

Profilstudie Wandern '04

Grenzenlos Wandern

Rainer Brämer, Matthias Gruber

INHALT

1. Profilstudie 2004: Blick über die Grenzen	S. 3
2. Die Stichprobe: Über 50 Standorte in 5 Ländern	S. 7
3. Status: Stabile Zusammensetzung	S. 11
4. Motive: Wandern im Wohlfühlrend	S. 14
5. Landschaft: Hang zu mittleren Höhen	S. 17
6. Ziele: Einkehr auf dem Gipfel	S. 20
7. Deutschland: Traumziele in der Konkurrenz	S. 23
8. Ausland: Verlockende Fernen	S. 29
9. Wege: Steigende Ansprüche	S. 33
Spontanes Lob	S. 34
Spontane Kritik	S. 38
Erklärte Vorlieben	S. 40
Infrastrukturwünsche	S. 43

10. Fernwege: Weitgehend unbekannt	S. 45
11. Touren: Rundwanderung immer beliebter	S. 51
12. Information: Wunsch nach Höhendifferenzen	S. 54
13. Aufwand: Wachsende Kapazitäten	S. 57
14. Freizeit: Steigende Aktivitätsbereitschaft	S. 60
15. Sonderthema Pilgern: Ein Trend auf dem Prüfstand	S. 62
16. Standarddifferenzierung: Dominanz des Alters	S. 65
Geschlecht: Frauen als Trendsetter	S. 66
Alter: Nachwuchs sucht Herausforderung	S. 67
Bildung: Drang in die Ferne	S. 74
17. Gästestatus: Alte Hasen	S. 79
Urlauber	S. 79
Stammwanderer	S. 82
Vereine	S. 87
18. Regionalprofile: So unterschiedlich wie die Landschaften	S. 92
Absoluter Konsens	S. 92
Extreme Profilierung	S. 94
19. Nationalprofile: Einig Volk von Wanderern	S. 97
Kernüberzeugungen	S. 98
Nationale Vorbehalte	S. 98
20. Alpen auf der Höhe? Mittelgebirge nicht mittelmäßig	S.100
Anhang: Der Fragebogen	S.104

Mit freundlicher Unterstützung von Wandermagazin und Messe Düsseldorf



1. PROFILSTUDIE 2004

TRAUMZIEL SÜDEN

Auch im siebten Durchlauf befinden sich die "Profilstudien Wandern" immer noch in der Experimentierphase. Bis zum Ende der 90er Jahre hatte sich kaum jemand um das massenhafte Kernpublikum des deutschen Mittelgebirgstourismus gekümmert. Wer etwas über seine Gewohnheiten und Wünsche wissen wollte, musste mühsam in den Diplom-Archiven deutscher Universitäten suchen und fand meist nur bruchstückhafte Erkenntnisse. Erst als mit dem Rothaarsteig das Pionierprojekt der gezielten Schaffung einer neben dem Rennsteig zweiten deutschen Wandermarke Gestalt gewann, waren Marktanalysen unumgänglich: Wenn schon Millionen in einen neuen Wanderweg investiert werden sollten, für dessen Anlage man nach früheren Maßstäben kaum mehr als Schilder und Farbe gebraucht hätte, musste Klarheit über die Projektkoordinaten herrschen. Die ersten Profilstudien hatten daher vor allem solche Fragen zu klären, die mit den Erwartungen moderner Wanderer an erlebnisreiche Wanderwege zusammenhingen.

Räumlich gesehen konzentrierten sich die ersten Befragungen der Jahre 1998 bis 2000 verständlicherweise auf das mitteldeutsche Umfeld des Rothaarsteigs, auch wenn mit dem Schwarzwald der unverkennbare Marktführer des deutschen Wandertourismus von Anfang an stets einbezogen war. Erst die sechste Profilstudie des Jahres 2003 unternahm nach zwei Ausflügen zu speziellen Zielgruppen den Versuch einer repräsentativen Erfassung der deutschen Wanderbewegung mit standardisierten Querschnittsfragen und einer Stichprobenszusammensetzung, in der außer der Mitte auch Nord und Süd, West und Ost vertreten war. Nach dieser umfassenden Querschnittsbilanz ist im Jahre 2004 wieder Raum für neugierige Schritte in unbekanntes Terrain.

Und diese Schritte gehen Richtung Süden, in das erklärte Urlaubswanderparadies der Deutschen. Das liegt nicht nur in Süddeutschland, wo Schwarzwald, Allgäu, Oberbayern und Bayerwald um die Sympathie der Wanderer werben, sondern natürlich auch in den benachbarten Mittel- und Hochgebirgen. Wenn kaum mehr als ein Drittel aller deutschen Wanderer ihre Haupt-urlaub in Deutschland verbringen, wird man die Mehrheit anderswo suchen müssen, am ehesten noch in den unmittelbaren Nachbarländern.

Daher wagt die Profilstudie 2004 erstmals einen gründlichen Blick über die Grenzen. Ein erster Testlauf fand schon im Herbst 2003 in Tirol statt, beschränkte sich allerdings auf den grenznahen Raum. Diesmal reisten unsere Interviewer mitten in die südlichen Wanderparadiese der Deutschen - angefangen von Österreich über die Schweiz bis in die Vogesen.

Welchen Stellenwert haben ausländische Destinationen für deutsche Wanderer? Welche Spezies von Wanderern tourt bevorzugt diesseits oder jenseits der Grenzen? Wie unterscheiden sich Hochgebirgs- von Mittelgebirgs-wanderer? Was ist der besondere Reiz der Alpen? Was ändert sich, wenn sich zwar nicht die Landschaft, aber die Sprache ändert? Welche deutschen Wanderer zieht es in ein fremdsprachiges Umfeld? Wandern die Angehörigen anderer Nationen anders?

Schließlich ist das "heilige Jahr" des Jakobsweges ein optimaler Anlass, an seinem Beispiel einmal dem neuen Trend des Pilgerwanderns nachzugehen. Tatsächlich erweckten die Medien im Heiligen Jahr der Jakobswallfahrt fast den Eindruck, dass alle Welt nach Spanien unterwegs sei. Um dieser Hype auf die Spur zu kommen, wurden nicht nur spezielle Fragen zum Thema Pilgerwandern in den Fragebogen aufgenommen, sondern auch Interviewer an das originale Vorbild aller nachempfundenen Jakobswegen, an den spanischen Camino, entsandt. Sind die in diesem Jahr geradezu massenhaft nach Santiago de Compostela strömenden Wallfahrer die Vorhut einer neuen, innengeleiteten Wanderbewegung? Entdecken die Deutschen das Pilgern oder handelt es sich bei den Muschelträgern um eine ganz eigene Spezies von Wanderfans?

Derlei Ausflüge in fremde Wandergefilde macht freilich nur Sinn, wenn man die dortigen Befunde mit der hiesigen Wandernormalität vergleichen kann. Von daher gibt es erneut eine große einheimische Vergleichsstichprobe, die sich um des stimmigeren Vergleichs willen vor allem aus den süddeutschen Mittelgebirgen rekrutiert. Sie bietet nicht nur neue Einsichten in regionale Besonderheiten der südlichen Wandergefilde in Deutschland, sondern überdies die Chance, die im letzten Jahr ausgewiesenen Trends auf ihre Dauerhaftigkeit zu überprüfen. Dabei ist freilich die regionale Südlastigkeit der Erhebung in Rechnung zu stellen, der Verzicht auf nord- und ostdeutsche Destinationen schränkt die Vergleichbarkeit der diesjährigen mit den letztjährigen Befunden zwangsläufig ein. Andererseits treten die neuen Wandertrends in den klassischen Wanderparadiesen des Südens zuerst zutage, und aus dieser Sicht trifft vielleicht gerade die Konzentration der '04er Studie auf die südlichen Mittel- und Hochgebirge mehr als ihre Vorgänger ins Schwarze.

Das wird durch die hohe Zahl der Befragten und die Konzentration des Fragebogens auf die wandertouristischen Schlüsselfragen unterstrichen. Alles

in allem haben rund 4.800 mehr oder weniger fußfreudige Menschen jeweils 127 Fragen beantwortet, also dem Statistikprogramm SPSS über 600.000 Daten geliefert. Daraus lässt sich eine Vielzahl an aktuellen Einsichten gewinnen, von denen im vorliegenden Ergebnisbericht nur für die wichtigsten Platz ist. Sie betreffen die Basisbefunde, die Routine-Differenzierung nach Geschlecht, Alter, Bildungsgrad und Region sowie, wie schon 2003, die Zielgruppen der Urlauber und Wandervereinsmitglieder. In einem abschließenden Sonderkapitel werden Erwartungen und Gewohnheiten von deutschen Mittelgebirgs- und Hochgebirgswanderern über die nationalen Grenzen hinweg einander gegenübergestellt.

Darüber hinaus sind einige reizvolle Sonderstudien geplant, die den Rahmen der Basisauswertung sprengen:

- Eine Gesamtstudie Baden-Württemberg arbeitet die Unterschiede der neun in die Studie einbezogenen Standorte des südwestlichen Bundeslandes heraus.
- Spezielle Regionalstudien für weitere Standorte geben Auskunft über aktuelle Besucherprofile, an denen sich eine gezieltere Angebotsgestaltung ausrichten oder auch die Überlegung orientieren kann, ob und wie man neben den alten auch neue Zielgruppen anspricht.
- Eine Alpenstudie vergleicht die Wanderszenen in Österreich und der Schweiz bis herunter auf die Ebene der Bundesländer und Kantone und fragt nach nationalen Wandereigenarten im Sinne einer Differenzierung nach deutscher, österreichischer und schweizerischer Herkunft.
- Eine Oberrheinstudie stellt die Spezifika der Wanderer im Südschwarzwald, am Bodensee, im Berner Oberland und in den Vogesen gegenüber.
- Eine Pilgerstudie geht dem jüngsten, scheinbar religiös inspirierten Wandertrend am Beispiel internationaler Ambitionen und spanischer Realitäten nach.

Derartige Zusatzstudien bleiben in der Regel für eine längere Sperrfrist denjenigen vorbehalten, die sich freundlicherweise an der Finanzierung der Profilstudie beteiligt haben. Das sind in diesem Jahr zum einen die Messe Düsseldorf in Zusammenhang mit der "Tour Natur 2004" und das Wandermagazin als Hauptförderer sowie eine Reihe deutscher Wanderdestinationen, die an entsprechenden Regionalstudien interessiert sind. Für diese umfangreiche Unterstützung bedankt sich das Deutsche Wanderinstitut, in der Nachfolge der Projektpartner Wandern in Zukunft zuständig für die jährlichen Profilstudien, nachdrücklich bei allen Förderern. Damit verbindet sich die Hoffnung, wie bisher so auch in Zukunft speziell der Tourismuswirtschaft Anregungen und Anstöße zu geben, um sich dem Wanderpublikum noch gezielter zuwenden zu können.

Unser Dank gilt aber auch den vielen Mitarbeitern vor Ort, die an oft 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. Besondere Verdienste hat sich in diesem Zusammenhang Ingo Lange erworben, der den größten Teil der Befragungen organisiert und selber durchgeführt sowie die komplette Datencodierung übernommen hat.

2. DIE STICHPROBE: ÜBER 50 STANDORTE IN 5 LÄNDERN

Die bundesdeutsche Basisstichprobe umfasst 2.471 Teilnehmer, die zwischen Frühjahr und Herbst 2003 an nahezu 30 Wanderstandorten in 9 deutschen Wanderregionen befragt worden sind. Die Befragungsorte waren in der Regel nur zu Fuß zu erreichen und lagen eine beträchtliche Strecke vom nächsten Parkplatz entfernt. Mit dieser Art von Zielbefragung werden vorzugsweise aktive Wanderer erfasst, und zwar - im Gegensatz zu einer bevölkerungsrepräsentativen Quellstudie - statistisch gesehen um so eher, je länger und öfter sie unterwegs sind.

Die Ergebnisse treffen von daher statistische Aussagen über die tatsächlich vor Ort anzutreffenden Wanderer, sind aber nicht in gleicher Weise für den wandernden Teil der deutschen Bevölkerung repräsentativ. Oder um es in der Sprache der Touristiker zu formulieren: Die Repräsentativität der Profilstudien Wandern orientiert sich an der Zahl der Besuche, nicht an der der Besucher einer Region. Da die Zahl der Besuche bzw. Übernachtungen zweifellos die wirtschaftlich bedeutsamere Kennziffer darstellt, sind Zielbefragungen wie die vorliegende herkömmlichen Quellbefragungen (wie etwa der der Reiseanalyse) in ihrer touristischen Aussagekraft überlegen

Profilstudie Wandern 2004		Tab. 1
Basisstichprobe D Teilnehmer und Standorte		
Region	N	Standorte im Umfeld von
Rothaargebirge	238	Lützel, Dillquelle, Lützel (alle Rothaarsteig)
Rhön	433	Riedenberg, Wildflecken, Poppenhausen
Pfälzer Wald	368	Neidenfels, Deidesheim
Schwarzwald	440	Baiersbronn, Freudenstadt, Schonau, Feldberg, Belchen
Schwäbischer Wald	119	Welzheim
Schwäbische Alb	144	Erkenbrechtsweiler, Bad Urach
Bodensee	228	Sipplingen
Allgäu	380	Bolsterlang
Bayerischer Wald	392	Bodenmais, Schöllnach, Bischofsmais
Summe	2741	29 Standorte
Pretest Hessen (Studierende)	239	Kassel, Marburg, Gießen

Die Befragungsstandorte lagen meist an Hauptwanderwegen oder prominenten Naturzielen der jeweiligen Region. Dies war einerseits notwendig, um in angemessener Zeit die für die Statistik notwendigen Befragtenquoten zusammenzubekommen, die möglichst über 100 pro Standort und 300 pro Region liegen sollten. Außerdem stehen gerade diese Wege und Plätze im Bewusstsein der Wanderer stellvertretend für die jeweilige Gesamtregion, sie sind an deren Imagebildung maßgeblich beteiligt.

Andererseits konzentrieren sich hier aber auch die wandertouristischen Attraktionen, die Hauptwanderwege und -ziele präsentieren besonders eindrucksvolle Szenerien. Damit verbindet sich in der Regel eine überdurchschnittliche 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, normalerweise nicht die durchschnittliche Situation in Deutschlands Wanderdestinationen, sondern nehmen nur auf die Bestlagen Bezug, liefern also ein besonders rosiges Bild von der jeweiligen Region und insgesamt damit auch von der bundesdeutschen Wanderszenerie. Man darf sich von 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 infolge kindlichen Alters oder fehlender Brille. Auf Grund grober, in einem Begleitbogen festgehaltenen Schätzungen der Befragungsleiter dürfte das Durchschnittsalter der Nichtbefragten unter Berücksichtigung der Kinder etwa bei 46 Jahren und damit nur wenig unter dem der tatsächlich Befragten gelegen haben.

Eine ergänzende Befragung von 239 Studierenden Hessischer Universitäten, ursprünglich als Pretest gedacht, liefert zusätzliche Hinweise auf den Stellenwert des Wanderns in der akademischen Jugend. Angesichts der im Vergleich zum Bevölkerungsschnitt ganz generell einseitig zugunsten von Hochschulabsolventen verschobenen Zusammensetzung des deutschen Wanderpublikums (s.u.) lassen sich hieraus möglicherweise Aussagen über zukünftige Trends gewinnen, zumal mit der Profilstudie 2001 (unveröffentlichte) studentische Vergleichsdaten zur Verfügung stehen.

Die Wanderszene im südlichen Ausland wird durch vier Momentaufnahmen repräsentiert, die eher explorativen als repräsentativen Charakter besitzen. Lediglich Österreich ist mit vier alpinen Standorten in drei Bundesländern so weit präsent, dass man auf dieser Basis - im Gegensatz zur grenznahen Tirol-Studie des letzten Jahres - einigermaßen stichhaltige Aussagen über die Wanderszene im Schrittmacherland des Fußtourismus wagen kann.

Mit Hilfe einer erstmals noch sehr tastend gezogenen Schweiz-Stichprobe kann man vielleicht dem so oft beschworenen Gegensatz der beiden alpinen Konkurrenten auf die Spur kommen, auch wenn die regionale Verteilung der 478 Beteiligten noch sehr einseitig ausfällt. Die ebenfalls erstmalige Aufnahme der Vogesen in die Profilstudie dient einem ähnlich neugierigen Vergleich der prominenten Wanderwettbewerber diesseits und jenseits des Oberrheins.

Profilstudie Wandern 2004		Tab. 2
Auslandsstichproben Teilnehmer und Standorte		
Region	N	Standorte im Umfeld von
Österreich	591	
Kärnten	241	Turracher Höhe, Bad Kleinkirchen
Salzburger Land	92	Werfenweng
Vorarlberg	258	Schruns-Tschaguns
Schweiz	478	
Berner Oberland	390	Brienz, Scheidegg, Grindelwald
Freiburger Land	41	Brecca
Jura	47	Weissenstein
Frankreich - Vogesen	378	
Südvogesen	261	Grand Ballon, Petit Ballon
Mittlere Vogesen	67	Donnon, Cascade du Nideck
Nordvogesen/Pfalz	50	Wegelnburg, Dahner Felsenland
Spanien - Jakobsweg	319	Pamplona, Torres del Rio, Los Accos
Summe	1766	22 Standorte

Der Ausflug an den Jakobsweg schließlich war angesichts des scheinbar boomenden Pilgertourismus in Zusammenhang mit dem Heiligen Jahr nahezu unvermeidlich. Angesichts der im Vergleich zum Mittel- und Hochgebirgstourismus ganz anderen Rahmenbedingungen für das Wandern auf dem Camino ging es dabei vor allem um die Überprüfung der oft geäußerten Vermutung, dass es sich bei Pilgerern um eine ganz anders motivierte und orientierte Wandererspezies handelt.

Angesichts des vorrangigen Interesses an den jeweiligen Besonderheiten in unseren Nachbarländern scheint es trotz der immerhin insgesamt 1.766 Befragten zunächst wenig Sinn zu machen, die Auslanderhebungen zu einer pauschalen Vergleichsprobe zusammenzufassen. Andererseits ist es für den Deutschlandtourismus von nicht geringer Bedeutung, etwas darüber zu erfahren, was zumindest die deutschen Urlauber im eigenen Lande hält oder ins Ausland treibt. Ein Vergleich der urlaubenden Deutschland- mit den deutschen Auslandswanderern könnte vielleicht vage Hinweise in dieser Richtung liefern. Darüber hinaus jedoch werden die Auslandsdaten in explorativen Einzelstudien abgehandelt, die angesichts ihres Umfangs den Rahmen der vorliegenden Grundausswertung sprengen.

Was die methodische Vorgehensweise der Profilstudie von der Gestaltung des Fragebogens bis zur Art der Auswertung betrifft, so gelten hierzu unverändert die Vorgaben der Vorgängerstudie. Die über Jahre entwickelte Verfahrensweise hat sich außerordentlich bewährt und ermöglicht so einen stichhaltigen Vergleich mit früheren Erhebungen. Damit liefern die Profilstudien nicht nur Momentaufnahmen, sondern auch Zeitreihen zu längerfristigen Entwicklungen, deren Kenntnis für eine seriöse Angebotsplanung unerlässlich ist.

3. STATUS:

STABILE ZUSAMMENSETZUNG

Zu den aufregendsten Befunden der ersten Profilstudien gehörten die unerwarteten Veränderungen in der sozialen Zusammensetzung der Wanderbewegung. Mittlerweile scheinen sich die darin zum Ausdruck kommenden Modernisierungstrends indes stabilisiert zu haben (Tab.3).

So hat sich das Durchschnittsalter nicht weiter vermindert, sondern auf einen mittleren Wert von 48 Jahren eingependelt. Daran ändern auch die zusätzlich mit ihrem geschätzten Alter registrierten Wanderer nichts, die an der Befragung nicht teilnehmen wollten oder konnten ¹. Nach wie vor weicht das

Profilstudie Wandern 2004		Tab.3			
Wanderdemografie					
Prozent					
Datum	'04	'03	'00	'99	
Alter (Mittelwert)	48	48	46	48	
Altersspektrum					
bis 39	27	27	35	27	
bis 59	46	47	46	48	
60 und älter	27	27	19	24	
Geschlecht (Anteil weiblich)	49	45	47	45	
Bildungsabschluss					
Standard (z.B. Hauptschule)	24	25	20	34	
Mittel (z.B. Realschule)	33	27	34	29	
Abitur / Fachabitur	13	15	16	12	
Hochschule / Fachhochschule	30	34	25	24	

mittlere Wanderalter also kaum vom Bevölkerungsmittel von etwa 47 Jahren 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 demografischen Spektrums mit knapp 50% besonders stark vertreten, das untere wie obere Ende, besonders ganz Junge

¹ Während der Altersdurchschnitt der Befragten bei 48,5 Jahren liegt, ergibt sich für die Antwortverweigerer auf Grund der Schätzungen ein Schnitt von 46,1 Jahren, woraus sich ein Gesamtmittelwert für die angetroffenen Wanderer von 48,0 Jahren ergibt. Er würde deutlich sinken, wenn man die Wanderer statt bei der Ausübung ihres Hobbys zu Hause befragen, also von einer Ziel- zu einer Quellbefragung übergehen würde. Denn da Ältere sehr viel häufiger unterwegs sind als Jüngere (s.Kap.16), trifft man sie bei Befragungen vor Ort auch häufiger an, als es ihrem zufallsstatistischen Anteil unter den Wandersympathisanten entspricht.

und ganz Alte, dagegen unterrepräsentiert sind.

Auch bei den Bildungsabschlüssen der Befragten haben sich die Verhältnisse auf hohem Niveau stabilisiert. Von den Wanderern in Deutschlands Mittelgebirgen verfügt ein knappes Drittel über einen Hoch- oder Fachhochschulabschluss, zusammen mit den sonstigen Besitzern von Abiturzeugnissen gehören 43% gehobeneren Bildungsschichten an. Das ist weniger als 2003, aber mehr als in weiter zurückliegenden Jahren und insgesamt mehr als doppelt so viel wie im Bevölkerungsschnitt².

Wandern wird offenbar mehr und mehr ein Hobby der gehobenen, meinungsführenden Schichten. Das deutet auf einen engen Zusammenhang von Wandern und Kopfarbeit hin. 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 Erschöpfung zivilisationsgeschädigter Bürger und den nachweislichen Potenzen der Natur zur mentalen Rekreation wiederfindet.

Stabil bleibt auch die Geschlechterzusammensetzung, wobei der fast erreichte Gleichstand der Geschlechter allerdings das Ergebnis eines langfristigen Trends darstellt. Schließlich war das Wandern über Jahrhunderte den Männern vorbehalten, erst im Umfeld des Wandervogels entstanden zögernd erste Mädchengruppen. Für eine Fortsetzung dieses Trends über den erreichten Gleichstand hinaus sprechen zwei Gründe: Zum einen kommen die Naturnähe, die offenen Kommunikationsmöglichkeiten und die geringe Leistungsorientierung des Wanderns Frauen eher entgegen als sportlichere Outdoor-Aktivitäten. Zum anderen verfügt das weibliche Geschlecht in den jüngeren Altersgruppen tatsächlich bereits über ein Übergewicht (siehe Kap.16).

Zu den stabilen Kennzeichen der Wandergemeinde gehört auch ihr Organisationsgrad in wanderorientierten Regional-, Alpen-, Sport- und Naturvereinen. Erneut bekennen sich 17% der Befragten zu ihrer Vereinsmitgliedschaft (Tab.4) . 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 daher mit größerer Wahrscheinlichkeit auch an den Befragungsstationen anzutreffen sind.

² Je nach Erhebungsart liegen die Quoten gehobener Bildungsabschlüsse vom Abitur an aufwärts in repräsentativen Bevölkerungsstudien zwischen 16 und 18 Prozent.

Veränderungen zeigen sich dagegen im Gästestatut der Wanderer. Der bis 2003 zu beobachtende Trend zu wachsenden Urlauberanteilen hat sich nicht fortgesetzt, sondern eher ins Gegenteil verkehrt. Reisen Wanderurlauber wieder mehr ins Ausland oder verzichten sie zunehmend ganz auf Wanderferien?

Allerdings betreffen die Veränderungen der Tab. 4 in nicht geringerem Maße auch die Tagesgäste und Einheimischen. Ob man sie tatsächlich als

trendmäßig oder nicht vielmehr als stichprobenspezifisch interpretieren muss, steht dahin³. Möglicherweise zeigt sich hierin auch nur eine stärkere Neigung der süddeutschen Wanderer, angesichts der einladenden Landschaft stärker als anderswo auch vor der eigenen

Profilstudie Wandern 2004		Tab.4	
Touristischer Status			
Prozent			
Status	'04	'03	'99
Einheimisch	45	28	38
Tagesgast	23	30	40
Urlaubsgast	32	43	23
Häufig/erstmalig in der Region	37/24		
Mitglied im Wanderverein	17	17	18

Haustür zu wandern, zumal man in der Regel keine großen Anfahrten hat. Folgerichtig gibt ein gutes Drittel der Befragten an, häufig in der Region zu sein, während nur ein Viertel dabei ist, ein neues Wanderareal zu erkunden - das Stammpublikum dominiert.

³ Die interpretatorischen Unsicherheiten mit Hinblick auf Herkunft der Wanderer braucht insofern nicht irritieren, als die betreffende Frage nicht um ihrer selbst willen in den Fragebogen aufgenommen wurde, sondern vorzugsweise als Sortiervariablen für eine Differenzierung der Stichprobe nach Gästertyp dient (s.u.).

4. MOTIVE:

WANDERN IM WOHLFÜHLTREND

So wenig wie an der demografisch-sozialen Zusammensetzung der Stichprobe hat sich auch an den Motiven der Wanderer geändert (Tab. 5). Un-

Profilstudie Wandern 2004		Tab. 5	
Wandermotive			
Prozent			
Besonders wichtig		'04	'03
Natur			
Natur genießen	85	83	
Anblick schöner Landschaften	70	65	
Stille der Natur	63	63	
Interesse an Pflanzen und Tieren	42	43	
Erfahrung von Wildnis	14		
Bewegung			
Körperliche Bewegung(sfreude)	66	77	
Etwas für die Gesundheit tun	62	59	
Sportliche Leistung	18	17	
Entdeckung			
Erkunden unbekannter Regionen	48	60	
Ferne Abenteuer	8	7	
Kontakte			
Mit Partner/Freunden unterwegs	60	54	
Großes Gemeinschaftserlebnis	13	13	
Abschalten			
Entlastung vom Alltagsstress	47	44	
Zu sich selbst finden	24	24	
Zivilisation			
Einkehr unterwegs	38	24	
Kulturelle Sehenswürdigkeiten	19	21	

verändertes Spitzemotiv ist der Naturgenuss, das ebenso wie die damit eng verwandte Freude über den Anblick schöner Landschaften gegenüber 2003 sogar noch ein paar Punkte zulegen konnte. Beides hängt offenbar eng zusammen, unter Natur versteht der Wanderer in erster Linie Landschaft. Demgegenüber spielen Pflanzen und Tiere eine deutlich nachrangige Rolle, sind aber gleichwohl für fast die Hälfte der Wanderer von Interesse.

Eine untergeordnete Bedeutung kommt demgegenüber der erstmals in den Motivkanon aufgenommenen Erfahrung von Wildnis zu: Nur jeder siebte Wanderer kann sich für das erwärmen, was Bio- und Ökologen für die eigentliche Natur halten. Der intellektuelle Wildnismythos der ausgehenden 90er Jahre scheint unter Wanderern nicht sonderlich zu greifen, der Genuss der offenen

heimischen Kulturlandschaft wird eindeutig dem Abenteuerkitzel des Unberührten vorgezogen. Dieser bereits aus der Naturpsychologie bekannte Um-

stand relativiert nicht zuletzt den oft überschätzten Stellenwert von Nationalparks für die Tourismuswirtschaft.

Mit der Höherbewertung des Naturgenusses ist die Bewegungskomponente deutlicher als 2003 auf Platz 2 verwiesen, zumal sie selber eine ganz erhebliche Abwertung erfahren hat. Nur noch zwei Drittel statt drei Viertel von Deutschlands Fußtouristen verbinden mit dem Wandern angenehme körperliche Empfindungen. Das steht offenbar in engem Zusammenhang mit dem ebenfalls von knapp zwei Dritteln angekreuzten Gesundheitsmotiv. Als eigenständiger Wert verliert der Bewegungsaspekt, als Mittel der Gesunderhaltung gewinnt er.

Was der Bewegungsdimension abträglich ist, lässt das dritte im Block der physischen Motiv erahnen: Sportliche Ambitionen hat beim Wandern kaum einer im Sinn, weniger als jeder Fünfte gewinnt dem Dauergehen einen sportiven Aspekt ab. Sobald die Bewegung in Anstrengung übergeht, verliert sie an Reiz. Auch hier dominiert unter Wanderern die Genusskomponente.

Das könnte man auch hinter dem kontinuierlichen Abstieg des ehemals führenden Motivs, unbekannte Regionen kennenzulernen, vermuten. Die Neigung, sich einfach in eine schöne Landschaft fallen zu lassen, ist mittlerweile deutlich größer als der Drang, neue Horizonte zu erobern. Dieser Trend dürfte sich hauptsächlich mit dem erhöhten Anteil an Einheimischen unter den Befragten erklären, könnte aber zugleich auch als ein Indiz für eine neue Gästetreue gewertet werden. Jede/r Zweite will lieber auch in punkto Wandern beim Bekannten und Bewährten bleiben. Das macht es den Zurückgebliebenen oder Neueinsteigern unter den Wanderdestinationen noch schwerer, neue Gästepotenziale zu erschließen.

Fällt manchem schon das Einstellen auf neue landschaftliche Gegebenheiten schwer, so findet die wirklich herausfordernde Variante des Entdeckens, des Bestehens ferner Abenteuer, nur magere 8% Anhänger. Das weist in dieselbe Richtung wie die schwache Sympathie für die Wildnis. Eingefleischte Abenteuerer stellen unter den deutschen Mittelgebirgswanderern nur eine ausgesprochene Minderheit dar.

Demgegenüber setzt das sozial-kommunikative Wandermotiv seinen Aufstieg in die führende Motivgruppe fort, das gemeinsame Erlebnis mit Partner und Freunden gewinnt weiter 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 subjektiven 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 nach wie vor auf eine Größenordnung, die noch unter der Vereinsquote liegt.

Die Aufwertung der freundschaftlichen Komponente des Wanderns geht einher mit einer leichten Höherbewertung der psychischen Entlastungseffekte. Fast jedem zweiten geht es um Entlastung vom Alltagsstress, jeder vierte hofft, dabei wieder mehr zu sich selbst zu finden. Beides weist in dieselbe Richtung: Wandern wird mehr und mehr als Ausgleich für die verhärteten Bedingungen und Beziehungen des Berufslebens angesehen.

In die entgegengesetzte Richtung entwickelt sich das Kulturmotiv. Für weniger als jeden Fünften ist die Erkundung von Sehenswürdigkeiten am Weg ein tragendes Wandermotiv. Den bei der Führung von Wanderwegen nicht selten dominierenden Drang, dem Gast möglichst alle kulturellen Schätze einer Region zu präsentieren, wird man daher zugunsten natürlicher Reichtümer stark zurücknehmen müssen.

