



Jan Gerlach

Effektivität von Erlebnisinszenierung bei infrastrukturgebundenen Outdooraktivitäten

Qualitative Studie am Beispiel des Fernwanderwegs Rothaarsteig

Schriftenreihe

Natursport und Ökologie

Herausgegeben vom Institut für Natursport und Ökologie
Deutsche Sporthochschule Köln

Band 30

Impressum

Herausgeber
Prof. Dr. Ralf Roth
Institut für Natursport und Ökologie (INOEK)
Deutsche Sporthochschule Köln

Autor
Jan Gerlach

Bildnachweis Titelseite
P27a, P25, Abb. Jan Gerlach, P14, P7

Druck
pacemdruck oHG, Köln-Rodenkirchen

Zitierung
Gerlach, J. (2012): Effektivität von Erlebnisinszenierung bei infrastrukturegebundenen Outdooraktivitäten – Qualitative Studie am Beispiel des Fernwanderwegs Rothaarsteig. Schriftenreihe Natursport und Ökologie der Deutschen Sporthochschule Köln - Band 30. 203 S.

ISSN 1612-2437

© 2012 – Alle Rechte vorbehalten

Nachdruck – auch auszugsweise – nur mit Zustimmung des Herausgebers.

Aus dem Institut für Natursport und Ökologie
der Deutschen Sporthochschule Köln
Leitung: Univ.-Prof. Dr. Ralf Roth

Effektivität von Erlebnisinszenierung bei infrastrukturegebundenen Outdooraktivitäten

Qualitative Studie am Beispiel des Fernwanderwegs Rothaarsteig

Von der Deutschen Sporthochschule Köln
zur Erlangung des akademischen Grades

Doktor der Sportwissenschaft
(Dr. Sportwiss.)

genehmigte Dissertation

vorgelegt von

Diplom-Sportwissenschaftler Jan Gerlach

geboren in Hamburg

Köln

2012

Erster Gutachter: Univ.-Prof. Dr. Ralf Roth
Zweiter Gutachter: Univ.-Prof. Dr. Claus Buhren
Vorsitzender des Promotionsausschusses: Univ.-Prof. Dr. med. Wilhelm Bloch

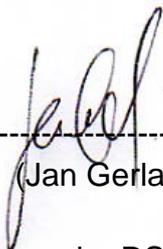
Datum der Disputation: 24.09.2012

Erklärungen

Erklärung nach § 6 Abs. 3 und
Versicherung nach § 7 Abs. 2, Satz 4 Promotionsordnung der DSHS Köln

„Hierdurch erkläre und versichere ich: Ich habe diese Arbeit selbständig und nur unter Benutzung der angegebenen Quellen angefertigt; sie hat noch keiner anderen Stelle zur Prüfung oder zum Zweck der Promotion vorgelegen. Wörtlich übernommene Textstellen, auch Einzelsätze oder Teile davon, sind als Zitate kenntlich gemacht worden.“

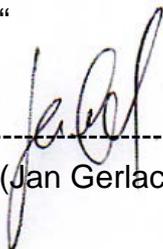
Rosengarten, 25.09.2012


(Jan Gerlach)

Erklärung nach § 7 Abs. 2, Satz 5 Promotionsordnung der DSHS Köln

„Hierdurch erkläre ich, dass ich die ‚Leitlinien guter wissenschaftlicher Praxis‘ der Deutschen Sporthochschule Köln eingehalten habe.“

Rosengarten, 25.09.2012


(Jan Gerlach)

Danksagung

Während der Bearbeitung meiner Dissertation haben mich viele Menschen begleitet, ohne deren Hilfe die Fertigstellung in der vorliegenden Form nicht möglich gewesen wäre und bei denen ich mich deshalb an dieser Stelle herzlich bedanken möchte.

In fachlicher Hinsicht gilt mein Dank meinem Institutsleiter und Betreuer Prof. Dr. Ralf Roth und seinem Stellvertreter Dr. Stefan Türk vom Institut für Natursport und Ökologie der Deutschen Sporthochschule Köln, die mir die Möglichkeiten boten, das Forschungsvorhaben nach meinem Dafürhalten voranzutreiben und mir dabei und auch während längerer Abwesenheit in Elternzeit beratend und unterstützend zur Seite standen. Auch bei meinen ehemaligen Kolleginnen und Kollegen, die durch Gespräche und durch selbst initiierte Kolloquien die Eingrenzung der Thematik und die Suche nach geeigneten Methoden begleiteten, möchte ich mich herzlich bedanken.

Zu großem Dank bin ich auch den Betreiberinnen und Betreibern und Bediensteten des Rothaarsteigs, allen voran Dr. Harald Knoche verpflichtet, der mir vor allem durch die unkomplizierte und ideenreiche Unterstützung bei der Akquise der an der Untersuchung teilnehmenden Wanderinnen und Wanderern geholfen hat. Auch den Probandinnen und Probanden und Interviewpartnern möchte ich noch einmal für ihre Zeit und Einsatzbereitschaft danken.

Weiterhin möchte ich mich bei den vielen Freundinnen, Freunden und Bekannten bedanken, die während der Bearbeitung durch ihr Verständnis, ihre Geduld und ihren Zuspruch meine Motivation stärkten, diese Arbeit fertig zu stellen. Insbesondere gilt mein Dank unserer Freundin Kathrin und ihrer Familie für das Lektorat und die motivierende, konstruktive Kritik, viele Arbeitsstunden in ihrer Wohnung und ihre Beharrlichkeit, einen regelmäßigen Arbeitsrhythmus einzuhalten.

Auch meinen ersten beiden Kindern, ohne deren Geburt ich nicht die Perspektive eines Elternzeit-Vaters mit Abstand zum Tagesgeschäft und die dadurch mögliche Konzentration auf die Dissertation hätte einnehmen können, danke ich für ihre Geduld, wenn ich wieder mal länger am Schreibtisch saß und ihre auch in Krankheitsphasen nur selten unterbrochene Heiterkeit, die mir der Müdigkeit und Erschöpfung zum Trotz die notwendige Motivation auch für die Bearbeitung in späten Abend- und Nachtstunden gab. Meinen Eltern und Schwiegereltern danke ich für ihre Unterstützung, das Vertrauen in mein Tun und auch zahlreiche Kinderbetreuungseinsätze, die mir besonders in der Schlussphase der Bearbeitung die notwendige Konzentration ermöglichten. Zuletzt, aber mit dem größten Nachdruck, möchte ich mich herzlich bei meiner Frau Antje bedanken, die mich von der Eingrenzung des Themas bis hin zur Fertigstellung beratend unterstützte, geduldig meine während der Bearbeitung von Höhen und Tiefen geprägten Stimmungen ertrug und durch ihre Tätigkeit und die Fürsorge für unsere Kinder mir stets den Rücken frei hielt.

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	VIII
Tabellenverzeichnis.....	X
1 Einleitung	1
1.1 Ausgangssituation und Vorüberlegungen.....	1
1.2 Problemstellung	2
2 Zentrale Begriffe	5
2.1 Erlebnis	5
2.1.1 Begriffsbedeutung	5
2.1.2 Entstehung von Erlebnissen.....	7
2.1.3 Merkmale und Charakteristika.....	12
2.2 Inszenierung	15
2.2.1 Definition, Etymologie und herkömmliche Begriffsverwendung.....	15
2.2.2 Aktuelle Begriffsverwendung in Freizeit und Tourismus.....	16
2.2.3 Rahmenbedingungen einer Inszenierung	18
2.3 Erlebnisinszenierung	19
2.3.1 Anreize von Erlebnissituationen und Erlebnissuche.....	20
2.3.2 Begrenzte Herstellbarkeit von Erlebnissen.....	21
2.3.3 Erlebnisdesign und Erlebnisinszenierung	22
2.3.4 Erlebnis-Setting und Atmosphäre.....	27
2.3.5 Erlebnisinszenierungen im Tourismus - Erlebniswelten	28
2.4 Infrastrukturgebundene Outdooraktivitäten	30
2.4.1 Begriffliche Einordnung und Abgrenzung.....	30
2.4.2 Charakteristika	32
2.4.3 Wandern.....	32
2.5 Ableitungen für die empirische Untersuchung.....	34
2.5.1 Zur Erforschung von Erlebnissen	34
2.5.2 Zur Evaluation von Erlebnisinszenierung	35
2.5.3 Zur Feldforschung bei Outdooraktivitäten	36

3	Methode	37
3.1	Vorstudien	37
3.2	Wesentliche Bestandteile der Methode	40
3.2.1	Qualitativer Forschungsansatz	40
3.2.2	Grounded Theory	41
3.2.3	Triangulation.....	45
3.3	Methodik	46
3.3.1	Methoden der Datenerhebung.....	49
3.3.2	Verfahren der Datenauswertung.....	59
3.4	Gebiet, Zeitraum und Ablauf der Untersuchung	63
3.5	Akquise und Auswahl der Stichprobe	65
3.5.1	Theoretical Sampling.....	65
3.5.2	Vorgehen bei der Akquise	67
3.5.3	Stichprobe	68
4	Ergebnisse	70
4.1	Systemische Erfassung und Strukturierung der Erlebnisinszenierung am Rothaarsteig	70
4.1.1	Planungsansätze, Inszenierungsthemen und -techniken.....	70
4.1.2	Umgesetzte Maßnahmen und Ziele der Erlebnisinszenierung	74
4.2	Erlebnisse von Rothaarsteigwanderinnen und -wanderern	86
4.2.1	Erlebniskategorien	87
4.2.2	Überschneidungen von Erlebnis-Codes	129
4.2.3	Erlebnisse von Frauen und Männern.....	134
4.2.4	Erlebnisse unterschiedlicher Altersgruppen.....	136
4.2.5	Erlebnisse bei unterschiedlicher Wandergruppengröße	138
4.2.6	Erlebnisse durch Einflüsse der Art des Gepäcktransports.....	140
4.2.7	Räumliche Verortung der Erlebnisse	142
4.3	Ergebniszusammenfassung	144
4.3.1	Geplante und umgesetzte Erlebnisinszenierung und ihre Ziele... ..	144
4.3.2	Erfasste Erlebnisse.....	145

5	Diskussion	148
5.1	Erlebnisinszenierung am Rothaarsteig	148
5.1.1	Inszenierungsmaßnahmen.....	148
5.1.2	Ziele: vielfältige positive Erlebnisse.....	149
5.2.3	Diskussion erfasster Erlebnisse	150
5.1.4	Effektivität der Erlebnisinszenierung am Rothaarsteig	152
5.2	Diskussion im Forschungskanon	155
5.2.1	Erlebnisinszenierung von Wanderwegen	155
5.2.2	Vergleich erfasster Erlebnisse zu Wandermotiven.....	160
5.2.3	Wandererlebnisse vs. Erlebnisse bei anderen Outdooraktivitäten.....	165
5.3	Formulierung einer aus den Daten evolvierenden Theorie	168
5.4	Ableitungen für die Praxis	170
5.4.1	Erweitertes Erlebnisinszenierungskonzept Rothaarsteig	170
5.4.2	Potentiale von Erlebnisinszenierung bei anderen Outdooraktivitäten.....	177
5.4.3	Methoden in der Praxis	178
6	Zusammenfassung und Ausblick.....	182
	Literaturverzeichnis	187
	Anhang.....	204
	Kurz-Zusammenfassung.....	209
	Abstract.....	210

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 2-1: Erleben als Prozess; nach Bahrmann (1997) und Schober (1993a), modifiziert.	9
Abbildung 2-2: Die Erlebniskette - Ereignis, Erlebnis, Erfahrung; nach Scheurer 2003, S.105; mod.	10
Abbildung 2-3: Zusammenhänge von Erleben, Bewusstsein, Außenwelt und Erlebnissen; nach Liedtke 2005, S. 23; mod.....	11
Abbildung 2-4: Charakteristika von Erlebnissen (u.a. nach Hartmann und Haubl, 1996b; Scheurer, 2003; Müller, 2002; Vester 2004)	14
Abbildung 2-5: Modell der Erlebnissuche; nach Allmer 1998, S. 85, mod.	20
Abbildung 2-6: Die Bedeutung von positiver Atmosphäre; nach Scheurer 2003, S. 141; mod...	25
Abbildung 2-7: Elemente der Erlebnisinszenierung; nach Müller und Scheurer 2004, S.8,mod.	26
Abbildung 2-8: Beziehung der Inszenierungselemente; nach Müller und Scheurer, 2004, S.9..	26
Abbildung 2-9: Das Erlebnis-Setting; nach Scheurer, 2003, S. 139, mod.....	27
Abbildung 3-1: Ablauf der Gegenstandsbezogenen Theoriebildung [Grounded Theory] nach Mayring (2002), S. 106 mod.....	43
Abbildung 3-2: Grounded Theory - Verknüpfung von Induktion, Deduktion und Abduktion nach Strübing (2008, S. 48), mod.....	44
Abbildung 3-3: Phasen und Zusammenhänge im Forschungsprozess (eigene Darstellung)	48
Abbildung 3-4: Codes (1), codierter Text (2), Codings (3) - Vorgehensweise bei der qualitativen Datenanalyse mit der Software MaxQDA®	61
Abbildung 3-5: Verlauf des Rothaarsteigs; nach Top Trails of Germany e.V., 2009.....	64
Abbildung 4-1: Erlebnisinszenierung Rothaarsteig - Liste der vergebenen Codes und Zuordnung zu Kategorien (eigene Darstellung).....	74
Abbildung 4-2: Infrastrukturelle Inszenierungsmaßnahmen am Rothaarsteig (eigene Darstellung).....	75
Abbildung 4-3: Ruhe-Bänke im Rothaarsteig-Design; Kappest, 2003	76
Abbildung 4-4: Personengebundene Erlebnisinszenierung (eigene Darstellung)	78
Abbildung 4-5: Ziele der Erlebnisinszenierung: positive Erlebnisse (eigene Darstellung)	82
Abbildung 4-6: Erfasste Erlebnisse– Bildung von Erlebniskategorien (eigene Darstellung)	86
Abbildung 4-7: Kategorien erfasster Erlebnisse (eigene Darstellung).....	87
Abbildung 4-8: Kategorie Produkterlebnisse Rothaarsteig (eigene Darstellung)	89
Abbildung 4-9: Kategorie Naturerlebnisse (eigene Darstellung)	98
Abbildung 4-10: Kategorie Landschaftserlebnisse (eigene Darstellung).....	104
Abbildung 4-11: Kategorie Aussichtserlebnisse (eigene Darstellung).....	111
Abbildung 4-12: Kategorie Ruheerlebnisse (eigene Darstellung)	113
Abbildung 4-13: Kategorie Kultur- und Geschichtserlebnisse (eigene Darstellung)	114
Abbildung 4-14: Kategorie Zivilisationserlebnisse (eigene Darstellung)	115

Abbildung 4-15: Kategorie Sinneserlebnisse (eigene Darstellung).....	117
Abbildung 4-16: Kategorie Körpererlebnisse (eigene Darstellung)	119
Abbildung 4-17: Kategorie Gefühlserlebnisse (eigene Darstellung)	121
Abbildung 4-18: Kategorie Psychische Erlebnisse (eigene Darstellung)	123
Abbildung 4-19: Kategorie Sozialerlebnisse (eigene Darstellung)	125
Abbildung 4-20: Kategorie Wettererlebnisse (eigene Darstellung)	126
Abbildung 4-21: Kategorie Stimmungserlebnisse (eigene Darstellung).....	127
Abbildung 4-22: Kategorie Zeiterlebnisse (eigene Darstellung).....	128
Abbildung 4-22: Code-Matrix-Browser der Erlebnisse teilnehmender Wanderinnen (Frauen)..	134
Abbildung 4-23: Code-Matrix-Browser der Erlebnisse teilnehmender Wanderer (Männer)	134
Abbildung 4-24: Code-Matrix-Browser der Gefühls- und Sozialerlebnisse der Frauen	136
Abbildung 4-25: Code-Matrix-Browser der Gefühls- und Sozialerlebnisse der Männer	136
Abbildung 4-26: Code-Matrix-Browser der 40-55jährigen.....	137
Abbildung 4-27: Code-Matrix-Browser der 25-40jährigen.....	137
Abbildung 4-28: Code-Matrix-Browser der Erlebnisse der Alleinwanderer	138
Abbildung 4-29: Code-Matrix-Browser der Erlebnisse der Paare (inkl. Männertouren).....	139
Abbildung 4-30: Code-Matrix-Browser der Erlebnisse der Gruppen.....	139
Abbildung 4-31: Erlebnisse der Unterkünfte, Körpererlebnisse, Psychische Erlebnisse der Rucksackträger.....	140
Abbildung 4-32: Erlebnisse der Unterkünfte, Körpererlebnisse, Psychische Erlebnisse bei Gepäcktransport per Auto	141
Abbildung 4-33: Aufnahmeorte der Erlebnisfotos der Stichprobe (Quelle: Rothaarsteig e.V. – eigene Darstellung).....	143
Abbildung 4-34: Übersicht geplante und umgesetzte infrastrukturelle Inszenierungsmaßnahmen (Stand 2008) (eigene Darstellung)	144
Abbildung 4-35: Inszenierungsziele: vielfältige positive Erlebnisse (eigene Darstellung)	145
Abbildung 4-36: Übersicht der Kategorien erfasster Erlebnisse (eigene Darstellung).....	146
Abbildung 5-1: Kategorien der Ziele (orange) und der erfassten Erlebnisse (grün) – Grad des Vorhandenseins in der Planung (x-Achse), Grad der Zielerreichung (y- Achse), Präsenzunterschiede in den Daten (Flächeninhalt der Quadrate) und Überschneidungen; (eigene Darstellung).....	153
Abbildung 5-2: Erlebnisinszenierung für Destinationen in 12 Schritten, nach Müller und Scheurer, 2004 und 2007	156
Abbildung 5-3: Das Inszenierungs-Entwicklungs- und Sicherungsrad, nach Müller und Scheurer, 2007, mod.	159
Abbildung 5-4: Präsenz von Erlebnisformen bei Outdooraktivitäten im Kölner Stadtwald ; nach v. d. Ecker, 2008.....	167
Abbildung 5-5: Inszenierungspotential und mögliche Angebotserweiterung aus der Sicht von Experten (eigene Darstellung)	171
Abbildung 5-6: Inszenierungspotential und mögliche Angebotserweiterung aus der Sicht von Mehrtageswanderinnen und -wanderern (eigene Darstellung).....	172

Tabellenverzeichnis

Tabelle 3-1: Stichprobe in der Reihenfolge der Datenaufnahme, Markierungen untersuchter Merkmale (eigene Darstellung).....	69
Tabelle 4-1: Überschneidungen von Erlebnis-Codes (eigene Darstellung).....	130
Tabelle 5-1: Motivbündel und zugehörige Motive für das Wandern; nach Dicks und Neumeyer, 2010, mod.....	159
Tabelle 5-2: Motivkategorien und vorherrschende Motive für das Wandern; nach Brämer 1998b, 2002, 2007, mod.	160
Tabelle 5-3: Vergleich von Motiven und Gründen für das Wandern mit den entwickelten Erlebniskategorien der Stichprobe (eigene Darstellung)	161
Tabelle 5-4: Vergleich der Erlebnisspektren unterschiedlicher Aktivitäten – zusätzliche Erlebnisinhalte des Wanderns am Rothaarsteig (eigene Darstellung)	164

1 Einleitung

1.1 Ausgangssituation und Vorüberlegungen

Erlebnisse sind allgegenwärtig. Das Wort Erlebnis wird mittlerweile fast überall als Prä- oder Suffix verwendet, wo eine Wertsteigerung erreicht werden soll (vgl. Bahrmann, 1997). Spätestens seit Beginn der 1990er Jahre hat die „Erlebnisgesellschaft“ (vgl. Schulze, 1993) bis heute die in ihr immanente Ausrichtung zum Erleben und Erlebnis in jedweder Form weiter entwickelt und professionalisiert.

