

Natur zu Fuß
Band 1

Profilstudie Wandern '03

Wine Querschnittsbilanz
des neuen Wandermarktes

Rainer Brämer
Matthias Gruber, Ingo Lange

Copyright 2004 by Projekt-Partner Wandern

Brämer/Gruber GbR • Heusingerstr. 1 • 35037 Marburg
06421/ Fon 66269 • Fax 620443 • Email: prowandern@aol.com

Natur zu Fuß
Band 1

Profilstudie Wandern '03

Eine Querschnittsbilanz
des neuen Wandermarktes

Rainer Brämer
Matthias Gruber, Ingo Lange

Natur zu Fuß, Band 1

Profilstudie Wandern '03

Eine Querschnittsbilanz des neuen Wandermarktes

Rainer Brämer, Matthias Gruber, Ingo Lange

ISBN 3-936465-30-4

INHALT

1. Profilstudie 2003	S. 9
2. Die Stichprobe	S. 10
3. Status: Wer wandert?	S. 12
Höhere Bildung	S. 12
Steigender Urlauberanteil	S. 13
4. Motive: Was lockt Wanderer?	S. 14
5. Landschaft (1): Was liegt Wanderern?	S. 16
Landschaftliche Vorlieben	S. 16
Zum Kurzurlaub verdammt?	S. 17
Destinationen in der Konkurrenz	S. 18
6. Landschaft (2): Wandererfahrungen in Deutschland	S. 21
Schönste Wandererlebnisse	S. 21
Schlechteste Wandererlebnisse	S. 24
7. Ziele: Was suchen Wanderer?	S. 25
8. Wege (1): Was gefällt Wanderern ?	S. 26
Spontanes Lob	S. 27
Erklärte Vorlieben	S. 30
Infrastrukturwünsche	S. 31
9. Wege (2): Was stört Wanderer?	S. 32
Spontane Kritik	S. 32
Verbreitete Vorbehalte	S. 34
10. Wege (3): Bilanz der Stärken und Schwächen	S. 36
11. Wege (4): Fernwege und Lehrpfade	S. 38
Hitliste der Fernwanderwege	S. 38
Präsenz der Regionen	S. 41
Akzeptanz von Lehrpfaden	S. 42
12. Touren: Wie wird gewandert?	S. 43
13. Arrangement: Wie planen Wanderer?	S. 44
14. Leitsystem: Wie orientieren sich Wanderer?	S. 45

15. Intensität: Was muten sich Wanderer zu?	S. 46
16. Ausrüstung: Was brauchen Wanderer?	S. 48
17. Urlaub: Welche Ansprüche stellen Wanderer an die Unterkunft?	S. 49
18. Freizeit: Was machen Wanderer sonst noch gerne?	S. 51
19. Umwelt: Wie stehen Wanderer zur Natur?	S. 52
20. Sonderprofile	S. 53
21. Alter: Wie verändern sich Vorlieben und Gewohnheiten?	S. 55
Wanderdisposition	S. 55
Landschaftliche Vorlieben	S. 57
Wanderwege	S. 56
Hardware	S. 59
Infrastruktur	S. 60
Zusammenfassung	S. 60
22. Männer und Frauen: Ist Wandern geschlechtsneutral?	S. 61
Zusammenfassung	S. 63
23. Hohes Bildungsniveau: Hohe Ansprüche?	S. 64
Zukunftspublikum	S. 64
Wanderintensität	S. 64
Individualisten	S. 65
Ansprüche an die Wanderinfrastruktur	S. 67
Ausstattung	S. 68
Zusammenfassung	S. 69
24. Urlauber: Was sehen sie anders als Einheimische?	S. 70
Zusammenfassung	S. 72
25. Wanderaktivisten: Kilometerfresser oder Schrittmacher?	S. 72
Geringe Profildifferenzen	S. 73
Alterssprung	S. 74
Naturzuwendung	S. 75
Zusammenfassung	S. 77
Nachtrag: Langstreckler	S. 78
26. Wandervereine: Vorhut oder Nachhut?	S. 79
Extremprofil	S. 80
Wanderleidenschaft	S. 82
Wanderqualität	S. 83
Neugierig auf Neues	S. 84
Landschaftliche Vorlieben	S. 85

Wanderwege	S. 88
Outfit	S. 89
Urlaub und Freizeit	S. 89
Zusammenfassung	S. 90
27. Regionalprofile	S. 92
Fixe Daten	S. 92
Regionalspezifika	S. 92
Nationalparke	S. 93
28. Resümee: Wandern gewinnt Profil	S. 94
Naturgenuß	S. 95
Landschaft in der Konkurrenz	S. 95
Klassische Motive	S. 96
Zielgruppendifferenzierung	S. 97
Anhang: Die Fragebögen	S. 100

1. PROFILSTUDIE 2003

Vor fünf Jahren wurden in der „Profilstudie Wandern“ erstmals in mehreren deutschen Mittelgebirgen über tausend Wanderer vor Ort, also auf einschlägigen Wanderwegen in Ausübung ihres Hobbys, systematisch nach ihren Einstellungen, Gewohnheiten und Wünschen befragt. Während diese erste Studie des Jahres 1998 das weite Themenfeld nur exemplarisch angehen konnte, um nach seiner jahrzehntelangen touristischen Vernachlässigung überhaupt wieder eine Ahnung von der Befindlichkeit des modernen Wandergastes zu bekommen, haben die beiden Folgestudien wichtige Einzelaspekte vertieft. Dabei wurde u.a. ein bemerkenswerter Wandel der sozialen Schichtung- und der Ansprüche unter Deutschlands Wanderern konstatiert.

In den Jahren 2000 und 2001 ging es dann um spezielle Kundengruppen - zunächst um Studenten als Vertreter der jüngeren Akademikergeneration, die verstärkt unter Wanderern in Erscheinung tritt, danach um postalisch bzw. online angesprochene Kunden großer Anbieter auf dem Wandermarkt mit dem Ziel, den wirtschaftlichen Stellenwert dieses touristischen Segments abschätzen zu können. Im Gegensatz zu den ersten Profilstudien, die Wanderer am Ziel ihrer Träume erfaßten, handelte es sich hierbei um Erhebungen an den jeweiligen Wohn- bzw. Studienorten (Quellstudien).

Nach diesen speziellen Untersuchungen ist es nun an der Zeit, wieder eine Gesamtübersicht zu gewinnen: Was hat sich in den letzten Jahren in der expandierenden Wanderszene verändert, in welchem Maße haben sich die neuen Trends fortgesetzt? Der Erfolg der ersten gezielt auf den neuen Wanderer zugeschnittenen Tourismusofferten, allen voran des Rothaarsteigs, hat eine Welle von Modernisierungsinitiativen ausgelöst, die nach aktuellen Daten verlangen.

Das gilt um so mehr, als die erste Wander- und Trekking-Messe „Tour Natur“, die im September 2003 in Düsseldorf stattfand, den bislang stark vernachlässigten Wandermarkt gewissermaßen ökonomisch hoffähig gemacht und damit eine Zäsur gesetzt hat, die eine fundierte Querschnittsbilanz sinnvoll erscheinen läßt. Der bislang eher informelle Imagewandel des Wanderns erhielt mit der Messe einen Schub, der die grundsätzliche Neubewertung des Fußreisens in der öffentlichen Meinung beschleunigen und die betroffenen Anbieter verstärkt ermutigen wird, gezielt auf den neuen Wandergast zuzugehen. Die Profilstudie '03 dokumentiert damit ein wichtiges Zwischenstadium in der Entwicklung des Wanderns zum führenden Natursport des 21. Jahrhunderts.

Folgerichtig tritt die Messe auch als Hauptförderer dieser Studie in Erscheinung. Darüber hinaus hat sich - wie auch schon im letzten Jahr - das Wandermagazin bei der Durchführung der Studie stark engagiert. Schließlich zeigen auch fünf wandertouristisch besonders interessierte Regionen, vertreten durch die Tourismus-Verbände Eifel, Ostbayern und Schwarzwald sowie den Rothaarsteig-Verein und Bischofsgrün für das Fichtel-Gebirge, ein nachhaltiges Interesse an den Ergebnissen. Die von ihnen in Auftrag gegebenen regionalen Sonderauswertungen erlaubten es, die Bilanzstudie wesentlich umfassender und repräsentativer als bisher anzulegen.

So konnten diesmal 20 Befragungsstandorte in 8 deutschen Gebirgen in die Studie einbezogen werden. Rund 2000 aktive Wanderer standen dort bereitwillig Rede und Antwort. Parallel hierzu gaben in zusätzlichen Spezialerhebungen fast noch einmal so viel Wandergäste (darunter über 800 Tiroler) ihre Neigungen zu Protokoll. Wenn diese zusätzlichen Daten in der vorliegenden Kernstudie keine Berücksichtigung finden, so vor allem, um eine gewissermaßen reinrassige Mittelgebirgserhebung mit einer ausgewogenen regionalen Beteiligung sicherzustellen. Damit kann die „Profilstudie Wandern '03“ für sich in Anspruch nehmen, die nach Anlage und Umfang repräsentativste Untersuchung zur Befindlichkeit von Mittelgebirgswanderern zu sein, die jemals in Deutschland durchgeführt wurde.

Um dem damit verbundenen Anspruch gerecht zu werden und zugleich möglichst viele Trendaussagen zu ermöglichen, griff die aktuelle Befragung weitgehend auf den breiten Fragenfundus der Vorgängerstudien zurück. Er wurde auf einen Kern von etwa 200 Standard-Items zusammengeschmolzen und zugleich in der Frageformulierung ausgeschärft. Letzteres geschah vor allem dadurch, daß sich die im Fragebogen erbetenen Bewertungen durch den hervorgehobenen Zusatz „besonders“ auf starke Ausprägungen beschränken sollten (siehe Anhang). Damit verband sich die Hoffnung auf eine Spreizung der Urteile, so daß Bedeutungsunterschiede deutlicher erkennbar werden. Diese Hoffnung hat sich tatsächlich erfüllt, was allerdings auch bedeutet, daß die Antwortquoten auf früher schon gestellte Fragen aus methodischen Gründen nunmehr häufig niedriger ausfallen als zuvor.

Um dem verständlichen Wunsch der jeweils inmitten einer Tour angesprochenen Wanderer nach einem zügigen Fragebogendurchgang gerecht zu werden, wurde der umfangreiche Fragenpool auf zwei in unmittelbarem Wechsel ausgegebene Fragebogenvarianten verteilt. Zugleich wurden die überwiegend geschlossenen Fragen zu thematischen Batterien in schlichter Katalogform zusammengefaßt, was nicht zuletzt auch deshalb geboten erschien, weil viele ältere Befragungsteilnehmer mit den früher mehrfach gestuften Rankingvorgaben erfahrungsgemäß nicht gut zurechtkamen.

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

Die Projekt-Partner Wandern haben bei der Durchführung dieser großen Bilanzstudie abgesehen von den bereits genannten Förderern auch eine vielfältige sachliche Unterstützung erfahren. Dafür bedanken sie sich bei allen Beteiligten, vor allem beim Chefredakteur des Wandermagazins Michael Sängler. Der Dank gilt aber auch den vielen Mitarbeitern vor Ort, die in abgelegenen Waldstandorten geduldig auf die mal häufiger, mal seltener passierenden Wanderer gewartet und sie durch ihre freundliche Ansprache für das Ausfüllen der Fragebögen gewonnen haben.

2. DIE STICHPROBE

Die Basisstichprobe umfaßt genau 2018 Teilnehmer, die zwischen Frühjahr und Herbst 2003 an 20 wanderintensiven Standorten in 10 deutschen Gebirgsregionen befragt worden sind. Die Befragungsorte waren durchweg nur zu Fuß zu erreichen und lagen in der Regel mindestens eine halbe Wanderstunde vom nächsten Parkplatz entfernt. In dieser Art von Zielbefragung werden vorzugsweise aktive Wanderer erfaßt, und zwar - im Gegensatz zu einer Quellstudie - statistisch gesehen um so eher, je länger und öfter sie unterwegs sind. Die Ergebnisse treffen von daher Aussagen über die tatsächlich in den betroffenen Mittelgebirgen vor Ort anzutreffenden Wanderer, sind aber nicht in gleicher Weise für den wandernden Teil der deutschen Bevölkerung repräsentativ.

Die Befragungsstandorte gelten unter Wanderern nahezu durchweg als prominent, meist lagen sie an Hauptwanderwegen der jeweiligen Region. Die Konzentration auf prominente Standorte ist indes nicht ganz unproble-

STICHPROBE		
Teilnehmer und Standorte		
Region	N	Standorte im Umfeld von
Harz	244	Goetheweg, Molkenhaus
Rothaargebirge	263	Rothaarsteig (Habberg, Hochheide, Ederquelle)
Eifel	304	Urftsperrre, Manderscheid, Irrel
Schwarzwald	289	Ruhestein, Rohrhardsberg, Herrischried,
Thüringer Wald	237	Ebertswiese, Scheffeldenkmal
Fichtelgebirge	161	Schneeberg, Mainquelle, Routenbefragung
Bayerischer Wald	225	Nationalpark (Rachel, Lusen)
Elbsandsteingebirge	295	Schrammtor, Winterberg
Summe	2018	20 Standorte

matisch. Einerseits war sie unerlässlich, um in angemessener Zeit die für die Statistik notwendigen Befragtenquoten zusammenzubekommen, die angesichts von zwei Wechsel-Fragebögen möglichst über 200 pro Region liegen sollten. Überdies stehen gerade diese Wege und Plätze im Bewußstein der Wanderer stellvertretend für die jeweilige Gesamtregion, sie sind an deren Imagebildung maßgeblich beteiligt.

Andererseits konzentrieren sich hier aber auch die wandertouristischen Attraktionen jeder Region, die Prominenz ist eine unmittelbare Folge der Kumulation von schöner Landschaft und/oder lohnenswerten Wanderzielen. Damit verbindet sich nahezu zwangsläufig eine optimale Infrastruktur, angefangen vom Wanderleitsystem über die Wegepflege bis zur Gastronomie und Verkehrsanbindung.

Das heißt aber: Die Profilstudien dokumentieren, soweit sie auf Gegebenheiten vor Ort Bezug nehmen, nicht etwa die durchschnittliche Situation in Deutschlands Wanderdestinationen, sondern nehmen nur auf die Best-lagen Bezug, liefern also ein besonders rosiges Bild von der bundesdeutschen Wanderszenerie. Man darf sich von allzu positiven Ergebnissen also nicht zu touristischer Sorglosigkeit verleiten lassen. Und wo kritische Töne zu hören sind oder gar überwiegen, wird man sie ganz besonders ernst nehmen müssen.

Die Rücklaufquote der Fragebogen betrug 82%, d.h. nur 18% der unterwegs Angesprochenen - in etwa zu gleichen Teilen Männer und Frauen - waren nicht bereit oder in der Lage, den Fragebogen spontan vor Ort auszufüllen. Gründe hierfür sind neben mangelnder Lust vor allem auch eine sachliche Unfähigkeit, weil die Brille fehlte oder es sich um Kinder handelte. Auf Grund grober, in einem Begleitbogen festgehaltenen Schätzungen der Befragungsleiter dürfte das Durchschnittsalter der Nichtbefragten unter Berücksichtigung der Kinder etwa bei 47 Jahren und damit nur wenig unter dem der tatsächlich Befragten gelegen haben.

3. STATUS: WER WANDERT?

Höhere Bildung

Die unerwarteten Veränderungen in der sozialen Zusammensetzung der Wanderbewegung gehörten zu den aufregendsten Befunden der ersten Profilstudien. Wie haben sich die Dinge seit der Jahrhundertwende weiterentwickelt?

Profilstudie Wandern 2003		Tab.2		
WANDERDEMOGRAPHIE				
Prozent				
Datum	Vergleich			
	'03	'00	'99	'98
Alter (Mittelwert)	48	46	48	51
ALTERSSPEKTRUM				
bis 39	27	35	27	23
bis 59	47	46	48	47
60 und älter	27	19	24	29
Geschlecht (Anteil weiblich)	45	47	45	47
BILDUNGSABSCHLUSS				
Standard (z.B. Hauptschule)	25	20	34	
Mittel (z.B. Realschule)	27	34	29	
Abitur / Fachabitur	15	16	12	
Hochschule / Fachhochschule	34	25	24	
Sonstiges		5		

Das Durchschnittsalter hat sich nicht weiter vermindert, sondern auf einen mittleren Wert von 48 eingependelt. Daran ändern auch die erstmals zusätzlich mit ihrem geschätzten Alter registrierten Wanderer nichts, die an der Befragung nicht teilnehmen wollten oder konnten. Nach wie vor weicht das mittlere Wanderalter also kaum vom Bevölkerungsmittel von etwa 47 Jahren¹ ab, die wachsende Wanderneigung und der damit verbundene Imagewandel des Fußsports lockt alle Jahrgänge gleichermaßen hinaus. In der Altersverteilung wird deutlich, daß das mittlere Segment des demographischen Spektrums mit knapp 50% besonders stark vertreten, das untere wie obere Ende, besonders ganz junge und ganz alte Bürger, dagegen unterrepräsentiert sind.

Im regionalen Vergleich weist das Alters-Datum unerwartet große Schwankungen auf. Mit Mittelwerten zwischen 40 (für das Elbsandsteingebirge) und 58 (für das Fichtelgebirge) sind sie weit größer als in früheren Studien². Die Gründe hierfür werden in den Regionalstudien zu diskutieren sein. Unabhängig davon ist hieraus zu

¹ Dieser Wert würde nochmals sinken, wenn man Deutschlands Wanderer statt bei der Ausübung ihres Hobbys zu Hause befragen, also von einer Ziel- zu einer Quellsbefragung übergehen würde. Denn da Ältere sehr viel häufiger unterwegs sind als Jüngere (s.Kap.21), trifft man sie bei Befragungen vor Ort auch häufiger an, als es ihrem tatsächlichen Anteil unter den Wandersympathisanten entspricht.

² Eine aus Anlaß des deutschen Wandertages im Erzgebirge gezogene Sonderstichprobe wies für Vereinswanderer sogar ein Durchschnittsalter von knapp 64 Jahren aus (s. Kap.26).

³ Je nach Erhebungsart liegen die Quoten gehobener Bildungsabschlüsse vom Abitur an aufwärts in repräsentativen Bevölkerungsstudien zwischen 16 und 18%.

schlußfolgern, daß das Durchschnittsalter der Gesamtstichprobe nicht zuletzt von der regionalen Stichprobenzusammensetzung abhängt. Allerdings lassen sich die Unterschiede zwischen den Profilstudien bestenfalls teilweise auf diesen Umstand zurückzuführen, zeigen sich doch auch innerhalb einer Region beträchtliche jährliche Veränderungen. Um derlei Schwankungen auszugleichen, empfiehlt es sich, auch zukünftig möglichst viele Regionen in die Profilstudien einzubeziehen.

Demgegenüber hat sich der bisher schon festgestellte Trend bei den Bildungsabschlüssen der Befragten fortgesetzt. Deren Niveau ist im Schnitt weiter gestiegen, im Bereich Hoch- und Fachhochschule auf ein Drittel, zusammen mit dem reinen Abitur sogar auf fast 50% - ein Wert, der im Jahre 2000 noch auf die 20-39jährigen beschränkt war. Er liegt fast dreimal so hoch wie im Bevölkerungsschnitt³. Auch hier schwanken die Daten von Region zu Region erheblich, allein der Anteil an Hochschulabsolventen deckt ein Spektrum von 20 bis gut 40 Prozent ab. Der Aufwärtstrend ist jedoch auch innerhalb der Regionen eindeutig.

Wandern wird offenbar mehr und mehr ein Hobby der gehobenen, meinungsführenden Schichten - und zwar mittlerweile in einem Umfang, der zum Nachdenken Anlaß gibt. Man ist angesichts der Zahlen fast versucht, an einen systematischen Erhebungsfehler zu denken, kämen nicht andere Studien durchweg zu ähnlichen Befunden. Von daher ist ein Zusammenhang von Wandern und Kopfarbeit nicht von der Hand zu weisen. Möglicherweise fordert die zunehmende Beanspruchung der Ratio durch die Hightech-Gesellschaft hier ihren kompensatorischen Tribut - ein Gedanke, der sich auch in der These amerikanischer Naturpsychologen von der mentalen Ermüdung zivilisationsgeschädigter Bürger und den nachweislichen Potenzen der Natur zur mentalen Rekreation wiederfindet.

Was das geringe Ungleichgewicht der Geschlechter betrifft, so dürfte es sich bei der Unterrepräsentanz von Frauen insofern um ein Artefakt handeln, als insbesondere bei älteren Paaren nicht selten dem Mann die Aufgabe überlassen wurde, den Fragebogen auszufüllen.

Steigender Urlauberanteil

Keineswegs alle Wanderer in den einbezogenen Urlaubsregionen sind zugleich auch Urlauber. Im Gegenteil, in früheren Profilstudien wies sich nur ein Viertel bis ein Drittel als Urlaubsgast aus. Der dabei zu beobachtende Trend zu wachsenden Urlauberanteilen hat sich 2003 fortgesetzt: Vor allem zu Ungunsten der Einheimischen liegt dieser Anteil bei großen regionalen Schwankungen jetzt insgesamt bei über 40%, das sind etwa doppelt so viel wie vor vier Jahren.

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 3			
TOURISTISCHER STATUS					
Prozent					
Status	'03	'00	'99	'98	
Einheimisch	28	40	38		
Tagesgast	30	30	40		
Urlaubsgast	43	30	23		
Mitglied im Wanderverein	17	13	18	23	

Auch für diese starke Veränderung sind Erklärungen nicht leicht zu finden. Eine besonders angenehme Begründung könnte darin zu suchen sein, daß die Zahlen der aktiven Wanderurlauber - und vor allem sie werden durch die Art der Zielbefragung erreicht - in den deutschen Mittelgebirgen entgegen dem allgemeinen Trend einen generellen Zuwachs zu verzeichnen haben. Sicher spielt hierbei aber auch der Befragungszeitpunkt eine Rolle, der im der vorliegenden Fall partiell die Sommerferien einbezog.

Demgegenüber hat sich die Quote der Wandervereinsmitglieder auf einem Niveau von gut 15% stabilisiert. Sie sind damit unter den Aktivwanderern mehrfach stärker als unter der wandernden Bevölkerung vertreten, was sich schon rein statistisch aus dem Umstand erklärt, daß sie nach früheren Studien überdurchschnittlich häufig unterwegs und so mit größerer Wahrscheinlichkeit auch an den Befragungsstationen anzutreffen sind.

**4. MOTIVE:
WAS LOCKT WANDERER?**

Angesichts des außerordentlich breiten Motivspektrums von Wanderern war es in der Vergangenheit schwierig, hierbei eindeutige Prioritäten auszumachen. Hier hat die Frage nach den „besonders wichtigen“ Gründen zum Wandern klarere Verhältnisse geschaffen (Tab. 4).

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 4		
Wandermotive				
Prozent				
Besonders wichtig	'03	'02	'98	
NATUR				
Natur genießen	83			
Anblick schöner Landschaften	65	81		
Stille der Natur	63	77	78	
Interesse an Pflanzen und Tieren	43	(30)	55	
Erfahrung unberührter Natur	29	62	70	
BEWEGUNG				
Körperliche Bewegung	77	73	73	
Etwas für die Gesundheit tun	59	64	80	
Sportliche Leistung	17	23	22	
ENTDECKUNG				
Erkunden unbekannter Regionen	60	69	70	
Ferne Abenteuer	7	21		
KONTAKTE				
Mit Partner/Freunden unterwegs	54	34	(49)	
Großes Gemeinschaftserlebnis	13	05		
ABSCHALTEN				
Entlastung vom Alltagsstress	44	70	80	
Zu sich selbst finden	24	43	50	
ZIVILISATION				
Einkehr unterwegs	24	(16)	38	
Kulturelle Sehenswürdigkeiten	21	21	30	

Unverändert bilden der Natur- und Bewegungsdrang in etwa gleichgewichtig die Spitzenmotive des Wanderns. Was die Natur betrifft, so geht es vor allem um ästhetische Genüsse wie etwa den Anblick schöner Landschaften und das Erlebnis natürlicher Stille. Dagegen fällt das sachliche Interesse an Pflanzen und Tieren deutlich ab, spielt aber gleichwohl für fast die Hälfte der Wanderer eine Rolle. Stark gesunken ist indes der Wunsch nach

Kontakt mit unberührter Natur – eine naturschützerische Zielgröße der 90er Jahre. Das dürfte die Wertschätzung von Naturschutzgebieten und Nationalparks nicht unberührt lassen und resultiert möglicherweise aus entsprechenden Erfahrungen (s.u.).

Der Drang zu elementarer körperlicher Bewegung in unserer bewegungsarmen Zeit ist über die Jahre unverändert stark geblieben, was angesichts der veränderten Fragestellung de facto einer Aufwertung gleichkommt. Mit 77% Zustimmung steht er dem Naturgenuß nicht mehr viel nach. Worum es dabei geht, das machen die folgenden Motive deutlich. Einerseits verbirgt sich dahinter das Gesundheitsmotiv, welches zwar an Bedeutung verloren hat, aber noch von der Mehrheit angesprochen wird. Nur unter den älteren Wanderern spielt es nach wie vor mit zwei Drittel Zustimmung eine führende Rolle. Andererseits hat es nur sehr wenig mit sportlichen Ambitionen zu tun, hiervon werden bestenfalls die Jüngeren angesprochen. Offenkundig steht das Bewegungsmotiv beim Wandern weniger mit Leistung als (ähnlich wie bei der Natur) mit Genuß im Sinne von Bewegungsfreude in Verbindung.

Eine vergleichbar klare Abgrenzung findet sich auch beim Entdeckermotiv. Für 60% der Wanderer gehört das Kennenlernen neuer Landschaften einfach dazu, aber nur in eher zurückhaltender Weise. Denn seine herausfordernde Variante im Sinne des Bestehens ferner Abenteuer findet nur magere 7% Anhänger. Eingefleischte Abenteuerer stellen unter den deutschen Mittelgebirgswanderern also nur eine ausgesprochene Minderheit dar, die Neugier auf Neues erscheint erneut auf die angenehmen Seiten beschränkt.

Dafür überschreitet die soziale bzw. kommunikative Komponente zum erstenmal die 50%-Grenze, das gemeinsame Erlebnis mit Partner und Freunden gewinnt wieder an Gewicht. Dieser Zuwachs scheint sich allerdings eher im Bewußtsein der Beteiligten als in der Realität abzuspielen, denn de facto waren und sind Wanderer schon immer zu 90% in Begleitung unterwegs. Jedoch blieben die mit dem begleiteten Gehen verbundenen lockeren Gespräche und verbindenden Erlebnisse in ihrer sozialen Bedeutung bislang auffällig unterbewertet. Neuerdings scheinen sie wieder bewußter wahrgenommen zu werden. Allerdings verbindet sich auch dies mit einer gewissen Polarisierung, gilt das doch nur für die Paarbeziehung oder die informelle Freundesgruppe. Die Freude am großen Gemeinschaftserlebnis beschränkt sich demgegenüber auf eine Größenordnung, die noch unter der Vereinsquote liegt.

Die rein psychischen Entlastungseffekte des Wanderns erleben in ihrem Stellenwert gegenüber früheren Studien geradezu einen Absturz auf unter 50%. Das heißt nicht, daß Wandern nicht nach wie vor entspannend wirkt, aber es wird offenbar neuerdings eher unter anderen Aspekten als wichtig erlebt. Man darf gespannt sein, ob Folgestudien diese starke Motivverschiebung bestätigen. Bedeutungsverluste muß auch die kulturelle Horizontenerweiterung hinnehmen. Nur noch für jeden Fünften ist die Erkundung von Sehenswürdigkeiten am Weg ein tragendes Wandermotiv.

Alles in allem haben die Genußaspekte (Natur, Bewegung und Kommunikation) ihre Position im Motivspektrum konsolidiert und gegenüber physischen und psychischen Stabilisierungseffekten einerseits und Bildungseffekten andererseits verstärkt. Alles was anstrengt und zusätzliche Konzentration verlangt, wird abgewertet. Zwischen Naturgenuß und Naturwissen, schöner und wilder Natur, Bewegungsfreude und Sport, Entdeckung und Abenteuer sowie Freunden und organisierter Gruppe tut sich jeweils eine beträchtliche Kluft auf, die darauf hindeutet, daß es Wanderern vor allem um den persönlichen Entspannungseffekt nach Art jener „anstrengungslosen Aufmerksamkeit“ geht, die Naturpsychologen als Kern der erholsamen Potenzen von Natur ausfindig gemacht haben.

5. LANDSCHAFT (1): WAS LIEGT WANDERERN?

Der Genuß schöner Naturlandschaften steht im Mittelpunkt des Wanderns, sie sind der wichtigste Bestandteil des Wanderurlaubs. Von daher muß die größte Sorge der Urlaubsanbieter der gezielten Aufbereitung ihrer Landschaftspotentiale gelten. Wobei darauf zu achten ist, welche Stärken man in den Vordergrund zu stellen und welche Schwächen man auszubügeln hat, darüber gibt die einschlägige Landschaftspsychologie Auskunft.

Landschaftliche Vorlieben

Die Profilstudie stellt darüber hinaus einige Landschaftstypen zur Debatte, die für Deutsche bei der Wahl der Urlaubsregion eine entscheidende Rolle spielen. Kommen beispielsweise die Mittelgebirge gegen die verführerische Grandiosität der Alpen an? Sind Wanderern Aussichten wichtiger als Wälder?

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 5		
LANDSCHAFTSCHARAKTER				
Prozent				
Besonders beliebt	'03	'02	'98	
SCHÖN				
Waldreich	63		58	
Aussichtsreich	59			
Strand, Ufer	24		(35)	
Heide	16			
GEBIRGIG				
Mittelgebirge	59	64	77	
Deutschsprachige Alpen	32		(33)	
Alpen: Almhöhe	36	60		
Alpen: Gipfelhöhe	25	30		
Flachland	7	28	15	
URSPRÜNGLICH				
Nationalpark, Naturschutzgebiet	29		(33)	
Wildnis, exotische Landschaft	14	15	16	
Fremdsprachiges Ausland	12			

Tab. 5 zufolge ist für deutsche Wanderer der Wald immer noch das wichtigste Element einer idealen Urlaubslandschaft, dicht gefolgt von den auch anderswo hochgeschätzten Aussichten. Über beides verfügen die deutschen Wanderdestinationen in hohem Ausmaß.

Das gilt insbesondere für die deutschen Mittelgebirge, die im allgemeinen den Charakter von mehr oder weniger aussichtsreichen Waldgebirgen haben und daher den deutschen Wanderbedürfnissen optimal entgegenkommen. Mit knapp 60% liegen sie in der Sympathieskala weit vor den Alpen mit im Schnitt nur halb so viel Akzeptanz.

Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, daß die Befragung ausschließlich in Mittelgebirgen stattfand, so daß ein solcher Befund zunächst nicht überraschen sollte. Allerdings haben nicht nur unsere Ziel-, sondern auch

unsere Quellstudien und sogar Befragungen in den Alpenländern die dominierende Neigung von Wanderern zu Mittelgebirgen bzw. mittleren Höhen belegt. In der Tirol-Begleitstudie haben sich die Präferenzen für alpine und mittelhohe Landschaften zwar umgekehrt, doch kann das angesichts der bewußten Urlaubswahl und der jeweils beteiligten Einheimischen nicht verwundern. Auch dort jedoch rangieren wie im vorliegenden Fall Almhöhen deutlich vor Gipfelhöhen.

Gegenüber früheren Befunden fallen die Neigungsquoten wegen der ausgeschärften Fragestellung nach „besonderen“ Vorlieben allerdings generell geringer aus. Dieser befragungsbedingte Sympathieverlust betrifft besonders die Alpen, deren Almhöhen im Vergleich zur letztjährigen Kundenbefragung erheblich an Zuspruch verlieren. Grundsätzlich ist allerdings einer Quellbefragung wie der Profilstudie '02 in diesem Punkte mehr zu trauen als der aktuellen Zielbefragung. Das trifft auch auf die Bewertung des Flachlandes zu, das bei Mittelgebirgswanderern offenbar nur wenig Chancen hat. Immerhin ist die Rangfolge der Landschaftsvorlieben beim Übergang von der Quell- zur Zielbefragung erhalten geblieben.

Auch wenn die konkreten Zahlen der '02er Studie also für eine neutrale Bewertung mehr hergeben, zeigen die aktuellen Daten, in welchem hohem Maße Mittelgebirgsgäste auf ihre Wander- bzw. Urlaubslandschaft schwören. Sie empfinden sie keineswegs als billigen bzw. nahen Ersatz für alpine Traumwelten, sondern wissen die wandertouristischen Vorzüge mittelhoher Waldgebirge zu schätzen. Mit diesen Pfunden kann man also durchaus wuchern, Zaghaftheit in der Angebotspräsentation wäre fehl am Platze.

Scheint es auch der Wald zu sein, der den Mittelgebirgen ihren besonderen Reiz gibt - damit allein ist es nicht getan. Wenn nicht zugleich auch reiche Aussichten geboten werden - und damit kann es auf deutschen Mittelgebirgskämmen schon mal im Argen liegen - dann wird man mehr als bisher aktiv werden müssen.

Mit unerwartet knappen 30% entspricht die Attraktivität von Nationalparks und Naturschutzgebieten exakt der stark gesunkenen Bedeutung des Motivs „Erfahrung unberührter Natur“. Ursprünglicheren Landschaften kommt wandertouristisch offenbar nicht der Rang zu, der ihnen etwa aus ökologischer Perspektiven zugeschrieben wird. Noch deutlicher wird das angesichts der Reserven gegenüber wilden, exotischen Landschaften oder fremdsprachig-ausländischen Gefilden. Selbst unter jungen Wanderern kann sich nur jeder Vierte dafür begeistern. Die überwiegende Mehrheit der Wanderer fühlt sich in der „gezähmten“ Kulturlandschaft wesentlich wohler bzw. sicherer.

Zum Kurzurlaub verdammt?

Angesichts eines jahrelangen, bis in die Gegenwart andauernden Gästeschwunds haben die Mittelgebirge trotz ihrer Vorzüge viel von ihrem Selbstbewußtsein verloren und setzen oft genug nur mehr darauf, ihren Gästen wenigstens noch für einen Kurzurlaub gut genug zu sein. Dieser weit verbreitete Defätismus hilft den betroffenen Regionen nicht nur nicht weiter, sondern entbehrt offenkundig auch der sachlichen Grundlage. Denn die bereits aus der Quellstudie des letzten Jahres bekannte, verblüffend hohe Bereitschaft, den nächsten Haupturlaub in einem Mittelgebirge zu verbringen, erfährt in der neuen Zielstudie mit 71% eine nur wenig abgeschwächte Bestätigung. Unter den Älteren spielen sogar über 80% mit diesem Gedanken.

Wanderer lassen sich von der gegenwärtigen Krise des Mittelgebirgstourismus jedenfalls nicht irritieren, sie zeigen im Gegenteil im Vergleich zu ihrem Urlaubs-

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 6
NÄCHSTE HAUPTURLAUBSREISE IN DEUTSCHE MITTELGEBIRGE ?		
Prozent		
Antwort	'03	'02
ja	71	79

verhalten in der Vergangenheit ein erheblich verstärktes Interesse an der Wiederentdeckung der heimischen Fußparadiese. Dieser Befund deckt sich nicht nur mit der Vorliebe für mittlere Höhen, sondern geht auch mit dem wachsenden Urlauberanteil unter den befragten Wanderern konform. Die Zeichen für eine wandertouristische Offensive stehen also günstig.

Destinationen in der Konkurrenz

Um die Wanderer beim Wort zu nehmen, schließt sich an die generelle Frage nach der Bereitschaft, den nächsten Haupturlaub in einer deutschen Mittelgebirgsregion zu verbringen, die offene Nachfrage an, um welche Region es sich dabei denn konkret handeln könnte. Fast drei Viertel derer, die sich zu einem solchen Urlaub bekannt hatten - das entspricht der Hälfte aller Befragten - wußten auch gleich ein Urlaubsziel ihrer Träume zu benennen.

Allerdings war manchem angesichts der freien Antwortmöglichkeiten die Urlaubsphantasie durchgegangen. Obwohl ausdrücklich auf Mittelgebirgs-regionen beschränkt, verwiesen 12% der Nennungen auf alpine oder sonstige nicht mittelgebirgige Ziele. Von denen wiederum die tatsächlich ein deutsches Mittelgebirge benannten, notierte etwa ein Viertel praktischerweise gleich dasjenige, in dem man sich gerade befand.

Diese Zahlen sind nicht mehr ganz so rosig, aber wohl realistischer als die anfänglichen 71% derer, die sich pauschal für einen Mittelgebirgsurlaub erwärmen zu können glaubten. Einschränkend kommt weiter hinzu, daß sich immerhin 40% der Befragten gerade auf Urlaub in einem Mittelgebirge befanden - wenn es sich dabei auch nicht unbedingt um ihren Haupturlaub handelte. Hieraus erklärt sich teilweise auch die relativ hohe Quote an Bezügen auf die jeweilige Region vor Ort: Man fühlt sich im Moment dort wohl und kann sich in der Euphorie auch vorstellen, beim nächsten Mal noch ein paar Tage mehr dort zu verbringen. Mancher mag sich auch den nahen Abschied vom Urlaubsort mit Vertröstung auf Wiederkehr zu versüßen versucht haben.

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 7
POTENTIELLE MITTELGEBIRGSZIELE DER NÄCHSTEN HAUPTURLAUBSREISE Offene Frage - Prozent der Nennungen		
REGION	'03	
Dt. Mittelgebirge	88	
davon jew. Befragungsregion	22	
Alpen insgesamt	11	
Tieflandschaften	< 1	
Sonstige	1	
Keine Antwort	50	

Überdies benennen auch und besonders Einheimische wie Tagesgäste aus dem näheren Umfeld ihre Heimatregion als potentielles Ziel einer Urlaubsreise. Da nicht anzunehmen ist, daß hier stets eine tatsächliche Zielwahl zum Ausdruck kommt, kann zumindest teilweise eine statistische Beeinfluungsabsicht unterstellt werden, die aus einer besonderen Wertschätzung und Überzeugtheit von der Eignung als Urlaubsregion resultiert. Schließlich dürfte manchem aber auf die Schnelle einfach nichts anderes

eingefallen sein als die Region, in der er sich gerade befand.

Selbst unter Berücksichtigung all dieser ernüchternden Einschränkungen dürfte die Quote der Mittelgebirgsfans unter Deutschlands Wanderern aber immer noch weit über der einstelligen Prozentzahl jener Deutschen liegen, die tatsächlich einen Haupturlaub in den deutschen Mittelgebirgen verbringen. Hieraus könnte man die touristische Schlußfolgerung ziehen: Aktive Wanderer, wo auch immer unterwegs anzutreffen, sind eine ideale Zielgruppe für die heimische Reisewerbung.

Der eigentliche Wert der offenen Zielfrage dürfte jedoch in der inhaltlichen Verteilung der Antworten liegen, liefert sie doch eine einmalige Grundlage zur Einschätzung der touristischen Bedeutung deutscher Mittelgebirgsdestinationen aus der Sicht ihrer zweifellos wichtigsten Kundschaft, der Wander(urlaub)er. Welche prinzipielle Akzeptanz erfahren sie seitens dieses gewissermaßen fachkundigen Publikums? Wer sind die potentiellen Gewinner, wer die Verlierer auf dem innerdeutschen Wanderreisemarkt?

Tab. 8 gibt darüber nüchterne Auskunft. Um den erwähnten Einschränkungen bei der Beurteilung der Zahlen gerecht zu werden, enthält sie neben der prozentualen Verteilung der Nennungen nach Ziel- und Befragungsregionen zusätzliche Hinweise auf

- den besonderen Stellenwert der Gleichsetzung von Befragungs- und Zielregionen in dieser Verteilung (in der grau unterlegte Diagonalen);
- den Anteil der Einheimischen und Tagesgäste, die sich für ihre eigene Heimat stark gemacht haben (letzte Zeile);
- die Rangliste aller Nennungen mit und ohne die auf die jeweilige Befragungsregion Bezug nehmenden Zielnennungen (vorletzte und letzte Spalte).

Profilstudie Wandern 2003										Tab. 8
BEVORZUGTE ZIELE EINES MITTELGEBIRGSURLAUBS										
(Offene Frage - Prozent der Nennungen)										
Befragungsregion	SW	HA	BW	TW	ES	EI	SL	FI	Ges.	Ges. fremd
Zielregion										
Schwarzwald (SW)	39	18	18	10	8	14	10	13	16	11
Harz (HA)	7	24	12	16	23	10	11	9	13	11
Bayerischer Wald (BW)	6	3	19	5	4	5	11	16	9	6
Bayern allg.	4	2	0	1	0	4	2	0	2	2
Thüringer Wald (TW ⁶)	8	9	6	18	10	2	4	2	6	3
Thüringen allg.	0	2	0	8	6	0	6	0	2	2
Elbsandsteingebirge (ES)	1	3	3	7	22	5	4	4	6	4
Eifel + Belux-Rand (EI)	4	2	5	1	1	15	5	4	5	3
Sauerland/Siegerl. (SL ⁷)	0	0	0	7	0	5	24	1	5	2
Erzgebirge	1	3	4	4	13	7	2	0	5	5
Rhön	3	6	3	6	0	4	3	3	4	4
Frankengebirge	0	3	0	2	4	1	0	16	3	3
Fichtelgebirge (FI)	0	2	2	1	0	0	2	13	2	1
Pfalz	1	3	1	1	0	3	0	3	2	2
andere Mittelgebirge	9	4	5	10	1	13	11	3	8	8
Summe Dt. Mittelgebirge	83	84	78	95	92	88	95	87	88	66
Alpen	15	16	20	5	8	7	4	13	11	11
Eigennennungen ⁸ Urlauber	23	10	5	4/12	3	5	10	3	8	
Eigennennungen Einheimische	16	14	14	14	19	10	14	10	14	

Um es an einem Beispiel zu verdeutlichen: Den Angaben der ersten Spalte zufolge haben 39% der im Schwarzwald Befragten auch Urlaubsziele aus dem Schwarzwald angegeben. Fast die Hälfte davon, nämlich 16%, waren Einheimische oder Tagesgäste, kamen also aus nächster Nähe und bekundeten damit ihren Stolz auf den heimischen Schwarzwald (letzte Zeile). Diese eingeschlossen, entfielen 16% aller insgesamt genannten Urlaubsziele auf den Schwarzwald, ohne sie waren es nur 11% (vorletzte und letzte Spalte).

