

PROFILSTUDIE WANDERN 1998

Gewohnheiten und Vorlieben von Wandertouristen (Auszug)

Rainer Brämer

Die Studie

In der Vorbereitung des Ersten Deutschen Wanderkongresses, der im Herbst 1998 in Bad Endbach unter dem Thema "Wandern und Tourismus" stand, wurde nachhaltig deutlich, daß es zu einer fundierten Situationsanalyse des Wandertourismus in erheblichem Maße an empirischen Daten mangelt. Die jährlichen Reiseanalysen gehen auf das Thema Wandern ebenso wie gelegentliche Gästebefragungen vor Ort nur mehr oder weniger am Rande ein, eine spezielle Untersuchung zu den Verhaltensweisen und Ansprüchen touristischer Wanderer liegt bislang nur in Österreich vor und ist der Öffentlichkeit lediglich auszugsweise bekannt geworden.

Dabei handelt es sich beim Ausdauergehen in freier Natur keineswegs, wie es manche Medienberichte suggerieren, um ein Auslaufmodell, das modernen Urlaubsbedürfnissen nicht mehr gerecht und daher nur noch von älteren Jahrgängen ausgeübt wird. Die wenigen soziologischen Daten hierzu belegen eher das Gegenteil: Trotz vielfältiger Konkurrenz hat die Fußreise ihre führende Stellung in Freizeit und Urlaub aufrechterhalten. Von den Inlandtouristen bekennen sich zwei Drittel zum Wandern, in den Mittelgebirgen sind es drei Viertel. Deren Durchschnittsalter weist seit Beginn der 90er Jahre einen sinkenden, ihr Einkommen und Bildungsrad einen steigenden Trend auf. Wandern gehört damit zu den meistausgeübtesten Urlaubsaktivitäten, seine Anhänger sind und bleiben das Kernpublikum des Binnentourismus, das von ihnen in Anspruch genommenen Wanderwegenetz ist Gästebefragungen zufolge sommers wie winters die mit Abstand meistfrequentierteste Outdoor-Anlage.

Fragt man nach den Gründen für die scheinbare Unverwüstlichkeit des Gehsports, so fällt gleich eine Reihe von Eigenschaften ins Auge, die den Be-

dürfnissen des gestreßten Hightech-Bürgers in besonderem Maße entgegenkommen. Wandern bietet dem Urlauber gleichzeitig psychische Entspannung, ein intensives Naturerlebnis, eine körperliche Herausforderung und optimale Kommunikationsmöglichkeiten; der "sanfte Natursport" stellt somit eine integrale Antwort auf einige der größten Defizite der Moderne dar - Streß, Naturentfremdung, Bewegungsmangel und soziale Isolierung - und wird nicht zuletzt deshalb von führenden Medizinern als optimales Medium zur Sicherung von Fitneß und Gesundheit empfohlen.

Um so gravierender erscheint die touristische Zurückhaltung auf diesem Gebiet: Die Angebote sind oft nicht über den in den 50er und 60er Jahren erreichten Stand hinausgekommen. Speziell der deutsche Mittelgebirgstourismus hat dem Umstand, daß seither wie auf allen anderen Feldern auch hier die Ansprüche gewachsen sind, nicht Rechnung getragen. Im Grunde wird der heimische Stammtourist alle paar Jahre mit einer oberflächlich erneuerten Wegemarkierung samt Wanderkarte abgefunden und ansonsten bei seinem Versuch, die Schönheiten der Landschaft zu entdecken und genießen, weitgehend allein gelassen. Kein Wunder, daß in den Binnendestinationen allmählich das Kernpublikum wegbriecht: Zwei Drittel der Wanderfans verbringen ihren Urlaub mittlerweile im Ausland.

Eine Modernisierung des deutschen Wandertourismus tut also dringend not. Dazu bedarf es freilich aktueller Informationen über die Gewohnheiten und Wünsche des neuen Wanderpublikums, die bislang nur in Bruchstücken vorliegen: Der Wandergast, das unbekannte Wesen. Um diese Lücke zu füllen, wurde in Zusammenhang mit dem Wanderkongreß kurzfristig ein Fragebogen entwickelt, der im Oktober 1998 zum Einsatz kam. Da eine klassische repräsentative Gästebefragung weder in terminlicher noch in finanzieller Hinsicht durchführbar erschien, entschied man sich für eine direkte Befragung von Wanderern an einschlägigen bundesdeutschen Wandertreffs vom Schwarzwald bis zum Thüringer Wald. Eine gewisse Repräsentativität der Ergebnisse wurde dadurch erreicht, daß die in standardisierter Form Angesprochenen, sofern sie sich auch nur zu einer gelegentlichen Ausübung des Wandersports bekannten, nahezu vollständig für die Teilnahme an der Befragung gewonnen werden konnten - es fand also keine selektive Auslese der vor Ort Angetroffenen statt.

Ziel der Erhebung war es, konkrete Einzelheiten über die Motivlage von Wanderern, die von ihnen bevorzugten Landschaften, Wege und Ziele, den Stellenwert unterschiedlicher Wanderformen, ihre Ansprüche an Orientierungshilfen und Unterkünfte u.a.m. in Erfahrung zu bringen. Manche Fragestellung mußte angesichts mangelnder Vorkenntnisse oberflächlich bleiben. Der folgende Befundbericht gibt daher nicht nur eine erste Ergebnisübersicht, sondern versucht auch die Richtungen auszumachen, die bei der dringend erforderlichen Professionalisierung des touristischen Wandermarktes einzuschlagen sind.

Die Stichprobe

Gewissermaßen als Vorlaufstudie für die ausstehende Marktanalyse wurden im Rahmen der "Profilstudie Wandern" 1.011 Wanderer in drei Bundesländern und 6 einschlägigen Wanderdestinationen befragt. Wegen des nahezu durchgehend regnerischen Wetters fand die Teilnehmeransprache nur zu 18% im Außenbereich (offenen Hütten an prominenten Wanderwegen) statt. Zu 73% füllten die durchweg auskunftsfreudigen Landschaftsgäste den Fragebogen im Schutz von wanderfrequentierten Lokalen aus, die restlichen 9% in Beherbergungsbetrieben bzw. touristischen Informationsstellen. Dies geschah zu 60% an Wochenenden und zu 40% an Werktagen.

Die Befragten waren im Schnitt 51 Jahre alt sowie zu nahezu gleichen Teilen männlichen und weiblichen Geschlechts. Jeweils zur Hälfte waren sie als Paare bzw. in der Gruppe unterwegs und klassifizierten sich ebenfalls häufig als Tages- und Übernachtungsgäste. Letztere logierten vorzugsweise in Hotels oder Pensionen, deutlich seltener in Ferienwohnungen und Privatzimmern.

Mit einer Vereinsquote von 23% sind die Mitglieder von Wandervereinen in der Stichprobe eindeutig überrepräsentiert. Das könnte u.a. die Folge des schlechten Wetters im Befragungsmonat sein, von dem sich Gelegenheitswanderer vermutlich eher haben abschrecken lassen als echte Hobby- und Vereinswanderer, zumal wenn sich diese bereits langfristig und verbindlich zur Reise angemeldet hatten. Bei der Auswertung ist also ein eventuelles Übergewicht zugunsten gestandener Wanderer in Rechnung zu stellen.