Die Erlebnissuche, also das Streben nach dem Besonderen, dem einmaligen Erlebnis, hat mittlerweile einen florierenden Markt für professionelle Erlebnis-Anbieter hervorgebracht. Diese haben ihre Angebote sowohl auf den Arbeits- und Bildungsalltag (Outdoor-Trainings und Erlebnispädagogik), auf die alltägliche und wochenendliche Freizeit (Events, lokale Erlebnis-Einrichtungen, Freizeitparks usw.) und vor allem auf den Urlaub (Erlebnisreisen, Erlebniszentren, Themenparks) ausgerichtet (vgl. u.a. Haubl, 1994; Würbel, 1995; Fichtner, 1997; Rieder, Bachleitner und Kagelmann, 1998; Müller und Scheurer, 2004).

Im Bereich des Tourismus ist die Erlebnisinszenierung, wie der Versuch der Schaffung von erlebnisreichen Situationen, die die Entstehung von positiven Erlebnissen der Gäste begünstigen sollen bezeichnet wird (vgl. u.a. Weiermair und Brunner-Sperdin, 2006), bereits verbreitet (wie z.B. in Themenparks und in der Destinationsentwicklung, über das sog. *Theming* von Orten und Räumen). Durch die Inszenierung von Räumen und aufeinander abgestimmte Handlungsketten sollen Erlebnisse bewusst kreiert werden. Solche sogenannten „Erlebnis-Settings“ (Scheurer, 2003), in denen vor allem die äußeren Gegebenheiten auf das gewünschte Gesamterlebnis abgestimmt werden, sollen die Atmosphäre für die positive emotionale Anbindung an den Ort des Geschehens schaffen – und damit Kunden werben und binden (vgl. Schober, 1993b). In diesem Zusammenhang ist auch von künstlichen Erlebniswelten die Rede (vgl. u.a. Wöhler, 2005; Steinecke, 2000, 2001; Grötsch, 2001; Pikkemaat, Peters und Schoppitsch, 2006; Goronzy, 2006).

Im Diskurs zwischen der Theorie dieser Erlebnisinszenierung und der u.a. in der Erlebnispädagogik geführten Debatte über die Möglichkeiten der Schaffung und die Nutzung von Erlebnissen zu (sozial-) pädagogischen Zwecken (vgl. z.B. Oelkers, 1995; Becker, 2001; Fischer und Ziegenspeck, 2000; Heckmair und Michl, 2008) bleibt ungeklärt, ob Erlebnisse oder die für ihre Entstehung notwendigen Umstände überhaupt geplant und für das erlebende Individuum kreiert werden können. Diese Skepsis wird genährt, wenn bei genauerer Betrachtung der Entstehung von Erlebnissen im Individuum und der damit verbundenen Subjektivität von Erlebnissen festgestellt wird, dass Erlebnisse im hohen Maße von individuellen Voraussetzungen des erlebenden Subjekts, wie dem Erlebnishorizont, der Verfassung der erlebenden Person, der vor Ort erlebten Atmosphäre und der verfügbaren Zeit für die Verarbeitung des Erlebten, geprägt sind.

Outdooraktivitäten (Natursportarten, Erlebnissport) weisen aufgrund der vielseitigen natürlichen Räume, in der diese Aktivitäten stattfinden, ein hohes Erlebnis-Potential für die Aktiven auf. Neben den naturgemäß unregelmäßigen und damit häufig überraschenden Bedingungen, unter denen diese Aktivitäten stattfinden, ist dies vor allem auf deren situativen Charakter zurückzuführen. Da viele unterschiedliche Sinnesreize von der natürlichen Umgebung im Aktivitätsraum (outdoor) ausgehen, muss darauf von den Aktiven im Aktivitätsverlauf entsprechend reagiert werden. Neben der Aufrechterhaltung der betriebenen Aktivität möglichst in gewünschter Form und Bewegungsrichtung ist die Reaktion sehr häufig begleitet von intensivem Erleben, das im weiteren Verlauf oft zu positiven, motivierenden Erlebnissen verarbeitet wird.

Die Inszenierung von Erlebnissen, die bisher im Bereich der Outdooraktivitäten vorwiegend im Zuge von erlebnispädagogischen Programmen oder Outdoor-Trainings eingesetzt wurde, wird durch eine sich verändernde Angebotsstruktur im (Sport-)Tourismus in letzter Zeit auch für den Bereich der im Urlaub ausgeübten infrastrukturenbundenen Outdooraktivitäten wie dem Wandern genutzt (vgl. Müller, 2007). Denn gerade die Teilnahme an Sport- und Bewegungsangeboten im Urlaub verspricht eine Fülle unverwechselbarer Erlebnisse (vgl. Michels, 1998). Über die Gestaltung der Aktivitätsräume und die Schaffung einer entsprechenden Atmosphäre werden vielseitige Anstrengungen unternommen, um den Gästen positive Erlebnisse der Aktivität und des Gesamtprodukts zu ermöglichen.

1.2 Problemstellung

Erlebnisinszenierung scheint ein Erfolgsgarant sowohl für Erlebnis-Welten wie Themenparks und Themenrestaurants zu sein (vgl. u.a. Goronzy, 2006) und zunehmend auch für Tourismusprodukte und Destinationen (vgl. Weiermair und Brunner-Sperdin, 2006). Durch Schaffung von Erlebnis-Settings oder/und einer entsprechenden Erlebnis-Atmosphäre die z.B. sogenannte Erlebnispunkte beinhaltet, sollen schöne Erlebnisse bei den Nutzerinnen und Nutzern nicht als Zufallsprodukt entstehen, sondern werden provoziert und zu positiven Gesamterlebnissen verwoben. Genau so, wie das Kaufen und der Genuss einer Tasse Kaffee inzwischen durch bewusst gestaltetes Ambiente und die entsprechend inszenierte Live-Herstellung in Kaffee-Schnellrestaurants zum Erlebnis geworden ist¹ haben sich auch touristische Produkte zu touristischen Dienstleistungen und zu touristischen Erlebnissen weiterentwickelt (vgl. Weiermair, 2006). Teilweise betrifft das auch Sport- und Bewegungsaktivitäten, vor allem aber handelt es sich um eine Inszenierung von Produkten, Orten und Infrastruktur. Auch außerhalb des Tourismus wird der wirtschaftliche Wert von Erlebnis-

¹ wobei das Erlebnis zudem einen im Vergleich zum Rohstoff teuer gekauften aber entscheidenden Bestandteil des Gesamtprodukts ausmacht (vgl. Pine und Gilmore, 1999)

sen weithin erkannt und als Marketing-Maßnahme eingesetzt (vgl. u.a. Laudenbach, 2009).

Outdooraktivitäten, also Sport- und Bewegungsaktivitäten im Freien, weisen zwar ohnehin ein hohes Erlebnis-Potential auf (hier werden durch die Ausübenden bewusst Abenteuer und besondere Erlebnisse gesucht; vgl. u.a. Köck, 1990; Allmer, 1998), umstritten ist aber die Möglichkeit einer erfolgreichen Herstellung bzw. Planbarkeit von Erlebnissen (vgl. u.a. Hartmann und Haubl, 1996b; Heckmair und Michl, 2008).

Dennoch wird auch für solche Aktivitäten – insbesondere dann, wenn ihre Ausübung wie beim Beispiel des Wanderns auf Fernwanderwegen an ein Mindestmaß an vorhandener Infrastruktur geknüpft ist – versucht, diese erlebnisreicher zu machen. Gleichzeitig wird angestrebt, die mit diesen Aktivitäten verknüpften touristischen Produkte damit noch attraktiver zu gestalten. Dies geschieht z.B. durch thematische Anbindung bestimmter Aktivitätsphasen an übergeordnete Erlebnis-Themen oder auch durch bauliche Eingriffe in Aktivitätsräume.

Ausgehend vom ursprünglich formulierten übergeordneten Thema dieser Arbeit, die Möglichkeiten und Grenzen von Erlebnisinszenierung bei Outdooraktivitäten zu diskutieren, erfolgte eine Zuspitzung auf die infrastrukturegebundene Outdooraktivität Wandern und den Untersuchungsraum Rothaarsteig, in dem seit der Eröffnung im Jahr 2001 Erlebnisinszenierungsmaßnahmen umgesetzt werden.

Daraufhin und aufgrund der oben angeführten Vorüberlegungen konnte die folgende **zentrale Fragestellung** dieser Arbeit formuliert werden:

Welche Effektivität erzielen Erlebnisinszenierungsmaßnahmen am Rothaarsteig?

Um diese Frage im Zuge eines Soll-Ist-Vergleichs von angestrebten Zielen der Erlebnisinszenierung (Schaffung vielfältiger positiver Erlebnisse) und erreichten Zielen (entstehende Erlebnisse beim Wandern auf dem Rothaarsteig) beantworten zu können, mussten zunächst Antworten auf die beiden im Folgenden genannten Forschungsfragen gefunden werden. Die erste Forschungsfrage lautet:

1) Welche Erlebnisinszenierungsmaßnahmen wurden für das Wandern auf dem Rothaarsteig entwickelt und welche Ziele werden mit ihrer Umsetzung verfolgt?

Um analysieren zu können, ob die durchgeführten Erlebnisinszenierungsmaßnahmen greifen, die mit ihnen verbundenen Ziele erreicht werden und ob Potential für die Inszenierung von weiteren Erlebnissen vorhanden ist, musste ein Spektrum der Erlebnisse, die beim Wandern auf dem Rothaarsteig entstehen, erstellt werden. Erlebnisse können erst im gedanklichen Rückbezug auf Erlebtes entstehen, was häufig durch Kommunikation erleichtert wird. Die Wertigkeit bzw. Intensität von Erlebnissen ändert sich im Kontext der Fülle und Art von bereits zurückliegenden bzw. nachfol-

gend entstehenden Erlebnissen. Um Erlebnisse zu verbalisieren und diese anderen mitzuteilen, muss eine Person ausreichend Zeit und genügend Konzentrationsfähigkeit haben. Deshalb sollten im Zuge dieser Arbeit Erlebnisse von erwachsenen Mehrtageswanderinnen und -wanderern erfasst werden, weil vermutet wurde, dass diese ausreichend Zeit für die Verarbeitung des Erlebten haben würden und im Vergleich zu Kindern und Jugendlichen eine höhere Konzentrationsleistung zu erwarten war.

Die zweite Forschungsfrage dieser Arbeit lautet dementsprechend:

2) Welche Erlebnisse haben erwachsene Wanderinnen und Wanderer während einer Mehrtageswanderung auf dem Rothaarsteig?

Neben der Beantwortung der zentralen Fragestellung und dieser inhaltlichen Forschungsfragen war der an der Grounded Theory Methodologie orientierte Forschungsprozess fortlaufend geprägt von der Suche und Anwendung von passenden Methoden der Aufnahme und Auswertung der erhobenen Daten. Bevor Daten erhoben und ausgewertet und die formulierten Forschungsfragen beantwortet werden konnten, war zunächst eine Bestimmung der wichtigsten Begriffe notwendig. Es musste geklärt werden, welche Methoden sich für eine Evaluierung von Erlebnisinszenierungsmaßnahmen eignen und auf welche Weise sich Erlebnisse unverfälscht erfassen und objektiv darstellen lassen. Somit gehören auch solche methodischen Überlegungen zu den zentralen Aspekten dieser Arbeit.

2 Zentrale Begriffe

Ziele dieses Kapitels sind einerseits die Klärung der im Zusammenhang dieser Arbeit verwendeten zentralen Begriffe *Erlebnis*, *Erlebnisinszenierung*, *infrastrukturgebundene Outdooraktivitäten* und *Wandern*. Andererseits soll durch die intensive Auseinandersetzung mit diesen Phänomenen ein tieferes Verständnis von ihnen erlangt werden, um geeignete Methoden für deren Analyse im weiteren Verlauf ableiten zu können.

2.1 Erlebnis

Die während des gesamten Forschungsprozesses durchgeführte Literaturexploration brachte eine Fülle von Material zum Thema Erlebnis und Erleben hervor. Wichtige Passagen wurden identifiziert, markiert und katalogisiert, teilweise zitiert und mit persönlichen Kommentaren (Memos) versehen. Diese Notizen ordnen das gesichtete Material und bilden erste Ansätze, wie diese Begrifflichkeiten im Zuge dieser Arbeit verwendet werden.

2.1.1 Begriffsbedeutung

„Wann sprechen Sie im Alltag von einem Erlebnis? Sicher nicht, wenn Sie sich mit einem Freund zum Kaffeetrinken treffen, Zeitung lesen oder Straßenbahn fahren. Erlebnis meint etwas anderes. Erlebnis ist unmittelbar, macht einen betroffen, ganz und gar, es ist nicht 100%-ig kalkulierbar und von relativer Einmaligkeit.“ (Antes nach Bahrmann 1997, S. 37)

Erlebnisse heben sich also aus dem Alltagsgeschehen ab. Auch Brückel (2003) betont das Besondere von Situationen, die zum Erlebnis werden. Demnach sind Erlebnisse „Lebenssituationen, an die man sich noch lange erinnern kann und die sich von alltäglichen Situationen derart unterscheiden, dass sie im Bewusstsein haften bleiben.“ (Brückel, 2003, S. 8)

Die Erforschung der Nutzung und der Bedeutung des Erlebnisbegriffs wurde im deutschen Sprachraum differenziert in unterschiedlichen Wissenschaftsdisziplinen vorangetrieben. Vor allem in der Psychologie, aber auch in der Philosophie, ist die Anzahl der Aufsätze, die sich mit dieser Thematik befassen groß, deren Veröffentlichung reicht weit zurück bis ins 19. Jahrhundert.²

Dilthey befasst sich ausführlich mit dem Begriff in erkenntnistheoretischen Ausführungen zum Erlebnis in der Dichtung und Kunst (vgl. Dilthey, 1985). So benutzt Dilthey den Begriff u.a. um Goethes Art der Dichtung zu beschreiben und ihn zu den

² Eine ausführliche Aufarbeitung der Entstehungsgeschichte des Begriffes Erlebnis findet sich u.a. bei Schulte (2000, S. 40-45)

„subjektiven Dichtern“ zu zählen, „welche von dem eigenen Inneren, den eigenen Erlebnissen ausgehen, nicht von der Versenkung in Menschen und Schicksale außer ihnen“ (Dilthey, 1985, S. 502). Dilthey definiert den Begriff und dessen Nutzung und Bedeutung für die Dichtung so:

„Erlebnisse sind Quellen, aus denen jeder Teil eines dichterischen Werkes gespeist wird, in eminenten Sinne aber wird das Erlebnis dadurch schöpferisch in dem Dichter, dass es ihm einen neuen Zug des Lebens offenbart. Das Geschehnis, das der Dichter darstellt, wird erst bedeutsam, indem dieser Zug darin sichtbar gemacht wird.“ (ebd., S.505)

Diese Passagen beinhalten trotz der relativen Ferne zum Untersuchungsthema bereits entscheidende Hinweise auf die erst im gedanklichen Rückbezug erkenn- und benennbaren Erlebnisse und auf die in vielen weiteren Quellen betonte Subjektbezogenheit des Erlebens bzw. von Erlebnissen. Vor allem durch die Subjektivität unterscheiden sich Erlebnisse grundsätzlich von bloßen Eindrücken, obwohl sie oft in der alltagssprachlichen Verwendung mit diesen gleichgesetzt werden. Diese zu kurz fassende „Eindruckstheorie des Erlebnisses“ (Schulze, 1997, S. 42) legt das Gewicht überwiegend auf die Leistung der Situation, nicht das Subjekt. Sie unterstützt den Trugschluß, „Erlebnisse vor allem durch Beeinflussung der Situation steuern zu können.“ (Schulte, 2000, S. 35) Die von Schulze in diesem Zusammenhang erweiternd angeführte „Erlebnistheorie der Verarbeitung“ (Schulze 1997, S. 43) schreibt dagegen dem sich in der Situation befindenen Subjekt eine wesentlich aktivere Rolle zu (s.u. Entstehung von Erlebnissen).

Das Erlebnis kann also als durch Verarbeitung bedingte Steigerung des Erlebens angesehen werden, zu der es vor allem kommt, wenn es sich um ein nicht alltägliches Erleben handelt, es sich also aus dem normalen Erleben heraushebt. Gerade wegen der Subjektbestimmtheit können neben Erlebnissen, die durch starke und überraschende Sinneseindrücke zu Stande kommen, auch von außen betrachtet als unspektakulär und alltäglich angesehene Begebenheiten vom an der Situation beteiligten Subjekt als Erlebnis benannt werden, wenn sie subjektiv einen bleibenden Eindruck hinterlassen.

Die Definition des Begriffs *Erlebnis* im Lexikon der Psychologie verweist zudem auf eine emotionale Komponente von Erlebnissen: „Ein Erlebnis im engeren Sinn ist ein stark gefühlsbetontes und unmittelbares Ergriffenwerden anlässlich eines Ereignisses oder einer Begegnung.“ (Bertelsmann 1995, S. 91)

Gestützt wird diese Facette der Begriffsbestimmung u.a. durch die Ausführungen von Längle zum Erleben:

„Der Begriff verweist auf den Kontakt mit dem Leben, der in einer Situation geschaffen wird. Er-leben könnte übersetzt werden mit: in Kontakt treten, indem auf das Leben Bezug genommen wird; die Situation über diese Informationsschiene der Abstimmung auf das eigene Leben in sich aufnehmen. Praktisch gesehen bedeutet das, daß das Erleben dadurch gekennzeichnet ist, daß es Gefühle beinhaltet. Erleben ist Wahrnehmung mit affektiver Resonanz. Ohne diese bliebe es eine reine

Kennntnisnahme von Information, ein Gedanke, eine Assoziation, eine Wiederholung einer Zahl usw. Gefühle stellen das Substrat des Erlebens dar.“ (Längle, 2003, S. 31f.)

Scheurer führt den Einbezug von Gefühlen insofern weiter aus, dass er Erlebnisse einerseits als „subjektbestimmte, unwillkürliche innere Gefühle[...]“ (Scheurer, 2003, S. 92) beschreibt und an anderer Stelle Erlebnisse als Bezeichnung von Gefühlen darstellt:

„Erlebnisse bezeichnen ein persönliches, subjektives Gefühl als Reaktion auf innere Reize (z.B. Körperempfindungen), äußere Reize (z.B. Sinnesempfindungen), und/oder kognitive Prozesse (z.B. Bewertungen). Die Reize werden als angenehm oder unangenehm empfunden. Das entsprechende Gefühl wird von Erregung (Spannung) oder Beruhigung begleitet.“ (Scheurer, 2003, S. 104)

Somit verkörpert das Begriffspaar Erleben-Erlebnis die Verbindung eines äußeren, individuell aufgenommenem Eindrucks mit den dadurch hervorgerufenen und von der persönlichen Erlebniswelt und der Stimmung im Moment des Erlebens beeinflussten Gefühlen.

2.1.2 Entstehung von Erlebnissen

Nachdem im vorherigen Abschnitt die Bedeutung des Begriffspaares Erleben-Erlebnis quellenbasiert herausgearbeitet wurde, soll in diesem Abschnitt der Entstehungsprozess von Erlebnissen aus Ereignissen im erlebenden Subjekt dargestellt werden.