Damit nimmt der Schwarzwald erwartungsgemäß Platz 1 der bundesdeutschen wandertouristischen Zielskala ein. Nicht nur dieser Befund zeigt, daß die klassischen Wanderziele ihre Anziehungskraft nicht verloren haben. Denn auf Rang 2 und 3 folgen sogleich der Harz mit 13% und mit einigem Abstand der Bayerische Wald mit 9%. Eine deutlich schwächere vierte Gruppe bilden mit 5-6% das sächsische Elbsandsteingebirge und der Thüringer Wald sowie Eifel, Sauerland und Erzgebirge⁴. Einige weitere wie Rhön, die Frankengebirge⁵, das Fichtelgebirge und der Pfälzer Wald können noch zwischen 2 und 4 Prozent der Nennungen auf sich ziehen. Danach folgen noch etwa 10 Regionen, angeführt von der Schwäbische Alb, mit 1%. und weniger.

Es scheint also, als ob eine überschaubare Zahl von bekannteren Wanderregionen die Aufmerksamkeit von potentiellen Urlaubern auf sich zieht, unter denen die klassischen Wanderdestinationen ungebrochen dominieren. Wie weit sich die Bekanntheit ihrer Namen tatsächlich auch mit konkreten Vorstellungen von ihrer wandertouristischen Attraktivität verbindet, steht dahin. Auf jeden Fall verfügen sie in Deutschlands Wanderwelt über einen guten Ruf, an dem die Tourismuswirtschaft anknüpfen kann und/oder arbeiten muß.

Aufschlußreich ist der unterschiedliche Grad der Eingenommenheit von der eigenen Region. Nach Maßgabe der Eigennennungen werden vor allem der Schwarzwald und das Elbsandsteingebirge von Einheimischen und Besuchern aus dem per Tagesanfahrt erreichbaren Umfeld für eine Urlaubsreise für wert gehalten. Seltener ist das im Bereich der Eifel und des Fichtelgebirges der Fall. Zugleich zeigen sich im Schwarzwald aber auch besonders viele Urlauber von dessen Qualitäten angetan, während im Elbsandsteingebirge und wiederum im Fichtelgebirge, aber auch im Bayerwald und in der Eifel besonders wenig Urlauber das hohe Lied ihrer jeweiligen Urlaubsregion singen.

Insgesamt läßt sich aus dem Vergleich der Prozentanteile schließen, daß ein Großteil der Wandergäste auch bei mehrtägigen Urlauben Wert auf kurze Anfahrtswege legen, wobei ein Radius von 200 bis 250 km für viele die Grenze dessen zu sein scheint, was man sich zumuten möchten. Das bedeutet, daß in Nord-, Süd-, Ost- und Westdeutschland das Wanderpublikum in hohem Maße unter sich bleibt. Ganz plastisch ablesbar ist dies am Beispiel der Fichtelgebirgswanderer, deren denkbare Urlaubsrevier offensichtlich kaum mehr als den Raum Franken/ Ostbayern umfaßt.

Die gute Erreichbarkeit scheint auch ein Grund für die verstärkte Tendenz der Süddeutschen zu Hochgebirgsurlaube zu sein. Die Wanderer im Schwarzwald, Bayerischen Wald und Fichtelgebirge fühlen sich, obwohl nicht danach gefragt, noch am ehesten ins Hochgebirge gezogen, während man in den weiter entfernten Befragungsregionen Sauerland, Thüringer Wald und Elbsandstein in Treue fest zu den Mittelgebirgen steht. Die Plausibilität dieser Vermutung wird noch erhöht durch den Fakt, daß die Bayerwaldgäste als Alpenregion die bayerischen Alpen, die Schwarzwaldgäste das nähere Allgäu bevorzugen. Entsprechend sinkt hier das Renommee der Mittelgebirge. Eine auffällige Ausnahme hiervon stellen die Harz-Wanderer dar, die sich überdurchschnittlich für die Antipoden Schwarzwald und Alpen begeistern können.

⁴ Die Prozentzahlen für den Bayerischen und besonders den Thüringer Wald können real um 1-2% höher veranschlagt werden, da ein spürbarer Anteil der häufigeren, nicht zuweisbaren allgemeinen Nennungen von Bayern und Thüringen vermutlich auf die jeweiligen Waldgebirge gemünzt ist.

⁵ Gemeint sind hier die fränkischen Mittelgebirge, die das Wort Franken im Namen führen. Dabei rangiert in der Statistik die Fränkische Schweiz mit Abstand vor dem Frankenwald und der kaum erwähnten Fränkischen Alb.

⁶ Befragungsort Rennsteig

⁷ Befragungsort Rothaarsteig

⁸ Gemeint sind Ziele, die in der Befragungsregion liegen und von den dortigen Urlaubern bzw. Ein- und Anwohnern benannt werden.

Wie bereits erwähnt, verfügen in diesem Zahlenwerk jene Regionen, die (nicht zuletzt schon wegen ihrer vermuteten Beliebtheit) zur Befragung ausgewählt wurden, nach Ausweis der grau unterlegten Diagonalen über einen beträchtlichen Standortvorteil, allen voran der Schwarzwald, das Rothaargebirge und der Harz. Läßt man daher die Eigennennungen unberücksichtigt, so erhält man eine objektivere Rangskala wandertouristischer Wertigkeiten, die nur auf Fremdnennungen basiert, also die Regionen gewissermaßen von außen beurteilt (letzte Spalte von Tab. 8).

Dadurch sinkt die Zustimmung für die Spitzenreiter der Beliebtheits-skala, ohne indes an ihrer Rangfolge etwas zu ändern, während nicht in die Befragung einbezogene Regionen zum Teil erheblich aufsteigen. So rücken das Erzgebirge und die Rhön in das Mittelfeld auf und überholen zum Beispiel die Eifel und das Elbsandsteingebirge, während umgekehrt das Sauerland und das Fichtelgebirge an das Skalenende absinken.

6. LANDSCHAFT (2): WANDERERFAHRUNGEN IN DEUTSCHLAND

Eine verblüffend ähnliche, wenn auch statt auf die Zukunft auf die Vergangenheit gerichtete Rangskala liefert die an den Anfang des Fragebogens gestellte Doppelfrage nach denjenigen deutschen Regionen, in der man die schönsten bzw. schlechtesten Wandererlebnisse hatte - und das, obwohl die offenen Antworten keiner vorgegebenen Beschränkung auf die Mittelgebirge unterlagen. Das gilt allerdings nur für die positive Erlebnisbilanz. Zwar kamen hierbei die Alpen und Alpenrandbereiche mit knapp 17% etwas besser weg als bei den potentiellen Urlaubszielen, doch entfielen nach wie vor gut 80% auf diverse Mittelgebirgsregionen.

Bei den schlechtesten Erlebnissen treten zusätzlich andere Regionen in Erscheinung, so daß sowohl Mittelgebirge wie Alpen prozentual etwas zurücktreten. Hierbei kommt hinzu, daß über 80% der Befragten überhaupt keine schlechten Erlebnisse einfielen, so daß man sich über diesen Teil der Doppelfrage nur wenig Gedanken machen muß.

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 9
WANDERERLEBNISSE IN DEUTSCHLAND		
Offene Frage - Prozent der Nennungen		
Region	schön	schlecht
Dt. Mittelgebirge	82	75
Alpen	17	9
Tiefland	0	7
Ausland ohne Alpen	1	5
Keine Antwort	20	78

Schönste Wandererlebnisse

Die aufschlußreichste und am ehesten mit der Rangfolge der potentiellen Urlaubsziele vergleichbare Statistik ist also die der schönsten Wandererlebnisse. Erneut sind hierbei zwei Einschränkungen zu berücksichtigen:

- Zum einen die immer wieder festzustellende Neigung von Wanderern, das jüngste, noch ganz lebendige Wandererlebnis besonders wertzuschätzen und so die zur Zeit der Umfrage besuchte Wanderregion - im gegebenen Fall stets eine Mittelgebirgsregion - zu bevorzugen, zumal man sich ja auch nicht ohne Grund zuvor schon dafür entschieden hatte.
- Zum zweiten die Wahrscheinlichkeit einer gehäuften Auflistung der jeweiligen Heimatregionen der befragten Wanderer allein wegen der hohen Zahl der dort genossenen Wandererlebnisse - von Effekten lokalpatriotischer Verbundenheit ganz abgesehen.

SCHÖNSTE WANDERERLEBNISSE

Offene Frage - Prozent der Nennungen

Befragungsregion/ Erlebnisregion	SW	BW	TW	ES	HA	SL	EI	FI	Ges.⁹	Ges. fremd
Schwarzwald	62	3	3	1	7	7	11	8	12	6
Bayerischer Wald	4	53	6	3	4	6	4	8	10	5
Sonstiges Bayern	1	2	3	2	3	5	2	3	3	3
Thüringen allgemein	4	5	53	10	6	9	5	4	10	5
davon Thüringer Wald	3	5	24	6	6	5	4	4	6	4
Elbsandsteingebirge	1	5	5	47	3	2	2	1	9	3
Harz	0	3	2	7	36	1	2	4	7	3
Sauerland	1	0	2	0	1	39	5	1	7	2
Eifel + Belux-Rand	0	0	1	0	2	7	34	1	6	2
Fichtelgebirge	0	0	0	0	0	0	0	33	3	0
Pfalz	2	2	3	2	0	1	3	3	2	2
Frankengebirge	0	0	3	2	0	1	4	8	2	2
Rhein + Nebenflüsse	1	0	1	1	0	2	6	0	2	2
Schwaben / Alb	3	1	3	0	1	2	2	3	2	2
Rhön	0	0	3	1	1	2	0	3	1	1
Oberlausitz/Zittauer Gebirge	1	0	0	3	1	0	0	3	1	1
Odenwald	1	1	3	0	0	1	0	1	1	1
Hessen sonst	0	0	1	0	1	1	1	0	1	1
Nordsee/Ostsee	1	0	0	4	4	2	0	0	2	2
Dt. Mittelgebirge	81	76	88	82	73	90	81	88	82	44
Alpen insgesamt	17	23	12	16	24	9	17	10	17	17
davon Allgäu	9	8	5	2	6	3	5	1	5	5
davon Bayerische Alpen	5	6	2	0	5	3	3	3	3	3
Ausland ohne Alpen	1	0	0	2	2	0	2	1	1	1

Von daher ist Tab. 10 ähnlich wie Tab. 8 strukturiert und zu bewerten. Aus ihren Zahlen geht hervor, daß die grau unterlegten Anteile der Eigennennungen in der Diagonalen bei den realen Erlebnissen sogar noch sehr viel stärker ausfallen als bei den potentiellen Wanderzielen. Nicht weniger als 41%, das sind knapp die Hälfte aller Wanderhöhepunkte, entfallen im Mittel auf die jeweils eigene Region. Das bestätigt der Vermutung, daß Wanderer offenbar leicht begeisterungsfähig und im Überschwang geneigt sind, das jüngste Wandererlebnis, wenn es nur einigermaßen erfreulich ausfiel, als herausragend zu loben.

Erneut fällt das Eigenlob besonders stark im Schwarzwald und besonders schwach im Fichtelgebirge aus, während der Bayerische Wald und je nach Interpretation auch der Thüringer Wald aufgeholt haben. Die auf den ersten Blick für den Thüringer Wald überraschend niedrige Zahl der Nennungen relativiert sich nämlich, wenn man berücksichtigt, daß der größte Teil der Stimmen für Thüringen allgemein am Rennsteig selbst angefallen ist. Es spricht also viel dafür, daß mit dem lapidaren Vermerk Thüringen mehrheitlich der Thüringer Wald gemeint ist,

⁹ Sieben weitere Regionen erreichen unter 0,5 % - 0,1%: Erzgebirge, Westerwald, Spessart, Oberpfalz, Weserbergland, Lüneburger Heide und Saarland.

zumal von den anderen thüringischen Wandergebieten namentlich lediglich der Hainich (marginal) auftaucht.

Aus den Eigennennungsquoten auf die Qualitäten der Wandergebiete zu schließen, wäre zwar plausibel, wird jedoch durch die übrigen Daten der Erhebung nur begrenzt gestützt (s.u.). Weniger naheliegend, aber keineswegs abwegig ist der Gedanke an ein unterschiedliches Wanderpublikum. In der Tat ist an den Zahlen ablesbar, daß etwa das Wanderpublikum in Sauerland, Harz und Fichtelgebirge eine weit gefächerte Palette von schönen Erlebnisgegenden aufzuzählen hat - bezeichnend ist etwa beim Harz der für eine norddeutsche Region erneut enorm hohe Alpenanteil. Das spricht für höhere Flexibilität und Reisefreudigkeit. Auf der anderen Seite zeigt sich das Bayerwaldpublikum weitgehend auf Süddeutschland und Thüringen, das Schwarzwaldpublikum noch enger auf den süddeutschen Raum eingeschworen.

Ein weit besseres Maß für die wandertouristische Bedeutung der Destinationen sind die auf die Gesamtzahl der Nennungen bezogenen Regionalquoten. Dabei lassen sich im Vergleich mit der Rangreihe der Urlaubsziele von Tab. 8 sowohl Gewinner wie Verlierer ausmachen. Als größter Verlierer erscheint hierbei der Harz, der seinen Prozentanteil fast halbiert hat und von einem Spitzen- auf einen Mittelplatz abgerutscht ist. Offenbar ist sein Ruf als Urlaubsregion sehr viel besser als sein tatsächliches Angebot an Wandererlebnissen. Zu den in diesem Sinne zu klassifizierenden Verlierern gehören auch der Schwarzwald und die Rhön. Dagegen legen der Bayerische und der Thüringer Wald ebenso wie das Elbsandsteingebirge in der Erlebnisdimension erkennbar zu.

Da die führenden Regionen ganz besonders von ihren hohen Eigennennungsquoten profitieren, verringern sich die Rangunterschiede beträchtlich beim Übergang zur reinen Außenstatistik, also der Lokalisierung schönster Erlebnisse in anderen als der jeweiligen Befragungsregion. An der Rangfolge ändert sich mit Ausnahme des Fichtelgebirges indes kaum etwas. Insofern ist die letzte Spalte von Tab. 10 vor allen Dingen dazu geeignet, den Mittelklasseregionen Trost zu spenden.

Eine besondere Beachtung verdient aber die deutliche Spitzenstellung der Alpen, die speziell in dieser letzten, vermutlich realistischen Bilanz weit vor den Spitzenreitern unter den Mittelgebirgen liegen. Das Argument, angesichts der Ausdehnung der Alpen könne ein Vergleich mit einzelnen Mittelgebirgsregionen nur zu deren Ungunsten ausfallen, vermag nicht recht zu überzeugen, wenn man betrachtet, daß allein die Hälfte der Stimmen für die Alpen auf das kleine Allgäu und den schmalen deutschen Alpenrandstreifen entfallen. Hinzu kommt, daß die Befragung ausschließlich in Mittelgebirgen durchgeführt wurde, so daß im Gegensatz zu ihnen für die Alpen nicht der Bonus des Befragungsstandorts zum Tragen gekommen ist. Diese Tatsachen sprechen also dafür, daß für einen beachtlichen Teil der Wanderer das Alpine für besondere Erlebnisqualität steht.

Tatsächlich ergab eine ähnliche, aber nicht von vornherein auf Deutschland beschränkte Frage nach den schönsten Urlaubs-Wanderungen im Rahmen der Profilstudie '99 einen Alpen-Anteil von 46% - mit österreichischen Destinationen an der Spitze vor solchen aus Südtirol und der Schweiz. Deutsche Ziele kamen zusammen nur auf 38%, und auch hier verdankte Bayern seine führende Rolle vor allem seinem alpinen Südrand. Die seinerzeitige Rangfolge innerhalb der Mittelgebirge ist indes kaum mit den vorliegenden Befunden vergleichbar, da hierbei lediglich die drei Befragungsregionen eindeutig dominierten. Ähnlich wie die damaligen Befunde machen auch die aktuellen Daten indes deutlich, daß die Mittelgebirge letztlich nur als Ganze gegenüber den Alpen eine Chance haben, weshalb eine gemeinsame Marktstrategie dringend zu empfehlen wäre.

Schlechteste Wandererlebnisse

Die Frage nach der Region des schlechtesten Wandererlebnisse ist nur von wenig mehr als 20% Prozent der Befragten beantwortet worden, so daß sich die Interpretation der Daten von Tab. 11 auf die Feststellung einiger allgemeiner Tendenzen reduzieren muß.

Vermutlich wäre es zu einfach, die hohe Zahl der Urteilsenthaltungen einfach nur als Mangel an negativen Erlebnissen zu interpretieren. Vielmehr deutet eine Anzahl von Kommentaren nach der Art „So was gibt es nicht!“ „Überall ist es schön!“ darauf hin, daß Wanderer offenbar weithin dazu entschlossen sind, unangenehme Ereignisse zu ignorieren, um sich ihr Hobby nicht vergällen zu lassen.

Auffällig ist dabei allerdings, daß die Eigennennungsquote erneut besonders hoch ist. Das untermauert zum einen die Hypothese vom kurzen Gedächtnis der Wanderer. Nicht nur die schönsten, sondern auch die schlechtesten Touren hat man dort gemacht, wo man sich gerade befindet - vielleicht auch, weil man dort am meisten unterwegs ist. Immerhin erscheinen die Wanderer nicht unbedingt parteiisch, sondern trauen sich - jedenfalls zu einem kleinen Teil - auch die Rolle von „Nestbeschmutzern“ zu.

Profilstudie Wandern 2003									Tab. 11
SCHLECHTESTE WANDERERLEBNISSE									
offene Frage - Prozent der Nennungen									
Befragungsregion	BW	SW	HA	SL	EI	TW	FI	ES	Ges.
Erlebnisregion									
Bayerischer Wald	46	6	31	0	5	12	0	13	15
Sonstiges Bayern	0	6	0	10	0	0	0	0	2
Schwarzwald	23	64	0	0	0	6	8	0	11
Harz	13	0	9	5	0	12	8	13	6
Sauerland/Siegerland	0	6	2	23	10	0	0	0	5
Eifel	0	0	0	5	19	18	8	0	5
Rhein m. Nebenflüssen	0	6	0	0	19	6	4	0	3
Thüringen allg.	3	0	4	0	0	14	0	0	3
davon Thüringer Wald	0	0	0	5	5	0	8	0	1
Fichtelgebirge	0	0	0	0	5	0	4	0	1
Elbsandsteingebirge	0	0	0	0	5	0	0	0	1
Dt. Mittelgebirge insg.	79	82	70	65	76	82	88	61	75
Alpen	9	0	9	10	10	0	0	9	9
Tieflandschaften	0	12	13	15	10	6	4	0	7
Ausland ohne Alpen	3	0	9	5	0	6	8	17	5
Keine Antwort	72	90	75	82	84	84	76	82	78

Auch die Rangfolge der Regionen scheint sich gegenüber der Positivbilanz nur wenig verändert zu haben. Die extremen Plätze werden erneut von Schwarzwald und Bayerischem Wald eingenommen. Gutes und Schlechtes liegt in der deutschen Wanderszene offenbar dicht nebeneinander. Jede Region hat auch ihre Problemzonen, keine wird sich auf den Lorbeeren der Tab. 10 einfach ausruhen können.

Mehr Bedeutung darf man den Prozentzahlen beimessen, die auf die Flachlandschaften und dem nicht alpinen Ausland entfallen, da diese bei den Urlaubszielen wie bei denen der positiven Erlebnissen nur marginal

auftauchten. Wanderungen in Tieflandschaften wie Küste und Heide scheinen Mittelgebirgswanderer häufiger unbefriedigt gelassen zu haben. Nicht weniger überraschend sind die relativ häufigen Voten gegen ausländische Wanderregionen, scheinen doch Wandertouren ins Ausland nach Auskunft von Wanderreiseveranstaltern im Trend zu liegen.

Das gilt nicht in demselben Maße für die Alpen. Das Lob überwiegt hier auch in der Relation zu Tab. 10 eindeutig den Tadel. Offenbar werden die Wandererwartungen in alpinen Landen seltener enttäuscht. Keine Frage: Die deutschen Mittelgebirge haben noch eine Menge Hausaufgaben zu erledigen, bevor sie der alpinen Konkurrenz das Wasser reichen können.

7. ZIELE: WAS SUCHEN WANDERER?

Sich der nationalen und internationalen Wanderkonkurrenz zu stellen, heißt für eine wandertouristische Destination zuallererst, die Reize der eigenen Landschaft optimal zu erschließen. Da sich Wanderer zunehmend ungern einem Führer anschließen, bedarf es dazu eines sorgfältig ausgewählten und ausgewiesenen Wegenetzes. Wege aber brauchen Ziele, seien sie natürlicher, kultureller oder gastronomischer Art, ohne die Anlaß wie Antrieb fehlen, sich der Mühe einer Fußreise zu unterziehen. Welche Ziele sind für Wanderer besonders reizvoll?

An der Spitze der Zielhierarchie rangieren unangefochten Berggipfel. Daß es sich dabei nicht unbedingt um alpine Gipfel handeln muß, dokumentieren die günstigen Mittelgebirgsbefunde. Entscheidend ist offenbar die mit solchen stark erhöhten Plätzen verbundene Erwartung von Aussichten, die zusammen mit dem Wald bereits die Hitliste landschaftlicher Attraktionen anführen.

Als dritte im Bunde hoch besetzter Ziele kommen mit Tab. 12 - angesichts der gängigen landschaftspsychologischen Befunde nicht ganz unerwartet - noch die Gewässer hinzu.

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 12	
BESONDERS ATTRAKTIVE WANDERZIELE			
Prozent			
Ziele	'03	'00	'98
NATURERLEBNIS			
Berggipfel	67		67
Gewässer	55		46
Felsklamm	32		
Heimische Urwälder	28	36	(25)
Begehbare Höhlen	24	44	
Moore	20	27	
Geschützte Biotop	19	29	
KULTUR/ZIVILISATION			
Burgen, Schlösser	37	(28)	45
Schöne Ortschaften	27		23
Bewirtschaftete Hütten	39	28	
Ausflugslokale	13	19	25
INFORMATION			
Naturschutzzentren	17	10	
Ausgrabungsstätten	11	27	
Wald-Info-Stationen	8	3	
Museen	7	8	10

Besonders interessante, herausfordernde Naturelemente wie Felsszenarien, Höhlen oder Urwälder, die den ästhetischen Naturgenuß um einen kleinen Abenteuer touch ergänzen, werden dagegen nur von rund einem Viertel, unter Jüngeren von einem Drittel aller Wanderer besonders hervorgehoben. Das sind durchweg weniger als im Jahre 2000. Die von den Faktoren Ästhetik und Abenteuer geprägte Mischung eines jeden eindrucksvollen Urlaubserlebnisses scheint sich also in letzter Zeit tendenziell zu Gunsten des ästhetischen Genusses verändert zu haben.

Erneut erfährt in diesem Zusammenhang die Wildnis, hier in Form des Urwaldes, eine Akzeptanz von knapp unter 30%. Typische Naturschutzgebiete wie Biotope oder Moore bleiben mit rund 20% sogar noch darunter. Die ökologische und ästhetische Bewertung von Natur gehen also nicht unbedingt in dieselbe Richtung.

Noch weniger ist das der Fall, wenn das Erlebnis in Belehrung übergeht. Die Bereicherung des Wanderns mit Wissenspaketen, wie sie von den wie Pilze aus dem Boden schießenden ländlichen Informationszentren offeriert werden, spricht Wanderer nach wie vor kaum an. Nicht viel mehr als jede/r Zehnte kann sich dafür erwärmen, was besonders beim an sich hoch positiv besetzten Thema Wald ins Auge fällt: Dessen besonderem Sympathiepotential als Wanderkulisse steht ein Informationsinteresse von nur 8% gegenüber. Das sollte all jenen zu denken geben, die der allgemeinen Wertschätzung gegenüber der Natur vorzugsweise durch den Bau von Lehrgebäuden Nachdruck geben wollen.

Demgegenüber erreichen Burgen und Schlösser sowie schöne, meist historische Ortskerne als besonders eindrucksvolle Relikte unserer Geschichte Sympathiewerte zwischen der schönen und der zu schützenden Natur. Damit liegen sie in der Rangliste der Wanderziele etwa gleichauf mit bewirtschafteten Hütten, die die gastronomische Hitliste eindeutig anführen, während schlichte Ausflugslokale weniger als halb so viel hermachen.

Bei jeder Neukonzeption von Wanderwegen und -offerten ist diese fundamentale Zielhierarchie zu berücksichtigen. An ihrer Spitze stehen stets jene natürlichen und landschaftlichen Schönheiten, über die die deutschen Wanderdestinationen meist in großer Fülle verfügen. Mit deutlichem Abstand folgen kulturelle wie gastronomische Ziele. Selbst kulturelle Highlights erreichen in der Regel nicht die Attraktivität ästhetischer Naturszenarien, auch wenn Heimatforscher, Touristiker und Wanderführer sie noch so sehr beschwören. Die wenigen verbliebenen Bildungswanderer mögen das bedauern und die Gleichrangigkeit der Kultur mit der Gastronomie gar als Blasphemie empfinden. Der moderne Wandergast entscheidet für sich gleichwohl anders, und dies gilt es in einer zeitgemäßen Wanderkonzeption zu berücksichtigen - was um so leichter fallen sollte, als schöne Landschaft schließlich das eigentliche Kapital der einschlägigen deutschen Ferienregionen darstellt.

8. WEGE (1): WAS GEFÄLLT WANDERERN?

Wanderer erleben Landschaft nicht, wie viele Geographen zu unterstellen scheinen, von oben, sondern aus der horizontal-linearen Perspektive des Wanderweges, den sie im rechten Zeitmaß abschreiten und dabei in all seinen Vor- und Nachteilen auskosten. Wege sind daher das wichtigste und nachweislich auch meistgenutzte Urlaubsmedium der deutschen Mittelgebirge. Sie stellen so etwas wie die Visitenkarte einer touristischen Destination dar, mit ihrer Hilfe vor allem sucht der Wandergast seine Erholung. Im Gegensatz zu ihrer touristischen Vernachlässigung während der letzten Jahrzehnte bedürfen sie folglich einer besonders sorgfältigen Auswahl und Aufbereitung. Wie werden sie derzeit beurteilt? Und was ist bei ihrer Modernisierung zu beachten?

Spontanes Lob

Bittet man ganz pauschal um eine Bewertung der jeweiligen regionalen Wanderwege, so fällt das Urteil in der vorliegenden wie in allen ähnlichen Befragungen überaus positiv aus. 90% sind mehr als zufrieden damit, wenn sich auch nur ein Drittel zu der Note sehr gut durchringen kann.

Den bisherigen Erfahrungen zufolge bezieht sich dieses Urteil allerdings vor allem auf die Landschaft im Umfeld der Wege, nicht unbedingt auch auf die Wege als solche. Ferner ist an dieser Stelle in besonderem Maße der Umstand in Rechnung zu stellen, daß diese Meinungen nahezu durchweg an prominenten, besonders herausgestellten und gepflegten Leitwanderwegen erhoben wurden. Die Bewertungen betreffen also das Beste, was Deutschlands Mittelgebirge zu bieten haben. Insofern ist das Mehrheitsurteil „gut“ eher in dem Sinne zu verstehen, daß diese (Spitzen-) Wege auch noch besser sein könnten.

Einen etwas genaueren Einblick in die Qualität von Deutschlands Spitzenwanderwegen eröffnet die an das pauschale Eingangsurteil anschließende offene Frage: „Was gefällt Ihnen an den Wanderwegen ganz besonders?“ Allerdings bleiben die spontan herausgeforderten Wertungen zwangsläufig sehr pauschal, mehrheitlich wurden nur ein, zwei Stichworte notiert. Die knappe Hälfte der Befragten konnte sich auf die Schnelle überhaupt kein Urteil abringen.

Ein Grund für diese großflächige Antwortverweigerung bestand sicherlich darin, daß man den entspannenden Tonus des Wanderns nicht durch die anstrengende Suche nach eigenen Formulierungen unterbrechen wollte - Ankreuzen fällt da sehr viel leichter. Hinzu kommt wohl auch, daß die Beurteilung von Wanderwegen noch eine sehr ungewöhnliche Übung darstellt.

Was die Aussagekraft dieser pauschalen Urteile betrifft, so ist sie nur schwer einzuschätzen. Zum einen kommt darin zum Ausdruck, was man unterwegs als angenehm erlebt hat. Zum anderen können sich die Bemerkungen aber nur auf das beziehen, was wirklich vor Ort vorhanden ist. Die offene Eingangsfrage liefert also lediglich eine positive Widerspiegelung des Ist-Zustandes im Mix von Wunsch und Wirklichkeit, die nur begrenzt als Orientierungshilfe für künftige Planungen dienen kann.

Alles in allem streuen die insgesamt über 1.000 anerkennenden Hinweise thematisch sehr breit und dokumentieren damit einmal mehr das breite Motivspektrum von Wanderern. Ein guter Wanderweg muß viele Bedürfnisse erfüllen - von schöner Natur über gepflegte Wege bis zu einer zuverlässigen Infrastruktur. Andererseits verteilen sich die spontanen Assoziationen in der Statistik keineswegs beliebig auf die diversen Themen, in der relativen Verteilung der Nennungen zeigt sich durchaus ein gewisses Profil. Wie konsistent dieses jeweils auf die Gesamtzahl der Nennungen bezogene Themenprofil ist, zeigt sich besonders eindrucksvoll im Vergleich mit einer ähnlichen offenen Eingangsfrage der Profilstudie 2000, die sich allerdings auf geringere Fallzahlen bezieht.

So dominiert im spontanen Assoziationshorizont (ähnlich wie bei den Motiven) eindeutig das Thema Natur. Zusammen mit den naturbelassenen Wegen und Pfaden entfallen über 50% der anerkennenden Äußerungen auf natürliche Gegebenheiten, die an Deutschlands Wanderwegen offenkundig am meisten geschätzt werden und (zumindest im Umfeld der Spitzenwege) auch weitgehend den Wünschen entsprechen.

Profilstudie 03		Tab. 13
BEURTEILUNG REGIONALER WANDERWEGE		Prozent
Note	%	
sehr gut	34	
gut	57	
befriedigend	8	
ungenügend	1	

Dabei werden häufig nur die Natur und ihre Urwüchsigkeit als solche beschworen. Nimmt man noch die für die Natur typische Ruhe hinzu, dann gibt jede fünfte Nennung der Freude darüber Ausdruck, beim Wandern in das ursprüngliche und artgerechte Biotop eintauchen zu können.

Profilstudien Wandern 2003 Tab. 14

POSITIVE MERKMALE MARKIERTER WANDERWEGE (1)		
Prozent		
Merkmal	'03	'00
NATUR	39	44
Naturnähe	13	11
Flora und Fauna	0	1
Landschaft	7	6
Ausblick	5	5
Wald	3	5
Relief (Gipfel, Wasser)	2	2
Ruhe	6	9
Sonstiges	3	4
ZIVILISATION	9	6
Sauber	4	2
Rastplätze	3	2
Gasthäuser	0	0
Kultur / Information	1	1

Allerdings bezieht sich dieses Lob nicht nur de facto, sondern auch in der Wertungsrichtung auf die kulturell aufbereitete Natur und nicht etwa auf eine echte Wildnis. Denn selbst dort, wo man in großflächigen Naturschutzgebieten oder Bannwäldern positiv auf Wildniserfahrungen verweisen könnte, geschieht das nicht. Obwohl die Befragungen im Bayerischen Wald, dem Harz und der Sächsischen Schweiz, also in drei der acht Erhebungsregionen, inmitten bzw. am Rande von Nationalparks stattfanden, taucht dieser Umstand in den positiven Urteilen so gut wie überhaupt nicht auf. Lediglich 0,3% der Antworten nahm darauf Bezug, das allgemeine Stichwort Naturschutz eingeschlossen. Die negativen Auswirkungen der Naturparkvorschriften wurden dagegen weit öfter kritisiert (s.u.).

Wenn es überhaupt konkreter wird, dann werden in der Kategorie Natur am ehesten noch die Landschaft und Landschaftselemente angesprochen. Und das ist vor allem mit Natur gemeint: die schöne natürliche Umgebung sowie im besonderen ihre Bewaldung und ihre eindrucksvollen Reliefelemente wie Felsgipfel und Schluchten. Daß hierbei Gewässer nur am Rande in Erscheinung treten, dürfte mit den Befragungsorten zusammenhängen, in deren Umfeld größere Gewässer fehlen. Dafür wird man die häufiger noch als Wald und Fels gepriesenen Aussichten letztlich auch dem Landschaftsfaktor zurechnen müssen, geht doch hier der Blick in die Weite.

Zusammengenommen betreffen demnach rund 18% aller konkreteren Natur-Assoziationen die Landschaft. Dagegen werden Flora und Fauna zu weniger als 1% angesprochen. Es geht den Wanderern also nicht um das Naturdetail, sondern um das natürliche Gesamtensemble in seiner kulturell überformten Gestalt. Hier sucht er die Entspannung, die er im hochzivilisierten Alltag kaum noch findet.

Wie sehr dem Wandergast an einer genußorientierten Aufbereitung der Natur liegt, belegt das nicht selten geäußerte Lob für die installierten Rastmöglichkeiten. Das gilt ähnlich für die nicht weniger oft auftauchende Vokabel „sauber“, die in ihrer Zielrichtung im allgemeinen unbestimmt bleibt, aber letztlich eine ästhetische Dimension anspricht - etwa im Sinne der Bereinigung des Naturbildes von Müll oder Totholz.

So gut wie keine Rolle spielen demgegenüber kulturelle Ziele am Weg, sei es, daß sie in den meist walddreichen Befragungsregionen nur spärlich vorhanden sind, sei es, daß sie dem Wanderer im Vergleich zur Natur nicht so wichtig vorkommen - die Motivhierarchie deutet ja bereits darauf hin. Selbst wenn man sämtliche positiven Hinweise auf Informationstafeln am Weg - welchen Inhalts auch immer - den Kulturassoziationen zuschlägt, kommt ihr Anteil nicht über 1% hinaus.

Noch seltener finden Gasthäuser Erwähnung. Das läßt sich nur teilweise mit entsprechenden Defiziten erklären. Die Spitzenwanderwege dürften eher überdurchschnittliche Einkehrmöglichkeiten bieten, die aber für die Beurteilung von Wanderwegen kaum eine Rolle zu spielen scheinen. Vermutlich werden sie, und das könnte partiell auch für kulturelle Attraktionen am Wegesrand gelten, im Gegensatz zur Natur nicht dem Wanderweg als solchem zugerechnet.

Obwohl die Frage auf Wege und nicht auf Landschaften zielt, nehmen Äußerungen zum Wegeformat nur den zweiten Platz in der Rangskala der Positivurteile ein. Und auch hierbei fällt der Naturnähe erneut eine bedeutsame Rolle zu: Denn der Weg als solcher soll möglichst naturbelassen sein, man freut sich, wenn er sich pfadig verengt und möglichst wenig von den Zivilisationsübeln Asphalt und Verkehr beeinträchtigt wird. Im Vergleich zur Profilstudie 2000 hat sich dieses Lob allerdings vermindert.

Von etwa gleichem Gewicht sind erstaunlicherweise auch jene Komplimente, die den Wegen bescheinigen, gut gepflegt und ausgebaut zu sein. Das widerspricht indes nicht unbedingt dem Wunsch nach Naturnähe, vielmehr geht es den Befragten nach Ausweis der konkreteren Hinweise vor allem um ein sicheres und hindernisfreies Ausschreiten, ohne ständig auf den Untergrund achten zu müssen. Und wo es Probleme mit dem Setzen der Füße gibt, dort wünscht man sich Gehhilfen in Form von Treppen oder Sicherungen.

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

Recht positiv wird schließlich auch der Abwechslungsreichtum der Wege bzw. Landschaft gewürdigt. Eine attraktive Wanderszene muß nicht nur naturnah, sondern auch erlebnisreich sein, und hierbei spielt die Vielfalt der Szenerien eine wesentliche Rolle.

Der Vergleich mit den Daten aus dem Jahre 2000 ist wegen der sehr viel geringeren Fallzahlen nur begrenzt interpretierbar. Im Rahmen der zu erwartenden statistischen Schwankungen sind die Ähnlichkeiten bis hin zur Verweigerungsquote daher geradezu erstaunlich. Der einzige klar ansprechbare Unterschied betrifft das Verhältnis der Oberthemen Wegeformat und Leitsystem. Zwar stimmt auch hier noch die Rangfolge, doch wird die Wegegestaltung und hierbei insbesondere die Naturbelassenheit der Wege drei Jahre nach der Jahrhundertwende weniger positiv hervorgehoben, während Markierungen und Wegweiser besser wegkommen. Ob dem eine tatsächliche Veränderung in dieser Richtung oder nur eine veränderte Sichtweise bzw. Erwartungshaltung entspricht, steht dahin.

Forts. Tab. 14		
POSITIVE MERKMALE		
Wanderwege (2)		
Merkmal	'03	'00
WEGEFORMAT	30	39
Wegeföhrung	3	2
naturbelassen, unbefestigt	10	15
pfadig	2	2
gepflegt	7	8
ausgebaut	6	6
kein Verkehr/Straßenkontakt	1	1
Sonstiges	1	1
LEITSYSTEM	14	6
Beschilderung	14	6
ALLGEMEINES	8	6
Abwechslung	7	4
Sonstiges	1	1
STATISTISCHE BEZUGSGRÖSSEN		
Zahl der Nennungen	1484	507
Anteil ohne Antwort	43%	53%

Erklärte Vorlieben

Zur Ergänzung der aus der offenen Frage gewonnenen, eher pauschalen Eindrücke faßt eine Batterie geschlossener Fragen etwas genauer nach. Die Ergebnisse verstärken nicht nur die aus der offenen Frage gewonnenen Einsichten, sondern zeigen im Vergleich mit einer ähnlichen Fragenbatterie der 98er Profilstudie wiederum eine erstaunliche Konstanz der Wegevorlieben¹⁰.

So stehen die naturnahen und aussichtsreichen, aber auch die markierten Wege klar an der Spitze, verkehrsgerecht befestigte Wege ebenso eindeutig am Schluß der Wunschkala.

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 15	
Wanderwege-Vorlieben			
Prozent			
Wegart	'03	'98	
NATURWEGE			
Schmale Pfade	66	41	
Aussichtsreiche Kammwege	52	52	
Erd- und Graswege	45	43	
LEITWEGE			
Markierte Wanderwege	60	53	
Naturlehrpfade	23	21	
Fernwanderwege	14	18	
Themenwege	4	4	
HERAUSFORDERUNG			
Steile Wege, Bergpfade	32	20	
Breite bequeme Wege	18	23	
Querfeldein	7	8	
VERKEHRSWEGE			
Befestigte Schotterwege	7		
Wege durch Ortschaften	4	(7)	
Asphaltierte Wege	1	3	
Wege entlang von Straßen	1		

Eine charakteristische Ausnahme von diesem Gleichklang fällt jedoch ins Auge. Sowohl die schmalen Pfade als auch die steilen Wege/Bergpfade kommen in der aktuellen Befragung wesentlich besser weg, sie haben erheblich an Attraktivität gewonnen. Der Sehnsucht nach Naturnähe, wie sie sich am ehesten und ganz besonders konkret auf Pfaden erleben läßt, ist also noch stärker geworden, während breite, bequeme Wege an Akzeptanz verloren haben.

Das unterstreicht ebenso wie die nach wie vor hochgeschätzten Erd- und Graswege die zuvor bereits festgestellte Dominanz des Naturmotivs, wirft aber auch ein erhellendes Licht auf den Stimmenverlust von Naturwegen in der offenen Frage: Offenbar ist man neuerdings im Hinblick hierauf anspruchsvoller und mit spontanem Lob für die vorhandenen Wege zurückhaltender geworden. Das geht allerdings nicht so weit, daß man nun einfach querfeldein geht. Ein Weg muß schon sein, und dies nicht nur der damit verbundenen Trittsicherheit, sondern auch der sichereren Orientierung halber. Hierfür spricht nicht zuletzt der Um-

stand, daß die Wegemarkierung den einzigen mehrheitlich akzeptierten Eingriff in die Wegelandschaft darstellt. Von ihr will man sicher durch die Landschaft geführt werden.

Die Liebe zu Pfaden erfährt allerdings kräftige Einbußen, wenn sie pädagogischen Zwecken dienstbar gemacht werden. So finden Naturlehrpfade nur bei einem Viertel der Wandergäste Anklang, sonstige Themenwanderwege sogar nur bei jedem Fünfundzwanzigsten. Letzteres kann freilich auch daran liegen, daß sich viele unter dem abstrakten Begriff Themenwege nicht recht etwas vorstellen können.

Erstaunlich wenig kann Otto Normalwanderer auch mit Fernwanderwegen anfangen. Nur jeder Siebte gewinnt ihnen etwas ab. Vor dem Hintergrund der dominierenden Rolle solcher Wege in den deutschen Wander-

¹⁰ Die meist nur um wenige Prozent abweichenden 98er-Vergleichszahlen ergeben sich aus den damaligen Daten allerdings erst, wenn man lediglich die erste Stufe der seinerzeit fünfstufigen Bewertungsskala heranzieht. Daß macht aber auch Sinn, entspricht doch die aktuelle Antwortvorgabe „besonders gern“ noch am ehesten dem damaligen „sehr gern“, während im Befundbericht der 98er Studie „sehr gern“ und „gern“ zusammengefaßt sind.

prospekten ist an dieser Stelle offenbar einiges nachzuarbeiten.

