

Wandern als Natur- und Selbsterfahrung Studien zum sanften Natursport

PROFILSTUDIE WANDERN '00

Wandertouristische Infrastruktur

Rainer Brämer, Matthias Gruber

Die Themen

Profilstudie 2000	3
Die Stichprobe.....	4
Das neue Wanderpublikum.....	7
Wanderung oder Spaziergang?.....	9
Tourengestaltung.....	13
Orientierung.....	15
Wanderformen.....	17
Alles in allem zufrieden.....	19
Offene Kritik.....	21
Landschaftsqualitäten.....	22
Positive Urteile	23
Negative Urteile.....	25
Wegequalitäten	26
Positive Urteile	27
Negative Urteile.....	28
Was beim Wandern stört.....	30
Hierarchie der Wanderziele	32
Service am Weg.....	34
Ansprüche an Gastgeber.....	37
Anhang: Die Fragebögen	39
Fragebogen 1	39
Fragebogen 2	43

Profilstudie 2000

Mit der nunmehr dritten "Profilstudie Wandern" in kurzer Frist scheint sich die direkte Befragung von Aktivwanderern als geeignete Form der Erkundung des neuen Wandermarktes zu etablieren. In der Tat ist der Aufklärungsbedarf nach jahrzehntelanger Vernachlässigung dieses inlandstouristischen Kernmarktes groß, und mit jedem neuen Schritt auf dem Wege zu seiner Modernisierung stellen sich neue Fragen.

Von daher ist es auch kein Zufall, dass sich nach der '99er Studie auch die 2000er Ausgabe eng an den Problemen des derzeit ambitioniertesten wandertouristischen Innovationsprojektes in Deutschland, des Rothaarsteigs, orientiert. Hier schreitet die Entwicklung am schnellsten voran, hier herrscht der dringendste Informationsbedarf. Damit gewinnen die Profilstudien, 1998 sozusagen auf freiem Feld begonnen, immer mehr an konkreter Substanz. Von der Triebkraft des im Rothaarsteigprojekt konzentrierten Erneuerungswillens kann die anfangs noch belächelte Wissenschaft vom sanften Natursport Wandern nur profitieren.

Obwohl von breiter Zustimmung getragen, hat sich dieses Projekt als unerwartet aufwendig erwiesen. Erst in dem mutigen Versuch, eine Schrittmacherfunktion für den gesamten Mittelgebirgstourismus zu übernehmen, hat sich gezeigt, in welchem Maße die Dinge vor Ort zurückgeblieben waren, strukturell wie mental.

Dass die Landschaft das wichtigste touristische Kapital unserer Mittelgebirge ist, hatte man zwar jahrzehntelang in Sonntagsreden beschworen. Was es aber konkret heißt, ein solches Kapital gezielt zu mobilisieren, die Schönheiten und Erlebnispotenziale des heimische Gebirges systematisch zu erschließen und zugänglich zu machen, ließ sich anfangs kaum ermessen, hatte man die Aufgabe der Landschaftserschließung de facto stets anderen überlassen. Dass diese anderen Landschaftsverwalter auch andere Interessen verfolgten und ihre so errungenen Vorrechte nicht ohne weiteres zurückzunehmen bereit waren, wurde erst im Prozess der Projektrealisierung deutlich. Allein die Festlegung der Trassenführung des Steigs zog sich in der Abstimmung divergierender Interessen über einen Zeitraum von rund drei Jahren.

Andererseits haben diese zeitaufwendigen Aufarbeitungsprozesse die positive Folge, das eigentliche Subjekt dieser Anstrengungen, den modernen Wandergast, gründlich unter die Lupe nehmen zu können. Mit der konsequenten Orientierung auf die Wünsche und Gewohnheiten der potenziellen Kernkundschaft ist das Unternehmen Rothaarsteig zumindest der deutschen Konkurrenz nach wie vor voraus und dem Marktführer Österreich mit seinen unter Verschluss gehaltenen, bereits seit 1997 regelmäßig durchgeführten Marktanalysen auf den Fersen.

Während die 98er Profilstudie noch vergleichsweise im allgemeinen verblieb, war die 99er-Version bereits gezielt auf die aktuell anstehenden Fragen des Rothaarsteigprojektes zugeschnitten. Sie betrafen neben generellen Fragen der Wander(urlaubsgestaltung) vorrangig die anstehenden Fragen der Formatierung des Wanderleitsystems (Markierung, Wegweiser, Karten). Die vorliegende Profilstudie weitet diese Fragestellung aus, indem sie neben weiteren Details der Touren- und Urlaubsgestaltung die Erlebniselemente eines Wanderweges in den Mittelpunkt stellt, um (erstmalig in Deutschland) genaueren Aufschluss

darüber zu gewinnen, wie die verschiedenen Ausstattungselemente eines Wanderweges von seinen Nutzern bewertet werden.

So umfasst der Fragenkomplex zur Erlebnisanreicherung von Wanderwegen nicht weniger als 30 Antwortalternativen, die durch einen kaum weniger umfangreichen Fragenblock nach den Störfaktoren einer Wanderung ergänzt werden. Hinzu kommen ausgedehnte Erkundigungen nach Art und Inhalt der Rast, dem in seiner Bedeutung meist unterschätzten Kern einer jeden größeren Tour. Schließlich geht es um das Vorher und Nachher des Wanderns sowie eine Reihe von Detailfragen, die Unklarheiten aus der 99er-Studie bereinigen sollen.

Mehr noch als ihre Vorgängererhebungen nähert sich damit die Profilstudie 2000 einer gezielten Nachfrage- bzw. Marktanalyse, auch wenn der direkte Bezug zu einem konkreten Marketingkonzept fehlt. Sobald ein solches Konzept für den Rothaarsteig vorliegt, sollten die mit Bezug hierauf offenen Fragen in einer weiteren Befragung geklärt werden.

Um die auch ohne diesen Bezug schon über 150 Frageelemente an den Wanderer zu bringen, hätte ein einziger Fragebogen nicht ausgereicht, zumal die Zeit zum Ausfüllen des Bogens vor Ort nicht viel mehr als 10 Minuten in Anspruch nehmen sollte. Die Fragenkomplexe wurden daher zwei Bögen verteilt, die abwechselnd ausgegeben wurden und so nicht zuletzt auch verhindern halfen, dass Ehepartner nur einen Bogen ausfüllten oder Gruppenwanderer die Fragen laut diskutierten bzw. ihre Antworten voneinander abschrieben.

Außerdem wurden beide Bögen erstmals mit "offenen" Fragen bestückt, die spontane Assoziationen zum Generalthema der Befragung provozieren sollten. Der Vorteil solcher ohne Antwortvorgaben frei zu bearbeitenden Fragen besteht darin, dass man über sie einen Ein- und Überblick auch in jene Themenaspekte erhält, an die man bei der Fragenerarbeitung nicht gedacht hat. Ferner liefert das Häufigkeitsprofil der gänzlich unbeeinflusst notierten Einfälle ein Maß für deren Bedeutung bzw. Gewicht im spontanen Erlebnishorizont von Wanderern.

Ein Nachteil offener Fragen besteht allerdings (abgesehen von einer sehr viel aufwendigeren Auswertung) darin, dass sich nur ein Teil der Befragten der Mühe unterzieht, über das bloße Ankreuzen hinaus auch eigene schriftliche Stichworte oder Statements zu formulieren, so dass es für eine stichhaltige Auswertung relativ großer Befragtenzahlen bedarf. Ferner werden manche wichtige Themen nur selten oder gar nicht spontan angesprochen, weshalb gezielte Nachfragen unerlässlich sind.

Die Stichprobe

Die Datenerhebung fand wie stets in einem möglichst realistischen Wandersetting vor Ort, im vorliegenden Fall also an einschlägig bekannten Kammwanderwegen in verschiedenen deutschen Mittelgebirgen statt. Dabei wurde an die ausgewählten Befragungsorte die Anforderung gestellt, dass sich hier tatsächlich vorrangig Wanderer einfinden. Sie sollten also so weit von Ortschaften und Parkplätzen entfernt in der freien Landschaft liegen, dass sie nur noch begrenzt von Spaziergängern angelaufen werden. Da gleichwohl die technischen Voraussetzungen für das Ausfüllen von Fragebögen in Form von Bänken und Tischen gegeben sein müssen, reduziert sich der Zahl geeigneter Erhebungsorte beträchtlich. Nimmt man als drittes Kriterium noch eine hinreichende Besucherdichte hinzu, so kommen pro Kammweg in der Regel kaum mehr als zwei oder drei Alternativen in Frage.

Um eine gewisse Repräsentativität der Befragung sicherzustellen, ist es erforderlich, möglichst jeden Passanten für das Ausfüllen des Fragebogens zu gewinnen. Glücklicherweise ist die Ausfüll-Bereitschaft in freier Natur mit der Aussicht auf eine kleine Rast relativ groß, sofern der Fragebogen nicht allzu umfangreich ausfällt, neben dem Bogen auch Schreibwerkzeuge bereitgehalten werden und für Leute, die ihre Lesebrille nicht griffbereit haben, eine vergrößerte Kopie des Bogens zur Verfügung steht. Tatsächlich liegt die "Rücklaufquote" bei derartigen Befragungen in der Größenordnung von 85-95 %, die Teilnahme wird also nur von 5-15% der Angesprochenen verweigert.

Gegenüber der Interview-Methode hat die Ausgabe von Fragebögen mehrfache Vorteile: Der wichtigste besteht darin, dass sich die Teilnehmer keinem Interpretationstrend oder (vielleicht auch nur unterstellten) Erwartungsdruck durch die Befragerpersönlichkeit ausgesetzt sehen, sondern vergleichsweise unbefangen, weil echt anonym antworten können. Hinzu kommt die Chance, wirklich alle Passanten zu erreichen, während Interviewer bei größerer Passantendichte stets eine Auswahl treffen müssen: besonders nachteilig wirkt sich das bei Gruppenwanderern aus, die in diesem Fall nur zum Bruchteil in der Stichprobe repräsentiert sind. Schließlich sind die Befragtenzahlen beim Fragebogeneinsatz ungleich höher, was ebenfalls der Repräsentativität zugute kommt. Dem steht als Nachteil lediglich der Umstand gegenüber, dass das selbständige Ausfüllen eines Fragebogens dazu verleitet, die eine oder andere (womöglich unbequeme) Frage auszulassen. Ältere Wanderer haben überdies gelegentlich Schwierigkeiten mit gestuften Antwortvorgaben. Beides kann allerdings durch die erheblich höheren Befragtenzahlen mehr oder weniger kompensiert werden.

Um die Vergleichbarkeit mit den Vorgängerstudien sicherzustellen, haben wir so weit wie möglich die bereits einschlägig bewährten Standorte im Thüringer Wald, Rothaargebirge und Schwarzwald aufgesucht, wobei die Befragung stets an wetterbegünstigten Sonn- bzw. Feiertagen und (zum Ausgleich örtlicher Besonderheiten) an jeweils zwei Plätzen pro Region stattfand.¹ Darüber hinaus wurden weitere, bislang unberücksichtigt gebliebenen Mittelgebirge mit großer Wandertradition wie der Teutoburger Wald und der Harz in die Studie einbezogen, um die Aussagekraft der Ergebnisse und das Vergleichsspektrum zu vergrößern. Schließlich ist es ein wesentliches Ziel des Rothaarsteigprojekts, über das bisherige Stammpublikum hinaus neue Gästepotenziale zu erschließen, die zunächst vorrangig aus anderen deutschen Mittelgebirgen herübergelockt werden müssen.

Zusammen mit einigen aus Saisongründen nicht sonderlich erfolgreichen Fragebogeneinsätzen im Lahn-Bergland und der Pfalz konnten über 1.700 Aktivwanderer in deutschen Mittelgebirgshöhen für das Ausfüllen der beiden Bogenvarianten gewonnen werden. Dabei gibt ihre regionale Verteilung bereits eine erste Auskunft über die jeweilige Standortattraktivität für Wanderer (Tab. 1):

- Am Westweg im Schwarzwald und am Rennsteig im Thüringer Wald wurde die Maximalquote von 400 Befragten ohne weiteres innerhalb eines Einsatztages erreicht, im Harz reichte es immerhin zu 300 Teilnehmern.
- Im Rothaargebirge gibt lediglich der Standort Willingen derartige Zahlen her, während Wanderer auf dem eigentlichen Hauptkamm zwischen Winterberg und Rhein-Weser-Turm (mit Ausnahme des anfahrbaren Kahlen Astens) recht dünn gesät sind.
- Geradezu dürftig war die Frequentierung des Hermannsweges im Teutoburger Wald, wo zwei Einsatztage an jeweils zwei prominenten Einsatzorten nicht mehr als 150 ausgefüllte Bögen erbrachten. Trotz der Nähe großer Städte und zahlreicher Bäder scheint das Wandern hier nahezu in Vergessenheit geraten zu sein.

¹ An der Befragung vor Ort waren neben den Autoren zusätzlich Ingo Lange und Thomas Meyer beteiligt.

Über die genaue Stichprobenzusammensetzung hinaus enthält Tab.1 die einschlägigen demografischen Basisdaten der Gesamtstichprobe (Geschlechter-, Alters- und Bildungsspektrum) und Hinweise auf den touristischen und Organisationsstatus der Befragten.

Profilstudie 2000 Die Stichprobe				Tab. 1			
				Statistische Trends			
	Ges	Fb1	Fb2	w	Alt	Bil	Region
Zahl der Befragten	1.728	867	861				
• Teutob. Wald (Te)	153	79	74			++	
• Harz (H)	293	146	147				
• Thüringer Wald (Th)	404	203	201				
• Rothaargebirge (R)	301	149	152		+		
• Lahn-Bergland (L)	113	57	56				
• Pfälzer Wald (P)	53	28	25				
• Schwarzwald (S)	411	205	206			-	
Anteil weiblich (%)	47	46	48		-		
Altersspektrum (%)							
• unter 20 / 20-29	6/10	6/10	6/11				
• 30-39 / 40-49	19/23	19/23	19/24				
• 50-59 / 60-69	23/16	23/16	23/15				
• 70 und älter	3	3	3				
• Durchschnittsalter	46	46	46	-		--	R+
Höchster Bildungsabschluß (%)							
• In Ausbildung	4	4	5				
• Kein Abschluß	1	1	1				
• Standard	20	21	19				S++ H,Te,Th-
• Mittlere Reife	34	31	36				Th+ S-
• Abitur	16	17	14				Te+
• Hochschule	25	25	25	-			Te+
Tourist. Status (%)							
• Einheimische	40	40	41		-		Th+++ Te+ H,R---
• Tagesgäste	30	31	29				H+++ Te+ Th- R--
• Urlauber	30	28	33		++		R+++ H-- Te---
Mitglied Wanderverein (%)	13	14	11		+		Te+++ H,Th-

Für Liebhaber der Statistik bietet der gestrichelte Zusatzblock (hier wie in allen folgenden Tabellen) Aufschluss über weitergehende demografische und regionale Besonderheiten, die der Übersichtlichkeit halber allerdings nur qualitativ dokumentiert werden.

Dabei stehen die Abkürzungen

- "w" für Geschlechterdifferenzen (festgemacht am weiblichen Geschlecht)
- "Alt" für Alterstrends in den Stufen bis 39 / 40-59 / 60 und mehr
- "Bil" für Bildungstrends in der Abschlußfolge Standard (Pflichtschule), Mittel (z.B. Realschule), Hoch (Höhere Schule, Hochschule)

- sowie die Regionalkürzel
 - "H" für Harz
 - "R" für Rothaargebirge
 - "S" für Schwarzwald (gelegentlich auch SN für Nordschwarzwald, SS für Südschwarzwald)
 - "Te" für Teutoburger Wald
 - "Th" für Thüringer Wald

Die Lahn- und Pfalzdaten werden angesichts der geringen Befragtenzahlen nicht gesondert berücksichtigt.

Bemerkenswerte Abweichungen der demographischen und regionalen Teilstichproben von den Gesamtmittelwerten werden mittels Pfeilen angezeigt, und zwar durch

+ für deutlich überdurchschnittliche Werte

- für deutlich unterdurchschnittliche Werte.

Das geschieht jedoch nur dann, wenn die Differenzen mindestens 5 Prozentpunkte betragen (zwei Zeichen in Folge mind. 10%, drei Zeichen mind. 15%), also in der Tat nennenswert ausfallen. Trends in der Alters- und Bildungsreihe müssen im Unterschied der ersten und dritten Stufe doppelt so groß ausfallen, wenn sie dieselbe Klassifizierung erhalten wollen, da beispielsweise eine Veränderung von 10% in der Merkmalsreihe in etwa einer Mittelwertabweichung von 5% des Reihenbeginns- und -endes entspricht.

Das neue Wanderpublikum

Dass Tab.1 durchaus mehr als nur Routineergebnisse birgt, bringt der Vergleich mit den Vorgängerstudien an Licht. Danach nämlich ist das Durchschnittsalter der draußen angetroffenen Kammwegwanderer in den Jahren 1998 bis 2000 von 51 über 49 auf nunmehr 46 Jahre gesunken. Aus soziologischer Sicht handelt es sich hierbei um einen durchaus dramatischen Effekt: Eine Mittelwerts-Abnahme von 5 Jahren innerhalb von rund 20 Monaten deutet auf einen geradezu erdrutschartigen Wandel des Wanderpublikums hin.

