



# **Profilstudie Wandern '08**

## **Themenmodul Prädikatswege**

Rainer Brämer, Matthias Gruber

---

Mit freundlicher Unterstützung von Wandermagazin und Messe Düsseldorf

**Wander**  
magazin



## DIE THEMEN

<b>Touristische Leitwege in der Marktkonkurrenz .....</b>	<b>3</b>
Profilstudie Wandern '08.....	3
Akzeptanz qualitätszertifizierter Spitzenwege .....	4
Spitzenwege im Wandererurteil.....	7
Bekanntheitsskala prominenter Wanderwege.....	9
"Wanderziel des Jahres" .....	12
<b>Zertifizierte Leitwege vor Ort: Lob und Kritik .....</b>	<b>15</b>
Stärken.....	16
Naturszenerie zwischen Attraktivierung und Übernutzung.....	16
Wegeformat und Leitsystem auf Rang 2 .....	18
Schwächen.....	19
Reziproke Kritik.....	19
Nach wie vor: Müll und Schotter .....	19
Infrastrukturdefizite .....	21
<b>Zielgruppenspezifika .....</b>	<b>22</b>

## TOURISTISCHE LEITWEGE IN DER MARKTKONKURRENZ

### Profilstudie Wandern '08

Im Rahmen der "Profilstudie Wandern" wurden zwischen 1998 und 2007 insgesamt 17.500 deutschsprachige Wanderer nach ihren Meinungen, Gewohnheiten und Wünschen befragt. Mit der vorliegenden 10. Profilstudie kommen weitere 1.312 hinzu. Sie standen im Herbst 2007 und Frühjahr 2008 an prominenten deutschen Wanderwegen in sechs Bundesländern den Befragern des deutschen Wanderinstituts Rede und Antwort. Bei den Wegen handelt es sich ausschließlich um "Prädikatswege": Sie erfüllen zu gleichen Teilen die Qualitätskriterien des Deutschen Wanderinstituts für "Premiumwege" (Rheinsteig, Hochrhöner und saarländische Extratouren) bzw. diejenigen für "Qualitätswege Wanderbares Deutschland" (Harzer Hexenstieg, Rennsteig, Westweg).

Das Durchschnittsalter der Befragten betrug 50 Jahre. Zu einem Fünftel waren sie jünger als 40 Jahre, zu einem Viertel 60 Jahre und älter. Das Verhältnis von Männern zu Frauen betrug 53:47. 39% von ihnen verfügte als höchsten Bildungsabschluss über ein Hochschulzertifikat, 15% über das Abitur/Fachabitur, 31% hatten die Realschule, 15% die Hauptschule absolviert.

Der vor Ort auszufüllende Fragebogen umfasste knapp 100 Items zu den Themenbereichen Wandermotive, Wegequalität, Tourengestaltung und Gesundheit, ergänzt um die üblichen Angaben zum soziodemographischen Status der Beteiligten<sup>1</sup>. Die Ergebnisse der statistischen Auswertung und deren Interpretation sind in vier Themenmodulen zusammengefasst und finden sich jeweils als "Originalstudien" in folgenden Rubriken von wanderforschung.de:

- |                                    |                            |
|------------------------------------|----------------------------|
| 1. Basismodul "Wer wandert warum?" | Rubrik Querschnittsstudien |
| 2. Themenmodul "Prädikatswege"     | Rubrik Wanderwege          |
| 3. Themenmodul "Tourengestaltung"  | Rubrik Wandertouren        |
| 4. Themenmodul "Gesundheit"        | Rubrik Gesundheit          |

<sup>1</sup> Fragebogen siehe Basismodul

## Akzeptanz qualitätszertifizierter Spitzenwege

Die seit einigen Jahren entbrannte Konkurrenz unter den deutschen Wanderdestinationen hat eine Fülle neuer Leitwanderwege entstehen lassen, die mit mehr oder weniger großem Aufwand beworben werden. Aus ihnen heben sich diejenigen heraus, die sich erfolgreich der kritischen Bewertung durch eines der beiden Zertifikate für Prädikatswege gestellt haben. Über bloß verbale Lobpreisungen hinaus versuchen ihre Betreiber damit dem Gast eine Art Garantie zu geben, dass seine Erwartungen an eine ausgesucht erlebnisreiche Streckenführung nicht enttäuscht wird.

In aller Regel sind im Vorfeld einer solchen Zertifizierung erhebliche Anstrengungen erforderlich, um Schwachstellen in Wegeführung und -format zu beseitigen und eine hinreichende Erlebnisdichte sicherzustellen. Das lohnt sich indes allein schon deshalb, weil der subjektive Eindruck der Gäste vom Weg einen maßgeblichen Faktor für seine touristische Ausstrahlungskraft darstellt (siehe Themenmodul 3). Das gilt unabhängig davon, ob ihnen das Faktum der Zertifizierung oder gar der Name des Zertifikats geläufig ist.

Dennoch dürfte es für die Wegebetreiber von Interesse sein, ob und in welchem Maße dem Zertifikat "Deutsches Wandersiegel" oder "Qualitätsweg Wanderbares Deutschland" ein eigenständiger Stellenwert für die Wegevermarktung zukommt. Wie weit sind die ja noch recht jungen Qualitätslabel bereits über die damit ausgezeichneten Wege hinaus als solche in das Bewusstsein des Wanderpublikums eingegangen? Welcher Akzeptanz-Transfer lässt sich mit Verweis darauf zwischen zertifizierten Wegen herstellen?

Die aktuelle Profilstudie geht dem anhand der Frage nach, ob man schon einmal einen "Spitzenwanderweg mit Qualitätsgarantie" getestet habe - und wenn nicht, ob man einen solchen ausprobieren wolle. Bei der Bewertung der in Tab.1 dokumentierten Ergebnisse ist allerdings zu berücksichtigen, dass die Befragung ausschließlich auf bereits zertifizierten Prädikatswegen stattgefunden hat, und zwar in etwa gleichem Maße auf "Premiumwegen" (615 Befragte auf Rheinsteig, Hochrhöner, Saar-Extratouren) und "Qualitätswegen Wanderbares Deutschland" (697 Befragte auf Westweg, Rennsteig, Harzer Hexenstieg).