Welche untergeordnete Rolle das Kulturmotiv spielt, tritt besonders augenfällig im Vergleich mit dem Wunsch in Erscheinung, unterwegs einzukehren. Die leiblichen haben im Gegensatz zu den geistigen Genüssen erheblich an Boden gewonnen und locken mittlerweile doppelt so viele Wandergäste an wie etwa die Zeugen der Vergangenheit. Das mag zum Teil allerdings auch auf die Südlastigkeit der Stichprobe zurückzuführen sein, doch hat sich die Auseinanderentwicklung der beiden Motive auch schon früher angedeutet. Überdies spielt hierbei die gleichfalls stark gewachsene Bedeutung des Geselligkeitsmotivs eine Rolle. Tatsächlich zeigt die Kreuztabelle, dass von denjenigen, die gerne gemeinsam mit Freunden unterwegs sind, drei Viertel gerne einkehren, während die weniger Geselligen nur zur Hälfte Wert darauf legen.

Alles in allem haben damit die Genussaspekte ihre Position im Motivspektrum konsolidiert und gegenüber physischen und psychischen Stabilisierungseffekten einerseits und Bildungseffekten andererseits weiter verstärkt. Alles was anstrengt und zusätzliche Konzentration verlangt, wird abgewertet. Zwischen Naturgenuss und Naturwissen, schöner und wilder Natur, Bewegungsfreude und Sport, Entdeckung und Abenteuer, Freunden und organisierter Gruppe sowie leiblichen und geistigen Genüssen tut sich jeweils eine beträchtliche Kluft auf. Der Trend zum Wohlfühlwandern hat sich also noch weiter verstärkt, alle anderen Motive spielen dagegen nur noch eine untergeordnete Rolle.

5. LANDSCHAFT:

HANG ZU MITTLEREN HÖHEN

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

Die Profilstudie stellt darüber hinaus einige Landschaftstypen zur Debatte, die für Deutsche bei der Wahl der Urlaubsregion eine entscheidende Rolle spielen.

Profilstudie Wandern 2004		Tab. 6		
Landschaftscharakter				
Prozent				
Besonders beliebt	'04	'03	'98	
Schön				
Waldreich	48	63	58	
Aussichtsreich	59	59		
Gewässerreich	35			
Felsenreich	28			
Gebirgig				
Mittelgebirge	57	59	77	
Alpen Almhöhe	46	36		
Alpen Gipfelhöhe	27	25		
Flachland	10	7	15	
Ausland				
Deutschsprachiges Ausland	36			
Fremdsprachiges Ausland	16	12		
Exotische Landschaft	10	14	16	
Inland	54			

Kommen beispielsweise die Mittelgebirge gegen die verführerische Grandiosität der Alpen an? Hat das Flachland überhaupt noch eine Chance? Welche Landschaftselemente ziehen Wanderer am meisten an?

Bei der Interpretation der Befunde von Tab. 6 ist allerdings in Rechnung zu stellen, dass die Befragungen nahezu durchweg in Mittelgebirgen stattgefunden haben. Den dortigen Wandernern, insbesondere wenn sie sich explizit für einen Urlaub in der Region entschieden haben, wird man per se eine überdurchschnittliche Sympathie für diese Land-

schaftsformation unterstellen dürfen. Wie sehr die artikulierten Landschaftsvorlieben in der Tat vom Befragungsort abhängen, hat die letztjährige Tirolstudie gezeigt: Die in den deutschen Studien einschlägig Vorliebe für Mittelgebirge zu Ungunsten der Alpen verkehrte sich in ihr Gegenteil. Nicht nur die

Einheimischen lieben ihre Heimat, sondern auch die Gäste haben ihre Urlaubslandschaft mit Bedacht gewählt.

Von daher nimmt es nicht Wunder, dass auch in der aktuellen Studie unter den in der Landschaftsfrage zur Debatte gestellten Reliefformationen das Mittelgebirge erneut dominiert und das Flachland - durch die Standortwahl der Profilstudie grundsätzlich benachteiligt - nur jedem Zehnten als wanderbar erscheint. Hierzu passt es, dass sich die beiden herausragenden Elemente deutscher Mittelgebirge - ihr Aussichts- und ihr Waldreichtum - einer besonderen Wertschätzung erfreuen. Wenn die Wälder dabei eine nicht unbeträchtliche Einbuße ihrer Attraktivität gegenüber 2003 haben hinnehmen müssen, so lässt sich das womöglich teilweise mit der Einbeziehung einiger waldärmerer Destinationen (Bodensee, Allgäu) in die aktuelle Studie erklären.

Nach den offenbar unbestrittenen Aussichten und den nunmehr klar auf Platz 2 rangierenden Wäldern kommen Gewässer entgegen landschaftspsychologischen Befunden nur auf Platz 3 der Rangliste, was allerdings auch mit der abstrakten Begrifflichkeit ("Gewässer" statt Bach, Fluss, See) zusammenhängen kann. Stimmig ist dagegen der vierte Platz für felsreiche Szenerien: Nur ein gutes Viertel der Befragten kann sich dafür begeistern. Von daher stellt sich durchaus die Frage, ob die Felslandschaften alpiner Gipfel - abgesehen von den damit verbundenen Aussichten - tatsächlich so positiv besetzt sind, wie es viele Hochgebirgsprospekte suggerieren.

Wie berechtigt diese Frage ist, zeigt die differenzierte Bewertung alpiner Alm- und Gipfelhöhen. Inspiriert war diese Unterscheidung von der nicht nur durch unsere Ziel-, sondern auch durch unsere Quellstudien und sogar durch Befragungen in den Alpenländern belegte Erkenntnis, dass Wanderer sich in mittleren Höhen am wohlsten fühlen. Eine erste Konfrontation von Almen und Gipfeln in der letztjährigen Profilstudie bestätigte diese Erkenntnis.

In der aktuellen Befragung konnten die Almen ihren Vorsprung gegenüber anstrengenden Gipfelzonen sogar noch ausbauen. Die offenkundig beschleunigte Abwendung von der Gipfelstürmerei zugunsten genussvoller Touren über die meist genauso aussichts-, aber weit abwechslungsreicheren Almteppiche unterstreicht einmal mehr den derzeit um sich greifenden Wohlfühl-trend unter Deutschlands Wanderern. Die Gipfel überlässt man lieber den von der Outdoor-Industrie immer noch unverdrossen protegierten Kletterhelden, während man selber lieber in der ästhetischen Vielfalt mittelhoher Parklandschaften schwelgt.

Das sollte vor allem jenen Mittelgebirgen Mut machen, die über eine offene, mäßig steigungsreiche Landschaft verfügen, zumal wenn dabei der für

die Alpen so bestimmende Aussichtsfaktor zur Geltung kommt. Denn so viel kann man sicher sagen: Der in den heimischen Wäldern anzutreffende Wanderer ist in der Regel nicht etwa ein verhaltener Bewunderer der Alpen, der seiner Sehnsucht zu größtmöglicher Höhe nur mangels Gelegenheit nicht nachgehen kann. Vielmehr hat er sich ganz bewusst für das vorfindliche Mittelmaß entschieden, weil es seinen Erholungsbedürfnissen optimal entgegenkommt.

Von daher ist es nur konsequent, wenn der typische Mittelgebirgswanderer zugleich auch mehrheitlich auf die inländischen Wandergefilde schwört. "Besonders gern" sind hier 54% der Befragten unterwegs. Allerdings ist der Vorsprung vor dem Ausland nicht sonderlich groß, 45% ziehen eine der ausländischen Alternativen vor. Die kommen freilich um so schlechter weg, je fremder und exotischer sie sind. Wenn man schon im Ausland tourt, dann muss wenigstens die Sprache stimmen - vermutlich nicht zuletzt deshalb, weil man sich in Hinblick auf Kommunikation und Orientierung dann sicherer fühlt. Nur jeder Sechste macht sich für eine Tour in fremdsprachigem, nur jeder zehnte in exotischem Umfeld stark. In der Zeitreihe haben ausländische Destinationen immerhin leicht zugelegt, während Exotik weiter im Kurs gesunken ist.

6. ZIELE:

EINKEHR AUF DEM GIPFEL

Sich der nationalen und internationalen Wanderkonkurrenz zu stellen, heißt für eine wandertouristische Destination zuallererst, die Reize der eigenen Landschaft optimal zu erschließen. Dazu gehört neben einer generellen landschaftspsychologischen Sensibilität ein ausgeprägter Sinn für die Präsentation regionaler Besonderheiten. Wanderer 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?

Profilstudie Wandern 2004		Tab. 7		
Attraktive Wanderziele				
Prozent				
Ziele	'04	'03	'98	
Naturerlebnis				
Berggipfel	64	67	67	
Seen/Flüsse	52	55	46	
Felsen (Felsklamm)	26	(32)		
Heiden	14	16		
Kultur/Zivilisation				
Burgen, Schlösser	38	37	45	
Schöne Ortschaften	23	27	23	
Bewirtschaftete Hütten	58	39		
Ausfluglokale	17	13	25	
Reservate, Information				
Naturschutzgebiete	39			
Nationalparks	22	29 ⁴		
Wald-Info-Stationen	9	8		
Museen	7	7	10	

Tab. 7 dokumentiert eine außerordentliche Konsistenz der Zielvorlieben deutscher Wanderer. An der Spitze der Zielhierarchie rangieren unangefochten Berggipfel, an denen rund zwei Drittel der Befragten besonders viel liegt. Es folgen Gewässer, die bei jedem zweiten auf Sympathie stoßen. Demgegenüber erweisen sich die nur von einem Viertel angekreuzten Felsen erneut nur von minderem Reiz.

Auf den ersten Blick scheinen diese Befunde denen der Tab. 6 zu widersprechen, erfahren doch alpine Gipfelhöhen (Tab.6) eine weit schlechtere Beurteilung als Gipfel schlechthin (Tab.7). Das lässt sich nur mit der konstatierten Vorliebe der Befragten für Mittelgebirge erklären, in denen Gipfel zweifellos auch eine bedeutsame Rolle spielen - aber nicht wegen ihrer (oft fehlenden) Gipfeldramatik, sondern auf Grund der mit ihnen verbundenen Aussichten. Of-

⁴ Nationalparks, Naturschutzgebiete

fenbar resultiert die Liebe zu Bergeshöhen weit mehr aus den damit verbundenen weitreichenden Blicken als dem eigentlichen Relief-Szenario.

Die in beiden Tabellen gleichartige Minderbewertung von Felsszenarien untermauert diese Vermutung. Angesichts des allgemeinen Wohlfühlrends werden offenbar viele Wanderer von den steilen, mitunter auch gefährlichen Aufstiegen im Hochgebirge abgeschreckt, die damit verbundene körperliche Herausforderung (oder gar Qual) passt nicht zu den Genussvorstellungen des Wanderns.

Wenn also alpine Felsaufwerfungen für sich genommen kein übermäßig reizvolles Wanderziel darstellen, so gilt das in noch höherem Maße für Heiden, die nur jeden siebten Wanderer reizen. Das ist auf den ersten Blick nicht weniger erstaunlich. Denn normalerweise sind Heideflächen als Naturschutzgebiete ausgewiesen. Die aber erfahren generell eine fast dreimal so hohe Zustimmung, wofür indes vor allem die hohe moralische Wertladung des Naturschutzes verantwortlich sein dürfte. Nach Ausweis natursoziologischer Untersuchungen pflegt sich diese abstrakte Wertschätzung indes in der Konkretion auf einzelne Schutzelemente oft genug zu verlieren. Das gilt offenbar auch für Heiden. Nicht anders wird man auch kaum erklären können, warum Nationalparke - gewissermaßen die Flaggschiffe aller Naturschutzgebiete - nur jedem Fünften als erstrebenswertes Ziel einer Wanderung erscheinen.

Noch geringer fällt die Akzeptanz aus, wenn das Erlebnis in Belehrung übergeht. Die Bereicherung des Wanderns mit Wissenspaketen, wie sie von den wie Pilze aus dem Boden schießenden Natur-Informationszentren offeriert werden, spricht Wanderer nach wie vor kaum an. Weniger als jede/r Zehnte kann sich dafür erwärmen, was besonders beim an sich hoch positiv besetzten Thema Wald ins Auge fällt: Dessen besonderem Sympathiepotenzial als Wanderkulisse steht ein Informationsinteresse von nur 9% gegenüber. Das sollte all jenen zu denken geben, die der allgemeinen Wertschätzung gegenüber der Natur vorzugsweise durch den Bau von Biostationen Nachdruck geben wollen.

Demgegenüber erreichen Burgen und Schlösser sowie schöne, meist historische Ortskerne als besonders eindrucksvolle Relikte unserer Geschichte immerhin noch ähnlich hohe Sympathiewerte wie die Reservate einer heilen Natur. Hier verhält sich Konkretes zu Abstraktem offenbar umgekehrt: Nahmen bei den Wandermotiven der Tab.5 kulturelle Sehenswürdigkeiten allgemein mit 19% einen der hintersten Plätze der Motivskala ein, so erweisen sich konkrete repräsentative Gebäude dann doch als doppelt so attraktiv.

Auch das indes relativiert sich durch den schon aus Tab.5 bekannten Sachverhalt, dass Wandersleuten am Ende der eigenen Bauch näher ist als die

hehre Kultur: Auch in Tab. 7 kommen vor allem kleine bewirtschaftete Hütten um 20% besser weg als große Baudenkmäler. In beiden Tabellen haben sie als offenkundiger Inbegriff leiblicher Wanderfreuden im Vergleich zur letzten Profilstudie geradezu rasant an Bedeutung als Wanderziele gewonnen - was mindestens teilweise der in der vorliegenden Studie übergewichtigen süddeutschen Lebensart geschuldet sein dürfte. Sie sind damit ähnlich positiv besetzt wie die führenden Naturziele, und dahinter steht erneut das moderne Schlüsselmotiv des Wanderns: Genießen. Wie eng die Verbindung von leiblichen Bedürfnissen und Natur und ist, macht die weit geringere Attraktivität von Ausflugslokalen deutlich: Erst wenn sie mitten im Grünen stehen, avancieren gastronomische Betriebe von einer angenehmen Unterbrechung der Tour zu ihrem regelrechten Ziel.

7. DEUTSCHLAND: TRAUMZIELE IN DER KONKURRENZ

Wenn damit auf der allgemeinen Ebene in etwa klar ist, in welche Landschaftsformationen und zu welchen Zielen es die Wanderer zieht, so schließt sich hieran fast zwangsläufig die konkrete Frage an, welche der einschlägigen Wanderregionen diesen Wunschvorstellungen am meisten entgegenkommen. Um dazu möglichst unvoreingenommene Auskünfte zu erhalten, bedient sich der Fragebogen offener Fragen. Sie geben Auswahlantworten vor, sondern lassen Raum für freie Äußerungen. Die erste dieser Fragen lautete: "In welcher Region würden Sie am liebsten einen längeren Wanderurlaub machen?" Zwei freie Kästchen im Anschluss gaben Gelegenheit, über das persönliche Traumziel nicht nur im Inland, sondern im Sinne des grenzübergreifenden Erkenntnisinteresses der Studie auch im Ausland Auskunft zu geben.

Auch wenn die spontanen Doppelantworten einen vergleichsweise unverstärkten Eindruck von Ausmaß und Richtung des grenzenlosen Wanderns vermitteln, ist bei ihrer Bewertung stärker als bei allgemeineren Fragen die Südlastigkeit der Stichprobe in Rechnung zu stellen. Aus Vorgängerstudien wissen wir, dass Wanderer nicht nur ein besonders positives Verhältnis zu ihrem näheren Umfeld haben, sondern darüber hinaus ihren Blick bevorzugt gen Süden richten, wovon im Falle inländischer Traumziele südliche Destinationen doppelt profitieren.

Zunächst einmal ist jedoch festzustellen, dass rund dreißig Prozent der befragten Inlandswanderer die Antwort auf die Frage nach besonders geschätzten inländischen Urlaubszielen schuldig geblieben. Die naheliegendste Erklärung für diese hohe Verweigerungsquote besteht darin, dass sich viele der Befragten nicht in hinreichendem Maße mit dem Wandern identifizieren, um daran ihre Urlaubswünsche zu orientieren. Möglicherweise können sich aber auch manche notorische Auslandsurlauber ein deutsches Traumziel gar nicht vorstellen oder gar benennen.

Von den gleichwohl über 2000 Zielnennungen betrafen 34% Prozent praktischerweise gleich diejenige Wanderregion, in der sich die Befragten gerade befanden. Dieser auch aus früheren Erhebungen bekannte Sachverhalt lässt sich u.a. damit erklären, dass ein Drittel der Befragungsteilnehmer/innen dort gerade Urlaub machten (Tab.4) - wenn es sich dabei auch nicht unbedingt

um ihren Haupturlaub handelte. Für die Qualitäten dieser Region müssen also schon vorher subjektiv überzeugende Gründe gesprochen haben, andernfalls wäre man nicht dorthin gefahren. Tatsächlich fühlen sich nicht wenige Urlauber offenbar so wohl, dass sie sich in der Euphorie kein anderes Traumziel vorstellen können. Mancher mag sich auch den nahen Abschied vom Urlaubsort mit Vertröstung auf Wiederkehr zu versüßen versucht haben.

Überdies benennen auffällig viele Einheimische wie Tagesgäste aus dem näheren Umfeld ihre Heimatregion als potentiell Urlaubsziel. Da nicht anzunehmen ist, dass hierin immer eine ernsthafte Zielwahl zum Ausdruck kommt, wird man wohl teilweise eine statistische Beeinflussungsabsicht zugunsten heimischer Destinationen unterstellen müssen. Schließlich dürfte manchem aber auf die Schnelle einfach auch nichts anderes eingefallen sein als die Region, in der er sich gerade befand.

All das untermauert das klassische Artefakt eines systematischen Vorteils der Befragungsregionen, weshalb Tabelle 8 neben den nach Zieldestinationen geordneten und prozentuierten Rohdaten ("Gesamt") eine zweite Spalte enthält, aus der die Eigennennungen, also die Nennungen von Urlaubsziele innerhalb der jeweiligen Befragungsregion, herausgerechnet sind. Beim Abgleich der Befragungs- und Zielregionen wurde jeweils der gleiche Destinationszuschnitt zugrunde gelegt, auch wenn die Befragungsstandorte eine Destination oft nur teilweise abdecken.

Die letzte Spalte von Tab.8 vermittelt damit einen objektiveren Eindruck von der Rangskala wandertouristischer Traumziele in Deutschland, weil sie eine unbefangene Fremdbeurteilung aus der Distanz dokumentiert. Sie ist daher für das "Ranking" der Destinationen maßgebend, nach dem sich die tabellarische Reihenfolge richtet. Nicht gefeit ist allerdings auch sie gegen die Südlastigkeit der Stichprobe und der Urlaubsträume.

Folgerichtig besetzen südliche Ziele die ersten 6 Plätze der Traumziel-Skala. Dabei fällt Bayern eine geradezu überwältigende Hegemonialrolle zu. Und darunter wiederum sind es die Landschaften mit alpinen Anteilen, die die Wandererträume massiv beflügeln. Rechnet man Alpen, Allgäu und Oberbayern zusammen, so nehmen fast die Hälfte aller Fremdnennungen auf sie Bezug, zusammen mit dem Bayerischen Wald und allgemeinen Hinweisen auf den Freistaat überschreitet das südöstliche Wanderparadies sogar die 50%-Grenze. Auch wenn man die hohen Berge nicht mehr unbedingt höchstselbst besteigen will - für eine zünftige Wanderkulisse gehören sie offenbar dazu.

An diesem nicht unerwarteten Befund sind gleichwohl einige Details interessant. Zum einen ist die Leidenschaft für die Berge gleichermaßen über alle Befragungsregionen verteilt, auch mit größerer Entfernung verlieren sie nicht ihren Reiz. Zum anderen verblüfft innerhalb der Alpenanlieger die große Differenz zwischen Allgäu und Oberbayern - auch nach Abzug der Allgäuer Eigennennungen. Das Allgäu wird offenbar sehr viel mehr mit Alpen assoziiert als die östliche Konkurrenz. Vielleicht bieten sich hier dem Gast im allmählichen Übergang von einer hügeligen Parklandschaft über bewaldete Mittelgebirgshöhen bis zu alpinen Gipfeln aber auch mehr Wanderalternativen, von den attraktiven Städtchen ganz abgesehen.

Auch wenn diese Ergebnisse denen von Tab.6, die den Mittelgebirgen generell eine wandertouristische Idealrolle zuweist, massiv zu widersprechen scheinen, relativiert sich dieser Widerspruch, wenn man in Tab. 8 einmal alle Mittelgebirgsdestinationen einschließlich des Bayerwaldes und eines schwer bestimmbar Teils des Allgäus zusammenfasst. Dann nämlich halten sich Mittel- und Hochgebirge immerhin in etwa die Waage. Bei den älteren Wandernern haben erstere sogar ein Übergewicht, während umgekehrt die jüngeren eher geneigt sind, die Alpen zu stürmen.

Profilstudie Wandern 2004		Tab. 8	
Traumziele Inland			
Offene Frage - Prozent der Nennungen			
Region	Gesamt	Fremd	
Alpen	19	24	
Allgäu	21	18	
Schwarzwald	11	7	
Bayern allg.	6	6	
Bayerischer Wald	6	4	
Oberbayern	2	4	
Harz	2	4	
Sächsische Schweiz	2	3	
Mecklenburg-Vorpommern	2	3	
Nordsee	2	3	
Thüringer Wald	2	2	
Lüneburger Heide	2	2	
Ostsee	1	2	
Thüringen sonst	1	2	
Eifel	1	2	
Rhön	4	1	
Pfalz	2	1	
Schwäbische Alb	2	1	
Sauerland/Rothaar	1	1	
Franken	1	1	

Bei alledem ist noch nicht die Frage berücksichtigt, ob sich die häufige Pauschalnennung "Alpen" tatsächlich nur auf die deutschen Alpen bezieht. Aus vorhergehenden Untersuchungen war bereits bekannt, dass Wanderer häufig keinen Unterschied zwischen alpinen Standorten diesseits und jenseits der Grenze machen. Das ist teilweise auch diesmal wieder der Fall, was den Stellenwert der Alpen als Inlandsziel relativiert.

Aus der Verbindung der beiden Tabellen 6 und 8 lässt sich von daher ableiten, dass man zum Wandern zwar generell mittlere Höhen bevorzugt, aber am liebsten eine alpine Kulisse dabei hätte. Das geht mit der in Tab.6 ausgewiesenen Bevorzugung alpiner Alm- gegenüber Gipfelhöhen konform.

Die Dominanz der Alpen wird durch einen weiteren Befund relativiert. In Tab. 8 fällt nämlich ins Auge, dass unter den 20 meistgenannten deutschen Wanderurlaubs-Wunschzielen fast nur Grenzregionen in Erscheinung treten. Im wahrsten Sinne des Wortes mitteldeutsche Wanderdestinationen vom Teutoburger Wald bis zur Schwäbischen Alb, vom Sauerland bis zum Thüringer Wald finden dagegen viel seltener Erwähnung. Das könnte nicht zuletzt etwas damit zu tun haben, dass die offene Frage Wandern und Urlaub miteinander verbindet. Denn im Urlaub, das zeigen auch die folgenden Tabellen, will man möglichst weit weg von zu Hause. Innerhalb von Deutschland verfügen damit automatisch die grenznahen, weil relativ entferntesten Regionen über einen systematischen Vorteil, wovon zusammen mit der allgemeinen Südfluchtigkeit natürlich vor allen Dingen Bayern profitiert.

Da dies indes nicht nur ein subjektiver, sondern auch eine objektiver Vorteil ist, wird man in den mitteldeutschen Zielgebieten darüber nachdenken müssen, wie man den daraus erwachsenen Nachteil kompensieren kann. Wenn, wie man vermuten könnte, hinter der Sehnsucht nach Ferne zum Teil auch die Sehnsucht nach dem ganz Anderen, Fremden steckt, könnte eine Strategie darin bestehen, die eigene Landschaft möglichst fremd erscheinen zu lassen. Was darunter zu verstehen ist, hat der Rothaarsteig gezeigt: Indem er seinen Gästen vorführte, dass es zwischen den Ballungsräumen Ruhr/Rhein/Main noch große, fast unberührt erscheinende Wälder und Gebirgszüge gibt, wie sie speziell von jungen Menschen eigentlich nur im Ausland gesucht werden, wurde das scheinbar altbackene Sauerland wieder für neue Gästesichten attraktiv.

Abgesehen von bayerischen Gefilden profitiert auch der Schwarzwald von dem doppelten Drang nach Süden und in die Ferne. Dem traditionellen Wanderparadies gelingt es nach wie vor sogar, in das Bayern-Feld einzubrechen und nach dem Allgäu Platz 3 zu besetzen, während der Bayerwald erst auf Platz 5 folgt. Allerdings bleibt der Schwarzwald das einzige Pfund, welches der zweite deutsche Südstaat dem bayerischen Nachbarn entgegensetzen kann. Ansonsten tauchen baden-württembergische Destinationen vom Odenwald bis zum Bodensee nur unter ferner liefen auf, selbst die Schwäbische Alb verfügt unter Wanderern nur über einen unerwartet schwachen Ruf.

Erstaunlich schlecht kommt auch Oberbayern weg. Trotz seines Alpen-Bonus muss sich das bayerische Kernland mit dem 6. Rang begnügen. Ist das auf die ausgeprägte touristische Kleinstaaterei der Region mit ihren konkurrie-

renden Minidestinationen zurückzuführen? Fehlt es im Vergleich zum Allgäu an mittleren Höhen? Oder sind diese in der Vergangenheit, was Wanderinfrastruktur und -Marketing betrifft, im Vergleich zu den Berg- und Wintersportinvestitionen allzu sehr vernachlässigt worden?

Wie dem auch sei, Oberbayern muss trotz aller Boni mit nur 4% Fremdnennungen seinen Rangplatz mit dem führenden Nordlicht teilen. Denn der Harz hält trotz aller Südlastigkeit der Erhebung seine Stellung im jenem Mittelgebirgstrio, das schon in der letztjährigen Profilstudie die Führungspositionen unter sich aufteilten. Zwar hat er den nach dem Schwarzwald zweiten Rang unter den Mittelgebirgen an den Bayerischen Wald abgegeben, doch ist das eindeutig darauf zurückzuführen, dass im vorliegenden Fall ganz generell weit mehr Stimmen von Norden nach Süden als von Süden nach Norden vergeben wurden.

Dem Nord-Süd-Gefälle steht in Ost-West-Richtung eine wechselseitige Ignoranz gegenüber, die schon in der Profilstudie '03 aufgefallen war: Unter den beiden führenden Mittelgebirgen im Süden findet kaum ein Stimmenaustausch statt, Schwarzwaldgäste erwähnen den Bayerwald ebenso wenig wie umgekehrt. Ist es der so ganz andere Landschafts- und Infrastrukturcharakter, der die Wanderurlauber so zielgruppenspezifisch auseinanderdividiert?

Nach dem alles in allem also immer noch respektabel platzierten Harz folgen in der Rangskala mit jeweils 3% der Fremdnennungen wiederum nur Grenzregionen. Neben der im letzten Jahr rangähnlichen Sächsischen Schweiz treten ganz neu die Küstenregionen hinzu. Das dürfte in erster Linie ein Folge der veränderten Fragestellung sein, die den Urlaubsaspekt stärker betont. Vermutlich sind es eher Gelegenheitswanderer, die bei der Frage nach ihrem Traumziel für einen Wanderurlaub das Ziel höher bewertet haben als das Wandern, zumal man natürlich auch an der Nord- und Ostsee wandern kann.

Die klassischen Wanderregionen Mitteldeutschlands kommen dagegen diesmal nicht über ein bis zwei Prozent der Nennungen hinaus. Dabei tritt die Lüneburger Heide gleichwertig neben den Thüringer Wald. Relative Nahziele wie die Pfalz, die Rhön, die Schwäbische Alb und Franken überschreiten gerade noch die 1%-Marke. Besser kommt auch nicht das Rothaargebirge bzw. Sauerland weg, was einmal mehr verdeutlicht, dass der Ruf des Rothaarsteigs die Mainlinie noch nicht sonderlich weit überschritten hat.

Das Ende der Rankingliste mit Traumzielnoten deutlich unter 1% bilden die kleineren (und oft niedrigeren) mitteldeutschen Waldgebirge wie der Saarwald, Hunsrück, Westerwald, Taunus, Vogelsberg, Odenwald, Spessart und Fichtelgebirge. Sie sind durch Lage, Größe und Höhe gleich mehrfach benach-

teilt und daher in besonderem Maße darauf angewiesen, mit exceptionellen Offerten an die Wanderöffentlichkeit zu treten. Dazu könnten neben neuen Spitzenwanderwegen auch regionsübergreifende Angebote wie etwa "Wandern im grünen Herz Deutschlands" treten, die den südfixierten Wanderurlauber durch einen Strauß ausgesuchter Stippvisiten (etwa im Sinne von "Extratouren") gleich mit mehreren Kleingebirgen bekannt machen.

8. AUSLAND: VERLOCKENDE FERNEN

Die Vermutung, dass sich die generellen Urlaubsziele in gewissem Maße mit denen für einen Wanderurlaub decken, wird durch das Zielspektrum der zweiten offenen Frage nach den ausländischen Wanderurlaubs-Traumzielen auf den ersten Blick bestätigt. Denn das dabei aufgespannte breite Zielspektrum ruft durchaus Erinnerungen an die in Reisestudien genannten generellen Urlaubswünsche der Deutschen wach (Tab.9). Offenbar ist für viele der Befragten das Wandern im Urlaub nur eine zweitrangige Aktivität, der man im Grunde überall und daher also auch an seiner primär nach anderen Kriterien ausgewählten Lieblingsdestination nachgehen kann.

Und da ist der Horizont weit: Zwei Drittel der Befragten, kaum weniger als in Hinblick auf das eigene Land, können auf Anhieb ein Traumziel im Ausland benennen. Die Landesgrenzen spielen offenbar auch für Wanderer bei der Wahl ihrer Urlaubsziele keine Rolle, die deutschen Destinationen haben keinen Bonus mehr.

Allerdings zieht es die Wanderer im Detail dann doch an andere Traumziele als den Normalurlauber. So nimmt zwar rund ein Drittel aller Nennungen auf den Mittelmeerraum im weitesten Sinne Bezug, Wandern und Baden scheinen hier eine innige Kombination einzugehen. Genau besehen ist der Spitzenreiter Italien jedoch vor allem durch Südtirol vertreten, und auch die spanischen Ziele finden sich zu einem Drittel in den dortigen Gebirgsregionen. Nimmt man noch die bergigen Inseln Spaniens (mit den Kanaren in der Rangfolge vor den Balearen) hinzu, so scheint sich Südeuropa in seiner gebirgigen Variante allmählich in ein neues Wanderparadies zu verwandeln.