Tab.1 Profilstudie Wandern Stichprobe		
Schlüssel	Zahl	%
Gesamtzahl der Befragten	1011	100
Befragungsregionen		
– Thüringer Wald (TW)	223	22
– Mittelhessen (MH)	187	19
– Rhön (RH)	148	15
– Taunus (TS)	164	16
– Nordschwarzwald (NS)	147	15
– Südschwarzwald (SS)	142	14

Zahlenmäßig einigermaßen gut auf die Destinationen verteilt, erscheinen die Regionalstichproben in ihrer touristischen Zusammensetzung jedoch recht inhomogen. Der hohe Anteil von Tagesgästen in Taunus (98%) und Mittelhessen (78%) resultiert unmittelbar aus dem Charakter der Befragungsorte, bei denen es sich vorwiegend um lediglich zu Fuß erreichbare Ausflugslokale handelt. Demgegenüber sind in Rhön und Thüringer Wald echte Urlauber mit mehrtägiger Übernachtung in der Überzahl.

Hinsichtlich ihrer demografischen Daten ist die Gesamtstichprobe dagegen deutlich homogener. Ihre Altersverteilung hat ein breites Maximum im Bereich 40 bis 70 Jahre und deckt sich in etwa mit der Teilstichprobe Wandern der Reiseanalysen, was den relativ repräsentativen Charakter der Stichprobe unterstreicht.

Wander-Motive

Die außerordentlich hohe und über alle Gruppierungen hinweg extrem homogene Zustimmung zu dem von unserem Fragebogen offerierten breiten Motivspektrum liefert eine stichhaltige Erklärung für die dauerhafte Beliebtheit des Wanderns: Offensichtlich befriedigt die schlichte Bewegung in der Natur gleichzeitig eine solche Fülle von (durchaus individuellen) Bedürfnissen, daß ihre Charakterisierung als "ganzheitliche" Aktivität nicht übertrieben erscheint.

Profilstudie Wandern Wander-Motive		
Motiv	wichtig	unwichtig
Draußen sein, frische Luft atmen	88	1
Unbekannte Landschaften entdecken	70	3
Stille der Natur genießen	78	1
Möglichst unberührte Natur erleben	70	2
Mehr über die Natur erfahren, Tiere und Pflanzen wahrnehmen	55	3
Etwas für die Gesundheit tun, fit bleiben	80	2
Freude an der Bewegung, den Körper spüren	73	3
Eine sportliche Ausdauerleistung erbringen	22	26
Entspannung und Ausgleich vom Alltagsstreß suchen	80	1
Sich frei und ungebunden fühlen		
Neue Kräfte für den Beruf sammeln	67	3
Zu sich selbst finden, nachdenken	57	9
	50	7
Land und Leute kennenlernen		
Kulturelle Sehenswürdigkeiten erwandern	56	4
	30	11
Spaß mit anderen haben		
Ungezwungene Gespräche führen, Beziehungen vertiefen	49	7
	37	13
Unterwegs einkehren		
	38	10

Mit rund 80%iger Bejahung stehen das Naturerlebnis, die gesunde Bewegung und die seelische Entspannung gleichermaßen an der Spitze der Motivskala ein, lediglich übertroffen von der elementaren Freude am Aufenthalt in der frischen Luft. Das wichtigste am Wandern ist offenbar die damit verbundene Chance, dem Dauerstreß der modernen Kunstwelten zugunsten des ruhigen Begegnung mit der äußeren wie inneren Natur zu entkommen. Die außerordentlich hohe Wertschätzung der natürlichen Stille, die wir ähnlich auch in Befragungen von Jugendlichen gefunden haben, unterstreicht dieses Fluchtmotiv.

Daneben schätzen Wanderer an der Natur vor allem das Unbekannte und Ursprüngliche; detaillierte Kenntnisse über Tiere und Pflanzen sind deutlich weniger gefragt. Noch krasser fällt der Gegensatz beim Umgang mit der eigenen Natur auf: Die sanfte Art, wie man sich beim Dauergehen seines Körpers bewußt wird und dadurch zugleich etwas für Gesundheit und Fitneß tut, gefällt ebenso wie der Gedanke einer Intensivierung dieser Aktivität in Richtung eines Leistungssports viele abschreckt.

Man will beim Wandern offenbar einfach nur abschalten, sich frei fühlen und bewegen, ohne dies unbedingt mit einem weitergehenden Zweck zu verbinden; Deutlich weniger Befragten geht es dabei auch um die Möglichkeit einer gezielten beruflichen und privaten Problembewältigung.

Das Schlußlicht der Motivskala bilden der kulturelle und soziale Aspekt. Speziell die von den Tourismusplanern gerne herausgestellten kulturellen Schätze ihrer Region stoßen bei Fußreisenden nur auf ein mäßiges Interesse. Erstaunlich auch die Unterbewertung der Kontakt- und Gesprächsmöglichkeiten: Obwohl nur selten allein unterwegs, suchen die Wanderer nicht vorrangig den Austausch mit anderen. Wenn diese Kontakte in "Spaß" ausarten, dann sind zumindest junge Menschen schon eher (nämlich zu zwei Drittel) dafür zu haben. Hier schlägt offenbar der Zeitgeist durch, der den sozialen Beziehungen im Vergleich zur individuellen Bedürfnisbefriedigung vordergründig weniger Bedeutung beimißt.

Das heißt nicht, daß man diese positiven Effekte des Wanderns nicht mitnimmt, also die Gelegenheit zum entspannten Gespräch oder auch zur kulturellen Horizonterweiterung nutzt. Aber das geschieht eher beiläufig, stellt kein bewußtes Leitmotiv des Wanderns dar - mit vermutlich eher positiven Folgen für die Kommunikationsatmosphäre, aber minderer Würdigung der mühsam herausgeputzten kulturellen Vorzeigeprojekte.

Wander-Intensität

Die Wandergewohnheiten der Befragten reichen vom Spaziergang bis zu großen Touren, die in etwa gleichem Maße gelegentlich und häufig unternommen werden. Unsere Stichprobe deckt also das gesamte Wanderspektrum bis hin zu jenen ab, die sich nur im Urlaub Schusters Rappen anvertrauen.

Profilstudie Wandern Wander-Intensität	
Gewohnheit	%
Ich wandere	
häufig / gelegentlich	46 / 41
nur im Urlaub	11
Zahl der Wanderungen pro Jahr:	
mehr als 36/ weniger als 12	25 / 35
Gesamtmittelwert	26
Im Urlaub wandere ich pro Woche	
mehrmals / etwa einmal	70 / 14
Durchschnittlich Wanderstrecke	
1-5 km	10
6-10 km	35
11-15 km	30
16-20 km	21
mehr als 20 km	5
Gesamtmittelwert	13,1 km
Durchschnittliche Wanderzeit	
1-2 h	24
3-4 h	45
5-6 h	26
über 6 h	4
Gesamtmittelwert	3,8 h

Im statistischen Mittel sind Deutschlands Mittelgebirgswanderer 3,8 Stunden unterwegs und legen dabei 13,1 km zurück. Diese Zahlen decken sich mit den entsprechenden Kennziffern anderer Studien. Tatsächlich wird die sich dar-

aus errechnende Durchschnittsgeschwindigkeit von 3,5 km/h von erfahrenen Wanderführern - meist mit Erfolg - bei der Planung längerer Gruppenwanderungen in Ansatz gebracht.

