

Der neue Wanderer

Von der Quantität zur Qualität

Mit den Premiumwegen hat ein neues Wanderzeitalter begonnen. Der Wandertourist hat umgedacht. Höchste Erlebnisqualität und mit einem Gütesiegel ausgezeichnete Wege sind wichtiger als ein riesiges, aber unüberschaubares Wegenetz.

Rainer Brämer



Der Anlass war Mitte der 90er Jahre ein massiver Rückgang der Sommergästekzahlen im Sauerland, einem Mittelgebirge in nächster Nähe zu den Ballungszentren an Rhein und Ruhr. Das „Land der tausend Berge“ mit seinen bis zu 800 m hohen, mehr oder weniger sanften Gipfeln schien genau das zu bieten, was die Zeitgenossen für ihre Erholung brauchten: eine abwechslungsreiche Naturlandschaft mit stillen Wäldern und Wiesen, ein ausgedehntes, gepflegtes Wanderwegenetz, dazu eine traditionell hochentwickelte Gastronomie, welche die Urlauber aus dem flachen Nordwesten immer bestens bedient hatte.

Verwirrende Vielfalt schadet

Dennoch blieben immer mehr Wandergäste weg, um bis zu 10 % pro Jahr. Dabei hatte man eher zu viel als zu wenig Wanderwege im Angebot: Über drei Dutzend Hauptwanderwege, dazu ein dichtes Verbindungswegenetz, zahllose örtliche Rundwege und nicht zuletzt hunderte von Spazierwegen der Naturparke. Fast jeder größere Ferienort konnte mit hunderten Kilometern markierter Wege werben, die schönsten Strecken waren nicht

Foto: norbert-freudenthaler.com

selten mit einer fast schon unübersichtlichen Vielfalt von Wegezeichen übersät.

Als auch hohe Investitionen in alternative Sportangebote und aufwendige Freizeiteinrichtungen nicht halfen, stand schließlich auch die Wanderinfrastruktur zur Diskussion. Das Ergebnis einer Fremddiagnose: Die Vielfalt der Wege war verwirrend, der Verweis auf hunderte Kilometer ausgewiesener Wege griff nicht mehr, die ehemals naturnahen Strecken verliefen allzu oft über geschotterte, asphaltierte oder straßennahe Trassen. So viel war klar: Ein Neuanfang musste her – nicht ganz einfach in einer so klassischen Wanderregion.

Neue Wandermarke wird aufgebaut

Auf der Suche danach fiel der Blick fast zwangsläufig auf den Rennsteig, den 168 km langen, von jahrhundertealten Geschichten und Mythen umwobenen Kammweg des Thüringer Waldes. Seit der Wiedervereinigung auch für Westdeutsche zugänglich, zog er jährlich Millionen von Wanderern an. Er hatte eindeutig den Charakter einer Wandermarke – jeder musste ihn mindestens einmal begangen haben.

Mit dem seinerzeit fast schon in Vergessenheit geratenen Rothaargebirge verfügt auch das Sauerland über einen ähnlich langen Waldgebirgskamm. Der besaß aber keinen durchgehenden Weg mit zugkräftigem Namen. Ihn zu schaffen war das eine, der Name „Rothaarsteig“ war schnell gefunden. Um

ihn aber in kurzer Zeit zu einer zweiten deutschen Wandermarke aufzubauen, war mehr nötig: Er musste den Erwartungen des modernen Wandergastes möglichst optimal entsprechen.

Worin aber bestehen diese Erwartungen? Der Verdacht, dass es andere sind als die tradierten Klischees, war nicht von der Hand zu weisen. Parallel zur Planung des neuen Steigs wurden daher im Rahmen der „Profilstudien Wandern“ tausende deutsche Mittelgebirgswanderer nach ihren Gewohnheiten, Wünschen und Aversionen befragt.