Die überkommene Vorstellung, wonach sich der deutsche Wanderer bestenfalls in die direkt benachbarten Alpenländer wagt, bedarf also nachdrücklicher Korrekturen. Schon was die Alpen betrifft, ist nicht mehr das weiland "Wanderbare Österreich" Traumziel Nr.1, sondern deren italienische Südflanke. Mit einem Anteil von 16% an allen Nennungen vereint Südtirol in etwa genauso viel Traumvorstellungen auf sich wie Österreich und die Schweiz zusammen. Zum Teil hängt das sicherlich mit den besonderen Eigenschaften von Land und Leuten zusammen, Wetter und Wein nicht zu vergessen. Zusätzlich dürfte hierfür aber auch auf den Umstand verantwortlich sein, dass Südtirol

gerade nicht direkt an Deutschland angrenzt, sondern den Eindruck von größerer Urlaubsferne erweckt - mit dem Vorteil, dass hier gleichwohl noch deutsch gesprochen wird.

Die inneralpine Schwerpunktverschiebung ändert allerdings nichts daran, dass die Alpen insgesamt nach wie vor in der Vorhand bleiben. In der Summe der italienischen, österreichischen, schweizer und ansatzweise auch französischen Hochgebirge ziehen sie ein Drittel aller Nennungen auf sich. Damit nehmen sie bei den ausländischen Traumzielen denselben Raum wie bei den inländischen ein, was den Eindruck verstärkt, dass der Übergang zwischen ihnen in beiden Fragen fließend ist.

Konkurrenz erwächst den Alpen in Europa vor allem von den bereits erwähnten maritimen Bergregionen im Süden, die zusammen auf knapp 20% der Nennungen kommen, wenn man die französische Mittelmeerküste hinzurechnet. Die touristische Völkerwanderung hat also nicht ihre Richtung geändert, sondern greift nur immer weiter südwärts aus.

Demgegenüber fristen West-, Nord- und Osteuropa nach wie vor ein Nischendasein. Schottland und Irland, die Hauptrepräsentanten des Westens, sprechen mit 4% zusammen genommen genauso viel Wanderer an wie die skandinavischen Länder. Dem modernen Genusswanderer ist es in den rauerer Klimata vermutlich einfach zu ungemütlich.

Profilstudie Wandern 2004		Tab. 9	
Wandern im Ausland			
Offene Frage - Prozent der Nennungen			
Region	Traumziel	Erfahrung	
Italien	22	20	
davon Südtirol, Dolomiten	16	5	
Spanien	11	9	
davon spanische Inseln	7	5	
Griechenland	2	3	
Schweiz	8	13	
Österreich	7	24	
Alpen	4		
Frankreich	7	10	
Schottland	2	1	
Irland	2	1	
Skandinavien	4	4	
davon Norwegen	2	1	
Schweden	1	1	
Osteuropa	2	2	
Amerika	13	6	
davon Kanada, Alaska	5	1	
USA	4	2	
Südamerika	3	1	
Asien	6	2	
davon Himalaya	4	1	
Australien, Neuseeland	5	2	
Afrika	1	1	

Ost- und Südosteuropa tauchen schließlich in den Wanderträumen so gut wie gar nicht auf. Grund hierfür dürften weniger landschaftliche Defizite als Sprachprobleme sein: Während man im Westen und Norden noch mit Englisch zurechtkommt, bedarf es im Osten ungewöhnlicher Sprachkenntnisse. Denn Wanderer lassen sich nicht auf Touristengettos beschränken, sondern sind bei ihrem raumgreifenden Hobby auf Sprachkontakte angewiesen, und seien sie nur schriftlicher Art.

Einen im Vergleich hierzu unerwartet großen Raum nehmen in den Wanderträumen dagegen nichteuropäische Ziele ein. Jede vierte Nennung verliert sich in den Tiefen anderer Kontinente, die durch die Gewöhnung an weite Flug-Reisen mehr und mehr in den Denkhorizont auch von Wanderern zu rücken scheinen. Hier zeigt sich ein ganz neuer Aspekt des Mentalitätswandels unter Wanderern, die nicht nur die genussvolle kleine Tour mehr und mehr schätzen, sondern deren Fantasie andererseits auch durch das Trekkingabenteuer auf fernen long distance trails beflügelt zu werden scheint. Obwohl auch Europa mit derlei Herausforderungen aufwarten kann, kann man sich das große Abenteuer nur in großer Ferne vorstellen.

Das fiktive Ziel solcher Träume liegt vorm allem auf dem amerikanischen Kontinent, angefangen von Kanada über die USA bis nach Südamerika. Aber auch Asien und natürlich unsere globalen Antipoden Australien und Neuseeland ("down under") stehen zur Wahl. Wie hoch derlei Fantasien fliegen, machen jene 4% deutlich, die sich geistig bereits durch den Himalaya stapfen sehen.

Allerdings handelt es sich hierbei eher um junge Leute. Während die Jahrgänge unterhalb des Durchschnittsalters zu über 30% fernen Trekkerträumen nachhängen, sind es bei den Älteren nur 20%. Letztere zieht es dagegen stärker in den Süden, sie nennen fast doppelt so viel Traumziele in Italien und Spanien als ihr Nachwuchs. Von daher fällt es nicht schwer, für die Zukunft des Wanderns eine Wiederbelebung längerer Entdeckertouren vorauszusagen. Für die deutschen Wanderdestinationen leitet sich hieraus die Empfehlung ab, ihre Wandertrassen nicht nur in Richtung Genusstouren, sondern zumindest in Teilen auch in Richtung herausfordernder Bergwaldrouten zu modernisieren.

Bei alledem ist indes klar, dass Träume eben Träume sind und nicht die Wirklichkeit widerspiegeln noch unmittelbar in die Realität umgesetzt werden. Dies macht der Vergleich der ausländischen Traumziele mit den gleichermaßen offen abgefragten Auslandserfahrungen deutlich, die mit teilweise recht unterschiedlichen Anteilen in der letzten Spalte von Tab.9 vertreten sind. Immerhin dokumentiert die mit 28% niedrigste Quote der Antwortverweigerungen und die im Vergleich zu den Traumzielen mehr als doppelt so hohe Zahl an Nen-

nungen pro Person eine unerwartet hohe Mobilität der Wanderer über die deutschen Grenzen hinaus, die zwar eher durch die generelle Urlaubswahl bedingt sein dürfte, aber in der Fragestellung eindeutig mit Wandererfahrungen verbunden ist.⁵ Deutschlands Wanderpublikum verfügt damit über einen außerordentlichen wandertouristischen Erfahrungsschatz. Der Vergleich mit alternativen Formen nicht nur von attraktiven Landschaften, sondern auch in Hinblick auf Infrastruktur und Gastlichkeit erhöht automatisch die Ansprüche an die entsprechenden deutschen Gegebenheiten.

Wenn man die Diskrepanzen zwischen Erfahrungen und Träumen als Indiz für zukünftige Trends deutet, verstärkt der Vergleich der beiden Spalten von Tab.9 die bisherigen Vermutungen: Je ferner die Ziele, desto größer die Sehnsucht. Amerika, Asien und Australien/Neuseeland nehmen in der Traumwelt mehr als doppelt so viel Raum ein wie in der Wirklichkeit. Mehr als jede/zweite, der seinen Fuß auf diese Kontinente setzen will, war noch gar nicht da. Hier schlummert ein großes Potenzial, dass angesichts der Neigung, sich im Urlaub wenigstens einmal den ganz großen Wunsch zu erfüllen, nicht ohne Auswirkungen auf zukünftige Entwicklungen bleiben dürfte.

Umgekehrt müssen die traditionellen alpinen Wanderparadiese tendenziell um ihr Publikum fürchten. Zwar kann Österreich seinen Ruf als Marktführer im Blick zurück halten - Südtirol und die Schweiz folgen auf Rang 2 und 3. Doch die Utopien sehen anders aus, und in diesem Falle lassen sie sich relativ einfach verwirklichen: Hier fällt Österreich zu Gunsten Südtirols auf den dritten Rang zurück⁶. Es sieht fast so aus, als hätten viele Wanderer allmählich genug Österreich getankt und schauten sich nun nach neuen alpinen Erfahrungen um.

Der Rest der ausländischen Wanderziele kann vom Traumstatus kaum profitieren, ist aber auch nicht sonderlich von heimlichen Ausstiegswünschen bedroht. Das gilt insbesondere für die herausfordernden Destinationen in West-, Nord- und Osteuropa. Wenn schon Abenteuer, dann sucht man sie lieber noch weiter weg, die herberen Regionen reizen bestenfalls die Kenner.

⁵ Angesichts der Fülle von Ländern, die mancher in das viel zu kleine Antwortkästchen der Frage "Haben Sie schon einmal eine Wanderung im Ausland unternommen?" gepresst hat, wurden zur Vermeidung von Ungleichgewichten nur die jeweils ersten drei Nennungen in die Auswertung übernommen.

⁶ In der Erfahrungsspalte von Tab.9 verbirgt sich vermutlich ein beträchtlicher Teil an Südtirol-Aufhalten hinter dem allgemeinen Stichwort "Italien". Da hier aber auch die südlichen Strände und Inseln verstärkt in Erscheinung treten, verfügt Südtirol bei den Traumzielen gleichwohl über höhere Anteile als in der Vergangenheitsbilanz, kann also zukünftig auf weitere Bodengewinne hoffen.

9. WEGE: STEIGENDE ANSPRÜCHE

Grundlage eines jeden Wandererlebnisses ist der Wanderweg. Von seiner Führung hängt es ab, wie eine Urlaubslandschaft erfahren wird. Der Wanderweg ist daher das wichtigste und im übrigen auch meistgenutzte Urlaubsmedium der deutschen Mittelgebirge. Diese schlichte, in einer Zeit wandernder Individualisten gleichwohl immer bedeutsamere Einsicht bricht sich in der Tourismuswirtschaft nur mühsam Bahn.

Die Frage nach der Qualität von Wanderwegen steht daher im Zentrum der Profilstudien Wandern. Was dabei unter Qualität zu verstehen ist, hängt in allererster Linie vom Urteil der Wanderkunden ab. Das wird im Fragebogen auf zweierlei Weisen abgefragt. Am Anfang steht die offene, auf die jeweilige Befragungsregion bezogene Doppelfrage: "Was gefällt Ihnen an den Wanderwegen besonders gut? ... Und was gefällt Ihnen nicht so gut? ...". Sie lässt Lob und Kritik freien Raum, ohne die angesprochenen Themen vorzuprägen. Zwangsläufig verbleiben die spontan herausgeforderten Wertungen jedoch sehr im Pauschalen, mehrheitlich werden nur ein, zwei Stichworte notiert. Daher schließt sich auf der zweiten Seite des Bogens eine geschlossene Frage mit gezielt vorgegebenen Antwortalternativen an. Hier geben die Befragten auch zu Wegeeigenschaften Auskunft, die ihnen nicht auf Anhieb in den Sinn gekommen sind.

Auch wenn die offene Eingangsfrage auf die jeweils konkrete Situation vor Ort Bezug nimmt, liefert sie in der übergreifenden Zusammenfassung aller Urteile doch auch wertvolle Hinweise darauf, was Deutschlands Wanderer in Hinblick auf die Wege generell als besonders wichtig bzw. störend empfinden. In der Doppelfrage spiegelt sich gewissermaßen der Ist-Zustand im Mix von Anspruch und Wirklichkeit. Dabei ist freilich einmal mehr zu berücksichtigen, dass die Erhebung zu nicht unwesentlichen Teilen an prominenten, besonders herausgestellten und gepflegten Leitwanderwegen stattgefunden hat. Die daraus ermittelten kollektiven Gesamteindrücke dürften folglich eher zu rosig ausfallen.

Einschränken kommt hinzu, dass sich ein gutes Fünftel der Befragten auf die Schnelle überhaupt kein positives und sogar drei Fünftel kein negatives Urteil abringen konnten. Ein Grund für diese Verweigerung besonders der negativen Nachfrage bestand sicherlich darin, dass man sich sein eigenes Wandererlebnis nicht durch Kritikasterei verderben wollte. Überdies dürfte es nicht wenigen generell schwer fallen, den entspannenden Tonus des Wanderns, der

gerade auch in der Entlastung von anstrengender Kopfarbeit besteht, durch die Suche nach eigenen Formulierungen unterbrechen zu wollen. Ankreuzen fällt da sehr viel leichter - daher auch die geschlossene Nachfrage.

Spontanes Lob

Alles in allem streuen die insgesamt über 3.000 anerkennenden Hinweise thematisch sehr breit und dokumentieren so anschaulich das ausgedehnte 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 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 der Vergleich mit ähnlichen offenen Eingangsfragen früherer Jahre (Tab.10).

So dominiert im spontanen Assoziationshorizont (ähnlich wie bei den Motiven) eindeutig das Thema Natur. Zusammen mit den naturbelassenen Wegen und Pfaden sowie der natürlichen Ruhe entfällt fast die Hälfte aller 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.

Im Vergleich mit den Vorgängerstudien erfährt der Faktor Natur allerdings einen teilweise kräftigen Gewichtsverlust - vor allem in Hinblick auf das Erlebnis natürlicher Stille und naturbelassener Wege. Grundsätzlich können hierfür sehr verschiedene Gründe verantwortlich sein: Auf der objektiven Ebene beispielsweise Veränderungen an den Wegen oder aber auch in der Zusammensetzung der Stichprobe, im subjektiven Bereich ein Bedeutungsverlust des von Themen bzw. ihre Verdrängung durch andre Themen. Anhand der spontan notierten Stichworte lassen sich hierzu keine zweifelsfreien Aussagen machen. Doch gibt der Vergleich verschiedener Trends wie auch regionaler Unterschiede Hinweise auf mögliche Hintergründe.

So gibt es innerhalb des Naturthemas zwei gegenläufige Tendenzen: Der abnehmenden Betonung des Ruhefaktors steht eine Aufwertung der Aussichten gegenüber. Ein Blick in die Regionalverteilung liefert hierfür zumindest eine Teilerklärung. Das erstmals in die Profilstudien einbezogene Allgäu weist nämlich für beide Subthemen ausgesprochen extreme Anteile in derselben Gegenläufigkeit aus: Während vor allem an den hochgelegenen Standorten die Aussichten alle anderen Natur- und Landschaftsvorzüge mit großem Abstand hinter sich lassen, ist von Ruhe und Abgeschiedenheit so gut wie gar nicht die Rede.

Ganz offensichtlich spielen für diese kleineren Trends die veränderte Stichprobenszusammensetzung und die damit verbundenen Sondermerkmale eine maßgebliche Rolle, was mehr auf objektive als auf subjektive Trendursachen hindeutet. Dies wird dadurch unterstrichen, dass auch die besonders offenen Parklandschaften wie die der Rhön und der Schwäbischen Alb bei den Aussichtspunkten.

Damit übernehmen die Aussichten insgesamt eine führende Rolle unter den konkreter angesprochenen Naturmerkmalen, bei denen es sich vor allem um Landschaftseigenschaften handelt. Neben den Fernblicken sind dies in erster Linie Wälder, eindrucksvolle Reliefelemente wie Felsgipfel und Schluchten sowie Gewässer. Demgegenüber werden Flora und Fauna nur zu rund 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 technisch und/oder städtischen Alltag kaum noch findet.

Der Beschwörung von Naturschönheiten entspricht folgerichtig eine Geringschätzung zivilisatorischer Highlights der jeweiligen Wanderregionen - mit einer Ausnahme: Gasthäuser, bislang eher unter ferner liefen registriert, scheinen für den modernen Genusswanderer zu Ungunsten von Rastplätzen an Bedeutung gewonnen zu haben. Auch hierfür liefert der Blick in die Regionalspezifika eine Erklärung: Es sind vor allem die Pfalzwanderer, die mit ihrer Be-

Profilstudien Wandern 2004		Tab. 10		
Positive Merkmale deutscher Wanderwege				
Prozent der Nennungen				
Merkmal	'04	'03	'00	
Natur	38	39	44	
Natur(nähe)	10	13	11	
Flora und Fauna	1	0	1	
Landschaft	6	7	6	
Ausblick	8	5	5	
Wald	4	3	5	
Relief (Gipfel, Wasser)	2	2	2	
Ruhe	4	6	9	
Zivilisation	7	9	6	
Sauber	1	4	2	
Rastplätze	1	3	2	
Gasthäuser	3	0	0	
Kultur / Information	1	1	1	
Abwechslung	5	8	6	
Wegeformat	25	30	39	
Wegeführung	5	3	2	
straßenfern, autofrei	0	1	1	
naturbelassen,	5	10	15	
pfadig	2	2	2	
gepflegt	7	7	8	
ausgebaut	3	6	6	
Beschilderung	23	14	6	

geisterung für die dort ebenso zahlreichen wie zünftigen Hütten zu diesem Ergebnis beigetragen haben.

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 Motiv und Zielhierarchien der Tab. 5 und 7 deuteten ja bereits darauf hin. Indem ihr Anteil nicht über 1% hinauskommt, müssen sie sogar der Gastronomie den Vorrang lassen - ebenfalls in Übereinstimmung mit den Tab.5 und 7. Angesichts dieser erdrückend eindeutigen Befundlage kann es für alle diejenigen, die mit ihren Wanderwegen vor allem auf ihre heimischen Kulturschätze aufmerksam machen wollen, nur ein kleiner Trost sein, dass diese von manchem vielleicht deshalb nicht erwähnt werden, weil man sie nicht dem Wanderweg als solchem zurechnet. Das gälte dann allerdings ähnlich auch für Gasthäuser, womit sich an beider Rangordnung nichts ändert.

Worauf genau sich jene 5% der Äußerungen beziehen, die den Abwechslungsreichtum der Wege loben, lässt sich nicht eindeutig ausmachen. Allerdings ist angesichts des Ungleichgewichtes von natürlichen und zivilisatorischen Merkmalen zu vermuten, dass auch damit hauptsächlich die landschaftliche Vielfalt hervorgehoben werden soll. Der kleine Prozentsatz darf nicht über die Relevanz dieses Lobes hinwegtäuschen: Immerhin liegt es als Einzelthema noch vor dem Wald, der Ruhe und den Gasthäusern: Abwechslung ist unerlässlich.

Obwohl die offene Eingangsfrage eigentlich auf Wege zielt, nimmt das Drumherum in etwa den gleichen Raum ein wie die Wege-Eigenschaften im engeren Sinn. Das verdeutlicht einmal mehr, wie wichtig den Wanderern die landschaftlichen Gegebenheiten sind, auch wenn nur indirekt danach gefragt wird.

Was die Wegequalitäten im engeren Sinne betrifft, so richtete sich das Wohlwollen der Wanderer bislang vor allem auf das Wegeformat. Dagegen spielten Hinweise auf zuverlässige Markierungen, informative Wegweiser oder eben auch etwas diffuser auf die "Beschilderung" nur eine nachrangige Rolle. Das hat sich laut Tab. 10 drastisch geändert. Zwischen beiden Themen herrscht Gleichstand. Jeweils ein Viertel aller spontanen Wertungen nimmt auf das eine wie das andere Bezug. Die in den letzten Jahren angelaufenen Bemühungen um eine Verbesserung der Wegeausweisung sind also offenbar nicht unbeachtet geblieben, sondern scheinen in geradezu erstaunlichem Maße gewürdigt zu werden.

Für den relativen Bedeutungsverlust des Wegeformats in der Positivbilanz ist vor allem der Umstand verantwortlich, dass den Befragten Hinweise auf die Naturbelassenheit der Wanderwege offenbar weniger wichtig erschienen. Im Regionalvergleich ist dies auf breiter Front der Fall und nicht etwa nur auf neu hinzugekommene Regionen beschränkt. Da kaum anzunehmen ist, dass die deutschen Wanderwege im Zuge der laufenden Modernisierung tatsächlich weiter an Naturnähe verloren haben - dagegen spricht schon die verdoppelte Befriedigung über eine gute Wegeführung - kann man nur subjektive Trends dahinter vermuten. Offenbar sind Wanderer, in ihren Wünschen endlich auch öffentlich ernst genommen, speziell in Hinblick auf ihr Kernanliegen - Natur erleben und genießen - sensibler und anspruchsvoller geworden. Was man früher als besonders naturnah empfunden hat, wird heute als Standard erwartet - nicht zuletzt auch angesichts der Erfahrungen mit den neuen Spitzwanderwegen. Zum einer gesteigerten Natursensibilität passt es auch, dass sich das Lob für ausgebaute Wege halbiert hat.

Dem widerspricht auch nicht die nach wie vor hohe Anerkennung für die Pflege der Wege. Vielmehr geht es den Befragten dabei nach Ausweis der konkreteren Hinweise vor allem um ein sicheres und hindernisfreies Ausschreiten, ohne ständig auf den Untergrund achten zu müssen.

Weit wichtiger als die Wegepflege erscheint dem Wandergast indes 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.

Was das Gleichziehen der Beschilderung mit dem Wegeformat vor allen Dingen beflügelt haben dürfte, das sind neue Wegeleitsysteme, die sie derzeit vielerorts installiert werden. Denn die mit Abstand meisten anerkennenden Hinweise auf Markierungen und Wegweiser kommen aus denjenigen Regionen, die das überkommene Chaos auf diesem Gebiet bereits konsequent beseitigt und durch einheitliche neue Systeme ersetzt haben: Rothaargebirge, Schwarzwald und Allgäu. Wenn aus dem Schwarzwald von Seiten der Tourismuswirtschaft gelegentlich zu hören ist, das neue System habe zwar mehr Klarheit, aber nicht mehr Gäste gebracht, so greift dieses Urteil möglicherweise zu kurz. Denn nach Ausweis von Tab.10 sind die großen Mühen der Wege-neuweisung durchaus positiv zur Kenntnis genommen worden. Die damit verbundenen angenehmen Erfahrungen machen unter Wanderern derzeit die Runde, was nicht ohne Auswirkungen auf zukünftige Zielwahlen bleiben dürfte.

Spontane Kritik

Den überwiegend positiven Wünschen und Eindrücken von Deutschlands Wanderwegen stehen natürlich auch einige kritische Einschätzungen gegenüber. Auskunft darüber gibt der zweite Teil der Eingangsfrage (Tab.11).

Die darin zu Papier gebrachte 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 60% der Befragten auf die Bitte nach negativen Erfahrungen überhaupt keine Angaben. Da auch die verbleibenden Kritiker nur wenige Stichworte notierten, entfiel in der Bilanz auf drei positive Statements nur ein negatives. Auch hierbei ist indes wieder zu berücksichtigen, dass die Befragungen größtenteils in Deutschlands führenden Wanderdestinationen stattfanden.

Es spricht für die Konsistenz der Urteile, dass die Themen Natur und Zivilisation in der Negativbilanz im umgekehrten Verhältnis wie in der Positivliste stehen. Während knapp 30% der Nennungen zivilisatorische Störungen beklagen, werden Beeinträchtigungen der Natur nur von 8% aufgegriffen.

Was die Naturszene betrifft, so hat sich das Hauptthema der Beschwerden des letzten Jahres - der Wald - wieder auf sein Normalmaß reduziert: Wie schon im Jahre 2000 machen Klagen über monotone und zerstörte Wälder nur 3% der Monita aus. Damit führen sie die kleine Liste der natürlichen Ärgernisse zwar immer noch an. Doch fehlt der massive Frust über die Schadensbilder im Nationalpark Bayerischer Wald. Dennoch kann für den Bayerwald keine volle Entwarnung gegeben werden: Obwohl die Befragungsstandorte diesmal gezielt außerhalb des Nationalparks lagen, kommen von dort nach wie vor überdurchschnittlich viele Klagen - was durchaus mit Nationalparkvisiten zusammenhängen könnte.

Weit größere Verschiebungen weist Tab. 11 in der Rubrik "Zivilisation" aus. Zum einen hat sich der Ärger über Müll in der Landschaft kontinuierlich reduziert. Offenbar zeigt die Einführung des Dosenpfandes nachhaltige Wirkung. Möglicherweise kümmern sich aber auch die Gemeinden zunehmend um Ablagerungen in Wald und Flur. Denn bekanntlich gilt in diesem Punkte die Devise "Wehret den Anfängen": Wo einmal Abfall gelandet ist, häuft sich schnell weiterer an.

Zum anderen hat sich gleichsam als Ersatz für das Müllproblem der Konflikt mit den Bikern abrupt hochgeschaukelt. Waren sie bislang nur ein Faktor unter vielen, die den Wandergenuss trüben, so sind sie plötzlich zum Hauptstörfried avanciert. Auf der Suche nach Erklärungen fällt auf, dass die Oberhoheit über die Wege in einigen Regionen nach wie vor ein Nebenproblem ist, während sich in anderen, allen voran in der Pfalz, jeder Vierte bis Siebte bedrängt fühlt. Ein System lässt sich hierbei auf Anhub nicht erkennen. Scheinbar sind es regionale Gegebenheiten, die den alten Konflikt mit den Moutainbikern erneut hochkochen lassen.

Unabhängig davon halten sich die Klagen über zu viel Motor- und Publikumsverkehr auf den Wegen in den bisherigen Grenzen. Nimmt man indes den Radverkehr hinzu, so erweist sich die Mehrfachnutzung von Wanderwegen mit über 20% der Negativstatements als eines der größeren Probleme der deutschen Wanderszene. Schließlich sucht man die Natur nicht zuletzt auf, um dem stressigen Getriebe des Alltags einmal zu entkommen. Insofern sehen nicht wenige ihre Hoffnungen auf Ruhe und ungestörten Naturgenuss durch massenhaften Gegen- und Überholverkehr enttäuscht.

Der größte Problemkomplex sind indes die Wege selber. Auf Wegeformat und Infrastruktur nehmen zusammen 60% der kritischen Hinweise Bezug, was die vorhergehenden anerkennenden Äußerungen relativiert. Das gilt gleichermaßen für die Beschaffenheit wie für die Beschilderung der Wege.

So lässt das Unbehagen über mit Schotter und Teer allzu verkehrsgerecht aufbereitete Wege zusammen mit der Aversion gegenüber mehr oder weniger direktem Straßenkontakt einen leichten Zuwachs erkennen. Das laut

Profilstudien Wandern 2004		Tab. 11		
Negative Merkmale deutscher Wanderwege				
Prozent der Nennungen				
Merkmal	'04	'03	'00	
Natur	8	15	4	
Sperrung	1	2	0	
Flora und Fauna	1	0	0	
Landschaft, Ausblick	2	1	1	
Wald	3	7	3	
Geoformation	1	3	0	
Zivilisation	29	28	39	
Müll	6	16	25	
Lärm, Betrieb	11	9	10	
Biker	11	2	2	
Wegeformat	34	33	30	
Wegeföhrung	1	0	1	
hindernisreich, ungepflegt	8	5	8	
befestigt, geschottert	13	11	10	
geteert	7	9	5	
Straßenkontakt, Verkehr	5	3	5	
Infrastruktur	26	23	23	
Beschilderung	21	16	16	
Rastplätze	2	6	6	
Gasthäuser	2	1	1	

Tab.10 schwindende Lob für naturbelassene Wege findet hierin zumindest eine teilweise Erklärung. Nimmt man noch den Missmut über ungepflegte Wege hinzu, so geht ein gutes Drittel aller Beschwerden auf das Konto des Wegezustands. Auch wenn dieser Trend angesichts der überall einsetzenden Bemühungen um Qualitätsverbesserung eher mit subjektiv höheren Ansprüchen als mit objektiven Verschlechterungen begründet sein dürfte, ist er ernst zu nehmen. Es sieht fast so aus, als würden die Erwartungen der zunehmend hofierten Wanderer schneller wachsen als die Qualität des Wegeangebots.

Ähnliches gilt für die Wegeleitsysteme, die unkundigen Wanderern durch Markierungen, Wegweiser und Informationsschilder die Orientierung erleichtern sollen. Einer starken Zunahme anerkennender Äußerungen in Tab.10 steht in Tab.11 gleichfalls ein Zuwachs an Kritik gegenüber. Dieser scheinbare Widerspruch löst sich im Regionalvergleich auf. Hauptziel der Kritik sind nämlich vor allem Regionen, die (wie in Schwaben) noch nicht mit einer Bereinigung des (vor allem lokalen) Markierungswildwuchses begonnen haben. Die systematische Erneuerung und Vereinheitlichung der Wegeausweisung mindert dagegen (etwa im Allgäu und im Rothaargebirge) die Kritikrate.

Damit erweisen sich die Hauptprobleme von Wanderwegen als durchaus behebbar. Es mangelt weniger an wanderbaren Landschaften als an Wegen, die dieses Kapital adäquat erschließen. Allerdings sind sowohl für die Renaturierung der Wege durch großflächige Umlegungen als auch für ihre nutzerfreundliche Neubeschilderung durch flächendeckend einheitliche Leitsysteme erhebliche Investitionen erforderlich. Hierbei handelt es sich indes um Nachholinvestitionen in einen über Jahrzehnte vernachlässigten Angebotssektor. Auf welchem fruchtbaren Boden die diesbezüglichen Bemühungen einiger Pionierregionen gefallen sind, zeigt nicht zuletzt der Umstand, dass die dadurch gesetzten Normen von den Wanderern nicht nur gerne angenommen worden sind, sondern nun auch als Ansprüche an die Nachzügler herangetragen werden.

Erklärte Vorlieben

Zur Ergänzung der aus der offenen Frage gewonnenen, eher pauschalen Eindrücke fasst eine Batterie geschlossener Fragen in puncto Wandervorlieben genauer nach. Die Ergebnisse verstärken nicht nur die aus der offenen Frage gewonnenen Einsichten, sondern zeigen im Vergleich mit früheren Befunden erneut eine erstaunliche Konstanz der Wegevorlieben⁷. So stehen die naturna-

⁷ 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 aktuel-

hen und aussichtsreichen, aber auch die markierten Wege klar an der Spitze, verkehrsgerecht befestigte Wege ebenso eindeutig am Schluss der Wunschkala.

Gegenüber 2003 dokumentiert Tab.12 indes einige aufschlußreiche Veränderungen. Sie haben großenteils etwas mit einer präziseren Benennung der Wegetypen in den Antwortvorgaben zu tun, was manches in einem neuen Licht erscheinen lässt.

So ist Platz 1 der Rangskala nunmehr mit über 70% Zustimmung eindeutig von den Höhenwegen besetzt, nachdem die Antwortvorgabe von Kamm- in Höhenwege verändert wurde. Offenbar können sich nicht wenige Wanderer unter der neuen Bezeichnung mehr vorstellen und ihre Vorliebe für aussichtsreiche und zugleich bequem bewanderbare Höhen ungebrochener kundtun.

Das heißt aber auch, dass sich die deutschen Mittelgebirge noch nachdrücklicher um die Wiederherstellung der oft zugewachsenen Aussichten entlang ihrer Höhenzüge kümmern müssen.