„Erlebt wird tagtäglich – bewusst und unbewusst. Etwas zu ‚erleben‘ bedeutet, dass Inhalte, die als bedeutsam angesehen werden, zu Eindrücken verarbeitet werden.[...] [Das Erlebnis] hebt sich aus dem Alltagsfluss heraus und wird als etwas Besonderes von dem Erlebendem empfunden; es berührt, ergreift und beschäftigt.“ (Reiners, 1995, S. 14)

Dieses Modell zur Genese eines Erlebnisses gibt Reiners in Anlehnung an Neubert wieder (vgl. Reiners, ebd.). Demnach entsteht ein Erlebnis also dann, wenn durch besondere Umstände und gegebene Faktoren sich eine Situation vom andauernden Erlebnisstrom, den wir tagtäglich ein Stück weiter befahren, abhebt. Metaphorisch können Erlebnisse als „Inseln“ in diesem Fluss des Erlebens bezeichnet werden, die durch ihre Beschaffenheit oder ihre Form und ihr Aussehen, aus dem Fluss herausragen und bleibende Eindrücke hinterlassen, die vom Subjekt zu Erlebnissen verarbeitet werden. Durch die Diskontinuität im ständigen Aufnehmen von Informationen (Erleben) wird bei der erlebenden Person Betroffenheit ausgelöst, was bedeutet, dass es wiederum subjektiv bestimmt wird, wann ein erlebter Moment als Erlebnis eingestuft wird (vgl. auch Schulte, 2000).

Wöhler (2005) stellt die Formulierung von Erlebnissen im erlebendem Individuum so dar: Im eigenen, inneren Erleben werden Erlebnisse als hervorragende Ereignisse, an sogenannte *Erlebenspeaks* geknüpft. Hier wird erneut die Rolle der Rückbetrachtung des Erlebten durch die erst im Nachhinein mögliche Identifikation dieser *peaks* deutlich.

„Erlebnisse existieren also nicht per se, sondern immer nur in einem Subjekt, in welchem ein Erlebnis durch Verarbeitung der äußeren und inneren Welt aus Gedanken, Gefühlen, Wahrnehmungen, Handlungen und Umständen entsteht.“ (Werner, 1996, S. 11)

Diesen Aspekt der Subjektbestimmtheit stützend betont Längle (2003) mit Verweis auf Straus (1978/1930), dass die Verarbeitung von Ereignissen zu Erlebnissen vor allem von dem Zustand der erlebenden Person abhängig ist. Damit lässt sich begründen,

„dass die Verbindung zwischen Geschehnis und Erlebnis 'nicht naturwissenschaftlich-deterministischen Gesetzen unterworfen und auch kein materieller Vorgang ist, sondern der Sphäre der Person angehört. Ein Ereignis wird durch den Sinngehalt, der ihm entnommen wird' zum Erlebnis“. (Längle, 2003, S. 28).

Die wichtigste Voraussetzung für die Entstehung von Erlebnissen ist also zunächst ein für das Subjekt aufgrund seiner Fähigkeiten und Erlebnissozialisation wahrnehmbares Ereignis oder eine als Ganzes wahrnehmbare Situation. Somit ist immer auch von der Geschichte und des Erlebnishorizontes des wahrnehmenden Subjekts abhängig, was letztlich als Erlebnis gedeutet wird.

„Jeder Mensch hat seine persönliche Erlebniswelt und diese wiederum besteht aus der Summe der subjektiven Erlebnisqualitäten, so wie jeder Mensch andere Menschen, Gegenstände, Ereignisse und Situationen auf eine ganz persönliche Art und Weise wahrnimmt. Dies geschieht immer wieder auf dem gleichen Weg. Das Erleben ist deshalb nicht als ein Zustand zu verstehen, sondern als ein Prozeß.“ (Schober, 1993a, S. 137)

Dieser Prozess, so Schober weiter, lässt sich in acht Phasen unterteilen (vgl. Abb. 2-1), wobei die fünfte Phase den Höhepunkt des Erlebens verkörpert und ein „lustvolles Lebensgefühl“ bewirkt. In dieser Phase des Erlebensprozesses könne vom eigentlichen „Erlebnis“ gesprochen werden, welches danach im weiteren Prozess langsam wieder abflacht aber nie vollständig erlischt.³ „Im Unterbewußtsein verbleibt eine jederzeit abrufbare Bildergalerie der Urlaubserlebnisse, die Urlaubserinnerungen.“ (Schober, 1993a, S. 137)

³ Zu unterschiedlichen Phasen des Erlebens vgl. überdies Csikszentmihaly (1993)

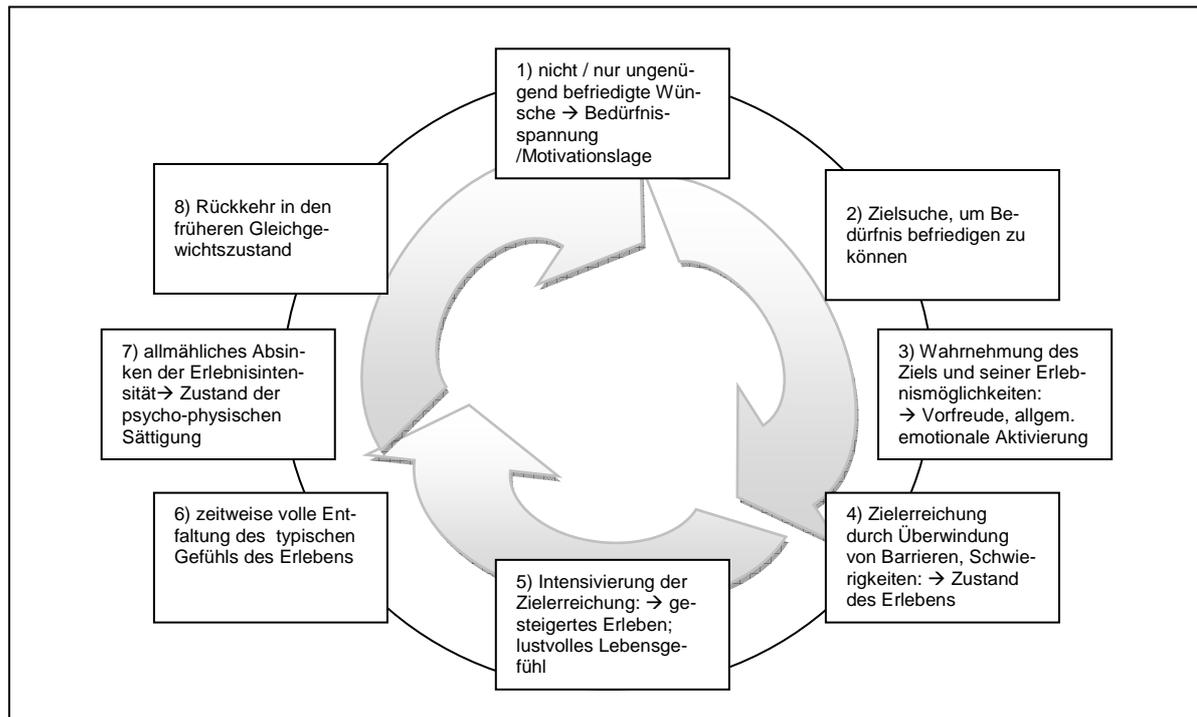


Abbildung 2-1: Erleben als Prozess; nach Bahrmann (1997) und Schober (1993a), modifiziert

Ein ähnlich prozesshaft ausgerichtetes Modell, die so genannte *Erlebniskette*, haben Scheurer und Müller entwickelt. Sie zeichnen allerdings eine lineare Verkettung von Ereignissen zu Erlebnissen und weiter zu Erkenntnissen und Erfahrungen⁴ nach.

„Erlebnisse setzen Ereignisse voraus, die aber erst durch Erkenntnisse zur persönlichen Erfahrung werden.“ (Müller, 2002, S. 13)

Die folgende Abbildung zeigt, wie das Erlebnis das zentrale Glied in der Erlebniskette darstellt, die darüber hinaus noch die Weiterverarbeitung vom Erlebnis zur Erfahrung, gewissermaßen als die Einbettung in den bzw. die Erweiterung des Erlebnis- und Erfahrungshorizontes, beinhaltet (vgl. Abb. 2-2).

⁴ An dieser Stelle soll nicht weiter auf Erfahrungen eingegangen werden, weil diese zwar mit dem Erlebnis verbunden sind, aber einen nachfolgenden Schritt darstellen, der mit der Weiterverarbeitung und längerfristigen Speicherung von Erlebnissen zusammenhängt, die für diese Arbeit (zunächst) keine Rolle spielen.

Deutlich wird in diesem Modell allerdings auch, dass die Entstehung eines Erlebnisses nicht allein vom Ereignis abhängt, sondern nach Scheurer so genannte „moderierende Faktoren“ eine wichtige Voraussetzung darstellen. Diese stellen eine Spezifizierung der oben genannten Subjektivität von Erlebnissen dar, z.B. in Form von Erwartungen oder Bedürfnissen und der Motivation des erlebenden Subjekts (vgl. Scheurer, 2003).

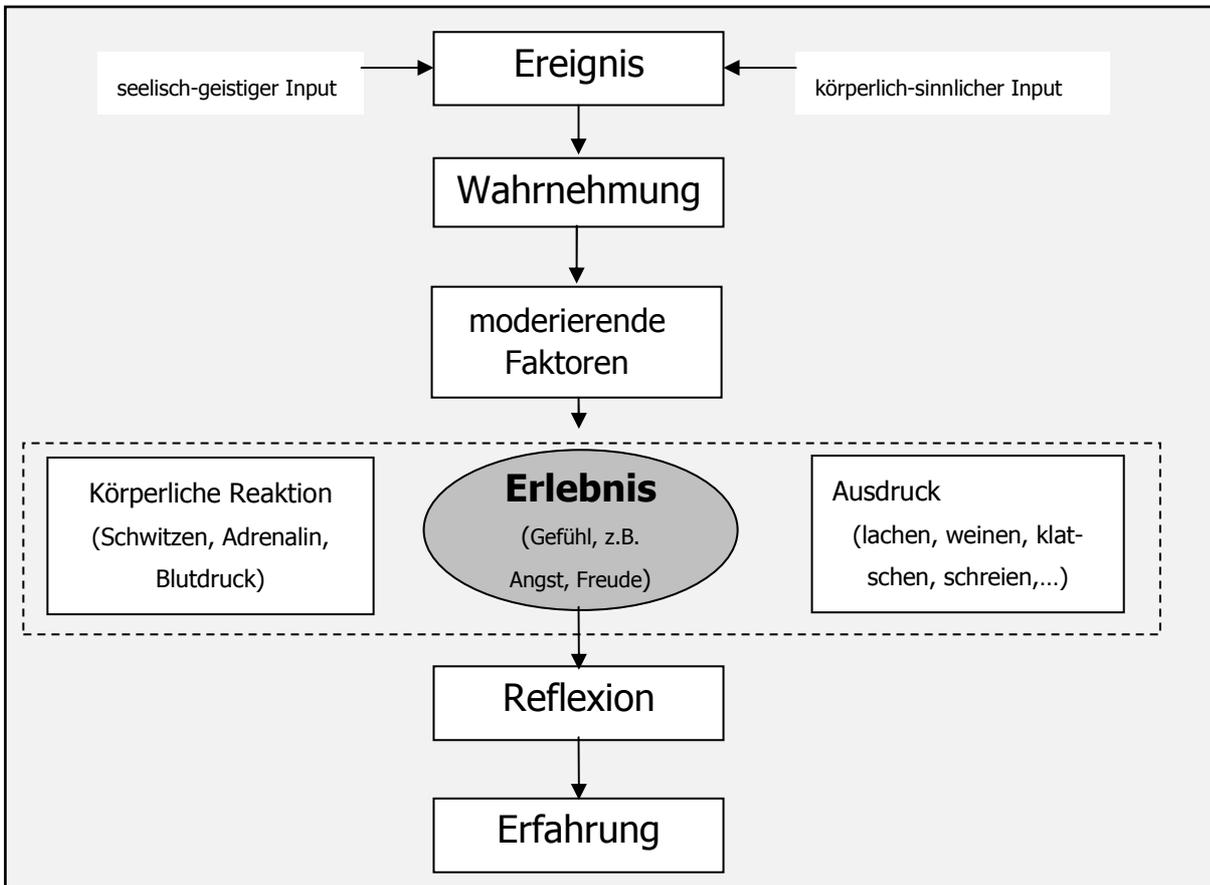


Abbildung 2-2: Die Erlebniskette - Ereignis, Erlebnis, Erfahrung; nach Scheurer 2003, S.105; mod.

Gadamer (1990) beschreibt den Vorgang, wie Ereignisse zu Erlebnissen werden, so:

„Ihre Verarbeitung ist ein langer Prozeß, und gerade darin liegt ihr eigentliches Sein und ihre Bedeutung und nicht nur in dem ursprünglich erfahrenen Inhalt als solchen. Was wir emphatisch ein Erlebnis nennen, meint also etwas Unvergeßliches und Unersetzbares, das für die begreifende Bestimmung seiner Bedeutung grundsätzlich unerschöpflich ist.“ (Gadamer, 1990, S. 73)

Im Unterschied zum linear dargestellten Modell der Erlebniskette (s. Abb. 2-2), das auf der Ebene der Entstehung von Erlebnissen zwar „moderierende Faktoren“, auf dieser Ebene aber nicht explizit die Reflexion des Erlebten darstellt, sieht Gadamer das Erlebnis als Teil eines zirkulären, reflektiven Prozesses des Erlebens und er betont zudem die Abhängigkeit neuer Erlebnisse sowohl von der dann vorherrschenden Situation, der persönlichen Stimmung, als auch von bisherigen Erlebnissen:

„Es ist geradezu die Seinsweise des Erlebnisses, so bestimmend zu sein, daß man mit ihm nicht fertig ist.“ (Gadamer, 1990, S. 73)

An dieser Stelle setzt das von Liedtke (2005) entwickelte Modell der Zusammenhänge von Erleben, Bewusstsein, Außenwelt und Erlebnissen⁵ an (vgl. Abb. 2-3).

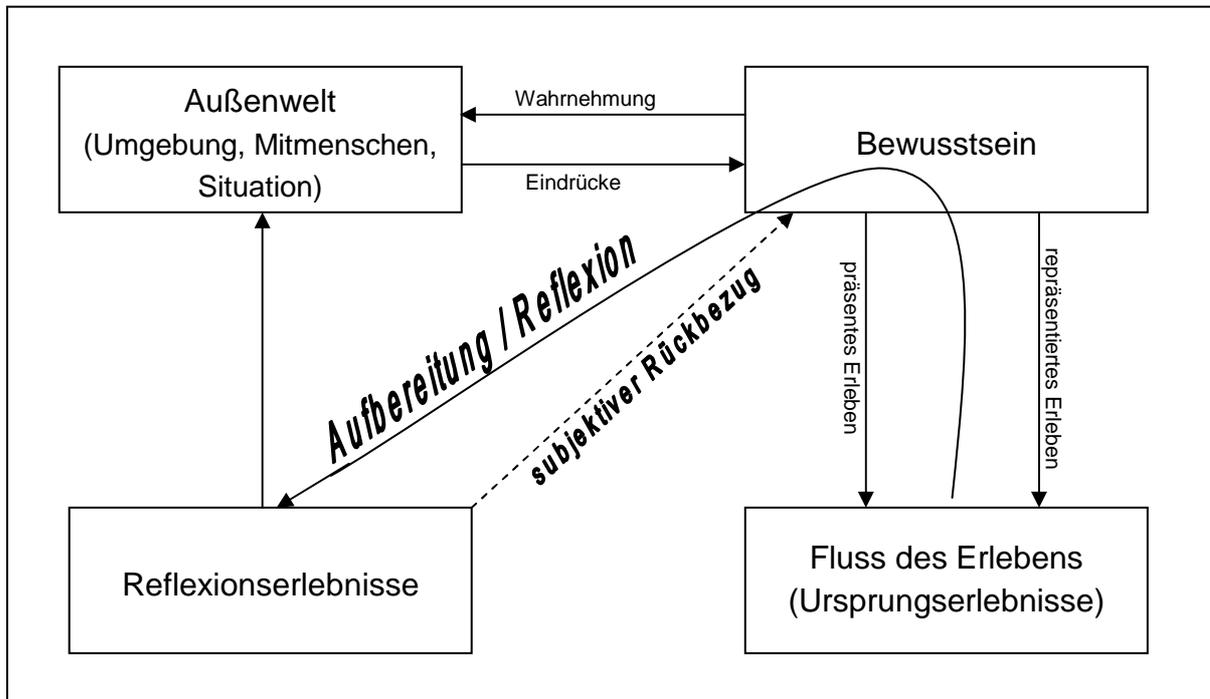


Abbildung 2-3: Zusammenhänge von Erleben, Bewusstsein, Außenwelt und Erlebnissen; nach Liedtke 2005, S. 23; mod.

In diesem Modell wird ebenfalls die Subjektivität durch die Rolle des Subjekts bei der Erlebnisaneignung, aber auch durch den (fortlaufenden) Bezug zum Erlebten und der damit einhergehenden Befindlichkeit betont. Einerseits ist das Bewusstsein durch die Aufbereitung der hier so genannten Ursprungserlebnisse an Reflexionserlebnissen beteiligt, andererseits durch den subjektiven Rückbezug das folgende Erleben und damit alle folgende Erlebnisse durch ein verändertes Bewusstsein mitbestimmt (sog. *repräsentiertes Erleben* – vgl. Abb. 2-3).

Auch Schulte befasst sich vertiefend mit diesem Prozess der Verarbeitung. Erst die Erinnerung an erlebte Ereignisse und Situationen lässt diese zu Erlebnissen werden:

„Das Subjekt verfestigt das Erlebnis, in dem es das Erlebte in Deutehorizonte einsortiert, uminterpretiert, aneignet. Es zeigt sich, daß das Erlebnis [...] dem Vergessen entrissen [...] wird. Dabei kommt es zu mehreren Stufen der Reflexion, wobei die jeweilige Reflexion wiederum reflektiert wird.“ (Schulte, 2000, S. 37)

Der Entstehungsprozess von Erlebnissen, wie er in Schulzes „Erlebnistheorie der Verarbeitung“ erklärt wird, beinhaltet als wichtigstes Element die Konstruktionsleis-

⁵ Liedtke benennt in diesem Zusammenhang entstehende Erlebnisse als *Reflexionserlebnisse* im Unterschied zu sog. Ursprungserlebnissen, die den Fluss des Erlebens darstellen (vgl. Liedtke, 2005, S. 20ff.)

tung des erlebenden Subjekts, die unmittelbar Erlebtes zum eigentlichen Erlebnis macht. Erlebtes wird dabei in einen bereits konstituierten Zusammenhang eingeordnet und damit vom fortlaufenden Strom des Erlebens abgetrennt (vgl. Schulze, 1997; Schulte, 2000)

Die wichtigsten Elemente der **Erlebnistheorie der Verarbeitung** (vgl. ebd.) sind:

- 1) die **Singularität von Erlebnissen**: sie zeichnen sich durch Subjektbestimmtheit aus. „Das Ereignis wird erst durch seine Integration in einen schon vorhandenen subjektiven Kontext zum Erlebnis.“ (Schulze, 1997, S. 44)
- 2) die **notwendige Reflexion des Ursprungserlebnisses**: Das erlebende Subjekt gleicht das neu Erlebte mit dem Bisherigem ab, interpretiert es und eignet es sich auf diese Weise als Erlebnis an. Nach Schulze wird dieser Reflexionsprozess durch Kommunikation erleichtert und beschleunigt. (vgl. Schulze, 1997)
- 3) die **Unwillkürlichkeit des Erlebnisses**: Erlebnisse lassen sich nicht planen und hängen von der Verfassung des erlebenden Subjekts ab. „Die Reflexion stellt bereits eine Art Korrektur des Ursprungserlebnisses dar.“ (Schulte, 2000, S. 38)

2.1.3 Merkmale und Charakteristika

In diesem Abschnitt wird eine Übersicht über die prägenden Merkmale von Erlebnissen gegeben. Die folgenden Ausführungen sind teils eine Zusammenfassung, teils eine Ergänzung zu den bereits oben wiedergegebenen Bedeutungsinhalten und der Rahmenbedingungen der Entstehung von Erlebnissen.