Im Detailvergleich haben die über 60jährigen deutlich an Bedeutung verloren, während vor allem die Jahrgänge zwischen 20 und 40 kräftigen Zuwachs zeigen, und zwar von 23 auf 32%. Dieser Zufluss ist so stark, dass das Senioren-Image der Wanderbewegung seine Gültigkeit verloren hat: 46 Jahre markieren genau den Alters-Durchschnitt des in die Befragung einbezogenen Bevölkerungssegments (ohne Kinder). Auf Deutschlands prominenten Wanderwegen begegnen uns also mittlerweile genauso viele unter- wie überdurchschnittlich alte Menschen.

Wenn sich nicht in den Reiseanalysen der zweiten Hälfte der 90er Jahre ein derartiger Trend angedeutet hätte und aus Österreich sogar Veränderungen in ähnlicher Größenordnung gemeldet wurden, wäre in diesem Punkte nachhaltige Skepsis angezeigt. Tatsächlich ist man zunächst versucht, nach methodischen Fehlern für diesen drastischen Alterssprung zu suchen:

- Spielt hierbei vielleicht die etwas andere regionale Zusammensetzung der Stichprobe hinein?

Wohl kaum, denn auch an den schon in den Vorjahren besuchten Plätzen ist das mittlere Alter der Befragten entsprechend gesunken.

- Hat der im Vergleich zu 1999 größere Urlauberanteil einen Einfluss auf das Durchschnittsalter?

Wenn ja, dann wohl eher in gegenteiliger Richtung, sind doch Wanderurlauber im Schnitt älter als Tagesgäste (s.u.).

- Ist die Verjüngung vielleicht dem Umstand zu verdanken, dass die 2000er-Erhebung im Gegensatz zu ihren Vorgängern im Frühjahr durchgeführt wurde?

Diese Vermutung lässt sich zwar nicht ohne weiteres widerlegen, doch gibt es für sie auch keine nachvollziehbare Begründung, zumal der Trend durch die Veränderung von 1998 auf 1999 bereits vorgegeben ist. Bei einer letztes Jahr in der Sächsischen Schweiz durchgeführten Befragung von Wanderern lag das Durchschnittsalter sogar bei 39 Jahren.

Selbst bei zurückhaltender Interpretation unterstreichen die neuesten Befunde einmal mehr die These einer grundlegenden sozialen Umschichtung des Wanderpublikums. Dies zeigt sich nicht nur in der Alters-, sondern auch in der Bildungsdimension. Gegenüber dem Vorjahr hat die Quote derjenigen, die das Abitur in Tornister haben, von 35% auf 41% zugenommen. Sie liegt damit mehr als doppelt so hoch wie in der Gesamtbevölkerung und nähert sich dem zunächst fast nicht glaubhaften Abiturientenanteil von 48% bei der letztjährigen Befragung von über 1.000 Wandergästen in der Sächsischen Schweiz. Dabei laufen Verjüngungs- und Qualifizierungstrend Hand in Hand, sind doch die wandernden Abiturienten im Schnitt um 8 Jahre jünger als die Hauptschulabsolventen.

Keine Frage: Wandern ist von einem schlichten Volkssport zu einer ausgesuchten Aktivität nachwachsender Leitschichten geworden, die ganz offensichtlich in der freien Bewegung in freier Natur einen willkommenen Ausgleich zum Arbeiten mit und in neuer Technik suchen.

Hierzu passt es, dass sich in den letzten beiden Jahren der Anteil von Wandervereinsmitgliedern unter den Befragungsteilnehmern von 23% über 18% auf 13% reduziert hat. Dieser Absturz erscheint noch rasanter als die Altersabnahme, so dass man erneut versucht ist, ihn auf Besonderheiten des Untersuchungsdesigns zurückzuführen.

Tatsächlich könnte hierbei der Umstand eine Rolle spielen, dass die Erhebungen 1998 stark von Regenwetter beeinträchtigt waren. Spontanwanderer dürften davon eher abgeschreckt worden sein, während lange im voraus geplante Touren - beispielsweise der Wandervereine - gleichwohl durchgeführt wurden. Damit ließe sich allerdings bestenfalls die relativ hohe Startquote von 23% erklären, die in der Tat den Anteil der organisierten Wanderer am gesamten Fußpublikum sehr hoch veranschlagt, wenn man bedenkt, dass von ca. 20 Mio gelegentlichen und 10 Mio häufigen Rucksackträgern nur rund 1,5 Mio Mitglied in einem Wanderverein sind.

Für die weitere Reduktion der Organisationsquote vom Sonnenherbst 1999 zum Sonnenfrühjahr 2000 könnte man statt des Wetters die veränderte Jahreszeit verantwortlich zu machen versuchen. Doch zeigt eine Durchsicht repräsentativer Vereinswanderpläne, dass das Frühjahr darin genau so stark mit Touren belegt ist wie der Herbst.

In der Substanz ist also an dem Rückzug der Vereine aus der aktiven Wanderszene kaum zu rütteln. Statistisch gesehen ist er vermutlich nicht unwesentlich für die insgesamt starke Ausdünnung der Alterskohorte über 60 verantwortlich, lag und liegt der Altersschnitt der befragten Vereinsmitglieder doch stets um 4 bis 5 Jahre oberhalb des Durchschnitts.²

Von touristischer Bedeutung ist schließlich noch der Befund, dass Urlauber mit 50 Jahren im Mittel deutlich älter sind als Tagesgäste mit 45 und einheimische Wanderer mit 44 Jahren. Der Verjüngungsprozess hinkt also bei den Übernachtungsgästen etwas nach.

² Allerdings habe auch die Vereinswanderer den statistischen Verjüngungsprozess mitgemacht: Lag ihr mittleres Alter 1998 noch im Schnitt bei 56 Jahren, so hat es sich seither über 54 auf 52 reduziert.

Das wirft ein bezeichnendes Licht auf die Art der Wiederentdeckung des Wanderns durch die jüngeren Generationen: Offenbar gehen sie zunächst in der näheren Umgebung auf Tour und entscheiden sich erst dann für einen weiterreichenden Tagesausflug. Erst ein paar Jahre später können sie sich dann entschließen, auch mal einen (Kurz-)Urlaub in Deutschlands Wanderparadiesen zu verbringen.

Man könnte diesen Prozess womöglich beschleunigen, indem die deutschen Mittelgebirge, statt blind miteinander zu konkurrieren, wechselseitig die Naherholungsgäste einer Region mit günstigen Urlaubsangeboten anderer Regionen konfrontieren. Speziell mit Hinblick auf den Rothaarsteig spricht die Profilstudie 2000 also für den Versuch eines gemeinsam-wechselseitigen Marketingverbunds mit Rennsteig und Rheinhöhenweg ("Die Drei Großen R").

Was die in Tab.1 dokumentierten regionalen Besonderheiten betrifft, so spielt auch hier der Altersunterschied zwischen Tagesgästen und Urlaubern hinein. Das um drei Jahre höhere Durchschnittsalter der Rothaar-Wanderer nämlich ist in erster Linie eine Folge der erfreulich hohen Urlauberquote, die mit gut 60% im Sauerland mehr als doppelt so hoch wie in den anderen Mittelgebirgen liegt und im wesentlichen dem Standort Willingen zu verdanken ist. Demgegenüber trifft man auf dem Weg zum Brocken im Harz mit gleichfalls rund 60% besonders viele Tagesgäste an, während es an Urlaubern wie Einheimischen mangelt. Letztere dominieren mit gut 50% das Rennsteig-Publikum, während Tages- und Dauergäste nur jeweils ein knappes Viertel ausmachen: Der Wandermagnet auf dem Kamm des Thüringer Waldes zieht also vor allen Dingen heimisches Publikum an, man bleibt gewissermaßen unter sich. Die kleinste Urlauberquote von unter 15% hat schließlich der Teutoburger Wald zu verzeichnen, in dem sich Einheimische und Tagesgäste aus den nahen Städten in etwa die Waage halten; dafür zeichnen sich die Hermannsweg-Wanderer durch eine überdurchschnittliche schulische Qualifikation und Vereinszugehörigkeit aus.

Insgesamt bestätigt sich die ungefähre Gleichverteilung der unterwegs angetroffenen Wanderer auf die Kategorien Urlauber, Tagesgäste und Einheimische, wie sie ähnlich auch ein Jahr vorher zu beobachten war. Die starken regionalen Differenzen deuten jedoch darauf hin, dass man am Faktor Urlaubsintensität mancherorts noch arbeiten kann.

Wanderung oder Spaziergang?

Die Qualität des touristischen Angebots für Wanderurlauber wird im wesentlichen von drei Instanzen bestimmt: Für den Zustand von Landschaft und Infrastruktur zeichnen vor allem Kommunen und Regionen verantwortlich, die Vermarktung der so zugänglich gemachten natürlichen Erholungspotenziale und Sehenswürdigkeiten haben die Touristiker zu besorgen, und das leibliches Wohl der Gäste liegt in den Händen des Gastronomie- und Beherbergungsgewerbes.

Im Mittelpunkt der "Profilstudie Wandern '00" stehen die Anforderungen an die Infrastruktur, wie sie sich aus den Wünschen und Irritationen von über 1.700 in Deutschlands Mittelgebirgen befragten Wandergästen ergeben. Erst wenn die "Hardware" diesen Anforderungen entspricht, haben Tourismus und Gastronomie gemeinsam die Chance, erfolgversprechende Urlaubsprogramme zu entwickeln. Im Vorfeld des Schwerpunktthemas geht die mittlerweile dritte Profilstudie allerdings nochmals der Frage nach, wie Wanderurlauber ihre Touren gestalten und die Gastfreundschaft vor Ort in Anspruch nehmen. Dabei vertiefen die für die touristische Betreuung bedeutsamen Befunde lediglich das schon aus Vor-

gängerstudien bekannte Wissen, während die detaillierten Fragenbatterien nach den gastronomischen Vorlieben und der Ausgabenbereitschaft für wandertouristische Leistungen Neuland betreten.

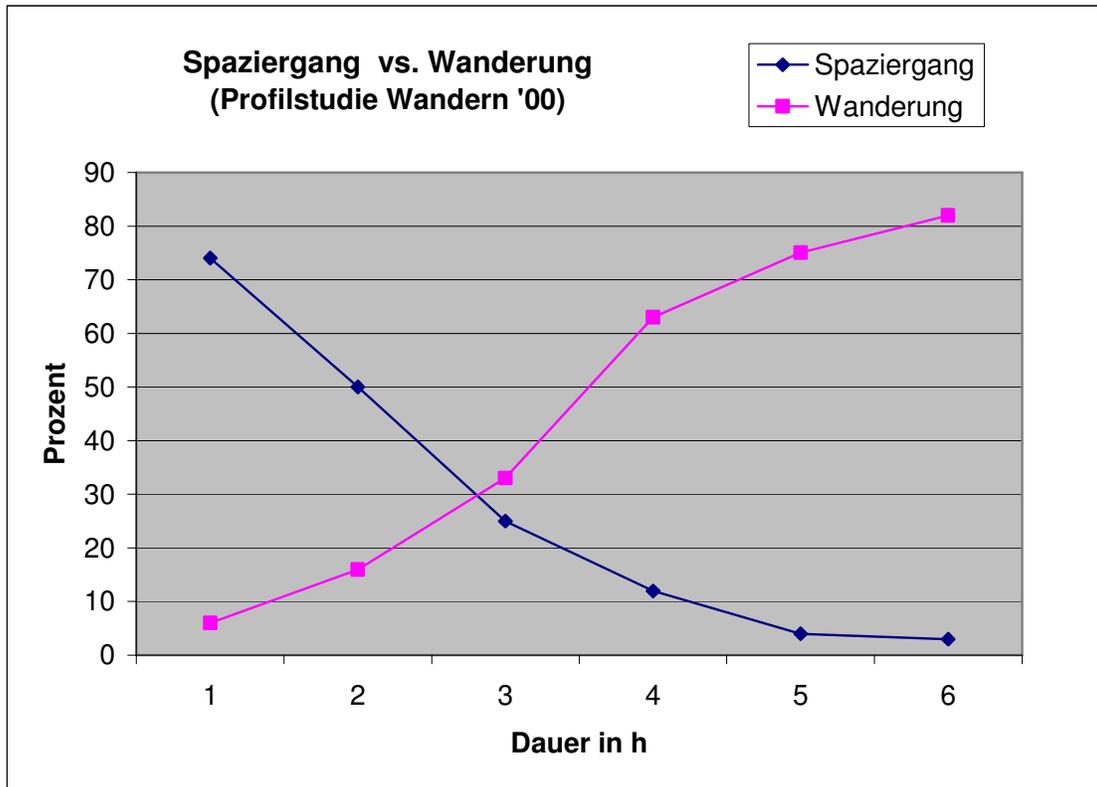
Speziell von touristischer und gastronomischer Seite kommt in diesem Zusammenhang immer wieder die Frage auf, was denn eigentlich als Wandern anzusprechen ist. Zu Beginn geht es also noch einen Schritt zurück mit der Frage: Gibt es einen grundsätzlichen Unterschied zwischen Spazieren und Wandern? Wenn ja, wo liegt die Grenze zwischen beidem? Sind Wanderer touristisch anders anzusprechen als Spaziergänger?

In aller Regel wird der Unterschied zwischen den verschiedenen Gangarten quantitativ festgemacht. Dabei gibt es allerdings keinerlei einheitliche Maßstäbe oder gar Grenzwerte. So lokalisiert etwa der Deutsche Sportbund den Wendepunkt vom Spazieren zum Wandern bei einer bestimmten Streckenlänge (5 km), das Institut für Freizeitwirtschaft bei einer bestimmten mit Gehen verbrachten Mindestzeit (2 Stunden) und die Sportmedizin eher bei einer bestimmten Geschwindigkeit (5 oder 6 km/h). Eine nachvollziehbare Begründung für derlei Setzungen wird in der Regel nicht mitgeliefert.

Profilstudie Wandern '00 Wanderneigung		Tab.2 Statistische Trends			
Wanderverständnis		w	Alt	Bil	Region
Klassifizierung	%				
Spaziergang/Wanderung	23/50		-		H-- Th-
Tourlänge 1h	74/6				
Tourlänge 2h	50/16				
Tourlänge 3h	25/33				
Tourlänge 4h	12/63				
Tourlänge 5h	4/75				
Tourlänge 6h	3/82				
Tourlänge >6h	5/88				
Wanderintensität					
Länge der aktuellen Tour	4,0 h			+	H,Th++ Te,R-
Wanderungen pro Jahr	16		+		H-

Die Profilstudie bietet die Möglichkeit, dem Problem empirisch näherzukommen. Zusammen mit der Frage nach der geplanten Länge der aktuellen Tour enthält sie nämlich die Aufforderung, anzugeben, ob man sie eher als Spaziergang, Wanderung oder als ein Zwischending ansieht. Tab.2 schlüsselt die Ergebnisse dieser Bewertung nach der zurückgelegten Distanz auf.

Der Befund ist eindeutig: Auch der Versuch, die Grenzziehung zwischen Spazieren und Wandern dem Selbstverständnis der Betroffenen zu überlassen und aus ihren eigenen Bewertungsmaßstäben abzuleiten, darf angesichts der Breite der Angaben als gescheitert betrachtet werden. Gemessen in der Zeiteinheit gibt es jedenfalls keinen Konsens hierzu. Ähnlich breit dürfte das Definitionsspektrum auch in der Kilometervariablen ausfallen. Dies legt den Schluss nahe, dass der wesentliche Unterschied zwischen beiden Fortbewegungsarten gar nicht quantitativer, sondern qualitativer Natur ist.



Erste Hinweise auf die Art dieser qualitativen Differenz gibt die “Grundlagenstudie Wandern” der Sensor-Marktforschung aus dem Jahre 1997, in deren Rahmen es auch um spontane Einfällen zu den Begriffen Wandern und Spazieren ging. Danach denken die meisten Befragten beim Spazieren zwar auch an kurze Strecken, Durchschnittszeiten von 1 bis 2 Stunden und ein langsames Tempo, aber zusätzlich auch an ebene und bequeme Wege in einem innerörtlichen oder ortsnahen Gelände. Dagegen beinhaltet Wandern eine mehrstündige Tour, ein flottes, zügiges Tempo, folglich auch eine fühlbare körperliche Anstrengung; ferner bedarf es einer gewissen Vorbereitung und eines Ziels (Einkehr) sowie einer ruhig-ländlichen Gegend (“freie Natur”).

Unterschiedliche Vorstellungen rufen die Begriffe Spazieren und Wandern auch in Hinblick auf die dazugedachte Landschaft hervor. So verbindet sich Spazieren eher mit einer flachen bis leicht hügeligen Szenerie, die in enger Berührung mit der Zivilisation steht (z.B. Parks oder städtische Naherholungsgebiete). Demgegenüber erwartet man beim Wandern vorzugsweise eine bergige Landschaft mit ursprünglichem, naturnahem Charakter in mittlerer Höhenlage. Flachland erscheint den Befragten eher ungeeignet zum Wandern, aber auch das Hochgebirge findet keine mehrheitliche Anerkennung als Wanderlandschaft.