Auch die markierten Wanderwege haben zugelegt - seit 1998 sogar recht kontinuierlich auf mittlerweile fast 70%. Offenbar wird die Möglichkeit, sich

Profilstudie Wandern 2003		Tab.12		
Beliebte Wanderwege				
Prozent				
Wegart		'04	'03	'98
Naturwege				
Aussichtsreiche Höhenwege		71	52 ⁸	52
Schmale Pfade		57	66	41
Erd- und Graswege		54	45	43
Leitwege				
Markierte Wanderwege		68	60	53
Fernwanderwege		17	14	18
Schwierigkeit				
Bequeme Wege		32		23 ⁹
Breite Wege		15	18 ¹⁰	
Ebene Wege		8		
Gesicherte Steilhangwege		18		
Steile Wege		15	32 ¹¹	20 ¹⁴
Verkehrswege				
Befestigte Schotterwege		6	7	
Wege durch Ortschaften		4	4	(7)
Asphaltierte Wege		1	1	3
Wege entlang von Straßen		1	1	

le Antwortvorgabe "besonders gern" noch am ehesten dem damaligen "sehr gern", während der Befundbericht der 98er Studie "sehr gern" und "gern" zusammengefasst hat.

⁸ Aussichtsreiche Kammwege

⁹ bequeme Wege ohne viel Steigung

¹⁰ breite, bequeme Wege

¹¹ steile Wege, Bergpfade

von ihnen ohne großen Pfadfinderaufwand durch unbekannte Landschaften leiten zu lassen, mehr und mehr geschätzt. Man will in erster Linie Landschaft genießen, und dabei kann der kontinuierliche Blick auf die Karte oder die Angst vor dem Verlaufen nur stören.

Den dritten Platz in der Rangliste mit jeweils gut 50% Sympathisanten teilen sich der vormalige Spitzenreiter "schmale Pfade" mit den Erd- und Graswegen. Dabei haben erstere gegenüber 2003 deutlich verloren - vor allen Dingen wegen einer extrem niedrigen Quote im Bayerwald - letztere dagegen kontinuierlich gewonnen.

Insgesamt erfährt das Quartett der mehrheitlich befürworteten Wegetypen indes keine grundlegenden Veränderungen und unterstreicht damit einmal mehr die Bedeutung des wandertouristischen Kernmotives: Man will der Natur so nah wie möglich sein (Pfade, Erdwege), dabei seine Blicke wie Seele so weit wie möglich in die Landschaft ausschwingen lassen (Aussichtswegen), ohne sich in seinem Naturgenuss durch eine mühsame Wegesuche beeinträchtigen zu lassen (Markierungen).

Zum Genussmotiv passt die gewachsene Neigung zu bequemen Wegen. Sie liegt mit über 30% fast doppelt so hoch wie die in ähnlichem Maße gesunkene Akzeptanz steiler Wege. Bequem heißt in diesem Zusammenhang aber nicht, dass die Wege möglichst eben oder breit sein, also Spazierformat besitzen müssen - dafür ist nur eine kleine Minderheit zu haben. Sie sollen nur bequem zu finden und zu begehen, also nicht zu steil oder gar hindernisreich sein.

Auch dieser bislang nur vermutete Sachverhalt ist einer Präzisierung der Antwortvorgaben zu verdanken. So haben sich die 2003 noch zusammengefassten Wegeeigenschaften "bequem" und "breit" als subjektiv sehr unterschiedliche Merkmale erwiesen, und auch die Aufdifferenzierung des letztjährigen Indikators "steile Bergpfade" hat die Bedeutung des "steilen" relativiert. Deutlich weniger als 20% der Wanderer lassen sich von steilen Aufstiegen oder Steilhangwegen herausfordern und bilden damit den Gegenpol zu der zahlenmäßig eher noch kleineren Anhängerschaft von breiten, ebenen Wegen. Die Mehrheit sucht das Mittelmaß zwischen Spazier- und Kletteransprüchen, was den Reiz von Mittelgebirgstouren gegenüber Hochgebirgs- und Flachlandwegen nochmals unterstreicht.

Nicht viel höher liegt allerdings die Quote derer, die sich von Fernwanderwegen animieren lassen. Daran haben offensichtlich auch die allerorten entstehenden neuen Markenwanderwege nach Art des Rothaarsteigs noch nicht allzuviel verändert.

Unverändert ist auch die Aversion gegenüber alle jenen Wanderwegen geblieben, die die Landschaft nur über Wirtschafts- und Verkehrsstrassen erschließen. Asphaltierte Wege finden so gut wie keinen Anklang. Wie die weit höhere Akzeptanz von breiten, bequemen Wegen zeigt, liegt das weniger am Wegeformat als am harten Untergrund. Gänzlich unakzeptabel sind auch Wanderwege entlang von Straßen. Selbst eine Schotterbefestigung wird nur noch von kaum mehr als 5% akzeptiert.

Äußerst wenig Anklang finden auch Wege durch Ortschaften, obwohl sie doch in der Regel allerlei Abwechslung bieten. Die verständliche Neigung vieler Lokaltouristiker und -politiker, Wanderwege möglichst nah an die örtlichen Sehenswürdigkeiten und Einkehrmöglichkeiten heranzuführen, erweist sich damit als Bumerang: Man hat den durchwandernden Gast zwar einmal gewonnen, aber nur um den Preis eines mehr oder weniger hohen Frustrationspegels, der sich leicht zu dem Wunsch verhärten kann, diesen Weg weder ein weiteres Mal zu begehen noch ihn weiterzuempfehlen.

Wie jüngste Bestandsaufnahmen der tatsächlichen Wanderwegequalitäten in diversen Regionen zeigen, widerspricht die bundesdeutsche Wirklichkeit speziell in diesen Punkten in eklatantem Maße den Wunschvorstellungen der Wanderer. Trassen von Ort zu Ort und Tagesstrecken mit 30 oder gar 50 Prozent Asphaltanteil sind leider keine Seltenheit. Von daher untermauern die neuen Befunde die Notwendigkeit einer grundlegenden Qualitätsrevision des deutschen Wanderwegenetzes. Zugleich bestätigen sie die starke Betonung, welche in den neu entwickelten Qualitätszertifikaten auf die Naturnähe des Wegeformats gelegt wird.

Infrastrukturwünsche

Die Qualität eines Wanderweges wird nicht nur durch sein naturnahes Format und erlebnisreiches Umfeld, sondern auch durch das damit verbundene Service-Angebot bestimmt. 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 durch einladende Rastmöglichkeiten oder bequeme Einstiegs- und Aufstiegs-hilfen gesehen?

Entgegen puristischer Annahmen stehen Wanderern den kleinen Helfern unterwegs sehr positiv gegenüber (Tab.13). 60% schätzen Informationstafeln, fast jede/r Zweite wünscht sich Schutzhütten und Sitzbänke am Weg, ein Drittel plädiert für Papierkörbe und Aussichtstürme. Der im letzten Jahr erstaunt

konstatierte Zuwachs an Akzeptanz dieser Art von "Möblierung" hat sich im Sinne eines mittelfristigen Trends zwar relativiert. Die nach wie vor hohe Aufmerksamkeit für eine wanderfreundliche Ausstattung der Landschaft rechtfertigt indes die hohen Investitionen, die vor allem an den neuen regionalen Leitwegen in die Bestückung mit Rasthilfen fließen.

Profilstudie Wandern 2004		Tab.13		
Landschaftsausstattung				
Prozent				
Infrastrukturelemente	'04	'03	'99	'98
Informationstafeln	62		59	58
Schutzhütten	44	58	31	36
Sitzbänke	49	52	36	23
Papierkörbe	36	46	35	44
Aussichtstürme	31	32	10	21
Parkplätze im Grünen	16	11		19

Neben der bodenständigen Infrastruktur haben offenbar auch Aussichtstürme in den letzten Jahren eine beträchtliche, aktuell bestätigte Aufwertung erfahren. Auch wenn sie nur halb so viel Enthusiasten finden wie installationsfreie

Aussichten, wird ihre Ersatzfunktion zunehmend akzeptiert. Auf Parkplätze scheint man dagegen eher verzichten zu können - das Auto kann man in den ländlichen Wandergebieten in der Regel problemlos in Dörfern oder an Wegrändern platzieren.

10. FERNWEGE

WEITGEHEND UNBEKANNT

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. Es ist offenbar die Leuchtturmfunktion für eine ganze Region, die diese Wege touristisch so wertvoll macht. Auch wenn sie von der Mehrheit der (potenziellen) Gäste nicht in einem Zug durchwandert werden, sind sie das Prestigeobjekt einer jeden Wanderdestination. Umgekehrt tragen sie zum Prestige des Wandergastes bei, wenn er sagen kann, er sei auf ihnen gewandert: Man muss sie einfach gesehen haben. Und wenn sie auch noch das halten, was sie versprechen, üben sie eine hohe Bindungsfunktion aus.

Von daher übernehmen die regionalen Leitwege eine zentrale Funktion im wandertouristischen Marketing. Abgesehen von ihrer Qualität ist ihre Bekanntheit ein wichtiger Faktor für die Wahrnehmung einer Urlaubsregion. Um zu klären, welcher Stellenwert ihnen von den Wanderern tatsächlich zugemessen wird und wer davon besonders profitiert, enthält der Fragebogen die offene Frage "Fallen Ihnen spontan Namen bekannter Fernwanderwege ein?".

Auf den ersten Blick fallen deren Ergebnisse ernüchternd aus. Denn trotz der allerorten mit großem Aufwand neugeschaffenen oder wiederbelebten Leitwege kann nach wie vor die Hälfte der Wanderer nicht einen einzigen davon benennen. Für die Gestaltung ihrer Urlaube und Wanderungen scheinen diese Wege also so gut wie keine Rolle zu spielen.

Und auch von der anderen Hälfte dokumentieren nicht wenige durch die Beantwortung der Frage kaum mehr als ihren guten Willen. Denn rund 15% der Notierungen bleiben diffus, beziehen sich nur auf Landschaften oder Ziele, betreffen lokale Wege oder geben tatsächliche Fernwegenamen stark entstellt wieder.

Die einigermaßen fernwegekundigen Wanderer bilden also nur eine Minderheit von gut 40% der Befragten. Die von ihnen notierten Namen betreffen überdies zu einem guten Fünftel Wege derjenigen Region, in der sie sich

zum Zeitpunkt der Befragung gerade befanden. Das kann ein Zeichen von kurzem Gedächtnis, aber auch von Freude über den schönen Weg sein. So oder so verbleibt damit lediglich ein Drittel der Befragten, die Fernwege außerhalb ihrer Wanderregion namhaft machen können.

Diesen Befund kann man nach dem Prinzip des halbleeren bzw. halbvollen Glases aber auch andersherum deuten. Gut ein Drittel der Fußtouristen kann auf Anhieb die Namen von entfernten Wanderwegen nennen, die sie begangen oder von denen sie zumindest gehört haben. Auch wenn sich darunter viele vereinzelte Nennungen befinden, gibt es doch eine Reihe von Wanderwegen, die Wanderern in nennenswertem Umfang spontan einfallen. Hier findet offenkundig eine Art Markenbildung statt - ein Prozess, der zur Zeit in vollem Gange ist.

Angesichts des großen Stichprobenumfangs der '04er Profilstudie ist die Zahl von rund 2000 derartiger über den aktuellen Horizont hinausgehenden Fremdnennungen groß genug, um daraus stichhaltige Anhaltspunkte für die Prominenz zumindest der bekanntesten Wege zu gewinnen. Das war bei der Vorgängerstudie nicht in diesem Maße der Fall, weshalb dem folgenden Vergleich mit den Zahlen aus dem Jahre 2003 nur eine sehr begrenzte Aussagekraft zukommt. Andererseits relativieren sich aber auch die aktuellen Zahlen durch die erwähnte Südlastigkeit der Stichprobe, die sich in der Tat gerade in diesem Zusammenhang deutlich bemerkbar macht. Mit anderen Worten: Auch wenn die Zahlen geradezu den Versuch eines Rankings aufdrängen, steht dieses wie auch der Vergleich mit den letztjährigen Daten unter erheblichen methodischen Vorbehalten.

Eine weitere Differenzierung der Befunde ergibt sich daraus, dass sich die nachvollziehbaren Namensangaben zu knapp einem Viertel auf Fernwegegruppen beziehen. Da die Gruppen nicht selten nur pauschal angesprochen werden und ihre Mitglieder überdies fast durchweg grenzüberschreitenden Charakter ohne regionalen Bezug haben, werden sie in Abänderung der Darstellung aus der Profilstudie 2003 in Tab.14 gesondert geführt. Dabei beziehen sich die angegebenen Prozentzahlen auf die Gesamtzahl aller Antworten der offenen Frage.

Demnach nimmt etwa jede zehnte Namensnennung auf Europäische Fernwanderwege Bezug. Zu einem Drittel geschieht das mehr oder weniger diffus, wenn von den Fernwegen ganz allgemein oder gar "dem" Europäischen Fernweg die Rede ist. Nicht selten werden auch nur Ziele oder Etappen einzelner Wege benannt wie etwa Oberstorf-Meran, München-Venedig oder Kiel-Konstanz. Möglicherweise fordert die allgemeine Art der Fragestellung auch zu derartigen Antworten heraus, sofern man überhaupt schon einmal etwas von

der Existenz dieser Wege gehört hat. Insofern kommt derlei Antworten nicht die Bedeutung zu wie der Benennung von Einzelwegen.

Die relative Beliebtheit dieser Art von Verweisen kommt nicht zuletzt auch darin zum Ausdruck, dass sich ihr Anteil am Pool aller Nennungen in den letzten Jahren als sehr schwankend erweist. Dessen Halbierung von 2003 auf 2004 lässt sich angesichts ihrer Omnipräsenz in Deutschland nur begrenzt auf die Südlastigkeit der Stichprobe zurückführen. Die zeigt sich eher in der Verschiebung der internen Rangfolge konkreter E-Wege. Denn der "Deutschlandweg" E1 ist durch die klassische Alpenquerung des E5 (Oberstorf-Meran) von der Spitze auf Platz zwei verdrängt worden. Verloren hat auch der E3, obwohl er Deutschland in seiner Mitte quert und auf Mainhöhe immerhin noch den Norden von Bayern streift. Demgegenüber konnten die den Süden und Osten Bayern durchmessenden E-Wege ihre (schwache) Position halten.

Profilstudie Wandern 2004		Tab. 14
Bekannte Fernwegegruppen		
Offene Frage - Prozent der Fremdnennungen		
	'04	'03
Europäische Fernwege	10	20
davon		
E5	4	3
E1	2	5
E6	1	1
E4	1	1
E3	0	3
Jakobswege, Pilgerwege	10	5

Nicht ganz unbeteiligt am Abstieg der Europawege dürfte der Aufstieg der Jakobswege sein. Obwohl nicht weniger pauschaliert, verdankt sich die Verdoppelung der diesbezüglichen Nennungen zweifellos einer bislang beispiellosen Medienaufmerksamkeit. Dabei stand in der Regel das spanische Original im Vordergrund, obwohl angesichts einer Welle von Trittbrettfahrerprojekten auch die zahlreichen Meldungen über die Schaffung bzw. "Wiederentdeckung" deutscher Jakobswege in den Lokalzeitungen zu der seit Jahren rapide wachsenden Bekanntheit des bekanntesten Pilgernetzes beigetragen hat.

Bei beiden, den E-Wegen wie den Jakobswegen, wird man davon ausgehen dürfen, dass ihre Bekanntheit weniger das Resultat konkreter Begehungen noch einer besonderen Qualität dieser Gruppenwege, sondern vorzugsweise des Hörensagens im weitesten Sinne ist. Das dürfte bei den einzeln genannten Wegen tendenziell anders sein. Daher macht der Versuch eines internen Rankings zumindest einen gewissen Sinn. Hierbei wird man um der Vermeidung von statistischen Artefakten bzw. einer gewissen überregionalen Gültigkeit willen indes die "Eigennennungen", also alle Angaben zu Wegen aus ihrer jeweiligen Befragungsregion, außer Acht lassen müssen. Setzt man folglich die Summe aller "Fremdnennungen", die eine über den eigenen Tellerrand gehen-

de Perspektive belegen, gleich 100, so ergeben sich Rangfolge und Prozentzahlen der Tab.15. Die Vergleichszahlen aus dem Jahre 2003 sind, obwohl angesichts sehr viel kleinerer Zahlen relativ unsicher, auf der gleichen Basis neu berechnet.

Generell zeigt sich bei der Durchsicht der weit über 1200 Wegeangaben dieser Art eine sehr viel größere Fülle unterschiedlicher Namen als früher, die überdies sehr viel weiter über die deutschen Grenzen hinaus weisen. Ange-

sichts von über 200 verschiedenen Wegen, von denen über 80% allerdings noch nicht einmal auf 5 Erwähnungen kommen, bleibt für die Anwärter auf die Spitzenplätze zwangsläufig weniger Kumulationspotenzial.

Dieser Effekt hat sich insbesondere zu Ungunsten des Rennsteigs ausgewirkt. Er kann zwar den ersten Rang in der Bekanntheitskala souverän verteidigen, doch hat sich sein Vorsprung gegenüber den Mitbewerbern mehr als halbiert. Das hat zum einen sicherlich mit den nun schon mehrfach konstatierten Südorientierung der Stichprobe wie der Sichtweise zu tun, ist aber vermutlich zum Teil auch die Folge einer zumindest unter den

Profilstudie Wandern 2004 Tab. 15		
Bekannte Fernwanderwege		
Offene Frage - Prozent der Fremdnennungen		
	'04	'03
Rennsteig	21	43
Westweg/Schwarzwald	6	7
GR20 (Korsika)	5	2
Heilbronner Weg	4	2
GTA (alpin)	2	0
Meraner Höhenweg	2	0
Rothaarsteig	2	3
Rheinhöhenweg	2	3
Rotweinwanderweg Ahr	1	4
Mittelweg/Schwarzwald	1	3
Hermannsweg	1	2
Alpenquerung München-Venedig	1	1
Eselsweg	1	1

Kennern stärkeren Wahrnehmung auch anderer "Produkte" auf dem Wandermarkt.

Gewinner beider Effekte sind neben dem GR20 zwei alpine Wege, die sich zwischen die bisherigen Zweitligisten Westweg und Rothaarsteig geschoben haben, die ihrerseits dadurch leicht verloren haben. Stärkere Verlierer sind jedoch der Eifeler Rotweinwanderweg oder der Mittelweg im Schwarzwald, obwohl dieser immerhin zum Einzugsgebiet der Studie zählt. Ganz aus dem Rennen sind der Moselhöhenweg und die Main-Donau-Wege, welche 2003 immerhin noch auf 2% der Nennungen kamen. Umgekehrt haben infolge einer gestiegenen Wahrnehmung eine Reihe vorwiegend südlicher bzw. ausländischer Wege mit einer Quote von 1% den Aufstieg in die Rangliste geschafft. Dazu gehört etwa der König Ludwig Weg, der Lechtaler Höhenweg, der Tau-

ernweg, aber auch der Ostweg im Schwarzwald, der französische GR10 oder der schottische Westhighlandtrail.

Auch wenn bei diesen kleinen Prozentzahlen natürlich auch der Zufall eine Rolle spielt, ist der Südbonus unverkennbar. Er tritt noch deutlicher in Erscheinung, wenn man der Herkunft der Nennungen genauer nachgeht. Danach verdankt der Rennsteig den Erhalt seiner Spitzenstellung vor allem dem Fast-Anlieger Rhön und der direkten Steigkonkurrenz Rothaargebirge, während er im Süden nur mäßig viel Stimmen sammelt. Die alpinen Wege sind vorzugsweise in Süddeutschland bekannt - mit Ausnahme der Pfalz, deren Wanderer sich ebenfalls als sehr südorientiert erweisen. Westweg und Rothaarsteig nehmen sich immerhin mittlerweile wechselseitig zur Kenntnis. Dafür fehlt dem Westweg nach wie vor der Zuspruch aus dem Bayerischen Wald.

Dessen Wege wiederum können nirgendwo Punkte sammeln und profitieren folglich auch nicht vom Südbonus. Das muss besondere Gründe haben, die, wie schon letztjährig vermutet, in dem Fehlen eines echten Spitzenweges zugunsten einer zwar langjährigen, aber fruchtlosen Bewerbung eines halben Dutzend von Submarken besteht. Ähnliches gilt für das Allgäu, Oberbayern und die Schwäbische Alb, die ihre größeren Wege angesichts teilweise eklatanter Qualitätsmängel überdies nur zögerlich präsentieren.

Keine Resonanz von außerhalb erfahren schließlich jene Wege, die zwar das Zeug dazu hätten, aber schlicht zu viel Abstand von der Befragungsregion haben. Dazu gehört der Harzer Hexensteig ebenso wie der Brandenburger 66-Seenweg, beides überdies Neulinge auf dem Markt, oder auch die sächsischen Wege. Wie das Beispiel Erzgebirge zeigt und im letzten Jahr auch schon das Fichtelgebirge dokumentiert hat, ändert daran auch die großzügig subventionierte Veranstaltung eines "Deutschen Wandertages" nichts, beschränkt sich deren Außenwirkung doch nur auf einen kleinen Kreis von organisierten Wanderern.

Mangels gezielter Maßnahmen treten auch die mitteldeutschen Gebirge vom Hunsrück über Westerwald und Taunus bis zum Odenwald nicht in Erscheinung. Selbst die Pfalz hat ihre zweifellos besonderen Chancen auf diesem Feld noch nicht genutzt. Manche Neuentwicklungen wie der Uplandsteig oder der Frankenweg sind einfach auch noch zu jung, um wahrgenommen zu werden.

Generell lässt sich die Detailanalyse den Schluss zu, dass selbst die bekannteren Wege derzeit nur über eine Halbwertsweite von maximal 200 km verfügen. Das gilt in Nord-Süd wie in West-Ost-Richtung. Immerhin scheint

sich angesichts der vielen, besser beworbenen Neuerscheinungen der Wanderhorizont langsam zu erweitern. Die Prognose ist folglich nach wie vor positiv, sofern man die Chancen eines sich gerade erst formierenden Massenmarktes mutig nutzt.

11. TOUREN:

RUNDWANDERUNG IMMER BELIEBTER

Nachdem klar ist, in welcher Landschaft, zu welchen Zielen und auf welchen Wegen sich Wanderer am liebsten bewegen, stellt sich die Frage, in welcher Form sie dies tun. Touristiker haben ihre Gäste begreiflicher Weise möglichst zahlreich und langfristig 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.16 verstärkt diese Zweifel, 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- zu Mehrtagestour, der mit einem Verhältnis von fast .5:1 kaum eindeutiger zugunsten der Tageswanderung ausfallen könnte. Zwar hat sie gegenüber der letztjährigen Erhebung an Bedeutung verloren, ist aber immer noch für zwei Drittel der Wanderer Standard. Die klassische Trekkingtour reizt dagegen nur noch jeden Siebten. Lediglich für ihre alpine Variante, die Hüttenwanderung, kann sich jeder vierte erwärmen; hierbei dürfte die fast obligatorisch angesagte Einkehr eine wesentliche Rolle spielen.

Erneut ist festzustellen, dass die neuen Fernwanderwege noch keinen merklichen Niederschlag in den Vorlieben der Wanderer gefunden haben. Vielmehr muss der Inlandstourismus auch vor dem Hintergrund von Rothaarsteig und Hexenstieg vorrangig den Bedarf an attraktiven Tagestouren decken, die dem multi-

Profilstudie Wandern 2004		Tab.16	
Tourengestaltung			
Prozent			
Beliebte Wanderformen	'04	'03	'99
Tagestour	68	77	
Mehrtagestour	15	18	15
Hüttenwanderung	25	19	
Rundwanderung	54	47	34
Streckenwanderung	15	16	
Individuelle Tour	34	36	37
Vereinswanderung	7	10	
Geführte Wanderung	6	10	9
Gemütliche Tour	35		
Sportliche Tour	18	13	

optionalen Gelegenheitswanderer weit mehr entgegenkommen als Tag für Tag durchgeplante Wanderungen "ohne Gepäck". Dies kann dann freilich nicht zuletzt auch durch Stippvisiten zu den Leitwegen geschehen, die beides vereinen: das Erlebnis des Großen Weges und die flexible Tagestour.

Der Wunsch nach Flexibilität in der Ausübung des Wanderhobbys spiegelt sich auch im ähnlich einseitigen Verhältnis von Rund- zu Streckenwanderungen. Im Vergleich zu früher haben Rundwanderungen erheblich an Bedeutung gewonnen, ihre Sympathiequote deckt sich weitgehend mit der für Tages-touren. Streckenwanderungen sind demgegenüber in der Organisation zu sper-rig und in den meist vom Öffentlichen Verkehr verlassenen Wanderparadiesen nur nach striktem Plan realisierbar, was dem in Freizeit und Urlaub regieren-den Spontanitäts- und Lustprinzip widerspricht.

Notwendiger noch als die Entwicklung von neuen, qualitativ hochwertigen Streckenwanderwegen wäre daher die Ausweisung von erlebnisintensiven Rundwanderungen. Die vom Deutschen Wanderinstitut entwickelte Dachmar-ke der "Extra-Touren" versucht als flexible, kundengerechte Alternative zu den starren Gepäcktransport-Offerten, diesem Trend auf Premium-Niveau gerecht zu werden. Die ersten Erfolge dieser neuen Angebotsvariante zeigen, wie sehr sie den Wünschen des Publikums entgegenkommen.

Denn sie wird auch dem Bedürfnis nach individuellen Touren gerecht, die man sich je nach Kondition, Laune und Wetter kurzfristig aus einem offe-nen Angebot aussucht. Deutlicher noch als in der beständigen Drittelquote er-klärter Wanderindividualisten tritt der Trend zu Flexibilität und Unabhängig-keit bei der Wandergestaltung in der abermals gesunkenen Sympathie für or-ganisierte Gruppenwanderungen in Erscheinung. Die geführte Gruppe wird offenbar zu zwanghaft erlebt und nur noch von einer kleinen, vorzugsweise in Vereinen organisierten Minderheit befürwortet.

Das ist auf den ersten Blick um so erstaunlicher, als das soziale Motiv unter Wanderern Tab.5 zufolge rasant an Bedeutung gewonnen hat. Aber es ist offenkundig nicht die fest von einem ausgewiesenen Führer dirigierte Großgruppe, sondern der individuelle Freundeskreis, auf den sich dieses Motiv bezieht. Hier kann man seine eigenen Bedürfnisse problemlos einbringen, die immer weniger Wanderer einer zwanghaft erlebten Gruppen- oder Vereinsrä-son opfern wollen.

Das gilt selbst für Vereinsmitglieder: Die meisten von ihnen scheinen Wander-, Regional- oder Alpenvereinen aus anderen Gründen als der Touren-geselligkeit anzugehören: Während 17% der Befragten Wandervereinen ange-hören und für 13% das große Gemeinschaftserlebnis ein besonders wichtiges

Wandermotiv darstellt, machen sich nur 7% für Vereinswanderungen stark. Selbst unter Vereinsmitgliedern outen sich weniger als ein Viertel als Anhänger von Kollektivtouren. Offenbar sind selbst dort jene Individualisten auf dem Vormarsch, die ihren Mitgliedsbeitrag nur noch als finanziellen Dank für die Pflege der Wanderidee und -wege betrachten, darüber hinaus aber keine weiteren Verpflichtungen zu gemeinsamem Tun eingehen wollen.

12. INFORMATION: WUNSCH NACH HÖHENDIFFERENZEN

Der Trend zu individuellen Touren steht in einem gewissen Gegensatz zur (infolge der allgemeinen Naturentfremdung) eher gewachsenen Schwierigkeit, sich in unbekanntem Gegenden spontan orientieren zu können. Da dieses Defizit angesichts der obigen Befunde kaum durch Führer kompensiert werden kann, kommt eine den modernen Ansprüchen Rechnung tragende Wanderdestination nicht um die Installation eines umfassenden, sich selbst erklärenden Informations- und Leitsystems herum.

Ein solches System besteht aus zwei Teilen: Hilfen für die Wanderplanung und Leiteinrichtungen für die Wegefindung vor Ort. Was die Wanderplanung betrifft, so greift die Profilstudie Wandern neben der Wanderkarte die modernste Variante der Informationsweitergabe auf - die über das Internet. Dazu erkundigte sich der Fragebogen nach Umfang und Art der Webnutzung in Zusammenhang mit dem Wandern.

Knapp 40% der Befragten bedienen sich in Zusammenhang mit ihrem Fußhobby mehr oder weniger häufig des Internets, davon 7% oft (Tab.17). Al-

Profilstudie Wandern 2004	Tab. 17
Internet	
Prozent	
Wandervorbereitung per Web '04	
oft / gelegentlich	7 / 32
zur generellen Urlaubsvorbereitung	35
zur konkreten Wanderplanung	21

lerdings geht es dabei mehr um die generelle Urlaubs- als die konkrete Tourenvorbereitung. Man schaut sich also zunächst einmal im Netz nach den dort vorgestellten Wanderattraktionen um. Immerhin sucht dort jede/r Fünfte aber auch schon detaillierte Tourenhinweise.

Neben Prospekten und Wanderbüchern ist also das Internet in kurzer Zeit zu einer gleichberechtigten dritten Säule des Wanderinformationssystems herangewachsen.

Vor Ort dominieren indes nach wie vor Karte, Markierung und Wegweiser als klassische Orientierungshilfen, und zwar möglichst gleich im Dreierpack (Tab.18). Der moderne Wandergast will unterwegs so sicher wie möglich geführt werden. Dabei wird die Rolle des eher abgelehnten personalen Führers

vor allem durch Markierungen übernommen, die an Bedeutung stark zugelegt haben und mittlerweile mit Abstand den ersten Platz in der Skala der Leithilfen einnehmen.

Gegenüber dem klassischen Spitzentrio fallen die Orientierungstafeln etwas ab, wenngleich auch sie an Stellenwert gewonnen haben. Noch mehr zugelegt haben indes die bislang eher ungewohnten Wegebeschreibungen. Mit

rund 30% Akzeptanz liegen sie in etwa gleichauf mit den Orientierungstafeln. Den Nachteil, unterwegs immer wieder in den Text zu schauen, verbinden sie mit dem Vorteil, mit ihrer Hilfe auch Ziele erschließen zu können, die nicht von einem offiziellen Wanderweg tangiert werden (können). Außerdem können mit landmarkenorientierten Lauftexten

auch solche entdeckungsfreudigen Fußtouristen umgehen, die mit topografischen Karten eher auf Kriegsfuß stehen.

Technische Orientierungshilfen wie Kompass und GPS sind dagegen nur für ein kleine Minderheit hilfreich. Der Profilstudie 2003 zufolge haben allerdings das eine wie das andere doppelt so viele Wanderer im Besitz als laut der aktuellen Tab.18 angeben, tatsächlich auch gerne damit zu hantieren. Das deutet auf erhebliche Probleme im Umgang mit ihnen hin. Darauf deutet auch der Umstand hin, dass GPS-Geräte bis dato offenbar keinen sonderlichen Zuwachs ihrer Anhängerschar verzeichnen können.

Was speziell die Wegweiser betrifft, so gab die soeben erstmals hierzu vorgelegte DIN-Norm Anlass zu der Nachfrage nach den Informationen, die Wanderer gerne auf einem Wegweiserschild sähen. Von besonderem Interesse ist dabei die Art der Entfernungsangabe, entbrennt zwischen den Anhängern von Kilometer- und Stundenangaben doch nicht selten eine regelrechter Glaubenskrieg.