Die genauere Aufschlüsselung zeigt, daß es Strecken zwischen 5 und 15 km sind, die bevorzugt absolviert werden. Dazu paßt die Dominanz der Halbtagswanderung: Rund zwei Drittel der Mittelgebirgswanderer sind im Schnitt nicht länger als 4 Stunden unterwegs. Das Klischee vom Langstrecken-Trekker als touristischer Zielfigur wird also von unserer Studie nicht bestätigt: Nur 5% dehnen ihre Fußreise gewohnheitsmäßig über mehr als 20 km bzw. 6 Stunden aus.

Von daher sollte der Schwerpunkt touristischer Wanderangebote eher bei moderaten Anforderungen liegen. Das gilt nicht nur für geführte Wanderungen und Pauschaltouren, sondern auch für die Gestaltung markierter Wanderwege: Selbst wenn lokale Rundwege mit üblichen Längen von 5 bis 10 km eher den Ansprüchen weniger ambitionierter Geher entgegenkommen, sollten auch die Maschen des übergeordneten regionalen Wanderwegenetzes die Größenordnung von 15 bis 20 km nicht sonderlich überschreiten, um dem typischen Urlaubswanderer die Chance zur Erschließung des weiteren Umfeldes zu geben.

Optimal wäre es freilich, in professionellen Wanderprogrammen stets mehrere Alternativen auszuweisen, die sich vor allem in der Streckenlänge unterscheiden. Das ist sogar bei Streckenwanderungen mit Gepäcktransport möglich, wenn die beteiligten Beherbergungsbetriebe relativ geringe Abstände haben und mehr oder weniger umfangreiche Umwege oder das Überspringen einzelner Häuser möglich sind.

Wander-Arten

Tab. 5 Profilstudie Wandern Typ der Wanderung	
Vorliebe für	%
Halbtagswanderungen	46
Ganztagswanderungen	37
Auf eigene Faust wandern	43
Rundwanderungen	37
Längere Spaziergänge	32
Wanderungen ohne Gepäck	28
Mehrtageswanderungen	
- mit festem Quartier	15
- mit wechselndem Quartier	14
Geführte Wanderungen	15
Naturkundliche Führungen	15
Historische Führungen	10
Sportwanderungen	10
Abenteuerwanderungen	8

Auf den Wanderumfang angesprochen, spricht sich die Hälfte der Befragten für Halbtagswanderungen aus, während eine Drittel (von den Jüngeren allerdings nur 20%) Ganztagswanderungen favorisiert. Die angesichts der vorhergehenden Befunde unerwartet hohe Ganztagsquote deutet darauf hin, daß nicht wenige Befragungsteilnehmer eigentlich gern auch etwas längere Touren als die normalerweise üblichen unternehmen würden. Da der längere Spaziergang andererseits kaum weniger beliebt ist, ja bei den jüngeren Jahrgängen mit über 50% sogar mit Abstand die meiste Zustimmung findet, untermauern diese Daten einmal mehr die Notwendigkeit eines breiten Angebotsspektrums - beispielsweise in der Standarddifferenzierung von 2, 4 oder 6 Wanderstunden.

Der aufschlußreichste Befund von Tab. 5 besteht jedoch in der Deklassierung der geführten Wanderungen (gleich welcher Art) durch Unternehmungen "auf eigene Faust" im Verhältnis 1:3. Ganz offensichtlich will der moderne Wanderer Ort, Zeit, Strecke und Ziel seiner Tour spontan selber bestimmen,

statt sich auf ein vorgefertigtes Programm und die Unflexibilität der Gruppe einzulassen. Lediglich die Älteren finden sich noch in nennenswerten Teilen zu Führungen bereit, vermutlich weil sie sich dabei sicherer fühlen; bei den bis zu 40jährigen liegt dagegen die entsprechenden Akzeptanzquoten nur bei etwa 5%.

Als Individualist ist der Normalwanderer angesichts einer im allgemeinen unzureichenden Nahverkehrsversorgung und seinem ausgeprägten Hang zur Ungebundenheit fast zwangsläufig auf Rundwanderungen verwiesen, die denn auch auf der Wunschliste ganz oben rangieren. Das unterstreicht die Notwendigkeit, die Maschengröße des markierten Wegenetzes dem durchschnittlichen Tagespensum des Wandergastes anzupassen. Auch prominente Durchgangswanderwege sollten auf diese Weise in aufeinander folgenden Tagesrunden erschließbar sein.

Das gilt um so mehr, als die klassische Mehrtageswanderung von Ort zu Ort nur noch für eine unerwartet kleine Minderheit attraktiv ist. Dabei erscheint es ohne Bedeutung, ob man sich täglich von einem festen Standquartier aufmacht oder wirklich von Ort zu Ort zieht. Möglicherweise kann der durchaus nicht überall angebotene Gepäcktransport die Akzeptanz der noch am ehesten dem Trekking nahekommenden Touren wieder erhöhen, doch steht sie auch dann nicht, wie von vielen Wanderreiseanbietern offenbar unterstellt, im Vordergrund des Interesses.

Gänzlich abgeschlagen läßt Tab. 6 die Sport- und Abenteuervarianten des Wanderhobbys erscheinen, die mit knapp 10% noch weniger Anhänger als die bildend-belehrenden Führungen finden. Daran sind aber vor allem die älteren Jahrgänge schuld, die derartigen Herausforderungen der inneren und äußeren Natur kaum noch etwas abgewinnen können. Jugendliche und junge Erwachsene erwärmen sich dagegen immerhin zu einem Viertel bis Drittel dafür.

Aus der Dominanz der Älteren bei den Ganztagswanderungen und der Vorliebe der Jüngeren für längere Spaziergänge kann man also keineswegs schließen, daß der Nachwuchs eine generelle Aversion gegen das Reisen zu Fuß hegt. Mit einer ordentlichen Prise Herausforderung und Erlebnisversprechen sind sie schon noch zu gewinnen. Was ihnen offensichtlich nicht behagt, und das haben auch unsere Schülerbefragungen ergeben, ist das monotone Streckemachen, das dröge Marschieren über einen längeren Zeitraum.

Auch wenn die Tabelle keine auffälligen Geschlechterdifferenzen ausweist, läßt sich in der Übersicht jedoch ein eindeutiger Trend ausmachen: Frauen neigen eher den kürzeren, weniger anstrengenden und geführten Wanderungen zu, während Männer sich noch am ehesten auf Ganz- und Mehrtageswanderungen einlassen. Wer hieraus die Notwendigkeit zu geschlechtsspezifischen Wanderangeboten ableitet, könnte allerdings danebenliegen, ist den Frauen doch zugleich auch an der Kommunikation (auch und gerade mit dem anderen Geschlecht) in besonderem Maße gelegen.

Wander-Ziele

Wanderwege und -führungen bedürfen eines Zieles, wenn sie das Publikum für sich einnehmen wollen. Die noch sehr kleine Fragenbatterie zu diesem Thema läßt eine deutliche Hierarchie unter den potentiellen Zielen erkennen: Im Schnitt am besten kommen natürliche Besonderheiten weg, während zivilisatorische Einrichtungen nur Minderheiten reizen.

Am meisten zieht es die Wanderer zu Gipfeln bzw. Aussichten und Gewässern - eine touristisch nicht unbedingt neue Einsicht. Gesucht wird ferner die unberührte Natur, wie sie sich in Naturschutzgebieten und abgelegen-einsamen Gebieten präsentiert. Bemerkenswert ist in diesem Zusammenhang immerhin die zurückhaltende Bewertung von National- und Wildparks, die offenbar - das zeigen auch Befragungen von Jugendlichen - eher als Kunstgebilde angesehen werden.