Die Befunde der österreichischen Grundlagenstudie lassen sich aus langjähriger Wanderführer-Erfahrung dahingehend ergänzen, dass sich auch die bevorzugten Wege grundsätzlich unterscheiden. So sind klassische Spazierwege nicht nur erheblich kürzer und mit zahlreichen Wegweisern bestückt, sondern verfügen über regenharde Beläge und eine Vielzahl von Ruhebänken, verbinden geringfügige Steigungen mit viel Aussicht und berühren möglichst zahlreiche örtliche Sehenswürdigkeiten und gastronomische Betriebe.

Ideale Wanderwege führen dagegen rasch aus dem örtlichen Getriebe heraus, geben sich ferne Ziele und sind in dichter Folge mit Wandermarkierungen versehen, die bestenfalls an prominenten Kreuzungen durch Wegweiser unterstützt werden. Sie bevorzugen

schmale, ungehärtete Wege in naturnaher Landschaft, sind nur sporadisch mit Bänken und Rastplätzen möbliert und muten ihren Nutzern auch schon mal gewisse Unbequemlichkeiten zu.

Alles in allem ist das Spazieren eine zu jeder Zeit und an jedem Ort ausübbarer Alltagsaktivität, ein ebenso bequemer wie angenehmer Zeitvertreib: Man geht mal eben an

Profilstudie Wandern '00		Tab. 3
Unterschiede von Wandern und Spazieren		
Dimension	Wandern	Spazieren
Zeit	vorzugsweise halbtags	selten mehr als 2 Stunden
Länge	mehr als 5 km	wenige km
Tempo	zügig, ausdauernd	gemächlich
Stehpausen	wenig	viel
Wege	naturbelassen, schmal, mit Steigungen	bequem, befestigt, eher eben
Landschaft	Wald und Feld, ortsfrem, naturnah	ortsnah, parkartig,
Infrastruktur	markierte Wege, attraktive Fernziele, Hütten	Bänke, Blumenrabatte, Cafés,
Vorbereitung	Materialstudium, Planung	keine
Ausrüstung	wetterfeste Kleidung, Verpflegung, Orientierungs- und Notfallhilfen	Regenschirm, Mantel
Hauptmotive	Naturerlebnis, körperliche Herausforderung	Beine vertreten, frische Luft schöpfen
Charakter	echtes Freizeithobby Ausdauersport, Exploration	Ausgleich zum Dauersitzen, Zeitfüller

die “frische Luft” und “vertritt sich die Beine” – als Ausgleich für zu viel Sitzen oder Essen, als schlichter Zeitfüller an arbeitsfreien und natürlich besonders an Urlaubs-Tagen.

Demgegenüber kommt dem Wandern eine sehr viel eigenständigere, anspruchsvollere Funktion zu, und zwar sowohl in sportlicher wie landschaftlicher Hinsicht. Trotz großer Anhängerschaft ist der Natursport aus touristischer Sicht als “special interest” zu werten, ein ernstzunehmendes Hobby, in das erhebliche Geldmengen und viel Zeit (einschließlich großer Teile des Urlaubs) investiert werden. Nimmt man noch das gewandelte Publikum hinzu, so hat in den letzten Jahren offensichtlich so etwas wie eine Profilierung des Wanderns zu einer eigenständigen Natursportart stattgefunden, für die man sich angesichts eines breiten Spektrum von Freizeitalternativen ganz bewußt entscheidet.

Tab.2 zufolge haben wir es tatsächlich vorwiegend mit Wanderern zu tun. Das gilt sowohl objektiv wie subjektiv. 60% der Passanten hatten für den Tag der Befragung eine mindestens vierstündige Tour vor, im Schnitt lag der vorgesehene Zeitumfang bei ziemlich genau 4,0 Stunden. Wer die Tour als Wanderung begriff, hatte sich im Schnitt 4,8 Stunden eingeplant, die selbstdefinierten Spaziergänger 2,7 Stunden, also mehr als die Hälfte. Erneut fällt der quantitative Unterschied unerwartet gering aus.

Tourengestaltung

Eine der wichtigsten touristischen Fragen zum Thema Wandern ist die nach der Quelle von Wanderideen. Woran orientiert sich der Gast, wenn er Pläne für eine Tour schmiedet und sich damit letztlich auch auf eine Wanderregion festlegt? Wie kann man ihn in diesem frühen Entscheidungsstadium erreichen? Tab.4 gibt hierzu relativ eindeutige Auskünfte.

Profilstudie Wandern '00 Tourenplanung		Tab.4 Statistische Trends			
Ideengeber (%)		w	Alt	Bil	Region
Nutzung von Wanderempfehlungen und zwar	68			+	Te,R+ Th-
• von Bekannten	39		---		S+ R--
• aus Wanderbüchern	34			+	H,Te+
• von Gastgebern	12	-			H+ Te---
• aus Tourismusbüros	7				H+
Wanderplanung durch andere	10				Te+

Zwei Drittel aller Wanderer sind im Planungsstadium durchaus für Empfehlungen zugänglich, nur 10% überlassen die Vorbereitung komplett anderen. Als Tipgeber fungieren allerdings nur relativ selten Tourismusbüros oder Gastgeber, sondern vor allem Bekannte und Wanderbücher. Vermutlich unterstellt man den Repräsentanten der Region, als Berufsgastgeber weniger Berührung mit der Landschaft zu haben und/oder ein allseits geschöntes Bild der Wanderszene zu liefern.

Von daher vertraut man in erster Linie denjenigen, welche die Gegend unbefangen, womöglich sogar als Fremde, auf jeden Fall aber ohne geschäftliche Hintergedanken erkundet haben und von daher mit den notwendigen Informationen zugleich auch ein unvoreingenommenes Urteil vermitteln können. Das heißt aber nichts anderes, als dass auf der dominierenden Kommunikationslinie mit sachlichen Eindrücken zugleich auch Qualitätsurteile der Art "Es lohnt sich / nicht" weitergegeben werden. Auf diese Weise avancieren die Wanderqualitäten einer Region als solche - etwa mit Blick auf die Landschaft, Wege, Infrastruktur und Gastronomie - zum entscheidenden Werbe- bzw. Marketingfaktor. Wer sich darum, wie vielfach zu beobachten, nicht hinreichend kümmert, gibt sein bedeutendstes Vermarktungsinstrument aus der Hand.

Hat man sich für eine Tour entschieden, so kann man nicht immer einfach losgehen. Auf die jeweils aktuelle Wanderung zum Zeitpunkt der Befragung angesprochen, machte sich nur ein Viertel der Befragten unmittelbar von zu Hause bzw. der Unterkunft auf - obwohl die Erhebung in ausgesprochenen Tourismusregionen stattfand. Die überwiegende Mehrheit bediente sich eines Autos, um den ausgesuchten Startpunkt zu erreichen, während Bus und Bahn kaum in Anspruch genommen wurden. (Tab.5)

Ein touristisch bedeutsames Datum liefert auch die Frage nach der Anfahrtstrecke bis zum Ausgangspunkt der Tour. Aussagekräftiger als das arithmetische Mittel von 45 km ist im vorliegenden Fall der Median, also die Strecke, die mindestens 50% der Anreisenden zurückgelegt haben. Auch er dokumentiert mit 27 km eine bemerkenswerte Mobilität. Man

bleibt also keineswegs in Ortsnähe, sondern nimmt nicht unerhebliche Fahrtstrecken inkauf, um das Ziel seiner Wanderwünsche zu erreichen.

Der mittlere Mobilitätsradius ist so etwas wie ein Indikator für das Ausmaß einer faktischen Wanderdestination: Alle Ziele innerhalb dieses Radius liegen durchaus in Reichweite. Der Versuch, Wandergäste im lokalen Revier zu halten, ist ebenso vergeblich, wie es unsinnig wäre, die weiter entfernten Anfahrtsziele, so sie sich denn als "lohnend" erweisen (s.o.), nicht im eigenen Angebotsspektrum zu berücksichtigen.

Profilstudie Wandern '00 Anreise		Tab. 5	Statistische Trends			
Hinweg (%)			w	Alt	Bil	Region
zu Fuß losgegangen	25			+		R+++ Th+ Te- H,S--
PKW	71					H+++ S++ Te+ R,Th ---
Bus/Bahn	5					
mittlere Anfahrtsstrecke	km					
Durchschnitt/Median	45/27				+	H,R+++ Th--
Rückweg (%)						
zu Fuß zurückgegangen	89					H+ Te,Th-
davon auf anderen Wegen	75					R,S,Th+ H---
PKW von anderen abgeholt	3					
Bus/Bahn	5					
Übernachtung am Zielort	9					R++ S-

Danach gefragt, wie sie vom Ort der Befragung zum Ausgangspunkt der Tour zurückkommen, erweist sich die Rundwanderung als dominierende Tourenform. Denn fast 90% erreichten ihren Startpunkt zu Fuß, 75% auf einem anderen, die Runde schließenden Weg. Die wenigen Streckenwanderer nutzen Bus oder Bahn, werden von anderen abgeholt oder übernachten am Zielort. Allein aus diesen Zahlen lässt sich schließen, dass kaum mehr als 10% der Wanderer eine klassische Etappenwanderung im Sinne direkt aufeinander folgender Strecken mit Zwischenübernachtung absolvieren.

Profilstudie Wandern '00 Wegwahl		Tab.6	Statistische Trends			
Strecken (%)			w	Alt	Bil	Region
Bevorzugung vertrauter Wege	16					H,Te-
Bevorzugung unbekannter Wege	17			+	-	
Herumstreifen ohne Plan	20					R+ S-
Spontane Abweichung vom Plan	65			+		R+ Th-
davon oft/manchmal	17/82					Te,Th+ R-

Spielt bei Etappenwanderern Entdeckerfreude und Fernweh eine große Rolle, so wird man auch dem überwiegend rundwandernden Tagesgast eine gewisse Neugier nicht absprechen können. In der Tat bevorzugt nur jeder sechste Wanderer ausschließlich vertraute Wege, sei es aus Bequemlichkeit oder Unsicherheit. Der Rest will gerne auch unbekannte Passagen dabei haben. Ebenfalls ein Sechstel - darunter vermutlich vor allem die Trekker - legt sogar Wert darauf, möglichst nur unbekannte Strecken zu erkunden (Tab.6). Das Mini-

erlebnis neuer Perspektiven, die sich nach jeder Wegbiegung eröffnen, und die damit verbundene Hoffnung auf etwas Beeindruckendes oder gar Abenteuerliches macht offenbar einen wesentlichen Reiz des Wanderns aus.

Der Vorstoß in Neuland beinhaltet stets ein Moment von Ungebundenheit. Zwei Drittel der Wanderer nehmen sich unterwegs die Freiheit, von ihrem vorgefassten Plan abzuweichen, die meisten allerdings nur gelegentlich. Jeder Fünfte streift sogar "am liebsten einfach so durch die Landschaft". Das Angebot der vorausgedacht-beschilderten Wanderwege wird also nur begrenzt angenommen, die Verlockung, einmal der eigenen Nase nachzugehen zu können, ist groß.

Orientierung

Die in Deutschland per Gesetz sehr großzügig bemessene Freiheit der Wegwahl wird man in der Regel nur dann voll genießen können, wenn man auch in unbekanntem Gelände und bei unvermuteten Schwenks das Gefühl hat, sich nicht verlaufen zu können. Dieses Gefühl gründet sich in der Regel auf die potenzielle Verfügbarkeit von Orientierungshilfen, allen voran die Wanderkarte, aber auch die örtliche Beschilderung oder Wegebeschreibungen.

Profilstudie Wandern '00 Orientierung		Tab.7	Statistische Trends	
Hilfsmittel (%)				
Planung anhand der Karte	66	+	R,Te+ Th-	Te,Th+ R-
davon oft/manchmal	57/43			
Orientierung anhand von		++	-	Th++ Te---
• Wanderkarten	54			
• Markierungen	54			
• Wegweisern	40			
• Wegebeschreibungen	17			Te++ Th--

Tab.7 gibt einen Einblick in den faktischen Stellenwert der gängigsten Leithilfen für Ortsunkundige. Unter ihnen spielt die Wanderkarte eine führende Rolle. Schon im Wandervorfeld wird sie von rund einem Drittel der Befragten regelmäßig zur Tourenplanung herangezogen, ein zweites Drittel bedient sich ihrer gelegentlich. Auch unterwegs vertraut sich ihr die Mehrheit der Pfad-Finder an.

Die gleiche praktische Bedeutung kommt aber auch der Wegemarkierung zu. Die bislang großenteils von Wandervereinen übernommene Aufgabe der Wanderwege-Auszeichnung ist also eine unabdingbare Voraussetzung für ein gastegerechtes Wanderangebot. Darüber hinaus werden zusätzliche Wegweiser kaum weniger geschätzt - ein Umstand, dem abgesehen von großen Wanderdestinationen wie Schwarzwald, Sauerland oder Thüringer Wald viele kleinere Wanderfrischen bislang noch zu wenig Rechnung getragen haben. Demgegenüber spielen Wegebeschreibungen etwa in Form von Tourenbüchern oder Zettelware aus der Touristinfo nur eine untergeordnete Rolle.

Bohrt man in punkto Karten etwas genauer nach, so werden die Auskünfte spärlicher. Zwar hat die gute Hälfte der Befragten im letzten Jahr mindestens eine, im Schnitt sogar fast drei Wanderkarten gekauft. Auf die generelle Frage aber, welche Art von Karten der persönlichen Meinung nach die besten seien, blieb ein Drittel die Antwort schuldig (Tab.8). Der Rest entschied sich vorrangig für örtliche Wanderkarten - eine zwar in jeder Hinsicht naheliegende, sachlich aber in der Regel nur begrenzt gerechtfertigte Antwort, da gerade in diesem Marktsegment häufig unzuverlässige Billiganbieter zum Zuge kommen.

Profilstudie Wandern '00 Wanderkarten		Tab. 8			
Kartenmarkt		Statistische Trends			
		w	Alt	Bil	Region
Im letzten Jahr Karten gekauft?	57%		++		R+
Wenn ja, wieviel Stück?	2,8			+	
Welche Karten sind die besten?					
Örtliche Wanderkarten	66%			--	Th+++ R,Te-
Amtliche Karten	24%			+	S,Te,R+ Th--
Karten aus großen Verlagen	9%				
(Keine Antwort)	(33%)	+	-		
Bekannte Kartenverlage (offen)					
Kompass	6 %				
Falk	5 %				
Landesvermessungsämter	3%				
Haack	2%				
Atlasco, DAV	je 1%				
Freytag und Berndt					
Kümmerly und Frey					
Marco Polo, Mair					
Michelin, Perthes, R+V					
(Keine Nennung)	(76%)			--	Th+ Te-
Bevorzugter Kartenmaßstab					
1:25.000	33%		+		R,Te++ Th- H--
1:50.000	23%				H+++ S+ Te,Th-
dazwischen	15%		+		S+ H-
< 1:25.000	8%				
>1:50.000	4%				
Unsinnige Angaben	17%		--	-	Th+
(Keine Angaben)	(62%)	+		-	

Ein nicht unerhebliches kartografisches Kompetenzdefizit deutete sich bei der Bitte an, den Namen eines Kartenverlages zu nennen. Drei Viertel der Wanderer ließen die Frage aus. Unter die Antworten schlich sich überdies auch so mancher Autokartenverlag ein. Immerhin spiegeln die restlichen Nennungen die Konzentrationsverhältnisse auf dem Wanderkartenmarkt in etwa wider: Jede zweite Nennung betraf einen Verlag der marktbeherrschenden Mair-Gruppe.

Vollends offenbar wurden die Schwierigkeiten der Wanderer im Umgang mit ihrer bevorzugten Orientierungshilfe bei der auf Wanderkarten bezogenen Frage "Welchen Kartenmaßstab bevorzugen Sie?" Erneut übergangen fast zwei Drittel der Wanderer die Frage, nur ein Viertel hielt sich mit seinen Antworten im Rahmen gängiger Wanderkartenmaßstäbe.

Angesichts einer gleichwohl respektablen Käuferquote drängt sich die Vermutung auf, dass sich ein erheblicher Teil der kartographischen Druckwerke in Händen von ausgesprochenen Laien befinden, die damit im Ernstfall womöglich gar nicht zurechtkommen. Warum aber kaufen sie sie dann? Reicht es ihnen, wenn sie sich per Karte einen groben Überblick der Region verschaffen können? Oder vermittelt der Kartenbesitz schon als solcher jenes Gefühl von Sicherheit, dessen es bedarf, um seiner landschaftlichen Neugier auch in unbekanntenen Regionen freien Lauf zu lassen?

Wanderformen

Ein gängiges Klischee sieht den Wanderer vorzugsweise hochbepackt auf Großer Tour in Aktion. Dieses Bild ist in besonderem Maße unter Touristikern verbreitet, die überdurchschnittlich von Mehrtageswanderern um Rat und Hilfe gebeten werden und daher mit Vorliebe an entsprechenden Pauschalen basteln, während die Tageswanderer meist ohne derlei Zutat auf eigene Faust losziehen. Tab.9 gibt Auskunft darüber, in welchem Maße Wanderer tatsächlich dem Wandervogel-Ideal des Hinausziehens in die weite Welt nachhängen.