Nach Hennig (1997) entstehen Erlebnisse vor allem aus einer „dosierten Spannung des Ungewohnten“ (Hennig, 1997, S.103), die sich in einem von jedem Einzelnen definierten Verhältnis zum normalen Alltagsleben herausbildet. Urlaubsträume, die ja im Grunde erwartete bewegende Erlebnisse sind, werden eben aus diesem Prinzip des Gegensatzes gespeist (vgl. Hennig, 1997).

Schleske (1977) ordnet die Inhalte von Erlebnissen in drei unterschiedliche Kategorien ein. Erlebnisinhalte können demnach sein:

- das neuartige Fremde
- das überraschende Unerwartete
- eine bestimmte Art des Gefährlichen

Nach den Ausführungen im vorangegangenen Abschnitt ist nachvollziehbar, dass jeder dieser Kategorien von Erlebnisinhalten von Subjektivität bestimmt ist und bei ent-

sprechender Reizstärke subjektive Höhepunkte des Erlebens darstellen. Insbesondere die erste genannte Kategorie des neuartigen Fremden stellt eine notwendige Bedingung für die Entstehung von Erlebnissen dar.

Einen wichtigen, wenn auch uneindeutig⁶ formulierten Hinweis auf die Inhalte von Erlebnissen gibt Romeiß-Stracke. Demnach müssen Erlebnisse nicht zwingend im Zuge eigener (körperlicher) Aktivität auftreten, sondern können eben auch in Ruhe entstehen:

„Erlebnis, das meint nicht unbedingt Aktivismus – auch wenn es das gibt -, sondern neue, möglichst intensive Erfahrungen mit sich selbst, mit anderen, mit gebauter und natürlicher Umwelt.“ (Romeiß-Stracke, 1995, S. 178)

Erlebnissituationen sind geprägt von Überraschung. Die Intensität eines Erlebnisses ist einerseits von der Eindrucksstärke, vor allem aber davon abhängig, ob das Geschehnis selbst oder dessen Stärke erwartet wurden. Diese Beobachtung von Brückel (2003) stützt zumindest die ersten zwei von den oben genannten Erlebnisinhaltskategorien von Schleske. Zusätzlich wird die Bedeutung einer Bewertung des Erlebten bei der Verfestigung zu einem Erlebnis deutlich:

„Erlebnisse sind umso intensiver, je weniger sie erwartet und je weniger sie vermieden werden. Ein Ereignis wird zum positiven Erlebnis, wenn die Normalerwartung es ausschließt und doch Dispositionen bestehen, es herbeizuwünschen.“ (Brückel, 2003, S. 8)

Zusammenfassend und die oben genannten Charakteristika und Bedingungen einschließend können die wichtigsten Merkmale von Erlebnissen wie folgt dargestellt werden (vgl. Abb. 2-4):

⁶ Romeiß-Stracke verwendet die Begriffe *Erlebnis* und *Erfahrungen* synonym

Erlebnisse...

- **sind gesteigertes Erleben.** Zum Erlebnis wird ein Erlebtes, sofern es nicht nur schlicht erlebt wurde, sondern einen besonderen affektiven Nachdruck hatte.
- **sind unwillkürlich**, d.h. nicht produzierbar. Herstellen kann man allenfalls die Bedingungen, die die Wahrscheinlichkeit erhöhen, dass bestimmte (lustvolle) Erlebnisse eintreten.
- **sind subjektiv** bedeutsam und abhängig von der einzigartigen (Er-)Lebensgeschichte der oder des Erlebenden.
- **sind einprägsam.** Ihre Affektivität sorgt dafür, dass sie als subjektiv bedeutsam im Gedächtnis bleiben.
- **sind gestalthaft.** Sie heben sich im Erleben als gegeneinander abgegrenzte Bedeutungseinheiten ab.
- **sind ganzheitlich und un- oder vorbegrifflich.** Ihre Modalität ist eher bildhaft-anschaulich oder gar sensomotorisch und sie lassen sich weder vollständig begreifen noch erschöpfend kommunizieren.
- **sind selbstbezügliche, „innere“ Ereignisse**, die direkt nur der Selbstbeobachtung aber kaum der Fremdbeobachtung zugänglich sind.
- **sind expressiv.** Ihre Affektivität sorgt dafür, dass das Erlebte auf (spontanen oder stilisierten) non-verbalen Ausdruck drängt. Wird Sprache gebraucht, ist deren Form („Wie“) relevanter als deren Inhalt („Was“).
- **sind unmittelbar.** Wer ein Erlebnis hat, ist sich dessen Entstehung, durch die individuelle, im Laufe der Sozialisation erworbene, Persönlichkeitsstruktur nicht bewusst.
- **sind leibhaftig.** Sie gründen in (lust- oder unlustvollen) Affekten.
- **sind evident**, d.h. unbezweifelbar wahr und richtig: über Erlebnisse lässt sich nicht streiten.
- **sind nachvollziehbar.** Durch Identifikation mit und Perspektivenübernahme der erlebenden Person können deren Erlebnisse verstanden werden.
- **sind selbstwertsteigernd.** Wer (viele) Erlebnisse hat, lebt kein banales und triviales Leben.
- **sind noch keine Erfahrungen:** Diese entstehen, wenn Erlebnisse verarbeitet, durch neue Erlebnisse innoviert und sie kommunikativ reflektiert und dadurch psychosozial integriert werden.

Abbildung 2-4: Charakteristika von Erlebnissen (u.a. nach Hartmann und Haubl, 1996b; Scheurer, 2003; Müller, 2002; Vester 2004)

2.2 Inszenierung

Da die Inszenierung von Erlebnissen im Kern der Problemstellung steht, dieser Begriff aber außerhalb der Theaterwissenschaft noch recht neu ist, soll in diesem Kapitel zunächst geklärt werden, wie dieser Begriff in dieser Arbeit und insbesondere in Bezug auf Erlebnisse verwendet wird.

2.2.1 Definition, Etymologie und herkömmliche Begriffsverwendung

Eine prägnante und auf viele Bereiche anwendbare Begriffsdefinition der Inszenierung liefert Gülicher:

„Allgemein kann eine Inszenierung als intentionaler Akt des Präsentierens bezeichnet werden, der an einem spezifischen Ort für ein spezifisches Publikum vollzogen wird.“ (Gülicher, 2007, o.S.)

Etymologisch betrachtet lässt sich der Begriffskern vom griechischen Begriff ‚skéné‘ ableiten, der einen überdachten, Schutz bietenden Ort bezeichnet. Zudem wurde mit ‚skéné‘ in der Antike auch eine Stätte, wie z.B. ein Tempel bezeichnet, an der sich etwas Aufregendes, Entscheidendes und von großer Bedeutung ereignet (vgl. Gülicher, 2007)

Im Deutschen fand der Begriff ursprünglich im Theater Verwendung (vgl. Scheurer 2003). Fischer-Lichte verweist auf die Herleitung vom „Inscenesetzen“, das u.a. bereits im Theaterlexikon Mitte des 19. Jahrhunderts als Aufgabe des Regisseurs beschrieben wird (vgl. Fischer-Lichte, 1998)

„In die Szene setzen‘ heißt, ein dramatisches Werk vollständig zur Anschauung zu bringen, um durch äußere Mittel die Intention des Dichters zu ergänzen und die Wirkung des Dramas zu verstärken“ (Lewald, 1837 *nach* Fischer-Lichte, 1998, S. 82)

Hervorzuheben sind hierbei also vor allem die Nutzung äußerer Mittel (wie z.B. Bühnenbild, Musikuntermalung usw.), die die Wirkung des – hier gemeinten – dramatischen Werkes noch verstärken sollen. Durch sie kann ein für das Stück exakt passendes Setting geschaffen werden, eine Atmosphäre, in die die Zuschauer durch ihren Besuch im Theater eintauchen und so verstärkt Zugang zum Inhalt des dichterischen Werkes erhalten.

Romeiß-Stracke unterstreicht die inzwischen vollzogene Loslösung des Begriffs von der Theaterwelt. Unabhängig vom Ort des Geschehens und dem Inhalt der Inszenierung sollten Form und Funktion in einen harmonischen und ästhetischen Einklang gebracht werden:

„Inszenieren heißt ‚in Szene setzen‘, eine Szene mit ihren Darstellern und ihren Handlungsabläufen genau durchdenken, eine Situation ermöglichen – ganz egal, ob es um Wohnen in der Stadt, um Arbeit, um Einkaufen oder eben um Freizeit im Urlaub geht (Romeiß-Stracke, 1995, S. 179f.).

Fischer-Lichte und Pflug (2000) erkennen die inzwischen vielfältigen Anwendungsbereiche des Begriffs und fassen seine Verwendung wie folgt zusammen:

„Als ästhetische und zugleich anthropologische⁷ Kategorie zielt der Begriff der Inszenierung auf schöpferische Prozesse, in denen etwas entworfen und zur Erscheinung gebracht wird – auf Prozesse, welche in spezifischer Weise Imaginäres, Fiktives, und Reales (Empirisches) zueinander in Beziehung setzen.“ (Fischer-Lichte und Pflug, 2000, S. 22)

Welche Verwendungsformen außerhalb des traditionellen Verwendungsfeldes existieren wird im nächsten Abschnitt gezeigt.

2.2.2 Aktuelle Begriffsverwendung in Freizeit und Tourismus

Innerhalb der letzten zwei Jahrzehnte blieb die Verwendung des Begriffs „Inszenierung“ nicht allein auf den Bereich des Theaters oder der Oper beschränkt. Hinzu kamen auch Bereiche wie Politik, Medien, Sport und Tourismus, innerhalb derer dieser Begriff inzwischen mit teils eigenen Bedeutungsinhalten gefüllt ist.

„Der Begriff der Inszenierung ist heute in vielen kulturellen Bereichen zu einem Leitbegriff avanciert. [...] Als ästhetischer Begriff soll ‚Inszenierung‘ die ‚ästhetische Arbeit‘ [...] in ihrer ganzen Breite umfassen, also neben der künstlerischen Produktion im engeren Sinne auch die Bereiche der Stadt- und Landschaftsplanung, Design, Mode, Kosmetik, Werbung etc. In diesem Sinne meint der Begriff Kulturtechniken und Praktiken, mit denen etwas zur Erscheinung gebracht wird. Entsprechend wird Inszenierung als ein ästhetischer bzw. ästhetisierender Vorgang begriffen und ihr Resultat als ästhetische bzw. ästhetisierte Wirklichkeit – zum Beispiel in den Bereichen Politik, Wirtschaft, Verhalten, Natur.“ (Fischer-Lichte und Pflug, 2000, S. 20)

Der „breite Assoziationsfächer“ (Gülicher, 2007, o.S.) wird durch die unterschiedliche Nutzung in Presseartikeln und in wissenschaftlichen Publikationen der jüngsten Zeit bestätigt (vgl. ebd.). Die bereits Ende der 1990er Jahre zu erkennende Hochkonjunktur des Begriffs auf dem deutschen Buchmarkt und in Bereichen unterschiedlichster Wissenschaftsdisziplinen (vgl. Fischer-Lichte, 1998) hält gegenwärtig an, so dass es aktuell zu einer sich weiter ausdifferenzierenden Begriffsverwendung kommt (vgl. u.a. Weiermair und Brunner-Sperdin, 2006; Neumann, 2003). Gülicher bringt die inzwischen erreichte Vielfalt der Verwendungsmöglichkeiten im Deutschen im Gegensatz zu anderen Sprachräumen auf den Punkt:

„Ob Otello, ein Boxkampf oder der Auftritt vom Papst, ob Natur, Macht oder Geschlechterdifferenz – prinzipiell scheinen jede Person, jeder Gegenstand und jedes Thema inszeniert werden zu können.“ (Gülicher, 2007, o.S.)

Dabei findet nicht allein eine Übertragung der Bedeutungsinhalte des Begriffs in seinem ursprünglichen Verwendungsbereich des Theaters auf andere Bereiche statt, sondern die Bedeutung und das Vorgehen während einer Inszenierung werden den neuen Verwendungsbereichen angepasst. So könne Inszenierung auch „als kreativer und transformierender Umgang des Menschen mit sich und seiner Umwelt“ (Fischer-Lichte und Pflug, 2000, S. 22) aufgefasst werden, der zu einer Entwicklung einer regelrechten „Inszenierungs-Kultur“ geführt habe.

⁷ Neben der im Zuge dieser Arbeit vor allem untersuchten Begriffsverwendung der Inszenierung in Bezug auf das In-Szene-Setzen von Materiellem existiert diese auch im Sinne einer anthropologischen Kategorie als Selbstinszenierung des Menschen (vgl. Iser, 1991) auf die hier aber nicht näher eingegangen werden soll.

„Eine schier endlose Abfolge von inszenierten Ereignissen weist darauf hin, daß sich eine ‚Erlebnis- und Spektakelkultur‘ gebildet hat, die sich mit der Inszenierung von Ereignissen selbst hervorbringt und reproduziert. In ihr wird Wirklichkeit mehr und mehr als Darstellung und Inszenierung erlebt.“(ebd., S.23)

Zellmann prognostizierte für das gerade zu Ende gegangene Jahrzehnt eine Fortführung der Bedeutsamkeit zum Beispiel für den Bereich der Freizeit:

„Entscheidend ist in Zukunft weniger das *Was* sondern das *Wie*. Auf die Inszenierung wird es im kommenden Jahrzehnt zunehmend ankommen.“ (Zellmann, 2000, S. 31)

Willems prägte als Ausdruck dieser gesellschaftlich umfassenden Tendenz, alles und jede Situation (mit-)bestimmen zu wollen, den Begriff der *Inszenierungsgesellschaft* (vgl. Willems, 1998) „Die moderne Gesellschaft erzeugt und bedingt durch die Komplexität ihrer Struktur Formen, Spielräume und Zwänge von Theatralität bzw. theatralem Handeln.“ (ebd., S. 55). In seinen weiteren Ausführungen bezieht er die um sich greifende Entwicklung von immer mehr Inszenierungen vor allem auf die Bereiche der Medien und der Werbung.

Die Inszenierung kann als ein mit einem speziellen Ziel geplanter Einsatz von äußeren Mitteln und damit als ästhetischer Vorgang bezeichnet werden.

Romeiß-Stracke formuliert für den Einsatz der Inszenierung im Bereich der Freizeit und des Urlaubs, dass die Formen der Darstellung bzw. ihre ästhetischen Dimensionen in Einklang zu den Erwartungen und Bedeutungen an diesen Bereich gebracht werden müssten (vgl. Romeiß-Stracke, 1995). Während im Theater gilt, dass die Inszenierung sowohl als Verstärkung und Interpretation des Originalstücks, als auch als sie selbst wahrgenommen wird, soll dies in anderen Bereichen möglichst unterbleiben: Die Inszenierung ist außerhalb des Theaters eher diskret und soll - wenn überhaupt - als Set von gegebenen Rahmenbedingungen wahrgenommen werden, die ansonsten jenseits der Wahrnehmung liegen.

„Wenn ein Spaziergänger einen englischen Garten oder ein Gesprächspartner ein sorgfältiges inszeniertes Verhalten als ‚natürlich‘ empfinden, so haben sie Landschaft und Verhalten wohl den Inszenierungsstrategien entsprechend wahrgenommen, jedoch nicht als Inszenierung. D.h. die Inszenierung vermag hier gerade deshalb zu wirken, weil sie nicht als solche wahrgenommen wird.“ (Fischer-Lichte und Pflug, 2000, S. 20)

Fichtner analysiert die Inszenierungen von Freizeitparks und kommt dabei zu der Einschätzung, dass auch hier die formbaren Bedingungen und die Art, also die Dramaturgie, wie dies geschieht, entscheidenden Anteil an deren Erfolg haben (vgl. Fichtner 1997, S.78ff.). Dekoration und Inszenierung würden hier zum Mittel, die Besucher zu berühren, über ihre Sinne Emotionen und Gefühle auszulösen (vgl. ebd.).

Steinecke (1997c) betont für den Einsatz der Inszenierung im Tourismus die Notwendigkeit einer klaren Zielsetzung, um die zu erreichen die Inszenierung als Werkzeug von allen Beteiligten geprägt werden müsse:

„Unter Inszenierung im Tourismus wird [...] die marktorientierte Umsetzung eines tourismusrelevanten Themas mit unterschiedlichen Einrichtungen, Akteuren, Partnern und Medien auf der Grundlage einer klaren Handweisung verstanden.“ (Steinecke, 1997c, S. 8)

Scheurer legt dar, wie durch erfolgreiche Konzepte von Erlebniswelten und Freizeitparks die Inszenierung im Bereich des Tourismus zu einem Leitbegriff geworden ist (vgl. Scheurer, 2003).⁸ Inszenierung kann demnach mittlerweile als *Mittel zur Angebotsprofilierung* und - mit Bezug auf die von Pine und Gilmore (1999) erarbeiteten Modelle der Erlebnisökonomie - als *Instrument der Angebotsgestaltung* betrachtet werden (vgl. Scheurer, 2003). Hierbei spielt vor allem die Betrachtung von Arbeits- und Angebotsprozessen als „Theater“ eine grundlegende Rolle. Somit steht die Planung und das „Spiel“ des Theaterstücks im Mittelpunkt, während Rahmenbedingungen und atmosphärische Wirkungen von Requisiten nur eine Nebenrolle einnehmen (vgl. Scheurer 2003, S. 74).

Mittlerweile werden auf diese Weise verschiedenste Orte und Glieder der touristischen Produktkette, von Hotel- und Gastronomiebetrieben, Museen, Freizeitparks bis hin zu ganzen Ferienorten und Destinationen inszeniert (vgl. z.B. Steinecke, 1999). Der Aufenthalt des Gastes ist das zu spielende Stück, das auf den Bühnen der Destination (Hotels, Restaurants, bestimmte Bereiche des Ortes, Aktivitätszentren usw.) von allen beteiligten Akteuren (Schauspielern = Personal, freie Mitarbeiter, Anbieter, andere Gäste etc.) vor (häufig) großartiger Kulisse aufgeführt wird (vgl. Scheurer, 2003).

2.2.3 Rahmenbedingungen einer Inszenierung

Inszenierung kann nach Fischer-Lichte und Pflug (2000) als ein Vorgang bestimmt werden, der zu Erscheinung bringt, was normalerweise nicht gegenständlich ist und erst durch die Inszenierung sichtbar wird, wobei die Inszenierung selbst nicht sichtbar ist. Dieser Vorgang ist bestimmt von (1) der spezifischen Auswahl, (2) der Organisation und (3) der Strukturierung von Materialien und/ oder Personen (vgl. ebd.). In ähnlicher Weise legt Gülücher Rahmenbedingungen für eine erfolgreiche Inszenierung fest:

„Eine Inszenierung bringt verschiedene Akteure – seien es Personen, Gegenstände oder Themen – in ein spezifisches räumliches Arrangement. Dieses Arrangement geschieht nicht zufällig, sondern ist intentional und an ein bestimmtes Publikum gerichtet – selbst dann, wenn dieses abwesend ist.“ (Gülücher, 2007, o.S.)

