

Geht doch!

Wandern bleibt aktuell

Michael Sänger

Wandern als Natur- und Selbsterfahrung

wanderforschung.de 7/2014

Als Johann Gottfried Seume am 1. April 1802 zum viermonatigen Spaziergang von sächsischen Grimma nach Syrakus auf Sizilien aufbrach, gab es in Europa weder Wanderwege, Trekkingpfade noch den bewegten Drang nach draußen. Ein halbes Jahrhundert früher hatte Rousseau den Grundstein für die im 19. Jh. aufkeimende Wanderlust gelegt. Sein Credo: Geht! Zu Fuß in die Natur. So entflieht ihr dem Dreck und der Verlogenheit der Zivilisation.

Das junge Pflänzchen der Wanderlust führte geradewegs in die verklärte Waldeinsamkeit der Romantik. Diese teils entbehrungsreiche Zivilisationsferne angenehmer und attraktiver zu gestalten, setzten sich in Deutschland die ab 1864 gegründeten Wandervereine zum Ziel. Der durch die industrielle Revolution verängstigte Städter drängte mit Macht (und wo möglich per Eisenbahn) ins Grüne. Dies ist zugleich die Geburtsstunde des gewerblichen Wandertourismus.

Auch anderswo regte sich Wanderlust. 1824 erstritt sich in England eine Vereinigung das Betretungsrecht von Feldern und Wäldern, da Landbesitzer durch Besitzwachstum das ländliche Wegenetz vollständig privatisiert hatten. 1886 gründete sich in Norwegen der DNT, Den Norske Turistforening. 1863 hatte sich in Italien ein Club Alpino Italiano gegründet, 1874 folgten die Franzosen mit dem Club Alpin Francais. Der erste europaweite Wandertrend galt den Alpen. August Trinius, der Thüringer Wandersmann, weckte um 1880 – 1890 die erste Mittelgebirgs-Euphorie mit der Erweckung des Rennsteigs. Heute, 150 Jahre später, schwingt halb Europa das Wanderbein. Geht doch!

Ist also gar nichts neu am Wandern? Durchaus: Neu ist zum Beispiel das Bemühen, die Vorlieben der Wanderer zu erforschen. Neu ist auch, dass dem bislang anonymen Dauergeher dank wissenschaftlicher Studien ein erkennbares Profil zugewiesen werden konnte. Demzufolge, so der Stand der Erkenntnisse, steigt die Wanderneigung mit dem Einkommen und der Bildung. Das erkannten Tourismusmanager, Outdoor- und Ausrustungsindustrie sogleich als ökonomischen Weckruf.

Es ist dem Natursoziologen Rainer Bramer aus Marburg zu verdanken, dass zunächst in Deutschland mit Beginn des neuen Jahrhunderts nicht mehr allein der Weg das Ziel darstellt. Dramaturgisch beeinflussbare Lusterlebnisse, so die aktuelle Wanderforschung, triggern das Entstehen von Glucksgefuhlen in der Natur. Wer Frustrfaktoren wie überwiegend geteerte Wege, breite Forstautobahnen, hör- und sichtbare Nähe zu zivilisatorischen Lärm- und Geruchsquellen meidet, dafür ästhetische Landschaftserlebnisse mit archaisch motivierten Schlusselqualitaten wie Aussichten, weicher Formensprache, naturnahe Untergründe, mystisch-schwingende Wegeführung fördert, gewinnt das anspruchsvoller gewordene Wanderpublikum mühelos für sich.

Neu ist daher auch, dass sich die Gestaltung moderner Wanderwege an der Nachfrage, den Kundenwünschen orientiert, was durch anspruchsvolle Gütesiegel dokumentiert wird. Mit dem Wachsen des qualitätsgeprüften Wegeangebotes - in Deutschland ist zwischenzeitlich gut 12 % des gesamten Wegenetzes prädikatisiert - ist auch die Nachfrage nach eben solchen „gesicherten“ Wandererlebnissen gestiegen.

Es gibt allerdings weitere Gründe, die die neue, alte Lust am Wandern befeuern. Die sprichwörtliche Entwurzelung des globalisierten Menschen hat die implizite Sehnsucht nach Identitätsplätzen geschürt. Natur hat vor diesem Hintergrund, als Projektionsfläche für Geborgenheit, natürliche Ordnung, Wirkraum der vom Menschen schwerlich zu beeinflussenden Naturkräfte und als Erlebnisraum für ungefiltertes Seinerlebnisse (der Regen prasselt ins Gesicht, die Sonne brennt auf der Haut...), an Attraktivität gewonnen. Wanderwege, zumal solche mit verringertem Frustrpotential, führen zielsicher dorthin.