Naturliebe und Stille

Tatsächlich trat daraus ein ganz anderer Wanderertypus hervor: Der „neue Wanderer“, wie er fortan hieß. Er ist kein sportlicher Kilometerfresser und Gipfelstürmer, sondern in jeder Hinsicht ein Genießer, dem es vor allem um eine schöne, abwechslungsreiche Landschaft, naturnahe Wege und Pfade, weite Aussichten und klare Gewässer geht. Sein Wandertempo ist eher gemächlich, seine Tagesstrecke im Schnitt kürzer als 15 km, er

macht öfter Rast und kehrt, wo möglich, gerne ein. In der Natur liebt er vor allem die Stille und meidet alles, was ihn an der Zivilisation nervt: Verkehrswege, Asphaltdecken und Stromtrassen, aber auch Gewerbegebiete und langweilige Siedlungspassagen. Kulturelle Sehenswürdigkeiten interessieren ihn nur im Vorbeigehen, es sei denn, sie haben überregionale Bedeutung.

Er verhält sich ausgesprochen individualistisch, ist am liebsten mit Partner/in oder im kleinen Freundeskreis unterwegs und schließt sich nur noch ungern größeren Gruppen mit alleswissenden Wanderführern an. Ersatzweise legt er aber großen Wert auf zuverlässige Wandermarkierungen und Wegweiser, zumal er mit Wanderkarten nur noch sehr begrenzt zurechtkommt.

Auf der Suche nach dem Paradies

Ergänzend herangezogene naturpsychologische Studien machen deutlich, dass zeitgenössische Wanderer im Grunde genommen auf der Suche nach

einer Art diesseitigen Paradieses sind, von dem sie großteils verblüffend ähnliche Vorstellungen haben. Von daher erschien es durchaus möglich, eine Art allgemeingültigen Qualitätskatalog zusammenzustellen. Das geschah unter der Bezeichnung „Deutsches Wandersiegel“ in einem mehrjährigen Prozess, wobei sich die Gewichtung der mittlerweile 34 Kriterien als besonders sensibel erwies. Seinen ersten Praxistest bestand er bei der Eröffnung des Rothaarsteigs – mit überwältigendem Erfolg. Vier Jahre danach schätzte ein unabhängiges tourismuswirtschaftliches Institut die jährliche Besucherzahl am Steig auf 1,5 Mio., den damit generierten Umsatz auf über 30 Mio. Euro. Wie schnell der Rothaarsteig Markencharakter bekam, zeigt sich u. a. daran, dass sein Bekanntheitsradius jährlich um 50 km und mehr wuchs, er erstmals in der Geschichte des Sauerlandes mehr und mehr Gäste aus dem Süden anzog, die Region selber sich heute vor allem als „Rothaarsteigland“ begreift mit Rothaarsteigorten, -bahnhöfen,

Infos

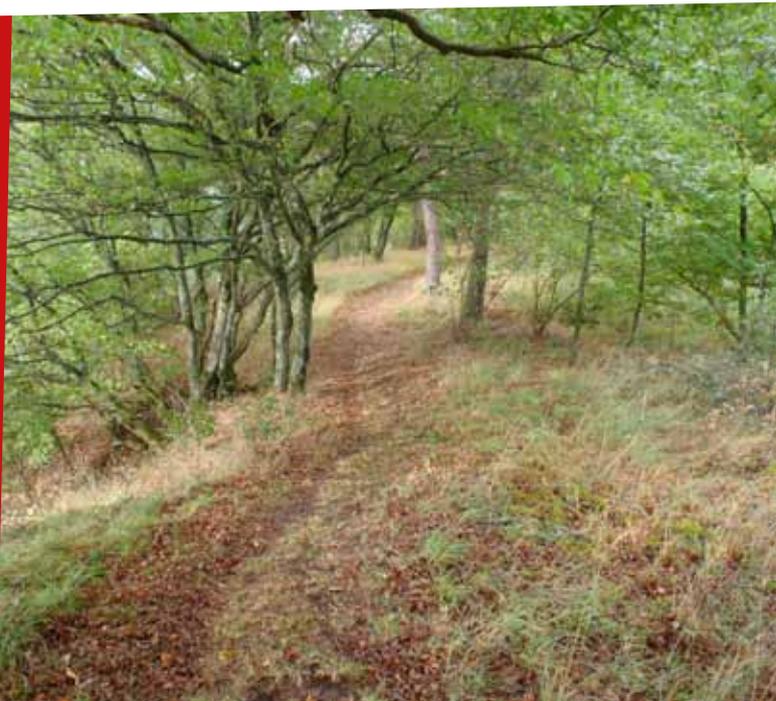
Premiumwege und Wandern

Infos zum Autor

Dr. Rainer Brämer ist Natur- und Wandersoziologe (Uni Marburg/Deutschland) und Leiter der Forschungsgruppe „Wandern und Natur“ des Deutschen Wanderinstituts e. V.