Profilstudie Wandern 2004		Tab. 18	
Orientierung			
Prozent			
Orientierungshilfen	'04	'03	'00
Wandermarkierungen	78	69	54
Wanderkarten	64	65	54
Wegweiser	43	52	40
Orientierungstafeln	32	25	
Wegebeschreibungen	29	14	17
Leute Fragen	13	12 ¹²	
Kompass	4		
GPS	1		

¹² Tipps von Bekannten

Tab. 19 beantwortet die heikle Frage - zumindest aus der Sicht von Mittelgebirgswanderern - eindeutig: Fast 80% legen vorrangig auf Kilometerangaben Wert, fast 50% bestehen auf Stunden, immerhin 28% wollen gar beides auf den Wegweisern sehen. Damit bestätigt sich auf deutlich höherem Niveau ein ähnlicher, bereits 1999 erhobener Befund.

Profilstudie Wandern 2004		Tab. 19
Wegweiser Prozent		
Erwünschte Aufschrift	'04	'99
Strecke in km	79	72
Strecke in h	47	31
Höhenunterschiede	36	
Schwierigkeitsgrade	36	

Zusätzlich spricht sich jeweils ein Drittel der Befragten für die in den Alpen üblichen Angaben zum Schwierigkeitsgrad des Weges auch im Mittelgebirge aus. Genauso viel wünschen sich Hinweise auf die bevorstehenden Aufstiege - was um so bemerkenswerter ist, als an diese Information bislang so gut wie kein

Wegweiseraufsteller gedacht hat. Hier ist also ein Wunsch virulent, der sich nicht am Vorhandenen orientiert und daher um so ernster genommen werden muss. Vielleicht könnte das präzise Doppeldatum Kilometer- und Aufstiegsdistanz sogar die angesichts unterschiedlicher Wandergewohnheiten eher schwammigen Stundenzahlen ersetzen.

13. AUFWAND:

WACHSENDE KAPAZITÄTEN

Im Vergleich zu den klassischen großen Touren und Gewaltmärschen hat das Wandern in den 90er Jahren, was Länge wie Häufigkeit betrifft, eher den Charakter eine Lustreise zu Fuß angenommen: Man war nur so oft und so lange unterwegs, wie man Spaß daran hatte, und wandte sich dann anderen Dingen zu. De facto war Wandern daher häufig nicht mehr als eine Halbtagsbeschäftigung.

Im Jahre 2003 deutete sich in diesem Punkte eine Wende zu längeren Strecken an, die durch die neuen Daten partiell untermauert wird. Die von den Befragten selbst geschätzte Durchschnittslänge der jeweils aktuellen Tour zum Zeitpunkt der Befragung

liegt jetzt bei knapp 14 km (Tab.20). Da man gleichzeitig weniger Zeit für diese Strecke braucht, hat die mittlere Gehgeschwindigkeit von 3,2 km/h im Jahre 1999 über 3,5 km/h im Jahre 2003 auf aktuelle 3,6

km/h zugenommen. Das Verständnis von Wandern nähert sich also wieder seinem ursprünglichen Begriffsinhalt.

Profilstudie Wandern 2004		Tab. 20		
Wanderstrecke				
Tourenlänge	'04	'03	'99	'98
in Kilometer	13,8	15,2	13,3	13,1
in Stunden	3,8	4,3	4,1	3,8
Keine Antwort in %	33	39	31	14

In welchem Maße diese individuellen Schätzzahlen der Realität entsprechen, steht freilich auf einem anderen Blatt. Schon der Umstand, dass jede/r Dritte keine schlüssige Antwort auf die Distanzfrage weiß, deutet auf eine gewisse Unsicherheit. Das kann mit objektiven Gegebenheiten - man überlässt die Streckenvorgabe einem Führer oder spontanen Entscheidungen - aber auch mit einem subjektiven Unvermögen zusammenhängen. Hierfür spricht nicht zuletzt auch die auffällige Häufung runder Zahlen wie etwa 10, 15 oder 20 km unter den Entfernungsangaben.

In welche Richtung diese Rundungen bzw. die damit verbundenen Fehleinschätzungen gehen, konnte erstmals an dem Beispiel eines österreichischen Standortes überprüft werden. Auf der Turracher Höhe nämlich absolvierte ein Großteil der Befragten nach Ausweis einer mündlichen Zusatzfrage einen

prominenten Rundweg. Ihre Angaben über die Länge ihrer aktuellen Tour lagen im Schnitt um rund 15% über der tatsächlichen Wegeslänge. Darin bestätigt sich die lange gehegte Vermutung, dass Wanderer eher zur Über- als zur Unterschätzung der von ihnen zurückgelegten Strecken neigen.

Mit einseitig gerichteten Schätzfehlern dieser Größenordnung wird man auch bei anderen quantitativen Angaben wie etwa der zur Wanderhäufigkeit rechnen müssen. Wenn man indes unterstellt, dass die Abweichungen von der Realität aus welchen Gründen auch immer im Mittel stets in dieselbe Richtung gehen, dürften zumindest die aus Zeitreihen hervorgehenden Trends einigermaßen stichhaltig sein. Diese Trends aber gehen in Tab. 20 und 21 durchweg in dieselbe positive Richtung. Ganz offensichtlich finden nach Ausweis der Freizeitstatistiken nicht nur immer mehr Deutsche am Wandern gefallen, sondern die alten wie neuen Anhänger des Wanderns sind auch länger und öfter unterwegs. In der Summe ergibt sich hieraus ein nicht unerhebliches Kapazitätswachstum.

Was die Wanderhäufigkeit angeht, so ist die Hälfte der Befragten in der von Frühjahr bis Herbst dauernden Wandersaison im Schnitt alle vierzehn Tag und öfter unterwegs, ein Drittel macht sich mindestens einmal pro Monat auf, weniger als ein Fünftel gehört zu den ausgesprochenen Gelegenheitswandern.

Profilstudie Wandern 2004		Tab. 21			
Wanderfrequenz					
Prozent					
Wanderhäufigkeit	'04	'03	'99	'98	
in der grünen Jahreszeit					
vierzehntäglich und öfter	49	41	40	(25)	
einmal pro Monat	33	34	36	(40)	
seltener	18	25	23	35	
im Winter					
häufiger	35	29			
gelegentlich	55	59			
nie	10	13			

Wenn es nicht dem mehr als zuvor dominierenden Genussmotiv widersprüche, könnte man fast sagen, dass Wandern wieder ernst genommen wird. Offensichtlich entdecken viele Opfer des modernen Hightech-Stresses erst jetzt, wie entspannend Wandern im Gegensatz zu jenen Modesportarten ist, bei denen man dann doch erst wieder mit Spezialgeräten trainieren und

das erschöpfte Ich noch einmal mehr antreiben muss.

Bei all diesen Zahlen ist freilich abermals darauf hinzuweisen, dass die Gruppe der Vielwanderer bei Zielbefragungen selbst an schönen Wanderwochenenden zwangsläufig überrepräsentiert ist: Nach Art ihrer Stichprobenerhebung beschreiben die Profilstudien das Wanderpublikum so, wie man es vor

Ort antrifft. Dabei haben Wanderer, die öfter unterwegs sind, eine größere Chance, an einer Befragungsstation vorbeizukommen. Am Trend zu häufigeren und längeren Wanderungen ändert das allerdings nichts.

Ähnliches gilt für die Daten zum Winterwandern: Auch sie weisen nach oben. Selbst in der kalten Jahreszeit ist ein gutes Drittel häufig unterwegs, lediglich ein Zehntel mottet seine Wanderstiefel gänzlich ein. Das lässt sich keineswegs auf das vor allem in den Alpen wiederentdeckte Schneeschuhwandern zurückführen, sondern dürfte eher mit den immer grüneren Wintern in den deutschen Mittelgebirgen zusammenhängen. So oder so: Hier liegt ein touristisch weitgehend unerschlossenes Potenzial brach, das bei gezielter Ansprache den Rückgang an Wintersportgästen durchaus wettmachen könnte. Wandern hat immer Saison.

14. FREIZEIT: STEIGENDE AKTIVITÄTSBEREITSCHAFT

Wanderer gehen nicht nur ihrem Fußhobby intensiver nach, sondern geben sich nach Ausweis von Tab. 22 auch anderen Freizeitaktivitäten im Outdoor- wie Indoor-Bereich gegenüber aufgeschlossener als noch vor einem Jahr.

Profilstudie Wandern 2004	Tab.22	
Freizeitaktivitäten		
Prozent		
Besondere Vorlieben	'04	'03
Sport		
Fahrrad fahren	62	61
Schwimmen, Sauna	46	39
Ski fahren	34	27
Waldlauf, Joggen	24	19
Walking	17	9
Mountainbiken	15	11
Klettern	10	9
Nordic Walking	9	2
Kultur, Zivilisation		
Etwas besichtigen	46	44
Konzert- und Theaterbesuch	34	24
Essen gehen	44	32
Stadtbummel, Einkaufen	32	23

Sämtliche der abgefragten Hobbys finden mehr Anhänger als zuvor - teilweise mit Zuwächsen in der Größenordnung von 10%.

Das aber bedeutet, dass touristische Gastgeber bei der Angebotsgestaltung mehr noch als bisher über das Wandern als solches hinausdenken müssen. Der moderne Wandergast ist trotz höherer Wanderneigung kein Nurwanderer, sondern geht im Urlaub offenkundig einer Fülle weiterer Neigungen nach. Offenbar handelt es sich bei ihm um einen besonders unternehmungslustigen Menschentypus. Von daher ist die Kenntnis der über das Wandern hinausgehenden Freizeitvorlieben wichtig für die Entwicklung von zielgruppendifferenzierten Produkten, die verschiedenen Vorlieben und Hobbys gerecht werden.

Tab.22 bietet hierfür eine Fülle von Anregungen. Sie betreffen nicht nur körperliche, sondern auch geistige Aktivitäten. Klarer Spitzenreiter ist das Radeln: Wenn sich fast zwei Drittel der Befragten als besonders radbegeistert geben, so deutet das auf eine weitgehende Identität des Wander- und Radelpublikums hin. Haben die Freizeitplaner bislang vor allem die Randwanderer hoffiert, wird es folglich 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 wie Schwimmen und Skifahren halten, so ist das ein Zeichen dafür, das es ihnen auch beim Sport vorrangig um Genuss und Körpergefühl statt um Leistung geht. Erst mit Abstand folgen Joggen und Walken, wobei es sich vermutlich eher um ein beschleunigtes Gehen als um die Umsetzung sportlicher Ambitionen handelt. Wenn es wirklich sportlich wird wie beim Klettern und Mountainbiking, dann ist kaum mehr als jede/r Zehnte dabei.

Von dem generellen Trend zu mehr Breitensportlichen Aktivitäten hat offenbar auch das derzeit mit großem Werbeaufwand in Szene gesetzte Nordic Walking profitiert. Dennoch ist es noch nicht über den letzten Rang der vorliegenden Liste hinausgekommen und rangiert mit 9% Anhängern unter den Wanderern noch hinter dem Bergsteigen. Wer einmal die vielfältigen, ohne großes Drumherum abrufbaren Freuden der schlichten Fußreise kennen und schätzen gelernt hat, der kann sich offenbar nur schwer entschließen, einem nicht unwesentlichen Teil davon zugunsten zusätzlicher Fitnessübungen zu entsagen.

Nachdem sich kulturelle Sehenswürdigkeiten nicht als sonderliche Motivations- und Zielwahlfaktoren von Wanderungen erwiesen haben, erstaunt es um so mehr, wie hoch derlei Offerten jenseits des Wanderns im Kurs stehen. Das gilt insbesondere für Besichtigungen, die zwar, wie mehrfach belegt, für die Gestaltung der Tour nur eine untergeordnete Rolle spielen, weil man sich ihnen beim Wandern nicht ausgiebig widmen kann und will, dann aber von nahezu jedem Zweiten gerne nachgeholt werden. Ein Drittel der Wanderer runden überdies den Naturgenuss des Wanderns durch einen abendlichen Kunstgenuss ab.

Ähnliches gilt auch für die profaneren Genüsse des Essens und des Bummelns. Erneut spielt also der Konsum eine ähnlich gewichtige Rolle wie die hohe Kultur. Der auch hier festzustellende Zuwachs an Interesse legt zwei Schlussfolgerungen nahe: Zum einen erweist sich der moderne Wandergast damit keineswegs nur als purer Zivilisationsflüchtling, was nicht zuletzt auch bedeutet, dass er seinen Urlaubsstandort nicht allein in stillen Weilern und Waldherbergen, sondern auch in ansprechenden kleinen Städten sucht. Zum anderen empfiehlt es sich, auf die breite Aufgeschlossenheit der Wanderer gegenüber entschleunigten sportlichen wie kulturellen Offerten mit entsprechenden Kombi-Angeboten zu reagieren. Wer auf dem Wandermarkt reüssieren will, darf sich nicht auf dieses eine Thema beschränken, sondern muss und kann erheblich mehr offerieren. Damit bietet sich eine weitgehend ungenutzte Chance zur wandertouristischen Profilbildung, wie sie angesichts der wachsenden Konkurrenz auf Dauer ohnehin nicht zu umgehen sein dürfte.

15. SONDERTHEMA PILGERN

EIN TREND AUF DEM PRÜFSTAND

Auch wenn das Thema Wandern in den Medien mittlerweile weit mehr Beachtung findet als in den 90er Jahren, so erwies sich im Jahre 2004 gleichwohl eine andere, weniger genuss- als sinnträchtige Art des Langstreckengehens als medialer Renner: Das Pilgern. Im Heiligen Jahr des Jakobsweges hatten sich unzählige literarisch ambitionierte Sinnsucher, zudem oft genug eher unerfahrene Wanderer, auf den Weg nach Spaniens Nordwesten gemacht, um in den Pyrenäen oder auch Südfrankreich Freud und Leid fußbewegter Selbstkasteiung zu erfahren.

Schon im Vorfeld waren die zuführenden Jakobswege in Deutschland wie Pilze aus dem Boden geschossen, doch haben sie weder die Prominenz noch die öffentliche Beachtung des spanischen Originals erfahren. Ähnliches galt für andere wiederauferstandene oder neue geschaffene Pilgerwege wie den Elisabethpfad oder die Bonifatiusroute, die lediglich in der lokalen Berichterstattung Berücksichtigung fanden. Gleichwohl stellt sich aus touristischer Sicht natürlich die Frage, was es mit dieser spezifischen Trekking-Variante auf sich hat und ob es sich lohnt, auf dieses Thema einzugehen.

Im Rahmen der Profilstudie 2004 gab es zwei Ansätze, um den Besonderheiten des Pilgerns auf die Spur zu bekommen. Zum einen wurde über 300 Jakobs-Pilgern auf der spanischen Originaltrasse der aktuelle Fragebogen (in vier der am häufigsten vertretenen Sprachen) vorgelegt. Daraus lässt sich im Vergleich mit den oben dargestellten Basisdaten ein relativ umfassendes Sonderprofil des modernen Pilgers erstellen, das nicht zuletzt Auskunft über die für ein touristisches Engagement zentrale Frage gibt, ob es sich bei ihnen um die Trendsetter der Wanderbewegung oder eine gänzlich eigenständige Spezies von Dauergehern handelt. Diese Frage wird anhand dieses Sonderprofils in einer eigenständigen Pilgerstudie behandelt (und in der Tendenz bejaht).

Zum anderen enthielt der Fragebogen eine eigenständige Pilgerbatterie, die allen befragten Wanderern vorgelegt wurde. Darüber ergeben sich Hinweise, in welchem Maße der Pilgergedanke bei Otto Normalwanderer auf Akzeptanz trifft. Dass dies ganz anders als bei den Pilgern selber geschieht, ist - soviel sei auch hier vorweggenommen - eine der verblüffendsten Ergebnisse der

Pilgerstudie. Wie das Pilgern von Normalwanderern rezipiert wird, darüber geben die beiden folgenden Tabellen Auskunft.

Nachdem im Rahmen der Profilstudie 2000 lediglich 4% der Befragten auf die Frage "Für welche Art von Wanderurlaub könnten Sie sich interessieren?" die Alternative "Pilgerwanderung" angekreuzt hatten, stehen ihr die Wanderer vier Jahre später Tab. 23

zufolge wesentlich aufgeschlossener gegenüber. Nicht nur dass erstaunliche 37% schon einmal an einer Pilgerwanderung teilgenommen haben, mit 29% wollen es kaum weniger "gerne mal probieren". Selbst wenn man jene 17% berücksichtigt, die sich vor der ungewohnten Frage gedrückt haben,

Profilstudie Wandern 2004		Tab.23
Pilgerwandern		
Prozent		
Akzeptanz Pilgern		'04
Schon mal gemacht		37
Gerne probieren		29
Keine Antwort		17

sehen, scheint das Neupotenzial für Pilgertouren zu Fuß bei einem Viertel der Wanderpopulation zu liegen. Pilgern ist also auch unter Wanderern ein virulentes Thema, auch wenn die Quote derer, die sich tatsächlich pro Jahr den damit verbundenen Anstrengungen unterziehen, höchstens bei wenigen Promille der deutschen Wanderer liegen dürfte.

Insofern haben ihre Antworten auf die Frage nach den potenziellen Motiven für eine Pilgerwanderung etwas Abstraktes: Sie dokumentieren lediglich fiktive Vorstellungen, die indes (in diesem Punkte ähnlich den realen Pilgermotiven) die unerwartet hohe Neigung zur Wiederbelebung einer christlichen Wandertradition deutlich genug relativieren. Denn die den eigentlichen Inhalt des Pilgerns ausmachenden religiösen Aspekte stehen dabei keineswegs im Vordergrund. Immerhin würde es den relativ meisten aber um grundsätzliche Sinn- und Wertfragen gehen. Pilgern soll dabei helfen, mit sich selbst wieder klar und dem Lebenssinn auf die Spur zu kommen (Tab.24).

Kaum weniger oft wurden aber auch schlichte touristische Motive angekreuzt. Andere Menschen und andere Verhältnisse kennenzulernen, stünde bei vielen obenan. Die Entdeckung von Landschaft und Kultur - beim normalen Wandern, zumindest was die Landschaft betrifft, ein dominierender Antrieb - scheint dagegen kaum eine Rolle zu spielen (möglicherweise sind in dieser Formulierung aber auch nur zwei inkongruente Motive miteinander gekoppelt).

Das klassische religiöse Pilgeranliegen spielt dagegen nur eine drittrangige Rolle. Der mit 19% immerhin noch recht hoch bewertete Wunsch, das Wallfahrtsziel zu erreichen, muss überdies nicht unbedingt glaubensmäßig,

sondern kann auch touristisch inspiriert sein. Für die spirituelle Seite des Pilgers verbleibt somit nur ein Potenzial von kaum mehr als 10%. Und wenn es ganz konkret um das Kernmotiv des Pilgers geht, nämlich Buße zu tun und dafür auch die Leiden einer beschwerlichen Strecke auf sich zu nehmen, dann bejahen dies wiederum kaum mehr als jene wenigen, die sich auch schon vor vier Jahren für da Pilgern erwärmen konnten.

Ganz offensichtlich also hat die moderne Freizeitgesellschaft auch das Pilgern säkularisiert. Im Mittelpunkt der Vorstellung von derartigen Aktivitäten

Profilstudie Wandern 2004		Tab.24
Pilgermotive		
Prozent		
Besondere Vorlieben		'04
Sinn		
Aufräumen von Geist und Seele		29
Hilfe bei der Sinnsuche		20
Wiederentdeckung alter Werte		7
Neugier		
Menschen unterwegs		22
Neugier auf das Andere		19
Landschaft und Kultur		5
Glaube		
Wallfahrtsziel		19
Spirituelle Atmosphäre		11
Einfaches Pilgerleben		11
Beschwerliche Strecke		6
Buße vor Gott		3
nichts		17
Keine Antwort		17

steht die Neugier auf ein fremdes Szenario, das möglichst gleichermaßen neue äußere Eindrücke wie innere Einsichten bereithalten soll. In diesem Wechselspiel von Äußerlichkeit und Innerlichkeit scheint das eigentliche Geheimnis der neuen und im übrigen immer noch recht moderaten Pilgerbereitschaft zu liegen, wobei die Hoffnung des entwurzelten Zeitgenossen mitschwingt, in der Ferne jene stabile Lebensmitte zu finden, die er im Alltag nicht mehr zu erkennen vermag.

Nicht uninteressant wäre es, in diesem Zusammenhang der Frage nachzugehen, wie und in welchem Maße sich die an Pilgerfahrten Interessierten sich von den Uninteressierten einerseits und den befragten Realpilgern andererseits unterscheiden. Diese Frage

muss indes der bereits erwähnten, tiefer nachfassenden Pilgerstudie vorbehalten bleiben.

16. STANDARDDIFFERENZIERUNG

DOMINANZ DES ALTERS

Die bislang referierten Ergebnisse der Profilstudie haben den Charakter von Durchschnittswerten auf der gesamten Stichprobenbasis. Sie beschreiben den deutschen "Normalwanderer" des Jahres 2004, gewissermaßen einen idealen Vertreter des Mainstreams. Er existiert genau genommen natürlich nur als statistische Fiktion. Als sensibler Schrittmacher hat er jedoch bereits in der Abfolge mehrerer Profilstudien wichtige Trends zu erkennen gegeben, die für die Gestaltung marktgerechter Angebote bedeutsam sind.

Eine solche Orientierung am Mainstream greift indes nur so gut, wie der fiktive Trendsetter tatsächlich eine Mehrheit der Wanderer und nicht nur eine abstrakte Mitte repräsentiert. Damit stellt sich die Frage, wie sehr einzelne Subgruppen vom statistischen Durchschnittswanderer abweichen. Standardmäßig wird diese Frage anhand einer Differenzierung der Befunde nach den Merkmalen Geschlecht, Alter und Bildung beantwortet.

Die dazu für jede Frage errechneten Abweichungen im Antwortverhalten der Subgruppen von denen der Gesamtstichprobe lohnen indes nur die Mühe einer systematischen Interpretation, wenn sie einerseits über zufällige statistische Schwankungen hinausgehen und andererseits mindestens so groß sind, dass sich daraus tatsächlich auch Konsequenzen für die Praxis ergeben. Nach Maßgabe der bisherigen Erfahrungen ist beides erst der Fall, wenn sie mindestens den Wert von 10% erreichen.

Zu diesen in den folgenden Tabellen weiß unterlegten Abweichungen von den jeweiligen Gesamtmittelwerten werden als ergänzende Interpretationshilfe aber auch solche Merkmale hinzugezogen, bei denen die Differenzen zum Gesamtmittelwert die 5%-Grenze überschreiten (grau unterlegt). Sie sind freilich nur von Bedeutung, wenn sie in einem größeren Zusammenhang stehen. Für den Fall, dass nicht die Unterschiede einer Teil- zur Gesamtstichprobe, sondern die beidseitig abweichenden Daten zweier statistischer Antipoden bewertet werden, sind die Interpretationsgrenzen logischerweise doppelt so hoch anzusetzen.

Geschlecht: Frauen als Trendsetter

Im Gegensatz zur öffentlichen Geschlechterdebatte erweisen sich in soziologischen Studien die Unterschiede zwischen Männern und Frauen in der Regel als zweitrangig. Das gilt offenbar in besonderem Maße für das Wandern: Nur in weniger als jeder zehnten Frage zeigen die Antworten nennenswerte Geschlechterdifferenzen, die nur in einem Fall die gravierende 20%-Grenze überschreiten.

Profilstudie Wandern 2003		Tab. 25	
Sonderprofil Geschlecht			
Prozent			
Merkmal	männl.	weibl.	
Status			
Durchschnittsalter	49,5 (+)	47,4	
Bildungsabschluss			
Mittelschule	26	40 (+)	
Hochschule	36 (+)	23	
Wandervorlieben			
Gemütliche Tour	31	41 (+)	
Bequeme Wege	27	38 (+)	
Sitzbänke	43	57 (+)	
Wegweiser mit Schwierigkeitsgraden	30	42 (+)	
Freizeitvorlieben			
Stadtbummel, Einkaufen	20	44 (+)	
Etwas besichtigen	41	51 (+)	
Konzert, Theater	26	41 (+)	
Walking	10	24 (+)	
Mountainbiking	21 (+)	9	
Sonstiges			
Keine Internetnutzung für Wandervorbereitung	55	67 (+)	
Pilgermotiv Neugier	14	24 (+)	

So dokumentieren die demografischen Daten lediglich die üblichen Unterschiede in Hinblick auf Alter und Bildungsabschluss (Tab.25). Dass die befragten Frauen im Schnitt um 3 Jahre jünger sind, ist vermutlich vor allem die Folge der beim Wandern dominierenden Paarformation, die ihrerseits vorzugsweise aus Ehepaaren besteht und von daher die dort bestehenden Altersdifferenzen reproduziert. Das Vorherrschen mittlerer Bildungsabschlüsse lässt sich mit den ungleichen Bildungschancen früherer Jahrzehnte erklären.

Bemerkenswert eindeutiger als im Vorjahr fallen dagegen die Unterschiede in den Wandervorlieben aus. Es ist ganz offensichtlich das weibliche Geschlecht, welches den Trend zum Genusswandern in besonderer Weise vorantreibt. Wenn es nach ihm geht, sollen die Touren gemütlicher, die Wege bequemer und die Rastgelegenheiten zahlreicher sein. Wenn aber die Touren schon höhere Anforderungen stellen, dann will man wenigstens rechtzeitig durch entsprechende Angaben auf den Wegweisern darauf hingewiesen werden. Da Frauen mittlerweile die Hälfte der Wanderklientel stellen, wird man um also kaum mehr um die Installation einer aufwendigen Infrastruktur herumkommen; die Zeiten einer spartanischen Männerdominanz sind endgültig vorbei.

Mehr anstrengen muss man sich auch im Bereich von Zusatzangeboten. Frauen sind weniger auf das reine Wandern fixiert und legen mehr Wert auf das Drumherum. Das betrifft vor allem das Shopping, aber ebenso die kulturellen Gegebenheiten. Beim weiblichen Geschlecht kommen selbst im Wanderurlaub lebendige Kleinstädte an, die für die Zeit nach und zwischen den Touren attraktive Angebote machen.

Bei den zusätzlichen sportlichen Angeboten kommt dagegen auch die Männerwelt zum Zuge. Sie lässt sich eher zu einer Crosstour per Bike animieren, während Frauen eher dem sanfteren Walking zuneigen.

Die insgesamt vergleichsweise geringen Unterschiede zwischen wandernden Männern und Frauen weisen die Fußtouristen zumindest in geschlechtlicher Hinsicht als eine ausgesprochen homogene Kundengruppe aus. Bei den Motiven sowie den bevorzugten Zielen und Landschaften gibt es so gut wie keine nennenswerten Differenzen. Aus touristischer Sicht ist dies als ein ausgesprochener Vorteil anzusehen. Denn das Geschlecht muss bei der Gestaltung von Angeboten lediglich marginal berücksichtigt werden. Nur wenn man sich speziell an weibliche Zielgruppen wenden will, sollte man Momente der körperlichen Herausforderung zugunsten von genussvollen und anregenden Natur- und Kulturerlebnissen zurücknehmen.

Alter: Nachwuchs sucht Herausforderung

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 des Antwortverhaltens der Untervierzigjährigen mit den Übersechzigjährigen Aufschluss. Diese beiden altersmäßigen "Randgruppen" sind mit je einem guten Viertel an der Gesamtstichprobe beteiligt. Ihre Antworten weichen in mehr als einem Drittel aller Fragen nennenswert voneinander ab, sieben dieser Differenzen überschreiten sogar die folgenreiche Relevanzgrenze von 20%. Lediglich bei den (ohnehin fiktiven) Pilgermotiven und den Ansprüchen an die Orientierungshilfen zeigen sich so gut wie keine Unterschiede.

Damit fällt die Altersprofilierung weit stärker aus als die der Geschlechter. Auch wenn gravierende Gegensätze zwischen den Generationen rar sind und sich die Wandergemeinde angesichts des in der Öffentlichkeit hochgespielten Generationenkonfliktes auch hier als vergleichsweise homogen erweist, dürfte es sich lohnen, über spezifische Altersprofile im touristischen Angebotsspektrum nachzudenken.

Tab.26 zeigt einige typische, auch schon aus früheren Studien bekannte demografische Besonderheiten der Altersgruppen. So verfügen die Jüngeren über erheblich qualifiziertere Bildungsabschlüsse, die sie größtenteils den stark gestiegenen Bildungschancen der letzten Jahrzehnte zu verdanken haben. Da jedoch die Hochschulquote in allen Altersgruppen weit über dem Schnitt der Bevölkerung liegt, lässt sich hieraus nur schlussfolgern, dass Wandern heutzutage generell vorzugsweise Kopfarbeiter anzieht.

Die relative Verdrängung des weiblichen Geschlechts aus der Seniorengruppe ist mindestens zum Teil die Folge partnerschaftlichen Wanderns und der damit verbundenen paartypischen Altersdifferenz der Geschlechter. Möglicherweise geben Frauen im Prozess des Alterns das Wandern aber auch eher auf als Männer, die eher bereit sind, immer wieder ihre allmählich sinkenden Leistungsgrenzen auszutesten und auch in hohen Jahren noch große Strecken zurückzulegen. Andererseits aber hat das weibliche Geschlecht in den jüngeren Jahrgängen erstmals die Mehrheit der Wanderbewegung übernommen. Die auf Basis der Profilstudien schon lange vertretene Ansicht, dass der sanfte Natursport Wandern im Kern eher eine weibliche Outdoor-Alternative darstellt, hat damit erstmals eine empirische Bestätigung gefunden. Eine zukunftsorientierte Werbung sollte daher das Wandern zunehmend in feminine Zusammenhänge stellen.

Ebenso einschlägig wie drastisch fällt dagegen die Alterstrend bei der Vereinszugehörigkeit aus. Während sich von den Älteren noch über ein Viertel Wandervereinen anschließt, sind es bei den Jüngeren nurmehr 7%. Berücksichtigt man hierbei noch, dass nur eine Minderheit der Mitglieder tatsächlich auch aktiv in ihren Vereinen mitmacht (s.u.), so unterstreicht dies einmal mehr den

Eindruck, dass es sich beim organisierten Massenwandern zunehmend um eine Nischenalternative handelt. Hierfür sind die Wandervereine keineswegs allein verantwortlich, vielmehr bläst ihnen der Wind einer generellen Organisationsmüdigkeit (zumindest auf dem Gebiet der Geselligkeitsvereine) ins Gesicht.

Profilstudie Wandern 2004		Tab. 26	
Sonderprofil Alter			
Prozent			
Merkmal	40-	60+	
Status			
Geschlecht männlich	46	56 (+)	
Bildungsabschluss			
Standard	12	34 (+)	
Abitur	20 (+)	8	
Hochschule	35 (+)	25	
Einheimisch	54 (+)	37	
Urlauber	23	38 (+)	
Mitglied eines Wandervereins	7	28 (+)	
Internet			
Internetnutzung für Wandervorbereitung	50 (+)	21	
für Urlaubsvorbereitung	47 (+)	17	
Touren			
Häufig wandern im Sommer	34	60 (+)	
Häufig wandern im Winter	20	55 (+)	
Hüttenwanderung	32 (+)	17	
Sportliche Tour	26 (+)	11	
Motive			
Entlastung vom Alltagstress	52 (+)	27	
Gesundheit	53	68 (+)	
Mit Partner/Freunden unterwegs	65 (+)	53	
Sportliche Leistung	28 (+)	10	
Erfahrung von Wildnis	21 (+)	10	
Ferne Abenteuer	15 (+)	4	

Ein eher genereller Alterseffekt dürfte auch für die sehr viel geringere Nutzung des Internets für die Urlaubs- und Wanderplanung durch die Generation Sechzigplus verantwortlich sein. Bei den Jüngeren hat dagegen die Internetquote mittlerweile die 50%-Grenze erreicht. Mit Blick auf die Gewinnung neuer, jüngerer Gäste dürfte damit auch im Wandertourismus ein reichhaltiger Internetauftritt unverzichtbar sein.