Asphaltierte Wege finden wie bisher unter wandernden Natursuchern so gut wie keinen Anklang. Wie die weit höhere Akzeptanz von breiten, bequemen Wegen zeigt, liegt das weniger am Wegeformat als am harten Untergrund. Selbst eine Schotterbefestigung wird von weniger als 10% akzeptiert. Gänzlich unakzeptabel sind schließlich Wanderwege entlang von Straßen. Wie jüngste Bestandsaufnahmen der tatsächlichen Wanderwegequalitäten in diversen Regionen zeigen, sieht die bundesdeutsche Wirklichkeit in diesem Punkte leider ganz anders aus.

Von daher untermauern die neuen Befunde die Notwendigkeit einer grundlegenden Qualitätsrevision des deutschen Wegenetzes. Zugleich bestätigen sie die starke Betonung, welche die von den Projekt-Partnern Wandern für den Deutschen Tourismusverband und den Deutschen Wanderverband entwickelten Qualitätskriterien für Wanderwege auf die Naturnähe des Wegeformats legen.

Infrastrukturwünsche

Eine schöne Wanderlandschaft wie in den deutschen Mittelgebirgen ist nicht nur ein Geschenk der Natur, sie kann auch bewußt gestaltet werden. Wie halten es die wandernden Natursucher mit der eigens für sie installierten Infrastruktur? Wird sie als Störung bei der Suche nach Naturnähe erlebt oder als Element zur Erhöhung des Wandergenusses gesehen, etwa durch einladende Rastmöglichkeiten oder bequeme Einstiegs- und Aufstiegs-hilfen?

Offenbar wird generell mehr Wert als früher auf die Möblierung von Wanderwegen gelegt: Jede/r Zweite wünscht sich Schutzhütten, Sitzbänke und Papierkörbe am Weg. Während die Daten für Sitzbänke im mehrjährigen Aufwärtstrend liegen, gilt für die Schutzhütten das Gegenteil, sie können einen so verblüffenden Image-wechsel für sich verbuchen, daß er in einer Folgestudie noch der Bestätigung bedarf. Papierkörbe sind nach wie vor wichtig, weil man sich von ihnen eine geordnete Beseitigung des Mülls (der anderen) erhofft.

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 16			
LANDSCHAFTSAUSSTATTUNG					
Prozent					
Infrastrukturelemente	'03	'00	'99	'98	
Schutzhütten	58	15	31	36	
Sitzbänke	52	37	36	23	
Papierkörbe	46		35	44	
Ausfluglokale	30		29	29	
Aussichtstürme	32	33	10	21	
Parkplätze im Grünen	11			19	

Diese insgesamt unerwartete Aufmerksamkeit für eine wanderfreundliche Ausstattung der Landschaft rechtfertigt die hohen Investitionen, die etwa am Rennsteig und zunehmend auch am Rothaarsteig in die Bestückung des Weges mit Rasthilfen fließen. Sie sind den Wanderern offenkundig noch wichtiger als die an sich schon relativ hoch veranschlagten Einkehrmöglichkeiten.

Dabei ist freilich zu berücksichtigen, daß als Vertreter der Gastronomie in dieser Tabelle nicht bewirtschaftete Hütten, sondern „nur“ Ausfluglokale auftreten. Wenn ein knappes Drittel der Befragten hierauf besonderen Wert legt, so reproduziert sich in dieser Quote exakt jener Wert, der auch in anderen Untersuchungen immer wieder als Maß für die besonders einkehr- bzw. ausgehwilligen Wanderer auftaucht.

Neben der bodenständigen Infrastruktur haben offenbar auch Aussichtstürme in den letzten Jahren eine beträchtliche Aufwertung erfahren. Sie sind Wanderern mittlerweile nicht weniger wichtig als die häufig damit in Verbindung stehenden Lokale. Auf Parkplätze scheinen sie dagegen eher verzichten zu können - das Auto kann man in den ländlichen Wandergebieten in der Regel problemlos in Dörfern oder an Wegrändern platzieren.

9. WEGE (2): WAS STÖRT WANDERER?

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

Spontane Kritik

Die offene, spontane Kritik fiel eher zurückhaltend aus. Ob es tatsächlich kaum etwas zu kritisieren gab oder man an einem schönen Wandertag nicht angestrengt über Unschönes nachdenken wollte, steht dahin. Jedenfalls machten 61% der Befragten auf die Frage nach negativen Erfahrungen überhaupt keine Angaben. Da auch die verbleibenden Kritiker weniger Stichworte notierten, entfiel in der Bilanz auf zwei positive Statements nur ein negatives. Auch hierbei ist indes wieder zu berücksichtigen, daß die Befragungen auf prominenten Wegen in Deutschlands führenden Wanderdestinationen stattfanden.

Profilstudien Wandern 2003		Tab. 17
NEGATIVE MERKMALE MARKIERTER WANDERWEGE (1)		
Prozent		
Merkmal	'03	'00
NATUR	15	4
Sperrung	2	0
Flora und Fauna	0	0
Landschaft, Ausblick	1	1
Wald	7	3
Geoformation	3	0
ZIVILISATION	35	46
Lärm, Betrieb	11	12
Müll	16	25
Rastplätze	6	6
Gasthäuser	1	1
Kultur	1	0
Sonstiges	1	1

Es spricht für die Konsistenz der Urteile, daß die Themen Natur und Zivilisation in der Negation im umgekehrten Verhältnis wie in der Positivliste stehen. Während ein Drittel der Nennungen zivilisatorische Störungen beklagen, werden Beeinträchtigungen der Natur nur in 15% der Fälle aufgegriffen.

Was die Naturszene betrifft, so gibt es ein unerwartetes Beschwerde-Thema: Der Zustand des Waldes. Fast die Hälfte aller Natur-Monita betreffen monotone und zerstörte Wälder. Der Frust hierüber ist allerdings regional sehr ungleich verteilt. Er wird fast ausschließlich im Bayerischen Wald artikuliert. Der dort besonders gepflegte Wildnismythos hat infolge ungehinderten Schädlingsbefalls Waldbilder entstehen lassen, die sich trotz umfangreicher pädagogischer Bemühungen nicht in den Erwartungshorizont entspannungssuchender Naturgäste einfügen lassen - das in einem Nationalpark vermutete Waldparadies hatte man sich anders vorgestellt. Das hat den ansonsten durchweg positiv besetzten Faktor Wald bei Wanderern gerade dort, wo er eine besondere Attraktion darstellen soll, in Mißkredit gebracht.

Auch die Klage über örtliche Sperrungen entstammt ausschließlich den Nationalparkregionen, die auch von dieser Seite negativ erlebt werden. Das könnte die zuvor schon festgestellte Reserve gegenüber den Nationalparks miterklären. Die restlichen Anlässe für kritische Hinweise, wie fehlende bzw. zugewachsene Ausblicke sowie unzureichende oder überfordernde Höhendifferenzen, sind dagegen allgemein verbreitet und marginal.

Eine ausgesprochen große Bedeutung wird dagegen dem frustrierenden Anblick von Müll und Unrat zugemessen, der offenbar in ganz besonderem Maße das Idealbild einer unberührten Natur stört. Wie schon beim Positivmerkmal „sauber“ handelt es sich auch hier vor allem um ein optisch-ästhetisches Störpotential, das unabhängig von den meist anonymen Verursachern in Grenzen gehalten werden muß. Wanderer erhoffen sich von dieser Plage, für die sie sich selber nur begrenzt verantwortlich fühlen, entscheidende Abhilfe durch die Aufstellung von mehr Papierkörben und Abfallbehältern und stehen deren vielerorts betriebenen Abbau verständnislos gegenüber.

Ähnlich häufig wird der mit Lärm verbundene Verkehr auf den Wegen kritisiert - seien es einfach nur zu viele Leute, Radler oder gar Autofahrer. Hat man die Natur nicht zuletzt aufgesucht, um diesen Dauerstressfaktoren zu entgehen, so sehen nicht wenige ihre Hoffnungen auf Ruhe und Abstand vom alltäglichen Getriebe durch massenhaften Gegen- und Überholverkehr enttäuscht. Dabei spielt der Ärger über die Radler-Konkurrenz indes nur eine unerwartet zweitrangige Rolle, nur 2% der Negativ-Äußerungen richten sich explizit gegen die Biker.

Auch kulturelle und gastronomische Defizite spielen (erneut) eine untergeordnete Rolle. Schlimmer ist es da schon, wenn es unterwegs an Bänken, Rastplätzen und Schutzhütten mangelt. Auch hierin dokumentiert sich der gestiegene Stellenwert von einladend gestalteten Ruheplätzen in der freien Natur.

In der Rangordnung der Mängel schließen sich den zivilisatorischen Übergriffen auf die Natur mit nicht viel weniger Nennungen Defizite beim Wegeformat an. Dabei sind es vor allem allzu weit in die Natur hineinreichende verkehrstechnische Errungenschaften wie geteerte oder geschotterte Wege und teilweise sogar straßenähnliche oder -nahe Passagen, die den Ärger der Wanderer hervorrufen: Jede fünfte Negativnotiz nimmt hierauf Bezug. Zusammen mit den Nervtötern Lärm/Hektik und Müll prägt die zivilisatorische Entwertung der Natur insgesamt

also zur Hälfte das Negativ-Image der deutschen Spitzenwanderwege. Hier scheint Abhilfe dringend geboten.

Demgegenüber spielen Beschwerden über natürliche Wegemängel wie Erosion, Matsch, Fahrrinnen und sonstige Hindernisse nur eine zweitrangige Rolle. Im Zweifelsfall bringt eine Renaturierung der Wege also weit mehr als ihr Ausbau zu bequemen Wandertrassen.

Einen neben Müll, Lärm und Hartdecken vierten Hauptanlass zur Verärgerung besonders von landschaftsunkundigen Gästen bieten Unzulänglichkeiten des Wanderleitsystems - insbesondere bei den Markierungen und Wegweisern. Hierauf ist man als überwiegend kartenkundiges Publikum auf Gedeih und Verderb angewiesen, weshalb sowohl eine hinreichende wie eine unzureichende Ausstattung mit Orientierungshilfen besonders aufmerksam registriert wird.

Damit erweisen sich die Hauptprobleme von Wanderwegen nicht nur als relativ eindeutig zu

Forts. Tab 17		
NEGATIVE MERKMALE MARKIERTER WANDERWEGE (2)		
Prozent		
Merkmal	'03	'00
WEGEFORMAT	33	30
Wegeführung	0	1
befestigt	11	10
geteert	9	5
Straßenkontakt, Verkehr	3	5
hindernisreich	5	8
breit, gerade	2	
Sonstiges	2	1
LEITSYSTEM	16	16
Beschilderung	15	15
Sonstiges	2	1
ALLGEMEINES	1	4
Abwechslung	0	0
Sonstiges	1	4
STATISTISCHE BEZUGSGRÖSSEN		
Zahl der Nennungen	748	330
Anteil ohne Antwort	69%	67%

identifizieren, sondern als vergleichsweise leicht zu beseitigen. Eine regelmäßige Kontrolle der Wege im Hinblick auf Müll und Beschilderungsmängel ist sicherlich nicht umsonst zu haben, kostet aber auch nicht viel. Ähnliches gilt für den Ersatz von Schotter- und Teerpassagen durch naturnähere Alternativen oder Begleitpfade und die damit zugleich bereits großenteils geleistete Trennung der Wegenutzer verschiedener Geschwindigkeiten.

Im Vergleich zum Jahr 2000 hat sich an den aktuellen Negativassoziationen nur wenig geändert. Halbwegs deutbare Unterschiede finden sich nur im Verhältnis von natürlichen und zivilisatorischen Ärgernissen, wobei neuerdings die Kritik an den natürlichen Gegebenheiten stärker geworden ist, während die Vermüllung der Landschaft nicht mehr so stark beklagt wird.

Verbreitete Vorbehalte

Sind mit der offenen Frage die am brennendsten erscheinenden Probleme von Deutschlands Wanderwegen benannt, so bezieht die anschließende geschlossene Frage auch diejenigen ein, die sich spontan nicht negativ äußern wollten. Dadurch ist erst das tatsächliche Ausmaß der notwendigen Modernisierung abzuschätzen, in einigen Punkten werden aus kritischen Minderheiten sogar Mehrheiten.

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 18	
WAS BEIM WANDERN STÖRT			
Prozent			
Besondere Störfaktoren	'03	'00	
MÜLL			
Herumliegender Abfall	85	95	
VERKEHR			
Autoverkehr auf Wegen	64	87	
Verkehrslärm	52	(77)	
Radfahrer, Mountainbiker	22	25	
Reiter	11	17	
Wandergruppen	1	5	
ORIENTIERUNG			
Irreführende Wegweisung	57	86	
Fehlerhafte Wanderkarten	39	71	
WEGEFORMAT			
Längere Strecken auf Asphalt	54	46	
Lange Strecken durch Orte	22	51	
Zerfahrene/schlammige Wege	28	39	
Grobgeschotterte Wege	18		
Häufiges bergauf und bergab	3	5	
Zugewachsene Aussichten	26	26	
Regenschauer	8	16	
Hitze	7	13	

Ein Beispiel hierfür ist das Müllproblem. Erwies sich in der geschlossenen Frage der Zivilisationsabfall nur als einer von vier etwa gleichgewichtigen Hauptfaktoren der Kritik, so tritt er in der geschlossenen Fragenbatterie eindeutig als dominierender Störenfried in Erscheinung. 85% der direkt darauf Angesprochenen fühlen sich in ihrem Naturgenuss durch herumliegende Zivilisationsreste beeinträchtigt. Das unterstreicht einmal mehr die Bedeutung der Ästhetik beim Wandern: Natur soll nicht nur gefällig, sondern auch sauber sein.

Die drei anderen Spontanfrustauslöser Verkehr, Teer und Leitsystem finden sich mit Abstand auf Platz 2 wieder, tangieren aber durchweg die Mehrheit der Befragten. Dabei verbindet sich der Widerwille gegen Autoverkehr auf Wegen erneut mit einer ausgeprägten Aversion gegen Lärm. Dagegen werden die häufig zu Erzfeinden hochstilisierten Radler und Biker nur von jedem fünften, Reiter gar nur von jedem zehnten Wanderer als lästig empfunden.

Immerhin: In der offenen Frage waren es nur 2%, die von sich aus Einwände gegen Radler vorbrachten, in der geschlossenen Nachfrage hat sich diese Quote verzehnfacht. Das Problem ist also unter der Oberfläche durchaus virulent.

Überwiegend einig sind sich die Wanderer auch in ihrer Aversion gegen Teer - vermutlich nicht zuletzt wegen der damit verbundenen Verkehrs-Assoziation. Gegen die Asphaltierung der Natur haben sich sogar mehr Befragte als im Jahre 2000 ausgesprochen, obwohl sie sich, vermutlich bedingt durch die verschärfte Fragestellung, alles in allem weniger durch Wegemängel gestört zu fühlen scheinen als früher. Wie bereits vermutet, haben sich die Ansprüche an die Naturbelassenheit der Wege offenbar erhöht, Pfade sind beliebter, Teerpassagen unbeliebter geworden.

Von daher sollte man erwarten, daß auch Straßen verstärkt abgelehnt werden. Bei Ortsdurchgängen ist jedoch eher das Gegenteil der Fall - vielleicht, weil man sie nicht unbedingt mit Straßen und Teer in Verbindung bringt und sich im Gegensatz zu Landstraßen in Ortschaften durch Bürgersteige gesichert fühlt.

Dagegen ist die häufig umstrittene Frage nach der Negativpriorität von Teer und Schotter eindeutig geklärt: Ersterer wird dreimal so häufig abgelehnt wie letzterer. Daß Schotterwege, obwohl unbequem, im Zweifelsfall großenteils noch gerade akzeptiert werden, macht auch der Vergleich mit zerfahrenen und schlammigen Wegabschnitten deutlich. Schwer begehbare Passagen werden deutlich heftiger als Gesteinsschutt abgelehnt - vermutlich weil sie den Wanderfluß und -genuß stärker stören. Das ideale Wegeformat liegt offenkundig in der Mitte: So natürlich, aber auch so bequem wie möglich soll es sein. Damit dürfte auch der scheinbare Gegensatz des spontanen Wunsches nach naturbelassenen Pfaden einerseits und gepflegten, ausgebauten Wegen andererseits geklärt sein.

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

Dagegen regt sich kaum ein Wanderer über die so oft ins Feld geführten Nachteile deutscher gegenüber ausländischen Urlaubsdestinationen auf. So macht Wetterunbill den Wanderern nach eigenem Bekunden vergleichsweise wenig aus. Das Jammern über die meteorologischen Nachteile der hiesigen Mittelgebirge gegenüber den südlichen Sonnenparadiesen ist also mit Hinblick auf das touristische Kernpublikum, die Wanderer, kaum gerechtfertigt, zumal von deren Seiten Hitze genauso viel oder wenig negativ belegt ist wie Regenschauer. Hier ist die Phantasie der Anbieter gefordert, um erfrischend kühl-nasse Wetterlagen zum besonderen Erlebnis auszugestalten.

Ähnliches gilt für das angeblich so beschwerliche Bergauf und Bergab in den deutschen Mittelgebirgen, das den Wanderern so gut wie nichts auszumachen scheint. Lediglich wenn, oben angekommen, die Erwartungen an schöne Aussichten enttäuscht werden, weil diese im Laufe der Zeit zugewachsen sind, regt sich bei jedem Vierten der Frust. In der Tat werden hier die besonderen Vorzüge der Mittelgebirge oft fahrlässig verspielt.

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

Die Quantifizierung der in den offenen Eingangsfragen spontan benannten Stärken und Schwächen deutscher Spitzenwanderwege macht es möglich, die Positiv- und Negativprofile miteinander zu verrechnen und daraus weitere Einsichten über die Bedeutung und Bewertung der Wegemerkmale in den Augen ihrer Nutzer zu gewinnen. Das wird dadurch erleichtert, daß die thematische Ordnung beider Profile nach vergleichbaren Gesichtspunkten erfolgte und mit nur wenigen Modifikationen direkt aufeinander zu beziehen ist.

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 19		
SPONTANE BEWERTUNG DEUTSCHER SPITZENWANDERWEGE (1)				
Prozent				
Thema	Gewicht		Urteil	
	'03	'00	'03	'00
Natur	34	33	+50	+61
Naturnähe / Sperrung	9	7	+83	+100
Flora und Fauna	0	1		
Landschaft	4	4	+94	+100
Aussicht / zu wenig	3	4	+76	
Wald / Monokultur	4	4	-13	
Geo, Wasser - zu wenig/zu viel	3	1	+19	
Ruhe / Betrieb	8	10	+7	+4
Sonst	2	3		
Zivilisation	14	17	-18	-58
Sauberkeit / Abfall	8	11	-36	-75
Rast / zu wenig	4	4	+5	
Gasthäuser / unzureichend	1	0		
Kultur, Info	1	0		
Sonstiges	0	1		

Berechnet man etwa die Summe der positiven und negativen Aussagen zu jedem vergleichbaren Thema und bezieht sie auf die Gesamtzahl aller Nennungen, so erhält man ein Maß für die wertungsunabhängigen Themengewichte innerhalb des spontanen Assoziationshorizonts Wanderwege. Subtrahiert man dagegen jeweils die Zahl der negativen von der der positiven Notizen und bezieht diese Differenz auf deren Summe, so erhält man ein gewichtsunabhängiges Maß für die Bewertung dieses Themas, das im Falle ausschließlich positiver Hinweise auf +100%, im Falle ausschließlich negativer Statements auf -100% normiert ist. Auf diese Weise kann man also Themen-Gewichtung und -Beurteilung sauber voneinander trennen. Allerdings liefert der Wertkoeffizient nur halbwegs zuverlässige Noten, wenn hinreichend

viele spontane Äußerungen zu einem Thema vorliegen; im vorliegenden Fall ist das bei einem Themengewicht von mehr als 3% (für den Vergleich mit 2000 bei mehr als 5%) der Fall.

Was die in der ersten Doppelspalte von Tab. 19 wiedergegebene Gewichtung der Themen betrifft, so behauptet die Natur auch im Verschnitt von positiven und negativen Aussagen mit einem Drittel aller Nennungen ihre Spitzenstellung, sie ist das Kernthema des Wanderns schlechthin. Dabei geht es den Wanderern vor allem um Naturnähe und Ruhe, also eine möglichst weitgehende Abschirmung von der stressig-überzivilisierten Alltagswelt. In der Konkretisierung spielen die Themen Landschaft, Aussicht und Wald eine etwa gleichgewichtige Rolle.

Ebenfalls ein Drittel aller Nennungen nimmt auf das Wegeformat Bezug, wobei die Naturbelassenheit der Wege eine große Rolle spielt und eigentlich noch dem Naturthema zuzurechnen wäre. Als entscheidendes Problem erscheint in diesem Zusammenhang indes die Frage des rechten Wegeausbaus zwischen den Polen gepflegt und befestigt.

An dritter Stelle folgen gleichauf mit je einem Siebtel aller Nennungen Anmerkungen zur Zivilisation und zum Leitsystem, wobei sich die Frage der Beschilderung als noch relevanter als die Müllproblematik erweist.

Im Vergleich zur Profilstudie 2000 scheinen sich die Themengewichte des Assoziationshorizontes zum Thema Wanderwege im Rahmen der üblichen statistischen Fehlermarge kaum verändert zu haben, die Konsistenz der summarischen Bedeutungsprofile ist geradezu erstaunlich. Offenbar wird die Wanderwelt nach wie vor von den-

selben Fragen bewegt. Lediglich das Wanderleitsystem hat ein wenig an Bedeutung gewonnen, die Qualität von Markierungen und Wegweisern ist den Wanderern wichtiger geworden.

Anders bei den statistisch sensibleren Wertkoeffizienten. Hier sind zwar nicht bei den gewichtigeren Themen, dafür aber auf den hinteren Rängen Veränderungen zu registrieren.

Das Thema Natur ist hiervon kaum betroffen. Seinem ersten Platz in der Gewichtsskala entspricht eine durchweg positive und folgerichtig die höchste Gesamtbewertung. Nahezu einstimmig werden die Naturnähe und das landschaftliche Umfeld der Wege gelobt. Dazu paßt die Hochschätzung der Aussichten in den deutschen Mittelgebirgen, die in diesem Punkt den Hochgebirgen offenbar nur wenig nachstehen.

Demgegenüber erfährt der Gebirgsfaktor und das labile Gleichgewicht von natürlicher Stille und Zivilisationslärm entlang von Deutschlands Spitzenwanderwegen eine deutliche Abwertung, ohne daß der Tadel das Lob übersteigt. Das geschieht erst beim deutschen Wald, und zwar vor allem durch die Versuche, ihn in Deutschland als Urwald wiederauferstehen zu lassen. Hierdurch hat sich ein klassisches Pfund in eine Last verwandelt - ein Befund, der zu denken geben muß.

Noch stärker wird die Nulllinie des Urteilsindex beim Großthema Zivilisation unterschritten. Hierfür ist eindeutig das ungelöste Müllproblem verantwortlich, das allerdings in den letzten Jahren erfreulicherweise beträchtlich an Schärfe verloren zu haben scheint.

Den negativen Pol im Notenspektrum der Wanderer stellt die Asphaltierung der Wege dar. Ein Wertkoeffizient von -64 bedeutet, daß es fast fünfmal so viel negative wie positive Äußerungen hierzu gibt. Hier muß also unbedingt etwas geschehen. Ähnliches gilt auch für den Ausbauzustand der Wege, bei dem sich die Wertungen

Forts. Tab. 19				
BEWERTUNG SPITZENWANDERWEGE (2)				
Thema	Gewicht		Urteil	
	'03	'00	'03	'00
Wegeformat	31	35	+29	+33
Führung	2	4		
naturbelassen	6	8	+95	+100
pfadig	2	1		
gepflegt / hindernisreich	7	8	+48	+23
ausgebaut / befestigt	8	7	+5	-5
nicht geteert / geteert	3	3	-64	
verkehrsfern / straßennah	2	3		
Sonst	1	1		
Leitsystem	15	10	+28	-15
Beschilderung	14	9	+32	-27
Sonst	1	1		
Allgemein	6	5	+91	
Abwechslung	5	3	+98	
Sonstiges	1	2		
Nennungen absolut	2232	837	+33	+21
Keine Antwort	56 %	60%	+30	+17

zwar die Waage halten, deren größeres Gewicht allerdings auf ein letztlich noch größeres Unbehagen hindeutet. Durch die allgemein anerkannte Pflege der Wege und vor allem durch ihre Naturbelassenheit kann dieses Manko indes so weit kompensiert werden, daß das Wegeformat insgesamt mit einer positiven Bilanz davonkommt.

Zur Wanderwegpflege gehört auch eine funktionierende Wegweisung, die noch im Jahre 2000 ebenfalls einen Problemfall darstellte, heuer aber angesichts der Bemühungen um eine bessere Wegeausschilderung sehr viel positiver dasteht. Besonders gut kommt schließlich der Abwechslungsreichtum deutscher Wanderwege weg - ein Faktor, dessen Bedeutung bei der Wanderwegeplanung häufig unterschätzt wird.

Alles in allem verrechnen sich die unterschiedlichen Koeffizienten zu einer positiveren Gesamtbilanz. Seit dem Jahre 2000 ist die spontane Gesamtbewertung der deutschen Leitwanderwege sogar von 21% auf 35% gestiegen. Ähnlich fällt auch der generelle Zuwachs der positiven im Vergleich zu den negativen Assoziationen aus (letzte Zeile). Daß es sich dabei um einen durchaus beachtlichen Zugewinn handelt, macht eine andere Interpretation deutlich: Während die Zahl der positiven Assoziationen im Jahre 2000 um rund 50% über der der negativen lag, hat sich dieser Abstand 2003 auf etwa 100% erhöht. Dieser Zugewinn findet sich übrigens bis auf eine Ausnahme auch im Einzelvergleich der in beide Studien einbezogenen Mittelgebirge wieder.

Möglicherweise spiegelt sich in diesem erfreulichen Effekt aber auch nur ein generell gewachsenes Wohlbefinden gegenüber heimischen Wanderwegen und -Landschaften, die man bewußter als geeignete Ziele für die Befriedigung wachsender Naturbedürfnisse wiederentdeckt.

11. WEGE (4): FERNWEGE UND LEHRPFADE

Hitliste der Fernwanderwege

Was die touristische Vermarktung von Wanderwegen betrifft, so sind es vor allem die Haupt- und Fernwanderwege, mit denen in Deutschland ausgiebig geworben wird. Obwohl die Buchungszahlen für entsprechende Mehrtagespauschalen - gemessen an den Gesamtzahlen der Wandergäste - eher dünn ausfallen, können sich die Touristiker hierin neuerdings durch den Erfolg des Rothaarsteigs bestätigt sehen. Sind große Wege wieder im Kommen?

Auf Fernwanderwege in Form einer offenen Frage angesprochen, kann trotz ihrer allerorten stattfindenden Wiederbelebung die Hälfte der Wanderer nicht einen einzigen davon benennen. Das unterstreicht einmal mehr die Randständigkeit dieses Marktsegments, das nicht nur wenig Publikum anzieht, sondern jedem zweiten noch nicht einmal von den gängigsten Namen her geläufig zu sein scheint. Hinzu kommt, daß auch jene Hälfte der Befragten, die einen Fernweg notiert hat, nicht immer genau weiß, was ein Fernweg ist (es werden nicht selten auch lokale Wege benannt) oder wie der Weg, den man meint, heißt.

Die einigermaßen fernwegekundigen Wanderer bilden also eine Minderheit. Sie benennen zu einem Drittel Wege der Region, in der sie sich zum Zeitpunkt der Befragung befanden - vorzugsweise natürlich diejenigen, an denen die Befragung stattfand. Daher empfiehlt es sich erneut, aus der Statistik diejenigen Nennungen herauszurechnen, die der jeweiligen Befragungsregion zuzurechnen sind.

Tab. 20 dokumentiert folglich die häufigsten Nennungen in zweifacher Relativierung. In der ersten Spalte wird der Umfang ihrer Erwähnung auf die Gesamtzahl der Nennungen bezogen, sofern sie mindestens 1% dieser Gesamtzahl erreichen. Für die zweite Spalte wurden alle Wegenamen der jeweiligen Befragungsregion vor der entsprechenden Prozentuierung eliminiert, was automatisch dazu geführt hat, daß die keiner dieser Regionen zuzuordnenden Wege an Bedeutung gewinnen. Das gilt vor allem für die Europäischen Fernwanderwege, die zwar nicht selten auch die beteiligten Mittelgebirge durchziehen, aber in aller Regel als überregionale Wege angesprochen wurden. Dies geschah leider nicht selten in einer so pauschalen Weise, daß eine genaue Zuordnung zu einem der Wege nicht möglich war (wie z.B. bei der Angabe „Ostsee-Alpen“, hinter der sich der E6 wie der E10 verbergen kann).

Die dritte und vierte Spalte von Tab. 20 gibt die entsprechend umgerechneten Daten aus der Profilstudie Wandern des Jahres 2000 wieder. Auch hier wird die Gesamtstatistik durch eine verkürzte Statistik der Fremdwahrnehmung ergänzt. Nur auf dieser Ebene sind die beiden Erhebungen wirklich vergleichbar, da die 2000er Studie auf einem anderen, kleineren Spektrum an Befragungsregionen basierte.

Schon auf den ersten Blick drängt die Tabelle eine fundamentale Einsicht auf: Der Wandermarkt verfügt nur über sehr wenige Wanderwege mit einer Reputation, welche die Chance eröffnet, sie regionsübergreifend vermarkten oder gar zu einer Marke aufwerten zu können. Das sind neben den Europäischen Fernwanderwegen der Rennsteig in Thüringen,

Profilstudie Wandern 2003					Tab. 20
NAMEN BEKANNTER FERNWANDERWEGE					
Offene Frage - Prozent der Nennungen					
Nennungen	'03		'00		
	Ges.	fremd	Ges.	fremd	
Rennsteig	20	23	16	20	
Europäische Fernwege	20	30	15	27	
davon E1	5	7	4	7	
E5	3	4			
E3	3	4			
E6/E10	2	3			
E4	1	1			
Westweg/Schwarzw.	10	2	6	3	
Mittelweg	2	1	1		
Ostweg	1		2		
Jakobswege, Pilgerwege	5	7	2	3	
Rothaarsteig	4	2	1		
Main-Donau-Wege	2	1			
Rotweinwanderweg	1	2			
Rheinhöhenweg	1	2	1		
Moselhöhenweg	1	1			
Hermannsweg	1	1	4	2	
Goetheweg	1		1		
Kaufmannweg	1				
Westweg/Fichtelgeb.	1				
Freiburg-Bodensee	1		1		
Bodensee-Wanderweg	1	1		1	
König Ludwig Weg	1	1		1	
GR20 (Korsika)	1	1			
Heilbronner Weg	1	1			
Eisenach-Budapest			3		
Ruhrhöhenweg			1		
Zahl der Nennungen	923	633	750	402	
Keine Antwort	47%		49%		

der Westweg im Schwarzwald, die Jakobswege und der Rothaarsteig, ansatzweise auch noch einige Wege im Umfeld von Rhein und Main. Alles andere rangiert in der Gesamtwertung unter „ferner liefen ...“ In der Fremdwertung unter Ausschluß der Eigennennungen fällt die Bilanz noch ungleichgewichtiger aus: Westweg und Rothaarsteig fallen nahezu ins Abseits zugunsten einer weiteren Aufwertung der Leitmarken Rennsteig, Europa-Weg und Jakobswege.

Daran haben auch die zahlreichen Hochglanzprospekte nichts geändert, mit denen viele wanderbare Regionen ihre Leitwege seit Jahren feilbieten. Selbst wenn sich, wie etwa im Erzgebirge und im Bayerischen Wald, die Wanderwerbung nahezu ausschließlich darauf konzentriert hat, ist hiervon im kollektiven Bewußtsein der Wanderbewegung so gut wie nichts angekommen. Im Gegenteil: Wie der Vergleich mit der 2000er Studie zeigt, haben die seinerzeit bereits führenden Wege ihre Position sogar noch ausgebaut, während die meisten anderen weiter in die Marginalität hinabgesunken sind. Vom derzeitigen Wanderboom haben bis auf wenige Ausnahmen also vor allem die Traditionswege profitiert, deren Name dadurch offenbar im Gedächtnis wieder aufgefrischt wurde.

Eindrucksvollstes Beispiel hierfür ist der Rennsteig, der als einzelner Weg unter den deutschen Fernwanderwegen immer noch der mit Abstand prominenteste zu sein scheint. Sein Bekanntheitsgrad hat in der Innen- wie der Außenwahrnehmung um 3% zugelegt. Damit stellt er nach wie vor die einzige wirklich nationale Wandermarken in Deutschland dar, ein einsamer Leuchtturm in einer Wüste diffuser Ignoranz. Er kann also weiter von seinem weit in die Geschichte zurückreichenden Mythos zehren, auch wenn er sich der auch für ihn anstehenden Qualitätsfrage nicht zu stellen scheint.

Mit Abstand an zweiter Stelle rangiert der immerhin auch schon mehr als hundert Jahre alte Westweg, Flagg-schiff der Schwarzwaldrouten. Auch er hat - vermutlich nicht zuletzt aufgrund der aufwendigen Jubiläumsveranstaltungen - an Prominenz gewonnen, allerdings nur nach innen, aber nicht nach außen. Ansatzweise gilt das auch für den Mittelweg.

In der Fremddarstellung sogar noch mehr zugelegt hat der Rothaarsteig, für den erst zwei Jahre alten Newcomer aus dem Westfälischen eine bemerkenswerte Leistung. Sieht man von den internationalen Wegen ab, so nimmt er in der nationalen Konkurrenz dicht hinter dem Westweg immerhin Platz drei ein. Doch das heißt nicht viel mehr, als daß er insgesamt lediglich auf 4% und in der Fremdsicht auf 2% der Nennungen kommt. Offenbar ist er zunächst vorwiegend von der heimischen Bevölkerung und im näheren Einzugsbereich bis hinein in das Ballungszentrum an der Ruhr - dort allerdings geradezu emphatisch - angenommen worden. Vom Rennsteig trennt ihn noch eine ganze Größenordnung.

Immerhin hat er in kurzer Zeit den Westweg in etwa eingeholt sowie den Mittelweg und die rheinnahen Wege überholt, wobei beim Rotweinwanderweg meist unklar blieb, ob damit die Traubentrasse entlang der Ahr oder des Mains gemeint war. Den benachbarten Hermannsweg auf dem Kamm des Teutoburger Waldes konnte er sogar regelrecht abhängen.

Schließlich haben auch die Europäischen Fernwanderwege ebenso wie die Jakobswege ihren Bekanntheitsgrad in der Summe wie zum Teil auch im einzelnen ausgeweitet. Nach wie vor ist der E1 der prominenteste unter ihnen - vermutlich nicht zuletzt deshalb, weil sich mit ihm eine komplette Deutschlanddurchquerung von Nord nach Süd verbindet. Demgegenüber relativiert sich der immense Zuwachs der Jakobswege ein wenig durch den Umstand, daß abgesehen von seiner starken Medienpräsenz in den letzten Jahren nahezu überall in Deutschland Wege dieser Art „wiederentdeckt“ und so vor Ort zum Thema wurden, was ihnen lokale Aufmerksamkeit bringt, ihre Vermarktung angesichts einer fast schon inflationären Vervielfältigung aber nicht gerade erleichtert.

Ob und in welchem Maße zwischen der Präsenz eines Weges und seinem Vermarktungserfolg ein Zusammenhang besteht, bleibt indes fraglich. Die Europäischen Fernwanderwege etwa dürften weit mehr von ihrem Namen her bekannt sein als tatsächlich bewandert werden. Immerhin bietet ein hoher Bekanntheitsgrad eine gute Ausgangsposition für eine gezielte Vermarktung. Daß diese Chance bei den Europa-Wegen so gut wie noch nicht genutzt worden ist, kann man vor dem Hintergrund ihres erneuten Bekanntheitszuwachses nur als grobe Sünde wider die touristische Professionalität werten.

Das gilt um so mehr, als das Beispiel des Rothaartsteigs verdeutlicht, wie schwer es für neue Wege zu sein scheint, auf diesem Markt Fuß zu fassen. Offenbar bedarf es allergrößter Anstrengungen, um sich gegen die traditionsgeprägten Marktführer hochzuarbeiten. Mit neuen Markierungen und ein paar Prospekten ist es da nicht getan.

Präsenz der Regionen

Neben einer Hitliste der Spitzenwanderwege bietet die offene Frage nach bekannten Fernwanderwegen auch die Möglichkeit einer Auswertung nach den über ihre Wege angesprochenen Regionen. Das ist um so reizvoller, als die Fragestellung keine geographische Beschränkung vorsah und somit auch andere Urlaubsziele als die deutschen Mittelgebirge ins Blickfeld rückte. Interessant dürfte auch ein Vergleich der Wegepräsenz mit der Teilnehmerpräsenz in der Profilstudie sein, die Auskunft darüber geben kann, wie sich die beteiligten Regionen nach innen wie außen über ihre Fernwanderwege in Szene setzen.

Abgesehen von den Europäischen Fernwanderwegen bleibt auch in dieser Aufstellung der Thüringer Wald einsamer Spitzenreiter. Das verdankt er ausschließlich dem Rennsteig, der von innen wie außen mehr Prozentpunkte einheimst, als es dem Anteil der dort Befragten entspricht. Weitere Thüringer Wege spielen dagegen so gut wie keine Rolle.

Eine ähnliche Brennglasfunktion haben der Westweg und teilweise auch der Mittelweg für den Schwarzwald, der zumindest in der Gesamtstatistik ebenfalls überproportional gut wegkommt, in der

Profilstudie Wandern 2003 Tab. 21

FERNWANDERWEGE NACH REGIONEN			
Prozent			
Region	Anteil Studie	Anteil Anteil Wege	Fremdanteil
Eifel	15	3	1
Elbsandstein	15	1	1
Schwarzwald	14	16	5
Rothargebirge	13	5	2
Harz	12	1	1
Thüringer Wald	12	21	23
Bayerischer Wald	11	2	0
Fichtelgebirge	8	3	0
Rhein und Nebenflüsse		3	5
Franken		2	3
Hessen		1	2
Teutoburger Wald		1	2
Pfalz		1	1
Schwäbische Alb		1	1
Alpen		5	7
Alpenvorland		1	2
Europäische Fernwege		20	30
Jakobswege		5	7
Frankreich		1	2
Ausland sonst		2	3

Fremdsicht aber stark verliert. Dennoch behauptet er auch hier den zweiten innerdeutschen Platz. Alle anderen Befragungsregionen nutzen ihre Leitwanderwege nur wenig. Lediglich dem Rothaarsteig kann man noch einen gewissen außenwirksamen Leuchtturmeffekt zuschreiben. Während die Wege von Bayerwald und Eifel wenigstens noch von innen ansatzweise wahrgenommen werden, bleibt nach außen davon ähnlich wie bei Elbsandsteingebirge und Harz so gut wie nichts übrig - vom Fichtelgebirge ganz zu schweigen.

Eingeholt und überholt werden die Nachzügler unter den Befragungsregionen in der Fremdwahrnehmung nicht nur von den Alpen- und den Jakobswegen, die sogar den Schwarzwaldrouten ihren Rang streitig machen, sondern auch von einigen deutschen Provinzen wie dem Rheinumfeld, Hessen und Franken. Doch auch hier bleiben die Quoten letztlich gering. Bis auf wenige Toptrails kann Deutschland mit seinen Wanderwegen im Bewußtsein seiner eigenen Wanderfans zur Zeit keinen Staat machen.

Allerdings kommen auch die flächenmäßig übergroßen Alpen unerwartet dürftig weg. Hier hat man sich mit Bezug auf Wanderwege bislang ebenfalls wenig um eine Markenbildung bemüht.

Noch schlimmer freilich trifft es einige klassische deutsche Wanderregionen, die in der Außenwahrnehmung so gut wie nicht präsent sind: Dazu gehört neben den mitteldeutschen Gebieten Hunsrück, Westerwald, Taunus und Rhön nicht zuletzt auch das Erzgebirge, das seit Jahren aufwendig mit seinen Fernwanderwegen wirbt und im mehrjährigen Vorfeld des parallel zur Befragung stattfindenden Deutschen Wandertages 2003 diese Bemühungen zumindest in Richtung der Wandervereine noch einmal erheblich intensiviert hat - mit dem Ergebnis von ganzen drei diffusen Erwähnungen.

Akzeptanz von Lehrpfaden

Statt in die großen Fernwanderwege dürfte der überwiegende Teil der Wanderwegeinvestitionen der letzten Jahrzehnte in Lehrpfade aller Art geflossen sein. Man wollte damit dem vorbeiziehenden heimischen wie fremden Wanderer die Besonderheiten der jeweiligen Region, ihrer Flora, Fauna, Geostruktur und Kultur nahebringen und

jenes elementare heimat- und naturkundliche Grundwissen vermitteln, das vielleicht in der Schulzeit erlernt, seither aber schon wieder vergessen wurde. Lohnen sich derartige pädagogische Investitionen?

Während im Vergleich mit anderen Wegearten nur ein Viertel der Wanderer eine „besondere“ Vorliebe für Lehrpfade einräumte (s.o.), bekundete auf gesonderte Nachfrage (aber ohne die Vokabel „besonders“) ein Drittel sein uneingeschränktes Interesse daran, während nur 9% ausdrücklich gar nichts davon wissen wollen.