Bezogen auf die Inszenierung innerhalb des Tourismus sind dabei laut Romeiß-Stracke (1995, S. 180) die folgenden Variablen zu kontrollieren:

- Topographie und Struktur des Raumes bzw. der Räume

⁸ vgl. hierzu auch Weiermair und Brunner-Sperdin (2006): „Erlebnisinszenierung im Tourismus“

- Zuordnung von Funktionselementen
- Verhältnis von natürlichen und gebauten, von offenen und geschlossenen Räumen und Elementen
- Materialien der Gebäude, der Wege der Einrichtungen, Farben
- Licht, Lichterfüllung und Beleuchtung
- Luft, Gerüche, Mikroklima
- Geräusche
- Möblierung
- Dekoration und Accessoires, Natur und Kunst

Eine erfolgreiche Inszenierung ist über die Erzeugung von besonderen Ereignissen eng verbunden mit der Entstehung von Erlebnissen ihrer Rezipienten und Rezipientinnen:

„Der Akt des Arrangierens, die Handlungen der Akteure und die Rezeption des Publikums lassen ein Ereignis entstehen, das im Moment seiner zeitlichen Verdichtung von ‚besonderer Gegenwärtigkeit‘ ist – mit Martin Seel gesprochen. Nur im Falle eines tatsächlichen Zustandekommens entfaltet eine Inszenierung ihre volle Wirkungs- und damit auch Bedeutungskraft. Weder ist sie in der Fülle ihrer ästhetischen Wirkungselemente vollständig zu antizipieren, noch zu erinnern.“ (Gülicher, 2007, o.S.)

An dieser Stelle sei dennoch erneut darauf verwiesen, wie sehr die Entstehung von Erlebnissen von den individuellen Verhältnissen im Subjekt und der jeweiligen Situation abhängt:⁹

„Der Versuch, sich Erlebnisse zu verschaffen, indem man sich bestimmten Situationen aussetzt oder Begebenheiten inszeniert, die voraussichtlich zu einem positiven Erlebnis führen werden, fußt auf einem allgemein verbreiteten Trugschluß. Man meint, daß ein Erlebnis in einem bloßen Eindruck besteht, den eine Situation hinterläßt. Tatsächlich setzt sich aber ein Erlebnis immer sowohl aus den Umständen als auch aus den Konstruktionshandlungen der einzelnen Person zusammen. Das Erlebnis hängt demnach sowohl von der Situation als auch vom Subjekt ab.“ (Schulte, 2000, S. 33)

Die im folgenden Abschnitt näher betrachtete Erlebnisinszenierung erscheint somit einerseits als Kern erfolgreicher Inszenierung und funktioniert offensichtlich andererseits nicht ohne Einbezug des erlebenden Subjekts.

2.3 Erlebnisinszenierung

Insbesondere der schon im vorherigen Abschnitt genannte Bereich des Tourismus als Anwendungsfeld von Inszenierungen hat - gerade unter Einbezug bzw. durch den gezielten Einsatz von Outdooraktivitäten - zu Anstrengungen geführt, unverwechselbare und unvergessliche Erlebnisse zu inszenieren. Im Verlauf dieses Kapitels soll nun näher auf die Funktion und die Vorgehensweise der Inszenierung von Erlebnissen eingegangen werden.

⁹ (vgl. auch Kap. 2.1.2)

Bevor aber Möglichkeiten der Erlebnisinszenierung dargestellt werden, soll im Bestreben, den Aufwand, der für Erlebnisinszenierungen betrieben wird, nachvollziehen zu können, zunächst gezeigt werden, warum Erlebnisse gesucht werden und nachgefragt sind und weshalb von Situationen, die positive Erlebnisse versprechen, eine solche Faszination ausgeht.

2.3.1 Anreize von Erlebnissituationen und Erlebnissuche

Ein Erlebnis kann als ganzheitliches Phänomen gesehen werden, welches stark mit den menschlichen Grundbedürfnissen in Verbindung steht (wie sie etwa in der Maslowschen Bedürfnispyramide genannt werden - vgl. Gross, 2004). Dabei wird die Suche nach Erlebnissen zu einem zentralen Element der Existenz eines Menschen.

„Es scheint, als ob der Mensch notwendigerweise nach Erlebnissen sucht, in denen er noch Jahre später [in der Erinnerung] aufgehen kann. Beeindruckendes, Faszinierendes, Erschütterndes und viele weitere, die Psyche des Menschen prägende Geschehnisse wollen im Laufe eines Lebens angesammelt werden. Dabei kann Erleben sowohl etwas Aufregendes im Abenteuer- und Sportbereich oder etwas Neues kennenlernen sein (z.B. fremde Kulturen), als auch Entspannung und Loslassen bedeuten. Schließlich drückt Erlebnis auch „immer etwas los, nicht langweilig“ aus – man will etwas bzw. sich selbst erleben.“ (Gross, 2004, S. 153)

Mit Blick auf die Erlebnissuche im sogenannten Erlebnissport hat Allmer (1998) folgendes Modell der Erlebnissuche entwickelt (s. Abb. 2-5). Demnach lässt sich die Erlebnissuche unterteilen in die grundsätzlich unterscheidbare Suche nach intensiven Sinnesreizen auf der einen Seite und der Suche nach außergewöhnlichen Emotionszuständen auf der anderen Seite (vgl. Allmer 1998).

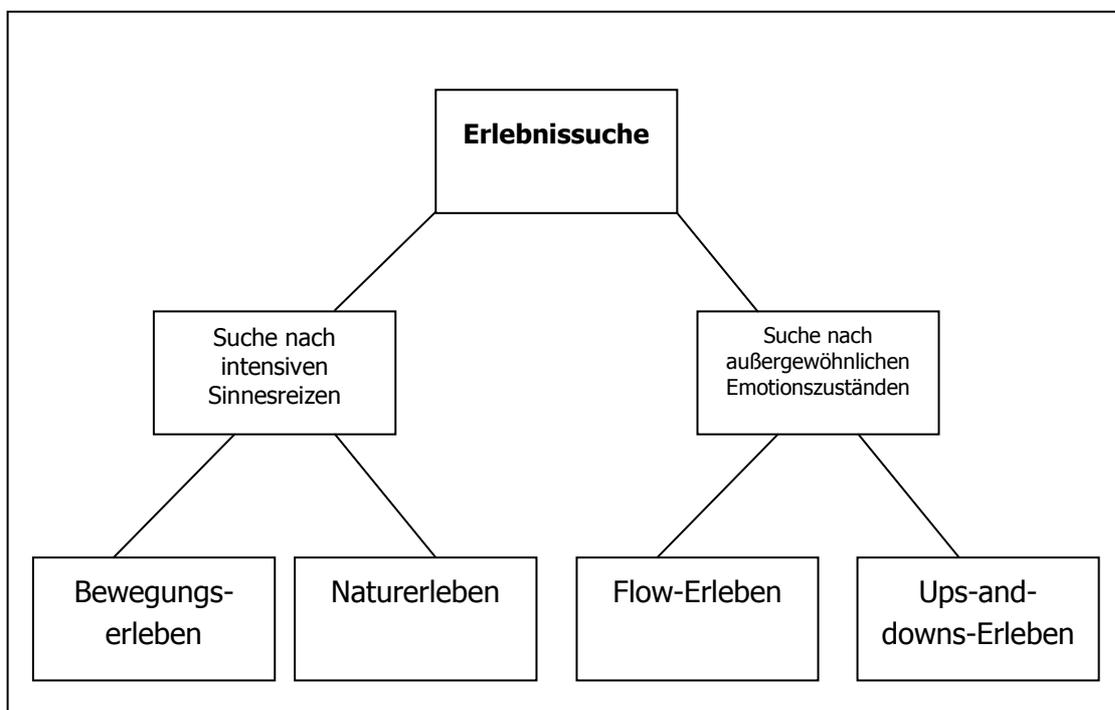


Abbildung 2-5: Modell der Erlebnissuche; nach Allmer 1998, S. 85, mod.

Sinnesreize könnten entweder vom Bewegungserleben oder dem Naturerleben ausgehen, außergewöhnliche Emotionszustände werden vor allem im Flow-Erleben (vgl. Czikszentmihalyi, 1991, 1993) und dem Wechsel von positiven und negativen Erlebnissen (ups-and-downs-Erleben, vgl. Czikszentmihalyi, 1993) erreicht.

Der Grund für Menschen, sich auf Erlebnissuche zu begeben, ist dabei nicht allein in den erwarteten Auswirkungen der Erlebnisse auf den Gemütszustand des Menschen festzumachen, sondern liegt auch im Handlungsvollzug der Aktivitäten selbst – also in deren Erlebniswert, wie Semler in Bezug auf Bergsteigen feststellt:

„Die Aktivität hat einen derart hohen Erlebniswert, dass allein dieser ausreicht, um sich immer wieder in Situationen zu begeben, die ähnliche Gefühle und Erlebnisse erwarten lassen“ (Semler 1994, S. 128)

Nach diesen Ausführungen wird deutlich, dass die Anreize für erlebnisreiche Aktivitäten bzw. Aktivitäten mit hohem Erlebniswert bzw. Erlebnispotential nicht allein für einige wenige Extremsportlerinnen und –sportler existieren, sondern dass diese Anreize letztlich für eine breite heterogene Masse von freizeitaktiven Menschen wirksam sind, weshalb die Inszenierung von Erlebnissen inzwischen zu einem vielversprechenden Marktsegment geworden ist.

2.3.2 Begrenzte Herstellbarkeit von Erlebnissen

Trotz der oben beschriebenen Tendenzen der Ausweitung der Inszenierung von Erlebnissen vom Theater in den Freizeit- und Tourismussektor ist nach wie vor strittig, ob auf die Entstehung von Erlebnissen (s.o.) in Form einer Inszenierung überhaupt erfolgreich Einfluss genommen werden kann. Die mit dieser Frage eng verwandte Diskussion, ob Erlebnisse sicher vorhergesagt oder gar hergestellt werden können, wurde lange Zeit u.a. innerhalb der Erlebnispädagogik geführt, ohne zu einem abschließenden Ergebnis zu kommen (vgl. u.a. Fischer und Ziegenspeck, 2000; Heckmaier und Michl, 2008) Auch nach einer Vielzahl an Beiträgen zu diesem Thema bleibt innerhalb der Erlebnispädagogik zusammenfassend unter dem Strich die schlichte Erkenntnis:

„Mit Erlebnissen kann man kaum rechnen, sie sind nur begrenzt antizipierbar und lassen sich schlecht im voraus planen.“ (Brückel, 2003, S. 9)

Auch Haubl (1998) betont, dass sich Erlebnisse und deren Entstehungsprozess nicht vollständig kontrollieren oder herstellen lassen¹⁰, wohl aber Rahmenbedingungen geschaffen werden können:

„Erlebnisse können nur nicht-intendierte Handlungsfolgen sein. Das heißt: Sie sprengen die Logik einer zweckrationalen Kontrolle, da sie sich nicht direkt erfolgssicher herstellen lassen. Allenfalls sind Rahmenbedingungen herstellbar, die die Chance erhöhen, dass ein erwartetes Erlebnis eintritt. Denn zwischen (objektiven) Ereignissen und (subjektiven) Erlebnissen besteht keine deterministische Beziehung. Was jemand tatsächlich erlebt, bleibt ungewiss.“

¹⁰ vgl. auch Thiele (1998)

Gegebenenfalls tritt ein anderes Erlebnis auf als das erwartete oder es kommt überhaupt kein Erlebnis zustande.“ (Haubl, 1998b, S. 17)

Auch Bahrmann (1997), die das Verständnis des Erlebnis als gesteigertes Erleben bzw. „Erlebtsein mit affektivem Nachdruck“ (ebd., S. 51) zu Grunde legt, argumentiert, dass dieses gesteigerte Erleben zwar nicht hergestellt werden kann, aber zumindest die Bedingungen gestaltet werden können, „die die Wahrscheinlichkeit erhöhen, dass sich bestimmte lustvolle Erlebnisse einstellen.“ (ebd.).

Erlebnisse sind individuell wahrgenommene psychologische Konstruktionen und können deshalb also selbst von auf Erlebnisinszenierung spezialisierten Dienstleistungsunternehmen nicht hergestellt werden (vgl. Müller, 2002). Allerdings können von diesen Situationen und Räume, durch Veränderung äußerer Faktoren so beeinflusst werden, dass günstigstenfalls positive Erlebnisse für die Nutzerinnen und Nutzer ermöglicht werden.

2.3.3 Erlebnisdesign und Erlebnisinszenierung

Trotz der im vorherigen Abschnitt dargestellten Schwierigkeiten gibt es intensive Bemühungen, Erlebnisse zu inszenieren bzw. ihre Art und Intensität durch entsprechende Erlebnisdesigns zu beeinflussen (vgl. u.a. Weiermair, 2006).

In welcher Form Erlebnisinszenierung und Erlebnisdesign bereits im Tourismus, auf dessen Produktpalette Outdooraktivitäten längst eine wichtige Rolle spielen, verbreitet sind, soll mit einigen Beispielen in diesem Abschnitt gezeigt werden.

Pine und Gilmore haben mit ihrem 1999 veröffentlichten Buch „*The Experience Economy*“ die Herstellung bzw. das Design von Erlebnissen als Aufgabe eines eigenen Wirtschaftszweiges identifiziert (vgl. Pine und Gilmore, 1999). Die mit dieser Veröffentlichung erfolgte Manifestation der so genannten Erlebnisökonomie, die das klassische Erlebnismarketing vor allem an weit reichender Systematik übertrifft, sieht Erlebnisse als Teil der Wertschöpfungskette eines Produkts an, die ebenso wie andere Teile des Produkts produziert, angeboten, nachgefragt und verkauft werden (vgl. Günther, 2006, S. 57). Allerdings ist auch hier letztlich die Einsicht vorherrschend, dass damit nur die Voraussetzungen geschaffen werden, um das jeweilig beworbene Erlebnis tatsächlich zu erlangen. Die angeführten Strategien sind hierbei vor allem die Inszenierung, die Thematisierung orts- oder produktspezifischer Themen und das so genannte *Storytelling* durch mehrere, an einer übergeordneten Geschichte orientierten, Attraktionen (vgl. ebd.).

Günther (ebd.) weist in diesem Zusammenhang darauf hin, dass weiterhin häufig von kausalen Zusammenhängen von Inszenierungen und tatsächlichen Erlebnissen ausgegangen würde (*Stimulus-Response-Modell*). Dagegen, so betont auch er, sei die Beteiligung des Subjekts, also in diesem Fall der/dem Touristin/-en, und dessen notwendige Eigenleistung nicht zu vernachlässigen. Ähnlich wie Spieler eines „Gesellschaftsspiels“ dann Gefallen am Spiel finden, wenn die Atmosphäre stimmig ist, in der das Spiel stattfindet, kann auch ein Erlebnis von einem passenden, die Entstehung des Erlebnisses bedingenden Erlebnisraum, wie z.B. der Natur (vgl. Bach,

1989), umgeben sein. In beiden Fällen kommt dem Subjekt die Leistung der Filterung von äußeren Ereignissen zu, die, wenn sie als passend und das Erlebnis unterstützend empfunden werden, wie durch eine „semipermeable Membran“ vom Subjekt als Teil der Atmosphäre in den Erlebnisraum hineingelassen werden, wie Günther in Bezug auf Goffmanns *Konzept der konzentrierten Interaktion* betont:

„Was Goffmann im Bild der semipermeablen Membran veranschaulicht, ist nichts anderes, als die Regulationsleistung, die von Menschen erbracht werden muss, um Erlebnisräume zu konstituieren und aufrecht zu erhalten. Wir alle haben die Fähigkeit, bis zu einem bestimmten Ausmaß Ereignisse, die nicht in einen Erlebnisrahmen passen, auszublenden. Andere Ereignisse werden von uns in den Erlebniszusammenhang eingebaut oder assimiliert. Bei massiven Störungen (z.B. realen Gefahren), kann der mentale Erlebnisraum kollabieren.“ (Günther, 2006, S. 58)

Das Erlebnissubjekt, also die erlebende Person, muss also im Stande sein, diese Regulationsleistung¹¹ durchzuführen. Genau an dieser Stelle setzt das Konzept der Erlebnisinszenierung bzw. der Thematisierung (*theming*) an:

Die Erlebnissubjekte sollen durch die Schaffung einer möglichst gleichgeschalteten, also störungsarmen Erlebnisatmosphäre bei ihrer Regulationsleistung, ihre eigenen mentalen Erlebnisräume aufzubauen, also bei ihrer Erlebnisarbeit, unterstützt werden (vgl. Günther 2006). Durch Maßnahmen der Inszenierung und Thematisierung wird den Erlebenden „die Bühne bereitet“ (Günther, 2006, S. 60), so dass das Erlebte in einem passenden Kontext zum individuellen Erlebnis werden kann. Kritisch ist dabei die Intensität und der Umfang der Inszenierungsmaßnahmen, weil durch eine Überhäufung mit vorgefertigten Erlebnisassoziationen die emotionale Betroffenheit schwierig erzielt werden kann (vgl. ebd.)

Müller und Scheurer (2004) identifizieren im Zusammenhang mit dem von ihnen entwickelten Modell der Erlebniskette (vgl. Abb. 2-2) zwei allgemeine Bereiche, auf die die Tourismusakteurinnen und -akteure bezüglich der Schaffung von Erlebnissen bei den Urlauberinnen und Urlaubern Einfluss nehmen können:

„Akteure im Tourismus haben zwei Einwirkungsbereiche. Sie können Ereignisse schaffen, die wünschbare Erlebnisse begünstigen, und sie können mithelfen, Erlebnisse zu reflektieren, damit daraus Erfahrungen werden.“ (Müller und Scheurer, 2004, S.6)

Steinecke hat konkretere Prinzipien des Begehrens (und damit Ansatzpunkte der Inszenierung) formuliert, die im Inszenierungskonzept von Tourismusattraktionen wie im Folgenden dargestellt, konkret beachtet und umgesetzt werden sollen (vgl. Steinecke 1997b):

¹¹ Schulze (1998, S. 307) nennt diese Regulationsleistung „Erlebnisarbeit“; Kagelmann (2004, S.174f.) nutzt den Begriff „Spaßarbeit“

- das ‚Spektakuläre‘ bzw. das Spektakel als Leitidee des Angebots
- klares Thema („Theaterstück“) und damit attraktives Profil für die Nutzerinnen und Nutzer
- durchgängige Regie, Schaffung eines Gesamtkunstwerks
- bekannte Regisseure, bzw. Akteure als PR-Leitfiguren
- vielfältiger Multimedia-Einsatz bei Informations- und Erlebnisvermittlung
- multifunktionale Angebote:
 - Ausstellung/ Aufführung
 - Vorprogramm
 - Konsumbereiche
 - Schauplatz
 - Ausgangspunkt für Routen/Touren
- hierarchisierte Stufen des Zugangs im Sinne „neuer Privilegien“ (VIP-Lounge, spezielle Empfänge).

Laut Morasch ist die Betrachtung der Erlebnisse, die in inszenierten Urlaubswelten entstehen sollen, auch immer abhängig von den Erwartungen, die die Menschen als Subjekte der Erlebnisse haben. Bedürfnisse und Anforderungen (z.B. an einen Urlaubs-Erlebnisraum) verändern sich mit dem Wechsel der Stimmungen und Launen der Gäste (vgl. Morasch, 1995). Eine äußerst flexible Angebotsstruktur (und damit eine Vielzahl an Inszenierungen) ist somit von Nöten, um auf das Urlaubsverhalten der typischen Gäste einzugehen (vgl. auch Gyr, 1994).

