

A photograph of a forest path. The path is made of dirt and leads through a dense forest of tall, thin trees. The ground is covered in green moss and fallen branches. The lighting is soft, suggesting a shaded forest environment.

Wandern ist jung

Rainer Brämer
Deutsches Wanderinstitut

A photograph of a dirt path winding through a lush green forest. The path is covered with fallen leaves and leads towards a bright opening in the trees. The text is overlaid on the top half of the image.

Für alle, die es noch nicht wissen:

Wandern im Kommen



Wandern führt

Aktive:	Freizeit	Urlaub D/A
Wandern	55%	70%
Radeln	60%	25%
Mountain Biking	15%	5%
Inline Skating	10%	10%



Immer mehr Deutsche wandern

	1995	2001	2004
Wanderer in Mio.	32	34	(40)
in Prozent	50	53	(62)



Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse



Deutsche wandern immer mehr

<u>Häufig wandern</u>	2004	2003	1998
in der grünen Jahreszeit	49%	41%	(25%)
im Winter	35%	29%	

90 % wandern auch im Winter



„Megamarkt Wandern“

**12 Mrd. € Gesamtausgaben,
davon
5 Mrd. € touristische Ausgaben**

**Wandern ist kein Billigsport,
sondern kostet
2,5 € pro km**



Wandermarkt: Wachstum trotz Krise

Branchenhotels

Reiseveranstalter

Ausrüster

Messen

Medien



Otto Normalwanderer:

Durchschnittsalter 48

Das entspricht dem Durchschnitt der Bevölkerung über 14

Anteil Frauen: 50%

Bei jüngeren schon darüber

Abitur/Diplom knapp 50%

**Überdurchschnittliches Einkommen
Überdurchschnittlich ausgabenfreudig**



Deutschlands neue Wandermarken

Rheinsteig

Rothaarsteig

Frankenweg

Altmühltal-Panoramaweg

Harzer Hexenstieg

Eifelsteig

Hochrhöner

Bayernsteig

Neuaufgaben

Westweg, Hermannsweg, Rennsteig



Modellprojekt Rothaarsteig

Startinvestitionen

2,5 Mio € (über 4 Jahre)

Starterfolg im ersten Jahr

Ca. 100.000 Besucher auf dem Steig

Ca. 2,6 Mio € zusätzliche Einnahmen am Steig



Wandermotive

1. Natur genießen
2. Freude an der Bewegung
3. Mit Partner/Freunden unterwegs

Mehr oder weniger „out“:

Kulturwandern

Sportwandern

Gruppenwandern



Bevorzugte Wanderziele

Rang1:

Ursprüngliche Natur
Aussichten, Gipfel
Höhlen, Schluchten, Wasserfälle

Rang 2:

Wald, Wiesen, Heiden
Naturreservate, Wildgehege
Burgen, Schlösser, Kirchen, Gasthöfe,

Rang 3:

Naturschutzzentren, Wald-Info-Stationen,
Kunst und Kultur- Installationen
Museen, Cafés



Bevorzugte Wege

Schmale Pfade	66 %
Aussichtsreiche Kammwege	52%
Naturwege	45 %
Schotterwege	6 %
Asphaltierte Wege	1 %
Wege durch Ortschaften	4%
Wege an/auf Straßen	1 %



Natursoziologische Hintergründe



Natur....

gehört zu den unbestrittensten Werten der Deutschen

ist Stoff für Fantasien und Träume

umrahmt jeden zweiten Werbeclip

ist zu 90 % Gefühl



Sehnsucht Natur

90% der Deutschen

- + verbinden Freizeit mit Natur-Vorstellungen
- + pflegen Pflanzen in Haus und Garten