Sich jenseits virtueller Welten für eine Weile analog, abseits artifizierlicher und vorzugsweise eckiger Räume, „natürlich“ bewegen zu können, gelingt besonders gut in Kulturlandschaften mit starkem Identitätsprofil wie traditioneller Architektur, regionalen Speisen- und Getränken. Das Stichwort heißt „Genusswandern“. So wie man es in Deutschland bereits erfolgreich kultiviert hat, könnte es ein Exportschlager werden.

Franzosen, Niederländer oder Tschechen verstehen das Wandern noch überwiegend als sportliche und eher auf Länge bzw. Intensität ausgelegte Sportvariation. Briten frönen der Entdeckerlust per pedes und haben sich in den letzten 100 Jahren mit einem minimalistisch ausgestatteten (was die Markierungs- und Wegweisungsdichte angeht) Wegenetz angefreundet. Skandinavier wiederum reagieren verständnislos, wenn der deutsche Wanderer nach dem Startpunkt eines Wanderweges fragt. Schließlich könne man doch einfach in diese oder jene Richtung laufen.

Dass das Wandern auch gesundheitsrelevante Auswirkungen hat, wusste man schon immer, kannte sie aber weder im Detail (mangels entsprechender Feld- und Klinikstudien) noch hielt man sie, insbesondere im Vergleich mit dem fotogeneren, schweißtreibenden und eventfähigen Lauf- oder Radsport für essentiell. Dabei, so zeigt die wachsende Zahl von Feldstudien, gesundet der Mensch bereits bei mäßiger Wanderintensität signifikant. Nachteilige Begleiterscheinungen, wie sie von allen intensiven Sportarten bekannt sind, sind Fehlanzeigen. Wandern ist besonders geeignet für tendenziell übergewichtige, ältere und bewegungsferne Menschen. Keine andere Sportart hat eine derart niedrige Einstiegsschwelle.

Das Wandern ist weiblich geworden. Frauen entscheiden heute mehrheitlich, wo und wie gewandert wird. In Deutschland ist die durchschnittliche Streckenlänge pro Wanderung in den letzten 20 Jahren dramatisch gesunken. 10-12 km, so aktuelle Untersuchungen, wandert der fußaktive Deutsche im Durchschnitt. Dementsprechend reüssieren Gruppierungen von 20, 30 und mehr „erlebnisoptimierten“ Kurztouren unter ausdrucksstarken Markennamen wie „Traumpfade“, „Traumtouren“, „FelsenLäufe“ oder „Traufgänge“, oft ergänzt durch einen mehrtägigen Leitweg.

Dieses marktgerechte Konzept schickt sich an, auch die angrenzenden europäischen Wanderländer wie Österreich, Italien, Luxemburg oder Niederlande zu erobern. Umgekehrt finden auch die Wanderer anderer Länder Spaß am kurzen aber genussvollen Wandervergnügen. Der Anteil ausländischer Wandergäste auf qualitätsgeprüften Erlebniswegen steigt in Deutschland spürbar an. Schon hat die Europäische Wandervereinigung EWV als Zusammenschluss der Wandervereine in Europa einen eigenen Wege-TÜV entwickelt und konnte aktuell bereits sechs sogenannte „Leading Quality Trails Best of Europe“ mit dem Qualitätszertifikat auszeichnen.

Gesucht werden also spannende Wege, die Naturräume mit rasch wechselnden Erlebnisräumen gekonnt durchmessen. Als dramaturgische Leitfäden liefern sie eine attraktive Picknick- und Höhepunktmöblierung, qualitätsgeprüfte Einkehr- und Übernachtungsbetriebe und immer häufiger ein komplettes Wanderprodukt aus Hardware (Wege, Möblierung, Markierung) und Software (Dienstleistung, Mobilität etc.). Kommt hinzu, dass diese Bewegungsbühnen nachhaltig gepflegt werden müssen, da im dreijährigen Rhythmus eine Nachzertifizierung erfolgt. Damit steigt die Verlässlichkeit für den Nutzer dauerhaft.

Nicht nur dass Hape Kerkeling, Manuel Andrack oder Daniel Brühl das Wandern in Funk, Literatur und Fernsehen hoffähig gemacht haben, auch die Outdoorindustrie hat mit farbenfrohen Wanderdress, Leichtwanderschuh und modischen Softshelljacken zur sichtbaren Verjüngung des Images beigetragen. Abenteuer oder Genuss, Entdeckerfreuden oder Identitätssuche – Wandern ist nach wie vor aktuell, und man ist versucht zu rufen: Geht doch!