Dass sich die erste Frage auf vergangene Erfahrungen bezieht und in der Regel nicht schon deshalb bejaht wurde, weil man soeben einige Kilometer auf einem solchen Weg zurückgelegt hat, zeigt die Antwortquote von nur

18%: Weniger als jeder fünfte Befragte hatte zuvor schon mal einen Prädikatsweg begangen. Möglicherweise ist sich der eine oder die andere dieses Faktums auch nicht bewusst gewesen. So oder so: Das Angebot einer Art Erlebnisgarantie für Wandertouren hat die überwiegende Mehrheit der deutschen Wanderer noch nicht erreicht. Ähnlich wie bei anderen Gütesiegeln setzt sich auch hier der Gedanke einer formellen Qualitätsgarantie offenbar nur langsam, also im Maßstab mehrerer Jahren durch.

Profilstudie Wandern '08		Tab. 1
Spitzenwanderwege mit Qualitätsgarantie		
Prozent		
Einen Spitzenwanderweg mit Qualitätsgarantie ...		'08
.. habe ich schon getestet.	ja	18
Saar 46, Rhein 28, Rhön 10, Schwarzwald 10, Thüringen 6, Harz 6		
.. würde ich gerne ausprobieren.	ja/nein	27/22 <sup>2</sup>
Rhön 30/22, Rhein 32/20, Saar 29/12, Harz 28/14, Schwarzwald 23/32, Thüringen 21/32,		
Summe getestet plus probieren	ja	45
Saar 75, Rhein 60, Rhön 40, Harz 34, Schwarzwald 33, Thüringen 27		

Bei den sechs in Frage stehenden Wegen ist dieser Bewusstwerdungsprozess unterschiedlich weit fortgeschritten. Im Saarland gibt fast jeder zweite an, schon mal einen Spitzenweg getestet zu haben, in Thüringen und im Harz sind es nur 6% (Tab.1). Wenn die saarländischen Wanderer hierbei klar in Führung liegen, so nicht zuletzt deshalb, weil sich dort die Anlage und Erkundung von Premiumwegen seit einigen Jahren in lustvoller Kommunalkonkurrenz zu einer Art Volkssport entwickelt hat. An der Saar ist die Zukunft der Wanderbewegung bereits voll eingezogen, was sich auch in kontinuierlich wachsenden Gästequoten dokumentiert. Eine wesentliche Rolle dürfte dabei der besondere Charakter der dortigen Premiumwege als nutzerfreundliche Tagestouren spielen. Darauf lässt man sich spontaner ein als auf aufwendiger zu planende Etappentouren.

Das könnte auch den zweiten Platz des Rheinsteigs in der Testskala erklären, bietet dieser mit den begleitenden Bahn- und Schifffahrtslinien doch optimale Möglichkeiten für eintägige Schnuppertouren. Hinzu kommen hier aber auch ein prominenter Patenfluss und eine dadurch erheblich erleichterte Vermarktung, die überdies den Premiumcharakter des Weges gezielt herausstellt.

<sup>2</sup> Eine ähnliche Frage wurde in der Profilstudie '06 zu 53% mit ja und 33% mit nein beantwortet. Aktuell liegen beide Quoten schon deshalb niedriger, weil die nunmehr zu 18% Testerfahrenen die zweite Frage naturgemäß nicht mehr beantwortet haben.

Vielleicht ist es aber auch kein Zufall, dass es sich bei den Wegen mit den höchsten Testquoten um Premiumwege handelt (Saar, Rheinsteig, Rhön). Zum einen erfüllen sie höhere Erlebnisansprüche, so dass die besonderen Qualitäten des Steiges eher auffallen bzw. im Gedächtnis bleiben. Zum anderen haben Premiumwegetreiber nicht nur mehr in ihr Leitprodukt, sondern auch in dessen Vermarktung investiert. Das macht sich offenbar doppelt bezahlt und erweist sich als entscheidender Schritt auf dem Weg zur Wandermarke.

Von jenen 82%, die sich an keinen bereits bewanderten Spitzenweg erinnern können, zeigt ein Drittel Interesse und ein Viertel kein Interesse, einen solchen kennenzulernen, der Rest ist noch unentschieden. Bei der knappen Hälfte der Befragten könnte man also von einem mehr oder weniger ausgeprägten Transferpotenzial ausgehen. Erneut liegen hierbei die Premiumwege in etwas anderer Reihenfolge vorn. Sie werden nicht nur stärker wahrgenommen, sondern machen offenbar auch Appetit auf mehr.

Addiert man die Prozentsätze der Testerfahrenen und -willigen, so behaupten die Saarland-Extratouren und der Rheinsteig einen bemerkenswerten Spitzenplatz in dieser potenziellen Akzeptanzskala der Wanderwegeprädikatisierung. Mehrheiten von 60 bzw. 75 Prozent ihrer Besucher gehen positiv auf die Ausweisung von Premiumwegen ein. Dem Begriff "Premiumweg" kommt damit ansatzweise der Charakter einer Art Dachmarke zu.

Am anderen Ende der Akzeptanzskala rangieren zwei Traditionswege (Westweg und Rennsteig), welche relativ spät eine Zertifizierung nach dem "Wanderbaren Deutschland" einschließlich der dazu notwendigen Modernisierung der Wegeführung erfahren haben. Dies wird bislang nur von maximal einem Drittel der Wanderer wahrgenommen. Noch wirkt bei ihnen primär ihr jahrhundertalter Ruf nach. Das ist vermutlich einer der Gründe, weshalb die einbezogenen Qualitätswege in Tab.7 insgesamt schlechter abschneiden, aber es ist nicht der einzige Grund. Denn beim Harzer Hexenstieg handelt es sich wie beim Rheinsteig und Höchrhöner um einen neu geschaffenen regionalen Spitzenweg. Ob für seinen Abstand zu den Premiumwegen die Art des Prädikates oder auch seine ebenfalls relativ späte Zertifizierung verantwortlich ist, bleibt offen.

