

Grundlagenstudie lässt Fragen offen

Spannende Themen, unzureichender Ergebnisbericht

Rainer Brämer

Kritische
Kommentare

wanderforschung.de 4/2012
Geheimnisvolle Grundlagenstudie

Seit Ende der 90er Jahre haben die deutschen Wandervereine, allen voran ihre gemeinsame Lobbyorganisation „Deutscher Wanderverband“, eine bemerkenswerte Wandlung vollzogen. An die Stelle einer tiefsitzenden Skepsis gegenüber dem Tourismus trat das Selbstverständnis als dessen fachkundiger Partner. Das zuvor rein ideelle Engagement für die Pflege deutscher Wanderwege erhielt semi-professionellen Dienstleistungscharakter. Das expandierende Verbandsbüro verlagerte seinen Aufgabenbereich mehr und mehr vom scheinbar aussichtslosen Kampf gegen den jährlichen Mitgliederschwund zugunsten touristischer Marktoffensiven.

Vielversprechend

Gleichwohl hat es mehr als ein Jahrzehnt gedauert, den „Profilstudie Wandern“ des Deutschen Wanderinstituts eine eigene Marktstudie folgen zu lassen. Hierfür gaben die staatlichen Förderer des Verbandes Subventionen in sechsstelliger Höhe frei, welche die Vergabe einer großangelegten „Grundlagenuntersuchung Freizeit- und Urlaubsmarkt Wandern“ an das Europäische Tourismusinstitut ermöglichte. Parallel zu einer Zielbefragung von 4.500 Wandernern „vor Ort“ im Stil der Profilstudien wurde im Rahmen einer Quellstudie eine repräsentative Stichprobe von 3.000 Bundesbürgern ab 16 Jahren telefonisch interviewt.

Das bot die Chance für eine Reihe von qualitativen Fortschritten in der Wanderforschung:

- Erstmals stehen bevölkerungsrepräsentative Daten zur Verfügung, die thematisch über die regelmäßig erhobenen demographischen Aktivitätsquoten der großen Markt-, Medien- und Freizeitforschungssurveys hinausgehen.
- Ein besonders großer Raum wird den von den Profilstudien nur am Rande berührten wirtschaftlichen Aspekten des Wandertourismus eingeräumt – ein Thema, dem man seitens der Vereine zuvor besonders ablehnend gegenüberstand. Das dürfte vor allem dem Förderer der Studie, dem Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, geschuldet sein.
- Bemerkenswert auch der aufwendige Versuch einer Differenzierung der Wanderer nach Konsumstiltypen. Die dazu präsentierten Befunde basieren zwar hauptsächlich auf den Daten der Gesamtbevölkerung, eröffnen über die Wanderaffinitäten der acht Stilgruppen aber die Möglichkeit einer Zielgruppendifferenzierung innerhalb der Wanderkundschaft – auch wenn das für die wandertouristische Produktentwicklung derzeit noch kaum zur Debatte steht.
- Dem Hinweis der Profilstudien auf die unterschätzte Bedeutung des Winterwanderns wird anhand einer aufwendigen Sonderstichprobe nachgegangen. Allerdings werden die Ergebnisse nur auf einer einzigen Seite abgehandelt, ohne daraus Konsequenzen zu ziehen.

- Als besonders aufschlussreich erweisen sich die Erkenntnisse über die Gruppe der Nichtwanderer. Sie umfasst fast die Hälfte der Bevölkerung und erlaubt nicht nur Schlussfolgerungen auf die Außenwahrnehmung des Wanderns, sondern auch auf die große Gruppe der Nur-Spaziergänger (mehr dazu in der Rubrik Wandern > Spazieren > Studien).

Art und Vielfalt der Fragestellungen machen deutlich, dass bei der Konzeption der Grundlagenstudie kompetente Fachleute am Werk waren. Die im Vergleich zu den bislang vorliegenden Wanderstudien vervielfachten finanziellen Möglichkeiten wurden zumindest vom Ansatz her Ansatz gut genutzt.

Fragebogen tabu

Das kann man nicht in gleichem Maße von der Ergebnispräsentation sagen. Hier bleibt vieles im Unklaren. Das ist u.a. auf einen eigenartigen Hang zu vagen Formulierungen und ungewöhnlicher Geheimniskrämerei zurückzuführen.