Profilstudie Wandern '00 Wanderinteressen		Tab. 9 Statistische Trends			
Mehrtages-Wanderungen (%)		w	Alt	Bil	Region
Organisierte Wanderwoche	22				Te+
organisierte Mehrtageswanderung	18		-	++	Te++
individuelle Mehrtageswanderung	25		-	+	S++ Th-
Etappen auf Europ. Fernwanderweg	26		++	-	S++ Te+ H,Th--
Wandern ohne Gepäck	46				Th+ S-
Themen-Wanderungen (%)					
Themen-Wanderung	15			+	
Fastenwanderung	6				
Pilgerwanderung	4				
Kombi-Wanderungen (%)					
Wandern und Radeln	42		--	+	S,Te+ Th-
Wandern und Kanu fahren	24		---	++	Te+ Th-
Wandern und Kultur	30			+	H+ Th-
Wandern und Schlemmen	20		--		S+ H-

Der Befund ist desillusionierend: Kaum mehr als ein Fünftel der deutschen Wanderer zeigt sich für eine organisierte Wanderwoche oder gar Mehrtageswanderung interessiert,

mit dem Prädikat "individuell" steigt die Sympathie auf ein Viertel. Unter Mitgliedern von Wandervereinen liegen diese Anteile nur wenig höher – das Maximum liegt bei 33% für eine organisierte Mehrtageswanderung. Selbst im traditionellen Wandermilieu erwärmt sich nurmehr eine Minderheit für diesen Wanderklassiker.

Die maximale Akzeptanz in Tab.9 erfährt das "Wandern ohne Gepäck". Allein schon der Umstand, dass Mehrtageswanderungen – und nur hierauf können sich die Pauschalen mit Gepäcktransport beziehen – lediglich halb so beliebt sind wie gepäckloses Wandern, deutet darauf hin, dass hier ein Missverständnis vorliegt. Tatsächlich ergaben Nachfragen, dass viele das Item allzu wörtlich genommen hatten, wen sie damit die Vorstellung einer Tageswanderung ohne Gepäck verbanden. Demnach wird man bei der Ausschreibung von Pauschalen den Gepäckservice in Zukunft genauer annonciieren müssen.

Noch weniger attraktiv als mehrtägige Touren erscheinen thematisch gebundene Wanderungen – insbesondere wenn es sich dabei um Fastenwanderungen oder Pilgerfahrten handelt, für die sich nur jeder Zwanzigste erwärmen kann. Auch dieser Befund relativiert das Bemühen vieler Anbieter, ihre Wanderprogramme über bloße Streckenvorschläge hinaus aufzuwerten - sie erreichen damit lediglich mehr oder weniger kleine Minderheiten.

Mehr Aufmerksamkeit scheinen dagegen die bislang noch raren Kombi-Offerten zu wecken, die Wandern mit anderen ausdauersportlichen Aktivitäten oder gar mit Entdeckungen auf kulturellem oder kulinarischem Gebiet verbinden. Besonders jüngere Leute können offenbar viel mit der Kombination von Wandern und Radeln anfangen, während Wandern und Kanu den meisten noch ungewohnt erscheint. Ob man kulturelle Sehenswürdigkeiten oder kulinarische Genüsse fest in ein Wanderprogramm einbindet oder nicht besser dem freien Zugriff anempfiehlt, steht angesichts der Reserven gegenüber Thementouren dahin.

Zurück zu Mehrtagestouren mit und ohne Gepäcktransport. Ein Großteil dieser Touren bedient sich markierter Fernwanderwege, über die nahezu jede Wanderlandschaft verfügt. Nicht selten in den ersten Jahrzehnten des letzten Jahrhunderts oder noch früher entstanden, spielen sie bis heute eine zentrale Rolle in der wandertouristischen Vermarktung vorzugsweise gebirgiger Urlaubsregionen. Ihr Erfolg als Marketing-Fokus hängt freilich davon ab, wie weit

sie eigentlich unter Wanderern bekannt sind. Angesichts des geringen Interesses an der Großen Tour wird man befürchten müssen, dass sich ihre Bedeutung in Grenzen hält.

Einen ersten Hinweis auf die Ausstrahlung von Fernwanderwegen liefert die offene Frage "Fallen Ihnen spontan Namen bekannter Fernwan-

Profilstudie Wandern '00		Tab.10	
Bekannte Fernwanderwege			
Rang	Weg	Anteil der Nennungen %	Nennungen ohne Anlieger %
1	Rennsteig	22	43
2	Europ. Fernwanderwege ges.	15	32
3	Westweg	6	7
4	E1	4	5
5	Hermannsweg	4	4
6	Eisenach-Budapest	3	
7	Jakobsweg(e)	2	
8	Ostweg	2	
9	Rheinhöhenweg	1	2
10	Sonst. Schwarzwaldwege	1	

derwege ein? Wichtigstes Ergebnis: Knapp 50% der Befragten sahen sich nicht in der Lage, auch nur irgendeinen Namen zu notieren. Das mag mehr sein, als nach den Zahlen von Tab.9 zu erwarten war, stellt dem Wandermarketing aber nicht unbedingt ein gutes Zeugnis aus, zumal ein nicht unbeträchtlicher Teil der Nennungen keine realen Fernwege betrafen.

Zweiter wichtiger Befund: Wie das Bekanntheitsranking der Tab.10 zeigt, sind die insgesamt 750 Nennungen recht ungleich verteilt. An der Spitze rangieren Rennsteig und Europäische Fernwege, nennenswerte Bekanntheitsquoten kann ein weiteres halbes Dutzend Trassen auf sich vereinigen, alle anderen Wege gehen im Rauschen vielfältiger Namen bzw. Ignoranz unter.

Die Schlagseite der Tab.10 verstärkt sich, wenn man in jeder Befragungsregion die dort heimischen Wege aus der Wertung herausnimmt. Das muss man schon deshalb tun, weil andernfalls das Bekanntheitsprofil von der Auswahl der Befragungsstandorte abhängig bliebe. Wege aus dem nahen Teutoburger Wald, Harz, Schwarzwald usw. hätten, da sie den dort Wandernden eher in den Sinn kommen oder überhaupt bekannt sind, einen Wahrnehmungsvorteil gegenüber solche aus der Sächsischen Schweiz oder dem Bayerischen Wald. Um diese "Eigennennungen" reduziert und auf über den regionalen Tellerand hinaus gehende "Fremdnennungen" beschränkt, verbleiben nach Ausweis der zweiten Spalte von Tab.10 lediglich sechs Wege im Blickfeld, wobei es sich bei den an zweiter Stelle "Europäischen Fernwanderwegen" überdies eher um eine Namenshülse handelt. Den Begriff "Fernwanderwege" der Fragestellung assoziativ reproduzierend, verfügen sie weder über spezifische Namen noch Markierungen und spielen als Produkte des grünen Tisches zumindest im deutschen Wandergeschehen bislang nur eine geringfügige Rolle

Damit gibt es in Deutschland nur einen Fernwanderweg mit überwältigender Ausstrahlung: Den Rennsteig über den Kamm des Thüringer Waldes. Er fand in allen Befragungsregionen vielfältige Erwähnung und stellt damit etwas dar, was andere Wege und speziell auch der Rothaarsteig noch werden wollen: Ein Art Wandermarke, ein weithin bekannter Weg, den jeder Wanderer, der etwas auf sich hält, vom Namen her kennt und vermutlich irgendwann auch begehen will oder schon begangen hat. Zugleich belegt er, dass es so etwas wie Marken auch auf dem Gebiet des Wandertourismus geben kann.

Nimmt man noch, den Europäischen Fernwanderweg Nr.1 aus den besagten Gründen auslassend, die beiden nächstplatzierten Wege Westweg (im Schwarzwald) und Hermannsweg (im Teutoburger Wald) hinzu, so fällt auf, dass es sich bei den Spitzenreitern unter den deutschen Fernwanderwegen gleichermaßen um Kammwege in der Längsausdehnung prominenter deutscher Waldgebirge handelt. Das eröffnet dem geplanten Rothaarsteig als Kammweg des Rothaargebirges beste Chancen, in diese Liga aufzusteigen, wenn er überdies den Traditionswegen gezielt den Anspruch der Wandermoderne entgegensetzt.

Alles in allem zufrieden

Den inhaltlichen Schwerpunkt der 2000er Profilstudie bildete die Bewertung der Wanderinfrastruktur: Was finden Wanderer draußen in der Landschaft attraktiv, was empfinden sie als störend? Da nach Ausweis der Reiseanalysen wie speziell auch der Profilstudie '99 der Genuss von Natur und Landschaft das entscheidende Motiv für einen Mittelgebirgsurlaub darstellt, entscheidet dieses Urteil maßgebend über Erfolg und Mißerfolg einer Wanderdestination am Urlaubsmarkt.

Dazu waren einige umfangreichere Fragenbatterien teils parallel in die beiden Bögen eingestellt worden. Um jedoch auf Nummer sicher zu gehen und mit den vorgegebenen Antworten wichtige Faktoren nicht zu übergehen, wurden diesen Batterien jeweils zwei offene Fragen vorangestellt, die die spontan-unbeeinflusste Kritik der Gäste, positive wie

negative, im konkreten Detail provozieren sollten. Diese wiederum wurden eingeleitet durch die Bitte um ein Pauschalurteil zu touristischen Erschließung der Landschaft bzw. zur Markierung der Wanderwege.

Genau genommen ging es bei diesen einleitenden Fragen nur um ein Warming up der Befragten, da man einerseits, um inhaltliche Vorprägungen zu vermeiden, offene stets vor geschlossenen Fragen platzieren muss, andererseits aber frei zu beantwortende Fragen zur Vermeidung von Antwortbarrieren besser nicht ganz an den Anfang eines Bogens setzt. Tatsächlich konnten auch im vorliegenden Fall die geschlossenen Aufwärmfragen nicht verhindern, dass rund die Hälfte der Befragten die darauf folgenden offenen Fragen übergang. Insofern gewannen die Pauschalbewertungen dann doch einen eigenständigen Stellenwert, indem sie ein vergleichsweise vollständiges Urteil über die generelle Zufriedenheit mit dem landschaftlichen Angebot und seiner Erschließung lieferten.

Auf den ersten Blick fällt das Urteil über die touristische Infrastruktur der betroffenen Mittelgebirgslandschaften recht wohlwollend aus (Tab.11). Rund zwei Drittel der Wanderer haben weder an der generellen Landschaftsererschließung noch am System markierter Wanderwege Nennenswertes auszusetzen. Dabei verteilt sich Kritik in punkto Landschaft gleichermaßen auf die Meinungen, es sei " teilweise schon zu viel des Guten getan worden " und "es könnte noch mehr getan werden". Was das Wanderleitsystem betrifft, so ist ein Fünftel der Meinung, "es könnten noch mehr Wege markiert werden", für ein Zehntel

Profilstudie Wandern '00 Tab.11 Allg. Beurteilung der Infrastruktur %		Statistische Trends w Alt Bil Region			
Touristische Erschließung					
der Landschaft allgemein <ul style="list-style-type: none"> • genau richtig • zu wenig / zu viel 	62 19/19			R+ H- Te+	
durch markierte Wanderwege <ul style="list-style-type: none"> • genau richtig • zu wenig / zu viel 	70 21/9	+	S+ R-		

dagegen "sind alles in allem schon zu viel Wege markiert". Die regionalen Abweichungen von diesen Quoten sind eher gering, speziell der Rothaarkamm kommt bei der Landschaftsererschließung signifikant besser, mit Hinblick auf die Wegemarkierungen dagegen schlechter weg.

Bei der Bewertung dieser Urteile ist einschränkend zu berücksichtigen, dass sie nur vergleichsweise punktuell für das jeweilige Umfeld der Befragungsorte und nicht etwa für die gesamten Urlaubsregionen gelten. Andererseits handelt es sich hierbei stets um die jeweiligen wandertouristischen Spitzenlagen, von denen anzunehmen ist, dass sie angesichts hoher Besucherfrequenzen eine besondere Pflege erfahren. Insofern dürfte andernorts die Zufriedenheit eher geringer sein. Angesichts dessen sind Akzeptanzquoten von Tab.11 eher als niedrig einzuschätzen. Aus anderen Untersuchungen wissen wir, dass Landschaft und Natur in der öffentlichen Einschätzung generell über einen Bonus verfügen. In Zusammenhang mit Urlaub liegen die diesbezüglichen Positivurteile meist bei über 80%. Aus dieser Sicht stellt der Umstand, dass jeder Dritte Besucher unserer bekanntesten Mittelgebirgs-Wanderwege mit dem Vorgefunden unzufrieden ist, eher einen Negativposten bzw. eine Aufforderung zur nachhaltigen Verbesserung der Wanderinfrastruktur dar.

Offene Kritik

Um so wichtiger ist es daher, Genaueres über die Steine des Anstoßes zu erfahren, aber natürlich auch über das, was Wanderer in der Landschaft als besonders positiv empfinden, um das zentrale touristische Kapital der Mittelgebirge ihrem Kernpublikum so optimal wie möglich präsentieren zu können. Diesem Zweck dienen die jeweils folgenden offenen Fragen sowie die anschließenden, im Detail nachfassenden geschlossenen Batterien.

Abgefragt wurden in den beiden parallel ausgegebenen Fragebögen die unmittelbaren positiven wie negativen Eindrücke von den jeweils erlebten und zuvor bereits pauschal bewerteten Landschaften bzw. Wegen in der Art "Was gefällt Ihnen an der Landschaft/an den Wanderwegen ganz besonders?" ... "Gibt es etwas, das Ihnen weniger oder gar nicht gefällt?" Hierzu spontan eigenständige Einfälle zu entwickeln, ist zweifellos anspruchsvoller als das bloße Ankreuzen vorgegebener Antworten, zumal man sich in einer ausgesprochenen Feriensituation befindet.

Von daher ist es bemerkenswert, dass nur etwa ein Drittel der Befragten sich einer positiven Äußerung zur Landschaft enthielten, während zu den Wegen etwa die Hälfte keine positive Anmerkung machen wollte oder konnte. Mit negativen Äußerungen hielten in beiden Bereichen etwa zwei Drittel hinterm Berge. Als Grund der Zurückhaltung kommen der fehlende Anlass zu Lob oder Kritik ebenso in Frage wie Unlust und Überforderung des Befragten. Ob also die Zurückhaltung bei Kritik darauf hinweist, dass die Mehrheit der Wanderer mit den vorgefundenen Zuständen zufrieden ist, bleibt offen. Ebenso viel hat die Vermutung für sich, dass viele Wanderer „Meckern“ als abträglich für ihr wanderbedingtes Wohlbefinden ansehen.

Eine erste Sichtung der dennoch abgegebenen Antworten führt zu zwei Erkenntnissen: Zum einen enttäuschen sie die Erwartung, auf diese Weise neue Stichworte und Themen für weiterführende Fragen aufsammeln zu können. Die Antworten beziehen sich – bis auf kuriose oder witzelnde Ausnahmen – durchweg auf geläufige Wandertemen mit allerdings von den Erwartungen oft abweichenden Nennungshäufigkeiten. Zum anderen überrascht, wie wenig die versuchte thematische Richtungsgebung der Fragen - Landschaft einerseits, Wanderwege andererseits - die Assoziation der Antworten tatsächlich kanalisiert hat. Jeweils ein hoher Prozentsatz der Befragten nannte wegebezogene Kriterien im Rahmen der Landschaftsfrage und umgekehrt, was die Deutung nahe legt, dass Wanderer ihr Wandererlebnis als Einheit empfinden, in der die wahrgenommenen Qualitäten von Landschaft und Wegen miteinander korrespondieren.

Allerdings messen Wanderer dem Anteil der Wanderwege an der Qualität der Landschaft offenbar wenig Gewicht bei: Nur knapp ein Zehntel aller positiven Antworten im Landschaftskontext beziehen sich auf die Wege. Umgekehrt jedoch scheint das positive Urteil über die Wege offenbar durch Landschaftsmerkmale stark mitbestimmt zu sein: Gegenüber den reinen Wegemerkmalen sind sie in den Antworten mehr als paritätisch vertreten. Bei aller Vorsicht, welche die Einschätzung solch abgeleiteter Daten verlangt, ist doch augenfällig, dass die Qualität der Landschaft für das Wanderpublikum vorrangige Bedeutung hat. Offensichtlich ist es die Schönheit einer Landschaft, die zum Wandern verlockt und den Hauptanteil am Wandererlebnis ausmacht. Gute Wanderwege werden indes als notwendige, aber keineswegs hinreichende Voraussetzung hierfür betrachtet.

Im negativen Urteil schlägt sich die Wegequalität erheblich deutlicher nieder: Knapp die Hälfte aller negativen Eindrücke im Landschaftserleben ist Mängeln an den Wanderwegen geschuldet. Dagegen werden in Zusammenhang mit der Wegequalität landschaftliche Störungen nur zu einem Drittel für Minderung des Wandererlebnisses verantwortlich gemacht. Eine als reizlos empfundene Wanderlandschaft kann folglich durch ein

gepflegtes Wegenetz nicht entscheidend aufgewertet werden. Ein vernachlässigtes Wegenetz hingegen tut einer als erlebenswert eingestuften Landschaft in der Akzeptanz durch Wanderer offenbar spürbaren Abbruch.