Unabhängig davon bleibt die Feststellung richtig, dass es sich für die Premiumwege gelohnt hat, sich um dieses anspruchsvolle Qualitätslabel zu bemühen und damit zu werben. Sie können schon jetzt auf einen mehr oder weniger ausgeprägten Transfereffekt der Klassifizierung "Premiumweg" setzen, der die Einwerbung bzw. den Austausch von Gästen unterstützt.

## Spitzenwege im Wandererurteil

In absoluten Zahlen sind es 240 der 1312 befragten Wanderer, die angaben, bereits einen qualitätsgeprüften Wanderweg getestet zu haben. Eine Zusatzfrage wollte von ihnen wissen, um welchen Weg es sich dabei gehandelt hat und wie sie ihn beurteilen. 227 Wanderer machten hierzu Angaben, 16 davon sogar mehr als eine. Bei rund 17% der insgesamt 255 Nennungen handelt es sich um Wege ohne Qualitätszertifikat. Die restlichen Nennungen verteilen sich

- zu 61% auf "Premiumwanderwege"
- zu 21% auf "Qualitätswege"

Obwohl zu etwa gleichen Teilen auf Wegen mit dem einen oder anderen Zertifikat angesprochen, assoziieren die Wanderer mit Spitzenwegen dreimal so häufig "Premium-" wie "Qualitäts"-Varianten. Abermals schlägt sich die gezielt höhere Erlebnisqualität unmittelbar in Wahrnehmung und Erinnerung nieder. Das rechtfertigt nicht nur die Stufung der Zertifikate, sondern auch die im Mittel sehr viel höheren Aufwendungen für Premiumwege.

Eine ähnliche Abstufung zeichnet sich auch in den in unmittelbarem Anschluss daran erbetenen Urteilen zu den Wegen ab. Sofern die Befragten auf die entsprechende Frage nicht spontan Noten notiert hatten, wurden die verbalen Klassifizierungen nach einem einheitlichen Schlüssel in Ziffern zwischen 1 und 5 übersetzt. Erwartungsgemäß fiel der Notenspiegel relativ einseitig aus: Es dominierten zu je 40% die Noten 1 und 2, 3-5 wurden selten vergeben, für 18% der Wege gab es keine Noten. Selbst auf diesem durchweg hohen Niveau unterscheiden sich Premium- und Qualitätswege deutlich. Als Durchschnittszensuren errechnen sich

- 1,4 für Premiumwege
- 1,9 für Qualitätswege.

Unzertifizierte Wege kamen mit einer Durchschnittsnote von 1,7 etwas besser weg als Qualitätswege.

Was die benannten Wege im Einzelnen betrifft, so erweist sich deren Spektrum im Verhältnis zur Zahl der Nennungen als zu breit für einen statistisch stichhaltigen Vergleich. Das gilt insbesondere für die Häufigkeit der Erwähnungen, da deren Auswertung nur für die wenigen "Fremdnennungen", also Nennungen von Wegen außerhalb der jeweiligen Befragungsregion Sinn macht - andernfalls hätte die Auswahl der Befragungsstandorte einen dominierenden Einfluss auf die Ergebnisse. Mit dieser Einschränkung ragen lediglich Rothaarsteig und Rennsteig aus dem Wegespektrum mit 16 bzw. 14 Fremdnennungen heraus. Sie sind - mit Vorbehalt - diejenigen, welchen





## Bekanntheitsskala prominenter Wanderwege

Unabhängig von dieser erstmaligen *Bewertung* einer ausgesuchten Gruppe von Wegen ermitteln die Profilstudien Wandern bereits seit einigen Jahren mit der Bitte um die bloße Namensnennung von Fernwanderwegen ein generalisiertes Maß für deren *Bekanntheit*. Die sehr viel größere Aussagekraft der Ergebnisse kann sich auf eine relativ ausgewogene Zusammensetzung der Gesamtstichprobe und ein kontinuierlich gestiegenes Interesse an derartigen Wegen stützen. Erstmals sahen sich volle zwei Drittel der befragten Wanderer in der Lage, einen oder mehrere Fernwanderwege zu benennen. Von den insgesamt 1548 Nennungen entsprachen mit nur 54 weit weniger als früher nicht der vorgegebenen Wegekategorie.

Damit ist eine hinreichende Basis für eine Art Bekanntheits-Ranking gegeben. Das macht indes nur Sinn, wenn dabei erneut Wege aus dem Befragungsumfeld keine Berücksichtigung finden, kämen andernfalls doch die betreffenden Regionen überproportional zur Geltung. Reduziert man die Namensliste also auf die jeweiligen "Fremdnennungen" aus fernerer Regionen, indem man etwa in der Thüringer Teilstichprobe alle Wege des Thüringer Waldes, in der saarländischen Teilstichprobe alle Wege des Saarlandes streicht, so bleiben für die Statistik immerhin noch 1.200 Nennungen übrig, die sich auf über 200 verschiedene Wanderwege verteilen.

Schon in der Makrostruktur dieses Kompendiums bekannter deutscher Wanderwege zeigt sich, wie sehr der Wander(wege)markt durch den anhaltenden Modernisierungsdruck in Bewegung gekommen ist. So beherrschen die diesem Druck besonders ausgesetzten heimischen Wanderwege mit über zwei Dritteln der Nennungen das kollektive Wandergedächtnis, während das nichtalpine Ausland nurmehr mit 9% und das alpine Ausland nur noch mit 6% vertreten sind. Hierbei sind der oder die Jakobswege nicht berücksichtigt, da oft nicht klar ist, ob das französisch-spanische-Original oder deutsche Zubringer gemeint wurden.