Links

www.wanderforschung.de
www.wanderinstitut.de
www.natursoziologie.de



-schulen. Außerdem machte das Erfolgsbeispiel rasch andernorts Schule, jedes Mittelgebirge entwickelte eigene neue Leitwege auf der Basis der Wandersiegel- oder ähnlicher Qualitätskriterien. Das Resümee ist eindeutig: Wenige nachfragegerechte Spitzenwege bringen weit mehr als eine Überfülle von Routinewegen.

Rundwege sind gefragt

Die Profilstudien Wandern hatten allerdings auch gezeigt, dass der „neue Wandergast“ lieber noch als auf langen Etappenwegen auf Rundwegen im Tages- oder Halbtagesformat unterwegs ist. Erfolgreich auf dem Wandermarkt platzieren kann man sie allerdings nur, wenn man gleich eine kleine Auswahl solcher Premiumwege unter einem gemeinsamen Sammelnamen anbietet. Nachdem einschlägige Wanderdestinationen dieser Einsicht zunächst mit Skepsis begegneten, konnten sich Außenseiter unter Markennamen wie „Traumpfade im Rhein-Mosel-Eifel-Land“ oder „Traufgänge“ in der Schwäbischen Alb damit nahezu schlagartig auf dem Wandermarkt positionieren. Besonders ermutigend ist die Erfahrung, dass viele Gäste diese Wege ähnlich wie die Etappen einer Mehrtagestour nacheinander abwandern und somit als Standortgäste für mehrere Tage gewonnen werden.

Mittlerweile gibt es über 300 kürzere oder längere Premiumwege, seit kurzem auch in sechs Ländern jenseits der deutschen

Grenzen. Während der von den Medien diagnostizierte „Wanderboom“ der 00er Jahre den gängigen Marktstudien zufolge schon wieder abflaut, legen die „Premiumwanderwelten“ immer noch an Besucherzahlen zu. Hoteliers erweitern ihr Unterkunftsangebot für Wanderer, in abgelegenen ländlichen Regionen werden geschlossene Gaststätten wiedereröffnet. Und im Sauerland? Selbst die anfänglichen Skeptiker sprechen heute von einer „6 im Lotto“, viele Touristiker erlebten hier die erfolgreichste Innovation ihrer Laufbahn.

Ein Trend erobert die Alpen

Dass die Premiumwanderidee mittlerweile in den Alpen Einzug hält, hat auch hier zunächst ungläubige Kritiker auf den Plan gerufen. Da sich die Qualitätskriterien vorrangig auf „Untersuchungen über das Wanderverhalten und die Wanderbedürfnisse im Flachland und im Mittelgebirge“ stützten, könnten dem alpinen Tourismus daraus keine neuen Perspektiven erwachsen – so eine Kommentatorin in der

Zeitschrift „Panorama“ des Deutschen Alpenvereins.