Gegenüber einer ähnlichen Befragung im Rahmen der Profilstudie 2000 sind die Themenpräferenzen nahezu unverändert: Lebendige Natur rangiert vor Geschichte, toter Natur und Naturnutzung. Für Informationen über Pflanzen und Tiere ist sogar die Mehrheit der Wanderer zu ha-

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 22
LEHRPFADE		
Prozent		
Themen	'03	'00
GRUNDSÄTZLICHES INTERESSE		
ja / nein	34/9	
BESONDERS INTERESSANTE THEMEN		
Pflanzen	59	57
Tiere	50	60
Naturschutz	41	35
Geologie	33	27
Geschichte	39	46
Lokale Berühmtheiten	15	
Waldbau	25	18
Wein	9	
Landwirtschaft	9	
Nichts davon	1	

ben, wobei neuerdings sogar Pflanzen vor Tieren rangieren. Auch der Naturschutz kommt unter Wanderern mit über 40% Akzeptanz nach wie vor gut weg. Geologie und Geschichte, zwei eher häufige Lehrpfadthemen, markieren mit rund einem Drittel an Interessenten die Mitte der Skala.

Dagegen kommt der Waldbau, dem Anschein nach am häufigsten zum Gegenstand von Infotafel-Ketten gemacht, nur auf 20% Zuspruch. Das dürfte vor allem dadurch zu erklären sein, daß die Nutzung von Natur derzeit kein großes - und wenn, dann eher ein negativ besetztes - Thema in der Öffentlichkeit darstellt. Bei den Schlußlichtern Weinbau und Landwirtschaft wird das noch deutlicher. Obwohl Wald und Holz ebenso wie Weinreben und Wein emotional positiv unterlegte Begriffe sind, haben Forst- und Landwirtschaft als Mittler zwischen Natur und Produkt mit einem negativen Image zu kämpfen („Schlachthaus-Paradox“), was sich auch im Lehrpfadinteresse widerspiegelt.

Die trotz allem insgesamt ermutigenden Zahlen erfahren jedoch eine gewisse Relativierung durch den Umstand, daß Lehrpfade weniger der Kategorie der Wander- als der der Spazierwege zuzuordnen sind. Wanderer ziehen früheren Studien zufolge eher zügig an ihnen vorbei, bestenfalls bleiben sie an einigen wenigen Tafeln kurz stehen. Ähnliches gilt für größere Themenwege, sofern sie, wie eher üblich, mit Informationen allzu überfrachtet sind. Klassische Wanderwege sind durch sie nicht zu ersetzen.

12. TOUREN: WIE WIRD GEWANDERT?

Nachdem klar ist, in welcher Landschaft, zu welchen Zielen und auf welchen Wegen sich Wanderer am liebsten bewegen, stellt sich nun fast zwangsläufig die Frage, in welcher Form sie dieses tun. Touristiker haben ihre Gäste begrifflicherweise am liebsten möglichst zahlreich und lang am Bändel und setzen daher bevorzugt auf geführte Wanderungen und Mehrtagestouren. Schon die bisherigen Ergebnisse geben jedoch zu Zweifeln Anlaß, ob dies tatsächlich die bevorzugte Wanderform ist.

Tab. 23 verstärkt diese Zweifel nachdrücklich, indem sie wie selten zuvor eine regelrechte Polarisierung in den Wandervorlieben zwischen dem modernen Mainstream und einer nur noch kleinen Minderheit von Anhängern klassischer Wanderformen aufzeigt. Am deutlichsten geschieht das im Vergleich von Tages- zur Mehrtagestour, der mit einem Verhältnis mit 4:1 kaum eindeutiger zugunsten der Tageswanderung ausfallen könnte. Selbst die klassische, oft verklärte Hüttenwanderung kommt auf weniger als 20% Zustimmung. Der

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 23		
TOURENGESTALTUNG				
Beliebte Wanderformen	'03	'99	'98	
Tagestour	77			
Mehrtagestour	18	15		
Rundwanderung	47	34	37	
Streckenwanderung	16			
Individuelle Tour	36	37		
Vereinswanderung	10			
Geführte Wanderung	10	9	15	
Hüttenwanderung	19			
Sportliche Tour	13		10	
Abend- oder Nachtwanderung	5			
Naturkundliches Thema	21		15	
Geschichtliches Thema	11		10	

Inlandstourismus muß also in seiner Angebotspalette vorrangig den Bedarf an attraktiven Tagestouren decken, bevor er Mehrtagestouren vermarktet. Tatsächlich ist genau das Umgekehrte der Fall.

Mit 3:1 fällt die Relation von Rund- zu Streckenwanderungen nicht ganz so einseitig aus. Doch scheinen Rundwanderungen im Vergleich zu früher erheblich an Bedeutung gewonnen zu haben. Tatsächlich garantiert die vor dem eigenen Auto, dem Bahnhof oder der Unterkunft endende Rundtour höchste individuelle Flexibilität in der Wanderplanung und -abwicklung, was dem zeitgeistigen Wunsch nach einer Maximierung der Erlebnisdichte in der Freizeit entgegenkommt und daher auch auf beim Wandern das beherrschende Gestaltungsmodell darstellt.

Dies deckt sich mit der Vorliebe für individuelle Touren, für die sich ebenfalls fast viermal mehr Befragte stark machen als für Gruppenwanderungen mit Führer. Der ohnehin schon ausgeprägte Trend zur Individualisierung des Wanderns hält offenkundig an, die geführte Gruppe wird von vielen als zu unflexibel erlebt und nur noch von einer kleinen, vorzugsweise in Vereinen organisierten Minderheit befürwortet.

Aber selbst unter den Vereinsmitgliedern können sich nicht alle gleichermaßen für die große Wandergemeinschaft erwärmen. Während 17% der Befragten Wandervereinen angehören und für 13% das große Gemeinschaftserlebnis ein besonders wichtiges Wandermotiv darstellt, machen sich nur jeweils 10% für Vereinswanderungen und geführte Wanderungen stark. Offenbar sind auch in den Vereinen jene Individualisten auf dem Vormarsch, die ihren Mitgliedsbeitrag nur noch als finanziellen Dank für die Pflege der Wanderwege betrachten, darüber hinaus aber keine weiteren Verpflichtungen zu gemeinsamem Tun eingehen wollen.

Der Aversion gegen Führungen widerspricht auf den ersten Blick die mit 21% vergleichsweise hohe Beliebtheit von naturkundlichen Themenwanderungen. Allerdings handelt es sich bei derlei (zwangsläufig stets geführten) Veranstaltungen in der Regel um Spaziergänge, bei denen man auf wenigen Kilometern viel zu sehen bekommt. Sie sind also eher mit dem Besuch von Lehrpfaden zu vergleichen, der seinerseits aber individuell erfolgen kann und daher beträchtlich höher bewertet wird (s.o.). Auch bei geschichtlichen Führungen liegt die Akzeptanz weit unter der der entsprechenden Lehrpfade.

Noch weniger Anhänger finden nur noch Abend- und Nachtwanderungen. Hierfür sind vermutlich mehrere Gründe verantwortlich: Eine Nachtwanderung ist stets geführt, man will sich nicht auch noch nach einem genußreichen Abendessen anstrengen, natürliche Dunkelheit ist dem Zivilisationsbürger unheimlich, und die Zahl abenteuerorientierter Jugendlicher unter den Befragten ist nur gering.

13. ARRANGEMENT: WIE PLANEN WANDERER?

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

Tab. 24 zufolge macht sich die knappe Hälfte der Wanderer noch immer längere Zeit vorher Gedanken über die nächste Wandertour, ein Drittel nimmt sich immerhin ein bis zwei Tage dafür Zeit. Aber fast ein Viertel entschei-

det sich erst am Morgen des Wandertages, ob und wohin es gehen soll. Das trifft begrifflicherweise doppelt so häufig für Einheimische wie für Urlauber zu. Touristiker haben also durchaus eine Chance, dem Wanderurlauber bei der Tourenauswahl Hilfestellung zu geben.

Nach wie vor dominiert mit Abstand die Wanderkarte als Planungsinstrument. Das entspricht ihrer in früheren Profilstudien ermittelten Hauptfunktion als Lieferant einer groben Übersicht über die Region, die für die Tourenentscheidung ausreicht. Zum Lesen der Karte im Detail sind diesen Vorgängerstudien zufolge lediglich etwa 15% der Wanderer in der Lage.

Trotz aller Planung sind für ein Drittel der Wanderer auch im Normalfall durchaus Abweichungen von der vorgesehenen Strecke möglich.

Auch unterwegs kommen also spontane Bedürfnisse, seien sie von der eigenen Befindlichkeit oder der Wetterlage beeinflusst, zum Tragen. Das kann indes nur gut gehen, wenn dem Gast ein ebenso zuverlässiges wie eingängiges Wanderleitsystem die Entscheidung erleichtert.

Gänzlich planlos streift nur eine kleine Minderheit durch die Landschaft. Sie ist nicht größer als die Gruppe jener, die nur bekannte Wege nehmen, und teilweise mit dieser deckungsgleich. Für die restlichen Spontis unter den Wanderern dürfte ein intaktes Wanderleitsystem ebenfalls eine erhebliche Hilfestellung darstellen.

Als Quellen von Wanderideen fungieren zu einem Drittel Wanderbücher. Mit ihrem über die Jahre konstanten Anteil haben sie erstmals die sinkende Bedeutung der Empfehlungen von Bekannten übertroffen. Hiermit bietet sich ein gutes Steuerungselement für die Besucherströme größerer Wanderdestinationen an.

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 24		
WANDERPLANUNG				
Prozent				
Vorgehensweise	03	'00	'99	
Planung der heutigen Tour				
seit längerem	45			
(vor)gestern	33			
spontan heute Morgen	22			
Streckenwahl per Wanderkarte	68	66	60	
Spontane Änderung möglich	33	65	23	
Vorschläge aus Wanderbüchern	36	35	31	
Empfehlungen von Bekannten	29	40	47	
Planloses Herumstreifen	12	20		
Vorrangig bekannte Wege	13	16	34	
Planung durch andere	13	10	22	

14. LEITSYSTEM: WIE ORIENTIEREN SICH WANDERER?

Wie muß ein modernes Wanderleitsystem aussehen, wodurch lassen sich Wanderer am liebsten leiten? Tab. 25 gibt hierüber Auskunft. Danach fungieren nach wie vor Karte, Markierung und Wegweiser als klassische Orientierungshilfen, und zwar möglichst gleich im Dreierpack. Der moderne Wandergast will unterwegs so sicher geführt werden wie möglich - und das gerade ohne Führer. Ganz besonderen Wert legen ältere Wanderer, aber natürlich auch Urlauber darauf.

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 25		
ORIENTIERUNG IN UNBEKANNTER LANDSCHAFT				
Bevorzugt	'03	'00	'99	
Wandermarkierungen	69	54	70	
Wanderkarten	65	54	65	
Wegweiser	52	40	68	
Orientierungstafeln	25		59	
Wegebeschreibungen	14	17		
Tips von Bekannten	12			

Demgegenüber fallen die Orientierungstafeln deutlich ab - vermutlich weil sie erheblich weniger gebrauchsfreundlich sind: Am ehesten noch den Karten ähnlich, schränkt ihr fester Standort ihren Nutzen beträchtlich ein. Kaum jemand wird sich einen Wanderweg mit allen Verzweigungen von Anfang bis Ende einprägen können. Schilder und Markierungen stellen infolge ihrer grö-

ßeren Dichte eine sehr viel praxisnähere Hilfe dar.

Noch wenig gebräuchlich sind Wegebeschreibungen, die aber wie zuvor schon die Wanderbücher die offenbar eher als zweifelhaft empfundenen Tips von Bekannten an Relevanz übertreffen.

15. INTENSITÄT: WAS MUTEN SICH WANDERER ZU?

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

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 26		
WANDERSTRECKE in km/h				
Tourenlänge	'03	'99	'98	
in Kilometer	15,2	13,3	13,1	
in Stunden	4,3	4,1	3,8	
Keine Antwort in %	39	31	14	

Tab. 26 zufolge ist das Gegenteil der Fall: Innerhalb der letzten fünf Jahre hat die von den Befragten selbst geschätzte mittlere Länge der aktuellen Tour zum Zeitpunkt der Befragung um über 10% auf nunmehr gut 15 km zugenommen. Dementsprechend ist man auch zeitlich länger unterwegs.

Das ist angesichts des allgemeinen Wohlfühlrends ein unerwarteter Befund und nicht ganz einfach zu bewerten. Vielleicht wird das Wandern tatsächlich wieder ernster genommen und mit einem höheren Anspruch ausgeübt. Doch die zunehmende Zahl derer, die die Frage nach der Tourenlänge nicht beantworten, deutet auf wachsende Probleme bei der Entfernungsschätzung hin. In diese Richtung weist auch der Umstand, daß ein gutes Viertel der Antwortgeber die verdächtig glatten Zahlen 10 oder 20 km notiert. Nimmt man noch hinzu, daß Ungeübte die zurückgelegten Strecken eher überschätzen, so könnte es sich bei dem unerwarteten Streckenzuwachs zum Teil auch um ein Artefakt handeln.

Überdies sind die regionalen Unterschiede beträchtlich: Das Spektrum durchschnittlich zurückgelegter Distanzen reicht von 12 bis 18 km. Dabei werden die längeren Strecken entlang der prominenten Wege zurückgelegt

(Rennsteig und Rothaarsteig), die mit ihren hohen Trekkeranteilen maßgeblich zur statistischen Tourenverlängerung beitragen.

Demgegenüber hat sich die mittlere Gehgeschwindigkeit nicht geändert, sie liegt nach wie vor bei gemächlichen 3,5 km/h. Ähnliches gilt auch für die Häufigkeit, mit der man sich zu Wanderungen aufmacht (Tab. 27). Gut 40% der Wanderer war und ist im Schnitt alle 14 Tagen oder öfter unterwegs, nur ein Viertel gehört zu den ausgesprochenen Gelegenheitswanderern.

Auch bei diesen Zahlen ist einschränkend zu berücksichtigen, daß die Gruppe der Vielwanderer bei Zielbefragungen selbst an schönen Wanderwochenenden zwangsläufig überrepräsentiert ist: Durch die Art ihrer Stichprobenerhebung beschreiben die Profilstudien das Wanderpublikum so, wie man es in der Region antrifft. Dabei haben Wanderer, die öfter unterwegs sind, auch eine entsprechend größere Chance, an einer Befragungstation vorbeizukommen. Eine Quellsbefragung am jeweiligen Wohnort würde zu anderen Ergebnissen kommen.

Ähnliches gilt für die erstmals erhobenen Daten zum Winterwandern, die gleichwohl ausgesprochen bemerkenswert ausfallen: Selbst in der kalten Jahreszeit ist ein gutes Viertel häufig unterwegs, lediglich 13 % motten ihre Wanderstiefel gänzlich ein. Das läßt sich keineswegs auf das vor allem in den Alpen wiederentdeckte Schneeschuhwandern zurückführen, sondern dürfte eher auf die immer grüneren Winter in den deutschen Mittelgebirgen zurückzuführen sein. So oder so: Hier liegt ein touristisch weitgehend unerschlossenes Potential brach, das bei gezielter Ansprache den Rückgang an Wintersportgästen durchaus wettmachen könnte.

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 27		
WANDERFREQUENZ				
Prozent				
Wanderhäufigkeit	'03	'02	'99	'98
IN DER GRÜNEN JAHRESZEIT				
vierzehntägig und öfter	41	49	40	(25)
einmal pro Monat	34		36	(40)
seltener	25		23	35
IM WINTER				
häufiger	29			
gelegentlich	59			
nie	13			
IM VERGLEICH ZU FRÜHER				
mehr	40	56		
weniger	17	13		

Vermutlich trägt nicht zuletzt das Winterwandern dazu bei, daß die Zahl derer, die angeben, heute mehr als früher zu wandern, um über 20% höher liegt als die derjenigen, die weniger unterwegs sind. Hinzu kommt allerdings auch ein biographischer Effekt: Mit steigendem Alter nimmt die Wanderfrequenz im Mittel kontinuierlich zu, so daß viele Individuen tatsächlich mehr Wandern, obwohl in der Summe vielleicht gar nicht mehr gewandert wird. Schließlich begreift mancher vielleicht ja auch die tatsächlich oder vermeintlich längeren Durchschnittsstrecken als ein Mehr an Wandern. Damit sind auch der letzte Block der Tab. 27 wie auch die anderen Daten zur Wanderintensität kaum eindeutig zu interpretieren.

16. AUSTRÜSTUNG: WAS BRAUCHEN WANDERER?

Für viele sportliche Hobbys hat sich eine spezifische Ausrüstung, auch wenn sie funktionell gar nicht so viel Zusätzliches bringt, zu einer Art Statussymbol oder auch Tracht in dem Sinne entwickelt, daß man damit dokumentiert, dazugehören und es den medienpräsenten Profis wenigstens vom Outfit her gleichzutun. Bislang haben sich die Outdoor-Ausstatter indes kaum bemüßigt gefühlt, auch für Wanderer als ihre größte Kundengruppe eine spezielle Kollektion zu entwickeln. Wie reagieren Fußtouristen auf diese Vernachlässigung, wie stellen sie sich für eine „richtige Wanderung“ aus?

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 28
WANDER-AUSRÜSTUNG		
Prozent		
Touren-Ausstattung	'03	'00
GRUNDAUSSTATTUNG		
Rucksack	90	
Wanderschuhe	83	
Wetterfeste Jacke	82	
Regenschutz	59	
EXTRA		
Wanderhose	40	
Mütze	33	
Spezielles Wanderhemd	18	
PROFI		
Wanderstock/-stöcke	30	
Funktionsunterwäsche	15	
Schlafsack	4	
ORIENTIERUNG		
Wanderkarten	68	
Fernglas	27	
Wanderliteratur	13	
Kompaß	10	
GPS	2	
VERPFLEGUNG		
Wasser / Saft	83	66
Obst	66	57
Butterbrote	49	39
Süßigkeiten	20	11
Thermoskanne	15	

Tab. 28 zufolge gehören Rucksack, Schuhe und Wetterjacke mittlerweile zu so gut wie jeder „richtigen“ Tour, sie sind gewissermaßen das „Status-trio“ des Wanderers, zumal sie auch funktional weitgehend unverzichtbar sind. Alle drei Accessoires finden sich in dieser Form nur beim Wandern, die Jacke kommt eventuell auch noch beim Spazieren zum Tragen.

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

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

Moderne Ausstattungselemente erreichen dagegen nicht im entferntesten die Bedeutung der klassischen Wanderutensilien. Am ehesten gilt das noch für die Wanderstöcke, die mit einem knappen Drittel Akzeptanz im Begriff sind, das klassi-

sche Fernglas zu überholen. Da sie in Deutschlands Mittelgebirgen aus orthopädischer Sicht kaum etwas nützen - die ihnen unterstellten Entlastungseffekte sind umstritten und können bestenfalls beim krückenähnlichen Gebrauch erwartet werden - wird man in ihnen noch am ehesten so etwas wie die heimlichen Statussymbole des modernen Wanderers sehen können.

Die naturgemäß unsichtbare Funktionsunterwäsche spielt dagegen eine untergeordnete Rolle, zumal hier der merkwürdig schale Funktionsbegriff zumindest aus Wanderersicht überzogen erscheint. Der Schlafsack schließlich, spätestens seit der Internationalisierung des Trekkerdaseins Inbegriff des Profiwanderns, führt mit nur 4% ein absolutes Schattendasein. Die deutschen Mittelgebirge gehören offenbar nicht zur Trekker's World, zur Übernachtung zieht man dann doch lieber das eigene oder ein Gästebett vor.

Ähnliches gilt für das von der Outdoorszene massiv gepuschte GPS - nur 2% der Wanderer zählen diesen Ausbund moderner Orientierungstechnik zu ihrem Ausrüstungsbestand. Der klassische Kompaß, selber nur rar verteilt, ist ihm gleichwohl um 5 Längen voraus.

Die Verpflegung für unterwegs fällt ausgesprochen spartanisch aus, was aber nur den erschrecken muß, der die ansonsten überdurchschnittlichen kulinarischen Ambitionen des Wandergastes - etwa beim Dinner danach - nicht kennt. Gegenüber 2002 hat sie immerhin an Bedeutung gewonnen, auch wenn es nach wie vor opportun ist, unterwegs mit leichten Gerichten und Getränken vorlieb zu nehmen.

Ganz generell zeichnet sich die Wander-Ausrüstung also dadurch aus, daß hierbei Praktikabilität dominiert. Für zusätzliche Symbole eines neuen Wanderbewußtseins steht damit noch jede Menge Raum zur Verfügung, der Phantasie der Zulieferanten sind keine Grenzen gesetzt.

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

Während sich innerhalb der österreichischen Hotellerie mit den Wanderhotels bereits eine eigene Wandersparte etabliert hat, steht diese Entwicklung in Deutschland erst in den Anfängen. Zur Unterstützung dieses Prozesses haben der Deutsche Tourismusverband und der Deutsche Wanderverband zusammen mit den bereits erwähnten Qualitätskriterien für Wanderwege auch solche für wanderfreundliche Beherbergungsbetriebe publiziert, bei deren Entwicklung ebenfalls weitgehend auf die Daten früherer Pofilstudien zurückgegriffen werden konnte. Die erneute Fragenbatterie zu den Erwartungen der Wanderer an ihre Urlaubsunterkünfte diente im wesentlichen der aktuellen Überprüfung der hierzu maßgeblich herangezogenen Befunde des Jahres 1998.

Tatsächlich entsprechen die Wünsche an Ausstattung und Service wanderfreundlicher Unterkünfte in hohem Maße den genannten Kriterien. Im Vergleich zu den 98er Daten fallen die vorliegenden Zahlen allerdings wegen der ausgeschärfteren Fragestellung durchweg niedriger aus. An der Reihenfolge ihrer Wichtigkeit - und sie vor allem ging in die Kriterienfindung ein - hat sich jedoch wenig geändert.

So stehen nach wie vor die im Vorfeld der Kriterienformulierung teilweise umstrittenen, weil unveränderbaren Lageeigenschaften der Unterkunft an der Spitze der Wunschliste des typischen Wanderkunden. Verkehrszentriert gelegene Häuser gehen nicht mit der Vorstellung von einem Wanderurlaub konform, weshalb sie es schwer haben, auf dem Wandermarkt mit Erfolg konkurrieren zu können. Andererseits müssen die Wanderwege nicht unbedingt vor dem Haus vorbeigehen, aber allzu weit will man es auch nicht haben.

Nach der Lage des Hauses spielt mit einem guten Viertel an Zustimmung die Küche die zweitwichtigste Rolle, und zwar vor allem durch ihr bodenständiges Angebot, weniger durch ihre Ausrichtung auf spezielle Wander-

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 29	
WANDERHERBERGE			
Prozent			
Ansprüche an die Unterkunft	'03	'02	'98
LAGE			
Ruhige Lage im Grünen	61		72
Nähe zu Wanderwegen	45		
Anschluß an Wanderwege	26		45
KÜCHE			
Regionale Küche	33	28	54
Vielfältiges Frühstück	30		
Lunchpakete	9		(30)
Vegetarische Gerichte	8		
SERVICE			
Familiäre Atmosphäre	32		
Aufnahme für eine Nacht	25		39
Säuberungsmöglichkeiten	19		(8)
INFORMATION			
Prospekte aus der Region	25		
Infos zu Sehenswürdigkeiten	22		46
Wanderkarten vorhanden	21		
Wetterinformationen	18		
Tourenberatung	17		(17)
Nahverkehrsfahrpläne	14		20
Schriftl. Wandervorschläge	7		17
BETRIEB			
Sauna oder Schwimmbad	18		25
Umweltfreundlicher Betrieb	17	(47)	31
Regionaltypische Architektur	8		
Hotelklassifizierung (Sterne)	6		
TRANSPORT			
Gepäcktransport	6		9
Abholdienst von unterwegs	5		9

bedürfnisse. Wanderer sind mehr als je zuvor Genießer: Nach einem kräftigen Frühstück will man nicht nur die natürliche, sondern auch die kulinarische Landschaft der Urlaubsregion kennenlernen. Nicht selten werden Wanderer wegen ihres Hanges zur Natur in einen Topf mit Naturköstlern getan - nach Ausweis von Tab. 29 eine hochgradige Fehleinschätzung.

Ähnlich wichtig wie die Küche ist Wanderern auch die Atmosphäre und der Service des Hauses. Selbst als weniger lukrativer Gast, der zum Probewandern nur eine Nacht bleibt und nach der Tour auch schon mal Dreck in die gute Stube trägt, möchte er sich willkommen fühlen. Eine familiäre und fürsorgliche Atmosphäre entspricht überdies seinem ausgeprägten Harmoniebedürfnis.

Auf Platz drei der Rangliste finden die Informationsbedürfnisse der Wanderer Platz: Rund 20% der Befragten erwarten ein breites Informationsangebot, das sie vorzugsweise im Selbststudium auswerten wollen. Hierbei handelt es sich vermutlich um jene Wandermultiplikatoren, die in den vorherrschenden Kleingruppen die Führungsrolle übernommen haben

und sich regelmäßig um die Gestaltung der nächsten Tour kümmern. Von daher täuschen die eher kleinen Zustimmungsqoten über die wahre Bedeutung des Info-Materials hinweg, sind die Planer letztlich doch für das Wohlbefinden der Wanderermehrheit verantwortlich.

Dagegen scheint die betriebliche „Hardware“ tatsächlich nur eine untergeordnete Rolle zu spielen. Wellness-Einrichtungen werden ebenso wie eine umweltfreundliche Betriebsführung von weniger als 20% der Befragten „besonders“ geschätzt. Architektur und Hotelklassifizierung spielen so gut wie keine Rolle - ein Relikt aus bescheideneren Zeiten.

Schließlich unterstreicht die geringe Wertschätzung der nur für Mehrtageswanderungen erforderlichen Transferleistungen einmal mehr deren untergeordneten Stellenwert für den Normalwanderer. Die allerorten gepriesenen „Ohne Gepäck“-Offerten richten sich tatsächlich nur an ein minimales Marktsegment.

**18. FREIZEIT:
WAS MACHEN WANDERER SONST NOCH GERNE?**

Wie Gastronomen und Hoteliers mit Blick auf ihre Wandergäste lernen müssen, über ihre Türschwelle hinaus zu blicken, so empfiehlt es sich auch für Touristiker, bei der Angebotsgestaltung über das Wandern als solches hinaus zu denken. Denn der moderne Wandergast ist in der Regel kein Nurwanderer, sondern geht im Urlaub einer Vielfalt von Neigungen nach. Von daher ist die Kenntnis der über das Wandern hinausgehenden Freizeitvorlieben wichtig für die Entwicklung von zielgruppendifferenzierten Angeboten, die verschiedenen Vorlieben und Hobbys gerecht werden.

Tab. 30 belegt in der Tat die besondere Flexibilität von Wanderern. Das betrifft vor allem körperliche Aktivitäten. Sie setzen nicht nur gerne Fuß vor Fuß, sondern lassen sich auch mal gleitend von Rad, Wasser und Ski unterstützen. Wenn sich fast zwei Drittel der Befragten als besonders radbegeistert erweisen, so deutet das auf eine weitgehende Identität des Wander- und Radelpublikums hin. Haben die Freizeitplaner bislang vor allem die Radwanderer hofiert, wird es also höchste Zeit, auch die Fußwanderer in ihren Ansprüchen ernst zu nehmen.

Eigentlich sollte man erwarten, daß Fußwanderer noch am ehesten anderen Fußsportarten zuneigen. Wenn sie gleichwohl mehr von den elementaren Gleitsportarten halten, so ist das ein Zeichen dafür, das es ihnen auch beim Sport vorrangig um

den Genuß und weniger um Leistung geht. Zwar folgt in der Beliebtheitsskala nach dem Skifahren das Joggen, aber man wird davon ausgehen können, daß es sich dabei eher um ein Laufen ohne Schnaufen als um die Umsetzung sportlicher Cross-Ambitionen handelt. Wenn es wirklich sportlich wird, wie beim Klettern und Mountainbiking, dann ist nur noch jede/r Zehnte dabei.

Von daher ist auch das mit dem Namen Walking ausgewiesene schnelle Gehen trotz langjähriger Medienpräsenz erst von jedem zehnten Wanderer angenommen worden. Seine noch modischere, derzeit mit großem Werbeaufwand als Nordic Walking ins Szene gesetzte Variante mit Stockeinsatz kommt nur bei jedem 50. Wanderer an. Bei derlei sportlichem Hasten fehlt eindeutig die Genußkomponente. Tatsächlich leitet sich Walking vom Laufsport und Nordic Walking vom Skisport ab, und genau aus dieser Szene werden sich vermutlich auch die meisten ihrer Anhänger rekrutieren. Die Hoffnung, Wanderer in großem Maße für diese modische Gesundheits-

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 30	
FREIZEITAKTIVITÄTEN			
Prozent			
Besondere Vorlieben	'03	'00	'99
SPORT			
Fahrrad fahren	61		(43)
Schwimmen	39		(34)
Ski fahren	27		
Waldlauf/Joggen	19		
Paddeln, Kanu fahren	12		
Mountainbiken	11		
Klettern	9		
Walking	9		
Nordic Walking	2		
KULTUR			
Etwas besichtigen	44		(50)
Ausflüge in die Umgebung	42		(66)
Fotografieren	31		
Konzert- und Theaterbesuch	24		(13)
RELAXEN			
Essen gehen	32	(43)	(53)
Sauna	23	(25)	(19)
Stadtbummel, Einkaufen	23		

hatz zu gewinnen, dürfte dagegen kaum in Erfüllung gehen.

Dagegen ist auch das Interesse der Wanderer am Erkunden der kulturellen Schätze einer Region vergleichsweise hoch. Zwar spielen sie, wie bereits mehrfach belegt, für die Gestaltung der Tour nur eine untergeordnete Rolle, weil man sich ihnen beim Wandern nicht ausgiebig widmen kann und will, ohne aus dem Tritt zu kommen. Danach ist man aber durchaus daran interessiert - nach der wandertypischen Devise „eins nach dem anderen“. Nicht zuletzt gibt sich ein Teil der Wanderer zur Abwechslung auch gerne einmal den Reizen eines Stadtbummels hin.

Erstaunlich hoch ist auch der Anteil der Foto-, Musik- und Theaterfans unter den Fußtouristen. Da sich Wandern und Fotografieren direkt kombinieren läßt, kann man hieraus womöglich sogar ein spezielles Tourenangebot entwickeln. Wo sich eine wanderbare Landschaft mit einem ansprechenden kulturellen Veranstaltungsangebot paart, wäre es aber durchaus auch einen Versuch wert, Wander- und Musik- bzw. Theaterereignisse miteinander zu kombinieren. Dasselbe gilt für kulinarische Events, deren Bedeutung erneut der von gehobener Kultur gleichkommt und sich daher als ideale Ergänzung für Genußwander-Programme anbietet.

19. UMWELT: WIE STEHEN WANDERER ZUR NATUR?

Wenn abschließend einige gängige Fragen zum Thema Natur gestellt wurden, so vor allem deshalb, weil Wanderer nachweislich über einen besonders engen und intensiven Zugang zur Natur verfügen und von daher vermutlich einen vergleichsweise realistischen und weniger von Entfremdung und Moralgeboten geprägten Sinn für den Umgang mit der Natur haben.

Tatsächlich zeigen die Befunde der Tab. 31, daß Wanderer dem vielpropagierten eigenständigen Recht der Natur in etwa gleichgewichtig ein Recht des Menschen auf Natur entgegenstellen - ein in der öffentlichen Debatte noch ungewöhnliches Verhältnis. Zwar können sie sich der herrschenden Naturmystifizierung in solchen Denkmustern wie dem der eigenständigen Naturrechte (eine rein menschliche Projektion) und dem durchweg guten Charakter von Natur (trotz Katastrophen, Krankheit und Tod) nicht entziehen, doch fallen sie ihnen deutlich weniger anheim als andere Gesellschaftsgruppen.

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 31
BEKENNTNIS ZUR NATUR		
Prozent		
Einstellungen	ja/nein	
RECHTE		
Lebensrecht von Pflanzen und Tieren	85/2	
Menschenrecht auf Naturzugang	68/3	
GUTE NATUR - BÖSER MENSCH		
Was natürlich ist, ist gut	51/5	
Natur wäre ohne Mensch in Harmonie	35/12	
Mensch größter Feind Natur	34/15	
Mensch zerstört Natur endgültig	30/17	
SCHÜTZER GEGEN NÜTZER		
Mehr Einfluß für Naturschützer	31/21	
Verbot des Querwaldeingehens	24/35	
Natursportler sollen bezahlen	11/53	

Besonders zurückhaltend geben sie sich gegenüber der gängigen Polarisierung von Natur und Mensch, bei der „der“ Mensch die Rolle des Bösewichts übernimmt. Folglich reduziert sich in ihren Augen auch der Stellenwert des Naturschutzes, dem nur ein Drittel von ihnen mehr Kompetenzen zubilligen möchte.

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

Insofern handelt es sich bei Wanderern um moderate Anwälte der äußeren Natur wie der eigenen Naturhaftigkeit. Da sie von der äußeren Natur nicht viel mehr verlangen, als in ihr anwesend sein zu dürfen, und dabei auch nicht mehr als ihre bloßen Fußspuren hinterlassen, kommt ihrer ausgewogenen Haltung eine gewisse Leitfunktion zu.

20. SONDERPROFILE

Die bislang referierten Ergebnisse der Profilstudie haben den Charakter von Durchschnittswerten auf der gesamten Stichprobenbasis. Sie beschreiben gewissermaßen den aktuellen „Normalwanderer“ des Jahres 2003, einen idealen Vertreter des Mainstreams, auf den sich zunächst einmal all jene Touristiker neu ausrichten müssen, die bei ihrer Angebotsgestaltung bislang nur den Traditionswanderer bzw. die dazu kursierenden Klischees vor Augen hatten.

Mit der zunehmenden Entfaltung des neuen Wandermarktes und der Professionalisierung seiner Anbieter tritt jedoch mehr und mehr die Frage nach einer genaueren Zielgruppenbeschreibung in den Vordergrund. Im Zuge der Entwicklung origineller Konzepte und Produkte, mit denen man sich im Sinne einer Markenbildung möglichst unverwechselbar auf dem touristischen Markt positionieren kann, kommt es zunehmend darauf an, attraktive Kundengruppen zielgenau anzusprechen. Dazu bedarf es einer Differenzierung der vorliegenden Daten nach diversen Subgruppen im Sinne der Herausarbeitung spezieller Kundenprofile.

Das kann im Prinzip nach beliebig vorgegebenen Kriterien geschehen. Standardmäßig sehen Studien wie die vorliegende eine Differenzierung nach den demographischen Kenngrößen Alter, Geschlecht und Bildung vor. Dieses klassische Trio wird im vorliegenden Fall durch drei weitere touristisch relevante Merkmalsgruppen ergänzt:

- So ist die maßgebliche touristische Zielfigur nicht der Wanderer an sich, sondern der Wanderurlauber, der möglicherweise einige Dinge ganz anders sieht als Einheimische oder Tagesgäste. In welchen Punkten das der Fall ist, gilt es herauszufinden.
- Viele Touristiker halten den Vielwanderer, der sich möglichst täglich auf die Walz begibt, für ihren Hauptansprechpartner, von dem sie annehmen, daß er die Dinge ganz anders angeht als der Gelegenheitswanderer.
- Beides verdichtet sich im organisierten Wanderer, der nicht zuletzt deshalb ein besonders gern gesehener Gast ist, weil er in größeren Gruppen in Erscheinung tritt, stärker gebunden ist und - so die Annahme - länger vor Ort bleibt. Er ist Gegenstand einer weiteren Detailstudie.

Hinzu kommen die speziellen Gästeprofile der an der Erhebung beteiligten Regionen. Sie bieten die Chance, sich ein regionalspezifisch realistisches Bild von der gegenwärtigen Kundschaft zu verschaffen, um gezielter auf deren Gewohnheiten und Wünsche einzugehen oder aber auch Orientierungshilfen für die Entscheidung gewinnen zu können, ob und welche neuen Gästegruppen angesprochen werden sollten.

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 32	
SONDERPROFIL-STICHPROBEN			
Absolutzahlen			
Merkmal	N	Merkmal	N
Alter 40-/60+	526/524	Mitglied Wanderverein	351
Geschlecht m/w	1080/904	Deutscher Wandertag	214
Bildung Standard/Abi+	470/898	Div. Regionalstichproben	
heimisch/Urlauber	1076/795	Zum Vergleich: Kernstichprobe	2018
Frequenz häufig/selten	766/471		

Die im folgenden vorgestellten Sonderprofile gründen sich auf die Teilstichproben der Tab. 32. Dabei werden im Falle der linken Spalte die Daten der jeweiligen Antipoden einander gegenübergestellt, während die Sonderprofile der rechts aufgeführten Gruppierungen auf die Gesamtmittelwerte bezogen werden. Als touristisch gravierende Charakteristika einer Sondergruppe sind hierbei nur Abweichungen von den Gesamtmittelwerten anzusehen, die eine Größe von mindestens 10% erreichen (in den Tabellen weiß unterlegt). Als ergänzende Interpretationshilfe werden aber auch Abweichungen von mehr als 5% hinzugezogen (grau unterlegt), die indes nur von Bedeutung sind, wenn sie im Zusammenhang mit größeren Differenzen stehen oder gehäuft auftreten. Für den Fall, daß nicht die Unterschiede einer Teil- zur Gesamtstichprobe, sondern wie im Fall der linken Spalte die beidseitig voneinander abweichenden Daten zweier statistischer Antipoden bewertet werden, sind die Interpretationsgrenzen logischerweise doppelt so hoch anzusetzen.

Diese statistischen Untergrenzen für die Interpretation von Sonderprofilen werden aus mehreren Gründen so hoch angesetzt. Zum einen fallen die Teilstichproben-Umfänge angesichts des Einsatzes zweier Fragebögen mit 200 bis 300 Befragten pro Bogen mehrheitlich eher klein aus: Differenzen von weniger als 5% sind daher teilweise nicht mehr signifikant, sondern haben mit einer gewissen Wahrscheinlichkeit zufälligen Charakter. Das könnte indes durch Signifikanzberechnungen in jedem Einzelfall überprüft werden.

Wesentlicher ist indes die Überlegung, daß kleine Differenzen, selbst wenn statistisch signifikant, in der Praxis kaum von Bedeutung sind, da sie keine anderen Schlußfolgerungen nach sich ziehen können und dürfen als die Basisdaten. Sie erhöhen lediglich die bei derartigen Profildifferenzierungen ohnehin bestehende Gefahr, den Abweichungen von den Mittelwerten mehr Beachtung zu schenken als den Mittelwerten selber. Um dem entgegenzuwirken, enthalten alle folgenden Tabellen zum Abgleich stets auch die vorrangig bedeutsamen Gesamtmittelwerte bzw. bei Gegenüberstellungen die Daten beider Antipoden.

In diese Profilanalysen nicht einbezogen sind die Ergebnisse der offenen Fragen - auch dies vor allem angesichts der hierfür zu kleinen Regionalstichproben. Da im Rahmen einer offenen Frage ein sehr breites Themenspektrum angesprochen werden kann, braucht man für eine statistisch stichhaltige Quantifizierung der angesprochenen Themen erheblich höhere Itemzahlen als im Falle geschlossener Fragen. Aus nur wenigen hundert Nennungen lassen sich keine zuverlässigen Themenprofile erstellen.

21. ALTER: WIE VERÄNDERN SICH VORLIEBEN UND GEWOHNHEITEN?

Lange Zeit wurde dem Wandern nachgesagt, es sei nurmehr ein Auslaufmodell für Senioren. Erst seit sich wieder jüngere Menschen auf den Wanderwegen zeigen, fand der sanfte Natursport auch bei den Touristikern Aufmerksamkeit. Sind die jüngeren tatsächlich die besseren Gäste?

Hierüber gibt ein Vergleich der Antworten der unter 40jährigen mit denen der über 60jährigen Aufschluß. Diese beiden altersmäßigen „Randgruppen“ sind mit je einem Viertel der Gesamtstichprobe etwa gleich stark besetzt. Ihre Antworten weichen in etwa einem Drittel aller Fragen nennenswert voneinander ab, jede vierte dieser Differenzen überschreitet die wirklich ernsthafte Relevanzgrenze von 20%. Damit fällt die Altersprofilierung geringer aus als die Regionalprofilierung, zeigt also im Schnitt weniger ausgeprägte Spezifika als die Differenzierung nach den Erhebungsregionen.

Tab. 33 zeigt einige typische, auch schon aus früheren Studien bekannte demographische Besonderheiten der Altersgruppen. So verfügen die Jüngeren über erheblich qualifiziertere Bildungsabschlüsse, die sie größtenteils den in den letzten Jahrzehnten stark gestiegenen Bildungschancen zu verdanken haben. In beiden Fällen jedoch liegt die Quote der Inhaber von Abitur und/oder Hochschulabschlüssen weit über dem Schnitt der Bevölkerung in ihren Bezugsgruppen. Wandern zieht also durchgängig in hohem Maße Kopfarbeiter an.

Typisch ist auch der mit dem Alter wachsende Organisationsgrad der Wanderer in Vereinen. Dabei dürfte schwer zu entscheiden sein, ob die stark erhöhte Neigung der Älteren, sich einem Verein anzuschließen, eher alters- oder generationsbedingt ist. Der Umstand, daß Vereine ihre Mitglieder vorzugsweise aus der Altersgruppe 50+ rekrutieren, spricht eher für einen altersbedingten Anstieg des Organisationsgrades.