Tab.2 zufolge haben gerade die Jakobswege in den letzten Jahren kontinuierlich an Präsenz gewonnen. Hieran haben die Medien zweifellos einen entscheidenden Anteil - allen voran Kerkelings dreimillionenfach verkauftes Pilgerprotokoll, welches ja bereits in der Profilstudie '07 als mögliche Hauptursache des radikalen Stimmungswandels zugunsten des Trekkings unter Deutschlands Studenten ausgemacht worden war.

Gewissermaßen als Ausgleich haben die Europäischen Fernwanderwege erheblich Federn lassen müssen. Das bestätigt die bereits früher geäußerte Vermutung, dass sie häufig nur als Gruppe bzw. dem Namen nach bekannt sind. Erschienen sie vielen als Notlösung bei der Beantwortung der Fernwanderwegefrage, so sind sie in dieser Funktion durch die Jakobswege abgelöst worden.

Profilstudie Wandern '08		Tab.2	
<b>Bekanntheit von Fernwanderwegen 2005</b>			
"Fallen Ihnen spontan Namen von über 50 km langen Fernwanderwegen ein? Fremdnennungen in Prozent			
Mehr als 1% der Fremdnennungen	'08	'06	'04
Rennsteig	17	20	21
Rothaarsteig	4	3	2
Europäischer Fernwanderweg Nr. 5	4	2	3
Rheinsteig	3	1	
Westweg / "Schwarzwald-Höhenweg"	3	4	6
GR20 Korsika	3	3	5
Hochrhöner / Rhönwanderweg	1		
Meraner Höhenweg	1	2	2
München-Venedig	1	2	1
Sammelbegriffe			
Jakobswege	16	13	10
Europäische Fernwanderwege gesamt	5	14	15
Dolomitenhöhenwege	1	1	
Knapp 1% der Fremdnennungen			
Europäischer Fernwanderweg Nr. 1	1	2	2
Hermannsweg/höhen	1	3	1
Altmühltal-Panoramaweg	1		
Bonifatiusweg	1		
Antwortquote in Prozent	67 (+)	63	54

Unter den deutschen Wegen haben sich vor allem die neuen Premiumwege als Modernisierungsgewinner langsam aber sicher weiter nach vorne geschoben, während die Klassiker ihren überkommenen Ruf zu verlieren scheinen. Das dokumentiert sich prozentual zwar nur in relativ kleinen Veränderungen, was allerdings lediglich die Folge der offenen Fragestellung ist, die eine Vielfalt an freien Antworten zulässt. Tab.2 verzeichnet alle Wege, die unter den Fremdnennungen einen Anteil von (gerundet) 1% und mehr erreichen, also jenseits ihrer eigenen Region mehr als nur vereinzelt bekannt sind.

Nach wie vor wird diese Rangliste vom **Rennsteig** angeführt, der indes erneut ein Stück seiner überragenden Stellung verloren hat. Langsam aber sicher heften sich die neuen Premiumwege an seine Versen. Während der **Rothaarsteig** kontinuierlich an Bekanntheit gewinnt, hat der **Rheinsteig** einen richtiggehenden Schub erfahren. Dessen Vorgänger, die beiden **Rheinhöhenwege**, vor zwei Jahren noch mit 2% der Fremdnennungen dabei, sind überregional regelrecht ins Abseits gedrängt worden und finden nur noch vor Ort Erwähnung. Das gilt auch für den gleichzeitig mit dem Rheinsteig entstandenen **Rheinburgenwanderweg**, der als spezieller Themenweg gegenüber dem Generalisten Rheinsteig (wie vorhergesagt) kaum eine Durchsetzungschance hat.

Zu den großen Verlierern unter den Klassikern gehören neben den Rheinhöhenwegen auch der **Westweg** über den Kamm des Schwarzwaldes, außerhalb der Region nach wie vor vorzugsweise als "Schwarzwald-Höhenweg" bezeichnet, und der **Hermannsweg** über den Kamm des Teutoburger Waldes. Sie haben sich erst sehr spät für eine Modernisierung auf dem Niveau des "Wanderbaren Deutschland" entschieden, was kurzfristig offenbar noch keine Wirkung zeigt.

Die im oberen Block der Tab.2 positionierten Wege haben ihren Platz nicht zuletzt dem Umstand zu verdanken, dass sie in nahezu allen Befragungsregionen bekannt sind. Aus mindestens fünf der sechs Regionen erhielten abgesehen von den Jakobswegen auch der **Rennsteig**, **Rothaarsteig**, **Rheinsteig**, **Westweg**, aber auch der **GR20** Zuspruch, aus vier Regionen überdies die Alpen-Knüller München-Venedig und Meraner Höhenweg. Einige auf dem Einprozentniveau neu hinzugekommenen Wege wie der **Hochrhöner**, **Altmühltal-Panoramaweg** und **Bonifatiusweg** verdanken ihren Aufstieg dagegen nahezu ausschließlich einer einzigen Befragungs(fremd)region. Ähnliches gilt auch für den **Hermannsweg**, dem seine scheinbare, zunächst kaum von Qualitätsverbesserungen begleitete Aufwertung zu den "Hermannshöhen" zumindest aus dieser Sicht nicht gut bekommen zu sein scheint.

Mit Rothaarsteig, Rennsteig und Hochrhöner hat unter den Premiumwegen auch der neue **Saar-Hunsrück-Steig** auffällig zugelegt, was er allerdings ausschließlich der eigenen Region verdankt. Ähnliches gilt in geringem Maße für den **Harzer Hexenstieg**. Andere neu geschaffene Prädikatswege wie der **Vogtland-Panoramaweg**, **Goldsteig**, **Frankenweg**, **Seensteig**, **Sauerland Höhenflug**, **Kellerwaldsteig** oder auch die Gruppe der **Toptrails** sind bislang dagegen so gut wie gar nicht bis in das kollektive Wanderbewusstsein vorgedrungen. Die Liste der im weiteren Umfeld mehr oder weniger unbekanntes Leitwege lässt sich beliebig verlängern und birgt auch auf dem

Sektor der Traditionswege vom Moselhöhenweg über den Eselsweg bis zum König-Ludwig-Weg zahlreiche böse Überraschungen.