50% der Deutschen

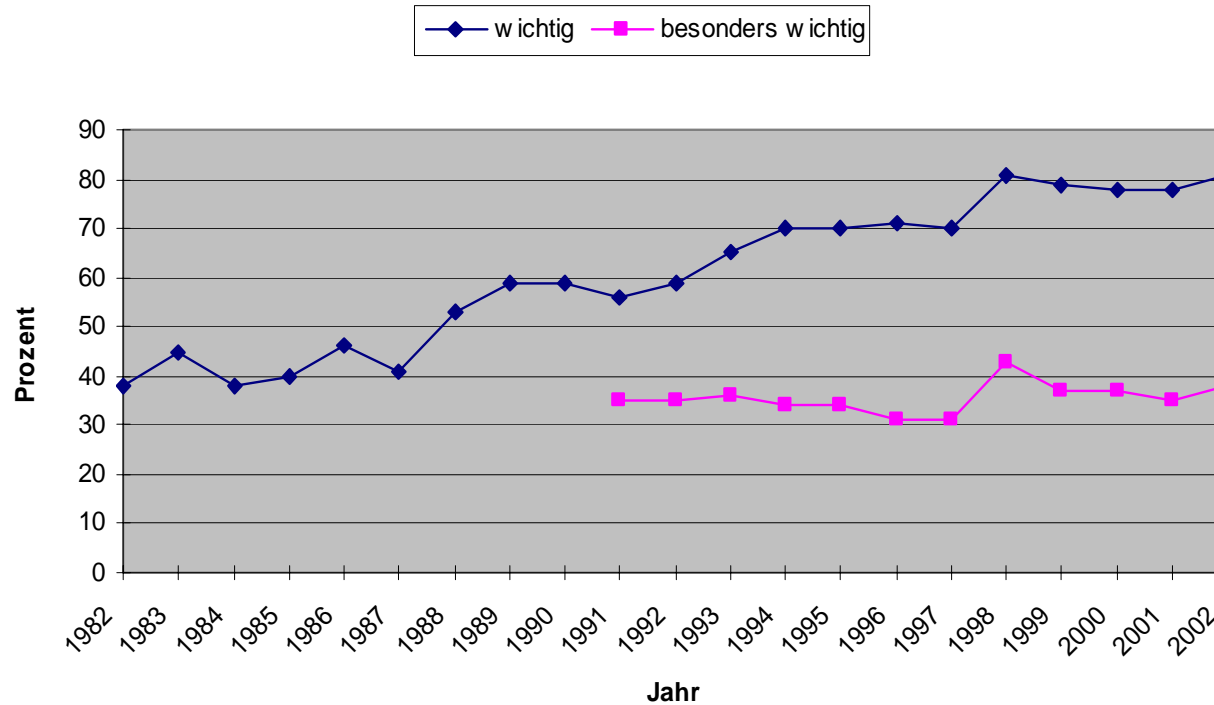
- + holt sich die Natur in eigene Gärten
- + und geben allein dafür 10 Mrd. Euro aus.



Natur als Urlaubsparadies

Reiseanalysen

Reisemotiv "Natur erleben"





Natur als junger Wert

Das ist mir in der Natur wichtig :

Unberührte Natur	90%
Schönheit der Natur	90%
Natürliche Stille	90%
Sich frei bewegen können	85%

"Jeder Mensch hat ein Recht auf einen freien Naturzugang,, 90%

Natur als Wert der Jüngsten

Das ist mir in der Natur wichtig: Sich frei bewegen 85%

Ich komme in meinem Lebern nicht ohne Wald aus 80%

„Jeder Mensch hat ein Recht auf ein Stück Natur“ 75%

Jugendreport Natur 2002



Warum wir uns beim Wandern wohlfühlen:

Wandern stabilisiert die eigene Natur

Stärkung des Immunsystem

Moderater Ausdauersport optimal

Kreislauf-Dauertraining

Puls und Blutdruck sinken

Reiner Fettstoffwechsel

Normalisierung des Cholester- und Insulinspiegels

Maximaler Energieverbrauch

Kilometerkalorien wie beim Laufen

Gesundheitssport Nr.1

2000 Kalorien verlängern Leben

A photograph of a forest path. The path is made of brown leaves and dirt, winding through a dense forest. The trees are tall and thin, with green foliage. The lighting is bright, suggesting a sunny day. The overall scene is peaceful and natural.

Naturpsychologische Hintergründe



Vegetativer Hintergrund:

(Schöne) Natur im Blick

**senkt Puls und Blutdruck
mindert Muskelspannung und Hautleitfähigkeit**

**entlastet von negativen Emotionen
verstärkt freundliche Gefühle**

**verlangsamt Hirnwellen
beruhigt und entspannt**



Natur im Kopf

verstärkt

Urteils- und Kontrollkompetenz

Einfallsreichtum und Kreativität

Aufmerksamkeit und Konzentrationsfähigkeit

mindert

Depressionen

spontane Aggressivität

Verspannungen und Ängste



Grün in der Stadt

vermindert

**Verkehrsstress und Lärmbelästigung
Bürostress und Ermüdung am Arbeitsplatz**

**Krisenfatalismus, soziale Verelendung
Ordnungswidrigkeiten und Aggressionen**

**Graffiti, Müll und Vandalismus
Gewalt- und Eigentumskriminalität**



Kurz:

Die Natur

**ist hoch gefühlsbesetzt,
spricht alle unsere Sinne an,
bringt uns zu uns selbst zurück**

Naheliegende Schlüsselfrage:

Gibt es ein Recht auf Natur?