Profilstudie Wandern 2003 Tab. 33		Sonderprofil Alter	
DEMOGRAPHISCHE DATEN			
Prozent			
Merkmal	40 –	60 +	
Bildungsabschluß Abi+/Standard	64/11 (+)	41/40	
Geschlecht weiblich	48 (+)	38	
Mitglied in einem Wanderverein	8	35 (+)	

Die Verdrängung des weiblichen Geschlechts aus der Seniorengruppe ist dagegen wohl eher ein Artefakt, das hauptsächlich aus dem Umstand resultiert, daß ältere Ehefrauen den Fragebogen gern mit Verweis auf ihre für so etwas vorgeblich zuständigen Männer zurückweisen. Keinesfalls läßt sich daraus schließen, daß Frauen das Wandern eher aufgeben als Männer.

Wanderdisposition

Daß andererseits der geringere Organisationsgrad der jüngeren Wanderer wenigstens zum Teil auch etwas mit dem Generationswandel zu tun hat, gibt Tab. 34 zu erkennen. Danach zeigt die Gruppe 40- eine ausgesprochen geringe Neigung zu Touren in größeren Einheiten, sei es im Verein oder auch nur in der geführten Gruppe. Die selbst schon bei den Älteren auf ein Fünftel beschränkte Freude an der Gemeinschaft - das sind nur gut die Hälfte der Vereinsmitglieder - sinkt mit abnehmendem Alter gegen Null.

Profilstudie Wandern 2003	Tab. 34	Sonderprofil Alter	
TOURENVORLIEBEN			
Prozent			
Tourenart	40 –	60 +	
Rundwanderung	42	53 (+)	
Geführte Wanderung	3	20 (+)	
Vereinswanderung	5	22 (+)	
Sportliche Tour	20 (+)	6	
Tourenplanung nach Karte	56	71 (+)	

Die Jungen haben es statt dessen lieber etwas sportlich, was indes nicht heißt, daß sie mehr für das schnelle Walking oder für längere Strecken zu haben sind. Wenn der stärkere sportliche Akzent mehr als nur ein Etikett ist, dann bezieht er sich wohl eher auf die Art der Landschaft, in der man stärker die Herausforderung als den gemütlichen Genuß sucht (s.u.).

Tatsächlich finden sich Tab. 35 zufolge in der Altersgruppe 40- sehr viel weniger Intensivwanderer. Nur ein Viertel ist mindestens alle zwei Wochen unterwegs, die Hälfte davon macht sich auch im Winter häufig auf. Der Rest wandert nur gelegentlich bis selten. Dazu paßt es, die Touren nicht bis ins letzte per Karte durchzuplanen und abzusichern, sondern lieber auch mal spontan draufloszugehen. Wandern ist offenbar für Jüngere mehr eine Nebensache, keine ausgeprägte Leidenschaft. Wenn man dann aber einmal unterwegs ist, dann ist die Tour so lang wie bei allen anderen.

Unter den Älteren gibt sich dagegen mehr als die Hälfte zu allen Jahreszeiten häufig dem Fußhobby hin. Sie sind daher mit Abstand die dankbareren Gäste einer ausgemachten Wanderdestination.

Profilstudie Wandern	2003 Tab. 35	Sonderprofil Alter	
WANDERINTENSITÄT			
Prozent			
Wanderfrequenz	40 –	60 +	
Sommer: 14täglich und öfter / selten	23/39	64/9 (+)	
Winter: häufiger / nie	12/23	51/3 (+)	

Dahinter steht bei den Senioren ein sehr viel ausgeprägteres Motivspektrum (Tab. 36). So werden sie verständlicherweise stärker von dem Wunsch umgetrieben, mit dem Fußsport etwas für ihre Gesundheit zu tun. Darüber hinaus zeigen sie ein erheblich stärkeres Interesse an der Natur. Sogar in punkto Neugier auf unbekannte Landschaften sind sie ihrem Nachwuchs voraus. Dort zieht es sie gleichermaßen zu den kulturellen Sehenswürdigkeiten wie in die Gasthäuser. Sie wissen also die Vorzüge des Wanderns weidlich zu nutzen.

Profilstudie Wandern 2003	Tab. 36	Sonderprofil Alter	
WANDERMOTIVE			
Prozent			
Wunsch	40 –	60 +	
Etwas für die Gesundheit tun	44	70 (+)	
Interesse an Tieren und Pflanzen	36	58 (+)	
Stille der Natur	56	71 (+)	
Kennenlernen unbekannter Regionen	53	70 (+)	
Entlastung vom Alltagsstress	42 (+)	32	
Einkehr unterwegs	20	32 (+)	
Kennenlernen kultureller Sehenswürdigkeiten	17	28 (+)	

Junge Menschen liegen dagegen nur bei einem Motiv vorn: Der Entlastung vom Alltagsstress. Davon sind sie allerdings auch sehr viel stärker betroffen. Zum einen stehen sie noch mitten im Berufsleben. Zum anderen handelt es sich bei ihnen angesichts ihres hohen Bildungsgrades vermutlich überwiegend um Kopfarbeiter, die in besonderer Weise dem

Stress der hoch-technisierten Kommunikationsformen ausgesetzt sind. Die Notwendigkeit, diesem Stress wenigstens zeitweise zu entkommen, dürfte eine der Hauptursachen für die Wiederentdeckung des Wanderns durch die jüngere Generation sein.

Landschaftliche Vorlieben

Dabei können sie allerdings mit den klassischen Wanderlandschaften in den Alpen und Mittelgebirgen weniger anfangen als ihrer Altvorderen. Es zieht sie statt dessen mehr in wild-exotische Regionen. Erneut also erweisen sich die Senioren aus touristischer Sicht vor allem für die Mittelgebirge als sehr viel ansprechbarere Wanderkunden, die sich sogar fast durchgängig vorstellen können, hier einen Haupturlaub zu verbringen.

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 37	Sonderprofil Alter	
ERWARTUNGEN AN DIE LANDSCHAFT				
Prozent				
Vorliebe		40 –	60 +	
ZIELE				
Bevorzugt:	Mittelgebirge	44	71 (+)	
	Wildnis, exotische Landschaft	29 (+)	8	
	Deutschsprachige Alpen	26	40 (+)	
	Alpen: Almhöhe	31	41 (+)	
	Heide	8	23 (+)	
Denkbar:	Nächste Haupturlaubsreise in Mittelgebirge	56	86 (+)	
Bevorzugt:	Gewässer	60 (+)	50	
	Felsklamm	39 (+)	25	
	Höhlen	31 (+)	17	
	Bewirtschaftete Hütten	27	41 (+)	
	Schöne Ortschaften	18	37 (+)	
Störend:	Zugewachsene Aussichten	15	38 (+)	
AUSSTATTUNG				
Wunsch:	Schutzhütten	52	62 (+)	
	Sitzbänke	44	60 (+)	
	Aussichtstürme	30	41 (+)	
	Parkplätze im Grünen	7	18 (+)	

Wie man indes auch Jüngere zum Wandern bringen kann, machen die bevorzugten Wanderziele deutlich. Menschen in ihren Blütejahren legen besonderen Wert auf dramatische Landschaftselemente wie Schluchten und Höhlen und haben einen notorischen Hang zum Wasser. Davon hat das Ausland an Quantität wie Qualität mehr zu bieten. Aber auch im Inland könnte man diese besonderen landschaftlichen Reize den Wanderern noch sehr viel gezielter zugänglich machen, so daß auch der Wandernachwuchs auf seine Kosten käme.

Wieder sind die Älteren das kleinere Problem. Sie lassen sich eher vom Vorfindlichen begeistern, indem sie auch schon mal gern durch eine schöne Ortschaft gehen oder in eine bewirtschaftete Hütte am Wege einkehren. Ganz besonders dankbar sind sie für gut angelegte Rastplätze im Freien, wissen aber auch Aussichtstürme und wanderwegenahe Parkplätze eher zu schätzen. Alles in allem sind sie mehr dem Hier und Jetzt verpflichtet und von daher zweifellos die einfacher zufriedenzustellenden Gäste.

Profilstudie Wandern 2003	Tab. 38	Sonderprofil Alter
MEINUNGEN ZUR NATUR		
ja/nein in Prozent		
Norm	40 –	60 +
Für Verbot, querwaldein zu gehen	17/33	39/29 (+)
Für eigenes Lebensrecht von Tieren und Pflanzen	80/3	91/1 (+)
Recht auf freien Naturzugang	67/4	78/2 (+)
Was natürlich ist, ist gut	48/6	62/4 (+)
Natursportler sollen für Naturnutzung zahlen	6/59	16/46 (+)

der eigenen Bewegungsfreiheit (Tab. 38). Gleichzeitig mit dem Anspruch auf freien Naturzugang sprechen sich mehr als doppelt so viele Ältere wie Jüngere für ein Verbot des Verlassens von Wegen aus. Auch in anderen ökologisch inspirierten Bekenntnisformeln sind sie den Jüngeren voraus.

Die Zeiten jedenfalls, in denen die junge Generation ihren Eltern die rechte Umweltmoral predigte, sind offenkundig vorbei. Statt dessen macht sie wieder ihren Anspruch auf eine jugendgemäß offensivere Naturnutzung geltend und wendet sich strikt gegen Einschränkungen der Bewegungsfreiheit in der Natur.

Wanderwege

Die Neigung zu einer offensiveren Naturnutzung läßt sich auch an den Wegevorlieben ablesen (Tab. 39). Man will heraus aus der Zivilisation und stellt sich gerne auch den unbequemen Herausforderungen der Natur, wie steilen oder zerfurchten Wegen. Damit verbindet sich eine deutlich geringere Neigung, sich auf die vorgeplanten

Profilstudie Wandern 2003	Tab. 39	Sonderprofil Alter
WANDERWEGE		
Prozent		
Wichtig	40 –	60 +
WEGESYMPATHIEN		
Markierte Wanderwege	46	73 (+)
Steile Wege, Bergpfade	45 (+)	27
Naturlehrpfade	16	28 (+)
Fernwanderwege	11	21 (+)
Besonders interessante Lehrpfadthemen		
Tiere	58 (+)	47
Naturschutz	36	48 (+)
STÖREND		
Verkehrslärm	59 (+)	44
Längere Teerstrecken	50	62 (+)
Zerfahrene Wege	22	32 (+)
Biker	15	31 (+)
BEVORZUGTE ORIENTIERUNGSHILFEN		
Markierungen	60	74 (+)
Wegweiser	56 (+)	46
Wanderkarten	53	72 (+)

Zudem halten sie nicht nur mehr von der heimischen Natur, sie machen sich folgerichtig auch mehr Gedanken zu ihrem Wert und Erhalt bis hin zur stärkeren, wenn auch minderheitlichen Akzeptanz von Beschränkungen

Bahnen der durch Markierungen und Wanderkarten ausgewiesenen Wanderwege festlegen zu lassen.

Das gilt offenbar in besonderem Maße für Fernwanderwege, die nur noch bei jedem zehnten Jungwanderer ankommen. Angesichts ihrer ohnehin geringeren Wanderintensität und schwindenden Sympathie für klassische Wanderformen unterstreicht dieser Befund den Eindruck, daß mit den überkommenen wandertouristischen

Rezepten beim Nachwuchs kein Blumentopf mehr zu gewinnen ist.

Auch mit Belehrungen über die Natur und insbesondere über Naturschutz in Form von Lehrpfaden hat man weniger am Hut - mit Ausnahme von Infos über Tiere, die man dann vielleicht aber auch vor Ort zu entdecken hofft. Auch das deutet auf eine Abkehr von der Art, wie sich Wanderdestinationen jahrzehntelang dargeboten haben. Alles in allem läßt man sich nicht so gerne an die Hand nehmen, sondern entdeckt die Natur - durchaus jugendgemäß - lieber auf eigene Faust. Als Orientierungshilfen passen zu dieser Haltung am besten Wegweiser, weil sie dem einzelnen mehr Entscheidungsfreiheit lassen.

Demgegenüber scheint bei der älteren Generation stärker der Wunsch nach mehr Wandergenuß durch, der durch anstrengende Wegpassagen oder hartes Teerpflaster eher gestört wird. Auch bei der Wegefindung will man lieber auf Nummer sicher gehen: Man bedient sich zwar verstärkt vorhandener Wanderkarten, aber weniger um mit ihrer Hilfe ganz persönliche Touren auszutüfteln, sondern vorzugsweise um sich über die ausgewiesenen Wanderwege zu informieren und sich dann von den dazugehörigen Markierungen bequem leiten zu lassen.

Hardware

Die meisten Altersdifferenzen zeigen sich in der Fragenbatterie nach der Wanderausrüstung. Und hier sind es nicht etwa die Junioren, sondern die Senioren, die den größeren Wert auf ein angemessenes Outfit legen. Das ist angesichts ihrer ausgeprägteren Hingabe an den Fußsport allerdings leicht nachzuvollziehen

Dagegen geben Jüngere eine gewisse Scheu vor wanderspezifischer Kleidung zu erkennen. Das geht von der Mütze über Jacke, Hemd und Hose bis zu den Schuhen. Hierfür bieten sich mehrere Erklärungen an. Zum einen nimmt man das Dauergehen von der Sache her nicht so ernst, sondern betreibt es eher nebenbei (s.o.). Dementsprechend will man auch nicht besonders viel Geld dafür investieren. Hinzu kommt, daß Kleidung für die junge Generation einen stärker persönlichkeitsdefinierenden Charakter hat, wofür das Thema Wandern aus der Sicht des Nachwuchses aber weniger hergibt.

Den älteren Wanderern ist dagegen nicht nur ihr Fußhobby wichtiger, sie haben auch mehr Geld für eine adäquate Ausrüstung zur Verfügung und sind schließlich vielleicht auch aus rein körperlichen Gründen stärker darauf angewiesen, sei es, um die Landschaft besser genießen (dafür spricht auch das häufiger eingepackte Fernglas) oder gesundheitlichen Beeinträchtigungen vorbeugen zu können.

Was das leibliche Wohl betrifft, so legen die Junioren dafür mehr Wert auf orale Genüsse. Die moderne Neigung, ständig etwas zu Trinken in Griffweite zu haben, setzt sich auch beim Wandern fort. Außerdem will man dabei auch nicht auf die gewohnten Schokoriegel verzichten, und selbst die klassischen Butterbrote stehen bei ihnen höher im Kurs

Profilstudie Wandern 2003 Tab. 40 Sonderprofil Alter

AUSRÜSTUNG		
Prozent		
Produkt	40 –	60 +
Regenschutz	48	71 (+)
Wanderhose	23	54 (+)
Wanderstöcke	18	41 (+)
Süßigkeiten	34 (+)	9
Wetterjacke	73	92 (+)
Wanderschuhe	77	89 (+)
Mütze	25	43 (+)
Wanderhemd	10	22 (+)
Wasser / Saft	89 (+)	77
Butterbrote	58 (+)	47
Wanderkarten	61	74 (+)
Fernglas	20	34 (+)

Profilstudie Wandern 2003 Tab. 41 Sonderpr. Alter		
UNTERKUNFT		
Prozent		
Erwartung	40 –	60 +
Aufnahme für eine Nacht	32 (+)	18
Säuberungsmöglichkeiten	26 (+)	11

Infrastruktur

Vergleichsweise wenig unterscheiden sich die Altersgruppen in ihren Ansprüchen an eine wandergerechte Urlaubsherberge. Wenn der Wandernachwuchs mehr Wert darauf legt, auch nur für eine Nacht aufgenommen zu werden, so weniger, weil er mit

Vorliebe von Ort zu Ort trekket, sondern eher wohl, weil er sich einen Wanderurlaub mit Übernachtung eigentlich nur für einen Zeitraum von ein oder zwei Tagen vorstellen kann.

Daß Wandern für ihn in der Tat nur eine Nebensache ist und keineswegs einen längeren Urlaub begründen oder gar gänzlich füllen kann, zeigt auch das sehr viel breitere Spektrum seiner sonstigen Hobbys. Sie sind insbesondere im körperlich-sportlichen Bereich vielfältiger (Tab. 42). Joggen - immerhin der nächste Verwandte des Wanderns - steht bei ihnen besonders hoch im Kurs.

Profilstudie Wandern 2003 Tab. 42 Sonderpr. Alter		
SONSTIGE AKTIVITÄTEN		
Prozent		
Hobby	40 –	60 +
Ausflüge in die Umgebung	33	55 (+)
Joggen	29 (+)	6
Etwas besichtigen	38	50 (+)
Essen gehen	41 (+)	23
Ski fahren	33 (+)	21
Paddeln, Kanu	21 (+)	5
Mountainbiken	19 (+)	4
Klettern	16 (+)	6

Aber auch die ohnehin beliebten „Schwebesportarten“, die sich zur Fortbewegung eines Tragmediums bedienen, werden überproportional angenommen. Die besondere Neigung zum Mountainbiken macht überdies verständlich, warum sich jüngere Wanderer durch Vertreter dieses Sports beim Wandern kaum gestört fühlen (Tab. 39).

Mit der Verjüngung des Wanderpublikums verstärkt sich also der Trend zur Multiaktivität, die Figur des täglich auf Achse befindlichen Nurwanderers wird zum historischen Relikt. Eine Wanderdestination muß folglich mehr als nur schöne Wanderwege bieten. Sportliche und andere Kombi-Angebote werden mehr und mehr eine Rolle spielen, obwohl eine schöne, erlebnisreiche Landschaft dafür unerlässlich ist.

Dafür nimmt das Interesse an den kulturellen Schätzen der Region ab. Während die Älteren noch zur Hälfte gerne auch mal etwas besichtigen und neugierige Ausflüge in die Umgebung machen, gilt das nur noch für ein Drittel der Jüngeren. Die Ausnahme hiervon betrifft wieder die oralen Genüsse: Beim Essengehen liegen die Jungen vorn.

Zusammenfassung

An dem Klischee vom Wandern als einem reinen Seniorensport ist immerhin so viel richtig, daß sich die Wandergewohnheiten und Wünsche mit dem Alter beträchtlich ändern. Mehr noch: Seniore Wanderer betreiben ihr Hobby wesentlich intensiver, sie sind dazu weit vielfältiger motiviert und folglich sommers wie winters häufiger unterwegs. Dabei hegen sie eine besondere Neigung für die klassischen Wanderlandschaften der Mittelgebirge und Alpen und erweisen sich als überdurchschnittlich aufgeschlossen für die dort vorfindliche Natur und Kultur. Schließlich wissen sie auch die vorhandene Infrastruktur von den Wanderleitsystemen über die Rastplätze

bis zu den Einkehrmöglichkeiten mehr zu schätzen.

Nimmt man noch die gehobene Wirtschaftskraft der Generation 60+ hinzu, so gibt es keinen Zweifel: Sie stellt ein wesentlich dankbareres und lukrativeres Publikum für die deutschen Wanderdestinationen dar als der um 30 Jahre jüngere Nachwuchs. Aus inlandstouristischer Sicht gilt also: Grau ist beautiful.

Daran ändert auch der Umstand nichts, daß die Älteren über deutlich geringere Bildungsqualifikationen verfügen. Dies ist im wesentlichen die Folge einer geringeren Bildungsproduktivität früherer Jahrzehnte. Relativ im Vergleich zur Gesamtbevölkerung zeichnen sich indes auch die Wandersenioren durch ein vergleichsweise hohes Bildungskapital aus.

Demgegenüber nimmt der Nachwuchs das Wandern bei weitem nicht so ernst. Die Fußreise ist mehr eine Nebensache und nur eine Option unter vielen, die Große Tour nicht mehr der große Traum. Auch in punkto Ausrüstung gibt man sich weniger als Wanderer zu erkennen. Wenn man sich aber auf eine Tour einläßt, dann will man weniger die ausgetretenen Pfade der Altvorderen begehen. Vielmehr suchen jüngere Menschen stärker den direkten Kontakt zur Natur, die körperliche Herausforderung, das ungewöhnliche Erlebnis, welches man eher in der Fremde als in heimischen Gefilden zu finden hofft.

Will man also ein jüngeres Publikum für die deutschen Mittelgebirge gewinnen, so wird man vor allem deren abenteuerliche Elemente, über die sie durchaus verfügen, stärker in den Vordergrund stellen müssen. Da die Jüngeren die landschaftsästhetischen Genüsse partiell mit oralen Genüssen kombinieren, kann man auch hier ansetzen und Wandern verstärkt mit kulinarischen Reizen verbinden.

In jedem Fall muß man die „Alten“ wie die „Jungen“ ganz individuell ansprechen, weil ihnen der Sinn für die große Wandergemeinschaft weitgehend abhanden gekommen ist. Die immer noch weitverbreitete, für Touristiker so bequeme Angebotsform der mehrtägigen „Wanderung ohne Gepäck“ für größere Gruppen ist also ein ausgesprochenes Auslaufmodell. An einem aufwendigeren Bemühen um den einzelnen Gast wird man auch auf dem Feld des Wandertourismus nicht herkommen.

22. MÄNNER UND FRAUEN: IST WANDERN GESCHLECHTSNEUTRAL?

Im Gegensatz zur öffentlichen Geschlechterdebatte erweisen sich in soziologischen Studien die Unterschiede zwischen Männern und Frauen in der Regel als marginal. Das gilt auch für das Wandern: Nur in weniger als jeder zehnten Frage zeigten die Antworten nennenswerte Geschlechterdifferenzen, die in keinem Fall die gravierende 20%-Grenze erreichten.

So dokumentieren die demographischen Daten lediglich die üblichen Unterschiede im Hinblick auf das Alter und den Bildungsabschluß (Tab. 43). Daß die befragten Frauen im Schnitt um 3 Jahre jünger sind, ist vermutlich vor allem die Folge der beim Wandern dominierenden Paar-

Profilst. Wandern 2003 Tab. 43 Sonderpr. Geschlecht		
Demographische Daten		
Merkmal	männl.	weibl.
Mittleres Alter	49,5	46,8
Bildung: Zehnjahresabschluß	22%	32% (+)

formation, die ihrerseits vorzugsweise aus Ehepaaren besteht und von daher die dort bestehenden Altersdifferenzen reproduziert. Das Vorherrschen mittlerer Bildungsabschlüsse läßt sich ebenso leicht mit den ungleichen Bildungschancen früherer Jahrzehnte erklären.

Die vergleichsweise meisten Geschlechterunterschiede zeigen die Daten zum Themenbereich Natur (Tab. 44). Auch darin reproduzieren sich indes nur soziologisch gängige Schemata, zeigen sich doch Männer in der Regel weniger für Naturdetails aufgeschlossen.

So bekunden auch im vorliegenden Fall wandernde Frauen ein größeres Interesse an Tieren und Pflanzen sowie folglich auch an Naturlehrpfaden. Dazu paßt, daß sie entschiedener für die Belange des Naturschutzes eintreten. Was die Landschaft betrifft, so zieht es sie stärker zu Gewässern. Vermutlich ist es auch die Natur, von der sie sich beim Wandern eine stärkere Entlastung vom Alltagsstress versprechen. Daß sie sich dabei besonders gern von markierten Wanderwegen leiten lassen, hängt mit ihrer größeren, empirisch immer wieder belegten Orientierungsunsicherheit zusammen.

Wandernde Männer stehen in Tab. 44 nur zweimal im Plus: Zum einen bei der Vorliebe für steile Wege, die ihnen eine größere körperliche Leistung abverlangen, zum anderen beim Thema Waldbau, das sich mit der Nutzung von Natur beschäftigt. In beiden Fällen geben sich im Hintergrund generell geschlechertypische Dispositionen zu erkennen.

Profilstudie Wandern 2003	Tab. 44	Sonderprofil Geschlecht	
LANDSCHAFT UND WEGE			
Prozent			
Vorliebe		männl.	weibl.
LANDSCHAFT UND NATUR			
Bevorzugt: Gewässer		50	62 (+)
Wandermotive			
Interesse an Pflanzen und Tieren		38	50 (+)
Entlastung vom Alltagsstress		37	52 (+)
WEGESYMPATHIEN			
Markierte Wanderwege		56	66 (+)
Steile Wege, Bergpfade		37 (+)	27
Naturlehrpfade		18	29 (+)
Interesse an Lehrpfaden zum Thema			
Pflanzen		50	69 (+)
Waldbau		30 (+)	19
Naturschützer müßten viel mehr zu sagen haben: ja/nein		25/27	36/14 (+)

Ähnliches gilt für das Themenfeld Kultur, für das sich Frauen (nicht nur in dieser Studie) als nahezu durchgängig aufgeschlossener erweisen (Tab. 45). Das betrifft die Besichtigung von Sehenswürdigkeiten ebenso wie den Besuch kultureller Veranstaltungen oder den schlichten Stadtbummel.

Erneut fällt in Tab. 45 das sportliche Element zugunsten der Männer heraus, das sich dort nur mangels einer eigens lohnenden Tabelle befindet.

Schließlich ziehen Frauen für unterwegs eine schlichtere Verpflegung vor. Männer dagegen halten mehr von einer Mütze zum Schutz gegen schlechtes Wetter, was Frauen offenbar weniger mit Aussehen oder Frisur vereinbaren können.

Profilstudie Wandern 2003	Tab. 45	Sonderprofil Geschlecht	
KULTUR			
Prozent			
Hobby		männl.	weibl.
Erwartung an die Unterkunft:			
Bereitstellung von Infos zu Sehenswürdigkeiten		17	29 (+)
Sonstige Aktivitäten			
Ausflüge in die Umgebung		36	48 (+)
Konzert- und Theaterbesuch		20	30 (+)
Stadtbummel / Einkaufen		16	31 (+)
Mountainbiken		17 (+)	6

Zusammenfassung

Die insgesamt vergleichsweise geringen Unterschiede zwischen wandernden Männern und Frauen bewegen sich durchweg entlang einschlägig bekannter Einsichten und Stereotype. So wenden sich

Frauen offenbar intensiver den sehenswerten Details am Wegesrand zu. Das betrifft sowohl natürliche Gegebenheiten wie kulturelle Sehenswürdigkeiten. Männer dagegen suchen eher die körperliche Herausforderung und geben sich dabei horizontal wie vertikal raumgreifender.

Profilst. Wandern 2003	Tab. 46	Sonderpr. Geschl.	
AUSRÜSTUNG			
Prozent			
Produkt		männl.	weibl.
Obst		59	73 (+)
Butterbrote		44	55 (+)
Mütze		41 (+)	24

Die geringen Geschlechterdifferenzen stellen aus touristischer Sicht einen ausgesprochenen Vorteil dar. Denn das Geschlecht muß weder bei der Gestaltung von Angeboten berücksichtigt werden noch spielt es eine nennenswerte Rolle bei deren Akzeptanz. Nur wenn man sich speziell an weibliche Zielgruppen wenden will, sollte man Momente der körperlichen Herausforderung zugunsten eines genußvollen und anregenden Natur-, Landschafts- und Kulturerlebnisses reduzieren.

Diesen Rat muß man im übrigen auch all jenen geben, die ihre Urlaubsofferten in traditioneller Manier mehr oder weniger unbewußt auf Männergruppen zuschneiden. Dazu gehören Mehrtageswanderungen in großen Etappen ebenso wie anstrengende Bergtouren mit Gipfelsturm. Statt über die große Leistung freuen sich Frauen eher über die schöne Natur, die sie intensiver auf weniger anstrengenden Touren wahrnehmen können.

23. HÖHERES BILDUNGSNIVEAU: HÖHERE ANSPRÜCHE?

Zu den bemerkenswertesten Befunden der Profilstudie 2003 gehört die nachhaltige Bestätigung des Trends zur Akademisierung des Wanderns: Mittlerweile verfügt bereits die Hälfte der Wanderer mindestens über das Abitur, großenteils aber auch über einen Hochschulabschluß. Bislang ging diese Entwicklung mit einer Verjüngung des Wanderpublikums einher und konnte wenigstens zum Teil auch mit den besseren Bildungschancen der Jüngeren erklärt werden. Obwohl nach den vorliegenden Daten der Verjüngungsprozeß gestoppt scheint, setzt sich die Anreicherung mit gehobenen Bildungsträgern gleichwohl fort.

Zukunftspublikum

Dennoch belegt Tab. 47 den nach wie vor engen Zusammenhang von Alter und Bildung. Die Gruppe hoch „beschulter“ Wanderer rekrutiert sich weit stärker aus jüngeren Jahrgängen als die der Standardschulabgänger. Statt durchschnittlich jeweils eines Viertels gehört bei den Abi+-Besitzern ein gutes Drittel der Gruppe 40-, in der Standardgruppe umgekehrt ein gutes Drittel der Gruppe 60+ des Altersspektrums an. Im Effekt resultiert daraus eine mittlere Altersdifferenz von 9 Jahren.

Profilstudie Wandern 2003	Tab. 47	Sonderprofil Bildung
DEMOGRAPHISCHE DATEN		
Merkmal	Standard	Abi+
Durchschnittsalter	54,2 (+)	45,2
Anteil Altersgruppen 40- / 60+	12 / 39 %	37 / 21 % (+)
Urlaubsgast / Einheimisch	34 / 34 %	48 / 23 % (+)
Mitglied in einem Wanderverein	27 % (+)	12 %

Einerseits erklärt sich diese relativ hohe Differenz rein statistisch aus der bereits erwähnten Tatsache, daß gehobene Bildungsabschlüsse unter jüngeren Jahrgängen stärker vertreten sind. Sie ist andererseits angesichts der neuen Daten aber auch so zu interpretieren, daß sich die Besitzer von Bildungszertifikaten dem Wandern offenbar stärker und früher zuwenden und ihm folglich auch länger erhalten bleiben.

Für die Gestaltung touristischer Angebote erwächst hieraus die Notwendigkeit einer zunehmenden Orientierung an den Ansprüchen gehobener Bildungsschichten. Das gilt um so mehr, als schon heute deren Anteil an den Urlaubern wie umgekehrt auch der Urlauberanteil an diesen Schichten überdurchschnittlich hoch ausfällt. Inhaber gehobener Bildungsabschlüsse sind offenbar eher bereit, ihren Urlaub mit Wandern zu verbringen. Die Perspektive, sie über einen längeren Zeitraum zu binden, ist insgesamt also besonders verlockend.

Wanderintensität

Das heißt aber nicht, daß es sich um ganz besonders leidenschaftliche Wanderer handelt. Eher ist das Gegenteil der Fall. Die Quote der Unentwegten ist bei ihnen sowohl in der Wandersaison als auch im Winter deutlich geringer als in der Standardgruppe. Ähnliches gilt für die Mitgliedschaft in Wandervereinen, was auch mit dem Altersunterschied der Bildungsgruppen und einer generell anderen Einstellung zum Vereinswesen zusammenhängen dürfte.

Ein wesentlicher Grund für das zurückhaltendere Wanderengagement der Abi+-Wanderer dürfte in ihren sehr viel weiter gestreuten Freizeitinteressen zu finden sein, die, zumindest was die sportlichen Aktivitäten betrifft, natürlich auch etwas mit dem geringeren Durchschnittsalter zu tun haben. Mehr noch als vom naheliegenden Laufsport scheinen sie von Winter- und Wassersport angesprochen zu werden, was ihnen zwangsläufig weniger Zeit für das Wandern läßt. Hinzu kommen ausgeprägtere kulturelle Interessen, die zwar nicht direkt mit dem Wandern konkurrieren, aber seine Bedeutung ebenfalls relativieren.

Profilstudie Wandern 2003 Tab. 48 Sonderprofil Bildung

FREIZEITAKTIVITÄTEN		
Prozent		
Hobby	Standard	Abi+
Wandern		
14täglich und öfter / selten	51/22 (+)	35/29
Winter: häufiger / nie	34/12 (+)	24/16
Sonstiger Sport		
Ski fahren	21	31 (+)
Paddeln, Kanu	9	25 (+)
Joggen	4	17 (+)
Kultur		
Ausflüge in die Umgebung	53 (+)	38
Konzert- und Theaterbesuch	15	31 (+)

Demgegenüber liegen Normschulabsolventen lediglich bei den Ausflügen in die Umgebung deutlich vorn, die sich indes mit den Wanderambitionen in hohem Maße überschneiden dürften.

Profilstudie Wandern 2003 Tab. 49 Sonderprofil Bildung

WANDERMOTIVE		
Prozent		
Wunsch	Standard	Abi+
Etwas für die Gesundheit tun	66 (+)	53

Aufschlußreich ist in diesem Zusammenhang auch die einzige Motivdifferenz zwischen den beiden Bildungsschichten: Tab. 49 zufolge geht es den Standardwanderern in besonderem Maße auch um die Stärkung ihrer Gesundheit. Das hat zweifellos erneut etwas mit ihrem höheren Alter zu tun, gibt aber zugleich dem Wandern im Vergleich mit anderen Hobbys mehr Gewicht.

Individualisten

Im Kern auch eine Motivdifferenz, offenbart sich jedoch der stärkste Diskriminator auf der Bildungsschiene an einer anderen Stelle: bei den Tourenvorlieben. Hier nämlich erweist sich die Neigung zur individuellen Tour nahezu als Alleinstellungsmerkmal der Gruppe Abi+, die fast dreimal so häufig Wert darauf legt (Tab. 50). Der Erwerb von Bildungszertifikaten ist offensichtlich gleichbedeutend mit einer zunehmenden Individualisierung, was entscheidende Folgen für den gesamten Lebensstil und damit nicht zuletzt auch auf die Art zu wandern hat.

Tab. 50 liefert gleich mehrere Beispiele hierfür. So dürfte hinter der fast durchgängigen Aversion gegenüber Vereinswanderungen nicht zuletzt die Befürchtung stehen, durch die große Gruppe in der individuellen Entscheidungsfreiheit beschränkt zu werden. Selbst von

Profilst. Wandern 2003 Tab. 50 Sonderpr. Bildung

TOURENVORLIEBEN		
Prozent		
Vorzug	Standard	Abi+
Individuelle Tour	18	51 (+)
Spontane Wegewahl	26	39 (+)
Hüttenwanderung	25 (+)	15
Vereinswanderung	19 (+)	4

den immerhin noch 12% an Vereinsmitgliedern unter den Abi+-Wanderern können sich nur mehr 4% für eine Vereinswanderung erwärmen, auf der Gegenseite ist die Quote fast fünfmal so groß. Ähnliches gilt für die Hüttenwanderung, deren Nächte oft auf einem kollektiven Matratzenlager verbracht werden. Da bleibt man doch lieber im kleinsten Kreis unter sich, zumal man dann auch viel leichter einmal individuell von der geplanten Wegeführung abweichen kann.

Für den wandertouristischen Anbieter ist der gebildete Individualist zweifellos der schwierigere Gast, läßt er sich doch nicht einfach gruppenmäßig abfertigen. Hinzu kommt, daß er an eine Wanderdestination offenbar höhere Anforderungen stellt. Mit landschaftlichen Schönheiten allein ist es nicht getan, verstärkt sind auch herausfordernde, wilde und exotische Elemente wie Urwälder, Höhlen und Gipfel gefragt (Tab. 51).

Profilst. Wandern 2003	Tab. 51	Sonderpr. Bildung
ERWARTUNGEN AN DIE LANDSCHAFT		
Prozent		
Ziel	Standard	Abi+
LANDSCHAFTSFORMATION		
Denkbar:		
Nächste Haupturlaubsreise ins Mittelgebirge	80 (+)	68
Bevorzugt:		
Deutschsprachige Alpen	39 (+)	29
Wildnis, exotische Landschaft	6	19 (+)
Fremdsprachiges Ausland	5	18 (+)
WANDERZIELE		
Bevorzugt:		
Berggipfel	56	73 (+)
Heimische Urwälder	21	33 (+)
Begehbare Höhlen	17	27 (+)
Bewirtschaftete Hütten	48 (+)	34
Schöne Ortschaften	35 (+)	22
LANDSCHAFTSAUSSTATTUNG		
Wunsch:		
Sitzbänke	60 (+)	45
Aussichtstürme	41 (+)	27

Von daher zieht es die Bildungsschicht, ohnehin eher fremder Sprachen mächtig, teilweise selbst beim Wandern ins fremdsprachige Ausland. Entsprechend schlechter kommen die klassischen Wanderdestinationen weg. Zwar können sich immer noch zwei Drittel einen Haupturlaub in den deutschen Mittelgebirgen vorstellen, auf der Gegenseite liegt die Quote jedoch bei vier Fünfteln. Auch die deutschsprachigen Alpen erscheinen Bildungsbesitzern weniger attraktiv, wenngleich sie immer noch vor dem fremdsprachigen Ausland rangieren.

Diese Aussagen stehen in einem gewissen Gegensatz zur eingangs ermittelten höheren Urlauberquote unter den Wanderern mit Abi+. Des Rätsels Lösung könnte eine besondere Neigung zum Kurzurlaub sein, den man, von der Karriere gestresst, einfach häufiger braucht und nicht auch noch mit langen Anreisen belasten will. Um den jüngeren, gebildeten Stippvisitengast auch einmal für einen längeren Zeitraum zu gewinnen, wird man in den deutschsprachigen Wanderzentren allerdings noch mehr Wert auf die Gestaltung von anspruchsvollen Angeboten legen müssen.

Ansprüche an die Wanderinfrastruktur

Das ist bei den Hauptschulabsolventen einfacher. Sie stehen den klassischen Wanderparadiesen vorbehaltloser gegenüber und haben mit exotischen Zielen nicht so viel im Sinn.

Profilstudie Wandern 2003	Tab. 52	Sonderprofil Bildung	
WANDERWEGE			
Prozent			
Vorliebe		Standard	Abi+
WEGESYMPATHIEN			
Markierte Wanderwege		66 (+)	56
Aussichtsreiche Kammwege		43	60 (+)
Steile Wege, Bergpfade		25	37 (+)
Besonders interessante Lehrpfadthemen			
Geologie		22	45 (+)
Geschichte		32	44 (+)
Naturschutz		47 (+)	37
STÖREND			
Autoverkehr auf Wegen		58	69 (+)
Verkehrslärm		46	58 (+)
ORIENTIERUNGSHILFEN			
Wanderkarten		58	72 (+)

Was die Wanderinfrastruktur betrifft, so sind sie weit zufriedener mit dem, was ihnen herkömmlicherweise geboten wird: Bewirtschaftete Hütten, Aussichtstürme, Sitzbänke und ab und an auch ein hübscher Ortsdurchgang. Nimmt man noch ihre größere Neigung zu Gruppenaktivitäten hinzu, so sind sie zweifellos die einfacheren Gäste, denen folglich immer noch die allermeisten Angebote auf den Leib geschnitten sind. Das Dumme ist nur, daß die Zukunft des Wandertourismus und mittlerweile auch schon die Mehrheit seiner Kunden jenseits dieser Gruppe zu finden ist.

Und dort werden nicht zuletzt auch höhere Ansprüche an die Wanderwege gestellt (Tab. 52). So sollen Wanderrouten dem Verkehr und seinem Lärm möglichst weit aus dem Wege gehen. Aussichtsreiche Bergwege kommen besonders gut an. In erstaunlich hohem Maße zeigen die Inhaber gehobener Bildungsabschlüsse auch Interesse für Lehrpfade, die aufschlußreiche Informationen über Land und Leute liefern. Lediglich des Themas Naturschutz sind sie vergleichsweise überdrüssig.

Angesichts ihrer höheren Ansprüche wollen sie sich nicht ganz so selbstverständlich auf markierte Wanderweg festlegen lassen. Außerdem steht dies ihrer Neigung zur individuellen Tourengestaltung entgegen. Wichtiger als Markierungen sind ihnen daher gute Karten, die ihnen im Zweifelsfall eine eigenständige Wegewahl ermöglichen. Normalschulabsolventen sehen das tendenziell umgekehrt, bei ihnen rangiert die Markierung vor der Karte. Mehrheitlich legt man jedoch unabhängig vom Bildungsgrad auf beides Wert.

Einig scheinen sich die Wanderer auch in ihrer Sehnsucht nach möglichst naturnahen Wegen zu sein, denn das für sei so bedeutsame Naturmotiv wird in der Praxis unabhängig vom Bildungsgrad hoch bewertet. Lediglich in seiner theoretischen Überhöhung zeigen sich Unterschiede.

Profilstudie Wandern 2003 Tab. 53 Sonderprofil Bildung		
Meinungen zur Natur		
Prozent		
Thema	Standard	Abi+
Was natürlich ist, ist gut	64 (+)	42
Recht auf freien Naturzugang	77 (+)	66
Die Natur ist ohne Mensch in Harmonie	43 (+)	33
Für Verbot, querwaldein zu gehen	31(+)	19

Und hier sind es erstaunlicherweise nicht die theorielastiger Gebildeten, sondern die Wanderer mit Standardabschluß, die den gängigen Wertvorstellungen über Natur stärker zustimmen (Tab. 53). Sie betonen vermehrt den Gegensatz von guter Natur und bösem Menschen, wie er lange Zeit die Umweltdebatte beherrscht hat. Für sich selbst nehmen sie aber auch nachdrücklicher das gesetzlich verbrieftete Recht auf freien Naturzugang in Anspruch, dem sie zugleich durch eine eindeutiger Verpflichtung gerecht werden wollen, auf den Wegen zu bleiben.

Demgegenüber erscheint die Fraktion Abi+ ökologisch abgeklärter, glaubt nicht mehr mehrheitlich an eine per se gute Natur und nimmt deshalb auch verstärkt für sich das ebenfalls gesicherte Recht in Anspruch, spontanem Individualismus folgend auch mal quer durch den Wald gehen zu können.

Ausstattung

Dabei wären die frühen Schulabsolventen angesichts ihrer erhöhten Wanderfrequenz weit adäquater für Querfeldeintouren und andere herausfordernde Unternehmungen gerüstet. Tab. 54 zufolge sind sie besser gegen Regen und schlechte Wege geschützt und haben fast doppelt so häufig Stöcke dabei, obwohl sie doch eigentlich

Profilstudie Wandern 2003 Tab. 54 Sonderprofil Bildung		
AUSRÜSTUNG		
Prozent		
Produkt	Standard	Abi+
Wanderkarten	60 (-)	72
Regenschutz	67 (+)	54
Wanderhose	48 (+)	34
Wanderstöcke	41 (+)	23
Süßigkeiten	15 (-)	29

steile Wege weit weniger schätzen (s.o.). Offenbar fungieren die Stöcke bei ihnen eher als Statussymbol, die ihr Wanderengagement unterstreichen.