Auch an anderer Stelle lassen sich Hinweise darauf finden, wie eine Inszenierung von Erlebnissen konkret aussehen kann und welche Faktoren zu einer erfolgreichen Inszenierung beitragen können. Nach Pine und Gilmore (1999) sollen die folgenden Aspekte in einem Inszenierungskonzept Beachtung finden, um ein wertvolles Erlebnis zu ermöglichen (vgl. Pine und Gilmore, 1999, S. 39-40):

- die Verstärkung des ästhetischen Werts des Erlebnisses¹²
- die Ermutigung zur aktiven Beteiligung am Erlebnis, zum aktiven Erleben¹³
- die Schaffung eines Erlebnisses, das gleichzeitig eine aktive Lernsituation für die Erlebenden ist¹⁴
- der Unterhaltungswert des Erlebnisses¹⁵

¹² Originaltext: "What can be done to improve the *esthetics* of the experience? The esthetics are what make your guests want to come in, sit down, and hang out. Think about what you can do to make the environment more inviting, interesting, or comfortable. You want to create an atmosphere in which your guests feel free 'to be.'" (Pine und Gilmore, 1999, S. 39-40)

¹³ Originaltext: "Once there, what should your guests do? The *escapist* aspect of an experience draws your guests further, immersing them in activities. Focus on what you should encourage guests 'to do' if they are to become active participants in the experience." (Pine und Gilmore, 1999, S. 40)

¹⁴ Originaltext: "The *educational* aspect of an experience, like the escapist, is essentially active. Learning, as it is now largely understood, requires the full participation of the learner. What do you want your guests 'to learn' from the experience? What information or activities will help to engage them in the exploration of knowledge and skills?" (Pine und Gilmore, 1999, S. 40)

¹⁵ Originaltext: "*Entertainment*, like the esthetics, is a passive aspect of an experience. When your guests are entertained, they're not really doing anything but responding to (enjoying, laughing at, etc.) the experience. Professional speakers lace their speeches with jokes to hold the attention to their audience, to get

Neben den passenden Maßnahmen ist es vor allem der Ort, an dem das designte Erlebnis stattfinden soll, der entscheidend für eine erfolgreiche Inszenierung ist. Er sollte einprägsam, unverwechselbar und leicht wiederzuerkennen sein:

“The sweet spot for any compelling experience – incorporating entertainment, educational, escapist, and esthetic elements into otherwise generic space – is similarly a mnemonic place a tool aiding in the creation of memories, distinct from the normally uneventful world of goods and services. Its very design invites you to enter, and to return again and again.” (Pine und Gilmore, 1999, S. 43)

Scheurer (2003) weist zudem auf den Zusammenhang von Umweltreizen, geplanten Inszenierungen, (positiver) Atmosphäre und (positiven) Erlebnissen hin:

„Umweltreize können Erlebnisse auslösen. Einige der Umweltreize, die in einer bestimmten Situation auf uns einwirken, können wir mittels Angebotsgestaltung beeinflussen oder gestalten, andere (bsp. Klima, Wetter) nicht. Zwar können wir keine Erlebnisse produzieren, da diese vom Individuum selbst ‚produziert‘ werden, aber wir können versuchen, besonders günstige äußere Rahmenbedingungen – sprich eine entsprechende Atmosphäre – zu schaffen, die Erlebnisse ermöglicht.“ (Scheurer, 2003, S. 141)

Er stellt die Zusammenhänge von Inszenierung, Atmosphäre und Erlebnissen als kausal und linear dar (vgl. Abb. 2-6):

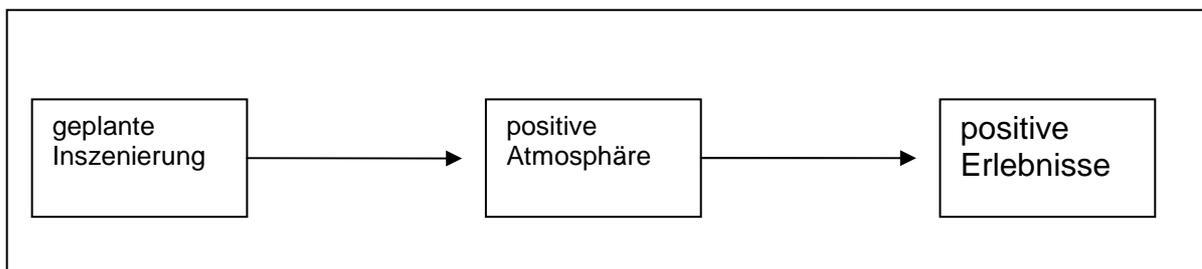


Abbildung 2-6: Die Bedeutung von positiver Atmosphäre; nach Scheurer 2003, S. 141; mod.

Unter der Bezeichnung *Erlebnisdesign* gibt Schober (1995) konkrete Hinweise für Tourismus-Praktiker, die ihnen bei der Erstellung von Erlebnisangeboten helfen sollen. Durch gestaltete Erlebnisse sollen Urlauberinnen und Urlauber demnach vor allem eine „schöne Zeit“ (Schober, 1995, S. 9) am Urlaubsort erleben. Die Faszination des Angebotenen spielt ebenso wie die durch das Design realisierte Atmosphäre, und die Nachfrage nach Komfort und gute Verpflegung eine entscheidende Rolle. Die so vollzogene Qualitätssteigerung des Angebots geht einher mit einer Preisanhebung, weil Qualität auch gerne bezahlt wird (vgl. ebd.).

Schließlich sollen auch alle Sinne bei der Entstehung von Erlebnissen und der Verstärkung des Erlebnisthemas beteiligt werden, damit es unvergesslich bleiben kann und das Erlebnisdesign effektiv wirken kann:

them listen to the ideas. What can you do by the way of entertainment to get your guests ‘to stay’? How can you make the experience more fun and enjoyable?” (Pine und Gilmore, 1999, S. 40)

“Engage the five senses. The sensory stimulants that accompany an experience should support and enhance its theme. The more effectively an experience engages the senses, the more memorable it will be.” (Pine und Gilmore, 1999, S. 59)

Scheurer (2003) bzw. Müller und Scheurer (2004) haben sieben Ansatzpunkte für die Inszenierung für Erlebnisse im Tourismus formuliert, die alle einen wichtigen Teil im Zuge der gebündelten Maßnahmen zur Erlebnisinszenierung darstellen. Demnach können Inszenierungsmaßnahmen unter Einbezug der folgenden Elemente entwickelt werden (Abb. 2-7):

- | | |
|----|------------------------------|
| 1) | Thema |
| 2) | Inszenierungskonzept |
| 3) | Attraktionen und Aktivitäten |
| 4) | Szenerie |
| 5) | Besucherlenkung |
| 6) | Wohlfühlmanagement |
| 7) | Besucher/Gäste |

Abbildung 2-7: Elemente der Erlebnisinszenierung; nach Müller und Scheurer 2004, S.8, mod.

Die Beziehungen dieser Instrumente stellen Müller und Scheurer in ihrem Modell einer Pyramide dar (vgl. Abb. 2-8). Dabei basiert das unter einem Oberthema entwickelte Inszenierungskonzept auf einer Abstimmung der Komponenten: Besucher/Gäste, Besucherlenkung, Attraktionen/Aktivitäten und Szenerie und Wohlfühlmanagement.

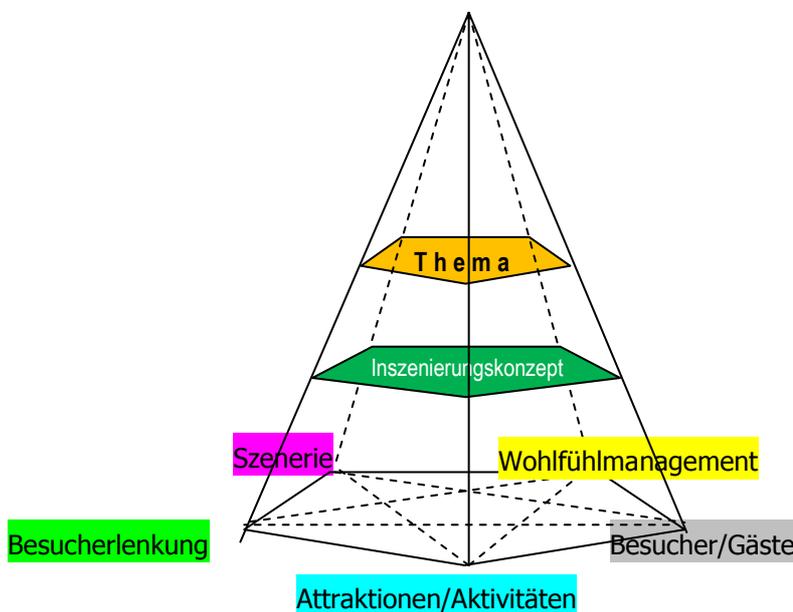


Abbildung 2-8: Beziehung der Inszenierungselemente; nach Müller und Scheurer, 2004, S.9

Fichtner (1997) betont die Wichtigkeit der inhaltlich stimmigen Einbettung in die jeweilige Aktivität bzw. in den Aktivitätsraum für erfolgreich durchzuführende Inszenierungen:

„Inhalt und Art einer Inszenierung müssen folglich für den Gast einen erkennbaren Bezug zu seinem Aufenthalt besitzen, sie müssen in den thematischen Rahmen einer Freizeitaktivität passen, glaubhaft und akzeptabel sein. Inszenierung, die nur der Vermittlung einer Werbebotschaft dient, wirkt eher abschreckend und nachteilig.“ (Fichtner 1997, 91f.)

Trotz der in der Literatur genannten Zweifel an der Zielerreichung, also dem tatsächlichen Herstellen von genau vorhersagbaren Erlebnissen existieren inzwischen diverse Ansätze, genau diesem Ziel mit Hilfe von Erlebnisdesign und Inszenierungsmaßnahmen ein Stück weit näher zu kommen.

2.3.4 Erlebnis-Setting und Atmosphäre

Wie im vorherigen Abschnitt erläutert ist die Erlebnisinszenierung ein auf mehreren Ebenen gleichzeitig ansetzendes Instrument. Erlebnisinszenierungen lassen sich analytisch also als System von harten (also räumlich, infrastrukturellen) und sich teilweise daraus ergebenden weichen (atmosphärischen, stimmungstimulierenden) Maßnahmen erfassen. Aufbauend auf diesen Erkenntnissen lässt sich eine systematische Nutzung der Erlebnisinszenierung zur Schaffung einer erlebnisreichen Atmosphäre entwickeln. Das Vorhandensein von notwendigen Faktoren für die erfolgreiche Inszenierung von Erlebnissen lässt sich als sogenanntes *Erlebnis-Setting* (vgl. Scheurer, 2003) beschreiben.

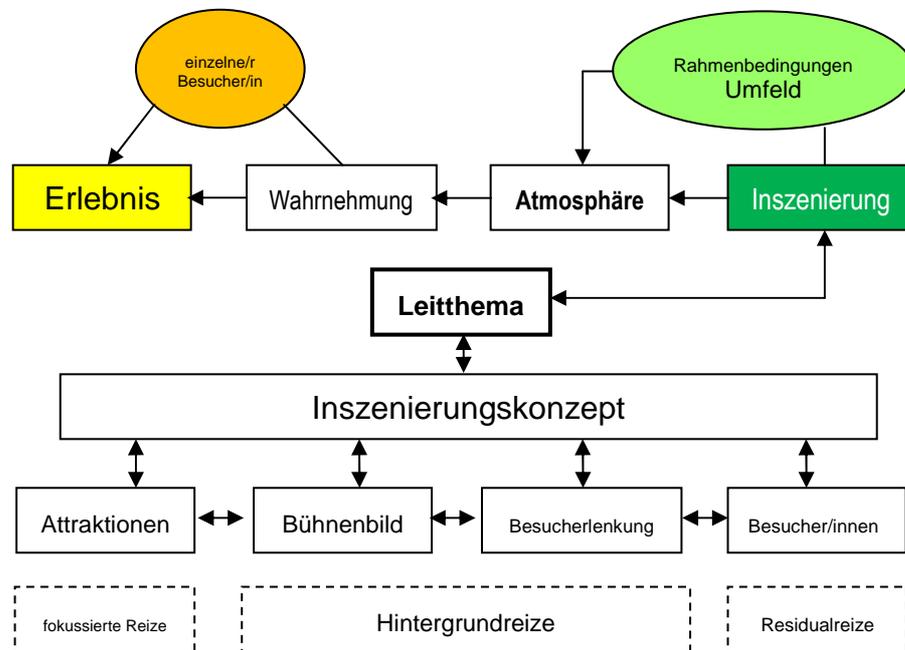


Abbildung 2-9: Das Erlebnis-Setting; nach Scheurer, 2003, S. 139, mod.

In diesem von Scheurer entwickelten Konzept (vgl. Scheurer, 2003; Abb. 2-9) wird veranschaulicht, dass der Einfluss von möglicher Inszenierung nicht auf das Erlebnis direkt, sondern nur indirekt über die Schaffung und Ausgestaltung bzw. Verstärkung einer günstigen Atmosphäre möglich ist. Die einzelnen Inszenierungselemente stellen dabei Atmosphäreträger dar:

„Ziel der Inszenierung ist es deshalb, in einem bestimmten Raum eine Atmosphäre zu schaffen, welche dem Besucher in Interaktion mit den Inszenierungselementen positive Erlebnisse ermöglicht. Dabei müssen das Umfeld [...] ¹⁶und die Rahmenbedingungen [...] ¹⁷ entsprechend berücksichtigt werden.“ (Scheurer, 2003, S. 141-142)

Kein Erlebnis findet ohne eine ganz spezielle während des Erlebens vorhandene Atmosphäre statt. Bahrmann (1997) stellt dar, dass nicht nur die Art, sondern auch die Intensität eines Erlebnisses von einer entsprechend für das erlebende Subjekt passenden Atmosphäre abhängig ist. Dies macht die Bedeutung der im Verlauf des Erlebens vorherrschenden Emotionen deutlich, wie es auch Schober (1993b) betont, der die Atmosphäre (im Zusammenhang mit einer Urlaubsszenarie) beschreibt als „die emotionale Wirkung einer (räumlich definierten) Situation.“ (Schober, 1993b, S. 119) Weiterhin wird eine Atmosphäre nach Schober durch die Atmosphäreträger bestimmt, also die einzelnen Wirkfaktoren des Atmosphärefeldes. Dies betrifft also vor allem die Art und die Ausdifferenzierung der Reize (z.B. Farben, Spannungsreize, Formen, Kontraste, akustische Reize, kinästhetische und haptische Reize, olfaktorische Reize). Eine Störung der Atmosphäre ist vor allem durch zu starke Dominanz bzw. Intensität eines Reizes zu erwarten (z.B. Lärm, Gestank) (vgl. Schober, 1993b).

2.3.5 Erlebnisinszenierungen im Tourismus - Erlebniswelten

„Tourismus ist eine Art Schauspiel. Tourismus war schon immer inszeniert. Wir haben Bergbahnen und Restaurants gebaut, um das Bergerlebnis ganz anders zu erfahren. Wir haben den Winter zum Skifahren inszeniert. Wir legen Wanderwege an, wir beschildern sie, wir stellen Ruhebänke auf; das ist alles Teil der Inszenierung.“ (Müller in Berger, 2006, S. 8)

In den vorherigen Abschnitten wurden die Aufgaben und Funktionsweisen von Erlebnisinszenierungen dargestellt, wobei bereits Beispiele auf die im Tourismus verbreitete Anwendung gegeben wurden. Um die tiefe Verwurzelung von Inszenierungsmaßnahmen in weiteren Teilbereichen des Tourismus hervorzuheben, sollen nun weitere praxisnahe Anwendungsformen von Inszenierungsmaßnahmen in so genannten Erlebniswelten erläutert werden.

Bevor die Erlebnisinszenierung seit etwa der Wende zum 21. Jahrhundert auch für herkömmliche Tourismusprodukte und in bestimmten Destinationen verstärkt zum Einsatz kam, konstituierte sich die bewusste Inszenierung von Erlebnissen vor allem

¹⁶ [Verweis auf natürliche, nicht beeinflussbare Gegebenheiten, z.B. Klima]

¹⁷ [Verweis auf alle Faktoren, die die Inszenierungsmöglichkeiten direkt beeinflussen: finanzielle, personelle Kapazitäten, technischen Möglichkeiten, gesetzliche Bestimmungen usw.]

in künstlich geschaffenen Anlagen in Themen- und Freizeitparks (z.B. *Disneyworld*). In solchen Erlebnis bzw. „Erfahrungsräumen“ werden Freizeiterlebnisse auf die unterschiedlichsten Art und Weisen inszeniert (vgl. Freericks und Brinkmann, 2006). Wöhler (2005) verweist auf die Funktion von Inszenierungen in Erlebniswelten, die (Urlaubs-)Erlebnisse unabhängig von der natürlichen Umgebung möglich machen:

„[...] bühnergerecht setzt man für den Touristen irgendwo Urlaubslandschaften in Szene, oder man sucht sich Raumverfasstheiten, mit deren Hilfe ein feststehendes Erlebnis-Stück vorgeführt werden kann. [...] Um den kommunizierten Erlebnisformeln vor Ort gerecht zu werden, muss der Raum so verlässlich zu- und hergerichtet werden, dass der Tourist beispielsweise tatsächlich Abenteuer, Unterhaltung, Fun, Einheimische, Naturbelassenheit, Stadtkultur etc. erfahren kann.“ (Wöhler, 2005, S.22)

In solchen Erlebniswelten ist das Erleben laut Wöhler nicht (mehr) ortsgebunden, sondern es äußert sich vor allem als „Erleben einer guten Zeit“ (Wöhler, 2005, S.22). Die Ereignisse werden hier zu einer „Garantie für Erleben“ und können dabei nahezu überall stattfinden (vgl. ebd.).

Durch die Entwertung des ortsgebundenen Tourismus kommt es zu einer Aufwertung des Zeiterlebens. Es spielt somit keine Rolle, ob Abenteuer in „echter“ abenteuerlicher Umgebung (z.B. im Dschungel) stattfinden, diese könnten auch in Erlebniswelten entstehen. Dieser Argumentationskette folgend wäre es für die Entstehung des Erlebnisses „Entspannung“ sekundär ob diese bei einem Tag am Strand oder einem Tag im Sauna-Wellness-Paradies erlebt wird.

Dennoch wird durch die Inszenierung (Herrichtung) von Räumen das Erlebnis selbst (rückbetrachtend) vom Touristen an diesen Ort gebunden, verortet. Das bedeutet, dass zwar der Erlebensprozess vom Raum unabhängig ist, dennoch das Erlebnis an Ereignisse geknüpft wird, die an diesem Ort entstanden sind.¹⁸ Orte werden durch den Prozess des Erlebens und die Formulierung von Erlebnissen erschlossen und strukturiert.

„Man bewegt sich demnach von der strukturierten Zuhause-Alltagswelt mit der Erwartung weg, um andernorts etwas zu erleben, und dies bedeutet, sich in unstrukturierte Situationen zu begeben, in denen man aufgrund seiner sinnlichen und kinästhetischen Wahrnehmung dem Erfahrenen bzw. Erlebten eine Bedeutung verleiht und auf diese Weise den Aufenthaltsort strukturiert.“ (Wöhler, 2005, S. 22-23; vgl. Currie, 1997)

Somit schafft sich die Touristin oder der Tourist eine eigene – alltagsfremde - Erlebniswelt. Diese ist u. a. auch von der Abwesenheit von Arbeit geprägt, was zur Folge hat, dass hier Erwachsene „wie Kinder“ einfach tun und lassen können, wonach ihnen zumute ist. (vgl. Wöhler, 2005). Dies wird besonders sichtbar im Bereich der Outdooraktivitäten, wie der nächste Abschnitt zeigt:

¹⁸ Damit verbunden sind in Erzählungen von Touristen formulierte Erlebnisgarantien: „wenn du dort hin gehst wirst du etwas (oder dies und das) erleben“ – vgl. Wöhler, 2005, S. 22

2.4 Infrastrukturgebundene Outdooraktivitäten

Im weit aufgefächerten und sich stetig fortentwickelnden Feld von freizeitbasierten Sport- und Bewegungsaktivitäten im Freien, welche in der Folge mit dem Sammelbegriff Outdooraktivitäten bezeichnet werden sollen, ist es bis dato schwierig, eindeutige, allgemein gültige und einheitlich verstandene Begrifflichkeiten zu benutzen. Dies liegt nicht zuletzt daran, dass für Bewegungsaktivitäten im Freien bisher eine mit dem traditionellen Sport vergleichbare verästelte Vereins- und Verbandsstruktur nicht existiert. Wohl gibt es zahlreiche Interessengemeinschaften und Verbände, eine Zusammenführung unter einem Dachverband ist jedoch bis heute nicht geschehen, weil die Interessenlagen zu unterschiedlich und die Vorteile von disziplinspezifischer Entfaltung die Nachteile eines übergeordneten bürokratischen und trägen Dachverbandes überwiegen. Die Problematik einer großen, nicht eindeutig voneinander zu trennenden Begriffsvielfalt für Bewegung und Tätigkeiten im Freien wurde bereits von anderen Autoren hervorgehoben (vgl. Roth, Jakob und Krämer, 2004). Daher und vor allem um Missverständnissen vorzubeugen ist es erforderlich, für diese Arbeit „infrastrukturgebundene Outdooraktivitäten“ und das dazu zählende Wandern begrifflich einzuordnen.