Unter den weniger naturgebundenen Zielen stehen (ebenfalls kaum unerwartet) Burgen an der Spitze - und zwar besonders bei jungen Menschen, die sie mit 60% doppelt so häufig akzeptieren wie Rentner. Eine ähnliche Altersdiskrepanz zeigen im übrigen auch Gewässer, woraus sich wichtige Hinweise auf eine erlebnisreiche Gestaltung von Jugendwanderungen ableiten lassen.

Mit zunehmendem Alter gewinnen dagegen auch schöne Ortskerne an Attraktivität - vermutlich nicht zuletzt wegen der damit verbundenen Einkehrmöglichkeiten. Allerdings eignen sie sich nicht sonderlich als ausdrückliche Wanderziele, man nimmt sie eher nebenbei mit. Wanderungen und Wege von Ort zu Ort sind als solche demnach nicht sonderlich attraktiv. Das gilt in noch ausgeprägterem Maße für reine Kultur-Touren im musealen Sinne. Hierfür lassen sich nur kleine Minderheiten begeistern, für die anderen muß mindestens eine landschaftliche Attraktion (wie etwa die Aussicht auf einem Burgberg) dazukommen.

Tab. 6 Profilstudie Wandern Wanderziele	
Vorliebe für	%
Gipfel, Aussichten	67
Gewässer (Bach, See)	46
Burgen	45
Einsamkeit	37
Naturschutzgebiete	40
Nationalparks	25
Ausflugslokale	25
Ortskerne	23
Wildparks	17
Museen	10

Wander-Gestaltung

Was die konkreten Rahmenvorgaben einer Wanderung betrifft, so dominiert hier eindeutig die **moderate Mitte**. Jeweils eine deutliche Mehrheit geht am liebsten nach einem geruhsamen Frühstück mitten in der ersten Tageshälfte los, bevorzugt ein mittleres Tempo, spricht sich für ein mittleres Pausenmaß aus und kehrt vorzugsweise irgendwann in der Streckenmitte ein. Bei diesen eindeutigen Mehrheitsvorlieben handelt es sich überdies um außerordentlich stabile Mittelwerte - keine der statistischen Untergruppen unserer Stichprobe zeigt hiervon nennenswerte Abweichungen.

Interessanter sind daher fast noch die jeweiligen Minderheitenvoten. Aus ihnen lugt eindeutig der klassische Wanderertypus hervor, der gern möglichst früh loszieht, ein zügiges Tempo einschlägt und sich erst am Ende der Tour gastronomisch belohnt.

Aus dieser Gegenüberstellung wird deutlich, daß sich der Mehrheitswanderer in seinen Wandergewohnheiten vor allem an seinem körperlichen Wohlbefinden orientiert. Rund zwei Drittel der Befragten könnte man also als "Wellness"-Wanderer beschreiben, während ein knappes Drittel eher die Herausforderung des Natur- und Bewegungserlebnisses sucht. Den klassischen Wanderasketen der ersten Jahrhunderthälfte, der unterwegs keine Pause macht und sich auch nicht den Genüssen der Gastronomie hinzugeben gedenkt, scheint es dagegen kaum noch zu geben.

Tab. 7 Profilstudie Wandern Wandergestaltung	
Vorliebe	%
Beginn	
möglichst früh	31
vormittags	59
nachmittags	11
Tempo	
gemächlich	10
mittel	62
zügig	28
Pausen	
keine	4
eher wenige	75
lieber häufiger	21
Einkehr	
während der Tour	66
am Ende der Tour	39
überhaupt nicht	5

Wander-Begleitung

Auch die Frage nach der regelmäßigen Wanderbegleitung stellt liebevoll gepflegt Klischees infrage. Denn der deutsche Mittelgebirgswanderer ist weder Einzelgänger noch Vereinsmeier.

Weniger als jeder Zehnte macht sich normalerweise alleine auf den Weg, zu über 90% ist man zusammen mit anderen unterwegs. Entgegen der oben konstatierten Drittrangigkeit des sozialen Wandermotivs ist der Gehsport also eine primär soziale Aktivität. Im Bewußtsein der Beteiligten ist die Kommunikation mit Partnern, Freunden und Verwandten offenbar nicht das Hauptziel, de facto aber - und das bestätigen elementare Beobachtungen von Wandergruppen - ein Hauptmoment des Geschehens

Dabei manifestiert sich allerdings besonders unter den Jüngeren eine regelrechte Aversion gegen geführte oder Vereinswanderungen. In der organisierten Gruppe fühlen sich bestenfalls die Älteren (aber auch nicht mehr als zu einem Drittel) wohl. Die dominierende Sozialform des Wanderns ist demgegenüber die informelle Gruppe.

Dabei gibt Tab. 8 eine klare Abstufung zu erkennen. Häufigster Mitwanderer ist der eigene Partner, und das gilt für alle Teilgruppen der Erhebung. Die Fußreise ist damit in erster Linie eine Paar- bzw. Beziehungsaktivität, wozu sie sich angesichts ihrer kommunikativen Offenheit auch besonders eignet. Je nach familiärer Gebundenheit folgt dann die informelle Freundesgruppe und die Familie - letztere hat den Vorrang in der Altersgruppe bis 40, erstere darüber. Wenn das Familienunternehmen insgesamt erst an dritter Stelle rangiert, so mag das daran liegen, daß mit Kindern echte Touren nur begrenzt möglich sind. Junge Familien dürfte man wahrscheinlich eher unter den Spaziergängern antreffen, in der Zielgruppenhierarchie rangieren sie eher unter "ferner liefen" - noch hinter den Vereinsgruppen.

Vorliebe	%
Freund/in bzw. Partner/in	57
Freunde und Bekannte	47
Familie	35
Vereinsgruppe	19
geführte Wandergruppe	13
Kinder	14
Hund	10
allein	8

Wander-Orientierung

Um die verschiedenen Hilfsmittel zur landschaftlichen Orientierung in ihrer Bedeutung einschätzen zu können, gab der Fragebogen vier Bewertungsmöglichkeiten vor: optimal, hinreichend, oberflächlich, unzureichend. Wenn sich die Urteile der Befragten gleichwohl nur auf drei Vorgaben beschränkten, wirft das ein bezeichnendes Licht auf die zeitgenössischen Orientierungsfähigkeiten: Keines der Hilfsmittel wurde auch nur von einem der Beteiligten als "optimal" klassifiziert. Auf diesem Feld besteht offenbar noch viel Klärungsbedarf.

Folgerichtig bedienen sich die meisten Wanderer gleich mehrerer Orientierungshilfen. Dabei kommt der direkten Richtungsweisung vor Ort durch Wegweiser und Markierungen die größte Bedeutung zu, dicht gefolgt von grafischen Darstellungen in Form von Wanderkarten und Orientierungs-Tafeln.

Ein touristisches Wanderleitsystem sollte also möglichst alle vier Elemente zugleich umfassen, zumal sie nach Ausweis von Kreuztabellen tatsächlich auch gleichzeitig genutzt werden.