Demgegenüber legen weiterführend Gebildete - wie schon gehabt - auch unterwegs mehr Wert auf Wanderkarten und haben im Rucksack auch gerne - wie in der jungen Generation üblich - etwas Süßes gegen den kleinen Pausenhunger dabei.

Profilstudie Wandern 2003 Tab. 55 Sonderprofil Bildung		
UNTERKUNFT		
Prozent		
Erwartung	Standard	Abi+
Familiäre Atmosphäre	44 (+)	24
Regionale Küche	40 (+)	30
Anschluß an Wanderwege	32 (+)	21

Nicht nur in punkto Ausrüstung, sondern auch in bezug auf die Urlaubsunterkunft liegen die Ansprüche der Wanderer mit Standardbildung vorn. Sie erwarten von ihren Gastgebern eine möglichst familiäre Fürsorge, die auch eine bodenständige Küche einbezieht. Man will dort, wo man Urlaub macht,

auch ein wenig zu Hause sein. In dieser Hinsicht sind die Wanderer mit gehobenen Schulabschlüssen ausnahmsweise einmal weniger anspruchsvoll.

Zusammenfassung

Obwohl die Kunst des Wanderns keiner akademischen Bildungstitel bedarf, unterscheiden sich die Inhaber solcher Titel in ihrer Art zu wandern nicht unwesentlich von Normalschulabsolventen. Hierfür ist keineswegs nur ihr um neun Jahre geringeres Durchschnittsalter verantwortlich, das zum Teil das Ergebnis von gewachsenen Bildungschancen, zum Teil aber auch die Folge eines schon in jüngeren Jahren zunehmenden Dranges ist, den Karrierestress durch die gelegentliche Flucht ins Grüne zu kompensieren.

Ein tragendes Motiv für den anderen Wanderstil ist der mit höheren Bildungsweihen offenbar nahezu zwangsläufig verbundene Hang zum Individualismus. Man schließt sich nicht so gerne größeren Wandergruppen oder gar Vereinen an, läßt sich nicht so gern auf markierte Wanderwege festlegen, geht statt dessen lieber seiner eigenen Wege und gelegentlich auch mal spontan vom Wege ab. Was die Qualität der Wege betrifft, so ist man anspruchsvoller und sucht mehr das Ungewöhnliche, Fremde und Herausfordernde. Zu den natürlichen Schönheiten einer Landschaft muß ein gehöriger Abstand von der Zivilisation und wenn möglich auch ein Hauch von Abenteuer in Wildnis und Fels hinzukommen.

Die größere Aufgeschlossenheit gegenüber dem Anderen dokumentiert sich auch in einem sehr viel breiteren Interessenspektrum. Wandern ist oft nur eine von mehreren aktiv betriebenen Natursportarten, weshalb dafür insgesamt weniger Zeit bleibt. Man ist folglich seltener zu Fuß unterwegs und/oder wandert nur nebenbei.

Demgegenüber entsprechen Hauptschulabgänger viel mehr dem klassischen Bild vom Wanderer, der sich regelmäßig auf Schusters Rappen begibt, hierfür auch besser ausgerüstet ist und weniger Scheu vor einer großen Vereinstour oder einer gemeinsamen Hüttenübernachtung hat. Er fühlt sich ganz besonders in den einschlägigen Wanderparadiesen der Mittelgebirge und Alpen wohl und ist auch mit der dort vorhandenen Infrastruktur zufriedener - sowohl was die Wege als auch ihre Ausweisung betrifft. Im Urlaub sucht man vor allem eine gemütliche, bodenständige Unterkunft, in der man sich wohlfühlen kann.

Von daher sind die Normalschulabsolventen für den herkömmlichen wandertouristischen Betrieb zweifellos das dankbarere Publikum. An ihm orientiert sich daher bis heute die Mehrzahl der touristischen Angebote. Obwohl bereits in der Mehrheit, stellen die gehobenen Bildungsschichten immer noch eine Herausforderung dar, der man sich jedoch mehr denn je stellen muß, um den Anschluß an den Wandermarkt nicht zu verlieren. Dazu ist eine systematischere Erschließung der landschaftlichen Attraktionen sowie eine inhaltliche Anreicherung der Wanderangebote um originelle Erlebnismomente unerlässlich.

24. URLAUBER: WAS SEHEN SIE ANDERS ALS EINHEIMISCHE?

Die Profilstudien Wandern liefern, da sie unterschiedslos alle Wanderer an den Befragungsstandorten einbeziehen, ein weitgehend repräsentatives Gesamtbild des aktiven deutschen Wanderpublikums. Auch wenn die Befragung vorrangig in prominenten Urlaubsregionen stattfindet, sind dort neben Urlaubern auch Tagesgäste und Einheimische anzutreffen, die in der Regel (wie z.B. auch im vorliegenden Fall) zusammengenommen sogar die Mehrheit stellen. Erst diese Mischung sichert den Profilstudien ihr volle Bedeutung. Schließlich haben auch die Einheimischen ein berechtigtes Interesse an einer modernen Freizeit-Ansprüchen gerecht werdenden Wanderinfrastruktur.

Gelegentlich bezweifeln indes Touristiker den Wert der Profil-Befunde für ihre Arbeit, weil sie unterstellen, daß Urlauber die von ihnen vermarkteten Wanderparadiese ganz anders sehen als Einheimische. Dabei bleibt allerdings offen, ob die Urteile durch die rosarote Urlaubsbrille unkritischer oder kritischer ausfallen als die von heimatstolzen Einheimischen. So oder so kann es jedoch zum touristischen Problem werden, wenn die Wanderangebote, wie gang und gäbe, ganz aus der heimischen Perspektive entwickelt und nicht auf die womöglich anderen Urlaub erwünschte abgestellt werden. Von daher ist es für die Professionalisierung des Wandertourismus durchaus von Bedeutung, ob und wo Urlauber andere Akzente setzen als Einheimische.

Eine diesbezügliche Durchsicht der Ergebnisse gibt Anlaß zur Entwarnung: Die Unterschiede zwischen ortsansässigen und ortsfremden Wanderern erweisen sich nur als marginal. In weniger als 10% der Fragen übersteigen sie die 10%-Grenze, nur in einem Fall die wirklich relevante 20%-Grenze. Überwiegend betreffen diese Differenzen solche Sachverhalte, die mit der Kenntnis der Gegebenheiten vor Ort zusammenhängen. Von diesen eher trivialen Unterschieden abgesehen, sehen Urlauber die Dinge genauso wie Einheimische und Tagesgäste, aus den Profilstudien können folglich auch Touristiker direkte Konsequenzen ziehen

Wie wenig sich die beiden Gruppen Erholungssuchender unterscheiden, wird schon in den geringfügigen, durchweg nicht nennenswerten demographischen Unterschieden deutlich. Aber auch was die vorfindliche Landschaft und ihre Reize betrifft, sind sie sich erstaunlich einig. Unterschiede gibt es lediglich darin, wie oft man sich von diesen Reizen zu Fußtouren verleiten läßt.

Und das ist bei Einheimischen sehr viel häufiger der Fall als bei Urlaubern, obwohl oder weil sie die landschaftlichen Schönheiten bereits kennen. Fast die Hälfte von ihnen ist häufig unterwegs, nur ein Fünftel selten, während bei den Gästen jeweils ein Drittel besonders viel oder wenig wandert (Tab. 56).

Eine Erklärung für diese auf den ersten Blick erstaunliche Differenz könnte darin zu suchen sein, daß ein nicht unwesentlicher Teil der Urlauber hauptsächlich oder gar ausschließlich im Urlaub, mangels Landschaft und Gelegenheit aber kaum zu Hause wandert. Hinzu kommt, daß man im Urlaub gerne auch noch anderen Aktivitäten, wie etwa Besichtigungen, nachgeht (Tab. 57).

Profilstudie Wandern 2003	Tab. 56	Sonderprofil Urlaub
WANDERINTENSITÄT		
Prozent		
Wanderfrequenz	Heimisch	Urlaub
Sommer: 14täglich und öfter / selten	46/21 (+)	34/31
Winter: häufiger / nie	34/10 (+)	20/16

Wir haben es bei Urlaubern also eher mit Gelegenheitswanderern zu tun, die man nicht durch allzu zünftige Angebote überfordern sollte. Ihre physische Zurückhaltung scheint im übrigen auch andere Natursportarten zu betreffen.

Ihre partielle Herkunft aus weniger

wanderbaren Regionen erklärt überdies den Umstand, daß Urlauber die Wanderwege besser beurteilen als die Eingeborenen, die deren vergleichsweise hohe Qualität an den Befragungsstandorten für selbstverständlicher

halten. Das Moment des Ungewohnten dürfte auch eine Rolle bei dem verstärkten Interesse der Urlauber an aussichtsreichen Wegen und ausgefallenen Lehrpfadthemen spielen (Tab. 58).

Die ausgeprägtesten Differenzen sind zugleich die naheliegendsten: Sie betreffen die Orientierungs- und Planungshilfen, die von Ortsunkundigen naturgemäß stärker in Anspruch genommen werden als von Kundigen (Tab. 59). Das gilt vor allem für die Wanderkarte, die von drei Vierteln der Gäste, aber immerhin auch noch von zwei Dritteln der Einheimischen zu Rate gezogen wird. Ähnliches gilt auf niedrigerem Niveau für Wanderbücher.

Dabei planen Urlauber ihre Touren begreiflicherweise eher langfristig als spontan. Das wiederum hängt nicht zuletzt damit zusammen, daß sie ein höheres Interesse am Kennenlernen unbekannter Regionen haben. Schließlich steckt auch noch ein anderes Motiv hinter ihrem Faible für Karten: ihre besondere Vorliebe für individuelle Touren.

Einfühlsame Touristiker werden die Urlauber-Wünsche nach guten Karten und individuellen Tourenvorschlägen für unbekanntere Regionen nachdrücklich unterstützen, können sie doch so Einfluß auf die Wahrnehmung und Erkundung der regionalen Wanderattraktionen nehmen.

Profilstudie Wandern 2003 Tab. 57 Sonderprofil Urlaub

SONSTIGE AKTIVITÄTEN		
Prozent		
Hobby	Heimisch	Urlaub
Etwas besichtigen	40	51 (+)
Mountainbiken	16 (+)	6

Profilstudie Wandern 2003 Tab. 58 Sonderprofil Urlaub

WANDERWEGE		
Prozent		
	Heimisch	Urlaub
Urteil über regionale Wanderwege: Sehr gut	28	40 (+)
Vorliebe für aussichtsreiche Kammwege	50	60 (+)
Besonders interessantes Lehrpfadthema: Geologie	29	40 (+)

Profilstudie Wandern 2003 Tab. 59 Sonderprofil Urlaub

TOUREN		
Prozent		
Vorliebe	Heimisch	Urlaub
Vorliebe für individuelle Touren	34	44 (+)
Kennenlernen unbekannter Regionen	56	68 (+)
Tourenplanung:		
schon länger / ganz spontan	34/28	59/13 (+)
nach Karte	63	78 (+)
nach Wanderbüchern	30	45 (+)
Bevorzugte Orientierungshilfe: Wanderkarte	60	71 (+)
Übliche Ausrüstung: Wanderkarte	65	75 (+)

Profilstudie Wandern 2003 Tab. 60 Sonderprofil Urlaub

UNTERKUNFT		
Prozent		
Erwartung	Heimisch	Urlaub
Ruhige Lage im Grünen	54	68 (+)
Familiäre Atmosphäre	36 (+)	26

Nicht ganz so einfach sind die unterschiedlichen Ansprüche an die Urlaubsunterkunft zu erklären, sehen sich bei dieser Frage doch auch die Einheimischen mit einem imaginären Urlaubsszenario konfrontiert. Möglicherweise legen sie weniger Wert auf eine ruhige Lage im Grünen, weil sie dies als Einwohner einer Urlaubsregion eher als selbstverständlich unterstellen. Dafür ist ihnen die familiär-fürsorgliche Aufnahme im Hause wichtiger, was mit ihrer ausgeprägteren Wanderleidenschaft zu tun haben könnte.

Zusammenfassung

Der gelegentlich von Touristikern geäußerte Verdacht, daß Urlauber beim Wandern ganz andere Akzente setzen als Einheimische - was die Profilstudien, die unterschiedslos beide Gruppen einbeziehen, für sie erheblich entwerten würde - läßt sich nicht bestätigen. In der Gegenüberstellung beider Gruppen erweisen sich Disposition und Bedürfnisse von Wanderern als weitgehend unabhängig von ihrer Herkunft.

Die wenigen Unterschiede sind im wesentlichen das naheliegende Resultat einer geringeren Vertrautheit der Urlauber einerseits mit der Region, andererseits aber auch mit dem Wandern als solchem. Tatsächlich sind Urlauber weniger häufig als bodenständige Wanderer unterwegs, weil nicht wenige von ihnen sich überhaupt nur im Urlaub der Mühe einer Fußtour unterziehen. Zusätzlich weniger landschaftskundig, haben die Urlauber einen größeren Bedarf an Orientierungshilfen - besonders an Karten und Wandervorschlägen.

Touristiker müssen daher mit wandernden Urlaubern noch sensibler umgehen, als es ihnen die Profilstudien ohnehin schon anempfehlen. Dafür aber bieten sich ihnen aber auch mehr Steuerungsmöglichkeiten, um die besonderen Reize ihrer Wanderparadiese voll zur Geltung zu bringen.

**25. WANDERAKTIVISTEN:
KILOMETERFRESSER ODER SCHRITTMACHER?**

Ein in der Öffentlichkeit immer noch weit verbreitetes Klischee sieht „den Wanderer“ als asketischen „Kilometerfresser“, der ständig auf großer Tour ist und sich im Urlaub bestenfalls die Rucksackschlepperei abnehmen läßt. Es fällt schwer, sich an den Gedanken zu gewöhnen, daß es daneben auch eine ganz andere Spezies gibt, die sich nur gelegentlich zu einer ausgesucht schönen Runde aufmacht. Fast noch weniger vorstellbar ist die Figur eines Aktivwanderers, den es zwar immer wieder hinauszieht, aber durchaus nicht um der großen Strecke oder der körperlichen Leistung, sondern allein um eines hedonistischen Naturgenusses willen.

Über mögliche Wandlungen des modernen Vielwanderers müssen sich besonders jene touristischen Anbieter Gedanken machen, die sich mit ihren Offerten ganz gezielt an Wanderurlauber wenden. Denn als solcher wird sich nur jemand verstehen, der das Wandern in den Mittelpunkt seines Urlaubes stellt und sich folglich regelmäßig auf Schusters Rappen begibt. Worin unterscheidet er sich vom Gelegenheitswanderer, wie er offenbar besonders häufig im Urlaub in Erscheinung tritt? Stellt er einen ganz anderen, mehr oder weniger immer noch kilometerfressenden Typus dar, der dementsprechend auch völlig anders anzusprechen ist als sein Gegenstück? Oder über-

nimmt er nur die Schrittmacherrolle für einen Wanderstil, dem in kleinerem Maßstab dann auch der gelegentliche Gastwanderer frönt?

Eine Möglichkeit, diese für die Zielgruppenansprache zentrale Frage zu beantworten, bieten die in beiden Fragebogenvarianten erbetenen Angaben zur Wanderhäufigkeit. Den unvollendeten Satz „In der grünen Jahreszeit wandere ich etwa ...“ beantworteten rund zwei Fünftel der Befragten mit „wöchentlich bis 14-täglich“, ein Drittel mit „einmal im Monat“ und ein Viertel mit „seltener“. Damit lassen sich die häufig und selten aktiven Wanderer klar ausmachen und statistisch miteinander vergleichen.

Wem die Vielwandererquote von gut 40% unerwartet hoch erscheint, dessen Skepsis ist insofern berechtigt, als bei der Befragung von Wanderern während der Ausübung ihres Hobbys, wie schon öfter betont, zwangsläufig diejenigen überrepräsentiert sind, die sich häufig auf Tour begeben und daher auch mit einer höheren Wahrscheinlichkeit an einem Befragungsposten vorbeikommen. Die inhaltliche Gegenüberstellung der beiden Extremgruppen ist indes unabhängig von ihrer Quotierung und daher geeignet, die Frage nach dem Verhältnis von Viel- und Gelegenheitswanderern hinreichend zuverlässig zu beantworten.

Geringe Profildifferenzen

Entgegen den Erwartungen fallen die Unterschiede zwischen Aktiv- und Gelegenheitswanderern in der statistischen Bilanz unerwartet gering aus. In weniger als einem Viertel aller Fragen weichen die Antwortquoten beider Gruppen um interpretationsfähige 10-20%, nur ganz vereinzelt auch um mehr voneinander ab. Und davon steht ein Teil auch noch in direktem Zusammenhang mit der Filterfrage nach der Wanderhäufigkeit.

So liegt es nahe, daß sich, wer in der Wandersaison von Frühjahr bis Herbst häufig zu Fuß unterwegs ist, auch im Winter nur selten davon abhalten läßt. Laut Tab. 61 gönnen nur 6% ihren Wanderschuh einen Winterschlaf, über die Hälfte dagegen holt sie sogar „häufiger“ heraus. Von daher stellen die Wanderprofis ein großes, noch weitgehend sich selbst überlassenes Reservoir für gezielte Winterwanderangebote dar, während man bei den Wanderlaien damit kaum landen kann. Das heißt aber auch, daß Winterofferten insbesondere in schneeloser Zeit als echte Wanderungen ausgelegt sein können und sich nicht auf Stippvisiten zu beschränken brauchen.

Wenig erstaunlich ist auch der Befund, daß Intensivwanderer sehr viel häufiger in Wandervereinen organisiert sind und öfter das Gefühl haben, heute mehr als früher zu wandern. Beides deutet bereits im übrigen auf einen hintergründigen Alterseffekt hin.

Im Gegensatz zu diesen erwartungsgemäßen Differenzen, bei denen es sich zugleich auch schon um die größten ihrer Art handelt,

besteht der sehr viel verblüffendere Befund indes darin, daß die Vielwanderer nicht länger unterwegs sind als ihr Gegenpart. Das gilt im Hinblick auf die Streckenlänge wie auf die Zeit: Mit 15 km und gut 4 h

Profilstudie Wandern 2003	Tab. 61	Sonderprofil Aktivisten	
WANDERINTENSITÄT			
Prozent			
Wanderfrequenz		aktiv	nebenbei
Winter: häufiger / nie		54/6 (+)	2/36
Im Vergleich zu früher mehr / weniger		47/8 (+)	29/27
Mitglied in einem Wanderverein		29 (+)	4

mittlerer Tourenlänge entsprechen die einen wie die anderen ziemlich genau dem Mittelmaß. Soviel steht damit jetzt schon fest: Intensivwanderer sind keine Kilometerfresser, sie gehen ihr Hobby genauso gemächlich an wie ihre weniger wanderleidenschaftlichen Gefährten.

Profilst. Wandern 2003		Tab. 62	Sonderpr. Aktivisten
SONSTIGE AKTIVITÄTEN			
Prozent			
Hobby		aktiv	nebenbei
Ausflüge in die Umgebung		48 (+)	32
Essen gehen		29	40 (+)

wie im kulturellen Bereich sind die einen so viel oder wenig engagiert wie die anderen. Lediglich bei den Ausflügen liegen die Wanderfans vorn (Tab. 62), was aber insofern nahe liegt, weil es sich bei ihren häufigen Wanderungen doch auch um Ausflüge handelt. Dafür gehen Ab-und-zu-Wanderer etwas häufiger - zum Essen - aus.

Fast scheint es also so, als ob sich die Vielwanderer von den Wenigwanderern nur durch das Vielwandern und nicht weiter unterscheiden. Tatsächlich gibt es jedoch noch eine zweite gravierende Differenz zwischen den beiden Gruppen. Und damit erklärt sich auch schon fast der gesamte Rest ihrer statistischen Divergenzen.

Alterssprung

Wanderer, die sich häufig auf Tour begeben, sind im Durchschnitt um 12 Jahre älter als Gelegenheitswanderer. Das Quotenverhältnis der Altersgruppen 40- und 60+ verkehrt sich beim Übergang von der einen zur anderen Gruppierung fast in sein Gegenteil (Tab. 63).

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 63	Sonderprofil Aktivisten
DEMOGRAPHISCHE DATEN			
Prozent			
Merkmal		aktiv	nebenbei
Durchschnittsalter		54 (+)	42
Alter bis 39 / ab 60		16/41	42/9 (+)
Bildungsabschluß Hochschule/Standard		29/31	39/21 (+)

Auch die umgekehrte Erwartung, daß diejenigen, die das Wandern eher nebenbei betreiben, sich dafür verstärkt anderen Hobbys zuwenden, erfüllt sich nicht. Sowohl auf natursportlichem Gebiet

Zum regelmäßigen Wandern kommt man also offenkundig erst mit zunehmendem Alter, ein Prozeß, der Kap.21 zufolge mit einem allmählichen Umsteigen von anstrengenderen Aktivitäten auf den sanften Gehsport einhergeht, aber natürlich auch mit dem größeren Zeitbudget im Rentenalter zusammenhängt. Einmal mehr erweist sich also das ältere als das wandertouristisch sehr viel ansprechbarere Publikum.

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 64	Sonderprofil Aktivisten
TOURENVORLIEBEN			
Prozent			
Vorliebe		aktiv	nebenbei
Tourenart			
Hüttenwanderung		24 (+)	14
Geführte Wanderung		15 (+)	4
Vereinswanderung		15 (+)	5
Tourenplanung			
nach Karte		73 (+)	60
nach Büchern		43 (+)	33
Empfehlungen von Bekannten		23	34 (+)
spontan heute Morgen		29 (+)	12
spontane Änderungen möglich		37 (+)	27

Daß sich die hohe Altersdifferenz auch in den Bildungsprofilen niederschlägt, bedarf angesichts dieses immer wieder dokumentierten Zusammenhanges keines besonderen Hinweises mehr. Auch in der

verstärkten Präferenz der Wanderaktivisten für gesellige Wanderformen wie für den verstärkten Gebrauch der Karte kommt vorwiegend das höhere Alter zum Ausdruck.

Wie Tab. 64 zeigt, zeichnen sich Vielwanderer überdies durch eine deutlich höhere Spontaneität bei der Tourengestaltung aus. Das dürfte nicht zuletzt damit zusammenhängen, daß sie sich auf Grund ihrer ausgedehnten Wandererfahrung in der Region besser auskennen und auch im unbekanntem Gelände leichter zurecht kommen. Weniger Wandergewohnte halten sich dagegen eher an die Empfehlungen von Bekannten.

Ebenso nachvollziehbar ist das laut Tab. 65 erheblich ausgeprägtere Motivspektrum der Intensivwanderer, denn das ist es schließlich, was sie zum häufigen Wandern treibt. Erneut gehen die Motivdifferenzen großenteils mit dem Alterssprung zwischen den Vergleichsgruppen konform.

Profilstudie Wandern 2003	Tab. 65	Sonderprofil Aktivisten	
WANDERMOTIVE			
Prozent			
Wunsch	aktiv	nebenbei	
Kennenlernen unbekannter Regionen	66 (+)	53	
Stille der Natur	70 (+)	53	
Unberührte Natur	35 (+)	21	
Interesse an Tieren und Pflanzen	52 (+)	33	
Zu sich selbst finden	27 (+)	17	

Naturzuwendung

Besonders deutlich tritt dabei in Tab. 65 die Rolle der Natur hervor, die kennenzulernen, zu erleben und zu entdecken offenbar den Hauptantrieb für die wandernden „Wiederholungstäter“ darstellt. Daß es ihnen dabei nicht nur um die äußere, sondern auch die innere Natur geht, die sie gleichermaßen beim Wandern wiederfinden wollen, deutet auf eine leicht verstärkte Neigung zu Innenschau und Introvertiertheit hin.

Auch die Landschaftsformen, die die Wanderfans in besonderer Weise lieben, decken sich weitgehend mit den in diesen Punkten ebenfalls überproportionalen Seniorenvorlieben (Tab. 66). Es sind die klassischen Wanderlandschaften der Mittelgebirge und der Alpen, denen man offenbar um so mehr abgewinnt, je länger und intensiver man sie kennt.

Eine besondere Rolle scheint hierbei die beiden Landschaftstypen gemeinsame Fülle an Aussichten zu spielen. Denn Wanderprofis ärgern sich ganz besonders, wenn sich dieses touristische Landschaftskapital durch die Ausdehnung der Waldareale und eine auch ökologisch umstrittene Antikahlschlagsmentalität mehr und mehr dezimiert wird. Eine Bergtour ohne

Profilstudie Wandern 2003	Tab. 66	Sonderprofil Aktivisten	
ERWARTUNGEN AN DIE LANDSCHAFT			
Prozent			
Ziel	aktiv	nebenbei	
Bevorzugt:			
Mittelgebirge	65 (+)	53	
Deutschsprachige Alpen	40 (+)	23	
Alpen: Almhöhe	44 (+)	25	
Alpen: Gipfelhöhe	30 (+)	14	
Berggipfel	74 (+)	60	
Erwünscht: Papierkörbe	39 (-)	52	
Störend : Zugewachsene Aussichten	32 (+)	20	

Aussicht ist wie eine Feier ohne Festessen - ihr fehlt die sinnliche Krönung. Dies wird man insbesondere dem Mittelgebirgstourismus ins Stammbuch schreiben müssen, hat doch die alpine Konkurrenz kaum Aussichtsprobleme.

Das gilt um so mehr, als die Vielwanderer, obwohl dort angetroffen, keineswegs auf die Mittelgebirge festgelegt sind. Vielmehr genießen gerade sie auch überdurchschnittlich gerne den Blick von den Alpengipfeln. Die darin dokumentierte Konkurrenzsituation um die Kernzielgruppe tritt noch schärfer hervor, wenn man berücksichtigt, daß in den österreichischen Alpen befragte Wanderer bei ihren Landschaftspräferenzen die Alpen mit Abstand an die Spitze rücken, so daß sich bei den bereits dorthin verlorenen Wanderurlaubern das Akzeptanzverhältnis von Hoch- und Mittelgebirge umkehrt. Jeder hat also auf die eigene Region vorprogrammierte Gäste, die allerdings auch relativ viel von der jeweils anderen Region halten.

Profilstudie Wandern 2003 Tab. 67 Sonderprofil Aktivisten		
MEINUNGEN ZUR NATUR		
ja/nein in Prozent		
Thema	aktiv	nebenbei
Für Verbot, querwaldein zu gehen	29 (+)	17
Recht auf freien Naturzugang	74 (+)	60

Hieraus ergibt sich für alle Beteiligten ein nachdrücklicher Zwang, die Qualität der wander-touristischen Angebote zu verbessern. Und das wiederum heißt in erster Linie, die besondere Seh-

sucht der Wanderer nach einer ausgesucht schönen, erlebnis- und aussichtsreichen Natur den landschaftlichen Gegebenheiten entsprechend möglichst optimal zu befriedigen.

Profilstudie Wandern 2003 Tab. 68 Sonderprofil Aktivisten		
WANDERWEGE		
Prozent		
Thema	aktiv	nebenbei
WEGESYMPATHIEN		
Pfade	76 (+)	56
Steile Wege, Bergpfade	38 (+)	23
Fernwanderwege	21 (+)	9
Lehrpfad zum Thema Naturschutz	45 (+)	34
STÖREND		
Längere Teerstrecken	62 (+)	48
Längere Ortsstrecken	27 (+)	15
BEVORZUGTE ORIENTIERUNGSHILFEN		
Markierungen	74 (+)	62
Wanderkarten	73 (+)	54
Wegweiser	49	60 (+)

In welchem Maße speziell den Vielwanderern an der Natur liegt, unterstreichen noch einmal die scheinbar widersprüchlichen Bekenntnisse der Tab. 67, die sich so auch in der Altersdifferenzierung wiederfinden: Einerseits plädieren sie vehement für das Recht auf einen freien Naturzugang. Andererseits ist ihnen der Schutz dieser Natur ein besonderes Anliegen.

Das zeigt sich auch an ihrem ungewöhnlichen Interesse für Lehrpfade zum Thema Natur (Tab. 68). Und sie interessieren sich nicht nur unverbindlich dafür, sondern setzen sich überdies (in zwar sehr viel kleinerer, aber ebenfalls überdurchschnittlicher Zahl) für ein Wegegebot ein, nehmen also eine Einschränkung ihrer eigenen Bewegungsfreiheit hin, um die Natur so weit wie möglich zu schonen.

Das zeigt sich auch an ihrem ungewöhnlichen In-

teresse für Lehrpfade zum Thema Natur (Tab. 68). Und sie interessieren sich nicht nur unverbindlich dafür, sondern setzen sich überdies (in zwar sehr viel kleinerer, aber ebenfalls überdurchschnittlicher Zahl) für ein Wegegebot ein, nehmen also eine Einschränkung ihrer eigenen Bewegungsfreiheit hin, um die Natur so weit wie möglich zu schonen.

Dafür darf es sich bei den Wegen dann aber auch nicht um naturwidrige Wirtschaftstrassen handeln. Gegen längere Teerstrecken haben die Wanderprofis eine besondere Aversion, und auf niedrigerem Niveau gilt das auch

für langezogene Ortspassagen. Dafür stehen naturnahe Pfade, selbst wenn sie steil sind, hoch im Kurs. Aber auch Fernwanderwege finden eine vergleichsweise hohe Akzeptanz, während Gelegenheitswanderer begrifflicherweise kaum etwas damit anfangen können.

Obwohl sie sich routinierter in der Landschaft bewegen als die selteneren Wandergäste, legen die Profis verstärkten Wert auf die klassischen Orientierungshilfen (mit Ausnahme von Wegweisern). Darin spiegeln sich abermals fast bis auf die Prozentzahl genau die Bedürfnisse der älteren Generation wieder, die ihrerseits mit der erhöhten Neigung zusammenhängen, immer wieder neue, unbekannte Regionen zu erschließen (s.o.).

Wenig erstaunlich ist schließlich die durchgängige Überlegenheit der Profis bei der Ausrüstung. Erneut ähnlich wie die ältere Generation ist man sehr viel besser auf alle Wechselfälle des Wanderns gerüstet.

Profilstudie Wandern 2003			Tab. 69		Sonderprofil Aktivisten	
AUSRÜSTUNG						
Prozent						
Element			aktiv		nebenbei	
Wanderhose			55 (+)		22	
Wanderschuhe			89 (+)		74	
Regenschutz			65 (+)		54	
Wanderstöcke			38 (+)		19	
Wanderhemd			24 (+)		10	
Funktionsunterwäsche			19 (+)		5	
Wanderkarten			74 (+)		61	

Zusammenfassung

Die immer wieder zweifelnd gestellte Frage, ob man sich bei der Gestaltung von wandertouristischen Offerten allein an den Bedürfnissen derjenigen orientieren sollte, die sich besonders häufig auf Tour begeben, findet in der statistischen Konfrontation von Viel- und Wenigwanderern eine verblüffend einfache Antwort: Der Unterschied zwischen Wanderprofis und -laien ist keineswegs so groß, wie man gemeinhin unterstellt, das Wanderpublikum ist in dieser Hinsicht sehr viel homogener als gedacht.

Die meisten der statistisch relevanten Differenzen hängen entweder sehr direkt mit der unterschiedlichen Wanderhäufigkeit oder mit der damit verbundenen Altersdifferenz von im Mittel immerhin 12 Jahren zusammen, die sich ihrerseits aus der mit dem Alter steigenden Wanderneigung ableitet. So sind Vielwanderer nicht nur in der Saison, sondern über das ganze Jahr aktiver, und sie sind häufiger in Wandervereinen organisiert. Sie verfügen über eine bessere Ausrüstung einschließlich Karte, weichen auch mal routiniert von der geplanten Strecke ab und hegen eine besondere Neugier auf unbekannte Landschaften.

Zu ihren häufigen Fußtouren werden sie von einem sehr viel ausgeprägteren Motivspektrum angetrieben. Dabei spielt das beim modernen Wandergast ohnehin schon vorherrschende Naturmotiv eine vollends dominante Rolle. Wanderprofis haben einen besonderen Blick für die Natur im Großen wie im Kleinen und legen überdurchschnittlichen Wert auf deren Unberührtheit und die damit verbundene Stille. Das bezieht sich auch auf die Wanderwege, unter denen Pfade übermäßig geschätzt und Teertrassen ebenso abgelehnt werden. Zugleich ist man sich bewußt, daß man die vor allem die in den Mittelgebirgen und den Alpen gesuchte Natur auf Dauer nur genießen kann, wenn man sich auch für ihren Schutz einsetzt.

Das auffällig starke Naturmotiv markiert das einzige Sondermerkmal der Vielwanderer, das nicht ohne weiteres aus dem Vielwandern selber resultiert. Zugleich macht die Betonung gerade dieses Zeitgeistmotivs deutlich,

daß die besonders engagierten Wanderer nicht nur vom Aktivitätslevel, sondern auch von ihrem Motivspektrum her als Schrittmacher der modernen Wanderbewegung fungieren.

Das gilt um so mehr, als das Klischee von „Kilometerfressern“ ganz und gar nicht auf sie zutrifft. Im Mittel nämlich fallen die von ihnen pro Tour zurückgelegten Strecken nicht einen Deut länger aus als die der Gelegenheitswanderer. Umgekehrt sind ihnen letztere auch nicht bei anderen natursportlichen und kulturellen Hobbys voraus.

Wer sich also gezielt auf Vielwanderer und ihre gleichwohl vielfältigen sonstigen Optionen einstellt, verprellt keineswegs die weniger wanderengagierten Gäste. Vielmehr bereitet er letztlich auch ihnen die Bahn für ein naturnahes Hobby, das sie zwar gegenwärtig noch nicht so häufig, angesichts ihres Altersrückstands mit großer Wahrscheinlichkeit aber zukünftig um so mehr ausüben.

Nachtrag: Langstreckler

Wenn Vielwanderer eher die Vorhut des modernen Wandergastes darstellen und mit „Kilometerfressern“ nichts im Sinn haben, bleibt nach wie vor die Frage offen, wo sich der Traditionswanderer, wie er den eingangs beschworenen Klischees entspricht, in der Statistik verbirgt. Falls es ihn überhaupt noch gibt, wird man ihn ganz direkt bei den Kilometern packen müssen: Wie steht es um den tatsächlichen Trekker, Langstrecken- und Etappenwanderer, auf den sich die herkömmliche Tourismuswerbung so lange kapriziert hat?

Läßt man den Computer gezielt auf diejenigen los, die am Befragungstag eigenen Angaben zufolge Strecken von 20 km und mehr zurücklegten, so wird er verblüffenderweise auch dort nicht sehr viel fündiger. Zum einen ist der Anteil hoher Kilometerleistungen nicht sonderlich groß. Während immerhin noch 14% ihre Tagesstrecke auf glatte 20 km schätzen (und damit vermutlich eher zu hoch greifen), sind nur 13% mehr als 20 km unterwegs. Zusammengenommen machen sie ein gutes Viertel der Wanderer aus, dem auf der Gegenseite eine etwa gleich große Gruppierung jener gegenübersteht, die nicht mehr als 10 km zurücklegen.

Zum anderen verstehen sich auch die Langstreckler keineswegs als Sportwanderer. Das Sportmotiv ist bei ihnen nicht nennenswert stärker besetzt als bei den Kurzstrecklern. Auch im Hinblick auf die Wanderfrequenz gibt es kaum Unterschiede: Die einen machen sich nicht häufiger auf als die anderen. Zwischen Viel- und Langwandern zeigt sich also erneut kein Zusammenhang. Was die Wanderintensität betrifft, so werden die langen Strecken lediglich in einem höheren Durchschnittstempo zurückgelegt, nämlich mit 3,8 km/h statt 2,7 km/h bei den Kurzstrecklern. Das liegt allerdings weniger an sportlicheren Ambitionen als in der Sache begründet, wäre doch ein Spaziertempo für längere Touren nicht nur zu zeitraubend, sondern vermutlich auch anstrengender.

Und schließlich weichen die Langstreckler in ihren Wandervorlieben und -eigenarten noch weniger vom Durchschnittswanderer ab als die Vielwanderer. Es handelt sich bei ihnen mit Ausnahme ihrer Neigung zu größeren Touren um eine fast durchschnittliche Wanderklientel - ein Umstand, der den touristischen Umgang mit ihnen zweifellos erleichtert. Erneut ist also festzustellen: Wanderer stellen mit Blick auf ihr Hobby ein außerordentlich homogenes Publikum dar. Wer seine touristischen Angebote am (modernen) Mainstream orientiert, liegt auch bei den Extremwanderern nicht falsch.

Der einzig gravierende Unterschied zwischen Lang- und Kurzstrecklern besteht in der leicht nachvollziehbaren Gewohnheit, lange Touren sehr viel sorgfältiger vorzubereiten. Während bei verlängerten Spaziergängen die Spontaneität dominiert, werden echte Tagestouren zu fast zwei Dritteln lange geplant und nur zu einem Zehntel spontan angetreten. Das gilt besonders für Mehrtageswanderungen, für die sich Langstreckler doppelt so oft

begeistern können wie ihr Gegenpart - auch wenn die Mehrtagesquote selbst bei ihnen kaum über ein Viertel hinauskommt. Rundwanderungen stehen demgegenüber in geringerem Ansehen, übertreffen aber mit einer Akzeptanzquote von einem guten Drittel immer noch die der Mehrtagestouren.

Klar ist auch, daß man für lange Strecken eine bessere Ausrüstung braucht. Erneut ist es ähnlich wie bei den Vielwanderern der Besitz an speziellen Wanderhosen, durch den sich die Wanderprofis auszeichnen. Hinzu kommt aber auch ein Mehr an Wanderschuhen und Karten. Ebenfalls kaum verwunderlich ist der höhere Organisationsgrad in Wandervereinen, der bei Langstrecklern mit rund 20% doppelt so hoch liegt wie bei Kurzstrecklern, aber nicht die Werte der Vielwanderer erreicht.

Anders als bei den Vielwanderern schlägt sich die Neigung zu langen Touren indes in einer Reduktion anderweitiger Interessen nieder. So ist man weniger für Ausflüge, Besichtigungen oder Stadtbummel zu haben, wendet sich seltener einzelnen Pflanzen und Tieren zu und kehrt unterwegs seltener ein. Ganz offensichtlich muß der Langtourer, wie schon angesichts des erhöhten Wandertempos vermutet, stärker mit seiner Zeit haushalten.

Dafür legt er ein bißchen mehr Wert auf naturnahe Wege und läßt sich dabei auch nicht so sehr von Unbequemlichkeiten abschrecken. Sein Urteil über die vorfindlichen Wanderwege fällt überdurchschnittlich gut aus, was indes vor allem darauf zurückzuführen sein dürfte, daß sich unter den Langstrecklern ein größerer Anteil an Urlaubern findet. Im übrigen zeigt sich in diesem Punkte einmal mehr, wie wenig häufiges und langes Wandern miteinander zu tun haben: Urlauber sind im Schnitt seltener, dafür aber offenbar länger unterwegs.

Dagegen fallen die Anhänger langer Touren, was ihre soziologischen Kerndaten betrifft, kaum aus dem Rahmen. Ganz im Gegensatz zu den Vielwanderern sind sie nicht sonderlich älter als die Kurzstreckler und unterscheiden sich auch im Hinblick auf Bildung und Geschlecht kaum von jenen. Letztendlich liefern also auch Vielkilometerfans offenkundig keinen Stoff für das Klischee vom senioren Traditionswanderer.

26. WANDERVEREINE: VORHUT ODER NACHHUT?

Die letzte Chance, den klassischen Wandertypus wenigstens ansatzweise aufzuspüren, bieten nach den Fehlversuchen bei den Viel- und Langwanderern nur noch die Wandervereine. Auch deren Anteil an der Wanderbewegung ist relativ klein, nur jeder Sechste der Angesprochenen weist sich als Mitglied eines Wandervereins aus. Wem diese Quote zu klein erscheint, wird indes in Rechnung stellen müssen, daß sie in den Profilstudien methodenbedingt sogar zu hoch ausfällt. Die tatsächliche Organisationsquote von Wanderern in Deutschland liegt beträchtlich darunter. Einer groben Abschätzung zufolge dürfte sich die Zahl der Beitragszahler in wandernahen Vereinen auf deutlich unter 2 Millionen summieren. Dazu gehören u.a.

- die rund 0,6 Mio Mitglieder der im Deutschen Wanderverband zusammengeschlossenen klassischen Wandervereine, die allerdings als übergreifende Regionalvereine meist auch über das Wandern hinausgehende Satzungsziele wie etwa die Brauchtumpflege und den Naturschutz verfolgen und daher keineswegs alle zu den Fußaktiven zu zählen sind;
- die ebenfalls rund 0,6 Mio Mitglieder des Deutschen Alpenvereins, die sich ihren eigenen Mitgliederbefragungen zufolge zwar in der überwiegenden Mehrheit dem Wandern, aber in großen Teilen auch anderen Bergsportarten verbunden fühlen;

- die rund 0,1 Mio Mitglieder der Naturfreunde, die sich neben dem Wandern auch kulturellen und naturschützerischen Anliegen widmen;
- die rund 0,1 Mio Mitglieder der Wanderabteilungen in den im Deutschen Turnerbund zusammengeschlossenen Vereinen;
- die in etwa ähnlich hoch zu veranschlagende Mitgliedschaft von Lokalvereinen mit Anschluß an den Deutschen Volkssportverband (mit Überlappungen zum Wanderverband und Turnerbund);
- eine schwer abzuschätzende, aber eher noch kleinere Zahl von Angehörigen gänzlich unabhängiger Vereine.

Angesichts von rund 34 Mio. wandernden Deutschen dürfte deren tatsächliche Organisationsquote also selbst unter Berücksichtigung ungebundener Vereine kaum über 5% liegen, wovon auf den Deutschen Wanderverband als diejenige Organisation, welche die autorisierte Vertretung der deutschen Wanderer für sich beansprucht, etwa zwei Fünftel, also rund 2% entfallen.