## **"Wanderziel des Jahres"**

Wohlgemerkt: Die Rangliste der Tab.2 macht lediglich Aussagen über die Bekanntheit, nicht aber über die subjektive oder objektive Qualität der dort benannten Wege. Letzteres beanspruchen dagegen die Auslobungen von Rankings, Awards und Ehrungen auf diversen Touristikmessen. Um nicht als bloßer Marketinggag lediglich zur Verwirrung von Touristikern und Gästen beizutragen und so den Qualitätsgedanken zu diskreditieren, sollten derlei Würdigungen allerdings eine Reihe von Bedingungen wie z.B. ein offenes Auswahlpektrum, einen einheitlicher Bewertungsmaßstab und eine halbwegs repräsentative Publikumsansprache mit differenzierten Bewertungsmöglichkeiten erfüllen. Das ist bislang jedoch in keinem Fall gewährleistet.

Ein besonders drastisches Beispiel für eine mehr oder weniger gezielte Desorientierung liefert die Auszeichnung von "Wanderzielen des Jahres" durch die Betreiber der Website "[www.wanderwelten.com](http://www.wanderwelten.com)" auf der CMT Stuttgart. Sowohl die dabei zur Wahl gestellten Wege als auch das Wahlverfahren können keinerlei Anspruch auf einen allgemeinen und freien Zugang erheben. Aufgenommen in die Wahlliste werden nur Wege, deren Träger eine geschäftliche Beziehung mit der Betreiberagentur (etwa durch die Zahlung eines Teilnahmebeitrages) eingehen. Die Wahl selber erfolgt über Anzeigen und Beilagen in Zeitschriften sowie über das genannte Wahlportal. Und: "Jede teilnehmende Tourismus-Institution erhält exklusiv die Adressen der Wähler ihrer Tour".

Die beidseitig statistisch unkontrollierte Teilnahme nach Art eines Preisausschreibens öffnet der Manipulation Tür und Tor, zumal Eigennennungen durch Wegeanlieger und -beteiligte nicht ausgeschlossen sind. Welche Verzerrungen ein solches Verfahren zur Folge haben kann, macht der Vergleich der CMT-Wahlquoten mit den Bekanntheitsquoten der vorliegenden Erhebung deutlich (Tab.3)

Die Angabe 0,0 soll andeuten, dass diese Wege unter den 1200 freien Nennungen der Profilstudie nicht in Erscheinung getreten sind. Die meisten "Wanderwege des Jahres" sind demnach überregional so gut wie unbekannt, verdanken ihre hohen Wahlquoten also weitestgehend Stimmen aus dem engeren Umfeld, was die touristische Relevanz dieses Rankings zusätzlich relativiert.

Umgekehrt tauchen die prominenten Spitzenreiter der Tab.2 bis auf den Westweg in Tab.3 nicht auf, wobei offen bleibt, ob sie nicht an der Wahl teilgenommen haben oder nicht hinreichend gewählt worden sind. Auch wenn die Zahlen beider Tabellen auf Grund ihres unterschiedlichen Zustandekommens nur sehr begrenzt vergleichbar sind, untermauern die extrem krassen Diskrepanzen zwischen ihnen einmal mehr die Zweifel an der Sinnhaftigkeit und Glaubwürdigkeit der "Wanderziele des Jahres".

Profilstudie Wandern '08		Tab.3
<b>Wahl zum Wanderweg des Jahres 2007/08</b>		
Prozent (gerundet)		
	Wahl	Bekanntheit (Fremdnennungen)
Altmühltal Panoramaweg	20	1
Malerweg Sächsische Schweiz	19	0
Westweg	16	3
Kammweg Erzgebirge	6	0
Winterberger Hochtour	6	0,0
Vogtland Panoramaweg	6	0
66-Seenweg Brandenburg	5	0,0
Weinwanderweg Rhein-Nahe	4	0,0
Vulkanring Vogelsberg	3	0,0
Karstwanderweg Südharz	3	0,0

Grundsätzlich nämlich wird man bei einer die realen Verhältnisse halbwegs zuverlässig wiedergebenden Abstimmung schon aus statistischen Gründen einen Zusammenhang zwischen Stimmen und Bekanntheitsquoten unterstellen dürfen. Je bekannter ein Weg ist, desto mehr Wähler sind in der Lage, hierzu ein Urteil abzugeben. Für den Rennsteig als mit großem Abstand bekanntestem Wanderweg müssten in einem offenen Verfahren also per se die meisten Stimmen eingehen, selbst wenn nur ein Bruchteil der Kenner dieses Weges einen positiven Eindruck von ihm hätten und die überwiegende Restmehrheit eher einem (hier nicht abgefragten) negativen Urteil zuneigen würde. Diesem doppelt verfälschenden Masseneffekt könnte man nur begegnen, wenn man nicht nur positive Stimmen herausfordert, sondern für die zur Wahl stehenden Wege gestufte Antwortvorgaben etwa von "sehr gut" bis "sehr schlecht" oder auch einfach nur Noten vorsieht (s.o.). Mit diesem Verfahren könnte auch ein berühmter Weg verdient schlecht wegkommen.

Nicht nur die Anlage der Wanderzielwahl, sondern auch das Abstimmungsverfahren im engeren Sinne hält den Anforderungen an einen substantiellen Bestenvergleich also nicht stand. Wenn trotz dieser quasi-automatischen Bevorzugung bekannter Wege ein vergleichsweise unbekannter Weg wie der Altmühltal-Panoramaweg zum wiederholten Male einen der ersten Ränge einnimmt, ist der Verdacht auf Manipulation etwa durch lokale Abstimm-Initiativen kaum von der Hand zu weisen. Als einziger Zweck der jährlichen Prämierungen bleibt demnach nur deren Funktionalisierung für das Tourismusmarketing übrig, welches denn auch unabhängig von der Fragwürdigkeit, vermutlich nicht selten sogar im Wissen um gezielte Manipulationen exzessiv betrieben wird.