Recht auf Natur

**In der Hightech-Kunstwelt ist Natur
ein unersetzliches Rückzugs-Psychotop.**

**Wir entfalten uns optimal im arteigenen Biotop.
(Recht auf freie Entfaltung der Persönlichkeit)**

Das gilt besonders für junge Menschen:

**Zur allseitigen Entwicklung ihrer Fähigkeiten brauchen sie eine
komplexe, vielgestaltige und reaktive Umwelt
mit kreativen Gestaltungsmöglichkeiten**



Was ist ein Naturerlebnis?

Erlebnis =

Jedem seine eigene
Mischung von Vertrautem
und Fremden

**Fremdes + Vertrautes
Neugier + Geborgenheit
Herausforderung + Sicherheit**

Vertrautes = Bewahren
Grün, schöne Landschaft,
Wohlfühlen, Heimat, Naturschutz,

Naturentfremdung →
Zum Abenteuer
reicht schon wenig

Fremdes = Den Helden geben
Magie der Ferne, Abwechslung,
Risiko, Abenteuer, Angstlust

A photograph of a forest during autumn. The foreground and middle ground are filled with trees whose leaves have turned a bright, vibrant yellow. In the background, several tall, dark evergreen trees stand against a pale sky. The overall scene is bright and colorful, capturing the peak of fall foliage.

**Natur
erlebt man
am intensivsten
beim Wandern**



Wandern verbindet innere und äußere Natur

Eigene Natur in Bewegung

Ausgewogene Anregung aller Körperfunktionen

Ständiger Reizwechsel im optimalen Wahrnehmungstempo

Keine Ablenkung durch körperliche Überanstrengung

Keine Ablenkung durch technisches Gerät

Stärkste Naturwahrnehmung beim Gehen

Instinktive Landschaftsbewertung

**Jugendliche haben ihre
eindrucksvollsten Naturerlebnisse
beim Spazieren und Wandern**



Wandern ist per se

Erlebnis

denn es verbindet

**den Genuss schöner Landschaft (Geborgenheit)
mit dem Reiz des ständig Neuen (Neugier)
im Maß arteigener Langsamkeit.**



Und nicht zuletzt:

Wanderer sind besonders natursensibel

Besondere Eigenschaften im Urlaubervergleich :

**Weniger Naturverbrauch
Mehr Freude an der Natur
Intensivere Naturwahrnehmung**

**Mehr Wissen über Natur und Umwelt
Höheres Umweltinteresse und –engagement
Mehr Verständnis für Naturschutzmaßnahmen**

Wandervereine sind traditionelle Naturschutzorganisationen

A scenic landscape featuring a dirt path that winds through a lush, green grassy field. In the background, there are rolling hills and mountains under a clear sky. The path is made of light-colored soil and small stones, leading the eye from the foreground towards the distant peaks. The overall atmosphere is peaceful and natural.

Resümee

Wandern hat Zukunft!

Wirklich?



Geschichte:

Wandern war immer jung

**Wandernde Scholaren (Vaganten)
Bettelmönche, Minnesänger**

**Handwerker (Walz)
Kavaliere ("Grand Tour")**

**Turnfahrten, Jugendherbergen
Wandervogel, Jugendbewegung**

Fahrten machte man zu Fuß

Große Fahrt, Pilgerfahrt, Fahrendes Volk,
Gefährten, Gefahr, Fahrtenmesser, Fährte

Gefahren bestehen

=

Erfahrung sammeln

**Horizont erweitern
Aufbruch in Neuland
Den eigenen Weg finden**



Gegenwart:

Wandern ist megaout

Ich wandere gern

Jahr	1992	1997	2002	(2005)
	36%	30%	27%	(11%?)

Klasse	6	9	12
	37%	18%	17%

Semester	Start	Mitte	Hoch
	46%	56%	75%

Ich wandere nicht gern
1992: 34% 2002: 45%

Ich wandere nicht gern
Kl.6: 33% Kl.9: 58%



Was am Wandern nervt (1)

Offene Frage (Prozent der Nennungen)

zu viel, zu lang , zu schnell:	38%
langweilig	16%
Schmerzen, Blasen, Kater:	10%
Wetter	8%
Lehrer, Klasse	4%

**Am Wandern stört das
monotone Streckemachen**



Was am Wandern nervt (2)

Geschlossene Fragen

(Prozent der Befragten)

langweilig	54%
anstrengend:	46%
zu lang:	42%
Gefahr von Blasen:	40%
Erwachsene Begleitung:	42%

Wandern mit den Eltern

Wunsch Wirklichkeit

Kl. 5/6:	16%	39%
Kl. 7/8:	15%	30%
Kl. 9/10:	15%	23%
Kl.11/12:	18%	7%

Wandern mit Freunden

Wunsch Wirklichkeit

Kl. 5/6:	37%	25%
Kl. 7/8:	60%	40%
Kl. 9/10:	55%	45%
Kl.11/12:	85%	50%

E&CO
en-Fachleute
OBI Baumarkt

Willkommen am Mehr.