Wenn sich gleichwohl in Vor-Ort-Erhebungen stets mehr als 10% der Befragten als Mitglieder von Wandervereinen zu erkennen geben, so ist das vor allem darauf zurückzuführen, daß Vereinsaktive ihr Hobby im Schnitt intensiver betreiben als der durchschnittliche deutsche Gelegenheitswanderer. Wer aber häufiger unterwegs ist, hat statistisch eine größere Chance, an einem der Befragungsstandorte vorbeizukommen. Hier sind die wanderbegeisterten Vereinsmitglieder mehrfach überrepräsentiert und liften so die Vereinsquote auf einen Wert, der eine eigenständige Sonderauswertung erlaubt.

Hinzu kommt im vorliegenden Fall der glückliche Umstand, daß zusätzlich zu den 8 Regionalstichproben eine neunte von etwa gleichem Umfang vorliegt, die unter den Besuchern des „Deutschen Wandertages“ 2003 in Schwarzenberg/Erzgebirge erhoben wurde. Die in die Zigtausende gehende Besucherschar der „Deutschen Wandertage“ repräsentiert zweifellos den aktiven Kern der Vereine des Deutschen Wanderverbandes, der aus diesem Anlaß jährlich ein stimmungsvolles Wiedersehen feiert. Viele folgen mit der Vereinsgruppe dem Wandertag von Jahr zu Jahr an einen anderen Ort und verbringen dort mehrere Tage mit gemeinsamen Unternehmungen. Sie sind es, die den Vereinsgedanken am konsequentesten leben und, da in hohem Maße als Fachwarte oder Vorsitzende in Ehrenämtern engagiert, die Vereine in der Öffentlichkeit idealtypisch vertreten.

Extremprofil

So sehr sie indes die Vereine und ihre Wanderphilosophie repräsentieren, so wenig vertreten sie das Wanderpublikum als Ganzes. Nach Ausweis der Befragungsdaten weicht keine der in den letzten Kapiteln untersuchten Subgruppen in seinen Gewohnheiten, Werten und Wünschen in einem solchen Maße vom Durchschnittswanderer ab wie die Besucher des „Deutschen Wandertages“. Nimmt man noch die in der Basisstichprobe selber gleichsam im Vorbeigehen miterfaßten „normalen“ Vereinsmitglieder hinzu, so ergeben sich bei etwa jeder zweiten Frage gravierende Abweichungen vom Gesamtmittelwert in der Größenordnung von 10% und mehr. Zusätzlich zeigt ein weiteres Viertel nennenswerte Abweichungen zwischen 5 und 10 Prozent. Die sich selbst als Vorhut der Wanderbewegung verstehenden Vereine organisieren und vertreten also keineswegs den vorherrschenden, sondern einen mehr oder weniger eigenständigen Typus unter Deutschlands Wanderern.

Infolge ihrer starken Fokussierung auf das Wanderthema und ihrer oft schon hundertjährigen Geschichte haben ihre Mitglieder allerdings noch am ehesten etwas mit dem klassischen Kern der Wanderbewegung und seinen Traditionen zu tun. Wird die Suche nach dem Traditionswanderer also bei den Vereinen fündig?

Einen ersten Dämpfer erfährt diese Hoffnung durch den Umstand, daß die beiden zur Charakterisierung von Vereinswanderern herangezogenen Gruppierungen - die Vereinsaktiven des Wandertags einerseits und die Normal-

mitglieder andererseits - in ihren Spezifika zwar größtenteils, aber keineswegs immer in dieselbe, sondern manchmal sogar in eine gegensätzliche Richtung weisen. Sie stellen also keine Einheit dar: Ob man bloßes Mitglied oder wirklich vereinsaktiv ist, sind offenbar zwei verschiedene Dinge. Was für andere Lobbygruppen gilt, scheint daher auch für die Wandervereine zuzutreffen: Weder repräsentieren sie mit ihren Merkmalen und Ansprüchen die breite Anhängerschaft des von ihnen vertretenen Hobbys, noch repräsentiert ihr aktiver, an Ehrenämtern reicher Kern, wie er sich zum Wandertag versammelt, in jedem Fall auch die Mehrheit ihrer Mitglieder.

Dabei mag freilich auch der Umstand eine Rolle spielen, daß die Wandertagsbesucher allein dem deutschen Wanderverband zuzurechnen sind, während der durchschnittliche Vereinswanderer mit mehrheitlicher Wahrscheinlichkeit einem der anderen Verbände angehört. Doch spricht vom Erscheinungsbild der Konkurrenzorganisationen her wenig dafür, daß es sich bei ihren Mitgliedern um ein grundsätzlich anderes Publikum handelt. Da sich der Wanderverband überdies als legitimes Sprachrohr aller Wanderer versteht, ist die doppelte Kluft zwischen dem auf dem Wandertag versammelten „harten Kern“ des Verbandes und dem normal organisierten Wanderer einerseits sowie diesem und dem Durchschnittswanderer um so bemerkenswerter.

Um dem Rechnung zu tragen, weisen die folgenden Tabellen die Ergebnisse der Wandertags-Stichprobe einerseits und der Teilstichprobe Vereinsmitglieder getrennt aus. Sie werden jeweils für sich auf die Durchschnittsdaten der Basisstichprobe bezogen und entsprechend weiß für Abweichungen von 10% und mehr sowie grau für Abweichungen über 5% unterlegt. Darunter liegende Abweichungen werden nicht notiert, hinterlassen in den tabellarischen Übersichten also Leerplätze.

Was die Wandertagsbesucher betrifft, so geht aus Tab. 70 überdies hervor, daß keineswegs alle, sondern nur 80% von ihnen angeben, Mitglied eines Wandervereins zu sein. Andererseits handelt es sich dabei nach Maßgabe ihrer Ansprache zweifellos um Teilnehmer des Wandertages, wie nicht zuletzt auch die hohe Urlauberquote deutlich macht. Die restlichen 20% dürften angesichts ihrer faktischen Einbindung in das zentrale Verbandsevent mindestens im Hinblick auf ihr Wanderverständnis den organisierten Wandertagsbesuchern gleichzusetzen sein.

Zu den gravierendsten Besonderheiten des Vereinspublikums in seinen beiden Varianten gehört Tab. 70 zufolge ein auffällig hohes Durchschnittsalter, das für wandernde Vereinsangehörige um 8, für Wandertagsbesucher um 14 Jahre über dem Durchschnitt liegt. Über die Hälfte der Vereinsmitglieder und fast 80% der Wandertagsbesucher haben die Altersgrenze von 60 Jahren erreicht oder überschritten. Zwischen den organisierten und den nicht organisierten Wanderern (letztere mit einem Durchschnittsalter von 46,5 Jahren) liegt im Mittel eine halbe Generation. Angesichts der zuvor schon konstatierten hohen Bedeutung des Alters für das Wanderverhalten untermauert dieser Befund den Eindruck, daß es sich bei den Wandervereinen um ein recht spezielles Kundensegment auf dem Wandermarkt handelt.

Profilstudie Wandern 2003	Tab. 70	Sonderprofil Vereine	
DEMOGRAPHISCHE DATEN			
Prozent			
Merkmal	Wandertag	Verein	Gesamt
Durchschnittsalter	64 (+)	56 (+)	48
darunter jünger als 40 / 60 und älter	3/79	12/54	27/27 (+)
Geschlecht weiblich	53 (+)		46
Bildungsabschluß Hochschule/Standard	26/37	23/41	33/25 (+)
Urlaubsgast/Einheimischer	78/6 (+)		43/28
Mitglied in einem Wanderverein	80 (+)	100 (+)	17

Mit dem gehobenen Durchschnittsalter geht ein vergleichsweise geringer Anteil an gehobenen Bildungsabschlüssen einher, der sich allerdings größtenteils durch die eingeschränkteren Bildungsmöglichkeiten der älteren Generation erklären lassen dürfte.

Leicht nachzuvollziehen ist auch der hohe Anteil an Urlaubern unter den Gästen des Wandertags, die ja in der Tat mit Ausnahme der Angehörigen des Erzgebirgsvereins meist von weither angereist sind. Dieser Umstand macht den „Deutschen Wandertag“ nicht zuletzt für die Touristiker vor Ort reizvoll, füllt er doch über einen mehrtägigen Zeitraum alle Betten des näheren und weiteren Umfeldes.

Typisch für ein Vereinsevent ist schließlich auch der leicht überproportionale Anteil an Frauen, die, besonders wenn sie bereits verwitwet sind, in den Vereinen eine gewisse Geborgenheit finden und die ausnehmend fröhliche Stimmung des Wandertages maßgeblich prägen.

Wanderleidenschaft

Den vom Programm her umfassendsten Inhalt des Wandertages stellen die zahlreichen geführten Wanderungen in die nähere und weitere Umgebung dar. Nichts ist selbstverständlicher, als daß Menschen, die sich eigens um des Wanderns willen zusammentun, ihrem Hobby anlässlich ihres Jahrestreffens auch leidenschaftlich fröhnen. Tab. 71 belegt das Ausmaß dieser Leidenschaft mit eindrucksvollen Zahlen: Vereinswanderer sind zu mehr als der Hälfte bis zu zwei Dritteln Vielwanderer, und das nicht nur während, sondern auch jenseits der Saison.

Allerdings setzt die Tabelle 71 auch einige unerwartete Akzente. Denn die normalen Vereinsmitglieder erweisen sich rein quantitativ als die ausgemachteren Wanderfans. Sie zählen sich deutlich öfter zu den Vielwanderern als die Wandertagsbesucher. Bei der im Mittel zurückgelegten Strecke sind sie sogar die einzigen, deren Touren überdurchschnittlich lang sind, während auf dem Wandertag mit 12 km sogar unterdurchschnittliche Streckenlängen angesagt sind.

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 71		Sonderprofil Vereine	
WANDERINTENSITÄT					
Prozent					
Thema	Wandertag	Verein	Gesamt		
Wanderfrequenz: 14täglich und öfter / selten	55/4 (+)	67/6 (+)	41/25		
Wandern im Winter: häufiger / nie	50/3 (+)	57/1 (+)	29/13		
Heutige Wanderstrecke in km	12,5	16,3 (+)	15,2 (+)		
Heutige Wanderdauer in h	3,6		4,3 (+)		

Das kann diverse Gründe haben. So stehen auf dem Wandertagsprogramm womöglich nur kürzere Touren, deren Längen überdies genau angekündigt sind und von daher nicht so leicht überschätzt werden können. Andererseits dürften die Wanderangebote in ihrer Länge ziemlich genau auf den Geschmack der Teilnehmer zugeschnitten sein, so daß für Wandertagsbesucher die Vermutung naheliegt, generell kürzere Strecken zu bevorzugen.

Als tragendere Erklärung für den Streckenabschlag kommt daher das höhere Alter der Betroffenen in Frage. Außerdem ist man in der Vereinsgruppe vermutlich langsamer und besichtigungsfreudiger (s.u.), was nicht ohne Auswirkung auf das Streckenmaß bleibt. Immerhin: Von „Kilometerfressen“ kann auch bei Vereinswanderern nicht die Rede sein - dieses Klischee läßt sich offenbar an keiner Stelle mehr verifizieren.

Wanderqualität

Geht es nicht allein um die Quantität, sondern auch um die Qualität des Wanderns, tritt der spezifische Charakter des Vereinswanderns noch deutlicher hervor (Tab. 72). Es bedarf keiner prophetischen Gabe, um vorherzusagen, was die Umfrage ausweist: daß Vereinswanderungen, aber auch geführte Wanderungen mit und ohne natur- und kulturkundliche „Beilage“ für Vereinsangehörige einen ganz besonderen Stellenwert haben, während individuelle Touren relativ wenig Anklang finden. Zur organisierten Wanderleidenschaft gehört darüber hinaus aber auch eine kräftige Neigung zu Streckenwanderungen, insbesondere zu Mehrtagestouren, die von den Wandertagsbesuchern zuungunsten von Tagestouren doppelt so häufig wie im Durchschnitt favorisiert werden. Während die Normalmitglieder sich in diesen Dingen etwas zurückhaltender geben, legen sie mehr Gewicht auf Hüttenwanderungen. Hierbei spielt möglicherweise auch die verbreitete Mitgliedschaft im Alpenverein eine Rolle (s.o.).

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 72		Sonderprofil Vereine	
TOURENVORLIEBEN					
Prozent					
Vorliebe		Wandertag		Verein	
TOUREN					
Vereinswanderung		35 (+)		34 (+)	
Mehrtagestour		36 (+)		30 (+)	
Hüttenwanderung				32 (+)	
Geführte Wanderung		33 (+)		28 (+)	
Historischer Schwerpunkt		26 (+)			
Individuelle Tour		23		28	
Tagestour		71			
Naturkundlicher Schwerpunkt		30 (+)			
Streckenwanderung		24 (+)			
PLANUNG					
Schon länger / heute Morgen		89/4		58/20	
nach Wanderbüchern				47 (+)	
anderen überlassen		30 (+)			
nach Empfehlungen von Bekannten		19			
nach Karte				76 (+)	
				45/22	
				36	
				13	
				29 (+)	
				68	

Dennoch gibt auch Tab. 72 Anlaß zum Nachdenken. Denn obwohl durchweg vereinsgebunden, gibt nur ein Drittel der Betroffenen an, Vereinswanderungen besonders zu bevorzugen. Dieses verblüffende Ergebnis trifft selbst auf die Wandertagsbesucher zu, die keineswegs alle primär zum gemeinsamen Wandern angereist sind. Offenbar identifizieren sich die Wandervereinsangehörigen ganz generell nicht in dem Maße mit dem Vereinswandern, wie man das zunächst erwarten würde

Mehrheitlich ist man zwar Mitglied geworden, aber offenbar weniger, um am gemeinsamen Wanderleben teilzunehmen, als durch seine Mitgliedschaft andere Aktivitäten und Ziele der Vereine zu honorieren und zu fördern - wie etwa die Wegepflege, das Brauchtum, andere Natursportarten oder den Naturschutz. Wenn unter den Mitgliedern der Wandervereine nur ein Drittel gerne ihrer eigentlichen Kernaktivität huldigen, so erinnert das im übrigen an eine ähnliche Quotierung unter der gesamten deutschen Wandergemeinde, von der ebenfalls nur ein Drittel zu den aktiven, häufig ihrem Hobby nachgehenden Wanderern zu zählen ist.

Ergänzt man die Frage nach der bevorzugten Art von Wanderungen um die Bitte, über die Wanderplanung Auskunft zu geben, so unterscheiden sich die Vereins- vom Durchschnittswanderer nicht mehr als die Wandertagsbesucher von den normalen Vereinsmitgliedern (zweiter Block von Tab. 72). Während die Wandertagsteilnehmer bei ihren Touren zu 90% auf eine lange Vorbereitung setzen und diese gerne auch anderen überlassen, begeben sich die Normalmitglieder auch schon mal spontan auf die Strecke und ziehen zur Planung eher Karten und Vorschläge aus Wanderbüchern heran.

Neugierig auf Neues

Auch bei den Wandermotiven, zentraler Motor der Wanderleidenschaft, unterscheiden sich die beiden Vereinsgruppierungen stärker untereinander als vom Wander-Mainstream. Lediglich in einem Kernmotiv zeichnen sie sich gleichermaßen aus: Drei Viertel gegenüber ansonsten nur 60% sind vom Drang beseelt, ständig neue Regionen kennenzulernen. Dieses starke Entdeckermotiv zeichnet offenbar alle engagierteren Wanderer aus und ruft fast archaische Anklänge an eine Art Völkerwanderung wach, wie sie genau genommen ja auch von den Vereinen stetig organisiert wird. Zugleich signalisiert es dem Touristiker aber auch, daß er es bei Vereinsmitgliedern mit einer vergleichsweise unbeständigen Kundschaft zu tun hat, die auf der steten Suche nach neuen Eindrücken ebenso schnell wieder verschwunden wie gekommen sind - so wie ja auch der „Deutsche Wandertag“ Jahr um Jahr durch die deutschen Lande zieht.

Davon abgesehen zeichnen sich die Motivprofile der beiden Vereinsgruppen durch unterschiedliche Eigenheiten aus. Während die Wandertagsbesucher sich in ganz besonderer Weise für das große Gemeinschaftserlebnis und die kulturellen Sehenswürdigkeiten der Gastgeberregion erwärmen können, wenden sich normale Vereinsmitglieder verstärkt der Natur zu. Sie übertreffen damit ähnlich wie die Vielwanderer nochmals die ohnehin schon große Naturnähe der gesamten Wanderzunft.

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 73		Sonderprofil Vereine
WANDERMOTIVE				
Prozent				
Motiv	Wandertag	Verein	Gesamt	
Kennnenlernen unbekannter Regionen	76 (+)	74 (+)	60	
Kulturelle Sehenswürdigkeiten	39 (+)		21	
Großes Gemeinschaftserlebnis	31 (+)	20 (+)	13	
Natur genießen	77		83 (+)	
Stille der Natur		71 (+)	64	
Erfahrung unberührter Natur		36 (+)	29	
Interesse an Tieren und Pflanzen		51 (+)	42	
Körperliche Bewegung	68		77 (+)	
Etwas für die Gesundheit tun	67 (+)		59	
Sportliche Leistung	10		35 (+)	
Entlastung vom Alltagsstress	35		44 (+)	

Das kann man von den im Erzgebirge versammelten Vereinsvertretern nicht sagen - Natur zu genießen spielt für ihn sogar eine geringere Rolle. Dafür betonen die Wandertagsteilnehmer den Gesundheitsaspekt des Gehsports, was sich mit ihrer altersbedingt höheren Krankheitsanfälligkeit erklären läßt. Das Alter dürfte auch für die leichte Abwertung der körperlichen Ansprüche des Wanderns, ebenso aber auch für das im Rentenalter weniger bedeutsame Stressmotiv verantwortlich sein.

Landschaftliche Vorlieben

Bei der Frage nach den bevorzugten Wanderlandschaften und -zielen kommt in der Regel der Landschaftstypus gut weg, in dem die Befragung stattfindet. Das liegt schon deshalb nahe, als man bewußt dorthin gefahren ist und die dortigen Wandererlebnisse noch am frischesten in Erinnerung hat.

Für die Vereinsangehörigen gilt das erneut in differenzierter Weise. Auf der einen Seite unterstreichen die Wandertagsteilnehmer die ohnehin schon große Neigung aller Befragten zu den deutschen Mittelgebirgen mit ihrem Reichtum an Wäldern und Aussichten und zeigen nur wenig Sympathie für das Strandleben oder exotische Landschaften. Ganz anders dagegen die normalen Vereinsmitglieder: Für sie spielen allein die Alpen in allen ihren Formationen eine überdurchschnittliche Rolle, was erneut mit dem Alter, zum Teil aber natürlich auch mit der Präsenz von Alpenvereinsmitgliedern zusammenhängen dürfte.

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 74		Sonderprofil Vereine	
LANDSCHAFT					
Prozent					
Formation		Wandertag		Verein	
BEVORZUGT					
Mittelgebirge		73 (+)			
Deutschsprachige Alpen				46 (+)	
Alpen: Almhöhe		29		46 (+)	
Alpen: Gipfelhöhe				38 (+)	
Waldreiche Landschaft		70 (+)			
Aussichtsreiche Landschaft		67 (+)		59	
Heide		23 (+)			
Strand, Ufer		16			
Wildnis, exotische Landschaft		6			
Störend					
Herumliegender Abfall		72			
Zugewachsene Aussichten		44 (+)			
Hitze		15 (+)			
				85 (+)	
				26	
				7	

Die in punkto Landschaft bemerkenswert gegensätzliche Akzentsetzung zwischen den beiden Vereinsgruppen wird dadurch ein wenig abgemildert, daß die Wandertagsbesucher ihre relative Reserve gegenüber den Alpen durch eine besondere Freude an Aussichten kompensieren und sich folglich über deren allmähliches Zuwachsen in den geliebten Mittelgebirgen nachdrücklich ärgern.

Die Landschaftsvorlieben reproduzieren sich weitgehend bei den bevorzugten Wanderzielen (Tab. 75). Während kulturbezogene Ziele wie Burgen, Schlösser, schöne Ortschaften und sogar Museen bei den Wandertagsbesuchern überdurchschnittlich gut wegkommen, fallen Gipfel und Felsen sowie Gewässer und Urwälder in ihren Sympathien deutlich ab. Man hält sich lieber an die heimischen Mittelgebirgsformationen, in denen auch die meisten klassischen Wandervereine angesiedelt sind. Die Normalmitglieder teilen mit ihnen nur die Vorliebe für hübsche Ortschaften und die leichte Reserve gegenüber Gewässern, während sie den Berggipfeln sehr viel positiver gegenüberstehen.

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 75	Sonderprofil Vereine	
WANDERZIELE				
Prozent				
Ziele	Wandertag	Verein	Gesamt	
Berggipfel	53	76 (+)	67 (+)	
Gewässer	44	49	55 (+)	
Schöne Ortschaften	39 (+)	39 (+)	27	
Geschützte Biotop	34 (+)		19	
Felsklamm	21		32 (+)	
Burgen und Schlösser	43 (+)		37	
Heimische Urwälder	22		28 (+)	
Museen	15 (+)		7	

Auch bei den Erwartungen an die Wanderinfrastruktur fallen die beiden Vereinsgruppierungen auffällig auseinander (Tab. 76). Während Normalmitglieder eigentlich nur besonders großen Wert auf Aussichtstürme legen und sich andererseits offenbar eher der von ökologischer Seite verfochtenen Meinung über die Kontraproduktivität von Papierkörben anschließen, sind den Wandertagsbesuchern Schutzhütten und Bänke wichtiger. Ginge es nach letzteren, so müßte man verstärkt in Einrichtungen investieren, die schon dem Normalmitglied und mehr noch dem Durchschnittswanderer keineswegs so notwendig erscheinen.

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 76	Sonderprofil Vereine	
LANDSCHAFTSAUSSTATTUNG (WUNSCH)				
Prozent				
Thema	Wandertag	Verein	Gesamt	
Schutzhütten	71 (+)		58	
Aussichtstürme		46 (+)	32	
Sitzbänke	60 (+)		52	
Papierkörbe		35	46 (+)	
Parkplätze im Grünen	17 (+)		11	

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 77	Sonderprofil Vereine	
MEINUNGEN ZUR NATUR				
ja/nein in Prozent				
Thema	Wandertag	Verein	Gesamt	
Für Recht auf freien Naturzugang	82/0 (+)	74/2 (+)	68/2	
Was natürlich ist, ist gut	68/1 (+)	57/4 (+)	51/5	
Für Verbot, querwaldein zu gehen	43/36 (+)		24/35	
Natur wäre ohne Mensch in Harmonie	43/7 (+)		35/12	
Der Mensch zerstört Natur endgültig	37/14 (+)	24/21	30/17 (+)	
Naturschützer müßten mehr zu sagen haben	36/17 (+)	26/29	30/21 (+)	

Erst wenn es ganz allgemein um das Thema Natur geht, finden sich die Vereinsvertreter zumindest teilweise wieder zusammen. Dabei fällt auf, daß die in der entsprechenden Fragenbatterie zur Debatte gestellten Grundsätze von keiner der bisher untersuchten Gruppierungen so durchgängig befürwortet werden wie von den Wand-

ertagsteilnehmern (Tab. 77). Natur ist für sie offenbar ein extrem hoher Wert, der in fast allen Konstellationen überdurchschnittlich bejaht, ja teilweise schon verklärt wird - etwa wenn über zwei Drittel alles Natürliche für gut und die menschenlose Natur zur Hälfte für besonders harmonisch halten.

Das steht im auffälligen Gegensatz zur bestenfalls durchschnittlichen Ausprägung der Naturmotive bei den Wandertagsbesuchern (s.o.). Immerhin setzt man sich aber - der eigenen Wanderleidenschaft folgend - nahezu ausnahmslos für das Recht auf freien Naturzugang ein, dessen mögliche Folgen man zugleich durch die Bejahung eines Verbots des Querwaldeingehens zu kompensieren hofft.

Die „normalen“ Vereinsmitglieder folgen dieser Naturverklärung nur bedingt. Ziehen sie beim Recht auf freien Naturzugang noch mit, so stehen sie der Verfemung des Menschen als eines notorischen Feindes der Natur, vor dem diese verstärkt geschützt werden muß, erheblich skeptischer als die Wandertagsbesucher und sogar als die

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 78		Sonderprofil Vereine	
WANDERWEGE					
Prozent					
Vorliebe		Wandertag		Verein	
WEGESYMPATHIEN					
Markierte Wanderwege		70 (+)		60	
Schmale Pfade				78 (+)	
Steile Wege, Bergpfade		21 (-)		45 (+)	
Fernwanderwege		22 (+)		23 (+)	
Aussichtsreiche Kammwege		58 (+)		52	
Lehrpfade allg		53 (+)		42 (+)	
Naturlehrpfade		35 (+)		23	
Besonders interessante Lehrpfadthemen					
Naturschutz		56 (+)		49 (+)	
Tiere		41 (-)		50	
Landwirtschaft		15 (+)		9	
BEVORZUGTE ORIENTIERUNGSHILFEN					
Wegebeschreibungen		24 (+)		14	
Wanderkarten				76 (+)	
Markierungen		77 (+)		82 (+)	
Wegweiser		44 (-)		52	
Orientierungstafeln		32 (+)		25	
URTEIL ÜBER DIE WEGE VOR ORT					
Note sehr gut / befriedigend		28/14		34/8	
WAS BEIM WANDERN STÖRT					
Längere Strecken auf Asphalt		76 (+)		66 (+)	
Längere Strecken durch Ortschaften		32 (+)		22	
Verkehrslärm		42 (-)		52	
Autoverkehr auf Wegen		57 (-)		55 (-)	
Grobgeschotterte Wege		26 (+)		27 (+)	
Reiter		17 (+)		11	
Radler, Biker		13 (-)		22	

Durchschnittswanderer gegenüber. Das deckt sich mit ihrem verstärkten Drang zur Natur, der maßgeblich für ihren Wanderenthusiasmus verantwortlich ist.

Wanderwege

Der Wunsch nach möglichst unmittelbarer Naturnähe spiegelt sich auch in ihren Wegevorlieben wider. Durchschnittliche Vereinsmitglieder haben ein ausgesprochenes Faible für Pfade aller Art bis hin zu Lehrpfaden, auf denen sie direkten Kontakt mit dem natürlichen Umfeld haben (Tab. 78). Wandertagsbesucher teilen dieses Faible bis auf die Lehrpfade nicht. Statt dessen geben sie sich gewissermaßen theoretisch naturnäher, indem sie ein besonderes Interesse für Belehrungen zu Natur und Naturschutz bekunden.

Gemeinsam ist beiden Gruppierungen nur eine leicht überdurchschnittliche Begeisterung für Fernwanderwege, die allerdings unter der 25%-Grenze bleibt. Außerdem hegen sie eine hohe Wertschätzung für die vorzugsweise von ihren Vereinen installierten Wandermarkierungen. Für andere Orientierungshilfen fallen dagegen die Vorlieben wieder einmal recht unterschiedlich aus.

Das gilt auch für das Urteil über die vor Ort vorfindlichen Wanderwege, die von Wandertagsbesuchern kritischer benotet werden. Zwar kann das mit der speziellen Situation im Erzgebirge zusammenhängen, doch geben die Angaben zu den Faktoren, die den Wandergenuß stören können, eine generell kritischere Einstellung bei ihnen zu erkennen, denen sich die normalen Vereinsmitglieder nur tendenziell anschließen.

Besonders ärgerlich werden die Wanderprofis bei zu viel Asphalt und Schotter auf den Wegen, bei den Wandertagsteilnehmern kommen auch noch lange Ortsdurchgänge hinzu. Dafür lassen sie sich erstaunlicherweise weniger durch Verkehr irritieren, Reiter ausgenommen.

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 79		Sonderprofil Vereine
AUSRÜSTUNG				
Prozent				
Produkt	Wandertag	Verein	Gesamt	
Regenschutz	71 (+)	73 (+)	59	
Wanderhose	59 (+)	64 (+)	40	
Mütze	51 (+)	43 (+)	33	
Wanderstöcke	45 (+)	47 (+)	30	
Funktionsunterwäsche		25 (+)	15	
Butterbrote	60 (+)		49	
Thermoskanne	27 (+)	22 (+)	15	
Wetterjacke	89 (+)	91 (+)	82	
Wanderschuhe		91 (+)	83	
Wanderkarten		76 (+)	68	
Wanderhemd	27 (+)	30 (+)	18	
Obst	74 (+)		66	
Wasser, Saft	74		83 (+)	
Süßigkeiten	11		20 (+)	

Outfit

Zu den Gemeinsamkeiten von Vereinsangehörigen gehört ein hoher, fast schon sportlicher Ausrüstungsstandard (Tab. 79). Ganz offensichtlich gibt es einen engen Zusammenhang zwischen Wanderintensität und Ausstattung mit wandertypischer Bekleidung. Insofern sind Vereinswanderer gute Kunden auf dem Outdoor-Markt, ihr Ausstattungsgrad mit Hosen, Jacken und Hemden liegt im Schnitt 10 bis 15% über dem Durchschnitt. Das gilt auch für Wanderstöcke, die, obwohl im Mittelgebirge selten hilfreich, mittlerweile von fast der Hälfte der Vereinswanderer mitgeschwungen werden

Die Unterschiede der Tab. 79 zwischen den Vereinsgruppierungen erscheinen vor diesem Hintergrund zweit-rangig und dürften zum Teil auf deren Altersdifferenz zurückzuführen sein. Lediglich bei den oralen Genüssen läßt sich ein stärkerer Selbstversorgetrend bei den Wandertagsbesuchern erkennen, die mehr auf die klassische Stulle als den Schokoriegel setzen.

Urlaub und Freizeit

Vereinswanderer haben nicht nur generell höhere Ansprüche an die eigene Ausstattung, sondern auch an die Leistungen ihrer Gastgeber im Rahmen eines meist wanderreichen Urlaubs. Dabei sind speziell den Wandertagsbesuchern ein grünes Umfeld und eine familiäre Atmosphäre nicht so wichtig, dafür legen sie aber mehr Wert auf einen Transportservice, wie es für Mehrtages- oder Gruppenwanderer typisch ist. Ansonsten bleibt das Bild in diesem Punkte eher diffus (Tab. 80).

Profilstudie Wandern 2003	Tab. 80	Sonderprofil Vereine	
ERWARTUNGEN AN DIE UNTERKUNFT			
Prozent			
Angebot	Wandertag	Verein	Gesamt
Ruhige Lage im Grünen	46		61 (+)
Nähe zu Wanderwegen	57 (+)	54 (+)	45
Infos zu Sehenswürdigkeiten	32 (+)		22
Wanderkarten	27 (+)	31 (+)	21
Gepäcktransport	18 (+)		6
Abholdienst von unterwegs	13 (+)		5
Familiäre Atmosphäre	25		32 (+)
Tourenberatung		23 (+)	17
Säuberungsmöglichkeiten	11	11	19 (+)

Als sehr viel aufschlußreicher erweisen sich dagegen die Antworten auf die Frage nach den über das Wandern hinaus betriebenen Freizeitaktivitäten (Tab. 81). Während sich die normalen Vereinsmitglieder lediglich durch eine größere Neigung zu Ausflügen und Besichtigungen auszeichnen und damit den besonderen kulturellen Ambitionen der Wandertagsaktivisten anschließen, zeigen diese in zwei weiteren Themenbereichen größere Abweichungen vom Durchschnitt.

Sie betreffen zum einen nahezu alle alternativen Natursportarten, die durchweg sehr selten ausgeübt werden - bis hin zur absoluten Ablehnung des Mountainbiking. Man fühlt sich nahezu allein dem Wandern verpflichtet. Darin spiegelt sich zum einen das höhere Alter der Wandertagsbesucher, aber auch eine über das Ehrenamt vermittelte Bindung wider, die aus der Freizeitaktivität Wandern ein Element persönlicher Identität macht.

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 81		Sonderprofil Vereine	
FREIZEITAKTIVITÄTEN					
Prozent					
Wandertag		Verein		Gesamt	
Ausflüge in die Umgebung		54 (+)		52 (+) 42	
Etwas besichtigen		57 (+)		53 (+) 44	
Ski fahren		10 (-)		27	
Joggen		2 (-)		19	
Mountainbiken		0 (-)		11	
Paddeln, Kanu fahren		5 (-)		12	
Klettern		2 (-)		9	
Sauna		13 (-)		23	
Essen gehen		23 (-)		31	
Konzert-/Theater-Besuch		31 (+)		24	

Hinzu kommt bei den besonders eng in das Vereinsleben eingebundenen Besuchern des Wandertags aber auch eine bereits zuvor vermutete Enthaltbarkeit gegenüber den Genüssen des Lebens. Die geringer ausgeprägte Akzeptanz von Wellness-Aktivitäten wie Sauna und Essen läßt ähnlich wie die Vorliebe für Stullen noch einen Hauch jener asketischen Lebenshaltung erahnen, wie sie dem klassischen Wanderer gerne nachgesagt wird.

Das unterstreicht den Eindruck, daß es sich bei den Wandertagsbesuchern in besonderem Maße um Nur-Wanderer handelt. Sie sind ganz der Sache des Dauergehens verpflichtet, der sich lediglich ein erhöhtes kulturelles Interesse hinzugesellt. Auch hierbei spielt das Alter eine Rolle, doch handelt es sich dabei auch um ein Spezifikum überkommener Wandertraditionen.

Zusammenfassung

Zur Ermittlung eines Wanderprofils der Vereine stehen zwei verschiedene Quellen zur Verfügung: Einerseits die Menge derjenigen, die sich in der Basisstichprobe als Mitglied eines Wandervereins welcher Art auch immer ausgewiesen haben, und andererseits eine Sonderstichprobe von Besuchern des „Deutschen Wandertages“, der jährlichen Versammlung von besonders engagierten Mitgliedern der im Deutschen Wanderverband zusammengeschlossenen Regionalvereine. Der Verband vertritt eine knappe Minderheit der insgesamt organisierten Wanderer, die als Mitglieder von lokalen, regionalen, alpinen, ökologischen oder sportlich orientierten Wandervereinen etwa 5% aller deutschen Wanderer ausmachen.

So insulär, wie sich diese Organisationsquote ausnimmt, unterscheiden sich auch die beiden befragten Vereinsgruppen vom Wandermainstream. Nicht die Viel- oder Langwanderer, sondern die organisierten Wanderer stellen offenbar den eigentlichen Gegenpol zur Masse der Wanderanhänger dar. Dabei zeichnen sich die Wandertagsbesucher, von Selbstverständnis und Funktion her sozusagen der harte Kern der Wandervereine, durch eine besondere Distanz zum Durchschnittswanderer aus, während die „normalen“ Vereinsmitglieder dem nur teilweise entsprechen, teilweise aber auch gegenläufige Tendenzen erkennen lassen. Insofern scheint es fast so, als repräsentierten weder die Vereinsmitglieder uneingeschränkt die Wanderermehrheit noch die Wandertagsteilnehmer die Mitgliedermehrheit - ein unerwarteter Befund.

Besonders deutlich werden diese Verhältnisse am Beispiel des Durchschnittsalters, bei dem es sich nach Kap.21 um einen der wirksamsten Einflußfaktoren auf die Einstellung zum Wandern handelt. Mit 56 bzw. 64

Jahren Jahren sind die normalen Vereinsmitglieder im Schnitt etwa 10 und die Wandertagsbesucher 18 Jahre, also mehr oder weniger eine halbe Generation älter als der unorganisierte Rest. Als Folge davon sind auch die höheren Bildungsschichten unter Vereinswanderern sehr viel weniger vertreten, waren doch Abitur und Diplom seinerzeit noch nicht so wohlfeil wie heute.

Trotz der auch internen Altersdifferenzen gibt es eine Reihe von Profilmmerkmalen, durch die sich beide Vereinsgruppen in ähnlicher Weise gegenüber der Wanderermehrheit auszeichnen. Dazu gehört vor allem eine hohe Wanderintensität: Über die Hälfte der Vereinsangehörigen sind sommers wie winters häufig unterwegs. Daß sie hierfür wesentlich besser mit Kleidung und Zubehör ausgerüstet sind als Gelegenheitswanderer, liegt auf der Hand. Zugleich ärgern sie sich ganz besonders über Teer- und Schotterwege, die verständlicherweise besonders die Vielwanderer nerven.

Ebensowenig unerwartet ist ihre besondere Vorliebe für Mehrtagestouren, geführte Wanderungen und natürlich Vereinswanderungen. Hierbei erstaunt allerdings, daß sich jeweils nicht viel mehr als ein Drittel für derlei traditionelle Wanderformen erwärmen können. Selbst unter Vereinsmitgliedern scheint die große Tour ebenso wie die große Gruppe also nur noch eine Minderheit zu begeistern. Dafür geben überdurchschnittliche drei Viertel von ihnen an, gerne unbekannte Regionen anzusteuern - Vereinswanderer sind aus touristischer Sicht ein besonders flüchtiges Publikum.

Damit geht die Liste der Gemeinsamkeiten aber auch schon zu Ende. In vielen Fragen geben sich die Wandertagsbesucher wesentlich traditioneller. So konzentrieren sie sich ausschließlicher auf das Wandern, während Normalmitglieder auch andere Natursportarten ausüben. Dafür interessieren sie sich mehr für kulturelle Sehenswürdigkeiten, sind also eher als „Bildungswanderer“ zu klassifizieren. Durchschnittliche Vereinsmitglieder wenden sich demgegenüber stärker der Natur und ihren Schönheiten zu, die bei Wandertagsbesuchern zwar theoretisch hoch geschätzt, praktisch aber nicht besonders gewürdigt werden. Ganz generell ist die Genußorientierung bei den Normalmitgliedern der Vereine weit stärker ausgeprägt als bei ihren Wandertagsvertretern, die sich unterwegs eher asketisch geben, dafür aber mehr die Gemeinschaft pflegen.

Fast schon gegensätzlich fallen die Landschaftsvorlieben aus: Überwiegend selber Angehörige von Mittelgebirgsvereinen, schwören Wandertagsbesucher natürlich auf die mittelhohen Gebirge und erweisen sich damit als besonders treue Kunden des heimischen Tourismus. Durchschnittliche Vereinsmitglieder träumen dagegen mehr als andere von alpinen Szenerien. Dahinter verbirgt sich nicht zuletzt eine unterschiedliche Einstellung zu den körperlichen Herausforderungen des Wanderns. So haben Wandertagsbesucher mit den sportlichen Aspekten ihres Hobbys deutlich weniger im Sinn und legen statt dessen mehr Wert auf Rastmöglichkeiten. Ihr Hang zu gemühtlichen Touren geht soweit, daß die zurückgelegten Strecken im Schnitt fast 20% kürzer sind als im Durchschnitt - ein Befund, der sich nicht allein mit dem höheren Alter erklären läßt.

Der Erwartung, daß Vereinsmitglieder eher für längere Touren zu haben sind, werden nur die einfachen Vereinsmitglieder gerecht. Sie sind überdies sehr viel öfter unterwegs als ihre Wandertagsvertreter und leisten sich auch schon mal eine spontane Abweichung vom ursprünglich geplanten Weg.

Alles in allem liegen die Durchschnittsmitglieder der Vereine weit mehr im Trend als die in besonderem Maße in Regionalvereinen engagierten Besucher des Deutschen Wandertages. Zwar unterscheiden auch erstere sich erheblich vom Mainstream der Unorganisierten, was aber primär auf ihre hohe Wanderintensität zurückzuführen ist. Genau die aber läßt sich für die weit stärkere Differenz der Wandertagsbesucher von der Wanderermehrheit nicht als Erklärung heranziehen. Hier dürften es vor allem die sehr viel engeren persönlichen Bindungen an das Vereinsleben und seine Traditionen sein, die das Wanderprofil des „inneren Kerns“ der Vereine bestimmen.

27. REGIONALPROFILE

Es ist in der Regel nicht einfach, im Rahmen einer statistischen Erhebung derart ausgeprägte Subprofile wie die der Wandervereine zu finden. Meistens greift die Statistik sehr früh und gleicht mehr oder weniger zufällige Differenzen schnell aus, so daß - wie etwa bei den Geschlechtern oder den Urlaubern - nur wenige Divergenzen übrig bleiben. Dennoch gibt es in den Profilstudien Wandern eine Variable, die noch drastischere Abweichungen vom Durchschnitt ausweist: Die regionale Differenzierung.

Vergleicht man die Ergebnisse der acht beteiligten Regionen miteinander, so lassen sich zwischen deren Ergebnisprofilen nur wenige Übereinstimmungen finden. Im Schnitt überdecken die Antwortquoten auf ein- und dieselbe Frage ein Spektrum von 10 bis 20 Prozent. In vielen Fällen weichen die jeweils kleinsten und größten Prozentzahlen noch mehr voneinander ab, in seltenen Fällen weniger.