## ZERTIFIZIERTE LEITWEGE VOR ORT: LOB UND KRITIK

---

Während die Bekanntheit eines Wanderweges nur wenig über seine Qualität aussagt, fasste eine gezielt im Vorfeld plazierte offene Frage tiefer nach. Sie bat die Wanderer darum, mittels einiger Stichworte kundzutun, was ihnen "an den hiesigen Wanderwegen ganz besonders" sowie "weniger oder gar nicht" gefalle. Da nach Ausweis von Vorgängerstudien die Mehrheit der Angesprochenen schon mehrmals in der jeweiligen Befragungsregion Wanderungen unternommen hat, wird man ihrem Urteil eine gewisse Kompetenz nicht absprechen können - ganz abgesehen davon, dass in dieser Frage bislang ohnehin kaum nennenswerte Differenzen zwischen Erst- und Mehrfachbesuchern festgestellt werden konnten.

Auch wenn das auf diese Weise abgefragte Nutzerurteil vor allem für Regionalstudien relevant ist, liefert es in der übergreifenden Zusammenfassung doch auch wertvolle Hinweise darauf, was Wanderer an Deutschlands Wegen generell als besonders angenehm bzw. störend empfinden. In der Doppelfrage spiegelt sich gewissermaßen der Ist-Zustand im Mix von Anspruch und Wirklichkeit: Die Hinweise orientieren sich notwendig an dem Vorhandenen, werden aber vom Gedanken an das Wünschbare inspiriert.

Dabei ist freilich einmal mehr zu berücksichtigen, dass die Erhebung an prominenten, besonders herausgestellten und gepflegten Leitwanderwegen stattgefunden hat. Zwar bezieht sich die Frage jeweils explizit auf die gesamte Wanderregion, aber die erbetenen Urteile dürften sich vor allem an den aktuell begangenen Prädikatswegen orientieren und folglich gemessen am Gesamtbestand deutscher Wanderwege überproportional positiv ausfallen.

Die offene Frageform lässt Lob und Kritik freien Raum, ohne die angesprochenen Themen vorzuprägen. Zwangsläufig verbleiben die spontan herausgeforderten Wertungen jedoch im Pauschalen, mehrheitlich werden nur ein, zwei Stichworte notiert. Einschränkend kommt hinzu, dass sich mehr als ein Zehntel der Befragten auf die Schnelle überhaupt kein positives und sogar drei Viertel kein negatives Urteil abringen konnten. Ein Grund für diese Verweigerung besonders der negativen Nachfrage besteht sicherlich darin, dass

man sich sein eigenes Wandererlebnis nicht durch Kritikasterei verderben wollte. Überdies dürfte es nicht selten 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.

## **Stärken**

Im Vergleich zu früheren Jahren erweist sich das Positivprofil der deutschen Spitzenwanderwege insgesamt als erstaunlich konsistent. Die Zertifizierung hat hieran bestenfalls im Detail etwas geändert (Tab.4).

### **Naturszenerie zwischen Attraktivierung und Übernutzung**

So dominiert im spontanen Assoziationshorizont (ähnlich wie bei den Motiven) nach wie vor das Thema Natur und Landschaft. Hierauf entfällt fast die Hälfte aller anerkennenden Äußerungen. Im dazugehörigen Themenspektrum gibt es hier allerdings einige aufschlussreiche Verschiebungen. So haben die Aussichten entlang der Wege doppelt so häufig Anerkennung gefunden wie bisher, was durchaus eine Folge der hierauf besonderen Nachdruck legenden Bewertungsvorgaben der Zertifikate sein könnte, aber nach Ausweis der regionalen Differenzierung auch in beträchtlichem Maße der Rhön, dem "Land der offenen Fernen", zu verdanken ist.

Auf der anderen Seite sammelten Naturnähe, Ruhe und Sauberkeit des natürlichen Umfeldes, nach wie vor zentrale und bislang kaum enttäuschte Erwartungen, diesmal deutlich weniger Lob ein. An sich gehört die Naturnähe ähnlich wie die Aussichten zu den vorrangigen Zielelementen der Prädikatswege-Gestaltung. Doch verbindet sie sich nicht mit einem punktuellen Staunen, sondern sollte dauerhaft präsent sein. Womöglich wird sie nach der aufwendigen Renaturierung der Toprouten in den letzten Jahren mittlerweile als selbstverständlich empfunden und nicht mehr gesondert hervorgehoben. Hierfür spricht u.a. die unverändert positive Ansprache der Leitindikatoren für Natur: Wald, Flora und Fauna.

Gedanken machen wird man sich allerdings über den Bedeutungsverlust der gefühlten Ruhe und Sauberkeit machen müssen. Es ist naheliegend, hierin eine Reaktion auf die (zum Teil beträchtlich) erhöhte Begehungsfrequenz der Topwege zu sehen. Das könnte eine weitere Erklärung für die subjektiv geminderte Empfindung von Naturnähe sein. Die hierin zum Ausdruck



kommende Dialektik von Attraktivierung und Übernutzung stellt ein für den Naturtourismus nur schwer zu lösendes Dilemma dar.