2.4.1 Begriffliche Einordnung und Abgrenzung

Unter dem Überbegriff „Outdooraktivitäten“¹⁹ soll im Rahmen dieser Arbeit sowohl in der Freizeit und im Urlaub ausgeübte Bewegung in der Natur, als auch der dabei (z.B. vor und nach der aktiven Ausübung der Bewegung) unmittelbar begleitende Aufenthalt in der Natur bzw. Naturräumen verstanden werden. Grundsätzlich sind hierbei in Anlehnung an die Definition Liedtkes Bewegungsformen eingeschlossen, die „prinzipiell keine Anlagenbindung aufweisen“ (Liedtke, 2005, S. 12), allerdings stehen aufgrund der Ausrichtung der Fragestellung dieser Arbeit Aktivitäten im Mittelpunkt der Untersuchungen, die auf in den Naturräumen vorhandene Infrastruktur teilweise oder vollständig angewiesen sind, zumindest mit solcher in Berührung kommen, weshalb fortan von „infrastrukturgebundenen Outdooraktivitäten“ die Rede ist.

Es bestehen inhaltliche Überschneidungen zu den mit den Begriffen „Natursport“ (Roth, Jakob und Krämer, 2004), „Natursportarten“ (Seewald, Kronbichler und Größing, 1998) und „Outdoorsport“ (Beier, 2001) umschriebenen Sportarten und Aktivitäten, allerdings sind die Überschneidungen nicht groß genug, um den hier verwendeten Terminus „Outdooraktivitäten“ mit diesen Begriffen gleichzusetzen bzw. mit diesen synonym zu verwenden (vgl. Grützmaker, 2008).

¹⁹ outdoor (engl.): das Freiland, die Freiluft (Quelle: LEO-online Wörterbuch, 2009). Über diese wörtliche Übersetzung hinaus impliziert die Bedeutung durch die inzwischen weit verbreitete Nutzung des Terms „outdoor“ im Deutschen eine unmittelbare Verbindung zur Natur. Der Bedeutung ist hier insofern erweitert aufzufassen z.B. als *draußen in der Natur, in natürlicher, noch wenig anthropogen veränderter Umgebung*

Zudem besteht eine Überschneidung mit dem Begriff der „outdoor recreation (activities)“, in der Form, wie Knudson sie in Bezug auf die Aktivitätensvielfalt in Nordamerikanischen Naherholungsgebieten und Nationalparks definiert:

“outdoor recreation activities are defined [...] as virtually all those constructive leisure activities that occur in parks and other open space areas. They include everything from playground and playfield activities to wilderness trips and camping.”²⁰ (Knudson, 1984, S. 12)

Diese sehr weit gefasste Definition schließt ähnlich wie auch eine aktuellere vom australischen Bundesstaat Queensland veröffentlichte Beschreibung von outdoor recreation activities (vgl. Office of Urban Management, 2007) somit eine Vielzahl von Erholungsaktivitäten unter freiem Himmel ein, also auch z.B. spielerische (Gruppen-) Aktivitäten und Spiele, die zwar draußen stattfinden, aber in deren Focus dennoch nicht die Auseinandersetzung mit der Natur steht. So könnte beispielsweise ein im *state park* ausgetragene Partie Softball oder das Motorbootfahren zu outdoor recreation activities gezählt werden. Die vorgenannten Definitionen sind somit zu offen und umfassen ein zu großes Aktivitätenspektrum, in dem die einzige Gemeinsamkeit die Aktivitätsausübung im Freien ist. Eine Übernahme dieser Begriffserklärungen für diese Arbeit scheidet deshalb aus.

Trotz der ebenfalls vorhandenen begrifflichen Nähe zum Term „outdoor activities“, mit dem im Englischen vor allem die Nutzung solcher Aktivitäten im Freien im pädagogischen Kontext gemeint ist (vgl. Liedtke, 2005), sollen diese in dieser Arbeit ebenso wenig wie Aktivitäten der Erlebnispädagogik oder sogenannter Outdoor-Trainings betrachtet werden, weil in dieser Arbeit die Erlebnisse von individuell und als freiwillig in der Freizeit bzw. im Urlaub betriebenen Aktivitäten im Freien untersucht werden.

Für diese Arbeit sollen deshalb unter der Bezeichnung „infrastrukturgebundenen Outdooraktivitäten“ keine wettkampforientierten und auf Leistung(-ssteigerung) abzielende Sportarten und Disziplinen, sondern Bewegungsformen untersucht werden, bei denen die Fortbewegung durch die Natur im Mittelpunkt stehen. Die den Aktivitätsraum formende Infrastruktur (z.B. Wegepräparierung und –markierung) und die sie umgebende Natur bilden dabei für die weitgehend selbstbestimmte aber für den Naturraum verträgliche Entfaltung das notwendige Setting. Zu infrastrukturgebundenen Outdooraktivitäten werden im Rahmen dieser Arbeit also Betätigungen gezählt, die zwar körperliche Bewegung und Anstrengung beinhalten, für die ausübende Person aber nicht zwingend unmittelbar sportlichen Charakter aufweisen und gleichzeitig durch die speziell auf die Aktivitäten ausgerichtete Infrastruktur bestimmt werden. Vor allem zeichnen sich diese Aktivitäten aus durch eine „Brückenfunktion“ zur intensiven Kontaktaufnahme bzw. zum „Eintauchen“ in die Natur als natürliche Lebens-

²⁰ Knudson teilt die Aktivitäten wie folgt ein (vgl. Knudson, 1984): traveling activities (alle, die irgendwie mit Bewegung oder bewegt werden zu tun haben); social activities (Spiele, Camping, Picknick, Schwimmen); esthetic activities (Beobachten und festhalten in Bild, Wort usw.); high adventure (Survival, Bergsport, Canyoning, usw.); survival replay (Jagd, Angeln, Camping, Spiele)

welt von Menschen, Tieren und anderen Organismen mitsamt der in ihr vorherrschenden (z.B. klimatischen) Bedingungen.

Es ist diese Möglichkeit des „Eintauchens“, des intensiven Erlebens von Natur und Naturkräften, Zusammenhängen und des eigenen Wirkens bzw. der Wirkung der eigenen Handlungen, die im Aktivitätsraum der Outdooraktivitäten häufig eine optimale Atmosphäre (vgl. Kap. 2.3.4) für Erlebnisse schafft (vgl. Csikszentmihalyi, 1991). Von dieser Atmosphäre bzw. die in ihr entstehenden Erlebnisse gehen starke Anreize zur Ausübung von Bewegung und Sport im Freien aus (vgl. Beier, 2001). Nicht zuletzt wegen dieser Qualität ist die Ausübung von Outdooraktivitäten (oder einer ähnlichen Form von Bewegung im Freien, die auch z.B. unter Bezeichnungen wie „Erlebnissport“, „Risiko“- oder „Extremsport“, „Abenteuersport“ existiert – vgl. u.a. Allmer und Schulz, 1998) eine Möglichkeit, das Bedürfnis nach Erlebnissen (vgl. Kap. 2.3.1) zu befriedigen. Aktive sind vor allem von der Hoffnung auf neue, intensive Erlebnisse, die erst durch das Betreiben von Outdooraktivitäten entstehen angetrieben, diese Aktivitäten in ihrer Freizeit auszuüben (vgl. Allmer 1998; Semler, 1994).

2.4.2 Charakteristika

Die für diese Arbeit wichtigsten Charakteristika von infrastrukturegebundenen Outdooraktivitäten lassen sich wie folgt zusammenfassen:

Infrastrukturegebundene Outdooraktivitäten...

- werden während der Freizeit bzw. im Urlaub in der freien Natur ausgeübt,
- benötigen eine sie umrahmende Infrastruktur,
- beinhalten auf Erholung ausgerichtete, wettkampffreie Bewegung, Aufenthalt und nachhaltig verträgliche Interaktion mit der natürlichen Umgebung,
- ermöglichen den Ausübenden eine Fülle intensiver Erlebnisse der umgebenden Natur und Landschaft, der eigenen und anderer ebenfalls diese Aktivitäten ausübenden Personen, was jeweils in sich einen bedeutenden Anreiz für deren Ausübung darstellt.

Abbildung 2-10: Charakteristika von Outdooraktivitäten (eigene Darstellung)

2.4.3 Wandern

Das Wandern lässt sich zumindest in seiner touristisch organisierten Form zweifelsfrei zu den infrastrukturegebundenen Outdooraktivitäten zählen, auch wenn diese Urform der menschlichen (Fort-)Bewegung im Freien eine viel längere Tradition als der Sammelbegriff Outdooraktivitäten aufweist und somit einen Prototyp der unter diesem Begriff zusammengefassten Bewegungsformen darstellt.

Wandern ist eine erweiterte Form des Gehens, bei dem im Unterschied zum Laufen während der Bewegung keine Flugphasen des Körpers existieren, so dass zu jedem Zeitpunkt während der Bewegung mindestens ein Fuß den Boden berührt.

„Wandern ist Gehen in der Landschaft. Dabei handelt es sich um eine Freizeitaktivität mit unterschiedlich starker körperlicher Anforderung, die sowohl das mentale wie physische Wohlbefinden fördert. Charakteristisch für eine Wanderung sind:

- eine Dauer von mehr als einer Stunde
- eine entsprechende Planung,
- Nutzung spezifischer Infrastruktur sowie
- eine angepasste Ausrüstung“ (Dicks und Neumeyer, 2010, S.23)

Alle oben genannten Charakteristika der infrastrukture gebundenen Outdooraktivitäten treffen zudem im Besonderen auf das Wandern zu. Weitere Merkmale sind Motive wie z.B. Naturerleben, Entspannung und Stressausgleich, die Fortbewegung in bevorzugt naturbelassener, sowohl ortsnaher, als auch ortsferner Umgebung sowie ausdauernd und häufig in zügigem Tempo ausgeübte Bewegungsmuster.

Wandern ist dabei mehr als das bloße „Überwinden einer Wegstrecke von einem Punkt zum anderen“ (Leder, 2002, S. 146). Die Bewegung erfüllt einen Selbstzweck, durch sie und durch den Kontakt zu Natur (vgl. Brämer, 1998a) können Erlebnisse entstehen, die die Grundlage für häufig vorherrschende Motivationsfaktoren zum Wandern bilden.

„Wandern ist vor allem unbeschwertes Leben – eine Kompensation des technisierten Alltags. Wandern ist aber auch eine Naturerlebnis, Entspannung und die Entfaltung der Sinne.“ (Kappest, 2003, S.9)

Gerade die Vielfalt der Erlebnisse, die das Wandern mit sich bringt und das Versprechen von raren, unvorhergesehenen und unvorhersehbaren Momenten (vgl. Grober, 2008), macht seine zunehmende Attraktivität aus. Die Bewegung beim Wandern ist nicht in erster Linie zielgerichtet auf das Erreichen eines topographischen Punktes angelegt, sondern auf den Augenblick, an dem „die Pforten der Wahrnehmung sich weit öffnen und man ‚eins wird mit dem Bild seiner Sehnsucht‘“ (Noteboom nach Grober, 2008, S. 9). Insofern ist die Erlebnisfülle von Outdooraktivitäten allgemein insbesondere beim Wandern präsent.

Wandern bedarf keiner besonderen Vorkenntnisse, spezieller Ausrüstung oder umfangreicher Vorbereitungs- oder Trainingsmaßnahmen²¹. Einstiegshürden, um in der Freizeit Wandern zu gehen, sind dementsprechend kaum vorhanden:

„Die physischen Voraussetzungen, die die Beteiligten mitbringen müssen, sind vergleichsweise niedrig. Wandern oder Trekking erfordern weniger Kraft, sondern Ausdauer und Geschicklichkeit. Nach dem Grundsatz ‚Jeder mit seiner Geschwindigkeit‘ ist dieser Natursport keiner spezifischen Altersgruppe auf den Leib geschrieben.“ (Heckmair und Michl, 2008, S. 197)

²¹ für eine ausführliche Zusammenfassung der Charakteristika des Wanderns vgl. Dreyer, Menzel und Endreß (2010, S. 27ff.)

Vielbeachtet sind inzwischen auch die positiven Gesundheitseffekte des Wanderns, das in nahezu jedem Alter durchgeführt werden kann: Die Mischung aus zusammen mit anderen durchgeführter ausdauernder Bewegung und einer Fülle von Sinneseindrücken und Erlebnissen fern des Alltags sind sowohl dem physischen, psychischen und sozialen Wohlbefinden zuträglich (vgl. z.B. Gerlach, 2008).

Wandern zählt heute zu den beliebtesten Sportarten der Deutschen und ist die beliebteste Urlaubs- und Freizeitaktivität der europäischen Bevölkerung (vgl. Dreyer, Menzel und Endreß, 2010). In Deutschland entwickelte sich innerhalb der letzten zwei Jahrzehnte eine Renaissance des Wanderns: Was noch in den 1980er Jahren eher als Aktivität der älteren Generation galt, wurde inzwischen von immer jüngeren Menschen als Freizeit- und Urlaubsaktivität (wieder-) entdeckt und ist mittlerweile die wichtigste Aktivität für den Tourismus in Deutschland (vgl. Brämer 1998b, 2001, 2009).

„Wandern in der Natur stellt sich heute mehr denn je als Gegenwelt zur stresserfüllten Alltagswelt dar. In diesem Aspekt liegt ein besonderer Reiz für die touristische Vermarktung, denn im Zuge der Diskussion um die ‚neue Langsamkeit‘[...] wird das wachsende Bedürfnis der Menschen nach Möglichkeiten zum ‚Abschalten‘ deutlich. Unter diesem Aspekt kann Wandern als ‚Anti-Stress-Programm‘ thematisiert und damit für ein großes Nachfrageklientel interessant werden.“ (Leder, 2002, S. 150f.)

Mit einer „Qualitätsoffensive Wandern“ (Brämer, 2008b, S.1) wurden, begleitet von zahlreichen, für das Wandern repräsentativen Studien (vgl. Brämer, 2008b) viele Wanderinfrastrukturprojekte umgesetzt, Wanderwege nach einheitlichen Qualitätsstandards zertifiziert und eine große Anzahl neuer Fern-, Rund- und Tageswanderwege geschaffen. Zu den ersten großen Projekten des „Neuen Wanderns auf neuen Wegen“ (Leder, 2002, S. 148) zählte die Entwicklung des Rothaarsteigs (vgl. Kap. 3.4).

2.5 Ableitungen für die empirische Untersuchung

Die in den vorangegangenen Abschnitten herausgearbeiteten Merkmale und Entstehungsvorgänge von Erlebnissen, Erlebnisinszenierung und infrastrukturegebundenen Outdooraktivitäten bilden die Grundlage, um geeignete Instrumente zur weiteren Erforschung dieser Phänomene zu finden. Um die Verwendung geeigneter Methoden im Zuge der empirischen Untersuchung sicher zu stellen, erfolgen in diesem Abschnitt Ableitungen aus den bisherigen Ergebnissen der Literaturexploration.

2.5.1 Zur Erforschung von Erlebnissen

Bei der Erforschung von Erlebnissen müssen die oben dargestellten Prozesse der Erlebnisgenese auf der einen Seite und die besonderen Merkmalen von Erlebnissen auf der anderen Seite beachtet werden.

Wie gezeigt wurde, sind Erlebnisse in höchstem Maße abhängig vom erlebenden Subjekt, dessen Erlebnishorizont /Erlebnissozialisation (d.h. vorangegangenen Erlebnissen) und dessen Reflexionsleistung (bzw. *Erlebnisarbeit*). Ein Instrument, das individuelle Erlebnisse valide erfassen und dokumentieren soll, muss deshalb dieser Subjektivität Rechnung tragen und auf individuelle Umstände des erlebenden Subjekts in der Erlebnissituation flexibel anzupassen sein. Da sich Erlebnisse in der rückschauenden Betrachtung des Erlebten durch das erlebende Subjekt konstituieren, muss ein Erhebungsinstrument einerseits Raum und Zeit für diesen Reflexionsprozess bieten – diesen wenn möglich sogar unterstützen - , andererseits aber auch so zeit- und situationsnah angewendet werden können, dass die jeweilig zu erfassenden Erlebnisse nicht bereits verblassen oder von anderen zu stark überlagert werden. So sind beispielsweise Urlaubserlebnisse nach Ende des Urlaubs zunächst sehr stark präsent und werden durch das Berichten darüber an Daheimgebliebene verstärkt und im erlebenden Subjekt verfestigt. Bei Erlebnissen, die im Zuge der aktiven Teilnahme an Outdooraktivitäten entstehen, ist ein ähnlicher Effekt zu erwarten, indem auch diese zunächst vordergründig im Bewusstsein der Erlebenden sind und somit leicht kommuniziert und erfasst werden können. Wird das Erlebte allerdings durch fortschreitendes Erleben überlagert, schwindet damit auch ein Teil der Erlebnisse, so dass ein Erlebnisbericht lückenhaft wird bzw. sich inhaltlich zugunsten der neueren, präsenteren Erlebnisse verlagert. Allerdings können Erlebnisse aufgrund ihrer Einprägsamkeit und subjektiven Bedeutung auch noch nach längerer Zeit und durch den gewonnenen Abstand und unwillkürlich ablaufende wiederholte Reflexionsprozesse in gleicher oder sogar verstärkter Deutlichkeit zum Ausdruck gebracht werden. Anstoß hierfür können innere Verarbeitungsprozesse, aber auch Schlüsselreize in Form von äußeren Anknüpfungspunkten an Erlebtes (z.B. durch erneutes Erleben derselben oder einer ähnlichen Situation oder eines Ortes) sein. Im Falle von Urlaubserlebnissen kann die zeitlich viel später liegende Betrachtung der Urlaubsfotos dazu führen, dass Erlebnisse wieder lebendig oder sogar erst bewusst werden. Dementsprechend muss bei der Erfassung von Erlebnissen bei Outdooraktivitäten eine Möglichkeit bestehen, entsprechende Schlüsselreize zu setzen und so die Formulierung von Erlebnissen durch die erlebende Person hervorzurufen.

Schließlich muss ein passendes Erhebungsinstrument neben den Erlebnisinhalten möglichst auch die emotional-affektiven Reaktionen des Erlebnis-Subjekts erfassen können. Die von der Erlebnisintensität und dessen Inhalt hervorgerufene Stimmung hat bedeutende Auswirkungen auf die Bewertung des Erlebnisses und hat durch einen dadurch veränderten Erlebnishorizont letztendlich Einfluss auf zukünftige Erlebnisse.

2.5.2 Zur Evaluation von Erlebnisinszenierung

Erlebnisinszenierung ist, wie oben dargestellt, geprägt von einer Abstimmung der in einem thematisch umrahmten Inszenierungskonzept zusammengeführten Bestandteile Besucher, Besucherlenkung, Attraktionen/Aktivitäten und Szenerie. Durch die Schaffung einer passenden Atmosphäre und die gebündelten positiven Wirkungen

der genannten Bestandteile soll den Gästen zu positiven Erlebnissen verholfen werden. Die beste Kontrolle von allen genannten Faktoren kann innerhalb künstlich geschaffener Räume, wie Erlebniszentren, Freizeitparks und sog. Erlebniswelten ausgeübt werden.