Mit deutlichem Abstand, aber immer noch mehrheitsfähig folgen textliche Hilfen. Demgegenüber beset-

zen die naturgegebenen Möglichkeiten der Orientierung die letzten Ränge vor dem offenbar undurchschaubaren Kompaß: Nur eine Minderheit (vor allem männlichen Geschlechts) traut sich zu, aus freien Stücken und anhand natürlicher Gegebenheiten den rechten Weg zu finden. Ohne eine ausgiebige Hilfestellung vor Ort blieben also vermutlich gerade die naturnahsten Teile unserer Urlaubslandschaften den meisten Wanderern verschlossen.

Tab. 9 Profilstudie Wandern Orientierung %		
Ich orientiere mich ...	hin- reichend	unzu- reichend
mit Hilfe von Wegweisern	81	1
anhand von Wandermarkierungen	80	1
mit der Wanderkarte	76	3
mit Hilfe von Orientierungstafeln	65	2
anhand von Wegebeschreibungen	56	5
aufgrund meines angeborenen Orientierungsinns	40	16
anhand der Natur (Wetterseite, Sonnenstand)	19	36
mit dem Kompaß	12	45

Wander-Landschaft

Unsere Frage nach der bevorzugten Wanderlandschaft ist insofern nur begrenzt auswertbar, als wir uns mit der Beschränkung auf Mittelgebirgswanderer von vornherein auf einen Landschaftstyp festgelegt haben. So ist es denn auch kein Wunder, das das Mittelgebirge in der Erhebung besonders gut wegkommt und auch der hierfür so charakteristische Wald besonders beliebt ist.

Daß wir mit unseren Befunden dennoch nicht ganz falsch liegen, zeigt eine österreichische Wandererbefragung, wonach auch die Einwohner und Gäste der Alpenrepublik am liebsten in einer Mittelgebirgslandschaft wandern. Es gibt in deutschen Landen also durchaus Anlaß zu wandertouristischem Selbstbewußtsein, bieten sie dem bewegten Mehrheitsurlauber doch offenbar mehr oder weniger seine Wunsch-Szenerie. Daß dies vor allem die älteren Jahrgänge zu schätzen wissen, ist kein Grund zur Verzagtheit: Denn zum einen handelt es sich bei ihnen um ein wirtschaftlich potentes und in der nachwachsenden Variante der "Jungen Alten" auch sehr flexibles Publikum, und zum anderen sind bereits die 30-40jährigen unter den Befragten zu drei Viertel auf das Mittelgebirge abonniert.

Auch hinter der hohen Wertschätzung des Waldes steckt vermutlich ein allgemeinerer Zug des Urlaubswanderers: Sein Drang zur Natur, in eine möglichst unberührt erscheinende Landschaft. Die Gepflegtheit des Kurparks und die kulturelle Bedeutung der Region kommen dagegen ebenso wenig an wie die Exotik der Ferne oder der Wildnis. Der Erhalt eines naturnahen Landschaftsbildes stellt sich aus dieser Sicht als eine der wichtigsten Aufgaben des Mittelgebirgstourismus dar.

Tab. 11 Profilstudie Wandern Landschaftstyp	
Vorliebe	%
Mittelgebirge	77
Hochgebirge	33
Flachland	15
mit viel Wald	58
naturnah, ursprünglich	53
Strand, Meer	35
mit viel Wasser	20
Ausland	21
Wildnis	16
kulturträchtige Gegend	14
gepflegte Landschaft	13
parkartige Landschaft	5

Landschafts-Ausstattung

Im Selbstverständnis heimischer Touristiker ist Landschaftspflege nicht selten gleichbedeutend mit Landschaftsmöblierung. Daß dies nur sehr begrenzt den Bedürfnissen von Wanderern entspricht, macht Tab. 12 deutlich. Danach nämlich fallen deren Ausstattungswünsche alles in allem recht bescheiden aus. Wirklich wichtig sind den Fußreisenden lediglich die schon bekannten Orientierungshilfen, und zwar auch hier in der Reihenfolge Wegweiser, Markierungen und Hinweistafeln.

Daran zeigt sich einmal mehr, daß es Wanderurlaubern vorrangig um das Erlebnis von Natur und Landschaft geht, zu deren Erschließung sie mangels Übung und Fähigkeit nach Orientierungshilfen verlangen. Für die Anbieterseite bedeutet das, vor allem anderen zunächst einmal ihre Wanderleitsysteme auf einen modernen, nutzerfreundlichen Standard zu bringen und deren dauerhafte Pflege sicherzustellen.

Mit deutlichem Abstand folgt auf der Wunschliste ein ebenfalls nicht sonderlich teures, aber in den Folgekosten aufwendigeres Utensil: Der fast schon vergessene Papierkorb. Die einleuchtende umweltpädagogische Parole, all jenes, was man voll in die Natur hineinträgt, doch auch leer wieder mitzunehmen, scheint bei den wandernden Naturgenießern nicht sonderlich anzukommen. Der Grund dafür ist indes vermutlich weniger der Widerwille, seine eigenen Abfälle im Rucksack wieder mit nach Hause zu schleppen, als vielmehr ein durch fremden Müll ausgelöster ästhetischer Reflex: Zur Entspannung gehört nicht zuletzt auch eine saubere Umwelt, naturnah ist eine Landschaft erst, wenn sie auch von den letzten Überresten der Zivilisation befreit ist. Ob mit oder ohne Papierkorb: Dem verständlichen Wunsch nach müllfreien An- und Ausblicken ist unbedingt Rechnung zu tragen.

Kostspieligere Infrastruktureinrichtungen werden demgegenüber nur von Minderheiten reklamiert. An der Spitze rangieren hierbei Schutzhütten und Ausflugslokale, auf die etwa ein Drittel der Befragungsteilnehmer "großen

Tab. 12 Profilstudie Wandern Landschafts-Ausstattung %		
Darauf lege ich Wert	ja	nein
Wegweiser	79	2
Markierte Wanderwege	74	2
Orientierungstafeln	58	3
Schutzhütten	36	11
Lokale	29	12
Papierkörbe	44	15
Sitzbänke	23	20
Aussichtstürme	21	19
Parkplätze	19	26
Rastplätze	13	28
Spielplätze	7	50
Tretbecken	3	59

Wert" legt. Da ihnen darüber hinaus jedoch weitere 55% einen "gewissen Wert" beimessen, verdient ihr Erhalt gleichwohl touristischer Aufmerksamkeit.

Mit unerwarteter Distanz betrachten Wanderer dagegen Sitzbänke und Aussichtstürme. Nur beim weiblichen Geschlecht überwiegt das Interesse an Sitzgruppen, bei den Jüngeren das an Aussichtstürmen ausdrücklich ihr Desinteresse. Dieser Befund unterstreicht erneut den ausgeprägten Hang der Wanderer zur unberührten Natur und macht darüber hinaus einen gewissen Unterschied zu Spaziergängern deutlich. Dennoch: Auch in Bezug auf die Paradenstücke kommunaler Landschafterschließung zeigen sich über 50% der Wanderer als mäßig angetan, was sicher nicht gegen deren Pflege spricht.

Kaum ein Sensorium haben die Fußreisenden dagegen für die Bedürfnisse von Kindern und Kurenden. Spielplätze und Tretbecken werden von der Mehrheit als überflüssig erachtet, und sie machen in der Tat wohl auch eher innerhalb der Spaziermeile als im weiteren landschaftlichen Umfeld Sinn.

Wander-Wege

Die Schlüsselrolle der markierten Wanderwege wird ein weiteres Mal durch Tab. 13 bestätigt: Für die Befragungsteilnehmer stellen sie offensichtlich das entscheidende Merkmal einer Wanderdestination dar - ganz im Gegensatz zu ihrem minderen Stellenwert als Gegenstand touristischer Planung und Betreuung.