Profilstudien Wandern '08		Tab. 4	
<b>Positive Merkmale deutscher Wanderwege</b>			
Prozent der Nennungen (N=1942)			
Merkmal	'08	'06	'03
<b>Natur und Landschaft</b>	46	46	43
Natur(nähe)	8	11	13
Flora und Fauna	2	3	0
Ausblick	13	7	5
Landschaft	7	9	7
Wald	4	5	3
Relief (Gipfel, Wasser)	3	3	2
Ruhe	2	6	6
Sauber	1	2	4
<b>Zivilisation</b>	2	1	2
Kultur / Information	1	0	1
<b>Abwechslung</b>	8	5	8
<b>Wegeformat</b>	16 (-) <sup>3</sup>	18	30
Wege allg.	5	10	
Wegeführung	3	3	3
straßenfern, autofrei	0	1	1
naturbelassen, teerfrei	1	1	10
pfadig	1	1	2
gepflegt, ausgebaut	2 (-)	1	13
Relief	3	1	
<b>Leitsystem</b>	18	18	14
Beschilderung allg.	13	13	
Markierung	4	3	
Wegweiser	0	2	
<b>Infrastruktur</b>	4	8	3
Rastplätze	2	1	3
Gasthäuser	2	7	0
<b>Kein Wegebezug</b>	4	7	
Keine Antwort	12 (--)	17	38

<sup>3</sup> Die in den Tabellen gelegentlich in Klammern hinter den Prozentzahlen erscheinenden Plus- und Minuszeichen sollen darauf hinweisen, dass die aktuellen Quoten (hier im Vergleich zu 2003) um mindestens 10% größer (+) oder kleiner (-) ausfallen. Bei (++) erreicht der Unterschied 20% und mehr, bei (+++) 30% und mehr.

Der hohen Ladung von Natur und Landschaft entspricht auf der anderen Seite eine scheinbare Geringschätzung zivilisatorischer Besonderheiten. Speziell kulturelle Ziele am Weg spielen in Tab.4 keine Rolle, sei es, dass sie in den meist walddreichen Befragungsregionen nur spärlich vorhanden sind, sei es, dass sie (jedenfalls während des Wanderns) in Übereinstimmung mit der Motivhierarchie nicht sonderlich wichtig erscheinen. Der vielfach zu beobachtende, von lokalem Stolz beflügelte Drang der Einheimischen, dem Gast möglichst alle vorhandenen kulturellen Schätze der Region am Weg zu präsentieren, geht wohl eher an dessen Bedürfnissen vorbei.

Die im Vergleich relativ hohe Wertschätzung der Abwechslung dürfte daher weitgehend ein Funktion der landschaftlichen Gegebenheiten sein. Hierzu haben sich in etwa so viel Wanderer lobend geäußert wie zu den Themen Wald, Ruhe, Flora und Fauna zusammengenommen - ein Zeichen, den Reizwechsel auch in den für sich genommen schönen Umfeldern nicht zu vernachlässigen. Besonders profitiert haben hiervon der Rheinsteig und die saarländischen Extratouren.

## **Wegeformat und Leitsystem auf Rang 2**

Den zweiten Rang in der Skala positiver Eindrücke teilen sich Wegeformat und Leitsystem - zwei Elemente, die bei der Zertifizierung offenbar zu Recht durch Kernkriterien vor Verstößen gegen den erklärten Wanderwillen geschützt sind. Das kommt bei den Gästen offenbar gut an. Schon in der Vorgängerstudie zeigten sich allerdings bemerkenswerte Veränderungen in der Kategorie Wegeformat. Es wurde und wird bei weitem nicht mehr so positiv bewertet wie noch vor Jahren. Da sich der Zustand der Wege vermutlich kaum entsprechend verschlechtert haben dürfte, liegt die Erklärung, dass sich die Ansprüche der Wanderer geändert haben, näher. Wo früher die Naturbelassenheit gelobt wurde, sieht man sie heute nicht mehr als außergewöhnlich an. Auch was zuvor als gepflegt klassifiziert wurde, wird jetzt als normal hingegenommen. Lediglich der Saar-Hunsrück-Steig sammelte an dieser Stelle Sonderpunkte: Offenbar hat er selbst die gehobenen Erwartungen übertroffen.

Anders sieht das Urteil über das Wanderleitsystem aus. Hier zahlen sich die mehrjährigen Bemühungen um eine narrensichere Wegeausweisung nach wie vor aus. Als Meister in dieser Klasse präsentiert sich der Rennsteig, dessen traditionell extrem dicht gesetzte Wegweiserzwiesel einen immensen Beruhigungseffekt ausstrahlen.

Die Infrastruktur reißt demgegenüber nur wenige zu wohlwollenden Bemerkungen hin. Es wären noch weniger, wenn nicht die Hütten des Rhönklubs zu Ehren kämen. Vor zwei Jahren erfuhren die des Pfälzerwaldvereines eine ähnliche Würdigung. Das Vereinshüttenwesen feiert offenbar fröhliche Urständ.

## **Schwächen**

### **Reziproke Kritik**

Die in der zweiten offenen Eingangsfrage spontan artikulierte Kritik an den Wanderwegen fällt insgesamt zurückhaltend aus. Fast 70% der Befragten, im Saarland sogar über 80%, ist nichts Negatives aufgefallen - das sind mehr als je zuvor. Da sich auch der verbleibende Frust auf nur wenige Stichworte konzentriert, entfällt in der Bilanz der beiden offenen Fragen auf fünf positive Statements weniger als ein negatives.

Demnach tragen die Premium- und Qualitätswege ihr Prädikat offenkundig zu Recht. Wer es genauer wissen will: Auf den Premiumwegen notierten 27%, auf den Qualitätswegen 33% der Besucher Negatives. Das deckt sich spiegelverkehrt damit, dass auf Premiumwegen 90%, auf Qualitätswegen 82% der Befragten Löbliches von sich gaben. Die bereits ermittelten Notendifferenzen finden hierin eine also anschauliche Untermauerung.

Ferner spricht für die Konsistenz der Urteile, dass die Themen Natur und Zivilisation in der Negativbilanz im umgekehrten Verhältnis wie in der Positivliste stehen (Tab.5). So wurden Beeinträchtigungen von Natur und Landschaft nur noch von 7% der Befragten aufgegriffen. Ganz vorne auf der Liste standen regionale Klagen über zu wenig Aussicht am Rennsteig und Waldschäden im Harz.