Über die moderne Technik darf man freilich nicht die Seniorengeneration vergessen, die aus Wandersicht nach wie vor die aktivste Gästefraktion darstellt. Zum einen ist ihre Urlauberquote weit größer als die der Jüngeren, bei denen die Einheimischen überwiegen. Wie bereits an anderer Stelle vermutet, scheint sich der Wandernachwuchs dem ihm zum Teil noch ungewohnten Gehspport zunächst mittels Ausflügen in das heimische Umfeld zu nähern, bevor dann allmählich die Bereitschaft entsteht, ihm auch im Urlaub nachzugehen. Allerdings verdankt sich auch diese Altersdifferenz vor allem der Umstand, dass ältere Menschen ganz generell mehr Urlaub (in Deutschland) machen als jüngere (s.u.).

Zum anderen finden sich Tab.26 zufolge in der Altersgruppe 60+ sehr viel mehr Intensivwanderer. Über die Hälfte der Wandersenioren sind sommers wie winters häufig unterwegs, was nur ein Drittel bzw. Viertel der Wanderjunioren von sich behaupten kann. Das hat nicht zuletzt die Folge, dass Ältere eine größere Chance haben, an einem Befragungsstandort vorbeizukommen, was wiederum heißt, dass das dort ermittelte Durchschnittsalter größer ausfällt, als hätte man die Befragung in den Urlaubsunterkünften oder an den Heimorten gemacht. Oder umgekehrt: Das auf die Gäste und nicht auf die Touren bezogene Durchschnittsalter der Wanderer dürfte ein paar Jahre geringer ausfallen als in der vorliegenden Studie. Das ändert freilich nicht viel daran, dass das Bild der Wanderer in den Urlaubsorten nach wie vor von den reiferen Jahrgängen geprägt wird.

Einer der Gründe hierfür liegt womöglich auch in der Art der inländischen Wanderszene, angefangen von Landschafts- und Wegeeigenschaften bis zu den Wanderzielen und Tourenmöglichkeiten. Sie scheint eher auf die Bedürfnisse der älteren Wanderfans zugeschnitten zu sein. Das wird auch bei den Wandermotiven deutlich. Hier suchen die Untervierzigjährigen eher schon mal eine Herausforderung, sei sie sportlicher oder abenteuerlicher Art. Zudem wird man unterstellen dürfen, dass der größere Teil der Abenteuersuchenden erst gar nicht in den Mittelgebirgen antritt und damit unserer Erhebung entgeht, weshalb sich diese Motivdifferenzen insgesamt nur auf niedrigem Niveau bewegen.

Weit mehr geht es dem Wandernachwuchs allerdings um die Entlastung vom Alltagsstress und um die informelle Geselligkeit im Partner- und Freundeskreis. Dass der Altersunterschied gerade bei der Stressbewältigung besonders groß ist, hat vor allem etwas mit der unterschiedlichen Intensität und Art beruflicher Bindung zu tun. Im Gegensatz zur Rentnergeneration sind die Subvierziger noch überwiegend in die Berufswelt einbezogen. Überdies handelt es sich bei ihnen angesichts ihres hohen Bildungsgrades in überdurchschnittlichem Maße um Kopfarbeiter, die in besonderer Weise dem Stress hochtechni-

sierter Gerätschaften und 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.

Profilstudie Wandern 2004		Forts. Tab. 26	
Sonderprofil Alter			
Prozent			
Merkmal	40-	60+	
Ziele			
Inland	48	62 (+)	
Mittelgebirge	49	66 (+)	
Alpen Gipfelhöhe	33 (+)	22	
Exotische Landschaft	17 (+)	6	
Traumziel Ausland: Keine Antwort	27	36 (+)	
Seen, Flüsse	63 (+)	43	
Gewässerreiche Landschaft	43 (+)	26	
Berggipfel	69 (+)	58	
Felsen	34 (+)	17	
Felsenreiche Landschaft	36 (+)	21	
Historische Ortskerne	14	30(+)	
Burgen, Schlösser	45 (+)	32	
Wege			
Schmale Pfade	67 (+)	49	
Erd- und Graswege	61 (+)	47	
Gesicherte Steilhangwege	26 (+)	13	
Markierte Wanderwege	61	75 (+)	
Markierungen	72	84 (+)	
Fernwege unbekannt	58 (+)	41	
Bänke	53	65 (+)	
Papierkörbe	45 (+)	35	
Parkplätze im Grünen	9	26 (+)	
Freizeitvorlieben			
Essen gehen	51 (+)	31	
Etwas besichtigen	37	55 (+)	
Konzert, Theater	29	40 (+)	
Joggen	36 (+)	12	
Mountainbiking	27 (+)	4	
Ski fahren	43 (+)	26	
Klettern	18 (+)	5	

Umgekehrt eignet sich das Wandern aber auch optimal, um einer zentrale Sorge des Alters zu begegnen. Nach inzwischen einhelliger medizinischer Meinung gibt es kaum etwas besseres für die Prävention von Zivilisations- und Alterserkrankungen als das regelmäßige Zurücklegen langer Strecken in mäßigem Tempo. Das macht verständlich, dass Senioren beim Wandern vorzugsweise an ihre Gesundheit denken.

Der demgegenüber zunächst nur kleine, aber feine Unterschied in punkto Herausforderung findet sich verstärkt bei den Zielvorlieben. Junge Menschen wollen, selbst wenn sie nur wandern, gelegentlich auch Grenzen erproben und überschreiten, im wörtlichen wie übertragenen Sinne. Von daher zieht es sie vergleichsweise eher in alpine, ausländische bzw. gar exotische Gefilde, obwohl sich immerhin die Hälfte von ihnen auch für inländische, mittelgebirgige Ziele erwärmen kann. Unter den Postsechzigern liegt diese Quote jedoch bei knapp zwei Drittel. Vermutlich fehlt vielen Jüngeren im Heimischen der Kitzel der Felsen und Gipfel, wie er sich in klassischen Hüttentouren verdichtet.

Einen besonderen Reiz üben auf sie aber auch Gewässer aus. Und was die kulturellen Attraktionen betrifft, so können sich die Älteren schon an schönen Ortslagen ergötzen, während es für Jüngere mindestens Burgen und Schlösser sein sollen. Landschaft pur reicht also nicht, es muss schon etwas Besonderes dabei sein.

Zwar haben deutschen Mittelgebirgen durchaus mehr als genug an derlei Attraktionen zu bieten, doch sind sie nicht immer leicht zugänglich. Felsen sind überwachsen, Kletterpfade gesperrt, Gewässer unzugänglich, wildnishaft Areale per Naturschutz blockiert. Die Älteren scheinen sich eher mit dieser Nivellierung unserer Landschaft zu begnügen, Jüngere weichen dagegen im Zweifelsfall in die Ferne aus. Dabei bedarf es häufig nur geringer Mühe, um die abenteuerlichen Potenziale heimischer Natur wieder freizulegen, so dass auch der Wandernachwuchs auf seine Kosten käme.

Ein ähnliches Muster reproduziert sich bei den Wegevorlieben. Hier sind es die steileren, vor allem aber die naturnaheren, pfadigen Wege, auf die die junge Generation besonderen Wert legt. Die damit erstaunlicherweise gerade vom Nachwuchs angesprochene Naturnähe ist den deutschen Wanderwegen in der Tat in den letzten Jahrzehnten in erheblichem Maße verloren gegangen. Daher stellt die mittlerweile eingeläutete, gerade in diesem Punkt nachdrückliche Qualitätsoffensive einen wichtigen Schritt in Richtung der Gewinnung junger Gäste dar.

Doch auch die Wandersenioren mit ihren besonders ausgeprägten Erwartungen an die Wanderinfrastruktur profitieren von einem wachsenden Quali-

tätsbewusstsein der Gastgeber. Denn zu gezielt erschlossenen landschaftlichen Reizen gehört auch ein zuverlässiges System markierter Wanderwege. Das wie auch dessen Ausstattung mit Ruhebänken und naturnahen Wanderparkplätzen ist ihnen besonders wichtig. Für Papierkörbe machen sich dagegen erstaunlicherweise die Jüngeren stark - als Kinder der Wegwerfgesellschaft legen sie offenbar besonderen Wert darauf, sich von den unterwegs entleerten Essens- und Getränkehüllen so schnell wie möglich zu befreien.

Wie sehr den Jüngeren die deutsche Wanderszene doch noch fremd ist, dokumentiert ihre überdurchschnittliche Unkenntnis der hiesigen Fernwanderwege, obwohl gerade sie die Möglichkeit zu herausfordernden Trekking-Erlebnissen bieten. Nur gut 40% fällt der Name eines solchen Wanderweges ein, während über 70% auf Anhieb ein ausländisches Traum(wander)ziel benennen können. Hier sind die Älteren Vorbild, bei denen sich beides in etwa im Gleichgewicht befindet

Die verstärkte Suche nach Herausforderungen, welche die jungen Wandervorlieben wie ein roter Faden durchzieht, erklärt schließlich auch den größten Teil der Differenzen in den Freizeitvorlieben. Dabei sind es vor allem das Laufen und Fahren quer durch die Natur, die das Wandern in naheliegender Weise ergänzen oder auch ersetzen. Aber auch der Winter- und Klettersport findet bei den Jüngeren vermehrt Anhänger. Was die Vorliebe für die Bewegung an der frischen Luft betrifft, so stehen die Jungen ihren Altvorderen also keineswegs nach: Ihr Wanderdefizit gleichen sie durch vielfältigere Outdoor-Aktivitäten aus, womit sie der modernen Leitfigur des multioptionalen Gastes entsprechen.

Ihre höheren Ansprüche an die leibliche Herausforderung beziehen sogar die oralen Genüsse ein: Hinsichtlich der Neigung, Essen zu gehen, grenzt sich die Zukunftsgeneration in besonderem Maße von den Hütern der Vergangenheit ab. Diese revanchiert sich gewissermaßen mit deutlich höheren kulturellen Ambitionen, womit am Ende das Prädikat "multioptional" auf alle Altersgruppen zutrifft.

Die Figur des täglich auf Achse befindlichen Nurwanderers wird mehr und mehr zum historischen Relikt. Eine Wanderdestination muss heute mehr als nur schöne Wanderwege bieten. Sportliche und andere Kombi-Angebote werden eine wachsende Rolle spielen, wofür allerdings eine schöne, erlebnisreiche Landschaft gleichwohl unerlässlich ist.

Dabei sind die Älteren das kleinere Problem. Sie lassen sich eher vom Vorfindlichen begeistern und insofern einfacher zufriedenstellen. Nimmt man noch die gehobene Wirtschaftskraft der Generation 60+ hinzu, so gibt es kei-

nen 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: Grey is beautiful - aber zugleich auch: die alten werden (mental) immer jünger.

Bildung: Drang in die Ferne

Die beträchtliche Überrepräsentanz der Besitzer von Hochschulzertifikaten unter den Wanderern macht die Differenzierung nach dem Bildungsgrad besonders spannend, geht es hierbei aus touristischer Sicht doch um eine besonders vielversprechende Zielgruppe. Allerdings fallen die Unterschiede zwischen den beiden Polen der Bildungsskala, den Absolventen von Haupt- und Volksschulen einerseits und von Hochschulen andererseits, nicht so kräftig aus wie zwischen den Altersgruppen. Zwar wird achtmal die Relevanzgrenze von 20% überschritten. Insgesamt zeichnet sich jedoch nur ein Viertel der Fragen durch nennenswerte bildungsbedingte Unterschiede im Antwortverhalten aus (statt eines Drittels beim Alter).

In der Bildungsdifferenzierung nehmen die Antwortquoten in der Regel kontinuierlich von einem Pol der Bildungsskala über die Zwischenstufen Mittlerer Abschluss und Abitur bis zum anderen Pol zu oder ab, so dass der Bildungstrend durch die Gegenüberstellung der Polbefunde Standard (entsprechend Voks- oder Hauptschule) und Diplom (Hochschulabschluss) zutreffend klassifiziert wird¹³ (Tab.27).

Insgesamt reproduzieren sich darin in erstaunlichem Maße die Trends des Vorjahres. Damit erfährt die Hoffnung, die Gründe der Wanderakademisierung empirisch dingfest machen zu können, erneut einen Dämpfer. Denn in dem hierfür besonders aufschlussreichen Motivspektrum unterscheiden sich die beiden Extreme der Bildungsskala so gut wie gar nicht. Ähnliches gilt auch in Hinblick auf die bevorzugten Wanderziele.

Eine nicht unwesentliche Rolle bei der Erklärung der in Tab.27 dokumentierten Bildungsunterschiede dürfte dagegen die mittlere Altersdifferenz zwischen den Wanderern mit Standard- und Hochschulabschluss spielen. Gegenüber der letztjährigen Erhebung ist sie zwar von 9 auf 6 Jahre geschrumpft, aber immer noch rekrutiert sich die Gruppe diplomierter Wanderer weit stärker aus jüngeren Jahrgängen als die der Standardschulabgänger. Statt durchschnittlich jeweils eines Viertels gehört bei den Besitzern gehobener Bildungspatente

¹³ Lediglich bei der Zusammensetzung der Teilstichproben nach dem Geschlecht gab es einen irregulären Bildungsverlauf, wobei sich die beiden Pole durch einen überproportionalen, die Bildungsstufen dazwischen durch einen unterproportionalen Männeranteil auszeichneten.

ein gutes Drittel, in der Standardgruppe dagegen nur ein Achtel der Gruppe 40-an.

Profilstudie Wandern 2004		Tab. 27	
Sonderprofil Bildung			
Prozent			
Merkmal	Standard	Hochsch.	
Status			
Alter (Mittelwert absolut)	53 (+)	47	
40-	13	31	
60+	38	22	
Internet			
Internetnutzung für Wandervorbereitung	26	52 (+)	
für Urlaubsvorbereitung	24	46 (+)	
Touren			
Individuelle Tour	18	50 (+)	
Pilgermotiv spirituelle Atmosphäre	4	15 (+)	
Häufig wandern im Sommer	56 (+)	45	
Einkehr unterwegs	45 (+)	34	
Gemütliche Tour	41 (+)	26	

Einerseits erklärt sich diese relativ hohe Differenz rein statistisch aus der bereits erwähnten Tatsache, dass gehobene Bildungsabschlüsse unter jüngeren Jahrgängen per se stärker vertreten sind. Sie lässt andererseits aber auch die Interpretation zu, dass sich die Besitzer von Bildungszertifikaten dem Wandern offenbar stärker und früher zuwenden (und ihm folglich auch länger erhalten bleiben). Oder umgekehrt: Jüngere Hauptschulabsolventen lassen sich kaum noch zum Wandern bewegen, in ihrer Bildungsgruppe bleibt der Nachwuchs weitgehend aus.

Das kompensieren sie indes (zumindest im Sommer) durch eine erhöhte Wanderfrequenz, was zweifellos zum Teil auch mit ihrem höheren Alter zusammenhängt. Letzteres ist womöglich auch mitverantwortlich für die größere Neigung zu gemütlichen Touren samt Einkehr, obgleich man dahinter auch einen anderen Wanderstil von in der Tendenz stärker körperlich Arbeitenden vermuten kann.

Beides, die Differenz im Alter und bei den Arbeitsinhalten, dürften auch maßgeblich für die ausgeprägten Unterschiede bei der Internetnutzung sein. Während jeder zweite Hochschulabsolvent das Web für sein Hobby nutzt, ist es auf der anderen Seite des Bildungsspektrums nur jeder Vierte.

Übertroffen wird dieser gravierende Unterschied nur vom Individualismus-Bekenntnis. Ähnlich wie schon 2003 trennen über 30% die beiden Schichten in ihrem Wunsch nach individuellen Wandertouren. Der Erwerb von Bildungszertifikaten ist offensichtlich gleichbedeutend mit einer zunehmenden Individualisierung. Zur Tour nach eigener Nase passt auch der verstärkte Wunsch nach guten Karten, die den Individualisten eine eigenständige Wegwahl ermöglichen.

Am stärksten erinnert die Bildungs- an die Altersdifferenzierung beim Thema Wanderziele. Obwohl die Diplomierten im Schnitt nur 2 Jahre jünger als der Durchschnittswanderer sind, ähneln ihre Wünsche über weite Strecken denen der Subvierziger. So zieht es sie auffällig häufig ins Ausland, wobei auch eine fremde Sprache nicht unbedingt ein Hindernis darstellt. Dabei scheinen sie insbesondere von Hochgebirgsformationen angezogen zu werden. Die Alpen mit ihren aussichtsreichen Höhenwegen und felsreichen Szenerien stehen bei ihnen besonders hoch im Kurs.

Es sind indes nicht nur aussichtsreiche Höhen, sondern auch möglichst naturnahe Pfade und Wege, die sie in einer attraktiven Wanderlandschaft suchen und womöglich eher jenseits der Grenzen zu finden gewohnt sind bzw. hoffen. Das von Gerhard Fitzthum in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung so wortreich beklagte Verschwinden der Pfade aus Deutschlands Wald und Flur, wo Wanderwege mit einem Pfadanteil von 20% in der Tat schon als Seltenheit gelten, dürfte den wandertouristischen Abgang ins Ausland entscheidend beschleunigt haben.

Demgegenüber nehmen die ehemaligen Volks- und Hauptschüler die Dinge eher so hin wie sie sind. Sie äußern sich weder besonders positiv noch negativ über die deutschen Wanderwege und können breiten, bequemen Strecken, wie sie in unseren durch Wirtschaftswege hocherschlossenen ländlichen Gebieten dominieren, vergleichsweise viel abgewinnen - vor allem, wenn sie hinreichend mit Bänken ausgestattet sind. Erneut zeigt sich hier ein Hang zu genussvoller Bequemlichkeit, während ihr Gegenpart eher die Herausforderung des Fremden und im Zweifelsfall auch Anstrengenden sucht.

Auch bei den Freizeitinteressen ist die gegenläufige Ähnlichkeit der Bildungs- mit den Altersunterschieden nicht zu übersehen - vor allem im direkten Umfeld des Gehens (Joggen und Ski fahren). Lediglich bei den kulturellen Interessen paaren sich höheres Alter und höhere Bildung - in beiden Fällen geben rund 40% eine Vorliebe für Konzert und Theater zu erkennen. Das dürfte vor allem etwas mit längeren zurückliegenden bzw. andauernden Bildungserfahrungen zu tun haben.

Profilstudie Wandern 2004		Forts. Tab. 27	
Sonderprofil Bildung			
Prozent			
Merkmal	Standard	Hochsch.	
Ziele			
Traumziel Ausland: Keine Antwort	44 (+)	22	
Erfahrungen im Ausland: Kein Antwort	36 (+)	16	
Fremdsprachiges Ausland	10	25 (+)	
Alpen Almhöhe	42	53 (+)	
Alpen Gipfelhöhe	25	35 (+)	
Aussichtsreiche Landschaft	52	66 (+)	
Felsen	20	32 (+)	
Felsenreiche Landschaft	22	36 (+)	
Wege			
Fernwege unbekannt	56 (+)	39	
Kein Urteil positiv	31 (+)	16	
Kein Urteil negativ	67 (+)	56	
Bänke	60 (+)	39	
Bequeme Wege	43 (+)	20	
Breite Wege	21 (+)	10	
Schmale Pfade	44	69 (+)	
Erd- und Graswege	46	57 (+)	
Aussichtsreiche Höhenwege	63	79 (+)	
Orientierungshilfe Karten	58	73 (+)	
Wegweiser mit Stundenangaben	54 (+)	41	
Freizeitvorlieben			
Ski fahren	27	38 (+)	
Joggen	16	33 (+)	
Konzert, Theater	22	41 (+)	

Ohnehin kann die ansonsten so auffällige Ähnlichkeit der Wanderprofile von diplomierten und jüngeren Wanderern nur sehr begrenzt als Erklärung für die Bildungsdifferenzen herhalten - eben weil die Altersdifferenz zwischen den Bildungsschichten dazu viel zu klein ist. Der eigentliche Grund hierfür muss vielmehr im Bildungsprozess oder den daraus resultierenden Arbeitsfeldern liegen.

Möglicherweise ist es der verlängerten Bildungsphase zumindest theoretisch erweiterte Horizont, der auch die fußläufige Erkundung der Welt in weitere Fernen lenkt und mit höheren Ansprüchen verbindet. Ein wichtige Rolle

dürfte aber auch die Dominanz sitzender Kopfarbeit spielen, die in der High-techwelt eine derartig einseitige Intensität angenommen hat, dass es die Betroffenen in immer kürzeren Abständen aus ihren Kunstwelt hinaus in die Natur treibt, um sich jenseits fiktiver Konstrukte ab und an der eigenen Natur zu versichern und sich in körperlicher Herausforderung als vollsinnlicher Mensch wiederzufinden.

So oder so: Für die Gestaltung touristischer Angebote erwächst hieraus die Notwendigkeit einer zunehmenden Orientierung an den damit verbundenen höheren Ansprüchen, zumal die gehobenen Bildungsschichten entgegen überkommenen Vorurteilen dabei sind, die Mehrheitsposition in der Wanderbewegung zu übernehmen. Dazu ist nicht nur eine systematischere Erschließung der landschaftlichen Attraktionen, sondern auch sehr viel mehr Einfallsreichtum und Investitionsbereitschaft für die Entwicklung profilierter Wanderangebote und Erlebniswelten unerlässlich.

Demgegenüber entsprechen Hauptschulabgänger viel mehr dem klassischen Bild vom Wanderer, der sich regelmäßig auf Schusters Rappen begibt und mit dem, wie ihm die heimische Wanderlandschaft darbietet, deutlich zufriedener ist. 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 und nicht selten auch die falsche Selbstgewissheit, einfach mit den überkommenen Rezepten weitermachen zu können. Das ist um so gefährlicher, als das bequeme "weiter so" nicht auf direkten Widerstand trifft: Der anspruchsvollere Gast weicht vielmehr wort- und problemlos einfach über die Grenzen in fortgeschrittenere Wanderparadiese aus.

17. GÄSTESTATUS

ALTE HASEN

Auch wenn die sozialwissenschaftliche Standardschichtung durchaus aufschlussreiche Hinweise auf eine interne Differenzierung des Wanderpublikums - vorzugsweise entlang der Linie Genuss-Herausforderung - erbracht hat, ist von einer weitergehenden Schichtung nicht unbedingt mehr zu erwarten. Denn in relevanter Weise profilbildende Indikatoren wie Alter oder Bildung sind eher selten, bei den meisten willkürlichen Subgruppierungen setzt die Statistik ihre gleichmacherische Potenz weitgehend durch.

Wenn im folgenden dennoch weitere Indikatoren zu differenzierenden Betrachtungen herangezogen werden, so vor allem mit Hinblick auf touristische Interessen. Denn für die Tourismuswirtschaft ist weniger der Durchschnittswanderer an sich als der typische Urlaubswanderer von Bedeutung. Dessen Gewohnheiten und Ansprüche vor allem sind es, an denen sich touristische Strukturen und Angebote orientieren müssen. Sie stellen das entscheidende Maß für die marktgerechte Gestaltung von Urlaubsangeboten und damit für den Erfolg eines bedeutenden Wirtschaftszweiges dar.

Damit stellt sich die Frage, ob und in welchem Maße sich wandernde Urlauber von schlichten Freizeitwanderern unterscheiden. Nicht irrelevant für die touristische Kommunikation wären auch eventuelle Unterschiede zwischen wandernden Stammgästen und Neuankömmlingen. Schließlich hegen Deutschlands Touristiker eine ausgeprägte Sympathie für organisierte Wanderer, weil man sich von ihrer Ansprache, obwohl sie nur wenige Prozent der Kundschaft ausmachen, eine gezielte Einwerbung mehrtägig buchender Großgruppen verspricht. Lassen sich diese touristisch bedeutsamen Gruppierungen über den Kamm des Mainstreams scheren oder zeichnen sie sich durch besondere Eigenschaften aus, die einer ebensolchen Zuwendung bedürfen?

Urlauber

Die bislang referierten Durchschnittsdaten habe für Touristiker in der Tat nur Sinn, soweit sich urlaubende Wanderer in ihren Gewohnheiten und Bedürfnissen nicht sonderlich von Freizeitwanderern unterscheiden, die lediglich einen Ausflug in die nähere Umgebung ihres Wohnortes machen. Tatsächlich stellen die Einheimischen mit 45% den relativ größten Anteil unter den

Befragten, während Urlauber nur zu einem knappen Drittel vertreten sind; beim restlichen Viertel handelt es sich um Tagesgäste aus der weiteren Umgebung. Rein statistisch könnte es also durchaus sein, dass die Urlauberminderheit beim Wandern in der Fremde ganz andere Akzente setzt als die dort Heimischen.

Eine diesbezügliche Durchsicht der Ergebnisse gibt ähnlich wie bereits 2003 Anlass zur Entwarnung: Die Differenzen zwischen ortsansässigen und ortsfremden Wanderern erweisen sich alles in allem als marginal. Was etwa die Anforderungen an Landschaft, Wege und Leitsystem betrifft, so zeigen die entsprechenden Kreuztabellen keine relevanten Unterschiede. Einen gravierenden Trend lässt sich nur bei einem Merkmal erkennen: Als häufige Gäste in der jeweiligen Befragungsregion klassifizieren sich von den Einheimischen gut die Hälfte, von den Tagesgästen eine knappe Drittel und von den Urlaubern ein knappes Fünftel. Das kann allerdings kaum überraschen und stellt die Allgemeingültigkeit der anderen Befunde keineswegs in Frage.

Wenig erstaunlich ist auch der Umstand, dass sich die einheimischen Wanderer kaum und die Tagesgäste so gut wie gar nicht von dem bislang beschriebenen Mainstream abheben. Bei nur 8% bzw. 4% der Items weichen deren Daten um wenig mehr als 5% von den Gesamtmittelwerten ab. Dabei handelt es sich eher um isolierte oder gar zufällige Ausreißer, nur vereinzelt verbinden sich damit ein systematischer Zusammenhang (s.u.).

Bei den Urlaubern fallen die Abweichungen vom Gesamtmittelwert zwar nicht sonderlich größer aus, sind aber etwas zahlreicher. In jedem achten Fall erreichen sie die unterste Relevanzgrenze von 5%, in zwei Fällen übersteigen sie 10%. Abgesehen von dem bereits erwähnten, geradezu selbstverständlichen Umstand, dass Urlauber weniger häufig in der Region sind als deren Einwohner, erweist sich ähnlich wie in der Profilstudie '03 die deutlich geringere Wanderintensität als zweites auffälliges Charakteristikum (Tab.28).

Wir haben es bei Urlaubern also verstärkt mit Gelegenheitswanderern zu tun, von denen vermutlich ein nicht unwesentlicher Teil überhaupt nur im Urlaub wandert. Der Anteil derjenigen, die sich nur ab und an im Jahr auf Tour begeben, ist unter ihnen mit 30% etwa doppelt so hoch wie bei den Tagesgästen und dreimal so hoch wie bei den einheimischen Wanderern - ein klarer Trend. Naheliegende Gründe hierfür können Mangel an Zeit und Gelegenheit, vor allem aber eine allzu große Distanz vom Wohnort zu nächsten Naturlandschaft sein. Hierfür spricht auch die ebenfalls etwas geringere Neigung zu anderen Natursportarten wie Mountainbiking oder Skifahren. Dahinter könnte sich freilich auch eine insgesamt geringere Neigung zu körperlichen Aktivitäten verbergen.

Umgekehrt kann man hieraus aber auch schließen, dass die Urlaubssituation und -landschaft offenbar selbst weniger bewegungsfreudige Gäste zu gelegentlichen Touren herausfordert. Für deren touristische Betreuung heißt das, sie nicht durch allzu zünftige Angebote zu überfordern, sondern stets auch eine Reihe von Einsteigerofferten bereitzuhalten.

Profilstudie Wandern 2004		Tab. 28	
Sonderprofil Urlauber			
Prozent			
Merkmal		Urlauber	Gesamt
Status			
Alter Durchschnitt in Jahren		50,8 (+)	48,5
Anteil bis 39 Jahre (%)		20	27 (+)
Häufig in der Region		19	37 (+)
Internetnutzung für Urlaubsvorbereitung		42 (+)	35
Intensität			
Häufig wandern im Sommer		39	49 (+)
Häufig wandern im Winter		28	35 (+)
Freizeitvorlieben			
Ski fahren		27	34(+)
Mountainbiking		10	15 (+)
Motive			
Kennenlernen unbekannter Regionen		53 (+)	48
Mit Partner/Freunden unterwegs		55	60 (+)
Ziele			
Traumziel Inland: Keine Antwort		24	29 (+)
Aussichtstürme		25	31 (+)
Felsen		21	26 (+)
Bewirtschaftete Hütten		53	58 (+)
Burgen, Schlösser		33	38 (+)
Historische Ortskerne		28 (+)	23
Touren			
Tagestour		60	68 (+)
Mehrtagestour		21 (+)	15
Hüttenwanderung		20	25 (+)

Dem scheint der Umstand zu widersprechen, dass sich unter den Urlaubern gleichwohl überdurchschnittlich viele Interessenten für Mehrtagestouren finden. Doch steht dem eine geringere Akzeptanz von Hüttentouren gegenüber. Offenbar handelt es sich bei diesen konträren Abweichungen lediglich um sta-

tistische Zufälligkeiten, was auch für die geringfügig niedrigere Neigung zu geselligen Touren gelten dürfte.

Neben einer geringeren Wanderintensität lässt Tab.28 nur wenige weitere, überdies nur schwach ausgeprägte Spezifika von Urlaubs- gegenüber Freizeitwanderern erkennen. Zum einen ist ihr Entdeckerdrang stärker ausgeprägt: Das Motiv "Kennenlernen unbekannter Regionen" gewinnt in der Reihenfolge Einheimische-Tagesgäste-Urlauber ähnlich wie 2003 sukzessive um mehr als 10% an Gewicht. Das kann indes kaum verwundern, denn schließlich dokumentiert sich dieser Drang bereits in der keineswegs von allen Einheimischen geteilten Reisebereitschaft der Urlauber.

Zum anderen erweisen sich Urlaubswanderer als weniger zielinteressiert. Sowohl natürliche als auch kulturelle oder gastronomische Ziele erscheinen ihnen weniger attraktiv, was eine weitere Erklärung für ihre geringere Wanderneigung liefert. Ausgenommen hiervon sind schöne Ortskerne, die eher zum Bummeln als zum Wandern anregen.