Die Ungleichgewichtigkeit der Verteilungen mag mit darauf zurückzuführen sein, dass Mängel an den Wanderwegen konkret näher erlebt werden und damit als eher vermeidbar und behebbar gelten als Landschaftsmängel. Regionale Abweichungen von den Mittelwerten der Gesamterhebung bestätigen die Annahme, dass die Häufigkeit der Nennungen in den Wegekategorien durchaus Rückschlüsse auf den Entwicklungs- und Erhaltungsstand des regionalen Wegenetzes erlaubt.

Quintessenz: Zur Akzeptanz einer Region durch Wanderer unabdingbar ist eine hohe Qualität der landschaftlichen Reize; ebenso nötig, aber allein nicht ausreichend ist eine hohe Qualität der Wanderwege.

Die starken Überschneidungen der Antwortbereiche in den beiden Fragebögen machten es nötig, die eher landschaftsbezogenen Äußerungen einerseits und die eher wegebezogenen andererseits - den Kontext der vorgegebenen Fragestellung oft ignorierend - aussageorientiert zwei neu sortierten Untersuchungsblöcken zuzuordnen. Auf der Basis der auf diese Weise thematisch homogenisierten Antwortfelder erfuhren die vielfältigen Bemerkungen der Wanderer eine thematische Ordnung. So wurden beispielsweise Nennungen wie „ursprünglich“, „unberührt“, „urwüchsig“, „naturbelassen“, unverfälscht“ u.ä. unter dem Stichwort „Ursprünglichkeit“ (der Natur) zusammengefasst. Um Quantifizierbarkeit und damit die Möglichkeit zur Gewichtung zu erreichen, erfuhren die so identifizierten Themen eine sukzessive Generalisierung, bis sich einige wenige Hauptkategorien herauschälten.

Landschaftsqualitäten

Die Qualitäten, die Wanderer an einer Landschaft zu schätzen wissen, lassen sich in sieben Kategorien ordnen:

- **Kulisse:** Unter diesem Begriff sind allgemeine Aussagen über den Charakter der Landschaft zusammengefasst: Abwechslungsreichtum, Vielseitigkeit, Aussicht, Panorama, offene Weiten usw.
Relief: Hier sind die Hinweise gesammelt, die sich auf die geologischen Eigenschaften der Landschaft beziehen: Bergig, eben, alpin, auf und ab usw.
Räumliche Vegetation: Auch diese Kategorie betrifft große landschaftliche Raumelemente - sie enthält alle Bezüge auf flächige Vegetationselemente wie Wald, Wiesen, Felder, Moore, Heiden usw.
Natur: Verstanden als belebte Natur vereint diese Kategorie Naturdetails botanischer wie zoologischer Art, aber auch allgemeine der Natur zugeschriebene Charakteristika: Rauheit, Wildheit, Natürlichkeit, Unberührtheit, Blumen, Tiere, pflanzliche Raritäten usw.
- **Empfindungen:** Unter diesem Begriff finden sich Kriterien des wörtlich und im übertragenen Sinn Atmosphärischen, also dessen, was menschliche Befindlichkeit bestimmt: Ruhe, Abgeschiedenheit, gute Luft, Sonne, Schatten, Farben, Regen, Geborgenheit, Vertrautheit, usw.

- **Kultur:** Dieser Sammelbegriff umfasst Aussagen, die kulturelles, historisches oder naturkundliches Interesse und Heimatverbundenheit als Grund für die Wertschätzung von Landschaft angeben.
Zivilisation: Die Kategorie enthält die Bezugnahme auf menschliche, als naturfern eingeschätzte Einwirkungen auf die „ursprüngliche“ Landschaft wie Straßenverkehr, Industrie, Mülldeponien, Siedlungsgebiete, Abfall, Forst- und Landwirtschaft usw.
- **Infrastruktur:** Hier sammeln sich die Kriterien, welche die über Wanderwege hinausgehende wandertouristische Erschließung betreffen: Hotels, Einkehrmöglichkeiten, Wanderparkplätze usw.

Positive Urteile

Die Verteilung der positiven Antworten auf die Hauptkategorien zeigt ein klares Profil: Die meisten - ein knappes Viertel der Gesamtzahl - entfallen auf die Kategorie "Kulisse", in der „landschaftliche Vielfalt“ und „weite Aussicht“ in etwa gleicher Häufigkeit als hochbewertete Qualitäten dominieren. Dichtauf folgt mit ebenfalls fast einem Viertel (23%) "räumliche Vegetation". Hier erscheint „Wald“ mit zwei Drittel der Nennungen gegenüber der Gesamtheit aller anderen Arten von Fluren als beherrschendes Element (Tab.12).

Profilstudie Wandern '00			Tab. 12					
Was an der Landschaft gefällt								
Rang	Merkmal	%	Regionale Differenzierung					
	Region⇔		SN	SS	Th	Te	R	H
1	Kulisse	24		+++	-	++		
	Abwechslung / Vielfalt	10	-			++		
	Aussicht / Panorama	9	+	+++	-		-	
	Charakter	5						
2	Räumliche Vegetation	23	--	--	+			
	Wald	16	-	--	+			
	Grün/Vegetation	3						
	Wiesen/Felder	2						
	Heide/Moor	1						
3/4	Natur	18	++					
	Ursprünglichkeit	17	++				-	
	Naturdetails	1						
3/4	Empfindungen	18		-		--	+	+
	Ruhe	10		-		-		
	Luft	3						
	Sonne/Schatten/Farbe	2						
	Naturgeräusche/Düfte	--						
5	Relief, Raumelemente	12				+		
	Gebirgigkeit	10						
	Gewässer	2						
6	Zivilisation	3						
7	Infrastruktur	1						
8	Kultur	--						
	Alles gut	2						

An dritter und vierter Stelle der Rangreihe folgen mit jeweils einem Sechstel die Kategorien "Natur", bei der „Ursprünglichkeit“ fast ohne Konkurrenz dominiert, und "Empfindungen", bei denen mit mehr als der Hälfte der Nennungen „Ruhe“ als wichtiges Kriterium hervorsticht. Abgeschlagen an fünfter Stelle mit 12% folgt "Relief". Hier dominiert „Gebirgigkeit“ als wichtige Eigenschaft mit drei Viertel aller Nennungen. Schlusslichter ohne große Bedeutung bilden die Kategorien "Zivilisation" (3%) und "Infrastruktur" (1%).

Angesichts dieser Beliebtheit natürlicher Elemente und einer daraus ableitbaren Tendenz zur Zivilisationsvermeidung beim Wandern erscheint der kleine Prozentsatz, der für positive Berührungen mit der Zivilisation übrig bleibt, verständlich. Eher bemerkenswert ist vielleicht, dass auch infrastrukturellen Einrichtungen wenig Bedeutung zugemessen wird. Diese Tatsache kann wohl als Fingerzeig gewertet werden, dass in diesem Bereich oft schon zuviel inszeniert worden ist. Hervorzuheben ist auch die verschwindend geringe Zahl von Antworten, die ein Wandergebiet wegen ihrer Geschichts- oder Kulturträchtigkeit bzw. wegen eines wie-auch-immer-kundlichen Interesses aufwerten. Die aufwendige Anpreisung kultureller Glanzlichter in Werbung und Selbstdarstellung, die Investitionen der letzten Jahrzehnte in Lehrpfade und „Bildungswanderwege“, die Einrichtung von Skulpturenwanderwegen oder Verbindungspfaden zwischen Museen und Kulturstätten entsprechen offenbar nicht in gleichem Umfang den Bedürfnissen des Wandergastes, dem es vor allem um Natur und Landschaft geht. Soweit er an Kulturellem interessiert ist, bezieht sich das, wie frühere Untersuchungen gezeigt haben, eher auf das Urlaubsprogramm außerhalb der Wanderungen, nicht jedoch auf die Wege.

Wenn man unter den am häufigsten genannten Einzelkriterien eine Rangreihe aufstellt, ergibt sich ein neues, aufschlussreiches Bild: Auf nicht mehr als sechs Qualitäten verteilen sich knapp drei Viertel aller positiven Urteile. An erster Stelle steht hier „Ursprünglichkeit der Natur“ mit 17%-Punkten, an zweiter folgt dichtauf mit 16% „Wald“. Die übrigen vier stehen gleichrangig auf Platz 3 bis 6 mit je 10%: „Gebirgigkeit“, „landschaftliche Vielfalt“, „weite Aussicht“ und „Ruhe in der Natur“. Hiervon abgesehen wird den übrigen Natureindrücken eine geringe sinnliche Bedeutung beigemessen wird. Offenbar gelten sie als im Naturerlebnis selbstverständlich eingeschlossen. Dann aber muss die häufige, ausdrückliche Nennung von Ruhe mit einem großen Ausrufezeichen versehen werden: Unübersehbar kommt hier der Überdross an der zivilisatorischen akustischen Reizüberflutung und das starke Bedürfnis, ihr zu entfliehen, zum Ausdruck.

Dieses Profil deckt sich weitgehend mit den Einsichten der Landschaftspsychologie und belegt, dass der Wanderer in der Landschaft weniger Kurzweil, Unterhaltung und das modische Event sucht, als vielmehr Abstand und Rückzugsmöglichkeit vom stressigen Alltag. Für eine aufs Wanderpublikum abzielende Touristik bedeutet das, sich tunlich davor zu hüten, über dem Bestreben, die Landschaft leicht zugänglich und konsumierbar zu machen, die Grundqualitäten, die überhaupt erst die Menschen ins Land hineinziehen, durch zuviel raumgreifenden Komfort zu beeinträchtigen. Ein forscher Ausbau zur Erlebnisindustrie wäre ein folgenschwerer Irrtum, weil die Ressource Natur in diesem kaum umkehrbaren Prozess verloren ginge. Er wäre zudem - angesichts der mächtigen und konsequenter auf schnelle Konsumierbarkeit orientierten Konkurrenz der schon etablierten, leicht erreichbaren Unterhaltungshochburgen - zudem unprofitabel.

Statt uneinholbaren „Trendsettern“ hinterher zu hecheln, muss es heißen, sich auf eigene Stärken zu besinnen und sich an die Spitze des Trends zum unverfälschten Naturerlebnis zu setzen. Es gilt daher, sich auf die Gratwanderung einzulassen, die zweifellos nötige Verbesserung der Infrastruktur so unaufdringlich und mit soviel optischer Zurückhaltung umzusetzen, dass die heimische Landschaft für Wanderer leichter zugänglich wird, ohne dadurch zugleich das unmittelbare Erlebnis von intakter Natur zu beeinträchtigen; Mit Ge-

schick und Behutsamkeit lässt sich dieses Erlebnis durch weitere Erschließung sogar intensivieren. Zur Debatte steht also keineswegs ein Sich-selbst-Überlassen der „wilden“ Landschaft, sondern behutsame Pflege. Wie unverzichtbar nötig diese ist, wird bei der Darstellung der negativen Bewertungen deutlich.

Negative Urteile

Die überragende Bedeutung einer natürlichen, intakten Landschaft für Wanderer spiegelt sich in Umkehrung im Gesamtbild der negativen Urteile. Alles, was den Eindruck unverfälschter, harmonischer Natur irritiert, stört das Wandervergnügen.

Mit mehr als der Hälfte aller Angaben (56%) wird die Hauptursache für Störungen nicht in irgendwelchen Unzulänglichkeiten der Landschaft, sondern in der Konfrontation mit zivilisatorischen Einflüssen und Rückständen gesehen (Tab.3). Durch sie fühlen sich die Besucher immer wieder aus der erreicht geglaubten schönen, heilen Welt herausgerissen und vom stressigen Alltag eingeholt.

Profilstudie Wandern '00		Tab. 13						
Was in der Landschaft stört								
Rang	Merkmal	%	Regionale Differenzierung					
	Region⇒		SN	SS	Th	Te	R	H
1	Zivilisation	56	---		-			+++
	Müll	41	---	--		-		+++
	Holzfällerei verspermt	7	+		+			
	ausgebaute Straßen	2				+		
	Lärm	2						
	Hotel- und Wohnbauten	2		+++				
	Technische Bauten	1				+		
	Skilifte / -Pisten	1		+				
2	Räumliche Vegetation	15	++		--	-		+
	Mängel am Wald	13	+		-	-		+
	Waldsterben	5						++
	Ungepflegte Wälder	5	+++					
	Monokulturen	2					++	
3	Infrastruktur	11	-	+				-
	Tourismus / zu erschlossen	4		+				
	zu wenig Gastronomie	1						
	Befahrbarkeit der Wege	1				+		
	Kartenmängel	1				+		
4	Kulisse	9	-		+++	+	-	
	Fehlende Aussicht	9	-		+++	+	-	
5	Relief	1						
6	Empfindungen	1						
7	Natur	--						
	Alles OK	8		++				

Fast drei Viertel dieser ärgerlichen Zivilisationsberührungen sind allein dem Antreffen von Abfällen und Müll in der Natur angelastet. Gemeint sind vor allem die alltäglichen, achtlosen Hinterlassenschaften der Landschaftsbesucher. Gelegentliche Hinweise auf die

mutmaßlichen Verursacher zeigen die Tendenz, alle anderen, nur nicht das Wanderpublikum selbst dafür verantwortlich zu machen. Unter den restlichen angeführten Störungen in dieser Kategorie dominiert mit immerhin noch 7% Prozent die Holzfällerei im Wald, wobei die „Vernichtung“ des Baumbestandes und die Versperrung des freien Waldzugangs als zusammengehörige Übel erscheinen.

Auf die räumliche Vegetation bezieht sich ein Sechstel (15%) aller Kritik, wobei der Wald - wie schon bei den positiven Wertungen - mit 13% dominiert: Mängel am Wald werden als gravierendes Manko empfunden und prägen sich der Erinnerung stark ein. Rang drei mit 11% erreichen die infrastrukturellen Unzulänglichkeiten, wobei sich in diesem Bereich ähnlich wie in der geschlossenen Eröffnungsfrage eine Spaltung innerhalb des Wanderpublikums abzeichnet. Denn bemängelt wird nicht nur ein Zuwenig an Infrastruktur, sondern mit mehr als einem Drittelanteil auch ein Zuviel. Den vierten nahezu gleich hohen Rang mit 9% nimmt die Kategorie "Kulisse" ein. Hier wird offenbar, dass fehlende Aussicht - der praktisch einzige gehäuft genannte Mangel in diesem Sektor - die Wertschätzung einer Landschaft nachhaltig mindern kann.

Überraschenderweise entfallen auf die Kategorien Relief, Empfindungen und Natur keine nennenswerten negativen Äußerungen. Dass kaum Kritik an fehlendem Relief geübt wird, liegt sicher daran, dass die Erhebung in den Kammlagen großer Mittelgebirge stattfand, denen es daran natürlicherweise nicht fehlt. Gelegentliche Kritik an zu viel Steilheit bezieht sich eher auf die Wegführung. Wer Mittelgebirge zum Wandern aufsucht, erwartet Relief als Grundqualität.

Wegequalitäten

Sieben thematischen Kategorien ordnen sich die Antworten zu, die Urteile über die Qualitäten der Wanderwege enthalten. Dies sind:

- **Format** fasst Aussagen über Typus und Art der Wanderwege zusammen wie etwa Waldweg, Wiesenweg, Bergpfad, Holzabfuhrweg und bequem, gepflegt, schmal, naturbelassen. Nicht unter diese Rubrik fallen alle Antworten, die sich speziell auf die Beschaffenheit des Bodens unter den Füßen selbst beziehen; diese bilden eine eigene Kategorie:
- **Basis** erfasst alle Angaben zum Zustand der Wegdecke, zu Befestigungsgrad, zu Belag und Untergrund, also etwa Schotter, Teer, steinig, unbefestigt, sumpfig, weich, federnd.
- **Leitsystem** enthält Stellungnahmen zu allen Maßnahmen, die der Wandererlenkung und der Orientierungshilfe dienen wie Markierung, Wegweisung, km-Angaben oder Gezeitinweise, Rundwanderwege, Vernetzung der Wege.
- **Inszenierung** bildet den Sammelplatz für Äußerungen zur Wegführung, d.h. hier erscheinen die Urteile über die Erlebnisqualität der angebotenen Wanderwege, etwa ob landschaftliche Besonderheiten und Schönheiten den Wanderern erschlossen werden oder inwieweit Steilheit und Verteilung von An- und Abstiegen auf die Leistungsfähigkeit und das Genussbedürfnis der Wanderer abgestimmt sind.
- **Kontakte** fasst die Aussagen zu den Begegnungen und dem Verhalten auf den Wanderwegen zusammen - zum einen der Wanderer selbst untereinander, zum anderen mit sonstigen Wegbenutzern wie Motorfahrzeugen, Fahrradfahrern oder Reitern.

