

## "Profilstudie Wandern 2000" in Stichworten

- Befragt wurden 1.728 aktive Wanderer an 12 nur zu Fuß erreichbaren Standorten in 7 deutschen Mittelgebirgen, vorzugsweise an bekannten deutschen Kammwanderwegen (Westweg im Schwarzwald, Rennsteig im Thüringer Wald, Rothaarsteig im Sauerland, Brocken-Aufstieg im Harz usw.)
- Die Repräsentativität war allein schon dadurch gesichert, dass **alle** Vorbeikommenden angesprochen wurden und zu über 90% mitmachten;
- Erhebungszeitraum Frühsommer 2000, Vorgänger-Profilstudien in den Jahren 1999 und 1998 mit ebenfalls jeweils über 1000 Wanderern.
- Auftraggeber: Rothaarsteig e.V. Schmallebenberg
- Erhebungsauftrag: Ermittlung der Wünsche und Gewohnheiten von Wanderern diesmal mit dem Schwerpunkt Wanderziele, Einkehr, Unterkunft
- Hintergrund-Ziel: Entwicklung marktgerechter Wanderangebote in Zusammenhang mit der Gestaltung des Rothaarsteigs als neu geschaffener nationaler Wanderweg-Marke

### Kernaussagen

- Der neue Wandertypus hat sich endgültig durchgesetzt: An die Stelle von großen Strecken, großem Gepäck und großen Gruppen ist der individuelle Genuß schöner Landschaften, entspannender Bewegung und regionaler Spezialitäten getreten. Man ist vorzugsweise mit dem Partner oder engen Freunden unterwegs und belohnt sich nach der Tour gern mit einem guten Essen und den Annehmlichkeiten einer komfortablen Unterkunft. Die Ansprüche, aber auch die Aufgeschlossenheit und Ausgabebereitschaft für qualitätvolle Angebote sind stark gestiegen.

### Soziologische Merkmale

- Seit Beginn unserer Profilstudien im Jahre 1998 ist das Durchschnittsalter der aktiven Wanderer um fünf auf 46 Jahre gesunken und liegt nunmehr genau im Bevölkerungsschnitt. Besonders groß ist der Zuwachs bei 20-39jährigen. Über 40%, also doppelt so viel wie im Durchschnitt, haben mittlerweile Abitur - zum Vergleich: Häufige PC-Benutzer verfügen nach einer Emnid-Studie nur zu 34% über höhere Bildungsabschlüsse.

### 3. Geführte Wanderungen

- Nur noch 15% der Wanderer können sich für geführte Touren begeistern, speziell Wandervereinsgruppen befinden sich stark auf dem Rückzug.

### 4. Allein unterwegs

- Der neue Wanderer ist im Vergleich zu anderen Reisenden ein ausgesprochener Individualist. Er macht sich am liebsten auf eigene Faust auf und ändert auch noch unterwegs gern seine Pläne. Das Kernelement einer gästefreundlichen Infrastruktur ist daher ein modernes Wanderleitsystem mit informativen Wegweisern, zuverlässigen Markierungen und leicht lesbaren Wanderkarten.

### 5. Vorlieben

- Sie will für kurze Zeit so weit wie möglich raus dem übertechnisierten Alltag, sucht vor allem die Ruhe ursprünglicher Natur, bevorzugt weiche Waldwege und schmale Pfade. Ihre liebsten Wanderziele sind schöne Aussichtspunkte, natürliche Sehenswürdigkeiten und bewirtschaftete Hütten. Dort wird nicht etwa Bier, sondern am liebsten Wasser und Saft getrunken und lediglich ein leichter Imbiss eingenommen.

## 6. Abneigungen

- Verkehrslärm, geteerte Wege, Wanderautobahnen, Müll in der Landschaft sowie irreführende Wegweiser und Karten sind ihnen ein Gräuel. Aber auch von Schutzhütten, Tretbecken, Naturschutzzentren oder Museen lassen sie sich kaum aufhalten. Die lokalen Lieblingsinvestitionen vergangener Jahre lagen also voll daneben.

## 7. Ausländische Reiseziele

- Der Trend zum Auslandsurlaub ist von den Wanderern nur zögernd nachvollzogen worden. Dennoch verbringen auch sie mittlerweile zu zwei Drittel ihren Haupturlaub jenseits der Grenzen - auffälligerweise aber fast ausschließlich im deutschsprachigen Raum und in mittleren Höhen. Sie sind in diesem Punkte also letztlich ihren Gewohnheiten treu geblieben, sehen aber ihre gewachsenen Ansprüche in Deutschland nicht mehr erfüllt.

## 8. Pauschalen

- Besser wäre, sie packen nicht mehr so viel in die Pauschalen. Der Wanderurlauber lässt sich durchaus auf Paketangebote ein, sofern sie ihn vom organisatorischen Brimborium entlasten. Vor Ort will er dann allerdings möglichst frei disponieren können. Hilfestellung ja, aber keine festen Vorgaben, das ist der Königs(wander)weg.

## 9. Neue Angebote

- ist mit 8. im Kern erledigt; vielleicht könnte man 9 und 10 zusammenfassen:

## 10. Was müssen Deutschland-Touristiker tun, um die neue Klientel für sich zu gewinnen?

- Zuallererst müssen sie Wanderern das Gefühl geben, mit ihren speziellen Ansprüchen ernst genommen zu werden. Schließlich rekrutieren diese sich mittlerweile aus fast denselben unternehmungslustigen Schichten wie die Radler, sind aber zahlreicher, wetter- und saisonunabhängiger und destinationstreuer. Wo also bleiben in Deutschland die Wanderhotels, wie sie in Österreich so prachtvoll blühen? Wann endlich kümmert man sich um die Aufwertung unserer großer Wanderwege zu wandertouristischen Dachmarken, damit Rennsteig und Jakobspfade endlich Konkurrenz bekommen? Wer zeigt den Wanderern, dass es auch in Deutschland noch vieles zu entdecken gibt?

## 11. Rothaarsteig

- Nicht die selbstgefällige Präsentation von Fremdenverkehrszentren und Super-Investitionsgräbern, sondern die hautnahe Berührung mit einer abwechslungsreichen Natur steht im Mittelpunkt des Rothaarsteigprojekts. Hierauf ist nicht nur die Wegeführung, sondern auch der soeben erschienene erste Imageprospekt abgestimmt. Außerdem wird derzeit ein narrensicheres Wegeleitsystem installiert, und Leistungsträger aus dem Bereich Gastronomie und Beherbergung entwickeln anhand unserer Befunde Kriterien für einen wanderfreundlichen Rothaarsteig-Service. Schließlich werden Konzepte für die nationale und internationale Vermarktung entwickelt - möglicherweise im Verein mit anderen großen deutschen Wanderwegen.