So gehört es zum wissenschaftlichen Standard empirischer Studien, zusammen mit den Ergebnissen auch die genauen Fragenformulierungen, möglichst sogar den gesamten Fragebogen wiederzugeben, um den Lesern die Möglichkeit einer unabhängigen und vergleichenden Bewertung zu geben. Im Gegensatz zu ähnlichen Erhebungen wie etwa den ebenfalls staatlich geförderten Wald-, Umweltbewusstseins- und Naturbewusstseinsstudien oder auch der in direkter privater Konkurrenz durchgeführten Trendscape-Studie „Wandern in Deutschland 2009“ ist das im vorliegenden Fall nicht geschehen. Man weiß also häufig nicht, auf welche (womöglich gar kontextabhängige) Fragestellung sich die meist nur stichwortartig klassifizierten Antwortquoten beziehen.

Mehr noch: Auch auf gezielte Nachfrage gaben Projektleiter und Redaktion der Verbandsstudie keine Auskünfte. Dies wurde zunächst mit dem Hinweis begründet, dass davon auch die für die Konsumtypenklassifizierung notwendigen Indikatorfragen der Gesellschaft für Konsumforschung betroffen wären, die absprachegemäß nicht weitergegeben werden dürften.

Tatsächlich gilt die "Geheimhaltung" solcher Fragenkataloge von Marktforschungsinstituten unter empirischen Soziologen schon lange als Ärgernis. Es gibt mittlerweile zahlreiche konkurrierende Lebensstilkonzepte, deren Aussagekraft und Unterschiede jedoch nicht überprüfbar sind, weil man nicht weiß, wie sie im Detail zustande kommen. Zwangsläufig muss in diesen Fällen der Glaube an die Interpretationskunst der kommerziellen Marktforscher die unabhängige wissenschaftliche Analyse ersetzen.

Angesichts der vernachlässigbaren Bedeutung der Stilgruppendifferenzierung für den Wandermarkt kann man allerdings auch darauf verzichten. Unverzichtbar ist dagegen der Wortlaut der wanderspezifischen Fragen. Eine nur um deren Offenlegung bittende Nachfrage an den Wanderverband blieb vollends unbeantwortet, was sich nur schwer mit dem Umstand verträgt, dass die Grundlagenstudie staatlich gefördert und für die Öffentlichkeit bestimmt war.

Um die daraus resultierenden Interpretationsschwierigkeiten an einem Beispiel zu verdeutlichen: Auf S.23 informiert eine Tabelle über „Aktivitäten, die mit dem Begriff Wandern verbunden werden“ – mit durchaus verblüffenden Zahlen. Immerhin sahen über 50% der telefonisch Befragten eine Verbindung zum Spazieren, jeweils über 40% auch zu Nordic Walking, Walking, Trekking und Pilgern. Was aber heißt in diesem Fall „Verbindung“? Im Begleittext ist auch von „Zuordnung“ die Rede. Identifiziert jeder Zweite Spazieren mit Wandern? Wird

Walking als spezielle Wandervariante begriffen? Ist das ein Grund für das so besonders herausgestellte, von allen vorhergehenden und zeitgleichen Studien geradezu sensationell abweichende Resultat einer drastischen Verkürzung der Tourenlängen (vgl. hierzu den Beitrag „Werden Wanderer fußfaul?“ in der Rubrik Wandertouren)? Oder geht es nur um eine semantische Verwandtschaft – etwa mit Blick auf den allen Alternativen eigenen ausdauernden Beineinsatz? Ohne die wörtliche Frageformulierung lässt sich mit derlei Befunden wenig anfangen.

Einmal skeptisch geworden, schließt sich daran die Frage an, wie eigentlich die Zuordnung der fernmündlich Befragten zu den sogenannten „aktiven Wanderern“ erfolgt ist? Wurden einfach nur Hobbys abgefragt oder waren andere Kriterien maßgebend? In welchem Maße gehören Spaziergänger und Walker dazu? Was wären dann inaktive Wanderer? Wurde das Wandern gleich in der ersten, der Teilnehmergewinning dienenden Phase der Befragung als deren Hauptthema benannt? Wenn ja, muss man nicht davon ausgehen, dass Nichtwanderer die Befragungsteilnahme eher verweigert haben als Wanderer? Wie steht es dann noch um die Repräsentativität der Studie? Wie groß war die Verweigerungsquote insgesamt? Dass es sich dabei nicht nur um akademische Fragen handelt, zeigen die notorischen Differenzen der in diesem Punkt unterschiedlich vorgehenden Marktstudien AWA (Allensbach) und VuMA (ARD/ZDF).