- **Möbliering** steht als Sammelbegriff für alle baulichen Einrichtungen am Wege, die dem Schutz bzw. dem Komfort der Wanderer dienen, so etwa Ruhebänke, Schutzhütten, Picknickplätze, Abfallbehälter, Toiletten.
- **Erscheinungsbild** schließlich vereint in sich alle Antworten, die auf den allgemeinen Eindruck und den Pflegezustand der Wege und ihrer Ränder Bezug nehmen.

Positive Urteile

Fast ein Drittel aller positiven Meinungsäußerungen bezieht sich auf das Thema Wegebasis. Vereint mit der Kategorie Wegeformat, die mit einem Sechstel Platz drei der Rangreihe einnimmt, bezieht sich so knapp die Hälfte aller Äußerungen auf die substantiellen Gegebenheiten der Wege (Tab.14).

Rang		Merkmal	Regionale Differenzierung						
		Region ⇨	%	SN	SS	Th	Te	R	H
1	Basis		31	++			+	+	
	Naturbelassen/weich/fußfreundlich		22	++			++		
	Ausgebaut / befestigt		9					+	
2	Leitsystem		19		-			++	-
	Gut ausgeschildert		6			+			
	Gut markiert		6					++	
	Wegenetz /-vielzahl Gute km-Angaben		5 2	+					
3	Format		15		++		-	-	+
	Gut gangbar / bequem		9		+		-	-	++
	Pfade Waldwege		4 2		+				
4	Erscheinungsbild		11			+			
	Gepflegter Zust. /sauber		11			+			
5	Inszenierung		9		+				
	Wegführung schön Abwechslungsreich / ausgewogen		6 3						+
6	Möbliering		5			+			
	Rastplätze		3			+			
	Toiletten		--						
7	Kontakte		2						
	Alles gut		8						

Allerdings zeigt sich hier eine deutliche Lagerbildung mit unterschiedlicher Interessenausrichtung: Während etwa ein Zehntel der Befragten eine ausgebaute, wetterfeste oder leicht begehbare Wegdecke fordert, plädieren doppelt so viele für weiche, federnde, fußfreundliche und natürliche Untergründe. Eine ähnliche Fraktionierung der Wanderer fällt auch beim Thema Format auf, wo die gut gangbaren, bequemeren Wege doppelt so häufig wie die wilderen Pfade gelobt werden. Das macht bei der Anlage und Auswahl von Wanderwegen eine abwechslungsreiche Mischung der Eigenschaften nötig, die die unterschiedlichen Wünsche berücksichtigt. Da ausgebaute Forst- und Flurwege und befestigte Wegede-

cken in reichem Maße unsere Landschaften durchziehen, wird man vor allem verstärkt darauf achten müssen, einen genügend hohen Anteil von Wegen mit federnden, weichen Untergründen und von gewundenen Strecken mit Abenteuercharakter zu erschließen.

Die Vorzugsstellung bequemerer Wege vor den Pfaden in der Rubrik Format sollte nicht fehlinterpretiert werden als Widerspruch zu den Aussagen hinsichtlich der Basis. Zum einen bezieht sich die Frage auf den Ist-Zustand, der durch ein faktisches Defizit an Pfaden gekennzeichnet ist. Überdies sind "gut gangbar" und "bequem" recht allgemeine Wertungen, die nur auf den Wunsch schließen lassen, hindernisfrei und ohne zusätzliche Erschwernisse zu wandern. Formate stärkeren Ausbaus werden nur vereinzelt (weit unter 1%) genannt, Bezeichnungen wie „Forstweg“ oder „breiter Weg“ tauchen kein einziges Mal auf.

Den zweiten Rang mit etwa einem Fünftel der Äußerungen nimmt das Wanderleitsystem ein, was einen überraschend deutlichen Hinweis darauf gibt, wie positiv gute Markierung und Ausschilderung, bzw. allgemein eine wandergerechte Erschließung der Landschaft dem Publikum auffallen. Hier wird sichtbar, wie viele Pluspunkte im Wanderbereich mit dem überlegten Einsatz vergleichsweise geringer und preiswerter Mittel einzuheimsen sind.

Mit jeweils etwa 10% werden dem Erscheinungsbild der Wege, insbesondere ihrer Gepflegtheit und Sauberkeit sowie einer guten Inszenierung der Wanderwege etwa nach den Kriterien Schönheit und Abwechslungsreichtum. Anerkennung gezollt. Mit nur 5% wenig Aufmerksamkeit findet beim Wanderpublikum die Möblierung der Wege, bei der die Einrichtung von Rastplätzen (3%) noch am meisten geschätzt wird. Keinerlei positive Bedeutung erlangen die Kontakte beim Wandern. Begegnungen mit anderen - über den Kreis der eigenen Mitwanderer hinaus - machen offenbar das Wandererlebnis nicht attraktiver. Dass die Erhebung dieser Studie, um eine genügend große Stichprobe zu erreichen, an besonders lebhaft besuchten Plätzen stattfand, mag eine solche Tendenz zur Geringschätzung von Begegnungen zu verantworten haben.

Negative Urteile

Unter den negativen Auffälligkeiten rangieren als unerfreulich erlebte Kontakte an vorderster Stelle. Mehr als die Hälfte davon betreffen nicht wandernde Mitbenutzer der Wege. Unter diesen haben wiederum die Biker mit 9% das Übergewicht, ihnen folgen Autos bzw. Kräder mit 6% und Reiter mit 1%. Angesichts der Tatsache, dass Kraftfahrzeuge nur auf kurzen Passagen der Wanderwege zugelassen und auf Kfz-gesperrten Feld- und Forstwegen nur selten unterwegs sind, ist die Störung, die dort von den Fahrzeugen ausgeht, bei dieser Prozentzahl gar nicht hoch genug einzuschätzen. Viel häufiger allerdings sind Begegnungen mit Bikern, mit denen überall zu rechnen ist. Mit ihrer Geschwindigkeit und technischen „Bewehrung“ nötigen sie die Wanderer - auch ohne sonderlich rücksichtsloses Verhalten der Fahrer - generell zur Einräumung von „Vorfahrt“. Kein Wunder also, dass die Wegemitbenutzung durch Biker als enorme Beeinträchtigung empfunden wird.

Einen ebenso hohen Störungsfaktor mit gleichfalls 9% bildet eine Ballung von Fußgängern. (Auf den Einfluss, den hier die Wahl der Befragungsorte auf die Quote genommen haben mag, ist schon weiter vorne hingewiesen worden.) Dabei ist neben dem Anstoß an unangemessenem Benehmen, wie es innerhalb größerer Ansammlungen immer wieder auftritt, allein das Faktum des Überlaufen-Seins Anlass zu Kritik. Man möchte die Natur lieber für sich allein genießen.

Als Fazit ist anzumerken: Bei aller Notwendigkeit von Besucher-Lenkung in stark frequentierten Regionen muss darauf geachtet werden, dass Platz für individuelle Entfaltung bleibt. Je größer die Zahl der Wanderer, umso enger muss das Wegenetz geknüpft

werden, um so denen, die danach suchen, eine Chance zur Erwanderung stillerer Bereiche zu wahren.

Fast gleichauf mit den Kontakten steht mit mehr als einem Viertel der Nennungen das Leitsystem in der Negativliste. Die Kritik verteilt sich dabei auf drei Mängel: Völliges Fehlen von Wegweisern (7%), mangelhafte oder fehlende Markierung (8%) und fehlerhafte und irreführende Angaben auf Wegweisern (10%). Die Wichtigkeit eines guten Leitsystems, wie sie schon bei den Positivurteilen hervortrat, wird hier eindrucksvoll bestätigt. Wanderer erwarten nach ihrer Entscheidung für einen bestimmten Wanderweg, sich ihm anvertrauen zu können und zuverlässig und ohne Orientierungsmühen ihren Weg zu finden. Ständige Unsicherheit oder gar Verlaufen verdirbt das Wandervergnügen gründlich.

Rang		Merkmal	%	Regionale Differenzierung					
		Region⇒		SN	SS	Th	Te	R	H
1	Kontakte		27				---		+
	überlaufen / störendes Benehmen		9		+				++
	Mitbenutzung Biker		15			+	-	-	
	Autos		9				-		
	Reiter		6	+					
	Hunde		1				+		
			2						
2	Leitsystem		26		--	--		++	--
	falsche Angaben		10		-	-			-
	Mangelhaft markiert		8					+	-
	Wegweiser / Schilder		7		-				
3	Basis		18			+	+++	-	
	Zu stark befestigt		10	+	+		+++		
	Schotter		6	+		+	+		
	Teer/ Beton		4		++		+		
	Forstlich zerfahren		5			++			
Unbefestigt / sumpfig		2							
4	Möblierung fehlt		16					++	
	Mülleimer		10		+				
	Bänke / Rastplätze		6		-				
5	Format		7		+				+
	Zu ausgebaut / breit		5		+				+
	Auf/neben Straßen		2						
6	Inszenierung		1				+		
7	Erscheinungsbild		1						
	Insgesamt OK		3						

Mit einem knappen Fünftel der negativen Nennungen ist das Thema Wegebasis be-
 dacht. Mehr als die Hälfte der Äußerungen beziehen sich dabei auf eine zu starke Befesti-
 gung der Wegdecke, wobei 6% auf Schotter und 4% auf Teer oder Beton entfallen. Über die
 Zerstörung der Gangbarkeit des Weges durch Fahrzeuge - wobei als Verursachung in fast

allen Fällen Holzfall- und Rückarbeiten verantwortlich gemacht werden - beschwerten sich 5% und über mangelnde Befestigung und Sumpfigkeit nur 2%. Diese Zahlen sprechen eine klare Sprache zugunsten unbefestigter Wanderwege; die deutliche Abneigung gegen zerfahrene Wege kann, da dies als zivilisatorischer Eingriff identifiziert wird, nicht gegen die Beliebtheit naturbelassener Wege geltend gemacht werden.

Ein Sechstel der Kritik entfällt auf mangelhafte Möblierung, besonders oft gerügt mit 10% wird das Fehlen von Abfallbehältern und Versäumnisse bei deren Leerung. Mangel an Bänken und Ruheplätzen mit 6% ist ein weiterer Kritikpunkt. Abfallbehälter am Wege - vor allem an Rastplätzen - werden offenbar als selbstverständliche Grundausstattung betrachtet, die dazu beiträgt, die Umgebung sauber zu halten. Die verbreitete Vorstellung, Wanderer durch Entfernen der Müllbehälter zur Abfallmitnahme erziehen zu können, scheint auf wenig Widerhall zu stoßen. Eine erfolversprechende Problemlösung ist so wohl kaum zu erreichen.

Während die Bedeutung, die Rastplätzen und Bänken beigemessen wird, etwa dem Ergebnis bei den Positivantworten entspricht, ist die Kritik bezüglich unzulänglicher Müllentsorgungsmöglichkeiten auffällig, da doch gleichzeitig die Anerkennung einer guten Ausstattung im Bereich der Positivantworten ausbleiben scheint. Dieser Eindruck täuscht, da dort ein sauberes Erscheinungsbild der Wege mit 11% durchaus Lob einsammelt, wenn diese Sauberkeit auch nicht ausdrücklich auf das Vorhandensein von Entsorgungsmöglichkeiten zurückgeführt wird.

Als fünfte und letzte Kategorie von einiger Bedeutung erweist sich mit 7% das Thema Format. Hier werden mit 5% zu starker Ausbau und Breite der Wege und die Routenführung auf und neben Straßen mit 2% gerügt. Eine Kritik an naturnahen und pfadähnlichen Formaten fehlt ganz. Dieses Ergebnis bestätigt die Feststellungen und Wertungen zum Thema Format in der Positivliste.

Was beim Wandern stört

Die geschlossenen Fragen zum Thema Frust beim Wandern vereinen und verdichten das bereits in den offenen Fragen artikulierte Unbehagen. Als Hauptstörfaktoren erscheinen in Tab.16 Problemkomplexe, die schon in Tab.13 (Landschaft) und Tab.15 (Wege) an der Spitze standen: Zivilisationsbedingte Beeinträchtigungen und Defizite im Wanderleitsystem. Die Störquoten liegen allerdings schon deshalb höher als in den Vorgängertabellen, weil sie auf die Gesamtzahl der Befragten und nicht auf die der Nennungen bezogen sind: Die Nennungsquoten können nur in der Summe 100% erreichen, während die der Befragten auch für sich genommen auf diesen Wert kommen können, wenn sich diese einig sind.

Das scheint in der Frage des Mülls der Fall zu sein. 95% der Wanderer fühlen sich durch "herumliegenden Abfall" sehr irritiert, nur 1% scheint er nicht zu stören. Das ästhetische Empfinden scheint in der Natur also durch die ihres Verwendungszweckes beraubten Relikte der Zivilisation besonders empfindlich getroffen zu werden. Als kaum weniger ärgerlich wird es aber auch empfunden, wenn man in einem natürlichen Umfeld vom Verkehr verfolgt wird – sei es direkt oder nur durch dessen Lärmemissionen. Aus negativer Sicht dürfte eine der wichtigsten Anliegen an die Planer von Wanderwegen also darin bestehen, Abstand zu Verkehrswegen zu halten.

Als Dritter im Bunde der Gästeschrecke weist Tab.16 ein unzureichendes Wanderleitsystem aus. Sich in unbekannter Landschaft zu verlaufen, ja schlimmer noch regelrecht

in die Irre geführt zu werden, weckt bei Wanderern offensichtlich Urängste, egal ob dafür Wegweiser oder Wanderkarten verantwortlich sind. Mit lediglich ausgedünnten Wandermarkierungen kommt dagegen die Hälfte der Befragten noch einigermaßen zurecht.

Zu den gravierenden, wenn auch nicht auf totale Abwehr stoßenden Defiziten gehören ungepflegte Rastplätze, die man hoffnungsvoll ansteuert, dann aber nicht nutzen kann. Im Fünfzigprozentbereich liegt auch das Frustranzpotential, das von Ortsstraßen und Asphaltwegen ausgeht. Hier reproduziert sich die Verkehrs-Aversion bereits auf der potenziellen Ebene, was die Wanderfreude stärker zu beeinträchtigen scheint als die mit zerfahrenen Wegen verbundenen Beschwerlichkeiten. Noch weniger lassen sich Wanderer durch häufiges bergauf und bergab oder lange Hochwaldstrecken abschrecken, auf wenn drei Viertel von ihnen davon auch nicht gerade begeistert sind

Profilstudie Wandern 2000 Was beim Wandern stört		Tab.16 Statistische Trends			
Das stört mich sehr/etwas (%)		w	Alt	Bil	Region
herumliegender Abfall	95/ 4				
Autoverkehr auf den Wegen	87/12				
Motorradlärm	86/10		+		
Geräuschpegel einer Schnellstraße	77/19	+	++	-	
irreführende Wegweiser	86/12				
fehlerhafte Wanderkarten	71/24				R+
dünn gesäte Wandermarkierungen	35/47				
Ungepflegte Hütten und Bänke	58/36		++	-	Th+ Te-
Lange Strecken durch Ortschaften	51/39				H+
Längere Wegstrecken auf Asphalt	46/45		++		
Zerfahrene Wege	39/46		++		Th++ Te- R--
häufiges bergauf und bergab	5/21				
lange Hochwaldstrecken	4/26				Te+
Mountain-Biker	30/38		+++	-	Th-
Radfahrer	21/44		+	-	H,S+ Te,Th-
Reiter	17/30	-	++		S-
entgegenkommende Wandergruppen	5/22				H+ Th-
"Beim Wandern möchte ich möglichst wenig Menschen begegnen"	48		-	++	R++ Th---
Regenschauer	16/44	+		-	R+ Th-
Nieselregen	9/35				Te--
dünne Schneedecke	2/17				
Hitze	13/50	+			
Verhaltenshinweise durch Förster oder Jäger	10/22				

Die immer wieder als Störenfriede par excellence beschworenen Mountainbiker führen dagegen nur die zweite Hälfte der Wanderärgernisse an: Ein Drittel erregt sich heftig, ein Drittel moderat darüber, ein weiteres Drittel hat damit keine Probleme. Noch weniger ungünstig sieht die Bilanz für Radfahrer und Reiter aus. Immerhin erstaunlich hohe 78% fühlen sich mehr oder weniger durch entgegenkommende Wandergruppen belästigt, nur 5% allerdings in hohem Maße. Ganz offensichtlich will man unterwegs so weit wie

möglich unter sich bleiben. "Beim Wandern möchte ich möglichst wenig Menschen begegnen" meint fast jeder Zweite.

Bleibt noch das Wetter als Dauerrisikofaktor des Wanderns, das je nach Art und Grad der Feuchtigkeit oder Temperatur mehr oder weniger gelassen hingenommen wird. Dasselbe gilt für nörgelnde Förster oder Jäger, über die sich im seltenen Ernstfall nur jeder Zehnte wirklich aufregt, auf wenn sie den meisten auf den Nerv gehen.