Jugend in der Kunstwelt





Glasmengerie

Leben unter Glas

Wohnung, Arbeitsplatz/Schule,
Konsumtempel, Verkehrsmittel
Musik-, Spiel- und Sporthallen

Leben auf Glas

Elektronikschirme aller Art
TV, PC, Konsole, Handy



“Cocooning“

**Wohnkapsel
mit Bild- und Tonverbindung
in eine verinselte Außenwelt**

**ausgestattet mit Vollversorgung,
untermalt von Klangteppichen**

**Hausarrest ist keine Strafe mehr,
Stubenhocker kein Schimpfwort**

**Soziales Netz ohne Zeit- und Raumbindung:
90% der Jugendlichen besitzen ein Handy
und geben dafür im Schnitt
50% ihres Etats aus.**



Große Welt in zwei Dimensionen

**Durchschnittlicher Fernsehkonsum: über 2 h/Tag
Rund 50% junger Menschen besitzen eigenes Gerät**

**Vorschulkinder: Schwierige Unterscheidung Fiktion/Realität
Kinder: Ein Drittel glaubt dem Werbefernsehen
Jugendliche: Wichtig für Rollenbilder**

Cyberwelten

**Häufigste PC-Aktivität: Computerspiele (CD und Online)
Interaktive Helden und Sportler: "World Cyber Games"
"Electronic Sports League" mit 80.000 Counterstrike-Clans**



Himmel und Hölle

Welthöchste Raucherquote:

Ein Viertel der Jugendlichen raucht regelmäßig

Immer mehr im Trinkercoma:

Fast ein Drittel der Jugendlichen trinkt regelmäßig

Keine Angst vor weichen Drogen:

30% sind erfahren, 15% Intensivkonsumenten

KidsVerbraucherAnalyse

**Zwanzigmilliardenmarkt
mit großen Zuwachsraten
und hohem Markenbewusstsein**



Stock und steif

**Nur noch eine Stunde Bewegung täglich
Immer mehr bewegen sich immer weniger
Einseitiger Sport statt vielseitiger Spontanmotorik**

Probleme mit

**Balancieren, Rückwärtsgehen, Klimmzügen, Klettern,
Hüpfen, Springen, ...**

**Verschlechterung bei
Schnelligkeit, Ausdauer, Kraft und Koordination**

Mangelnde Wahrnehmung und Reaktion bei Unfällen



Dick bleibt dick

20% haben Übergewicht

Dicke werden immer dicker

80% der übergewichtigen Jugendlichen
werden dicke Erwachsene

Zunahme Altersdiabetes bei Jugendlichen
Generell Höheres Krankheitsrisiko,
Sinkende Lebenserwartung

Kunstwelt macht krank

Ein Zehntel leidet an Asthma

Ein Fünftel leidet an Allergien

Ein Sechstel hat psychische Störungen

Ein Viertel hat Herz-Kreislauf-Schwächen



Intelligenter, aber geistig ärmer?

Einerseits

Kontinuierliches IQ-Wachstum

Andererseits

Unterforderte Nahsinne

Rückgang Studierfähigkeit

Rückgang sprachlicher Leistungen

Zunehmende Sprachentwicklungsstörungen



**Nachhaltige
Naturentfremdung**



Reaktion Erwachsene

Zurück zur Natur

Boom Natursport, Wandern, Garten

Reaktion Jugendliche

Abschied von der Natur



Wissen über Natur

Wie heißen die Früchte von

Kakaobäumen?	richtig 47%
Wilden Rosen?	richtig 21%

Welche Farben haben

Rapsblüten?	richtig 69%
Vanillefrüchte?	richtig 25%



Fehlfarben

Die gelbe Ente

	1997	2003
Gesamt	7 %	11 %
Klasse 9	6 %	5 %
Klasse 6	7 %	16 %
Klasse 5	16 %	
Klasse 4	30 %	
Klasse 3	50 %	
Klasse 1	70 %	