Unklar bleibt auch das Vorgehen bei der Feldbefragung. Nach welchen Kriterien wurden die Befragungsstandorte ausgewählt und wie stark waren sie in der Gesamtstichprobe vertreten? Wie kamen die Wanderer zu Wort, mündlich per Interview oder schriftlich per Fragebogen? Erfolgte bei der Konfrontation mit Wanderpaaren oder –gruppen eine Stellvertreterauswahl? Das führt häufig zu einer Überrepräsentanz von Männern – leider werden zum Geschlechterverhältnis in der Gruppe der Befragten im Gegensatz zur Altersschichtung keine Angaben gemacht.

Weitere Ungereimtheiten

Die schwer nachvollziehbare Verschleierung von Befragungsdetails zieht also Frage auf Frage nach sich. Das betrifft auch andere Themenkomplexe. So findet sich im höchst aktuellen Kapitel „Wandern und Gesundheit“ eine Grafik, die Angaben über die Befindlichkeit vor und nach der Wanderung macht. Dazu seien über 4.000 Teilnehmer der Feldbefragung zu Beginn und während der Wanderung auf ihr Wohlbefinden angesprochen worden. Ob und wie das tatsächlich geschehen ist, dazu wird im einleitenden Methodikkapitel jedoch nichts gesagt, obwohl der Doppelbefragungs-Aufwand extrem groß gewesen sein müsste. Sind die Befragten alle von einem gemeinsamen Startpunkt losgegangen? Wurden sie in der Zweitbefragung einzeln oder gruppenweise identifiziert? Wie konnte ansonsten sichergestellt werden, dass die unterwegs Befragten tatsächlich auch zu Beginn der Tour Auskunft gegeben hatten? Oder wurde lediglich im Rahmen einer Einmalbefragung notiert, wer sich am Anfang der Wanderung und wer sich schon mittendrin bzw. am Ende befand und dann die Anfängergruppe mit der gänzlich anders zusammengesetzten Unterwegsgruppe verglichen?

Ebenfalls nichts zu erfahren war über den Umfang der Befragung: Wurde das breite Themenspektrum unterwegs von allen Beteiligten abgearbeitet? Gab es Fragen mit auffällig hohen Quoten der Antwortverweigerung? Dokumentiert der Ergebnisbericht alle gestellten Fragen oder hat man aus welchen Gründen auch immer von der Veröffentlichung sensibler Befunde abgesehen? Warum wurde so gut wie gar nicht auf analoge Daten der zahlreichen anderen

Wanderstudien Bezug genommen und den Gründen für besonders auffällige Unterschiede nachgegangen?

In besonderem Maße hätte man das angesichts der erstaunlich kleinen mittleren Tourenlänge erwartet, die mit 9 km drastisch von allen vergleichbaren Studien (Durchschnitt 14 km) abweicht und demonstrativ zum Anlass für die Forderung einer neuen strategischen Ausrichtung auf kurzstreckigere Wanderofferten genommen sowie zur Formulierung für eine als erforderlich angesehene Wanderdefinition herangezogen wurde. Dabei haben sich die beiden Parallelerhebungen gerade in diesem Punkt drastisch unterschieden. Gab es womöglich weitere nennenswerte Differenzen dieser Art zwischen Feld- und Telefonbefragung? Spätestens an dieser Stelle hätte man auf die gravierenden methodischen und damit auch Bewertungsunterschiede zwischen den beiden in ständigem Mix präsentierten Teilstudien eingehen müssen: Die per Telefon angesprochene Quellstichprobe erfasst nicht nur ein anderes Publikum als die im Feld angesprochene Zielstichprobe, sondern gewichtet es auch anders (vgl. hierzu den Beitrag „Was heißt repräsentativ?“ unter der Rubrik Wandern).

Was die die neue Kurzstreckenorientierung betrifft, bleibt schließlich noch zu fragen, inwieweit die Zusammensetzung des Beirat zum Projektes „Grundlagenstudie“ aus 3 Vertretern von Ministerien, 4 Vertretern von Landesmarketingorganisationen, je zwei Vertretern von Tourismus- und Wanderverbänden sowie einem Vertreter eines Wanderreiseveranstalters den Anspruch rechtfertigt, erstmals über eine „allgemeingültige“ Definition von Wandern zu befinden.