Hierarchie der Wanderziele

Jede der beiden Fragebogenvarianten enthielt einen Block mit der einleitenden Anregung: "Stellen Sie sich vor, Sie erfahren während der Wanderung, dass es abseits der geplanten Strecke ein attraktives Wanderziel gibt. Für welches Ziel würden Sie einen Umweg in Kauf nehmen?" Die jeweils 15 zur Auswahl gestellten Ziele waren nach den drei Kategorien "kein Umweg", "kleinerer Umweg" und "größerer Umweg" einzustufen. Mit der fiktiven Mühe, die man hierfür in Kauf zu nehmen bereit ist, erhält man relativ konkrete Anhaltspunkte für die Anziehungskraft der genannten Ziele.

Tab.17 gibt einen Überblick über die Anteile derer, die zu größeren und kleineren Umwegen bereit sind. Die fast durchweg recht hoch erscheinende Umwegbereitschaft relativiert sich allerdings dadurch, dass nicht alle Befragten jedes der 30 Ziele bewertet haben: Im Schnitt blieben die Zielelemente zu 20-30% ohne Kommentar, die Prozentzahlen beziehen sich nur auf die Summe der Antworten.

Selbst wenn man dies berücksichtigt, bleibt gleichwohl festzuhalten, dass das Besondere am Wegesrand einen hohen Stellenwert beim Wandern hat. Denn die meisten der vorgegebenen Zielalternativen sind für mindestens drei Viertel derer, die sich dazu geäußert haben, ein paar Extrameter wert. Ein guter Wanderweg muss demnach erheblich mehr als nur Natur pur bieten.

Kaum weniger bedeutsam ist der Befund, dass sich die auf zwei Bögen kunterbunt verstreuten Ziele in der statistischen Zusammenfassung zu unerwartet geschlossenen Themenblöcken ordnen. Ganz offensichtlich gibt es unter Wanderern recht klare Grundvorstellungen davon, was eine Wanderlandschaft interessant macht. Dabei lassen sich in der groben thematischen Gliederung vier Akzeptanzstufen unterscheiden:

1. An der Spitze stehen mit etwa gleich hoher, in der Regel über 80% liegenden Gesamtakzeptanz drei eindeutig landschaftsbezogene Themenkomplexe:
 - Gewässer aller Art, allen voran Wasserfälle, aber auch Moore, Teiche und Quellen;
 - herausfordernd-abenteuerliche Landschaftselemente wie Höhlen, Schluchten und Felspfade; lediglich der Abenteuerpfad kommt schlechter weg;
 - Aussichten von hochgelegenen Wegen, Gipfeln oder Türmen - ein für Deutschlands große Kammwege besonders erfreuliches, aber auch verpflichtendes Ergebnis.
2. Mit nur geringem Abstand auf der Attraktivitätsskala folgen wild-ursprüngliche Naturareale mit dem Urwaldreservat an der Spitze, gefolgt von Biotopen und Naturschutzgebieten sowie besonderen Pflanzen- und Tiergesellschaften.

3. Erst an dritter Stelle rangieren kulturelle Highlights. Besonders begehrt sind gut erhaltene historische Anlagen, während Handwerkliches und Künstlerisches dagegen abfallen; dazwischen ordnet sich relativ geschlossen die ländliche Gastronomie ein.
4. Als klares Schlußlicht fungieren alle behelrenden Institutionen am Weg, wobei natur- und heimatkundliche Einrichtungen gleich schlecht wegkommen. Auch mit aufwendig eingerichteten Rast- und Spielplätzen haben Wanderer wenig im Sinn. Wenn man bedenkt, dass die landschaftsbezogenen Investitionen der letzten Jahrzehnte vorrangig in die Elemente des letzten Blocks von Tab.17 geflossen sind, während an vielen Stellen faszinierende Natur-Szenarien sich selbst überlassen und immer unzugänglicher wurden, scheint eine Neubesinnung auf das landschaftliche Kapital dringend geboten.

Profilstudie Wandern 2000 Attraktive Wanderziele		Tab. 17			Statistische Trends	
Hierfür größerer/kleinerer Umweg (%)		w	Alt	Bil	Region	
Wasserfall	47/46		-		R+	
Moor	27/50				R+	
stiller Waldteich	28/55			+	Te++	
bekannte Quelle	17/63				R+	
begehbare Höhle	44/42		-			
tiefe Schlucht	44/42		-		Te++ Th-	
Felspfad	23/49		-		Te+ Th-	
unwegsamer Abenteuerpfad	18/39		-		Th-	
aussichtsreicher Kammweg	42/43		+	+	Te++	
Aussichtspunkt	34/69					
Aussichtsturm	33/56				Te+	
heimischer Urwald	36/46				Te++ R+	
Biotop mit seltenen Pflanzen	29/54		+		Te+	
Naturschutzgebiet	29/50				R+ Th-	
Wildpark	23/51		-	-		
blühende Trollblumenwiese	18/57		+		Th+ R,Te-	
500jährige Eiche	17/57		+		Th-	
Heidefläche	14/49		++		R++ Te+ H,S-	
gut erhaltene Burgruine	26/60			+	R-	
archäologische Fundstelle	27/50			+	S-	
Grundmauern einer Burg	15/60			+	Te,R+ S-	
bewirtschaftete Wanderhütte	28/48				S+ H--	
zünftiges Landgasthaus	19/45			-		
Holzköhlerei	18/48					
originelles Kunstwerk	17/46				Te++	
Naturschutzstation	10/52					
Heimat-Museum	8/55					
Wald-Info-Station	3/42		+			
Waldlehrpfad	10/47		++		S+	
großer Rast- und Spielplatz	7/25		-			

Damit ist bereits ein Grundmuster der Zielbewertung erkennbar: Landschaft und Natur stehen im Vordergrund des Interesses, Kultur und Infrastruktur in der Mitte, pädagogisch ambitionierte Einrichtungen am Ende. Das deckt sich in etwa (und sicherlich nicht zufällig) mit der Hierarchie der Wandermotive, die in der Regel ebenfalls vom Natur- und Landschaftsgenuss angeführt wird, dem relativ dicht eine gewisse Bewegungsfreude, wie man sie auch in die herausfordernden Elemente der Tab.17 hineininterpretieren könnte, sowie mit Abstand kulturelle und gesellige Impulse folgen, während Wissenbegierigkeit nur eine geringe Rolle spielt.

Service am Weg

Die Genussphilosophie des Wanderns bedient sich gerne einfacher Slogans wie "Der Weg ist das Ziel" oder "Zum Wandern gehört die Pause". Wie sich Wanderer die Unterwegs-Pause vorstellen, dazu gibt es bislang kaum empirische Erkenntnisse. Tab.18 liefert erste Anhaltspunkte.

Profilstudie Wandern 2000 Beliebte Rastplätze		Tab. 18 Statistische Trends			
Vorliebe (%)		w	Alt	Bil	Region
freie Natur	49	+	-		Te ++
Aussichtspunkt	42		-	+	
Bank am Wege	37	+			R++ S-
Rastplatz mit Sitzgruppen	16				Th++ R,S-
bewirtschaftete Hütte	40				S+++ Th- R-- H,Te--
Schutzhütte	15				-
Biergarten	14				Te,Th+ S-
Landgasthaus	11		-		Te+ H-
Café	6				Te-

Danach konkurrieren zwei verlockende Alternativen auf etwa gleichem Niveau miteinander. Mit leichtem Vorsprung erweist sich die freie Natur als beliebtester Rastplatz, möglichst verbunden mit einer Aussicht und der Möglichkeit, sich auf einer Bank niederzulassen. Dagegen findet der besser ausgestattete Rastplatz mit Sitzgruppen weit weniger Anhänger. Offensichtlich legt man auch in der Pause Wert darauf, mit der Natur unter sich zu bleiben.

Die Einkehr in eine Raststätte stellt sich vielen nur dann als echte Alternative dar, wenn es sich dabei um eine bewirtschaftete Hütte handelt. Einerseits erscheint eine solche Hütte noch am ehesten in die Natur eingepasst und insofern "zünftig", andererseits nimmt man gerne ein kleines, aber feines gastronomisches Angebot in Anspruch.

Demgegenüber scheint die klassische Gastronomie, selbst wenn sie sich naturnah wie im Landgasthaus oder Biergarten gibt, nicht mehr Chancen als eine unbewirtschaftete Schutzhütte zu haben. Was im ersten Moment kaum glaubhaft klingt, macht Sinn, wenn

man bedenkt, dass die Rast Teil der Wanderung ist, also eines gezielt angestrebten Naturerlebnisses, das einen eigenständigen Wert darstellt. Erst wenn die Tour rund ist, steht der Sinn verstärkt nach einer Belohnung für die damit verbundene Anstrengung bzw. einem krönenden Abschluss in passendem Ambiente. Das unterwegs nur zur Not akzeptierte städtische Café dürfte allerdings auch dann nicht das Ziel der Wahl sein.

Im gastronomischen Sinne enttäuschend fallen auch die Antworten auf die mit ausgiebigen Antwortvorgaben ausgestattete Frage aus, was man bei einer Rast unterwegs normalerweise zu sich nimmt. Hieran knüpfen sich die größten Erwartungen jener Gastwirte, die sich gegenüber Vereinen und Planern stark dafür machen, ihre Touren und Wege möglichst an ihrer Haustür vorbeizuführen.

Profilstudie Wandern '00 Leibliches Wohl		Tab. 19	Statistische Trends			
Hunger und Durst (%)			w	Alt	Bil	Region
Unterwegs brauche ich						
gar nichts	8					R+
etwas zu trinken	64					S-
etwas zu essen	65		-			H,S,Te+
Verpflegung (%)						
Übliche Versorgungsquelle vor Ort						
Rucksack	84		-			H+++ Te,Th+ S-
Gasthaus	62		+			S++ H,Th+ Te---
Bevorzugte Bestellung im Gasthaus						
leichter Imbiss	64		+			H++ Te-
deftiger Imbiss	19		-	-		Te- H--
Kaffee und Kuchen	24					Te+++ Th-
komplettes Gericht	7					Th+
Bevorzugte Getränke (%)						
Wasser	66		++			H,Te++ R+ S,Th--
Bier / Wein	29		--			S++ Te- H--
Saft	27				+	H-
heiße Getränke	23					S,Te++ H,R,Th-
Limo / Cola	12			-		S+
ein Schnäpschen	8					Th+ H-
Bevorzugter Imbiss (%)						
Obst / Rohkost	57					H++ Te,Th+ S---
Salat	17					S+ H-
Wurst und Schinken	40		-	-		Th+ H,R- Te---
Käsebrot	38		+			H++ Th-
Gekochtes Ei	17					H,Th+ S-
Stück Fleisch	11					H-
Kuchen	14					Te+ H-
Süßigkeiten	11			-	+	
Knabbereien	6					

Natürlich braucht die Mehrheit der Wanderer nach Auskunft von Tab.19 unterwegs sowohl etwas zu essen als auch etwas zu trinken. Das asketischen Ritual, beim Wandern ohne das eine wie andere auszukommen, gehört längst der Vergangenheit an und beschränkt sich weitgehend auf die Spaziergänger unter den Befragten. Doch fungiert als Standardquelle für das Labsal nach wie vor der Rucksack, erst an zweiter Stelle folgt das Gasthaus, wengleich sich viele sowohl bei dem einen wie dem anderen bedienen.

Auch was sie bei der Einkehr bestellen, klingt eher nach Rucksack als nach Menü. Mit großem Abstand bevorzugen sie einen leichten Imbiss, nachmittags auch schon mal Kaffee und Kuchen. Umfangreichere Stärkungen werden seltener benötigt, eine komplettes Gericht noch seltener geordert.

Fragt man noch genauer nach, so wird unter den Getränken Wasser mit Abstand an meisten genannt. Nach Saft, heißen Getränke und leichten Alkoholika steht jeweils nur jedem Vierten der Sinn, wobei sich Frauen bei letzterem noch stärker zurückhalten. Auf süße Brausen und harte Schnäpse legt nur jeder Zehnte Wert.

Ähnlich spartanisch fällt die feste Vesper aus. Vielen reicht bereits ein bißchen Obst oder Rohkost. Gängig ist auch die klassische Stulle mit Wurst oder Käse. Erneut erstaunlich, wie wenig auf Süßes Wert gelegt wird. Kaffe und Kuchen scheinen eher etwas für Spaziergänger zu sein. Insofern ist am durchziehenden Wandergast kein Vermögen zu verdienen. Gleichwohl empfiehlt sich natürlich die Einbeziehung von Einkehrmöglichkeiten in Wanderwege, sofern sich deren Erlebnisqualität nicht - wie etwa bei langen Straßenzugängen - gravierend verschlechtert. Immerhin liefert Tab.19 Wandergastgebern eine gewisse Orientierung für die Zusammenstellung von Lunchpaketen.

Zum Service entlang des Weges gehört nicht nur die leibliche, sondern auch die geistige Belebung der Wandergäste. Für Hinweise auf Wissenswertes über Dinge am Wegesrand sind sie durchaus empfänglich. Gleichwohl mahnt die Nachrangigkeit des Kulturmotivs beim Wandern, es mit entsprechenden Informationen nicht zu übertreiben. Nicht selten dokumentiert sich der heimische Stolz auf die Schätze der Region in allzu großen oder zahlreichen Informationstafeln, die Wanderer aus dem Gehrhythmus bringen und daher kaum beachtet werden.

Um das rechte Maß zu finden, wurden die Informationsinteressen nach mehreren Richtungen ausgelotet. Zum einen ging es um die Relevanz von Themen, wobei zunächst offen bleibt, in welchem Umfang man sich unterwegs damit beschäftigen will. Daher wurde zusätzlich auch nach der Lesekapazität und -dauer gefragt. Für die Befragten ist es nicht ganz einfach, solche auf die Selbstbeobachtung hinauslaufenden Fragen aus dem Stand heraus zu beantworten. Im Zweifelsfall wird man davon ausgehen, dass sie in der durch die Fragestellung heraufbeschworenen Vorstellung mehr die Tafeln als das Wandern vor Augen haben und ihre Aufgeschlossenheit, da als Charaktereigenschaft generell positiv gesehen, eher überbewerten.

Tab.20 zufolge veranschlagen Wanderer ihre inhaltliche Wissbegierde in der Tat hoch. Vorneweg sind es Flora und Fauna, über die sie sich mehrheitlich gerne belehren lassen. Gleichmäßig abgestuft rangieren auf Platz 2 Geschichte, auf Platz 3 Naturschutz. Die nicht nur in Geoparks zunehmend in den Vordergrund gerückte Geologie besetzt mit einer 27%igen Interessentenquote lediglich Platz 4, was vermutlich nicht zuletzt auf die fehlende Lebendigkeit des Gegenstandes (und seiner Fachautoren) zurückzuführen ist. Die vom Forst so gerne präsentierten Wohlfahrtswirkungen des Waldes finden sogar nur bei weniger als jedem Fünften Beachtung.

Selbst wenn man ein interessantes Thema unterstellt, ist die selbstbekundete Aufnahmekapazität der Wanderer recht begrenzt. Zwei Drittel würden höchstens 6, ein Drittel höchstens 3 Tafeln hintereinander anschauen wollen. Das Durchschnittsmaß Median dürfte also bei etwa 5 Tafeln liegen - ein Pensum, das weit unter dem einschlägiger Lehrpfade

liegt. Ein wissbegieriges Viertel der Befragten behauptet von sich, alle Tafeln lesen zu wollen, wodurch allerdings, wenn sie sich nicht auf Rastplätze beschränken, das Wandern häufig zum Spazieren mutieren würde.

Profilstudie Wandern 2000 Info-Tafeln am Wanderweg		Tab. 20 Statistische Trends			
		w	Alt	Bil	Region
Thematische Interessen					H,Te-
Tiere	60				S+ Th-
Pflanzen	57	++	++		
Geschichte	46	-		++	Te+ S-
Geologie	27	-		++	
Naturschutz	35				R-
Waldbau	18	-			S+ Te-
Lesekapazität bei interessantem Thema					
1-3 Tafeln	37				Th+
4-6 Tafeln	33				Te++ Th-
7-10 Tafeln	7				
alle Tafeln	23			-	Te-
Lesezeit pro Tafel					
keine	1				
nur kurz	15		-		Te+
einige Minuten	38				Te-
ich lese alles	46		+		Th,Te+ H-

Ähnliches gilt für die Angaben zur Ausdauer beim Lesen der Tafeln. Wenn jeder Zweite bei interessanten Inhalten angibt, alles zu lesen, so könnte das eine Tour gewaltig ausbremsen. Da das unterwegs dem bloßen Augenschein nach nur selten geschieht, so lässt sich hieraus schließen, dass die meisten Tafeln nicht hinreichend interessant sind.

Ansprüche an Gastgeber

Für Urlauber muss der Service am Weg seine Entsprechung in einem adäquaten Service am Ort finden. Eine zentrale Rolle spielen hierbei die Unterkünfte. Wanderurlaub hat wenig mit Glamour und viel mit Entspannung zu tun. Man möchte sich unbeschwert fallen lassen können sowie ausgeruht und gestärkt die nächste Tour in Angriff nehmen. Die hierzu gestellten wenigen Fragen haben eher explorativen Charakter und bedürfen späterer Vertiefung.

