marktanalyse zum Wandern in der Schweiz voran. Sie umfasst u.a. eine nach Nationen differenzierte Wanderertypologie. „Bei schweizerischen, deutschen und niederländischen Gästen sind Wanderungen bis zwei

Stunden fast gleich beliebt wie Wanderungen von über zwei Stunden (Fachstelle für Langsamverkehr Gaubünden 2014).

Norwegen 2014: Wandertouristische Orientierungslosigkeit

18 norwegische Tourismusmanager, die größtenteils in eine staatlich finanzierte Kampagne mit dem Ziel der Entwicklung Norwegens zu einer internationalen Wanderdestination einbezogen waren, werden von Nordbø u.a. (2014) zur Vermarktung von Wandern als touristischem Produkt interviewt. Dabei zeigt sich ein sehr begrenztes Verständnis im Umgang mit dem Wanderthema, woran auch die besagte Kampagne nichts geändert habe. Stattdessen folge man kurzfristig den nationalen Outdoor-Traditionen mit dem Ergebnis einer Vernachlässigung der Kundenwünsche und konzeptioneller Orientierungslosigkeit.

Österreich/Schweiz 2014/15: Wanderstudien geplant

40 österreichische Regionen planen eine Outdoor-Feldstudie zum Thema Wandern. (www.irc-austria.com/irc/wandermonitor.php). Die „Schweizer Wanderwege“ haben in Fortsetzung der Studie „Wandern in der Schweiz“ 2008 Ähnliches vor.