Drittens schließlich sind urlaubende Fußtouristen rund 2 Jahre älter als Tagesgäste und vier Jahre älter als einheimische Wanderer. Umgekehrt heißt das, dass jüngere Wanderer ihre Neigung offenbar zunächst in heimischen Gefilden ausleben und verstärken, bevor sie sich auch im Urlaub dazu entschließen. Und dann suchen sie ihr Wanderurlaubsziel zunächst eher im Ausland, bevor deutsche Destinationen in ihr Blickfeld rücken. Dieser langatmige Übergang vom alltäglichen zum Urlaubswandern lässt sich womöglich dadurch verkürzen, dass auch in Deutschland zunehmend herausfordernde Trails nach dem Vorbild des Rheinsteigs oder der Kammwege entlang der böhmischen Grenze geschaffen bzw. in Aufmachung und Kommunikation gezielt auf jüngere Ansprüche zugeschnitten werden.

Zusammengefasst bedürfen Urlauber also einer nur wenig modifizierten Ansprache, die vermutlich auch bei den einheimischen Wanderern Anklang finden würde. Da diese selbst in Urlaubsregionen die Mehrheit der Fußtouristen stellen und die Wanderinfrastruktur auch ihren Freizeitbedürfnissen entsprechen muss, stellen die Gesamtdaten der Profilstudie alles in allem den sinnvollsten Orientierungsrahmen für die zukunftsgerichtete Gestaltung wandertouristischer Gegebenheiten dar.

Stammwanderer

Eine für Touristiker sehr viel kritischere Frage ist die nach dem Unterschied zwischen Erst- und Stammgästen. In der Regel gehen sie davon aus, dass die Stammgäste der deutschen Mittelgebirge einer älteren Generation an-

gehören, so dass man nicht umhin kommt, sich um neue, jüngere Gästegruppen zu kümmern. Die Angebote müssten folglich so angelegt sein, dass sie die Dauergäste nicht vergraulen und zugleich Regionsfremde ansprechen - ein manchem unüberwindlich erscheinender Spagat.

Wie groß dieser Spagat tatsächlich ausfällt, lässt sich zumindest ansatzweise anhand der Eingangsfrage "Wie oft haben Sie in dieser Region schon Wanderungen unternommen?" abschätzen. Dabei geht es zwar nicht um den generellen Aufenthaltsstatus, sondern lediglich darum, in welchem Maße man in der Region bewandert ist. Wer jedoch als Urlauber bereits "häufig" zu Fuß vor Ort unterwegs war, sollte in der Tendenz auch schon öfter dort Urlaub gemacht haben, während die Antwortvorgabe "Ich bin zum ersten Mal hier" eher auf Neugäste hinweist. Die Zahl der Befragten in der vorliegenden Profilstudie ist groß genug, um die Gruppe der Urlauber noch einmal unter diesem Aspekt zu untergliedern und statistisch tragfähige Aussagen über die Unterschiede von regional erfahrenen und unerfahrenen Wandergästen machen zu können.

Schon der Umfang der Tab.29 macht deutlich, dass diese Art der Gruppierung mit erheblich weitergehenden Differenzen einhergeht als die nach Urlaubern und Einheimischen. Allerdings bezieht sich diese Feststellung mehr auf die Zahl als auf die Größe dieser Unterschiede. Während in Tab.29 gut ein Viertel aller Items auftaucht, überschreitet ihre Varianz kaum das unterste Relevanzniveau polarer Vergleiche von 10%.

Ganz so unüberwindlich ist die Kluft zwischen den neu eingeworbenen und alteingesessenen Wandergästen also nicht. Das gilt insbesondere für einen Sachverhalt, der gleichsam als naturgegeben unterstellt wird: Den Altersunterschied. Auch wenn es spontan einleuchtet, dass Erstankömmlinge deutlich jünger sind als Dauerwandergäste, deren Regionalpremiere schon Jahre zurückliegt, findet diese Vermutung in den empirischen Daten keine Bestätigung. Die Altersdifferenz zwischen beiden Gästegruppen bleibt mit kaum mehr als einem Jahr statistisch vernachlässigbar.

Nicht weniger erstaunlich ist ein zweiter Basisbefund. Wer etwa angenommen hat, dass Dauergäste den ihnen wohlbekannten wandertouristischen Zielen weniger Zuwendung widmen als Neuankömmlinge, sieht sich getäuscht. Vielmehr ist das Gegenteil der Fall. Und nicht nur bei den Attraktionen, sondern bei fast allen relevanten Differenzen liegen die Stammwanderer vor den Erstentdeckern. Das reicht von der Wanderintensität und -motivation über touristische Ansprüche und Aufgeschlossenheit bis zur Vielfalt an Tourenformen und sonstigen Freizeitaktivitäten.

Profilstudie Wandern 2004		Tab.29	
Sonderprofil Stammwanderer unter den Urlaubsgästen in Prozent			
Urlaub in der Region →		häufig	erst- mals
Status			
Durchschnittsalter in Jahren		(51,1)	(49,8)
Wanderintensität			
Häufig wandern im Sommer		54 (+)	35
Häufig wandern im Winter		42 (+)	24
heutige Strecke in km		12,8	14,9 (+)
Motive			
Stille der Natur		76 (+)	63
Anblick schöner Landschaften		81 (+)	71
Interesse an Pflanzen und Tieren		53 (+)	34
Bewegungsfreude		76 (+)	61
Mit Partner/Freunden unterwegs		61 (+)	51
Entlastung vom Alltagstress		56 (+)	44
Zu sich selbst finden		35 (+)	22
Ziele			
Inland		61 (+)	49
Angaben zum Traumziel Inland		84 (+)	70
Wandererfahrung im Ausland		78 (+)	63
Alpen Almhöhe		58 (+)	37
Alpen Gipfelhöhe		32 (+)	18
Bewirtschaftete Hütten		61 (+)	45
Burgen, Schlösser		25	38 (+)
Berggipfel		76 (+)	58

So sind Stammwanderer zu erheblich größeren Anteilen häufig auf Schusters Rappen unterwegs, und zwar im Sommer wie im Winter, auch wenn sie pro Tour geringere Strecken zurücklegen. Offenkundig spielt das Wandern bei ihrer Urlaubsentscheidung eine erheblich größere Rolle als bei den Neugästen, die dafür womöglich eher zu einer Überschätzung der zurückgelegten Strecken neigen - kommen einem unbekannte Wege doch bekanntlich länger vor als bekannte.

Eine Ursache für das größere Wanderbedürfnis der Altgäste ist ihr sehr viel ausgeprägteres Motivationsspektrum, eine andere ihr offenkundig innigeres Verhältnis zu Landschaften, eine dritte ihre stärkere Zielorientierung

(Tab.29). Ihre Vorlieben entsprechen den Stärken der untersuchten Wanderdestinationen offenkundig eher als die der Neugäste, was indes insofern nahe liegt, als allein schon ihre Standorttreue beweist, dass sie ihr Urlaubsparadies bereits gefunden haben. Daher bedürfen sie für die Vorbereitung von Urlaub und Touren auch weniger des Internets als diejenigen, die noch auf der Suche nach der Idealdestination sind.

Allerdings verbinden sich mit der größeren Passgenauigkeit der Stammkundenmentalität auch höhere Ansprüche. Man legt mehr Wert auf naturnahe Wanderwege und ausgefeilte Leitsysteme. Die vorgefundenen Wandermöglichkeiten werden zwar in höheren Tönen gelobt, zugleich aber auch stärker kritisiert - man kennt sich halt aus.

Profilstudie Wandern 2004		Forts. Tab.29	
Sonderprofil Stammgäste			
Prozent			
Urlaub in der Region →	häufig	erst- mals	
Wege			
Positive Bemerkungen zu Wegen	90 (+)	70	
Negative Bemerkungen zu Wegen	54 (+)	34	
Aussichtsreiche Höhenwege	83 (+)	67	
Schmale Pfade	64 (+)	50	
Erd- und Graswege	61 (+)	49	
Karten	78 (+)	62	
Angaben auf Wegweisern: Strecke in Stunden	60 (+)	45	
Beschreibungen	38 (+)	23	
Internet			
Internetnutzung für Wandervorbereitung	34	46 (+)	
Internetnutzung für Urlaubsvorbereitung	35	47 (+)	
Touren			
Tagestour	69 (+)	52	
Rundwanderung	57 (+)	45	
Individuelle Tour	46 (+)	32	
Hüttenwanderung	26 (+)	16	
Freizeitvorlieben			
Fahrrad fahren	70 (+)	60	
Schwimmen, Sauna	54 (+)	44	
Ski fahren	36 (+)	24	
Konzert, Theater	43 (+)	33	

Auch wenn sich die Neulinge demgegenüber vorsichtig zurückhalten, liefert die offene Eingangsfrage nach dem, was an den Wanderwegen besonders gefällt und was nicht, wichtige Hinweise darauf, was sie als besonders hinderlich empfinden. Während nämlich Erst- und Dauerbesucher die positiven Seiten der Wanderinfrastruktur ähnlich sehen, setzen sie bei den Negativa deutlich andere Akzente. Das gilt insbesondere für das Wanderleitsystem und das Wegeformat, über das die Neulinge vergleichsweise weit mehr Klage führen als die Altgäste, während sie sich durch andere Wegenutzer wie etwa die Biker weniger irritiert fühlen. Offenbar haben sie einerseits nicht erwartet, in der Urlaubslandschaft in so hohem Maße auf Wirtschaftswege verwiesen zu sein. Andererseits vermissen sie verstärkt Orientierungshilfen wie Wegweiser und nutzerfreundliche Markierungen, auf die sie naturgemäß stärker angewiesen sind als diejenigen, die sich in der Gegend schon auskennen.

Das mag einer der Gründe sein, weshalb sie weniger von individuellen Touren halten. Dass sie sich auch bei Rund- und Tagestouren zurückhalten, hängt mit ihrer insgesamt geringeren Wanderneigung zusammen. Und die wiederum hat, wie die letzten Zeilen von Tab.29 zeigen, auch etwas mit ihren geringeren sportlichen Ambitionen zu tun.

Insofern gibt es keine Frage: Die ortstreuen Wandergäste fahren im Vergleich zu den Neulingen nicht nur besser mit dem Urlaubsort ihrer Wahl, sondern dieser umgekehrt auch besser mit ihnen. Zugleich lassen die eindeutigen Befunde den Schluss zu, dass die Einbindung der Stammgäste ganz wesentlich über das Wandern erfolgt. Und hierbei wiederum spielen Wanderwege und -ziele eine zentrale Rolle. Ihre Pflege und Attraktivierung ist von zentraler Bedeutung für die Gästebindung und -treue.

Demgegenüber scheint das Wandern für die Neuankömmlinge im Schnitt eher eine sekundäre Rolle zu spielen. Das könnte u.a. damit zusammenhängen, dass für die Wahl ihres Urlaubsortes die dortigen Wandermöglichkeiten eine weniger wichtige Rolle spielen. Hieran sind die Gastgeber womöglich nicht ganz unschuldig, wenn sie dem Fußtourismus in ihren Vermarktungskonzepten nur eine untergeordnete Rolle einräumen. Aus anderen Gründen angekommen, lassen sich nicht wenige Neulinge gleichwohl von der schönen Landschaft zu einer Probetour verlocken. Dabei freilich fallen ihnen stärker als den Altgästen die Unzulänglichkeiten in der Beschilderung und der Wegepflege auf, was den gerade erst begonnenen Prozess der so wichtigen emotionalen Bindung an die Landschaft unterläuft.

Von daher würde sich eine wandertouristische Qualitätsoffensive auch in Hinblick auf die Neugäste lohnen. Denn eine emotional hoch ansprechend Ferienlandschaft schafft weit mehr und tiefergehende Gästebindungen als nur

kurzfristig wirksame Spaß- und Spannungsevents. Schließlich kann die Mundpropaganda als effektivste Werbeform für eine Wanderdestination erst dann ihre volle Wirkung entfalten. Denn sie speist sich aus der Begeisterung der Gäste, die sich auf die nachwachsende Kundschaft allerdings nur überträgt, wenn deren Erwartungen nicht enttäuscht werden und schon eine Stippvisite zum Erlebnis gerät.

Vereine

Anders als bei den nach Geschlecht, Bildung, Alter oder Urlaubsstatus differenzierten Subgruppen handelt sich bei den Vereinswanderern um eine eher kleine Zielgruppe. Zwar sind 17% der Befragten Mitglieder eines Wandervereins im weitesten Sinne, aber nur 7% nehmen gerne an Vereinswanderungen und sogar nur 6% gerne an geführten Wanderungen teil. Von den erklärten Mitgliedern ist lediglich ein Viertel im Verein aktiv. Das deckt sich in etwa mit einem Organisationsgrad der deutschen Wanderer von rund 5%. Andererseits können angesichts der insgesamt rund 35 Millionen Deutsche umfassenden Wanderbewegung auch kleine Segmente auf große Absolutzahlen kommen.

Hinzu kommt, dass sich die inlandstouristische Wanderwerbung in weit überproportionalem Maße an die Vereine richtet - offensichtlich in der Hoffnung, dort statt (massenhaft) vereinzelter Kunden gleich ganze Gruppen für mehrtägige Programme gewinnen zu können. Überdies erhebt zumindest der Deutsche Wanderverband, der nach dem Alpenverein als zweitgrößte Sammlungsbewegung von Wanderern in Deutschland über seine Mitgliedsvereine ca. 2% der deutschen Wanderer organisiert, den Anspruch, die Interessen der gesamten deutschen Wandergemeinde zu vertreten. Wie reimt sich all das zusammen?

Tab. 32 gibt hierüber zumindest teilweise Aufschluss. Allein der Umfang der Tabelle weist die Vereinsmitglieder als eine ganz besondere Spezies aus, die sich von Durchschnittswanderern in vergleichbar hohem Maße wie die polaren Altersgruppen unterscheiden. In gut einem Drittel der Fragen zeigen sie nennenswerte, in 10% der Fälle (das ist die bisher größte Quote) sogar erhebliche Eigenheiten¹⁴.

Tatsächlich ist hieran der Altersfaktor nicht ganz unbeteiligt. Mit durchschnittlich 55 Jahren sind Vereinswanderer um 7 Jahre älter als der Schnitt.

¹⁴ Zur Erinnerung: Die eingangs gesetzten Grenzwerte für Gruppenspezifika liegen bei Abweichungen vom Durchschnitt nur halb so hoch wie bei Differenzen zwischen polaren Subgruppen.

Fast die Hälfte von Ihnen hat die Seniorengrenze von 60 erreicht oder überschritten, nurmehr 11% sind jünger als 40.

Profilstudie Wandern 2004		Tab. 30	
Sonderprofil Verein			
Prozent			
Merkmal	Verein	Gesamt	
Status			
Alter (in Jahren)	55 (+)	48	
40-	11	27 (+)	
60+	45 (+)	27	
Bildungsabschluss Standard	29 (+)	24	
Einheimisch	40	45 (+)	
Internet			
Internetnutzung für Urlaubsvorbereitung	28	35 (+)	
Internetnutzung für Wanderplanung	29 (+)	21	
Touren			
Häufig wandern im Sommer	66 (+)	49	
Häufig wandern im Winter	53 (+)	39	
Durchschnittslänge (in km)	14,8 (+)	13,8	
Tagestour	73 (+)	68	
Gemütliche Tour	24	35 (+)	
Mehrtagestour	26 (+)	15	
Vereinswanderung	23 (+)	7	
Geführte Wanderung	15 (+)	6	
An Pilgerwanderung teilgenommen	43 (+)	37	
Pilgerwanderung probieren	24	29 (+)	
Motive			
Bewegungsfreude	71 (+)	66	
Gesundheit	67 (+)	62	
Kennenlernen unbekannter Regionen	57 (+)	48	
Entlastung vom Alltagstress	39	47 (+)	
Zu sich selbst finden	24	29 (+)	
Pilgermotiv: Alte Werte	12 (+)	7	
Kulturelle Sehenswürdigkeiten	24 (+)	19	

Das sind indes nur die Durchschnittszahlen der Aktiven. Aus anderen Studien und internen Statistiken weiß man, dass das Durchschnittsalter in den klassischen Wandervereinen bei deutlich über 60 liegt, die Befragung von Besuchern des jährlichen Wanderverbandstreffens ("Deutscher Wandertag") för-

derte 2003 sogar ein Durchschnittsalter von 64 Jahren zutage (siehe Profilstudie 2003).

Der Anspruch der Vereine, die Gesamtheit von Deutschlands Wanderern zu vertreten, steht damit auf schwachen Füßen. Andererseits weisen die Altersprofile ältere Wanderer als ein touristisch besonders attraktives Publikum aus. Bei den Vereinen kommt hinzu, dass es sich hier nicht nur um überdurchschnittlich alte, sondern auch überdurchschnittlich aktive Wanderer handelt. Das belegt Tab.32 u.a. mit besonders hohen Quoten von Intensivwanderern. Im Sommer sind zwei Drittel und im Winter die Hälfte der organisierten Wanderer unterwegs. Dabei legen sie im Schnitt auch noch eine (wenn auch nur um 1 km) längere Strecke zurück.

Damit ist bereits eine wesentliche Ursache für die erwähnten zahlenmäßigen Diskrepanzen gefunden: Vereinsmitglieder sind erheblich öfter und länger unterwegs und treten daher auch verstärkt an unseren Befragungsstandorten in Erscheinung. Damit beeinflussen sie das von den Profilstudien gezeichnete Bild des deutschen Durchschnittswanderers in überproportionalem Maße, und zwar sowohl in Hinblick auf das Durchschnittsalter als auch mit Bezug auf die Wandergewohnheiten und -vorlieben.

Wie nachdrücklich sich Vereinswanderer mit ihrem Hobby befassen, macht nicht zuletzt ihr einseitiges Verhältnis zum Internet deutlich. Für die allgemeine Urlaubsvorbereitung nutzen sie es - ihrem Alter entsprechend - seltener, für die konkrete Wandervorbereitung aber häufiger als andere Wanderer. Auch ihre vergleichsweise ausgeprägte Neigung zu Mehrtagestouren (aber auch zu Tagestouren), verbunden mit einer entsprechenden Distanz zu "gemütlichen Touren", weist sie als gestandene Wanderfans aus. Immerhin: Selbst die eher traditionell geprägten Vereinswanderer, die das Sammeln, Zeigen und Übergeben von Wanderwimpeln immer noch als Höhepunkt ihrer Wandertreffen inszenieren, können sich nur noch zu einem Viertel für Mehrtagestouren erwärmen. "Wandern ohne Gepäck" hat nurmehr den Charakter eines Nischenproduktes.

Dass Vereinswanderer mehr für geführte Touren übrig haben, sollte man angesichts der hierauf zentrierten Vereinsaktivitäten freilich auch erwarten. Vielmehr verwundert eher umgekehrt, ein welcher geringer Teil der organisierten Wanderer tatsächlich auch gerne an organisierten Wanderungen teilnimmt. War es 2003 noch ein Drittel der Vereinsmitglieder, die besonders viel für gemeinsame Unternehmungen im Verein übrig hatten, so ist es jetzt nurmehr ein gutes Viertel. Nach geführten Wanderungen, und dabei handelt es sich in der Regel bei Vereinstouren, steht gar nur noch 15% der Sinn.

Profilstudie Wandern 2004		Forts. Tab. 30	
Sonderprofil Verein			
Prozent			
Merkmal	Verein	Gesamt	
Ziele			
Inland	62 (+)	54	
Traumziel Inland: Kein Antwort	23	29 (+)	
Mittelgebirge	62 (+)	57	
Deutschsprachiges Ausland	44 (+)	36	
Traumziel Ausland: Keine Antwort	28	33 (+)	
Erfahrung Ausland: Keine Antwort	16	28 (+)	
Alpen Gipfelhöhe	40 (+)	27	
Berggipfel	72 (+)	64	
Felsenreiche Landschaft	34 (+)	28	
Aussichtstürme	36 (+)	31	
Waldreiche Landschaft	39	48 (+)	
Gewässerreiche Landschaft	30	35 (+)	
Historische Ortskerne	30 (+)	23	
Wege			
Aussichtsreiche Höhenwege	81 (+)	71	
Schmale Pfade	62 (+)	57	
Gesicherte Steilhangwege	25 (+)	18	
Steile Wege	20 (+)	15	
Fernwanderwege	31 (+)	17	
Fernwege unbekannt	30	49 (+)	
Karten	72 (+)	64	
Schutzhütten	56 (+)	44	
Bänke	49 (+)	40	
Papierkörbe	29	36 (+)	
Freizeitvorlieben			
Essen gehen	34	44 (+)	
Klettern	18 (+)	10	

Das relativiert nun aber doch das gängige Bild der Wandervereine beträchtlich. Hier versammeln sich keineswegs nur Menschen, die besonders gern in großer, geselliger Runde durch die Natur ziehen. Tatsächlich ist auch das Wandermotiv "großes Gemeinschaftserlebnis" unter Vereinsmitgliedern mit 16% kaum stärker besetzt als bei Nichtmitgliedern, während umgekehrt individuelle Touren für sie genau wie bei Nichtmitgliedern eine doppelt so große Attraktivität besitzen. Warum aber sind sie dann Mitglied in einem Wanderverein geworden?

Vermutlich geht es ihnen mehrheitlich weniger darum, am gemeinsamen Wanderleben teilzunehmen, als vielmehr durch ihre Mitgliedschaft andere Aktivitäten und Ziele der Vereine zu honorieren und zu fördern - wie etwa Wegepflege, Bergsport, Hütten, Brauchtum oder Naturschutz. Der Alpenverein bietet als faktisch größtes Sammelbecken von Outdooranhängern überdies zahlreiche Dienstleitungen und Vergünstigungen für seine Mitglieder. Das weist nicht zuletzt die Richtung, in der auch andere Wandervereine ihre Zukunft sichern können: Als Service-Agenturen für ansonsten eher auf ihre Ungebundenheit Wert legende Wanderindividuen.

Passend zum hohen Wanderengagement weisen auch die Wandermotive Vereinsmitglieder als ambitioniert aus: Sie verfügen über einen ungewöhnlich hohen Bewegungstonus, der sich optimal mit einem verstärkten Gesundheitsmotiv und einem erhöhten Entdeckerdrang paart. Demgegenüber spielen - dem hohen Pensionärsanteil entsprechend - psychische Bedürfnisse wie Stressentlastung und Selbstfindung für sie eine geringere Rolle, entfalten aber gleichwohl ein weit stärkeres Antriebspotenzial als die etwas überproportional ausgebildeten kulturellen Interessen.

Ihr ausgeprägter Entdeckerdrang schlägt sich bei Vereinswanderern in einem weiten Tourenhorizont nieder. Zum einen schätzen sie mehr als andere inländische, mittelgebirgige Wanderlandschaften - eine ebenfalls allein schon mit dem höheren Alter, aber auch mit dem Selbstverständnis der Wander- als Landschaftsvereine erklärbare Neigung. Zum anderen zieht es sie gleichwohl weit mehr als ihre Altersgenossen ins Ausland und hier wiederum in die gipfel-, aussichts- und felsreichen Alpen. Auch bei den Wegen spielen steile, aussichtsreiche Bergpfade eine prominente Rolle, während auf Wald und Wasser, eher Bestandteil heimischer Wanderszenarien, weniger Wert gelegt wird. Das deutet nicht nur auf eine ausgeprägte Wanderleidenschaft hin, sondern gibt zusammen mit dem Faible fürs Klettern Anlass zu der Vermutung, dass sich die Vereinsfraktion zu einem nicht unerheblichen Teil aus Alpenvereinsmitgliedern rekrutiert.

Die überdurchschnittliche Vorliebe für und Kenntnis von Fernwanderwegen sowie das überaus positive Verhältnis zu Karten vervollständigen das Bild von alterprobten, sportlichen bis rüstigen Wanderprofis. Dass sich auch Schutzhütten und Bänke einer besonderen Wertschätzung erfreuen, lässt sich auf die größere Trekkingerfahrung zurückführen. Nimmt man noch das wenig ausgeprägte Spektrum sonstiger Freizeitaktivitäten einschließlich eines eher spartanischen Verhältnisses zum Ausgehen hinzu, so ist der typische Vereinswanderer eher auf der Seite der seltenen Nurwanderer zu finden, die dem Trend zum multioptionalen Genusswandern nur zögernd folgen, sondern nach wie vor an herausfordernden Touren Freude haben.

18. REGIONALPROFILE

SO UNTERSCHIEDLICH WIE DIE LANDSCHAFTEN

Wenn mit den Vereinsmitgliedern (nach den Altersgruppen) eine zweite Gruppierung mit einem ganz spezifischen Wanderprofil ausgemacht werden konnte, so gibt es in den Profilstudien Wandern stets eine Variable, die noch drastischere Abweichungen vom Durchschnitt produziert: Die Befragungsregion. Die regional differenzierte Spannweite des Antwortspektrums, gemessen in der Differenz der jeweils höchsten und niedrigsten Antwortquote pro Frage, liegt durchweg oberhalb der bisherigen Unterschiede. Im Vergleich der zehn beteiligten Regionen¹⁵ erreicht sie im Mittel rund 20%, d.h. im Schnitt wird eine Frage in der Region mit maximaler Akzeptanz um etwa 20% häufiger bejaht als in der mit minimaler Akzeptanz.

Für die Bestimmung der regionalen Homogenität oder Inhomogenität des deutschen Wanderpublikums sind weniger solche mittleren Spannen als vielmehr die Extreme interessant: Bei welchen Themen herrscht überregionale Einigkeit und wo fallen die Regionen besonders weit auseinander?

Absoluter Konsens

Die seltenen Fälle minimaler Regionalspannen von unter 10% sind deshalb von Interesse, weil sich hierin ein besonders einheitliches Meinungsbild unter Deutschlands Wanderern dokumentiert. Die dadurch ausgezeichneten Befunde haben gewissermaßen unumstößlichen Charakter und markieren insofern Fixpunkte für die touristische Angebotsgestaltung. Das gilt um so mehr, als sie (statistisch naheliegend) mit einer extremen Abweisung oder (seltener) Annahme der betreffenden Items einhergehen.

Von den über 120 Items der Profilstudie zählen immerhin 16, also ca. 13%, zur Kategorie der regionsindifferenten Fixpunkte im Weltbild von Wanderern. Sie konzentrieren sich auf folgende Themenkomplexe:

- Der für die Praxis bedeutsamste betrifft die negativen Seiten von Wanderwegen. Asphaltierten und straßenbegleitenden Wegen sowie langen Orts-

¹⁵ Auf Grund einschlägiger Erfahrungen werden Nord- und Südschwarzwald als getrennte Regionen behandelt.

durchgängig wird (wie schon 2003) geschlossen die Akzeptanz verweigert. Die Zustimmungsraten für Teer liegen im Vergleich der Regionen zwischen 0 und 2, für Straßenbegleitung zwischen 0 und 1 Prozent. Nachdrücklicher kann die Aversion gegenüber diesen in Deutschland leider noch viel zu häufig anzutreffenden Wegeformaten nicht ausfallen. Das rechtfertigt nachträglich noch einmal die besonders rigide Abwertung gerade dieser Wegemerkmale im Rahmen der offiziell entwickelten Qualitätskriterien für Wanderwege. Nicht ganz so heftig, aber ähnlich geschlossen fällt die Diskriminierung von breiten und ebenen Wegen aus.

- Wehren sich Deutschlands Wanderer beim Wegeformat geschlossen gegen das leider allzu Normale, so gilt für die Landschaften das Umgekehrte. Hier ist es die abenteuerlich-exotische Ferne, die regionsübergreifend kaum Anhänger findet. Dazu gehört aus der vorherrschenden Gebirgsperspektive offenbar auch das Flachland, das einheitlich nur 10% Anhänger findet.
- Durchweg ungenutzt bleiben in deutschen Landen technische Orientierungshilfen wie GPS und Kompass. Aber auch die Neigung, Leute nach dem Weg zu fragen, ist einheitlich schwach ausgeprägt.
- Was das Sonderthema Pilgern betrifft, so erfahren die in diesem Zusammenhang abgefragten Motive nahezu allesamt eine relativ regionalunabhängige Wertung. Das ist vermutlich darauf zurückzuführen, dass die Themenansprache für die meisten allzu fiktiv war und daher weitgehend klischeehafte Allgemeinplätze herausforderte. Auch vor diesem Hintergrund sollte indes den Protagonisten einer neuen Pilgerseligkeit die außerordentlich geschlossene Verneinung aller religiös besetzten Ambitionen wie Spiritualität, Buße und Beschwerlichkeit zu Denken geben. Einheitlich schlecht bewertet wurden allerdings auch das kulturelle und das Sinnsuchermotiv.
- Als einzig wirklich positive Alternative erfährt allein das generelle Spitzenmotiv "Natur genießen" eine geschlossene Regionalbewertung mit hohen Zustimmungsraten zwischen 78 und 88 Prozent. Nur das leibliche Genusspendant "Essen gehen" kommt ihm, was den regionalen Konsens betrifft, auf niedrigerem Niveau nahe.
- Einen geringen regionalen Dissens von nur wenig mehr als 10% weisen auch die geringen Zustimmungsraten zu Vereinswanderungen und zum großen Gemeinschaftserlebnis. Die Abkehr vom organisierten Wandern ist offenbar ein allortweit gleichermaßen ablaufender Prozess.
- Auch die Akzeptanz anderer Gehsportarten ist durchgängig auf niedrigem Niveau fixiert: Walking und Nordic Walking finden nirgendwo sonderlich mehr als 15-20 bzw. 5-10 Prozent Anhänger. Ähnliches gilt für das Mountainbiking. Das steht vermutlich in einem ursächlichen Zusammenhang mit

jener einheitlich kleinen Minderheit von 15-20% aller Befragten, die Wandern einen sportlichen Aspekt abgewinnen können.

- Interessant auch die regionale Übereinstimmung in der offenen Eingangs(doppel)frage: Positive Hinweise auf zivilisatorisch-kulturelle Elemente entlang von Wanderwegen blieben ebenso spärlich wie negative Bemerkungen zu deren landschaftlichen Umfeld: Das eine ist offenbar ebenso uninteressant wie das andere (fast) immer befriedigend.

Extreme Profilierung

Diese angesichts des weiten Spektrums beteiligter Regionen nach Art und Zahl erstaunlich konsistenten Einstellungen stellen die zentralen Pfeiler (oder auch Stolpersteine) für eine erfolgreiche Angebotspolitik auf dem Wandermarkt dar. So einig man sich in diesen Punkten ist, so sehr fallen die 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 der genauen Kenntnis der jeweiligen Regionalprofile, an denen man sich orientieren kann.

Für die "Profilstudie Wandern 2004" liegen abgesehen von den eigenständigen Auslandsstudien mehrere ausführlich interpretierte Sonderprofile vor. Sie werden vorrangig für die Auftraggeber-Regionen angefertigt (meistens sogar nach Standorten differenziert) und weisen teilweise eine sehr spezifische Zusammensetzung der Wanderkundschaft aus, woraus durchaus unterschiedliche Schlussfolgerungen für die künftige Marktaufstellung zu ziehen sind.