**Primäre Naturerfahrung
aus den Medien?**



Interesse an Natur

Das mache ich gern

	1997	2003
Waldlehrpfade begehen	44%	38%
Mit dem Förster unterwegs	33%	26%
Pflanzen bestimmen	37%	19%



Natursendungen im Fernsehen Sehbeteiligung 1997

Alter	Reichweite in %	
	ARD	ZDF
Schnitt	6,3	4,8
3-13	1,1	1,1
14-19	1,5	0,9
20-29	2,3	1,7
... über 65	14,8	11,5



Kunstnatur

Natur(wissenschaft) in der Schule

Rationale Objektdistanz, technische Beweismatur

Natur in den Medien

Cyberfantasien statt Wirklichkeit

Umweltpädagogik

Wissenschaft, Moral, Ausgrenzung



Erfahrung mit Natur

Keine Erinnerung
an ein eindrucksvolles Naturerlebnis

Jungen
47%

Mädchen
35%

Nur 9% der Erlebnisse sind negativ!



Spaß in der Natur

Das machen Jugendliche gern

	1997	2003
Im Grünen feiern	82%	63%
Draußen übernachten	68%	59%
Mit dem Walkman spazieren	37%	36%
(dagegen)	36%	22%



Erwachsen werden heißt Abschied von der Natur

Das machen Jugendliche gern

	KL.6	KL.9
Auf Bäume klettern	64%	38%
Tiere beobachten	64%	42%
Waldlehrpfad begehen	48%	29%
Mit dem Förster durch den Wald	37%	14%
Wandern	44%	23%
Der Natur helfen	73%	53%
An Umweltschutzaktionen teilnehmen	29%	13%

**So kann es nicht
weitergehen!**





Wandern als Kontrastprogramm

Natur in Bewegung:

Die Wiederentdeckung der äußeren Natur
in der Erfahrung der eigenen Natur

Renaturierung:

Volle Entfaltung der Persönlichkeit
im arteigenen Biotop

Wildes Lernen:

Authentisches Erlebnis statt
pädagogischer Inszenierung

A landscape photograph showing a dense forest of tall evergreen trees. In the foreground, there is a pond reflecting the surrounding greenery. The ground around the pond is covered with autumn-colored vegetation, including orange and yellow grasses and shrubs. The sky is a clear, bright blue.

Wo anfangen?



Was am Wandern gefällt (1)

Offene Frage
(Prozent der Nennungen)

Natur und Landschaft	33%
Wetter	13%
Freunde, Mitschüler	14%
Bewegung	12%
Pause, Picknick	6%
Spaß, Quatsch	6%
Spiele	1%
Erlebnis, Abenteuer	1%

Attraktion Nr. 1
Original Natur!

Gemeinsam
unterwegs!

Hauptdefizit
Abenteuer!



Was am Wandern gefällt (2)

Geschlossene Frage (Prozent der Befragten)

Unternehmungen mit Freunden 90%
Mit anderen reden 72%

Jugend
unter sich

Lagerfeuer 87%
Nachtwanderung 79%
Abenteuer erleben 71%

Nacht als
Abenteuer

Querfeldein gehen 58%
Unbekannte Landschaft 54%
Tiere beobachten 46%

Natur hautnah
entdecken



Nicht schieben, sondern ziehen:

Wanderfreaks als Trendsetter

Besondere Vorlieben jugendlicher Wanderfans

- **Unbekannte Landschaft entdecken**
- **Interesse an Tieren und Pflanzen**
- **Schöne Natur, Weite und Ferne**
- **Körperliche Herausforderung**
- **Abschalten, Nachdenken**
- **Unterwegs mit anderen**
- **Umweltengagement**

**Reif für den
Wandervogel*?**

*** Wandern als Aus-Weg aus erstarrter Gesellschaft, zurück zu den Wurzeln
Erprobung neuer Lebensformen, Jugendbewegung, Jugendstil**



DWJ ~ Claims ?

DWJ-Fachkongress 1996 :

„Grenzenlos Wandern“
„Natur, Freiheit, Wandern“
„Trekking in Deutschland“

Nachtrag 2005:

„Deutschland zu Fuß“
„Trekking Team DWJ“
„Abenteuer in Bewegung“

„Wandern macht Freunde“
„Klare Richtung: Wandern“

„Triathwan: Fuß, Rad, Boot“
„Hauptsache Du kommst an“



**Wandern
ist Zukunft
auch für junge Menschen**



Danke für's Zuhören

Wer mehr wissen will:

**www.staff.uni-marburg.de/~braemer
braemer@staff.uni-marburg.de**