Fixe Daten

Diese seltenen Fälle mit minimalen Differenzspannen von deutlich unter 10% sind indes besonders interessant, weil sie extrem einheitliche Einstellungen unter Deutschlands Wanderern anzeigen, auf die man sich mit besonderer Sicherheit einstellen kann. Sie konzentrieren sich auf drei Themenkomplexe:

- Der für die Praxis bedeutsamste betrifft die negativen Seiten von Wanderwegen. Hierzu gibt es eine große Übereinstimmung in der Ablehnung von geschotterten, asphaltierten und straßenbegleitenden Wegen sowie langen Ortsdurchgängen. Wer dem Wanderer hiervon zu viel bietet, und das ist bei vielen deutschen Wanderwegen leider der Fall, wird ihn auf jeden Fall verärgern. Das rechtfertigt noch einmal die besonders rigide Bewertung gerade dieser Wegemerkmale im Rahmen der offiziell entwickelten Qualitätskriterien für Wanderwege.
- Auch die Einstellungen zu anderen Natursportarten sind in hohem Maße fixiert: So finden Walking und Nordic Walking nirgendwo sonderlich mehr als 10% bzw. 5% Anhänger. Dahinter steht eine einheitlich kleine Minderheit von 15-20% aller Befragten, die Wandern einen sportlichen Aspekt abgewinnen können. Eine einhellige Ausnahme hiervon stellt das Radeln dar, für das sich durchweg knapp zwei Drittel der Wanderer erwärmen können.
- Schließlich fallen einige gelegentlich als Standortnachteil klassifizierten Rahmenbedingungen des Wanderns dadurch auf, daß sie geschlossen für unbedeutend erklärt werden. Das betrifft Regenschauer und Hitze ebenso wie häufiges Bergauf und Bergab. Dem steht ein ebenso geschlossenes, mit durchweg über 80% auf dem Gegenpol positioniertes Bekenntnis zum Primat des Naturgenusses gegenüber. Wer wandert, will dabei in erster Linie Natur genießen - davon gibt es keinerlei Abstriche. Ebenfalls einheitlich gut die Hälfte legt dabei auf die Begleitung durch Partner oder Freunde Wert.

Regionalspezifika

Diese fixen Größen stellen zuverlässige Stellschrauben für eine erfolgreiche Angebotspolitik auf dem Wandermarkt dar. So einig man sich in diesen Punkten ist, so sehr fallen die regional geprägten Meinungen indes in vielen anderen Punkten auseinander. Jede Region zieht offenbar ein ganz bestimmtes Publikum an. Will man gezielt darauf eingehen oder aber daran etwas ändern, so bedarf es spezieller Regionalprofile, an denen man sich orientieren kann.

Für die „Profilstudie Wandern 2003“ liegen abgesehen von einer alpinen Sonderstudie für den Raum Tirol fünf solcher ausführlich interpretierten Mittelgebirgs-Profile vor. Sie wurden automatisch für die Auftraggeber-Regi-

onen angefertigt und unterscheiden sich in der Tat jeweils durch eine sehr spezifische Zusammensetzung der Wanderkundschaft. Hieraus sind folglich sehr verschiedene Schlußfolgerungen für die künftige Marktaufstellung zu ziehen. Profile und Schlußfolgerungen haben einen derartigen Umfang, daß sie in einer eigenständigen Studie zusammengefaßt worden sind.

Die folgenden Beispiele für weit ausgelegte Antwortspektren mit Extremdifferenzen von weit über 20% geben einen Eindruck vom Ausmaß der Regionalspezifika:

- Die Meinungen zur Bedeutung infrastruktureller Ausstattungselemente wie Wegweiser, Papierkörbe, Aussichtstürme oder auch Ausflugslokale, bewirtschafteten Hütte oder Schutzhütte variieren um rund 30%.
- Ähnlich zwiespältig erscheint das Verhältnis zu verschiedenen Landschaftstypen, wie Waldlandschaften, Naturschutzgebiete und Nationalparks, sowie ganz generell zu Mittelgebirgen.
- Große Schwankungen von Region zu Region weist auch die Wanderintensität der Beteiligten auf. Das gilt sowohl für den Anteil regelmäßiger Wanderer, der zwischen 20 und 60 Prozent variiert, als auch in geringerem Maße für die durchschnittliche Wanderstrecke mit Mittelwerten zwischen 13 und 18 km. In engem Zusammenhang damit steht die von 6 bis 48% reichende Quote der Vereinszugehörigkeit und eine ähnlich unterschiedliche Bereitschaft, an geführten Wanderungen teilzunehmen.
- Am folgenreichsten dürften die regionalen Unterschiede im Durchschnittsalter der Wandergäste sein, das zwischen 40 und 58 Jahren schwankt. Der Anteil der Senioren im Alter von 60 Jahren und mehr reicht daher von 9% bis zu 57% der Befragten. Das zieht zwangsläufig große Bildungsunterschiede nach sich: Während in einem Fall nur ein Drittel der Befragten mindestens über ein Abitur oder einen höheren Abschluß verfügt, sind es anderswo zwei Drittel. In diese Kategorie gehört schließlich auch der Anteil an Urlaubern unter den Befragten, der zwischen 25% und gut 60% variiert.

Die regionalen Unterschiede sind also beträchtlich, die Zusammensetzung der Gäste und ihre Erwartungen können kaum unterschiedlicher sein. Innerhalb der gerade in marktsensiblen Daten sehr weiten Spannen muß daher jede Region zunächst ihren aktuellen Standort bestimmen, bevor sie daran gehen kann, mit Rücksicht auf das Vorhandene über attraktive Angebote für ein neues Publikum nachzudenken. Modernisierungsprojekte ins Blaue hinein erscheinen vor diesem Hintergrund mehr als gewagt.

Nationalparke

In einer der Regionalstudien, nämlich der des Bayerischen Waldes, tauchte die Frage auf, in welchem Maße deren auffällige Ergebnisse dem Umstand geschuldet sind, daß die Daten ausschließlich im dortigen Nationalparkareal erhoben wurden. Da von den acht Mittelgebirgsstichproben auch die aus dem Harz und der Sächsischen Schweiz Nationalparken entstammen, liegt es zur Beantwortung dieser Frage nahe, die drei Regionen zusammenzufassen und das dazu solchermaßen übergreifende Nationalparkprofil mit den Durchschnittswerten der Profilstudie zu konfrontieren.

Vielleicht kann ein solcher Vergleich auch zur Erklärung jener unerwarteten Zurückhaltung beitragen, auf die das Thema Nationalpark in der aktuellen Profilstudie gestoßen ist. So fand der früher deutlich ausgeprägtere Wunsch, „unberührte Natur“ zu erleben, in der Motivskala lediglich 30% Zustimmung. Ähnlich niedrig lag das direkt geäußerte Interesse an Urwäldern und Nationalparken, während sich sogar nur halb so viel Wanderer für eine Wildnis-Tour erwärmen konnten. Nimmt man noch die geringe Affinität der Befragten zu Naturschutzzentren (17%) und Wald-Info-Stationen (8%) hinzu, so scheint es fast so, als hätte das Nationalpark-Konzept bei Wandernern erheblich an Attraktivität eingebüßt.

Auch wenn die drei Regionen noch eine recht unsichere Basis für generelle Aussagen über Nationalparks darstellen, hat sich bei der Zusammenfassung ihrer durchaus unterschiedlichen Regionalprofile die Macht der Statistik so weit durchgesetzt, daß kaum noch nennenswerte Abweichungen von den Gesamtbefunden übrig bleiben. Und die verbliebenen Differenzen gehen meist nicht über 10% hinaus. Das deutet schon jetzt darauf hin, daß der Nationalpark-Status für Wanderer insgesamt von untergeordneter Bedeutung ist. Die Interpretation der verbliebenen Differenzen als nationalparkspezifisch ist bestenfalls an jenen Stellen gerechtfertigt, wo sie sich zu mehrfach untermauerten Trends verdichten. Das ist bei drei Themenbereich ansatzweise der Fall:

- Nationalparkgäste gehören eher zur Klasse der Gelegenheitswanderer, wenn nicht gar Spaziergänger. Statt allgemein 25% geben dort knapp 40% an, selten zu wandern. Dementsprechend halten sie nicht so viel von Mehrtagestouren und gehören zu weniger als 10% einem Verein an.
- Das auffälligste Merkmal der Nationalpark- gegenüber Normalwanderern ist ihr mit 43 Jahren um 5 Jahre geringeres Durchschnittsalter, mit dem sich wie üblich ein im Schnitt etwas höheres Bildungsniveau verbindet. Während nur ein Viertel aller Wanderer jünger ist als 40, liegt diese Quote in den drei Nationalparkregionen bei knapp 40%. Das kann allerdings auch mit den stärkeren körperlichen Ansprüchen des ungewöhnlich felsreichen Reliefs in den drei Regionen zusammenhängen. Tatsächlich gehen die Landschaftsvorlieben der Nationalparkwanderer weniger in Richtung Mittelgebirge als in Richtung Fels.
- Direkt auf Naturschutzgebiete und Nationalparks angesprochen, bezeugen 37% ihre Sympathien für diese Wildnissurrogate. Das sind nur 8% mehr als im Durchschnitt. Alle mehr oder weniger indirekt mit dem Thema in Zusammenhang stehenden Elemente erfahren lediglich eine durchschnittliche Bewertung. Offenbar hinterlassen Nationalparke als solche keine überwältigend positiven Eindrücke bei ihren Besuchern. Noch deutlicher wird dies bei der offenen Frage nach dem, was einem an den Wanderwegen vor Ort besonders gefällt. Nur in insgesamt drei Fällen, das sind weniger als 0,3 % aller Nennungen, wurden dabei explizit Naturschutzgebiete oder Nationalparks gewürdigt. Häufiger dagegen wurde ohne direkten Nationalpark-Bezug in den betreffenden Regionen und nur hier über Sperrungen von Wegen und Landschaften geklagt. Speziell für den Bayerischen Wald kam eine im Vergleich zum Durchschnitt zehnfach höhere Beschwerderate zum Thema Waldsterben hinzu.

Alles in allem scheinen Nationalparke für sich genommen also keine allzu überwältigende Zusatzattraktion auf gestandene Wanderer auszuüben. Es sind vielmehr eher Gelegenheitswanderer und jüngere Freunde des Klettersports, die sich etwas stärker davon angesprochen fühlen. Dies untermauert den Befund von Ziener (2001), die in einer großangelegten vergleichenden Analyse festgestellt hat, daß der touristische Stellenwert von Nationalparktiteln im allgemeinen überschätzt wird.

28. RESÜMEE: WANDERN GEWINNT PROFIL

Mit über 2.000 Befragten an 20 naturnahen Standorten in 8 deutschen Mittelgebirgen ist die sechste „Profilstudie Wandern“ die repräsentativste ihrer Art im Rahmen der zeitgenössischen Freizeit- und Tourismusforschung. Mitten im gegenwärtigen Umbau des expandierenden Wandermarktes bieten ihre auf 2 Bögen verteilten 200 Fragen die Grundlage für eine umfassenden Querschnittsbilanz der modernen Wanderszene. Ihr wichtigstes Ergebnis: Der Ende der 90er Jahre erstmals diagnostizierte Prozeß der Umwandlung des ehemaligen Marschiersports zu einem ganzheitlichen Medium des natürlichen Ausgleichs wachsender zivilisatorischer Belastungen setzt sich fort, Wandern profiliert sich mehr und mehr zur idealen Freizeitaktivität stark stressgeplagter Schichten.

Naturgenuß

Dies verdankt das Wandern vor allem der damit verbundenen Chance, den psychisch immer vereinnahmenderen Anforderungen des hochtechnisierten und kopflastigen Alltagslebens für ein paar Stunden in die Natur entrinnen und dort zu seiner eigenen Natur zurückfinden zu können. Die allseits um sich greifende „mentale Erschöpfung“ verwandelt sich in einem natürlichen Umfeld den einschlägigen Befunden der Naturpsychologie zufolge in eine „anstrengungslose Aufmerksamkeit“, die die innere Natur wieder in ihren basalen Optimalzustand bringt und für neue Stressattacken wappnet.

Von daher nimmt es nicht Wunder, daß die Bedeutung des Naturmotivs beim Wandern kontinuierlich zunimmt. Schon in den 90er Jahren hatte es sich als Leitmotiv herausgebildet - etwa wenn sich auf die Bitte nach einer Selbsttypisierung drei Viertel der Befragten als „Naturgenießer“ klassifizierten. In der aktuellen Studie

erschlossen haben. Mittelgebirge stehen denn auch mit Abstand an der Spitze der bevorzugten Landschaftsformationen, fast drei Viertel der Befragten halten es sogar für denkbar, in einem von ihnen demnächst ihren Haupturlaub zu verbringen.

Konkreter auf mögliche Urlaubsdestinationen und die damit gemachten Erfahrungen angesprochen, werden vorrangig die klassischen Wanderparadiese Schwarzwald, Harz und Bayerischer Wald genannt, die allerdings in ihrer Bedeutung als Zielregionen auch dann von den Alpen relativiert bzw. übertroffen werden, wenn ausdrücklich nur nach Mittelgebirgen gefragt wird. Offenbar liegt nicht nur das Strand-, sondern auch das Wanderparadies nach wie vor im Süden.

Einschränkend ist hierbei zu berücksichtigen, daß manche Regionen ihre Nennung eher dem Bekanntheitsgrad ihrer Namen als entsprechenden Erfahrungen vor Ort verdanken. Andere werden nicht nur im Zusammenhang mit den schönsten, sondern auch mit den schlechtesten Wandererlebnissen am häufigsten genannt. Schließlich zeigt sich ein starker Trend zur Regionalisierung der Zielwahl: Man will zum Wandern wie zum Wandrerurlaub nicht mehr so weit fahren, sondern bleibt lieber in der Nähe.

Unabhängig davon scheint sich die wandertouristische Landkarte gegenüber früher erstaunlich wenig verändert zu haben. Es läßt sich lediglich eine Art Verblässen feststellen, sind doch manche früher einschlägigen Destinationen wie etwa das Sauerland, der Hunsrück oder das Fichtelgebirge fast völlig aus dem kollektiven Wanderbewußtsein verschwunden.

Das gilt in noch stärkerem Maße für die Fernwanderwege. Nur jede/r Zweite kann überhaupt einen bekannten deutschen Wanderweg benennen. Unter ihnen ist der Rennsteig mit Abstand der Prominenteste. Ihm folgen die europäischen Fernwanderwege sowie auf Rang 3 einige wenige Regionalwege, wie etwa der Westweg und der Rothaarsteig, an die sich bereits nicht viel mehr als ein Prozent der Befragten erinnern. Alle anderen Nennungen bleiben vereinzelt, lokal, diffus.

Dabei ist der Rothaarsteig der einzige Neuling, dem mit allergrößten Anstrengungen der Aufstieg in die dritte, vom Westweg angeführte Liga der deutschen Leitwanderwege gelungen ist. Alle anderen mit viel Aufwand beworbenen regionalen Hauptwege, wie etwa die des Erzgebirges oder des Bayerischen Waldes, finden so gut wie keine Erwähnung. Das gilt selbst für solche Regionen, die sich von ihrem aufwendigen Einsatz für den „Deutschen Wandertag“, das in jedem Jahr woanders zelebrierte Großevent des Deutschen Wanderverbandes, einen zusätzlichen Bekanntheitseffekt versprochen haben.

Die mehr oder weniger dürftige Wirkung von Leitwege- und Eventwerbung könnte freilich auch etwas damit zu tun haben, daß die klassischen Wanderformen weiter an Bedeutung verloren haben. Das trifft besonders auf geführte Touren in größeren Gruppen mit oder ohne Vereinsbezug zu, aber auch auf mehrtägige Unternehmungen, wie sie als Pauschalen mit dem Zusatz „ohne Gepäck“ gleichwohl noch immer massenhaft offeriert werden. Derlei Angebote liegen offenbar jenseits des Trends - ähnlich wie übrigens die auf der anderen Seite des Wegespektrums zu tausenden voller Lokalstolz präsentierten Lehrpfade und Themenwege, die mit ihren letztlich pädagogischen Ambitionen den unmittelbaren Naturgenuß zu kurz kommen lassen.

Klassische Motive

Wenn sich also nach wie vor ein Großteil der wandertouristischen Angebote und der Werbung auf der falschen Spur befindet, so sind dafür neben den genannten noch weitere Veränderungen in der Bedürfnislage von Wandernern verantwortlich.

So hat sich ihre Neigung zu individuellen Touren weiter verstärkt. Sie werden vor allem als eintägige Rundwanderungen geplant und schließen ein spontanes Abweichen von der geplanten Strecke nicht aus. Zwar hat in der aktuellen Studie erstmals wieder die soziale Komponente des Wanderns einen Bedeutungszuwachs erfahren, aber der Wunsch nach gemeinsamen Unternehmungen beschränkt sich auf das individuelle Freundes- und Familienumfeld.

Zum anderen sind die kulturellen Aspekte und Ziele des Wanderns zu Gunsten der wachsenden Naturzuwendung weiter zurückgedrängt worden. Sie belegen – stets auf gleicher Höhe mit den gastronomischen Bedürfnissen – nur mehr den dritten Rang der Motivskala. Zwar ist man an kulturellen Sehenswürdigkeiten oder Events durchaus interessiert, beschäftigt sich mit ihnen aber lieber außerhalb der eigentlichen Wanderungen. Hierzu ist durchaus Zeit und Kraft vorhanden, sind Fußtouren doch selbst für aktive Wanderer keineswegs die einzigen Freizeitfüller. An Stelle des Nur-Wanderers dominiert längst der „multi-optionale“ Gast, der auch gerne Besichtigungen unternimmt und ins Konzert oder Restaurant geht. Das eröffnet dem Tourismus die Chance zur Entwicklung attraktiver Kombi-Angebote.

Dieser Trend bezieht vor allem auch andere Natursportarten ein, von denen Wanderer besonders jenen Varianten frönen, bei denen die eigene Fortbewegung gewissermaßen schwebend erfolgt. So benennen zwei Drittel der Befragten Radeln als Zweithobby, aber auch Schwimmen, Ski und Kanu finden erheblichen Anklang. Alle diese Sportarten zeichnen sich nicht nur durch eine gewisse Naturnähe, sondern auch durch die zeitgeistig verstärkte Betonung ihrer Genußkomponenten aus.

Hierzu paßt es, daß die Freude an der Bewegung eindeutiger noch als früher den zweiten Platz in der Motivskala der Wanderer einnimmt. Erstmals hat die mittlere Tourenlänge wieder zugenommen, und zwar gleich um zwei von 13 auf 15 km. Überdies ist für mehr als ein Viertel der Wanderer auch im Winter volle Saison, nur jeder Achte gönnt seinen Wanderstiefeln einen Winterschlaf. Andererseits verbinden sich mit dem verstärkten Bewegungsdrang weniger als je sportliche Ambitionen. Dementsprechend stoßen Walking und Nordic Walking, beides Ableger sportlicher Disziplinen wie Joggen und Skifahren, trotz intensiver Bewerbung nur bei mageren 9% bzw. 2% der Wanderer auf Interesse. Über ähnlich niedrige Anhängerzahlen kommen auch Mountainbiking und Klettern nicht hinaus.

Offenbar will man in der Natur auf möglichst natürliche Weise unterwegs sein. Technische Hilfen werden nur akzeptiert, soweit sie das Wandern erleichtern. Ein knappes Drittel der Wanderer ist mittlerweile davon überzeugt, daß Wanderstöcke hierzu geeignet sind, sofern sie nicht wie beim Nordic-Walking wild geschwungen werden müssen. Einen Kompaß mutet sich dagegen nur jeder Zehnte zu, seine moderne elektronische Variante in Form von GPS-Empfängern haben sich bislang nur 2% zugelegt: Den damit verbundenen technikkundlichen Stress will man sich draußen in der Natur nicht antun.

Was dagegen den Wandergenuß erhöht, ist mehr als willkommen. Unterwegs und mehr noch nach der Tour belohnt man sich gern mit kulinarischen Genüssen vorzugsweise aus der gerade durchstreiften Region. Die Urlaubsunterkunft sollte möglichst im Grünen liegen und dem in der Natur wiedergefundenen Harmoniegefühl durch eine möglichst familiäre Atmosphäre gerecht werden.

Zielgruppendifferenzierung

Die Sehnsucht nach Harmonie, die sich beim Wandern letztlich mit der Suche nach dem (natürlichen) Paradies verbindet, ist offenbar bei jenen besonders ausgeprägt, die ihr Leben ansonsten naturfern und bewegungsarm fast ausschließlich in hochtechnisierten, häufig auf zweidimensionale Bildschirme verflachten Kunstwelten

verbringen müssen. Kaum anders ist es zu erklären, daß der bereits seit Ende der 90er Jahre beobachtete Trend zur Akademisierung des Wanderpublikums ungebrochen anhält. Verfügte seinerzeit nur ein Drittel der unterwegs Angetroffenen über das Abitur und/oder einen Hochschulabschluß, so ist dieser im Vergleich zur Gesamtbevölkerung ohnehin weit überproportionale Anteil mittlerweile auf knapp die Hälfte angewachsen.

Da andererseits das Durchschnittsalter der Wanderer nicht weiter gesunken ist, sondern mit 48 Jahren in etwa dem Bevölkerungsmittel entspricht, kann das nur bedeuten, daß sich der Nachschub der Wanderbewegung zum überwiegenden Teil aus den gehobenen Bildungsschichten rekrutiert. Aus touristischer Sicht handelt es sich hierbei um ein äußerst attraktives Publikum, das aber, wie das beschriebene Erwartungsprofil zeigt, wachsende Ansprüche vor allem an Landschaft und Infrastruktur stellt.

Spätestens an dieser Stelle stellt sich die Frage, wem genau das bislang vorgestellte generelle Erwartungsprofil eigentlich zuzuschreiben ist. Sind wirklich alle wandernden Zeitgenossen primär auf Naturgenuß abonniert? Fungieren die Inhaber gehobener Bildungsabschlüsse tatsächlich als Trendsetter? Ist der kilometerbegeisterte Traditionswanderer gänzlich von der Bildfläche verschwunden? Kurz: Gibt es „den“ Wanderer, wie er als statistische Fiktion aus den erhobenen Daten herausgefiltert wurde, überhaupt?

Diese Frage ist nicht ohne weiteres mit Nein zu beantworten. Denn wie immer, wenn wir mit purer Natur konfrontiert werden, reagieren wir dank unseres gemeinsamen Erbes als Naturwesen bemerkenswert einheitlich. Von daher charakterisieren die herausgearbeiteten Merkmale tatsächlich einen breiten Mainstream unter Deutschlands Wanderern. Wer sich als Anbieter konsequent im Wandermarkt auf diesen modernen Normalwanderer einstellt, kann eigentlich nichts falsch machen.

So fallen etwa die statistischen Differenzen zwischen wandernden Männern und Frauen außerordentlich gering aus. Abgesehen von den in der älteren Generation noch durchgängigen Bildungsunterschieden zeigen sich Frauen lediglich etwas aufgeschlossener gegenüber Natur und Kultur am Wegesrand, während Männer etwas mehr den Leistungsaspekt des Fußsports betonen.

Auch die den Wert der Profilstudien generell in Frage stellende Befürchtung, daß Urlauber ein ganz anderes Verhältnis zum Wandern entwickeln als Einheimische oder Tagesgäste, findet in den Zahlen keine Bestätigung. Da manch einer überhaupt nur im Urlaub seine Beine länger in Bewegung setzt, fällt die durchschnittliche Wanderhäufigkeit übers Jahr bei Feriengästen zwangsläufig geringer aus. Die daraus resultierenden touristisch relevanten Folgen bleiben indes zweitrangig.

Das Gegenstück zu dem unter Urlaubern stärker vertretenen Gelegenheitswanderer ist der Vielwanderer. Wer erwartet, daß sich hinter ihm der klassische „Kilometerfresser“ verbirgt, wird ebenfalls enttäuscht: Im Mittel sind seine Touren genauso lang wie die der Wenigwanderer. Dafür ist er allerdings im Schnitt um 12 Jahre älter - die Bereitschaft zu regelmäßigem Wandern nimmt also mit dem Alter erheblich zu. Mit dieser Bereitschaft verbindet sich - wen wundert's - ein wesentlich breiteres Motivspektrum. Eine ganz besondere Wirkung scheint das ohnehin zentrale Naturmotiv zu entfalten. Vielwanderer wollen der Zivilisation so weit wie möglich entfliehen und lehnen daher geteerte oder straßennahe Wege kategorisch ab.

Abgesehen von ihrer Naturliebe werden sie von einer ungewöhnlichen Neugier auf unbekannte Landschaften angetrieben, was ihnen eine Schrittmacherrolle bei der Wiederentdeckung der deutschen Wanderlandschaften sichert. Davon und den einschlägigen Folgen des höheren Alters abgesehen unterscheiden sich auch die Vielwanderer unerwartet wenig vom Mainstream.

In noch geringerem Maße ist das für die Langwanderer der Fall, die zu jenem Viertel des Laufpublikums gehören, welches sich noch Strecken von 20 km und mehr zutraut. Selbst mit marathonverdächtigen Distanzen verbinden sich, abgesehen von einer stärkeren Neigung zu Mehrtagestouren, keine größeren sportlichen Ambitionen und auch keine höheren Wanderfrequenzen. Im Gegensatz zu den Vielwanderern sind sie auch nicht sonderlich älter als der Durchschnittswanderer. Erneut wird damit ein gängiges Wanderklischee widerlegt und zugleich das hohe Maß an Homogenität der Wanderszene unterstrichen.

Das ändert sich erst, wenn man Alt und Jung auseinanderdividiert. Denn die Befragten unter 40 haben ein erheblich lockereres Verhältnis zum Wandern als die über 60. Man ist deutlich seltener, wenn auch nicht weniger lang unterwegs. Dafür sucht man eher das Erlebnis und die sportliche Herausforderung, aber auch einen noch engeren Kontakt zur Natur, besonders in ihren abenteuerlichen Varianten. Gleichwohl schätzt man weder Naturlehrpfade noch Fernwanderwege sonderlich. Auch mit geführten oder Vereinstouren haben junge Leute weniger im Sinn. Mit den klassischen Wanderpauschalen kann man ihnen also nicht mehr kommen.

Die Wandersenioren sind dagegen sehr viel mehr dem Wandern als solchem zugetan. Sie sind erheblich stärker dazu motiviert und entsprechend öfter unterwegs. Im Laufe ihres reichen Wanderlebens haben sie eine besondere Liebe zur heimischen Mittelgebirgslandschaft entwickelt, schätzen deren Infrastruktur und haben auch ein Auge für ihre vielfältigen kulturellen Sehenswürdigkeiten. Aus inlandtouristischer Perspektive stellen sie zweifellos das dankbarere Publikum dar, zumal sie die Dinge genießerischer angehen und länger vor Ort bleiben.

Daß die ältere Generation angesichts fehlender Möglichkeiten seltener über gehobene Bildungsabschlüsse verfügt, hat umgekehrt für die Gruppe der Besitzer solcher Abschlüsse zur Folge, daß sie ihrerseits im Schnitt 9 Jahre jünger als Wanderer mit Standardbildung sind. Das aber heißt, daß es sich bei den Inhabern von Abitur und Diplom um ein besonders zukunftssträchtiges Wanderpublikum handelt. Schon jetzt sind sie öfter zu Stippvisiten in den Mittelgebirgen unterwegs, auch wenn sie altersgemäß nicht so häufig auf Tour sind und mehr für fremde Landschaften übrig haben.

Um sie vollends zu gewinnen, bedarf es allerdings erheblicher Anstrengungen bei der wandertouristischen Erschließung der Landschaft. Denn die Besitzer von Bildungszertifikaten zeichnen sich durch einen extremen Individualismus aus. Sie wollen die Natur möglichst auf eigene Faust und in kleinem Kreis entdecken. Um diesen Erwartungen gerecht zu werden, sind neben besonders naturnahen, zivilisationsfernen Arealen auch die etwas abenteuerlichen Landschaftselemente wie Felsen oder Höhlen verstärkt zugänglich zu machen. Dafür sind die Ansprüche an die Infrastruktur geringer. Besonders ansprechbar sind die wandernden Bildungsschichten auf Kombi-Offerten von eindringlichen Natur- und Kultur-Erlebnissen, die aber nicht im Gewand festgezurrtter Pauschalen daherkommen dürfen.

Angesichts dieser Befunde könnte man fast versucht sein, die Inhaber gehobener Bildungszertifikate als eigentliche Vorhut der modernen Wanderbewegung zu klassifizieren, zumal sie ohnehin im Begriff sind, die Mehrheitsposition zu übernehmen. Ihre eindeutigsten Antipoden auf dem Wandermarkt sind die Angehörigen von Wandervereinen, die von der Profilstudie gleich in zwei Varianten erfaßt wurden: Als „normale“ Mitglieder diverser wandernaher Vereine, die im Fragebogen an der entsprechenden Stelle ein Kreuzchen gesetzt haben, und als Aktivisten des Deutschen Wanderverbandes, der die regional ausgerichteten Wandervereine vertritt und sich jährlich im Rahmen des „Deutschen Wandertages“ der Öffentlichkeit als zwar nicht mehrheitliche, aber vom Anspruch her führende Lobby-Organisation der deutschen Wanderer vorstellt. Anlässlich des Wandertages 2003 im Erzgebirge wurden über 200 seiner Besucher zusätzlich zur Basisstichprobe mit dem Fragebogen der Profilstudie konfrontiert, dessen Auswertung das Bild eines geradezu extrem vom Mainstream abweichenden organisatorischen Kerns der Wanderbewegung entwirft.

Es sind speziell die auf dem Wandertag anzutreffenden Verbandsaktivisten, die den konservativen Pol der Bewegung repräsentieren. Sie heben sich nicht nur drastisch vom Durchschnitt der Wanderer, sondern teilweise auch von den „normalen“ Vereinsmitgliedern ab. Das reicht von den demographischen Grunddaten über die Wandergewohnheiten bis zu den Landschaftsvorlieben.

So sind die Wandertagsbesucher mit 64 Jahren im Schnitt 8 Jahre älter als normale Vereinsmitglieder, deren Alter seinerseits um knapp 10 Jahre über dem der Nichtorganisierten liegt. Allein hiermit verbindet sich nicht ein im Mittel zwangsläufig niedrigeres Bildungsniveau, sondern auch eine stärkere Vorliebe für die heimischen Mittelgebirge und ihre kulturellen Sehenswürdigkeiten sowie eine größere Zufriedenheit mit der gewohnten heimischen Infrastruktur. Als häufig ehrenamtlich tätige Vereinsangehörige hält man natürlich besonders viel von der großen Wandergemeinschaft, ist zugleich aber weniger genußorientiert – sowohl was leiblichen Genüsse als auch was Naturschönheiten betrifft. Wandertagsbesucher sind in ungewöhnlich hohem Maße Nur-Wanderer, die auch anderen Natursportarten weniger abgewinnen können.

Gemeinsam ist dagegen allen Vereinsangehörigen, daß sie besonders häufig auf Tour und dafür optimal ausgerüstet sind, eine überdurchschnittliche Neigung zu Mehrtagestouren und Fernwanderwege hegen sowie gerne unbekannte Regionen kennenlernen, also immer wieder neue Ziele ansteuern. Die Sympathie für Vereinswanderungen ist zwar überdurchschnittlich, beschränkt sich aber nur auf ein gutes Drittel der Vereinsangehörigen. Nicht ganz den Erwartungen entspricht auch der Befund, daß die durchschnittliche Tourenlänge bei durchschnittlichen Vereinsmitgliedern zwar größer, beim aktiven Kern aber deutlich geringer ausfällt. Im Gegensatz schließlich zu den Wandertagsbesuchern zeichnen sich die Normalmitglieder durch einen besonders starken Drang zur Natur, eine Vorliebe für Pfade und eine überproportionale Liebe zu den Alpen aus.

Stärkere Abweichungen vom Durchschnitt als die Vereinsprofile zeigen lediglich die Regionalprofile der acht an der Erhebung beteiligten Mittelgebirge. Bei der überwiegenden Mehrheit der Fragen weichen die regional-spezifischen Antwortquoten um 10 bis 20 Prozent, häufig auch mehr voneinander ab. Besonders stark fallen die landschaftlichen Vorlieben und die Wanderintensität, aber auch die Bewertung der Infrastruktur auseinander. Beim Alter reichen die regionalen Mittelwerte von 40 bis zu 58 Jahren, beim Urlauberanteil von 25 bis 60 Prozent. Angesichts der nicht selten die Marke von 30% überschreitenden Unterschiede bedarf eine professionelle Modernisierung des wandertouristischen Angebots, will sie dem angestammten Publikum gleichermaßen gerecht werden und ein neues gewinnen, einer sensiblen Ausrichtung an den jeweiligen Regionalprofilen.

Das in entscheidenden Punkten besonders herausfallende Profil des Bayerischen Waldes gab Anlaß zu der Frage, welche Rolle hierbei der Umstand spielt, daß alle dortigen Befragungsorte im Nationalparkgebiet liegen. Da das auch in zwei anderen Befragungsregionen (Harz, Elbsandstein) der Fall ist, konnte dieser Frage in einem summarischen Vergleich der Regionen mit und ohne Nationalpark nachgegangen werden. Dessen Ergebnisse fallen jedoch dürftig aus. Zwar liegt das Durchschnittsalter der Parkbesucher um einige Jahre niedriger als der Schnitt, doch könnte das auch auf den Relief- und Fels-Reichtum der drei Nationalparkregionen zurückzuführen sein. Überdies sind dort häufiger Gelegenheitswanderer unterwegs. Alles in allem bestätigt sich der zuvor schon gewonnene Eindruck, daß Wanderer den Nationalparkstatus nur sehr am Rande wahrnehmen, dessen wandertouristische Attraktivität also in der Regel überschätzt wird.

Wesentlich bedeutsamer für die Zukunft des Wanderstandortes Deutschland dürften dagegen jene wenigen Themen sein, zu denen sich die Wanderer über alle Regionen hinweg einheitlich geäußert haben. Es sind vor allem drei Dinge, auf die man beim Umgang mit Wanderern absolut sicher setzen kann: Den Naturgenuß als ihr dominierendes Motiv, ihre Aversion gegenüber Teer, Schotter und Verkehr als dessen hauptsächliche Störfaktoren und die weitgehende Ablehnung sportlicher Wandervarianten bis hin zu Walking und Nordic Walking.

Da letztlich auch die Negativfaktoren nur die Dominanz des Naturgenuß-Motives unterstreichen, wird man hierin den Schlüssel zum modernen Wandergast und seinen erhöhten Ansprüchen an das Wandern in den deutschen Mittelgebirgen sehen müssen. Wenn es mehr denn je um eine Anhebung der Angebotsqualität in den Wanderdestinationen geht, dann wird sie sich zuallererst hieran ausrichten müssen. Die auf der Basis der Vorgängerstudien entwickelten Qualitätskriterien bieten hierfür eine klare Handhabe - die Profilstudie Wandern 2003 hat sie in voller Breite bestätigt.

Forschungsgruppe Wandern • Wandermagazin • Projektpartner Wandern

Ihre Meinung

zum Thema Wandern

Sie können in der Regel mehrere Antworten pro Frage ankreuzen!

Sie befinden sich zur Zeit in einer bekannten Wanderlandschaft.

Wie beurteilen Sie ganz allgemein die markierten Wanderwege in der Region?

sehr gut gut
 befriedigend ungenügend

Was gefällt Ihnen an den Wanderwegen ganz besonders? _____

Und was gefällt Ihnen weniger oder gar nicht? _____

In welcher deutschen Wanderregion haben Sie die schönsten Wandererlebnisse gehabt? die **schlechtesten** Wandererlebnisse gehabt?

in _____ in _____

Fallen Ihnen spontan Namen bekannter Fernwanderwege ein?

1. _____ 2. _____
3. _____

Welche Art von Wanderung bevorzugen Sie besonders?

Tagestour Streckenwanderung von A nach B
 Mehrtagestour Rundwanderung zurück zum Ausg.-Punkt
 Hüttenwanderung Abend- oder Nachtwanderung
 Geführte Wanderung Sportliche Tour
 Individuelle Tour Naturkundlicher Schwerpunkt
 Vereinswanderung Geschichtlicher Schwerpunkt

Können Sie sich als Ziel Ihrer nächsten Haupturlaubsreise eine deutsche Mittelgebirgsregion vorstellen?

ja nein

Wenn Ja, welche?

Wandergewohnheiten

In der grünen Jahreszeit wandere ich etwa

wöchentlich bis 14-täglich einmal pro Monat seltener

Ich wandere auch im Winter

häufiger gelegentlich nie

Heute habe ich vor etwa km bzw. Stunden zu wandern.

Im Vergleich zu früher wandere ich in letzter Zeit

mehr etwa genauso viel weniger

Wie planen Sie normalerweise Ihre Wanderungen?

Ich streife einfach so durch die Landschaft.
 Ich suche mir die Wanderstrecke vorher auf der Karte aus.
 Die Wanderplanung überlasse ich lieber anderen.
 Ich richte mich gerne nach Wanderempfehlungen von Bekannten.
 Ich folge gerne den Vorschlägen aus Wanderbüchern.
 Ich nehme schon mal spontan einen anderen Weg als geplant.
 Ich gehe vor allem Wege, die ich schon kenne.

Welche Wanderziele finden Sie besonders attraktiv?

- Berggipfel Schöne Ortschaften Museen
 Gewässer (Bach, See) Ausflugslokale Moore
 Bewirtschaftete Hütten Ausgrabungsstellen Burgen, Schlösser
 Naturschutzzentren Geschützte Biotope Heimische Urwälder
 Eine Felsklamm Wald-Info-Stationen Begehbare Höhlen

Auf welcher Art von Wanderwegen gehen Sie besonders gern?

Schmale Wald- und Wiesenpfade Aussichtsreiche Kammwege
 Breite bequeme Wege Asphaltierte Wege
 Steile Wege, Bergpfade Fernwanderwege
 Befestigte Schotterwege Naturlehrpfade
 Naturnahe Erd- und Graswege Ohne Wegspur, querfeldein
 Markierte Wanderwege Wege entlang von Straßen
 Wege durch Ortschaften Wege zu einem bestimmten Thema

Wonach orientieren Sie sich in unbekannter Landschaft am liebsten?

- Wandermarkierungen Wegweiser Orientierungstafeln
 Wanderkarten Wegebeschreibungen Tipps von Bekannten

In welcher Art von Landschaft wandern Sie besonders gern?

Waldreiche Landschaft Flachland
 Aussichtsreiche Landschaft Mittelgebirge
 Deutschsprachige Alpen Alpen Almhöhe
 Fremdsprachiges Ausland Alpen Gipfelhöhe
 Wildnis, exotische Landschaft Heide
 Naturschutzgebiet, Nationalpark Strand, Ufer

Wanderurlaub: Worauf legen Sie bei Ihrer Unterkunft besonderen Wert?

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

Zum Schluß noch einige Routineangaben für die Statistik:

Ihr Alter: Jahre

Ihr Geschlecht: männlich weiblich

Ihr Bildungsabschluß (bzw. zur Zeit besuchte Bildungseinrichtung):

Standard (z.B. Hauptschule) Höhere Schule (Abitur, Fachabitur)
 Zehnjahresschule (z.B. Realschule) Hochschule / Fachhochschule

Ich wohne ganz in der Nähe (einheimisch).
 Ich habe heute einen größeren Ausflug hierher gemacht (Tagesgast).
 Ich verbringe ein paar Tage Urlaub in der Region (Urlaubsgast).
 Ich bin Mitglied in einem Wanderverein.

Vielen Dank für Ihre Mühe!

Verantwortlich: Dr. Rainer Brämer, Universität Marburg, Tel. 0 64 21 / 2 82 47 09

Forschungsgruppe Wandern • Wandermagazin • Projektpartner Wandern

Ihre Meinung

zum Thema Wandern *Sie können in der Regel mehrere Antworten pro Frage ankreuzen!*

Sie befinden sich zur Zeit in einer bekannten Wanderlandschaft. *Was gefällt Ihnen an den Wanderwegen ganz besonders?*

Wie beurteilen Sie ganz allgemein die markierten Wanderwege in der Region?

sehr gut gut befriedigend ungenügend

Und was gefällt Ihnen weniger oder gar nicht?

Interessieren Sie sich für Lehrpfade? ja teils, teils nein

Welches Thema fänden Sie besonders interessant

Waldbau Geologie Landwirtschaft Pflanzen Wein
 Lokale Berühmtheiten Geschichte Tiere Naturschutz n. davon

Was stört Sie beim Wandern besonders?

Herumliegende Abfall Lange Strecken durch Ortschaften
 Längere Strecken auf Asphalt Fehlerhafte Wanderkarten
 Verkehrslärm Irreführende Wegweisung
 Zerfahrene oder schlammige Wege Häufiges bergauf und bergab
 Entgegenkommende Wandergruppen Radfahrer, Mountainbiker
 Grobschotterte Wege Zugewachsene Aussichten
 Reiter Regenschauer
 Autoverkehr auf den Wegen Hitze

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

Wetterfeste Jacke Thermoskanne
 Spezielles Wanderhemd Wasser / Saft
 Wanderstock / -stöcke Süßigkeiten
 Rucksack Fernglas
 Wanderhose Wanderkarten
 Wanderschuhe Kompass
 Mütze GPS
 Regenschutz Wanderliteratur
 Butterbrote Funktionsunterwäsche
 Obst Schlafsack

Was ist Ihre Meinung zu Natur und Umwelt?

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

Auf welche Landschaftsausstattung legen Sie besonderen Wert?

- Aussichtstürme Ausflugslokale Schutzhütten
 Sitzbänke Parkplätze im Grünen Papierkörbe

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

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

Wandergewohnheiten

- In der grünen Jahreszeit wandere ich etwa*
- wöchentlich bis 14-täglich einmal pro Monat seltener

Die heutige Tour habe ich

- schon länger geplant erst (vor)gestern ins Auge gefaßt
 mir heute morgen ganz spontan vorgenommen

Heute habe ich vor etwa km bzw. Stunden zu wandern

Was machen Sie außer Wandern sonst noch besonders gern?

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

Zum Schluß noch einige Routineangaben für die Statistik:

Ihr Alter: Jahre

Ihr Geschlecht: männlich weiblich

Ihr Bildungsabschluß (bzw. zur Zeit besuchte Bildungseinrichtung):

- Standard (z.B. Hauptschule) Höhere Schule (Abitur, Fachabitur)
 Zehnjahresschule (z.B. Realschule) Hochschule / Fachhochschule

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

Vielen Dank für Ihre Mühe!

Verantwortlich: Dr. Rainer Brämer, Universität Marburg, Tel. 0 64 21 / 2 82 47 09