Profilstudie Wandern Wegetypus		
Vorliebe in %	ja	nein
Markierte Wanderwege	80	4
Aussichtsreiche Kammwege	74	4
Naturnahe Erd- und Graswege	74	3
Schmale Wald- und Wiesenpfade	74	4
Einsame Wege abseits von Ortschaften	62	9
Fernwanderwege	39	16
Bequeme Wege ohne Steigung	47	12
Steile Wege, Bergpfade	39	24
ohne Wegspur, querfeldein	20	37
Naturlehrpfade	46	9
Kürzere Wanderwege in Ortsnähe	39	16
Kurze Rundwege um meine Unterkunft	25	25
Spazierwege innerhalb des Ortes	16	41
Einkaufsstraßen, Fußgängerzonen	14	50
Asphaltierte, wasserfeste Wege	12	44

Auf einen gewissen Gegensatz zwischen der touristischen Angebots- und Abnehmerseite verweist auch der in der Rangskala ebenso dicht folgende wie geschlossene Block der Aussichts- und Naturwege. Während der Rennsteig die Popularität von langgestreckten Kammwegen augenfällig unter Beweis stellt - ohne daß daraus allerdings nennenswerte Schlußfolgerungen für die Schaffung oder Vermarktung weiterer wandertouristischer Spitzenprodukte dieser Art gezogen würden - vertreten Touris-

tiker in Verwechslung der Bedürfnisse von Wanderern und Spaziergängern nicht selten offenbar irrige Ansichten hinsichtlich der optimalen Wegebeschaffenheit.

So läßt unsere Erhebung keinen Zweifel daran, daß es vor allem naturnahe und naturbelassene Wege sind, die unter Wanderern den besten Ruf genießen. Man tut niemandem etwas Gutes, wenn man sie für teures Geld ausbaut. Breitgeschotterte, regenfeste oder gar asphaltierte Wirtschaftswege mögen Spaziergängern gefallen, bei Wanderern stoßen sie auf Abwehr. Wie schon in punkto

Möblierung zeigt sich also auch hier der Fußreisende als bescheidener Gast, was indes nicht dazu führen darf, ihn gänzlich zu vernachlässigen.

Denn die "Renaturierung" von Wanderwegen in diesem Sinne ist angesichts konkurrierender Interessen von Forst, Jagd und Naturschutz durchaus ein aufwendiger Prozeß. Da damit Tab. 13 zufolge auch eine partielle Verlegung der klassischen Ortsverbindungen in einsamere, ortsfernere Lagen verbunden sein sollte, wird manchen Gastronomen die aufgelassene Markierung seiner Durchgangsstraße schmerzen.

Die immerhin von rund der Hälfte unserer Stichprobe artikuliert Vorliebe für bequeme Wege scheint dem auf den ersten Blick zu widersprechen. Allerdings geht es den Wanderern wohl weniger um breite Wanderautobahnen als um möglichst sanfte Steigungen. Hier zeigt sich abermals, daß der moderne Mehrheitswanderer vor allem um seines Wohlbefindens, seiner Wellness willen unterwegs ist, und dazu paßt es nicht, sich allzu sehr anstrengen zu müssen. Das gilt vor allem für das weibliche Geschlecht, das einen durchgängigen Trend zu weniger Anstrengung erkennen läßt. Der klassische Wanderer, heute vielleicht eher als Trekker bezeichnet, stellt demgegenüber mit seiner Vorliebe für steile Pfade und Fernwanderwege nurmehr eine (eher männerbestimmte) Minderheit dar, die bei den Fernwegen noch über, beim holperigen Querfeldeinwandern deutlich unter einem Drittel liegt.

An der relativ starken Ablehnung des Querbeetgehens ist vielleicht auch die derzeit gültige Umweltmoral nicht unbeteiligt. In zweifelhafter Individualisierung ist die berechtigte Sorge vor der industriellen Umweltzerstörung dermaßen verinnerlicht worden, daß man sich heute kaum mehr unbefangen in der Natur zu bewegen wagt. Die natürliche Umwelt wird zum Opfer des einzelnen Menschen verniedlicht ("Bambi-Syndrom") bzw. zum Zoo degradiert. Aus dieser Sicht könnte das unerwartet hohe Interesse an Naturlehrpfaden, das sich vor Ort normalerweise kaum in diesem Maße reproduziert, zum Teil einer gewissen natur-moralischen Korrektheit entspringen.

Eindeutig negativ fällt schließlich das Urteil über örtliche Flanierwege aus. Fast die Hälfte der Wanderer bewegt sich nicht sonderlich gerne darauf. Wenn man schon mal Lust zum Spazieren hat, dann reicht entweder die "Frische-Luft-Runde" um das Hotel, oder es zieht einen ins nächstliegende Grün jenseits der Ortslage.

Wander-Hotel

Spätestens in den 90er Jahren hat der Wandertourist den **Makel des Billig-Urlaubers** verloren. In mehreren soziologischen Studien zeigt sich, daß Urlaubswanderer im statistischen Mittel über ein überdurchschnittliches Einkommen wie Bildungsniveau verfügen. Von daher sollte auch die Vorliebe für Billigherbergen geschwunden sein.

Tab.14 kann dies - zumindest für Inlandswanderer - nur begrenzt bestätigen. Zwar gibt sich nur noch eine Minderheit mit Privatzimmern und Wanderheimen zufrieden. Andererseits stoßen aber auch die Komforthotels kaum auf Sympathie.

Immerhin sind es im Mittelklassefeld weniger Pensionen als einfachere Hotels und Gasthäuser, in denen sich Fußreisende besonders wohlfühlen. Man sucht also durchaus einen gewissen gastronomischen Komfort, ohne sich gleich dem Luxus hinzugeben. Aufschlußreich auch die Zwischenstellung der Ferienwohnung: Offenbar findet nur ein Drittel der Befragten Gefallen daran, sich nach der Wanderung noch selber zu versorgen.

Besonders ausgeprägt ist der Zug zum Hotel bei den älteren Gästen, für die andere Unterkunftsalternativen kaum infrage kommen. Man will nach anstrengendem Tun ganz offensichtlich gut bedient sein, ohne dafür extrem viel Geld ausgeben zu müssen. Die Wanderer verkörpern demnach eine besonders moderate Wellness-Fraktion, die ihr Wohl(befinden) nicht allein im passiven Genuß gastronomischer Dienstleistungen, sondern vorrangig in wohlgepolsterter eigener Aktivität suchen.

Tab. 14 Profilstudie Wandern Unterkunfts-Kategorie	
Vorliebe	%
Einfache Hotels, Gasthäuser	56
Pensionen	44
Ferienwohnungen	35
Privatzimmer	19
Wanderheime, Jugendherbergen	15
Camping-Plätze	9
Komfort-Hotels	9

Hotel-Ausstattung

Es gibt mittlerweile zahlreiche Kriterienkataloge für die nutzerfreundliche Beherbergung von Wandergästen. Die darin zusammengetragenen Ansprüche sind ebenso vielfältig wie beliebig, fehlt es ihnen doch an empirischer Fundierung: Was davon ist Wanderern wirklich wichtig und was eher läßlich?