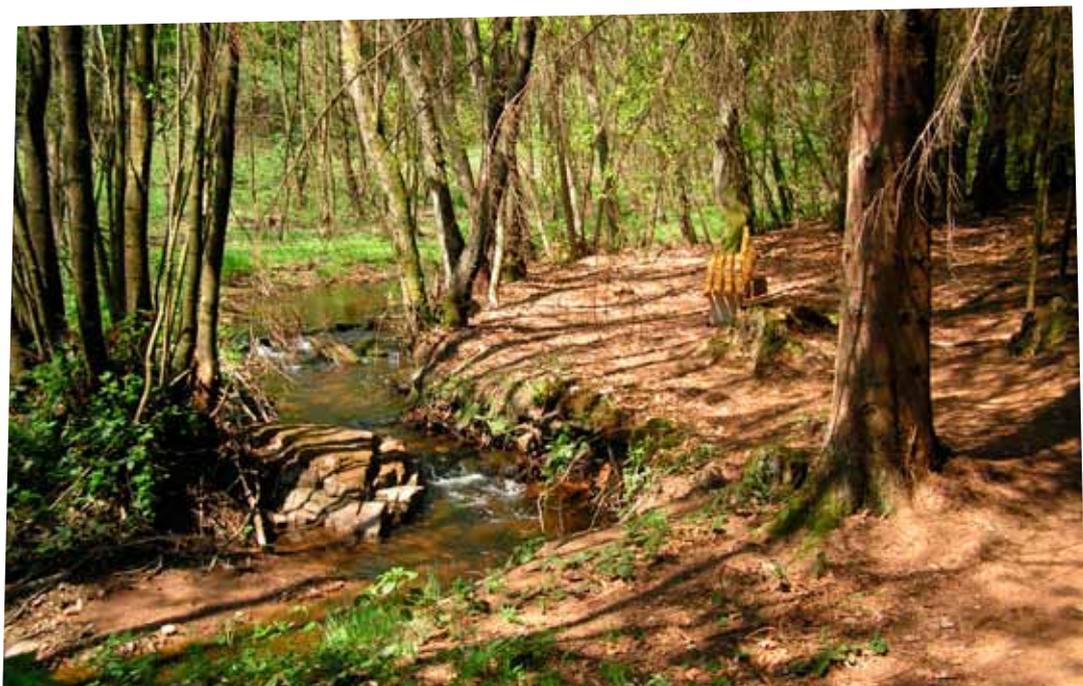
Die ersten alpinen Premiumwege haben bereits das Gegenteil bewiesen. Der Grund hierfür ist nachvollziehbar: Parallelerhebungen der „Profilstudien Wandern“ in den deutschen, österreichischen und schweizerischen Alpen haben keine nennenswerten Unterschiede in den grundlegenden Wünschen und Bedürfnissen der Mehrheit von Mittelgebirgs- und Alpenwandernern ergeben. Letztere zeigten lediglich um einige wenige Prozent sportlichere Ambitionen. Naturgemäß zogen sie allerdings die Alpen den Mittelgebirgen als Ferienregion vor, so wie Ersterer umgekehrt lieber in Mittelgebirgen wandern. Beide sind sich jedoch mehrheitlich einig darin, im alpinen Raum lieber in mittleren Almhöhen als in Gipfelhöhen unterwegs zu sein.

Kompromisslose Kundenorientierung

Eine aufschlussreiche Differenz förderte allerdings ein Vergleich der Antworten von Einheimischen und Wandergästen

im Allgäu zutage. Während die wandernden Anwohner eine Tour signifikant häufiger mit einer Gipfelbesteigung verbanden, legten die Gäste größeren Wert auf Touren im unteren und mittleren Höhenbereich. Wenn also die dortigen Gastgeber ihren Kunden ihre Lieblingstouren nur empfehlen, können sie unvermutet mehr oder weniger daneben liegen. Viele alpine Touristiker können mittlerweile davon ein Lied singen.

Von daher greifen die Qualitätskriterien für Premiumwege im Wesentlichen also auch im alpinen Wandertourismus. Das liegt nicht zuletzt an ihrem eigentlichen Geheimnis: Sie sind nicht einfach das Ergebnis der Erfahrungen und Vorlieben von Wanderexperten woher auch immer, sondern basieren auf dem Prinzip einer kompromisslosen Kundenorientierung. Und wenn die Wanderer hier wie dort weitestgehend ähnliche Motive und Erwartungen an gelungene Wanderungen zu Protokoll geben, dann sind sie auch gleichermaßen für Touren zu begeistern, die nach ähnlichen Kriterien komponiert werden. ■



Saar-Hunsrück-Traum Schleife
Der Bergener: Losheim am
See im Saarland

| Fotos: www.wanderinstitut.de