### **Nach wie vor: Müll und Schotter**

In der Rangfolge der Frustfaktoren beim Wandern haben Müll und Verkehr den traditionellen Ärger über zu viel Asphalt und Schotter leicht überholt. Offensichtlich sind die Wanderer empfindlicher gegenüber zivilisationsbedingten Beeinträchtigungen geworden. Das betrifft vor allem zu viel Betrieb und Unruhe auf den Wegen, wozu der Rheinsteig mit seinem Lärmpegel und seiner hohen Wandererdichte sowie der Rennsteig mit zu vielen Bikern maßgeblich beigetragen haben. Bei den notorischen Klagen über Müll

an und auf den Wegen liegt der Harzer Hexenstieg (im besonders vielbegan- genen Abschnitt Goetheweg) mit Abstand vorn. Angesichts der insgesamt ge- sunkenen Beschwerdeneigung sind diese Befunde wegen geringer Itemzahlen allerdings mit Vorsicht zu genießen.

Profilstudien Wandern '08		Tab. 5		
<b>Negative Merkmale deutscher Wanderwege</b>				
Prozent der Nennungen (N=398)				
Merkmal	'08	'06	'03	
<b>Natur und Landschaft</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>15</b>	
Landschaft, Ausblick	2	1	6	
Wald	3	5	7	
Flora und Fauna	0	2	0	
<b>Zivilisation</b>	<b>29</b>	<b>27</b>	<b>28</b>	
Müll	10	8	16	
Lärm, Betrieb	10	8	9	
Biker	7	10	2	
<b>Wegeformat</b>	<b>26</b>	<b>27</b>	<b>33</b>	
Wirtschaftswege, geschottert	8	11	11	
asphaltiert	5	2	9	
Straßenkontakt, Verkehr	5	2	3	
hindernisreich, ungepflegt	4	10	5	
Wegeführung allg.	1	2	0	
<b>Leitsystem</b>	<b>16</b>	<b>17</b>	16	
Beschilderung	11	11		
Markierung	4	3		
Wegweiser	0	2		
<b>Infrastruktur</b>	<b>16</b>	<b>15</b>	<b>7</b>	
Rastplätze	5	7	6	
Einkehr, Hütten	6	6	1	
<b>Sonstiges</b>	<b>6</b>	<b>6</b>		
Keine Antwort	69	62	66	

In punkto Wegeformat dominiert - wenn auch nicht mehr in dem Maße wie früher - der Frust über den verkehrsgerechten Zuschnitt mancher Wan- derwege. Nach wie vor beeinträchtigen Schotter und Asphalt auch auf Prädi- katswegen den Wandergenuss. Mit Abstand am meisten scheint das im Schwarzwald der Fall zu sein. Neu ist der Missmut über zu viel Autoverkehr im Wanderumfeld, den insbesondere die Rhön-Wanderer artikulieren.

## Infrastrukturdefizite

Unverändert kritisch wird vielerorts das Wanderleitsystem gesehen, welches unkundigen Wanderern durch Markierungen, Wegweiser und Informationsschilder die Orientierung erleichtern soll. Es nimmt in den Negativstatements in etwa denselben Stellenwert ein wie in den Positivstatements. Am meisten haben sich die Rhön-Gäste über fehlende oder verwirrende Hinweise geärgert.

Dafür gibt es dort keinerlei Beschwerden über fehlende Einkehrmöglichkeiten. Die Hütten sind das unbestrittene Kapital im Land der offenen Fernen. Am meisten bemängelt wird ihr Fehlen am Rhein.

Widersprüchliches ist dagegen von den Extratouren des Saarlandes zu vermelden. Der Kritik an einer unzureichenden Ausstattung stehen - einmalig auf einen der Befragungsstandorte konzentriert - Hinweise auf ein Zuviel gegenüber. Tatsächlich wurde im Saarland in der heißen Konkurrenz um die schönsten Wege mancherorts jede Möglichkeit genutzt, um das Wandersiegel-Punktekonto durch eine maximale Möblierung zu erhöhen. Hier wäre weniger mehr gewesen.

## ZIELGRUPPENSPEZFIKA

So wie die frei artikulierten Urteile über Prädikatswanderwege trotz einer generellen Aufwertung strukturell nicht grundlegend von denen der Vorgängerstudien abweichen, erweisen sich auch die routinemäßig ermittelten Unterschiede zwischen den Altersgruppen, Geschlechtern und Bildungsschichten als vergleichsweise gering (Tab.6).

Profilstudie Wandern '08	Tab. 6	
<b>Spezialprofile</b>		
Prozent		
<b>Alter</b>		
Merkmal	40-	60+
Schwächen der Wanderwege: Keine Antwort	55	70 (+)
<b>Bildungsabschluss</b>		
Merkmal	Standard	Hochsch.
Schwächen der Wanderwege: Keine Antwort	75 (+)	64
Bekannte Fernwege: Keine Antwort	47 (+)	26
Spitzenweg probieren: Nein	13	30 (+)

Am ehesten noch scheint es eine unterschiedlich hohe Hemmschwelle bei der Beantwortung der Frage nach den Wegedefiziten zu geben. Sowohl die Älteren als auch diejenigen mit einem Standardbildungsabschluss, ihrerseits überdurchschnittlich alt, fällt Kritik schwerer als den Jüngeren und Hochschulabsolventen. Sie akzeptieren das Vorhandene eher, sind also im Zweifelsfall die "dankbareren" Kunden.

Der anspruchsvollere Habitus der Inhaber von Hochschuldiplomen zeigt sich auch in ihrem Verhältnis zu den alten und neuen Fernwanderwegen. Sie kennen sich damit besser aus, verweigern sich aber trotzdem oder deshalb verstärkt den zertifizierten Spitzenwegen, obwohl sie keineswegs mehr Erfahrungen damit haben. Die Marketing-Profis der Prädikatswege werden also noch einiger Kreativität bedürfen, um vollends zu dieser wichtigen Kundengruppe vorzudringen.