Tab. 15 Profilstudie Wandern Unterkunft: Ausstattung	
Vorliebe	%
Ruhige Lage im Grüne	72
Anschluß an Wanderwege	45
Regionale Küche	54
Problemlose Beherbergung für eine Nacht	39
Frühes Frühstück, Lunchpakete	30
Umweltfreundlicher Betrieb	31
Sauna, Schwimmbad	25
Informationen über Sehenswürdigkeiten	46
Nahverkehrsfahrpläne	20
Veranstaltungsprogramm	14
Wanderkundiges Personal	17
Schriftliche Wandervorschläge	17
Wanderbibliothek	4
Zimmervermittlung für die nächst Etappe	11
Abholdienst von unterwegs	9
Gepäcktransport	9
Trockenraum, Waschmaschine	8
Hilfe bei Reparaturen	8
Verkauf von Wanderausstattung	3

Die von uns befragten Mittelgebirgsgäste haben leider jene Eigenschaften an die Spitze ihrer Wunschliste gestellt, an denen das einzelne Haus am wenigsten ändern kann: Die ruhige Lage im Grünen und einen möglichst direkten Anschluß an das Wanderwegenetz. Nicht jeder Gästebettenanbieter kann also

ohne weiteres zum wanderfreundlichen Beherbergungsbetrieb avancieren, die Chancen sind vielmehr von vornherein ungleich verteilt. Doch lassen sich Defizite in der Lage vermutlich durch Vorzüge im Dienstleistungsangebot ausgleichen.

Und da nun steht nicht etwa eine zünftige Wanderatmosphäre, sondern die regionale Küche an erster Stelle. Offenbar geht auch die Liebe zur Landschaft durch den Magen, das Kennenlernen von Land und Leuten schließt deren Essgewohnheiten ein.

Demgegenüber spielen wanderspezifische Angebote nicht nur eine zweitrangige Rolle, sondern erfahren zugleich eine stark gestufte Wertung. So ist etwa die Hälfte der Befragten an Informationen über Sehenswürdigkeiten interessiert, Informationen über den Nahverkehr oder das Veranstaltungsprogramm aber sind erheblich weniger gefragt. Noch erstaunlicher ist der geringe Bedarf an hilfreichen Vorschlägen zur Wandergestaltung. Dabei werden kurze Hinweise vom Personal oder aus Broschüren noch am ehesten akzeptiert, in Bücher will sich dagegen so gut wie keiner einlesen. Offenbar legen die Wanderer größten Wert auf eine möglichst individuelle Gestaltung des Wandertages ohne verbindliche Vorgaben.

Folgerichtig ist vielen Wandergästen auch eine besondere gastronomische Flexibilität wichtig. Die Buchung für eine Nacht muß ebenso problemlos möglich sein wie ein frühes Frühstück und die Versorgung mit Lunchpaketen. Wenn sich der Betrieb dann noch umweltfreundlich gibt und über Sauna oder Schwimmbad verfügt, sind die wichtigsten Kriterien schon abgearbeitet.

Die Belange von echten Wanderprofis sind demgegenüber von nachrangiger Bedeutung. Hierin zeigt sich erneut das klare Übergewicht der Wohlfühlvor der sportlichen Wanderfraktion. Der Umstand, daß nurmehr 15% der Befragten für Mehrtageswanderungen zu gewinnen sind, hat zwangsläufig zur Folge, daß alle speziell auf sie gemünzten Dienstleistungen nur von einem Zehntel der Wanderer oder noch weniger nachgefragt werden.

Am ehesten sind die Trekker noch an Hilfe bei der (pauschalen) Organisation der Unterkunfts-, Fahrt- und Gepäckkette interessiert. Demgegenüber kommen die alten Fahrensleutequalitäten des Selberwaschens und -reparieren kaum noch zu Ehren, und Ersatzausstattung würde sich so gut wie keiner im Hotel kaufen.

Bei all diesen Befunden ist freilich zu berücksichtigen, daß offenbar nur eine Minderheit der Befragten als Gast in der Erhebungsregion nächtigte. Ob diese ihre gastronomischen Wünsche (womöglich auch noch abhängig von der Unterkunfts-kategorie) anders gewichten als Tagesgäste, soll in einer eigenständigen Analyse unter die Lupe genommen werden .

Die nächste Wandergeneration

Auch wenn die Befunde der Profilstudie alles in allem einen touristisch vielversprechenden Wandel des Wanderpublikums dokumentieren, mag mancher Touristiker skeptisch bleiben. Denn dieser Wandel bezieht sich vorzugsweise auf die mittlere bis ältere Generation. Mit einem Durchschnittsalter von gut 50 Jahren repräsentieren die Befragten zwar ein kräftiges Nachfragepotential auf dem aktuellen Tourismusmarkt, und man wird sich zweifellos auf deren Bedürfnisse einstellen müssen. Aber die damit verbundenen Perspektiven sind allein aus demographischen Gründen begrenzt. Eine längerfristige Strategie muß dagegen auch auf die Jüngeren schauen, hier sind die wahren Trends der Zukunft ablesbar - so jedenfalls das Mehrheits-Credo der ihrerseits noch relativ jungen Branche.

Dem ist entgegenzuhalten, daß ein grundlegender Marktwandel nicht nur von Generation zu Generation, sondern, wie ja gerade das Beispiel der Wanderer zeigt, als Ausdruck gewandelter Rahmenbedingungen auch innerhalb einer Generation erfolgen kann. Langfristige Trends sind stets eine Folge von beidem: der sukzessiven Ablösung der Alterskohorten und der Veränderungen innerhalb der altershomogenen Gruppen. Was dabei den Ausschlag gibt, ist nur schwer auszumachen. Oder anders ausgedrückt: Wir können für die heutige junge Generation kaum voraussagen, in welchem Maße sie in die Schuhe der Altvorderen hineinwächst oder ihre einmal in der Jugend entwickelte Kultur in das Alter hinüberrettet.

Gerade beim Wandern scheint es so etwas wie einen quasi-natürlichen Altersgang zu geben: Im Kindesalter weckt die Erkundung von Natur und Landschaft Begeisterung, die Pubertät ist mit einer generellen Abwendung nicht nur von den familiären Vorgaben, sondern auch von der natürlichen Umwelt verbunden, und erst ab Mitte der Zwanziger entwickelt sich dann in steigendem Maße die Fähigkeit zum Genuß von Natur und ausdauernder körperlicher Bewegung als Voraussetzung eines neuen Verhältnisses zum Wandern. Dieses folgt also einer Art Schwingung, derzufolge eine wanderaversive Jugend keineswegs das Ende der ganzen Bewegung terminiert.

Andererseits, auch das ist richtig, werden in jungen Jahren entwickelte Vorlieben - gerade im Bereich von Freizeit und Urlaub - nachweislich bis ins Alter tradiert. Das dürfte im Falle des Wanderns allerdings eher das Wie als das Ob betreffen. Von daher ist ein Blick auf die besonderen Wandervorlieben Jüngerer durchaus empfehlenswert, wenn auch nur begrenzt prognoserelevant.