Gleichwohl vermitteln sie bereits eine wichtigste Grundeinsicht. Wanderer ziehen bei der Auswahl ihres Urlaubshotels ein kleineres Haus mit familiärer Atmosphäre eindeutig dem größeren Haus mit vielen Service-Einrichtungen vor. Man möchte sich persönlich betreut sehen, aufgehoben fühlen in der Aufmerksamkeit individuell zugewandter Gastgeber.

ber und verzichtet dafür gerne auf die Annehmlichkeiten umfangreicherer Bade- und Fitnesslandschaften oder auch auf Bars, Shops und Leseräume. Die von Tab.21 eindeutig belegte Vorliebe kann allerdings auch etwas mit dem dabei assoziierten Preisunterschieden zu tun haben. Wenn derzeit einschlägige Hotelketten um den Wanderer werben, dürften sie es mit dieser neuen Zielgruppe nicht ganz einfach haben.

Profilstudie Wandern '00 Gastgeber		Tab. 21				Statistische Trends			
Unterkunft (%)		w	Alt	Bil	Region				
Kleineres Haus mit familiärer Atmosphäre	88								
Größeres Haus mit vielen Service-Einrichtungen	12								
Frühstück (%)									
als Büffet	73								R+
Am Tisch serviert	27								R-
Lunchpaket gegen Aufpreis	19	-							Te++

Leicht fallen wird es ihnen dagegen, den verbreiteten Wunsch nach einem ausgiebigen Frühstücksbüffet zu erfüllen. Für Wanderer gehört das Frühstück zu den wichtigsten Mahlzeiten des Tages, da sie um die Mittagszeit meist unterwegs sind. In der Regel decken sich selber für unterwegs ein. Fast ein Fünftel wäre aber auch bereit, einen Aufpreis für ein Lunchpaket zu entrichten, das man sich womöglich sogar selber am Frühstücksbüffet zusammensetzen kann.

Profilstudie Wandern '00 Après Walk		Tab. 22				Statistische Trends			
Aktivitäten nach dem Wandern (%)		w	Alt	Bil	Region				
Gut essen	43		--						Te++ S+ Th- H--
Ruhe genießen	41								H+ R- Te--
Schwimmbad / Sauna	25	+		+					R+
Beine vertreten	19		++						
Ausflug	6								Te+ R-

Richtig gut Essen geht man in der Regel erst abends. Hier schlägt die Stunde der Gastronomie: 43% der wandernden Urlauber belohnen sich nach einer schönen Tour gerne mit einer guten Mahlzeit - ziemlich genauso viel, wie sich nach einer ausgiebigen Ruhe sehnen. Die Badelandschaft spielt in diesem Moment eine sekundäre Rolle, wird aber immerhin von einem Viertel der Befragten gerne als Entspannungshilfe genutzt. Fast genauso viele setzen sich gegen Abend erstaunlicherweise nochmals in Bewegung, um sich "die Beine zu vertreten", oder vermutlich genauer: um die vom Wandern steifen Glieder wieder etwas zu lockern. Daraus könnte natürlich auch ein kleiner Stadtbummel werden.

Anhang: Die Fragebögen

Fragebogen 1

10 Fragen zum Thema Wandern

*Danke, daß Sie sich ein wenig Zeit für diesen Fragebogen nehmen.
Wir sind sehr an Ihrem Urteil interessiert!*

Achtung: Sie können in der Regel mehrere Antworten pro Frage ankreuzen!

1. Sie befinden sich zur Zeit in einer bekannten Wanderlandschaft.

- Wie beurteilen Sie ihre touristische Erschließung?
 - Es ist teilweise schon zu viel des Guten getan worden.
 - Es könnte noch mehr getan werden.
 - Sie entspricht genau meinen Bedürfnissen.
- Was gefällt Ihnen an der Landschaft besonders?

.....
- Gibt es etwas, das Ihnen weniger oder gar nicht gefällt?

.....

2. Strecke

- Wie lange werden Sie heute zu Fuß unterwegs sein? EtwaStunden
- Würden Sie Ihre heutige Tour eher als Spaziergang oder als Wanderung bezeichnen? Spaziergang Wanderung Zwischending

3. Wie gestalten Sie normalerweise Ihre Wanderungen?

- Ich streife am liebsten einfach so durch die Landschaft.
- Zum Wandern brauche ich eigentlich immer irgendein kleines Ziel.
- Ich bevorzuge Wege, die ich schon kenne.
- Ich suche mir die Wanderstrecke vorher auf der Karte aus.
 - meistens manchmal
- Die Wanderplanung überlasse ich lieber anderen.
- Ich nehme schon mal spontan einen anderen Weg als geplant.
 - oft manchmal
- Ich richte mich gerne nach Wanderempfehlungen von
 - Bekannten Gastgebern Tourismusbüros Wanderbüchern.

4. Stellen Sie sich vor, Sie erfahren während der Wanderung, daß es abseits der geplanten Strecke ein attraktives Wanderziel gibt. Für welches Ziel würden Sie einen Umweg in Kauf nehmen?

Ziel	kein Umweg	kleinerer Umweg	größerer Umweg
• Eine gut erhaltene Burgruine	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Eine blühende Trollblumenwiese	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Eine 500jährige Eiche	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Ein Waldlehrpfad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Ein Aussichtspunkt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Ein originelles Kunstwerk	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Ein Wasserfall	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Eine bewirtschaftete Wanderhütte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Eine archäologische Fundstelle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Eine Naturschutzstation	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Ein Wildpark	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Ein Felspfad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Eine bekannte Ouelle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Ein Biotop mit seltenen Pflanzen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Ein Moor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Fallen Ihnen spontan Namen bekannter Fernwanderwege ein?

1.
2.
3.

5. Am Wanderweg steht eine Reihe von Informationstafeln.

<ul style="list-style-type: none"> • Für welches Thema würden Sie sich besonders interessieren? <input type="radio"/> Waldbau <input type="radio"/> Tiere <input type="radio"/> Pflanzen <input type="radio"/> Geschichte <input type="radio"/> Geologie <input type="radio"/> Naturschutz • Wie lange bleiben Sie normalerweise unterwegs bei interessanten Tafeln stehen? <input type="radio"/> gar nicht <input type="radio"/> einige Minuten <input type="radio"/> nur kurz <input type="radio"/> bis ich alles gelesen habe • Wieviele solcher Tafeln würden Sie sich bei einem interessanten Thema nacheinander anschauen? <input type="radio"/> 1-3 <input type="radio"/> 4-6 <input type="radio"/> 7-10 <input type="radio"/> alle

6. Was stört Sie beim Wandern besonders?

Problem	Das stört mich		
	nicht	etwas	sehr
• Herumliegender Abfall	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Längere Wegstrecken auf Asphalt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Ungepflegte Hütten und Bänke	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Zerfahrene Wege	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Lange Hochwaldstrecken	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Mountain-Biker	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Reiter	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Autoverkehr auf den Wegen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Motorradlärm	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Nieselregen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Eine dünne Schneedecke	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Sonstiges:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

- Beim Wandern möchte ich möglichst wenig Menschen begegnen.
- Es stört mich **nicht**, wenn mir viele Menschen entgegenkommen.

7. Wie versorgen Sie sich unterwegs mit Essen und Trinken?

• Normalerweise brauche ich <input type="radio"/> gar nichts <input type="radio"/> nur etwas zu trinken <input type="radio"/> auch etwas zu essen
• In der Regel <input type="radio"/> versorge ich mich per Rucksack <input type="radio"/> kehre ich ein <input type="radio"/> beides
• Besonderen Wert lege ich unterwegs auf
<input type="checkbox"/> ein Stück Kuchen <input type="checkbox"/> ein Käsebrot <input type="radio"/> Obst / Rohkost <input type="checkbox"/> Süßigkeiten <input type="radio"/> Wurst und Schinken <input type="checkbox"/> einen Salat <input type="checkbox"/> Knabbereien <input type="checkbox"/> ein Stück Fleisch <input type="checkbox"/> ein gekochtes Ei
<input type="checkbox"/> ein heißes Getränk <input type="checkbox"/> Saft <input type="checkbox"/> Limo, Cola <input type="checkbox"/> ein Glas Bier oder Wein <input type="checkbox"/> Wasser <input type="checkbox"/> ein Schnäpschen
<input type="radio"/> Sonstiges
• Wenn ich einkehre, bestelle ich mir meistens
<input type="radio"/> einen leichten Imbiss <input type="radio"/> Kaffee und Kuchen <input type="radio"/> einen deftigen Imbiss <input type="radio"/> Ein komplettes Gericht

8. Wanderaktivitäten

- Wieviel Wanderungen unternehmen Sie schätzungsweise im Jahr?
Etwa Touren
- Sind Sie Mitglied in einem Wanderverein? ja nein
Wenn ja, in welchem?

Haben Sie ganz persönlich im letzten Jahr Wanderkarten gekauft?
 ja nein Wenn ja, wieviele? Stück

- Welchen Kartenmaßstab bevorzugen Sie? 1:
- Welche Karten sind Ihrer Meinung nach die relativ besten?
 Die topografischen Karten der Landesvermessungsämter
 Wanderkarten aus großen Privatverlagen
 Örtliche Wanderkarten
- Können Sie den Namen eines Kartenverlags nennen?
.....

9. Beherbergung

Was ist Ihnen als Wanderunterkunft lieber?
 Ein kleines Haus mit familiärer Atmosphäre
 Ein größeres Haus mit vielen Service-Einrichtungen

Das Frühstück sollte
 Am Tisch serviert werden.
 Als Frühstücksbuffet gestaltet werden.
 Gegen Aufpreis ein Lunchpaket einschließen.

10. Zum Schluß noch einige Routineangaben für die Statistik:

- Ihr Geschlecht: männlich weiblich
- Ihr Alter: Jahre
- Ihr Bildungsabschluss:

<input type="radio"/> In Ausbildung	<input type="radio"/> Mittlerer Abschluß (z.B. Realschule)
<input type="radio"/> Kein Abschluß	<input type="radio"/> Hochschulreife (Abitur, Fachabitur)
<input type="radio"/> Standardabschluß (z.B. Hauptschule)	<input type="radio"/> Hochschul- oder Fachhochschul- Abschluß

- Ich wohne ganz in der Nähe (einheimisch).
- Ich habe heute einen größeren Ausflug hierhin gemacht (Tagesgast).
- Ich verbringe ein paar Tage Urlaub in der Region (Urlaubsgast).

Fragebogen 2

**10 Fragen zum Thema Wandern
(Dritte Marburger Wanderstudie)**

*Danke, daß Sie sich ein wenig Zeit für diesen Fragebogen nehmen.
Wir sind sehr an Ihrem Urteil interessiert!*

Achtung: Sie können in der Regel mehrere Antworten pro Frage ankreuzen!

1. Sie befinden sich zur Zeit in einer bekannten Wanderlandschaft.

- Wie beurteilen Sie das markierte Wanderwegenetz?
 - Es sind alles in allem schon zu viele Wege markiert.
 - Es könnten noch mehr Wege markiert werden.
 - Die Markierungsdichte ist genau richtig.
- Was gefällt Ihnen an den Wanderwegen ganz besonders?

.....
- Gibt es etwas, das Ihnen weniger oder gar nicht gefällt?

.....

2. Strecke

- Wie lange werden Sie heute zu Fuß unterwegs sein? Etwa Stunden
Würden Sie Ihre heutige Tour eher als Spaziergang oder als Wanderung bezeichnen? Spaziergang Wanderung Zwischending

3. Wo machen sie unterwegs am liebsten Rast?

- Vor oder in einer Schutzhütte
- In einer bewirtschafteten Hütte
- In einem Biergarten
- Auf einer Bank am Wege
- An einem Rastplatz mit Sitzgruppen
- An einem Aussichtspunkt
- In einem Landgasthaus
- In einem Café
- Einfach in der freien Natur

4. Wandergewohnheiten

- Im Urlaub gehe ich vorzugsweise
 O auf vertrauten Wegen. O unbekanntem Wegen. O mal so, mal so.
- Ich richte mich beim Wandern in unbekannter Landschaft am liebsten nach
 O Wandermarkierungen.
 O Wegweisern.
 O der Wanderkarte.
 O Wegebeschreibungen.
- Das mache ich nach einer schönen Urlaubswanderung gerne mit dem Rest
 des Tages:
 O Nur noch faulenzten und die Ruhe genießen.
 O Einen kleinen Ausflug unternehmen.
 O Mich mit einem guten Essen belohnen.
 O Abends noch mal die Beine vertreten.
 O Ins Schwimmbad oder in die Sauna gehen.

5. Stellen Sie sich vor, Sie erfahren während der Wanderung, daß es abseits der geplanten Strecke ein attraktives Wanderziel gibt. Für welches Ziel würden Sie einen Umweg in Kauf nehmen?

Ziel	kein Umweg	kleinerer Umweg	größerer Umweg
• Ein unwegsamer Abenteuerpfad	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Die Grundmauern einer Burg	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Ein großer Rast- und Spielplatz	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Eine Heidefläche	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Eine Holzköhlerei	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Ein Aussichtsturm	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Ein Naturschutzgebiet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Ein zünftiges Landgasthaus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Ein heimischer Urwald	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Ein stiller Waldteich	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Ein Heimat-Museum	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Eine begehbare Höhle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Eine Wald-Info-Station	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Ein aussichtsreicher Kammweg	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Eine tiefe Schlucht	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. Was würde Sie beim Wandern stören?

Problem	Das stört mich		
	nicht	etwas	sehr
• Dünn gesäte Wandermarkierungen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Der Geräuschpegel einer Schnellstraße	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Entgegenkommende Wandergruppen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Lange Strecken durch Ortschaften	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Fehlerhafte Wanderkarten	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Irreführende Wegweiser	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Häufiges bergauf und bergab	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Radfahrer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Regenschauer	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Hitze	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Verhaltenshinweise durch Förster oder Jäger	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
• Sonstiges:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ich wandere lieber

- auf bekannten Hauptwanderstrecken.
- auf weniger bekannten Nebenstrecken.

7. Wandern und Fahren

<ul style="list-style-type: none"> • Wie haben Sie den Ausgangspunkt Ihrer heutigen Wanderung erreicht? <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Ich bin direkt von zu Hause bzw. der Unterkunft losgegangen <input type="checkbox"/> Ich bin mit dem PKW gekommen <input type="checkbox"/> Ich habe Bus oder Bahn genutzt • Wenn Sie eine Anfahrt hatten: Wie lange waren Sie unterwegs? Schätzungsweise km • Und wie kommen Sie wieder zum Ausgangspunkt zurück? <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Ich wandere zurück, und zwar möglichst auf <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> demselben Weg. <input type="checkbox"/> einen anderen Weg. <input type="checkbox"/> Ich beende meine Wanderung an einer Haltestelle und warte auf den nächsten Zug / Bus. <input type="checkbox"/> Ich werde am Ziel abgeholt. <input type="checkbox"/> Wir haben vor der Wanderung Autos am Ziel abgestellt. <input type="checkbox"/> Ich übernachtete am Zielort.
--

8. Wanderurlaub

Sie wollen es sich auf einem Wanderurlaub richtig gut gehen lassen. Wieviel würden Sie bei entsprechender Qualität **pro Person** ausgeben?

- | | |
|--|------------------|
| • für die Einkehr unterwegs | maximal DM |
| • für ein richtiges Abendessen | maximal DM |
| • für eine Übernachtung | maximal DM |
| • für einen einwöchigen Wanderurlaub | maximal DM |
| • für eine Wanderkarte | maximal DM |
| • für eine geführte Wanderung | maximal DM |
| • für eine Broschüre mit Wandervorschlägen | maximal DM |
| • für einen individuellen Rückholservice | maximal DM |

9. Für welche Art von Wanderurlaub könnten Sie sich interessieren?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Wandern ohne Gepäck | <input type="checkbox"/> Wandern und Radeln |
| <input type="checkbox"/> Eine organisierte Wanderwoche | <input type="checkbox"/> Wandern und Kanu fahren |
| <input type="checkbox"/> Eine Pilgerwanderung | <input type="checkbox"/> Wandern und Schlemmen |
| <input type="checkbox"/> Eine Fastenwanderung | <input type="checkbox"/> Wandern und Kultur |
| <input type="checkbox"/> Wanderungen zu speziellen Themen | |
| <input type="checkbox"/> Eine organisierte Mehrtageswanderung | |
| <input type="checkbox"/> Eine individuelle Mehrtageswanderung | |
| <input type="checkbox"/> Etappen auf einem Europäischen Fernwanderweg | |

10. Zum Schluß noch einige Routineangaben für die Statistik:

- Ihr Geschlecht: männlich weiblich
- Ihr Alter: Jahre
- Ihr Bildungsabschluss:

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> In Ausbildung | <input type="checkbox"/> Mittlerer Abschluß (z.B. Realschule) |
| <input type="checkbox"/> Kein Abschluss | <input type="checkbox"/> Hochschulreife (Abitur, Fachabitur) |
| <input type="checkbox"/> Standardabschluß
(z.B. Hauptschule) | <input type="checkbox"/> Hochschul- oder Fachhochschul-Abschluss |

- Ich wohne ganz in der Nähe (einheimisch).
- Ich habe heute einen größeren Ausflug hierhin gemacht (Tagesgast).
- Ich verbringe ein paar Tage Urlaub in der Region (Urlaubsgast).
- Ich bin Mitglied in einem Wanderverein.