Einen gewissen Eindruck vom Ausmaß der Regionalspezifika gibt indes bereits die Zusammenstellung der Themen, die im Regionalvergleich auf Antwortspannen von 30 und mehr Prozent kommen. Darunter fallen 14% der Fragen mit Spannen bis 40 und 4% mit Spannen über 40, teilweise sogar über 50 Prozent. Aus ihrer Perspektive scheint es gelegentlich fast so, als gehöre die eine oder andere Region einem anderen Wanderkosmos an.

- Tatsächlich betrifft fast die Hälfte der großen Ergebnis-Diskrepanzen unterschiedliche Landschaftsvorlieben. Ob die ideale Wanderlandschaft wald-, pfad- oder aussichtsreich, reich an Gewässern oder Felsen, über Naturschutzgebiete oder kulturelle Sehenswürdigkeiten verfügen soll, ist reichlich umstritten. Dabei deutet vieles darauf hin, dass in jeder Region gerade diejenigen Landschaftselemente besonders hoch bewertet werden, die dort auch in hohem Maße vorhanden sind. Das ist insofern nachvollziehbar, als sowohl Einheimische wie Gäste in der Regel eine besondere Sympathie für die landschaftlichen Eigenheiten ihrer Region hegen - die einen, weil sie mit ihnen aufgewachsen sind, die anderen, weil sie ihre Urlaubswahl nicht zuletzt

um ihretwillen getroffen haben. Von daher spiegeln sich in den divergierenden Vorlieben nicht zuletzt die landschaftlichen Unterschiede selber wider. Und da gerade Deutschland über eine nahezu einmalige landschaftliche Vielfalt verfügt, fallen auch die diesbezüglichen Neigungen besonders weit auseinander.

- Eine zweite Quelle gegensätzlicher Urteile ist das Wanderleitsystem. Auch hierbei bestimmt das Vorhandene weitgehende das Wünschbare. Während Wanderer in Mittelgebirgen - selber ein sehr different bewerteter Landschaftstypus - von ihren Wegweisern mit Nachdruck Entfernungsangaben in Kilometern erwarten, bestehen weit überdurchschnittlich viele Alpinwanderer der Teilstichprobe Allgäu auf Angaben in Stunden sowie zusätzlichen Schwierigkeitshinweisen. Die hierfür maßgeblichen naturräumlichen Gegensätze dürften auch für die Differenzen bei der mittleren Tourenlänge verantwortlich sind, die im Hochgebirge nur halb so groß ausfällt wie im diesbezüglich führenden Mittelgebirge.
- In ähnlicher Weise zeichnen vor allem die Pfalzwanderer, von idyllischen, wein- und wurstseligen Ausflugslokalen verwöhnt, für die bis zu 50% reichenden Diskrepanzen bei der Liebe zu bewirtschafteten Hütten und Hüttenwanderungen verantwortlich.
- In der offenen Eingangsfrage zeigt nur die Negativbilanz größere Schwankungen in den Themenanteilen. Am stärksten fallen sie bei der Zivilisationskritik aus, wo sich der Ärger über Biker und sonstige Verkehrsbelästigungen ungleich verteilt. Oberhalb der Spannweite von 30% bleiben auch die Klageraten über Asphalt, Schotter und andere Mühseligkeiten des Weges, die immer eine bedeutender Anlass für Ärger sind, gelegentlich aber bis zur Hälfte aller Beschwerden ausmachen.
- Die größten Schwankungen von Region zu Region weist indes der Urlauberanteil auf. Einigen (unbegreiflicherweise) nahezu urlauberfreien Wanderdestination steht ein Ferienparadies gegenüber, in dem zwei von drei Befragten gerade ihren Urlaub verbringen. In engem Zusammenhang damit zeichnet sich auch die Quote der Stamm- und Erstgäste durch große regionale Differenzen aus.
- Am folgenreichsten dürften die regionalen Unterschiede im Durchschnittsalter der Wandergäste sein, das zwischen 41 und 54 Jahren schwankt. Damit verbinden sich fast zwangsläufig beträchtliche Unterschiede in der Wanderhäufigkeit, aber auch bei der Neigung zu anderen sportlichen Aktivitäten.

Auch wenn die regionalen Unterschiede teilweise so hoch ausfallen, dass sich manch kollektives Urteil von der einen zur anderen Region nahezu in sein Gegenteil verwandeln kann, heißt das im allgemeinen nicht, dass die An-

bieter auf dem Wandermarkt über einen beliebigen Gestaltungsspielraum verfügen. Innerhalb einer Region nämlich bleiben die Vorgaben in der Regel recht eng und in hohem Maße auf die jeweiligen Stärken (in negativer Abgrenzung auch auf die Schwächen) bezogen - ganz abgesehen davon, dass gerade die größten (wenn auch nicht die meisten) interregionalen Diskrepanzen vom Gegensatz Mittelgebirge-Alpen geprägt sind und innerhalb der Mittelgebirge selber wesentlich kleiner ausfallen.

Von daher kann man auch aus den regional schwankenden Befunden angesichts ihres weitgehenden landschaftlichen Bezuges letztlich nur die Schlussfolgerung ziehen, die jeweiligen Stärken im Sinne von Alleinstellungsmerkmalen gezielt herauszuarbeiten und die Schwächen möglichst abzustellen. Genau das macht den nicht zu unterschätzenden Wert von Regionalprofilen aus. Unabhängig davon gilt das Gebot der Schwächenbeseitigung natürlich auch mit Hinblick auf die regional unabhängigen Defizitempfindungen der Gäste, denen in jedem Fall nachdrücklich Rechnung zu tragen ist.

Bleibt noch die abschließende Frage, ob es über die einzelnen Differenzen hinaus zwischen den Regionen integrale Unterschiede in dem Sinne gibt, dass manche von ihnen über ein ausgeprägtes eigenes Publikumsprofil mit häufigen großen Abweichungen vom Mainstream verfügen, während andere kaum mit auffälligen Eigenheiten in Erscheinung treten. Gemessen an der Häufigkeit, mit der die Regionen Extremwerte in den Antwortspannen besetzen, ist dies durchaus, aber nur in Maßen der Fall.

Am häufigsten markieren der (südliche) Rothaarsteig und der nördliche Schwarzwald die spektralen Grenzen; das geschieht in beiden Fällen fast bei jeder dritten Frage. Hier zeichnen sich die Wanderer also durch ganz spezifische Profile aus. Umgekehrt am wenigsten, nämlich nur ein einziges Mal, tritt die Rhön als extremer Sonderfall in Erscheinung, die folglich mit Abstand das durchschnittlichste Wanderpublikum besitzt. Über eine starke Affinität zum Mainstream verfügt aber auch der Südschwarzwald. Demgegenüber nimmt das Allgäu einen unerwarteten Mittelplatz ein, obwohl es vom alpinen Charakter seiner Landschaft gegenüber den Mittelgebirgsdestinationen her eine ausgesprochene Sonderstellung besitzt. Das lässt bereits erahnen, dass die Unterschiede zwischen Mittel- und Hochgebirgswanderern nicht so groß ausfallen, wie man es angesichts der damit verbundenen Anforderungen erwarten würde.

19. NATIONALPROFILE: EINIG VOLK VON WANDERERN

Tatsächlich fallen die nationalen Wanderprofilunterschiede erheblich geringer aus als die regionalen Differenzen - ein verblüffender Befund.. Das gilt freilich nur, wenn man die in Spanien pilgernden Jakobsjünger aus dem Vergleich herauslässt, weil es sich bei ihnen, wie die Pilgerstudie zeigt, tatsächlich um eine sehr spezielle, ganz anders motivierte und zusammengesetzte Trekkerspezies handelt. Die in Deutschland, Frankreich, Österreich und der Schweiz befragten Wanderer sind sich dagegen insgesamt weit ähnlicher als die innerdeutschen Provinzgruppierungen.

So weichen die Antwortquoten der vier Länderstichproben in fast der Hälfte aller Fragen um weniger als 10% voneinander ab, während andererseits nur ein Siebtel der Antwortspannen den Wert von 20% überschreitet. Im Schnitt sind die Antwortspektren mit 12% nur gut halb so groß wie im innerdeutschen Vergleich - eine erstaunliche Konsistenz.

Ein formaler Grund hierfür dürfte in der geringeren Zahl an Vergleichsstichproben liegen: Schon aus statistischen Gründen gibt es unter zehn Vergleichspartnern mehr Chancen für Ausreißer als unter vier. Außerdem sind die beteiligten nationalen Stichproben im Schnitt größer, so dass schon intern ein besserer Ausgleich erfolgt. Schließlich finden sich auch unter den Wanderern jenseits unserer Grenzen zahlreiche Deutsche: In Österreich stellen sie sogar mit 56% die Mehrheit, in der Schweiz und den Vogesen sind sie zu einem Viertel präsent.

Natürlich könnte man die Deutschen aus den Auslandsstichproben herausrechnen, um so etwas wie nationale Wandercharaktere in Reinkultur herauszudestillieren. Das geschieht auch in den nationalen Sonderstudien. Touristischen Anbietern bringt das indes wenig, weil sie es stets mit den in den Profilstudien erfassten Mixturen zu tun haben. Und davon lässt sich nun auch trotz aller Relativierungen sagen, dass sie sich über die nationalen Grenzen hinweg eher weniger, jedenfalls aber nicht mehr voneinander unterscheiden als die deutschen Wanderregionen.

Betreffen die kleinen und großen Unterschiede aber auch dieselben Themen? Sind sich die Wanderer auch international in denselben Punkten einig und uneinig wie im Regionalvergleich? Auch dies soll wieder anhand der-

jenigen Items untersucht werden, die über die geringsten bzw. höchsten Antwortspannen verfügen. Anders als im Regionalvergleich ist hierbei jedoch von niedrigeren Grenzwerten für die Definition von ähnlich und unähnlich auszugehen.

Kernüberzeugungen

Selbst wenn nur all jene Fragen als indifferent klassifiziert werden, deren Antwortquoten sich im Kreis der vier Länderstichproben um nicht mehr als 5% unterscheiden (!), gehört noch fast ein Viertel aller Items zum absoluten Fundament grenzenlosen Wanderns. Und diese wiederum decken sich weitgehend mit den konsistenten Grundpfeilern des Regionalvergleichs, weshalb hier zwecks Vermeidung von Wiederholungen die bloße Aufzählung genügen mag:

- **Wegeformat:** Keine Akzeptanz von asphaltierten und straßenbegleitenden Wegen, wenig Sympathie für breite und ebene Wege. Hinzu kommt eine einheitlich geringe Neigung zu Schotter- und Steilwegen sowie im Gegenzug einen ebenso einheitliche Leidenschaft für aussichtsreiche Höhenwege;
- **Landschaftsform:** So gut wie keinen Sinn für das Flachland, aber auch kaum mehr für Wildnis;
- **Orientierung:** Keine Akzeptanz von GPS und wenig Neigung, Leute zu fragen; gleichermaßen zu einem Drittel Interesse an Orientierungstafeln und Höhenunterschieden auf Wegweisern, zu zwei Dritteln an Karten und zu drei Vierteln an Markierungen;
- **Pilgern:** Nahezu durchgängig gleiche Ladung der fiktiven Motive (mittlere Antwortspanne 6%) mit besonderer Abwehr der religiösen Inspiration;
- **Organisiertes Wandern:** Einhellig wenig Neigung zu Vereins- und geführten Wanderungen, geringe Wertschätzung des großen Gemeinschaftserlebnisses;
- **Hobby:** Wenig Sinn für Museen; Waldlauf mit Viertel- und Konzert/Theater mit Drittelakzeptanz, gut 40% Interesse für Tiere und Pflanzen;
- **Sonstiges:** Hoher Zuspruch zu Tagestouren, mittelhohe Ladung des Motivs Stressentlastung; vergleichsweise geringe Differenz des Durchschnittsalters, das außerhalb von Deutschland um 4 Jahre niedriger liegt. Dort ist der Verjüngungsprozess der Wanderbewegung also schon weiter (oder der Alterungsprozess noch nicht so weit) fortgeschritten.

Nationale Vorbehalte

Auch die rund 15% Fragen mit großen Antwortspannen zwischen 21 und 46 Prozent unterscheiden sich thematisch kaum von den Ausreißern des Regi-

onalvergleichs. Insofern spiegeln sich darin weniger im engeren Sinne nationale, sondern erneut vor allem landschaftliche Charakteristika. Hinzu kommen womöglich hier und da auch Verständnisschwierigkeiten bei Fragen, die auf spezifische deutsche Gegebenheiten Bezug nehmen.

Wie zuvor schon nimmt der größte Teil der manifesten Ergebnisdivergenzen auf landschaftliche und infrastrukturelle Unterschiede Bezug:

- So laufen die Sympathien für Mittelgebirgs- und Alpenformationen fast zwangsläufig an der Grenze zwischen Deutschland/Frankreich einerseits und Österreich/Schweiz andererseits stark auseinander. Bemerkenswert hierbei ist jedoch, dass unabhängig davon Almen in allen Fällen eine um 16 bis 19 Prozent größere Zustimmung erfahren als alpine Gipfelhöhen. Der von den Alpenländern bis heute gepflegte Gipfelmythos schwindet also gleichermaßen innerhalb wie außerhalb der Hochgebirge. Ähnlich wie bei den Regionen kommen im Nationenvergleich überdies auch Gewässer recht unterschiedlich weg.
- Die stärksten Meinungsunterschiede mit einer Spanne von 46% ziehen erneut die bewirtschafteten Hütten auf sich. Hierzu passen nicht ganz so massive Diskrepanzen in der Beurteilung von Schutzhütten und der Neigung zur Einkehr unterwegs. Zum Bereich Infrastruktur gehören darüber hinaus differierende Vorlieben für Aussichtstürme und Sitzbänke. Schließlich scheiden sich die nationalen Geister an den Entfernungsangaben auf den Wegweisern, die im Hochgebirge mehrheitlich in Stunden, jenseits davon in Kilometern angegeben werden sollen.
- Die restlichen Diskrepanzen betreffen einerseits die Vorliebe für Fernwanderwege und Streckenwanderungen, hinter denen sich womöglich echte nationale Wandertraditionen verbergen, und den Anteil der Urlauber an den Befragten, der in den Alpenregionen sehr viel höher als in den Mittelgebirgen ausfällt.

Das bis auf derlei lässliche Differenzen im internationalen Rahmen relativ homogene Neigungsprofil der Wanderer vermittelt also tatsächlich den Eindruck von einer über die Grenzen hinweg in sich relativ geschlossenen Gehergemeinschaft, sozusagen ein einzig Volk von Wanderern, die zwar der jeweiligen Landschaft und ihren Eigenheiten besonders zugetan sind, ansonsten aber überall dieselben Ansprüche haben. Eine Erklärung für diese Konsistenz des Erscheinungsbildes könnte in der elementaren Verbindung des Wanderhobbys mit der menschlichen Natur liegen, die sich in ihrem arteigenen Biotop, den überwiegend parkartigen Naturlandschaften unserer mitteleuropäischen Gebirge, vergleichsweise ursprünglich entfalten kann.

20. ALPEN AUF DER HÖHE?

MITTELGEBIRGE NICHT MITTELMÄßIG

Der Vergleich sowohl der Regionen wie der Nationen vermittelt den Eindruck, dass vor allem die größeren der hierbei zu Tage getretenen Divergenzen wesentlich auf den Gegensatz von Mittel- und Hochgebirge zurückzuführen sind. In der Tat haben sich die hinsichtlich der eingenommenen Fläche durchaus ebenbürtigen Gebirgsvarianten auf touristischem Gebiet stets als Hauptkonkurrenten begriffen. Da hier wie dort Wandern zu den bestimmenden Urlaubsaktivitäten gehört, ist es von besonderem Reiz, diesem Gegensatz genauer auf den Grund zu gehen. Das ist angesichts der gerade in dieser Hinsicht bewusst breit angelegten Stichprobe erstmals hinreichend fundiert möglich.

So können fast viertausend Fragebögen in den Vergleich einbezogen werden. Mit 2.600 Befragten ist die Mittelgebirgsstichprobe die größere; ihre Herkunft beschränkt sich nicht nur auf Deutschland (ohne Bodensee und Allgäu), sondern Frankreich und die Schweiz steuern ebenfalls Daten bei. Auch die alpine Stichprobe rekrutiert ihre knapp 1.400 Beteiligten aus drei Ländern: Österreich, Deutschland und der Schweiz. Obwohl Österreich hierbei den Löwenanteil stellt, dominieren von der Herkunft her mit 60% auch im Alpensegment die Deutschen, weil sie abgesehen von den deutschen Befragungstandorten im Hochgebirge zusätzlich in Österreich die Hälfte und in der Schweiz ein Viertel der Wanderer stellen. Damit spiegeln die beiden Stichproben allerdings nur die realen touristischen Verhältnisse wider, um die es ja auch vorrangig geht.

Das verblüffendste Ergebnis des Gebirgsvergleichs besteht darin, dass alle nennenswerten, über 10% hinausgehenden Differenzen in eine Tabelle passen. Zwar befinden sich darunter sieben gewichtige Abweichungen von 20% und mehr, doch zeigt sich andererseits in mehr als 85% der Fragen ein annähernder Gleichklang - das sind weit mehr als in allen anderen vorhergehenden Vergleichen. Mit anderen Worten: Die Wanderer in Mittelgebirge und Alpen unterscheiden sich weit weniger als angenommen, sie haben weitgehend dieselben Vorlieben und Aversionen - bis auf wenige, aber vergleichsweise stark ausgeprägte Besonderheiten.

Tab. 31 gibt Auskunft, um welche Spezifika es sich dabei vor allem handelt. Da ist zum einen ein drastischer Unterschied im Urlauberanteil, der mit

mit zwei Dritteln in den Alpen mehr als doppelt so hoch liegt wie im Mittelgebirge. Die "Berge" sind offenbar das Urlaubswanderland schlechthin, dem gegenüber die Mittelgebirge touristisch ausgesprochen unterentwickelt wirken.

Profilstudie Wandern 2004		Tab. 31	
Sonderprofil Gebirge			
Prozent			
Merkmal	Alpen	Mittelgb.	
Status			
Herkunft Deutschland	60	84 (+)	
Herkunft Österreich	16 (+)	0	
Häufig in der Region	25	38 (+)	
Anteil Urlauber	65 (+)	29	
Anteil Einheimische	18	48 (+)	
Ziele			
Alpen Gipfelhöhe	41 (+)	25	
Alpen Almhöhe	60 (+)	43	
Felsen	16	28 (+)	
Mittelgebirge	32	61 (+)	
Inland	41	55 (+)	
Aussichtstürme	19	34 (+)	
Waldreiche Landschaft	32	49 (+)	
Naturschutzgebiete	29	41 (+)	
Burgen/Schlösser	21	38 (+)	
Touren			
Häufig wandern im Sommer	36	50 (+)	
Häufig wandern im Winter	20	34 (+)	
Durchschnittslänge in km	11,5	14,3 (+)	
Durchschnittslänge in km: Keine Angabe	74 (+)	32	
Durchschnittslänge in h: Keine Angabe	20	36 (+)	
Wegweiserangaben			
Entfernung in km	45	78 (+)	
Entfernung in h	82 (+)	46	
Schwierigkeitsgrade	47 (+)	33	
Sport			
Wandermotiv: Sportliche Leistung	28 (+)	18	
Hobby: Ski fahren	48 (+)	34	

Das deutet darauf hin, dass auf Mittelgebirgsebene in der Vergangenheit sehr viel falsch gelaufen ist, bietet aber auch die Chance, durch eine beschleunigte wandertouristische Professionalisierung noch erheblich zulegen zu können.

nen. Die erhöhte Rate von Stammwanderern in den Mittelgebirgsregionen ist lediglich die schlichte Folge einer bei fast 50% liegenden Einheimischenquote..

Der zahlenmäßig größte Anteil der Gebirgstypenunterschiede findet sich in der Rubrik der Wanderziele. Und hierin dokumentiert sich erneut der nachvollziehbare Sachverhalt, dass Einheimische wie Urlauber in der Regel der Landschaft den Vorzug geben, in der sie sich gerade befinden - die einen aus Heimatverbundenheit, die anderen, weil sie sich bewusst dafür entschieden haben. Insofern kommen die Alpenformationen besser bei den Alpenwanderern weg - erneut indes mit einem fast zwanzigprozentigen Vorsprung der Almen vor den Gipfeln. Andererseits verfügen auch die Mittelgebirge über ihre ganz eigene Anhängerschar.

Ein genauer Vergleich zeigt eine unerwartete Ausgewogenheit in den Präferenzen. So erreichen einerseits nur die alpinen Alm-, aber nicht die Gipfelhöhen mit 60% eine ähnliche Selbstanhängerquote wie die Mittelgebirge. Andererseits können sich die Alpenwanderer nur zu gut 30% auch für Mittelgebirge, die dort Wandernden aber zu 40% für Almtouren, aber nur zu 25% für Gipfeltouren erwärmen.

Daraus ist zweierlei zu schlussfolgern. Zum einen stehen die Mittelgebirge insgesamt nicht schlechter da als die Alpen, ihre Wanderklientel ist der eigenen Landschaft nicht weniger und der konkurrierenden nicht mehr zugewandt, als das umgekehrt in den Alpen der Fall ist. Die Alpen sind nicht (mehr) der heimliche Renner, sondern eine gleichgewichtige Konkurrenz. Damit haben die Mittelgebirge durchaus die Chance, den konstatierten Rückstand aufzuholen.

Andererseits erweist sich diese Konkurrenz aber auch insofern als begrenzt, als über die Hälfte des jeweiligen Publikums mehr oder weniger auf die eine oder andere Formation festgelegt ist. Nur eine Minderheit scheint in diesem Punkte flexibel zu sein, was allerdings hinreichend Masse und Anlass für verstärkte Anstrengungen bietet. Von daher ist beides angesagt: Kooperation, um das Kernpublikum im Zuge der Aufwertung des Wanderns gemeinsam für die Möglichkeit eines Wanderurlaubs zu gewinnen, und Leistungskonkurrenz um diejenigen, die dabei nicht a priori auf eine Landschaftsformationen festgelegt sind.

Was die Konkurrenz betrifft, so geht es dabei vor allem darum, neben der Ausmerzung der offenbar auf die Gebirgsformationen gleichermaßen verteilten Schwächen die jeweiligen Stärken gezielt herauszuarbeiten. Und hierbei gibt Tab. 31 den Mittelgebirgen mehr Hinweise als den alpinen Anbietern -

vielleicht auch, weil erstere den Wanderern außer Gipfeln und Almen vielfältigeres zu bieten haben.

So streichen die Mittelgebirgstouristen schon jetzt mehr Wanderattraktionen heraus als Alpengäste. Ganz besonders scheint es ihnen der Reichtum an Wäldern, geschützter Natur und beeindruckenden Kulturrelikte angetan zu haben, aber sogar die (selteneren) Felsen und (notwendigeren) Aussichtstürme kommen (wenn vermutlich auch nur aus kompensatorischen Gründen) besser weg. Wenn es um Alleinstellungsmerkmale der Mittelgebirge geht, wird man hier ansetzen müssen: Nicht umsonst haben sich in einer früheren Profilstudie auf die Frage, durch was man die unglückliche Bezeichnung Mittelgebirge ersetzen kann, über 50% für "Waldgebirge" entschieden.

Hinzu kommt als weiterer Ansatzpunkt für eine bessere Aufstellung der Mittelgebirge die höhere Wanderintensität. Mittelgebirgswanderer sind sommers wie winters erheblich häufiger und länger unterwegs. Dabei ist es nur von technischer Bedeutung, dass sie ihre Leistungen lieber in Kilometer gemessen und ausgewiesen wissen wollen, während in den Alpen das Stundenmaß regiert.

Dem stehen auf der alpinen Seite etwas sportlichere Ambitionen gegenüber. Man ist seltener unterwegs und wandert beiläufiger, aber will sich mehr herausgefordert sehen. Hier kommen die Gipfelstürmer zu Wort, deren Rolle in der Vergangenheit indes eher überschätzt worden ist, so dass man kaum in diesem Punkte zulegen können wird.

Hiervon abgesehen muss das gemeinsame Bemühen um eine höhere Qualität und Attraktivität der Wanderangebote im Mittelpunkt der Anstrengungen stehen. Die im Regional-, Nationen- und Gebirgsvergleich in außerordentlich geschlossener Weise ausgewiesenen Schwachpunkte vor allem in der Wanderinfrastruktur müssen konsequent und mit einem dem Marktumfang angemessenen Investitionsvolumen angegangen werden. Wandern ist eine dominierende Freizeit- und mit Abstand die dominierenden Urlaubsaktivität. Die touristische Konkurrenz zwischen um die Gäste im Mittel- wie im Hochgebirge dürfte sich letztendlich auf dem Wandermarkt entscheiden.

Deutsches Wanderinstitut Marburg

IHRE MEINUNG

ZUM THEMA WANDERN

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

Sie befinden sich zur Zeit in einer bekannten Wanderregion.

- Wie oft haben sie in dieser Region schon Wanderungen unternommen?

häufig mehrmals Ich bin zum ersten Mal hier

- Was gefällt Ihnen an den Wanderwegen besonders gut?

.....

- Und was gefällt Ihnen nicht so gut?

.....

Welche Art von Wanderung bevorzugen Sie besonders?

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

Welche Wanderziele finden Sie besonders attraktiv?

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> Berggipfel | <input type="checkbox"/> Historische Ortskerne | <input type="checkbox"/> Ausflugslokale |
| <input type="checkbox"/> Seen, Flüsse | <input type="checkbox"/> Nationalparks | <input type="checkbox"/> Museen |
| <input type="checkbox"/> Bewirtschaftete Hütten | <input type="checkbox"/> Naturschutzgebiete | <input type="checkbox"/> Burgen, Schlösser |
| <input type="checkbox"/> Herausragende Felsen | <input type="checkbox"/> Wald-Info-Stationen | <input type="checkbox"/> Heiden |

Auf welche Landschaftsausstattung legen Sie besonderen Wert?

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

In welcher Art von Landschaft wandern Sie besonders gern?

- | | | |
|--|---|---|
| <input type="checkbox"/> Inland | <input type="checkbox"/> Flachland | <input type="checkbox"/> Waldreiche Landschaft |
| <input type="checkbox"/> Deutschsprachiges Ausland | <input type="checkbox"/> Mittelgebirge | <input type="checkbox"/> Aussichtsreiche Landschaft |
| <input type="checkbox"/> Fremdsprachiges Ausland | <input type="checkbox"/> Alpen Almhöhe | <input type="checkbox"/> Gewässerreiche Landschaft |
| <input type="checkbox"/> Exotische Landschaft | <input type="checkbox"/> Alpen Gipfelhöhe | <input type="checkbox"/> Felsenreiche Landschaft |

Auf welcher Art von Wanderwegen gehen Sie besonders gern?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Schmale Pfade | <input type="checkbox"/> Aussichtsreiche Höhenwege |
| <input type="checkbox"/> Breite Wege | <input type="checkbox"/> Asphaltierte Wege |
| <input type="checkbox"/> Bequeme Wege | <input type="checkbox"/> Wege durch Ortschaften |
| <input type="checkbox"/> Steile Wege | <input type="checkbox"/> Wege entlang von Straßen |
| <input type="checkbox"/> Möglichst ebene Wege | <input type="checkbox"/> gesicherte Steilhangwege |
| <input type="checkbox"/> Erd- und Graswege | <input type="checkbox"/> Markierte Wanderwege |
| <input type="checkbox"/> Schotterwege | <input type="checkbox"/> Fernwanderwege |

**Fallen Ihnen spontan Namen bekannter Fernwanderwege ein?
Wenn ja, welche?**

1.
2.
3.

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

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

Wonach orientieren Sie sich in unbekannter Landschaft am liebsten?

- | | | | |
|---|--|---------------------------------------|----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Wandermarkierungen | <input type="checkbox"/> Orientierungstafeln | <input type="checkbox"/> Wegweiser | <input type="checkbox"/> GPS |
| <input type="checkbox"/> Wegebeschreibungen | <input type="checkbox"/> Wanderkarten | <input type="checkbox"/> Leute fragen | <input type="checkbox"/> Kompass |

Auf Wegweisern wünsche ich mir folgende Angaben:

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> Distanz in Kilometern | <input type="checkbox"/> Dauer in Stunden |
| <input type="checkbox"/> Höhenunterschiede | <input type="checkbox"/> Schwierigkeitsgrade |

**Seit einiger Zeit sind Pilgerwege verstärkt im Gespräch.
Was könnte sie persönlich an einer Pilgerwanderung reizen?**

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Das Wallfahrtsziel | <input type="checkbox"/> Die Wiederentdeckung alter Werte |
| <input type="checkbox"/> Die beschwerliche Strecke | <input type="checkbox"/> Die psychische Rekreation |
| <input type="checkbox"/> Die Menschen unterwegs | <input type="checkbox"/> Hilfe bei der Sinnsuche |
| <input type="checkbox"/> Die Buße vor Gott | <input type="checkbox"/> Einfach Neugier auf das Andere |
| <input type="checkbox"/> Das einfache Pilgerleben | <input type="checkbox"/> Die Landschaft und Kultur |
| <input type="checkbox"/> Die spirituelle Atmosphäre | <input type="checkbox"/> Nichts von alledem |

- | |
|---|
| <input type="checkbox"/> Ich habe schon mal an einer Pilgerwanderung teilgenommen |
| <input type="checkbox"/> Ich würde es gerne mal probieren |

Was machen Sie außer Wandern sonst noch besonders gern?

- | | | |
|--|--|--|
| <input type="checkbox"/> Etwas besichtigen | <input type="checkbox"/> Waldlauf / Joggen | <input type="checkbox"/> Mountainbiken |
| <input type="checkbox"/> Essen gehen | <input type="checkbox"/> Walking | <input type="checkbox"/> Schwimmen / Sauna |
| <input type="checkbox"/> Ski fahren | <input type="checkbox"/> Nordic Walking | <input type="checkbox"/> Konzert- oder Theaterbesuch |
| <input type="checkbox"/> Klettern | <input type="checkbox"/> Fahrrad fahren | <input type="checkbox"/> Stadtbummel, Einkaufen |

Ihre Wandergewohnheiten

- ◆ In der grünen Jahreszeit (Mai bis Oktober) wandere ich etwa

<input type="checkbox"/> alle 1-2 Wochen	<input type="checkbox"/> einmal pro Monat	<input type="checkbox"/> seltener
--	---	-----------------------------------
- ◆ Ich wandere auch im Winter häufiger gelegentlich nie
- ◆ Heute habe ich vor,

etwa	Kilometer bzw.	Stunden zu wandern.
------------	----------------	-------	---------------------

Internet

- Für die Wandervorbereitung nutze ich das Internet
 - oft
 - gelegentlich
 - nie

- Damit beschaffe ich mir vor allem Informationen für die
 - generelle Urlaubsvorbereitung
 - konkrete Planung von Wanderungen

Urlaub	
In welcher Region würden Sie am liebsten einen längeren Wanderurlaub machen?	
Traumziel im eigenen Land:	Traumziel im Ausland:

Haben Sie schon einmal eine Wanderung im Ausland unternommen?

Wenn ja, in welchen Ländern?

.....

Zum Schluss noch einige Routineangaben für die Statistik:

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

Vielen Dank für Ihre Mühe!