Jüngere - das sind im vorliegenden Falle die ersten Altersklassen in der postpubertären Phase der Wiederentdeckung des Wanderns. Da unsere Stichprobe knapp 200 Befragte im Altersbereich von 20 bis 40 umfaßt, läßt sich aus dem Vergleich dieser "Nachwuchsgeneration" mit der im Schnitt 20 Jahre älteren Gesamtheit vielleicht der eine oder andere Zukunftstrend herauslesen. Fast

bedeutsamer noch dürfte der Umstand sein, daß diese Altersgruppe ihr Verständnis von Urlaub vermutlich in besonderem Maße mit einem Auslandsaufenthalt verbindet. Wenn es überhaupt eine Chance gibt, mittelfristig wenigstens einen Teil der Auslandswanderer wieder für einen Inlandsurlaub zu gewinnen, wird man auf die Erwartungen und Gewohnheiten dieser Gruppierung in besonderem Maße eingehen müssen.

Die Besonderheiten der nachwachsenden Wandergeneration der 20-40jährigen konzentrieren sich im wesentlichen auf vier Bereiche. Zum einen begegnet man dem Ausdauergehen mit etwas mehr Zurückhaltung, was angesichts der erwähnten Altersschwingung im Wanderverhältnis allerdings kaum verwundern kann. Statt drei Viertel halten nur zwei Drittel der Jüngeren Wandern für "in". Man begibt sich deutlich seltener auf Tour - die Quote aktiver Wanderer liegt sowohl im Alltag wie im Urlaub um 20% niedriger - und die durchschnittlich zurückgelegte Strecke ist mit gut 11 km um 2 km kürzer als der Gesamtmittelwert. Folgerichtig verlieren Halbtags- und Ganztagswanderung an Bedeutung, der längere Spaziergang ist mit 55% die Wanderform der Wahl. Hierbei spielt sicherlich auch die mit der Familiengründung verbundene Rücksicht auf die Kinder eine wesentliche Rolle, wird doch die Familie zu über 57% (gegenüber 35% im Schnitt) als bevorzugter Begleiter benannt - alles in allem also kein Grund zur Beunruhigung.

Demgegenüber deutet sich im sozialen Gefüge des Wanderns ein grundlegender Umbruch an. Einerseits nämlich erfährt der Spaß mit anderen und die Möglichkeit, ungezwungene Gespräche zu führen, bei den Jüngeren einen beträchtlichen Aufstieg um über 10% in der Motivskala. Andererseits sind nur noch 11 statt 23 % Vereinsmitglieder, und sogar nur noch 5%, also die Hälfte dieser ohnehin schon vergleichsweise geringen Quote, wünschen sich den Verein als Wanderbegleiter. Hier deutet sich möglicherweise das langfristige Ende der Wandervereine an, die es offenbar nicht schaffen, den gewachsenen sozialen Bedürfnissen der nachwachsenden Generation Rechnung zu tragen. Sie werden offenbar durch die Clique ersetzt, in der man sich lockerer und ungezwungener austauschen kann.

Hierzu paßt es, daß die ohnehin schon randständige geführte Wanderung nochmals fast 10 Prozent Anhängerschaft verliert und mit nur noch 5% Zustimmung in die Bedeutungslosigkeit herabsinkt. Die Aversion gegen alles Organisierte ist in der nächsten Generation offenbar so ausgeprägt, daß dies nicht ohne Konsequenzen für die Gestaltung von Pauschalangeboten bleiben kann.

Neben der sozialen Motivgruppe legen auch alle naturbezogenen Motive beim Nachwuchs zu. Man will noch näher an die unberührte Natur heran, und die sucht man verstärkt im Wald, in der Wildnis und - natürlich - im Ausland (jeweils 10% Zuwachs). Zugleich haben es den Jüngeren verstärkt die Gipfel und alle Formen von Gewässer angetan - ebenfalls natürliche Urformen, die den jugendlichen Erlebnis- und Abenteuerdrang befriedigen. Daß bei alledem das

Mittelgebirge etwas schlechter wegkommt, erscheint nur konsequent. Dennoch bleibt es auch für die 20-40jährigen (mit einer Fan-Quote von zwei Drittel statt drei Viertel) die mit Abstand führende Wanderlandschaft.

Der vierte potentielle Zukunftstrend geht in Richtung auf eine flexiblere Gastronomie. Abgesehen von einer umweltfreundlichen Angebotsgestaltung wünscht man sich eine stärkere Präsenz von Ausflugslokalen in der Landschaft, eine problemlosere Beherbergung für eine Nacht (+25%!) sowie ein breiteres Informationsangebot über die Möglichkeiten vor Ort, gibt zugleich aber billigeren Unterkünften gegenüber Hotels durchweg den Vorzug.

Kaum weniger aufschlußreich als diese Indizien für veränderte Ansprüche der nachfolgenden Wandergeneration sind die offenkundigen Konstanten der Bewegung. So scheinen sich alle Wanderer darüber einig zu sein, was sie von einem schönen Wanderweg erwarten. In der immerhin 15 Punkte umfassenden Bewertung des idealen Wegetypus lassen sich keine nennenswerten Generationsdifferenzen entdecken, und auch die Ausstattung dieser Wege mit den einschlägigen Orientierungshilfen wird ähnlich hoch veranschlagt. An dem angemahnten Rückbau der Wanderwege zu naturnahen Pfaden und ihrer Ausstattung mit einem zuverlässigen Leitsystem geht also kein Weg vorbei.

Auch wie eine Wanderung abzulaufen hat, wird von den Jüngeren kaum anders gesehen. Man läßt sich Zeit und legt großen Wert auf wohlkomponierte Pausen: Wellness ist Trumpf.

Bemerkenswert ist schließlich, daß der Nachwuchs das Dauergehen nahezu uneingeschränkt für einen modernen Breitensport hält, der allen Altersgruppen etwas bringt und keineswegs nur den Älteren vorbehalten ist. Es gibt also von Seiten der Jüngeren entgegen vielfältigen Befürchtungen keine ernsthafte Imagebarriere gegenüber dem Wandern etwa im Sinne einer Denunzierung als Seniorenhobby. Füllt man das Dauergehen nur hinreichend mit natürlichen und sozialen Erlebniselementen auf, hat es auch bei den kommenden Generationen eine große Zukunft.

Die vorgestellten Befunde der "Profilstudie Wandern" stellen lediglich einen Einstieg in das Thema dar, und auch ihre touristischen Interpretationen bedürfen sicher noch der Vertiefung. Zentrale Probleme sind offen geblieben oder stellen sich überhaupt erst jetzt, wie etwa die Frage danach,

- wie man das Image des Mittelgebirgswanderns liften kann
- wie man die ins Ausland abgewanderten Gehsportler wieder für Urlaubstouren in ihrem Heimatland gewinnen kann,
- was Wanderer am Urlaubsort machen, wenn sie nicht wandern,
- wie man erfolgreiche Produkte und Marken auf dem Gebiet des Wandertourismus entwickelt und vermarktet,
- welche Ansprüche Wanderer an Pauschalangebote stellen, und vieles mehr.

Hinzu kommt, daß sich der vorliegende Bericht nur mit den Eigenschaften des Durchschnittswanderers beschäftigt, obwohl sich zweifellos auch und gerade das größte Publikumssegment des Inlandstourismus längst nach individuellen Lebenslagen und -stilen ausdifferenziert hat. Aus entsprechenden Clusteranalysen wie langjährigen eigenen Erfahrungen mit Wandertouristen lassen sich z.B. die Prototypen des Naturgenießers, Entdeckers, Sportwanderers, Bildungswanderers, Geselligkeitswanderers oder Selbsterfahrers recht klar herausdestillieren. Ihren unterschiedlichen, ja teilweise gegensätzlichen Vorlieben auf die Spur und entgegen zu kommen, ist eher eine langfristige Aufgabe.