Um die Ziele und den Erfolg von Erlebnisinszenierungsmaßnahmen auswerten zu können, muss das übergeordnete Inszenierungskonzept und die Konzepte der Maßnahmen für die genannten Bereiche systemisch erfasst und analysiert werden, was z.B. durch eine Inhaltsanalyse schriftlich festgehaltener Konzepte geschehen kann.

Sind solche Konzept nicht vorhanden oder nicht einsehbar, muss über den Umweg der Identifizierung und Auswertung von Indizien für erfolgte Inszenierung z.B. in Werbebroschüren und Reiseführern eine Rekonstruktion des Inszenierungskonzeptes erfolgen. Reichen diese Informationen nicht aus, ist darüber hinaus eine Abfrage von lediglich mündlich zugänglichen Informationen zu Inhalten und Zielen eines Erlebniskonzeptes, z.B. in Form von Experteninterviews denkbar.

2.5.3 Zur Feldforschung bei Outdooraktivitäten

Bei der Erforschung von Erlebnissen, die während der aktiven Ausübung einer Outdooraktivität wie dem Wandern entstehen, muss darauf Rücksicht genommen werden, die Aktivität durch die Datenaufnahme so wenig wie möglich einzuschränken oder zu verändern. Dennoch muss die Datenaufnahme vor Ort und während der Aktivität geschehen um möglichst genaue Daten zu erhalten und die Validität zu erhöhen.

Die Aktiven betreiben das Wandern freiwillig und im Urlaub oder ihrer Freizeit, so dass aufwendige und langwierig zu erlernende Verfahren ausgeschlossen sind. Ebenso ungünstig und vergleichsweise aufwendig sind Methoden, bei der die dauerhafte Anwesenheit des Forschers oder der Forscherin bzw. die Begleitung der Untersuchungspersonen vonnöten ist, weil hierdurch die originäre Atmosphäre während des Wanderns gestört wird.

Da diese Aktivitäten wie oben gezeigt im Freien und zumindest zeitweise fernab geregelter Infrastruktur ausgeübt werden und einen wichtigen Teil ihrer Anreize durch die damit verbundene Freiheit und den Abstand vom Alltag geprägt sind, müssen in der Feldforschung eingesetzte Erhebungsmethoden auf diese Besonderheiten ausgerichtet und flexibel einzusetzen sein.

3 Methode

3.1 Vorstudien

Im Zuge der Problemstellung und der erweiterten Literaturexploration zur Begriffsbestimmung und den Charakteristika von Erlebnissen wurde die Notwendigkeit formuliert, geeignete Methoden zur Erfassung und objektiven Darstellung von Erlebnissen zu suchen (vgl. Kap. 1.2). Dazu wurden als Vorstudien vom Autor dieser Arbeit zunächst acht Diplomarbeiten zum Erlebnispotential verschiedener Outdooraktivitäten im Zeitraum Juli 2007 – März 2008 ausgeschrieben und betreut.

An dieser Stelle sollen zunächst die in diesen Diplomarbeiten angewandten Methoden zur Erfassung von Erlebnissen bei Outdooraktivitäten wiedergegeben und der Prozess der Beurteilung der Eignung für die Anwendung im empirischen Teil dieser Arbeit nachgezeichnet werden.

Halboffene Fragebögen

In sechs nahezu zeitgleich bearbeiteten Diplomarbeiten, die sich im Einzelnen mit dem Erlebnispotential des Kletterns (Wolff, 2007), Mountainbikings (Hober, 2008), Wellenreitens (Grützmaker, 2008), Wildwasserraftings (Rahms, 2008), Kanuwanderns (Ohmann, 2008) und von Bewegungsaktivitäten im Kölner Stadtwald (Jogging, Nordic Walking, Spaziergehen) (van den Ecker, 2008) beschäftigten, kamen halboffene Fragebögen mit 36 Items zur Anwendung. Diese orientierten sich teilweise an bekannten Erlebniskategorien von Outdooraktivitäten (vgl. u.a. Beier, 2001 und Liedtke, 2005) und wurden nach den Kriterien der Entwicklung von Fragebögen (vgl. u.a. Mummendey, 2003; Mayer, 2006) und unter Verwendung von Prä-Interviews entworfen.

Begleitet wurde dieser Prozess von der Beratung der (ausschließlich männlichen) Diplomanden untereinander, durch Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Psychologischen Instituts der Deutschen Sporthochschule Köln und durch den Autor dieser Arbeit als Betreuer. Abgesehen von einigen speziell auf die jeweilige Bewegungsaktivität abgestimmten Fragen waren die Fragebögen weitestgehend identisch strukturiert (z.B. gleiche Item-Anzahl der geschlossenen Fragen, 6fach-Skalierung der Antwortmöglichkeiten, randomisierte Anordnung der Fragen). Vor der Anwendung in der jeweils untersuchten Aktivität wurden die dann auf die Aktivität spezialisierten Fragebögen einem Prä-Test unterzogen, dabei bereits Ausübenden der jeweils zu untersuchenden Aktivität vorgelegt und nach deren Auswertung erneut überarbeitet. Während der Auswertung wurden die Antworten der geschlossenen Fragen größtenteils mittels deskriptiver Statistik analysiert, die der offenen Fragen flossen als Ergänzung und Bestätigung der sich abbildenden Tendenzen mit in die Ergebnisse und Diskussion der jeweiligen Arbeiten ein.

Auf diese Weise wurden in den genannten Aktivitäten durchschnittlich 90 (min. 47; max. 141) und insgesamt 544 Datensätze von befragten aktiven Personen ausgewertet.²²

Während der Auswertung der Untersuchungsreihe mit halboffenen Fragebögen zum Erlebnispotential wurde bald deutlich, dass die in den Fragebögen verwendeten Fragen zur Erfassung des Spektrums von Erlebnissen der Ausübenden von Outdooraktivitäten nicht ausreichend waren (vgl. hierzu die Diskussionsabschnitte einiger der genannten Arbeiten).

Mit Hilfe der von diesen Diplomanden gewählten Methodik konnten zwar Erlebnisse bestätigt werden, wie sie z.B. in Liedtkes Modell der Erlebnisdimensionen bei Outdooraktivitäten zusammengefasst sind (vgl. Wolff, 2007; Liedtke, 2005), Erlebnismuster bei unterschiedlichen Könnensstufen abgebildet werden (vgl. Wolff, 2007) oder eine Rangordnung der Plausibilität und Wichtigkeit einzelner durch die Vorabkategorisierung festgelegter Erlebnisse erstellt werden, die für die jeweilig untersuchte Gruppe von aktiven Personen gültig ist (vgl. Grützmaker, 2008). Die Methodik war überwiegend quantitativ und ließ aufgrund der Orientierung an bestehenden Erlebnis-Modellen und des geringen Anteils offener Fragen zu wenig Raum für eigens von den Ausübenden formulierte Erlebnisinhalte. Sie wies in Bezug auf die zur Feststellung eines breiten Erlebnisspektrums notwendige Ergebnisoffenheit somit entscheidende Schwächen auf.

Lediglich die Reihenfolge von geschlossenen und offenen Fragen innerhalb des Fragebogens wurde im Laufe dieser ersten Vorstudien verändert. Zum Ende dieser Untersuchungsreihe wurden die offenen Fragen durch van den Ecker (2008) am Anfang des Fragebogens und damit an anderer Stelle der Befragung als bei den anderen genannten Diplomarbeiten eingesetzt, was eine weniger von den Items beeinflusste Beantwortung erwarten ließ (vgl. van den Ecker, 2008).

Durch das Erkennen dieser methodischen Schwächen wurde die Anwendung dieses Ansatzes zur Erforschung von Erlebnissen, die während der Ausübung einer Outdooraktivität entstehen (und nicht die Abfrage der Intensität und Häufigkeit von Erlebnissen, die aus der Theorie entnommen und lediglich auf die jeweilige Sportart angepasst wurden) für den weiteren Forschungsverlauf verworfen.

Die während der Betreuung der Diplomarbeiten zeitgleich voranschreitende Literaturexploration des Autors dieser Arbeit erbrachte zudem weitere wichtige Hinweise auf die Individualität bzw. Subjektivität von Erlebnissen und die damit zusammenhängenden Schwierigkeiten, Erlebnisse mittels geschlossener Fragen hinreichend zu erfassen. Deshalb wurden zwei weitere Diplomarbeiten zum Erlebnispotential von Outdooraktivitäten ausgeschrieben, bei denen im Unterschied zu den oben genannten Arbeiten allerdings ausschließlich qualitative Erhebungs- und Auswertungsmethoden zur Anwendung kommen sollten.

²² Zu Details der Methodik und der Ergebnisse vgl. Wolff, 2007; Hober, 2008; Rahms, 2008; Grützmaker, 2008; Ohmann, 2008; van den Ecker, 2008.

Problemzentrierte Interviews

Mit dem Ziel, ein möglichst breites Spektrum von Erlebnissen zu erhalten, die bei den Ausübenden während unterschiedlicher Formen des Skibergsteigens entstehen, wählte Gies (2008) einen qualitativen Forschungsansatz. Im Bestreben, Ergebnisoffenheit einzuhalten, setzte er anstatt eines standardisierten Fragebogens leitfadengestützte problemzentrierte Interviews als Untersuchungsinstrument ein und befragte auf diese Weise zehn Skibergsteigerinnen und -bergsteiger (vgl. Gies, 2008). Unter Verwendung der zusammenfassenden qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (2007) und mit Hilfe der softwarebasierten Qualitativen Daten Analyse (QDA – vgl. Flick, 2007) entwickelte Gies acht Erlebniskategorien.

Die im Interviewleitfaden formulierten Themenschwerpunkte waren auf der Basis von bestehenden Kategoriensystemen zu Erlebnissen bei Outdooraktivitäten (vgl. u.a. Liedtke, 2005; Brackhane & Würz, 1984) entwickelt worden. Alle Interviews wurden im unmittelbaren örtlichen und zeitlichen Zusammenhang mit aktiver Teilnahme an alpinen Skitouren im März und April 2008 in der Schweiz durchgeführt.

Gies verfolgte in dieser Arbeit zwar einen qualitativen Forschungsansatz, allerdings zeigte sich, dass trotz der Bemühungen um Ergebnisoffenheit, der Interviewleitfaden sich an bestehenden Kategoriensystemen von Erlebnissen orientierte und somit die Ergebnisse indirekt von literarischem Vorwissen beeinflusst waren. Das Verfahren erforderte zudem eine sehr enge Begleitung der Befragten während der Feldphase, damit die Erlebnisse möglichst nicht von anderen verdrängt wurden. Eine Triangulation mit anderen Methoden der Datenerhebung zur Vertiefung der Erlebnisinhalte erfolgte zudem in diesem Fall nicht.

Visitor Employed Photography (VEP) und Photo-Elicitation

In einer weiteren vom Autor betreuten Diplomarbeit wurden von Schulte-Ontrop (2008) im Sinne einer Methodentriangulation mehrere sich ergänzende Erhebungsinstrumente verwendet. Um dem Prozess der Entstehung von Erlebnissen²³ bei der Erlebnis erfassung Rechnung zu tragen und gleichzeitig alltagsnahe Methoden der Erlebnisbeschreibung zu nutzen, wurde die Visitor Employed Photography (VEP) (vgl. z.B. Cherem und Driver, 1983; Taylor, Czarnowski, Sexton, und Flick, 1995) in Verbindung mit dem Verfahren der sogenannten Photo Elicitation (vgl. u.a. Loeffler, 2004; Hurworth, 2003) eingesetzt. Ziel der Arbeit war die Analyse des Erlebnis potentials von winterlichen Friluftsliv-Aktivitäten während einer Lehrgangsexkursion nach Norwegen. Mit Hilfe von digitalen Fotoaufnahmen von den Erlebnissen bzw. von erlebnisreichen Situationen, die von den vier Probandinnen und elf Probanden selbstständig während einer viertägigen Skiwanderung gemacht wurden, erfolgte individuell die tägliche Auswahl der wichtigsten Erlebnisse durch Betrachtung der Aufnahmen des Tages auf dem Bildschirm der Fotokamera und durch den Einsatz der Photo-Elicitation-Methode die Verschriftlichung der damit assoziierten Erlebnisse in individuellen Fototagebüchern. Zusammenfassend sollten die

²³ Erlebnisse manifestieren sich erst durch die individuelle Rückbesinnung der oder des Erlebenden auf erlebte Situationen können erst so von diesen als Erlebnisse benannt werden (vgl. Kap.2.1)

Probandinnen und Probanden unmittelbar nach Beendigung der Skiwanderung anhand ihrer Auswahl und der Tagebuchaufzeichnungen zwei Fotos benennen, die die intensivsten Erlebnisse der kompletten Skiwanderung darstellten. Zusätzliche Daten wurden durch ein Gruppeninterview unmittelbar nach Tourende gewonnen, bei dem die so ausgewählten Fotos der Tour einen Erzählanlass für alle Studienteilnehmerinnen und -teilnehmer bildeten. Zudem flossen in die Ergebnisse eigene Beobachtungen von Schulte-Ontrop ein.

Durch qualitative Inhaltsanalyse der erzeugten Daten in Anlehnung an Mayring (2000) mit Hilfe der Software MaxQDA erhielt Schulte-Ontrop eine Übersicht über ein weites Spektrum der Erlebnisse von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern. Durch inhaltliche Zuordnung und durch anschließende zusammenfassende Benennung identifizierte er übergeordnete Erlebnis-Kategorien.

Die in dieser Diplomarbeit angewandte Methodik wurde im Wesentlichen durch den Autor der vorliegenden Arbeit vorgegeben und nutzte im Sinne einer Pilotstudie die zu diesem Zeitpunkt des Forschungsprozesses bereits für die empirische Untersuchung dieser Arbeit angestrebte Verwendung eines qualitativen Methodensets, das eine fotobasierten Erforschung individueller Erlebnisse beinhaltete.

3.2 Wesentliche Bestandteile der Methode

3.2.1 Qualitativer Forschungsansatz

Ausgehend vom ursprünglichen Arbeitstitel dieses Dissertationsvorhabens, „Möglichkeiten und Grenzen von Erlebnisinszenierung im Bereich der Outdooraktivitäten“ zu diskutieren, war der Forschungsprozess von Beginn an geprägt von induktivem Vorgehen und Ergebnisoffenheit.

Im Zuge der durchgeführten Vorstudien wurde die Verwendung quantitativer Methoden als für diese Arbeit ungeeignet erkannt und die Suche nach geeigneten qualitativen Verfahren intensiviert. Durch die parallel durchgeführte Literaturexploration zu dem in der Problemstellung genannten Phänomen Erlebnis, dessen Inszenierung sowie Outdooraktivitäten und deren Charakteristika (vgl. Kap. 2) wurde die Wahl eines qualitativen Forschungsansatzes bestärkt. Vor allem die herausgearbeiteten Merkmale von Erlebnissen und ihr Entstehungsprozess (vgl. Kap. 2.1) und das Ziel, möglichst viel über die individuellen Erlebnisse von Probandinnen und Probanden auf dem Rothaarsteig herauszufinden, forderten explorative Methoden, wie sie in der qualitativen Sozialforschung angewendet werden.

Nach Lamnek (2005b) ist die Vorgehensweise des qualitativen Forschungsprozesses zunächst geprägt von der Entwicklung einer offenen, für Modifikationen zugänglichen Forschungsfrage aus der gegebenen Problemstellung. Zudem erfolgt eine theoriegeleitete Auswahl von Untersuchungspersonen (Theoretical Sampling) und von geeig-

neten Instrumenten zur Datenerhebung. Erfasste Daten werden einer qualitativen Inhaltsanalyse zugeführt (vgl. Lamnek, 2005b).

Letztlich orientierte sich auch der Forschungsprozess der vorliegenden Arbeit an diesen von Lamnek genannten Eckpunkten. Der anfängliche Versuch, mittels quantitativer Methoden, in diesem Fall halboffener standardisierter Fragebögen, das Erlebnispotential von Outdooraktivitäten zu erforschen - und diese dann später ggf. als Grundlage für eine Überprüfung von den in Erlebniskonzepten von erlebnisinszenierten Räumen erwarteten Erlebnissen heranzuziehen - wurde zugunsten einer Weiterentwicklung und Triangulation qualitativer Methoden verworfen. Dies geschah aufgrund unzureichender Flexibilität des Erhebungsinstruments im Hinblick auf die jeweilige Erlebnissituation und die durch die Subjektivität von Erlebnissen bedingten Schwierigkeiten, diese mittels standardisierter vorformulierter Antworten unverfälscht abzubilden.

Innerhalb der empirischen Sozialforschung wurde lange Zeit intensiv über den Einsatz von qualitativen Forschungsmethoden diskutiert und zuweilen werden diese auch noch immer Seitens der Verfechter quantitativer Ansätze kritisch betrachtet (vgl. Lamnek, 2005b). Den Hauptkritikpunkten (z.B. der mangels Hypothesen kaum vorhandenen Wissenschaftlichkeit oder der Unmöglichkeit der Verallgemeinerung von Daten, die mittels induktiven Vorgehen gewonnenen werden) begegnet u.a. Lamnek (ebd.) mit Hinweisen, dass es bei qualitativen Ansätzen nicht um eine Quantifizierung, sondern – wenn überhaupt – um eine Generalisierung durch Typisierung gehe (vgl. ebd.). Stets sei die Interpretation der gewonnenen Daten durch eine durchsichtige Verfahrensdokumentation nachvollziehbar. Zu den Zielen qualitativer Forschungsansätze zählt nicht wie bei den quantitativen Methoden der Beweis einer Hypothese, sondern vielmehr die Illustration von Thesen bzw. die Generierung neuer, sich aus dem Forschungsprozess ergebender Thesen (vgl. Flick, 1995).

So verhält es sich auch mit diesem Forschungsprojekt. Der Anspruch auf Beweis einer allgemein gültigen Tatsache oder Theorie wird nicht erhoben. Vielmehr soll eine sich induktiv aus Felddaten ergebenden Theorie zu den Effekten von Erlebnisinszenierungen auf Erlebnisse von Erwachsenen bei Bewegung im Freien im Sinne des Forschungsparadigmas der *Grounded Theory* entwickelt werden.

3.2.2 Grounded Theory

Die *Grounded Theory* (u.a. Glaser und Strauss, 1967/1997; Corbin und Strauss, 1990) bzw. „Gegenstandsbezogene Theoriebildung“ (Mayring, 2002) ist eine offene, explorative Methodologie.

„Ihre Verfahren sind dazu entworfen worden, die Bedeutung menschlicher Erfahrung zu entdecken und die größeren sozialen Strukturen aufzudecken, in denen Bedeutung konstruiert und rekonstruiert wird. Die *Grounded Theory* gründet auf der Prämisse, dass das Leben komplex ist und es zur Verantwortung des Forschenden gehört, so viel als möglich von dieser Komplexität zu erfassen.“ (Corbin, 2003, S.70)

Bei Forschungsprojekten, die sich auf die Grounded Theory stützen, werden dem erforschten Phänomen zugehörige Daten ergebnisoffen aber systematisch erhoben und analysiert, wobei bereits erste Teilergebnisse in Form von kleinen Forschungsnotizen (sog. Memos) festgehalten werden und dabei gleichzeitig der Blick für erforderliche weitere Daten geschärft wird bzw. die Fragestellung verfeinert werden kann. Neue Daten werden erhoben und analysiert. Nach und nach kann auf diese Weise eine fundierte („grounded“) Theorie ausgearbeitet bzw. entdeckt und benannt werden. Durch die ihr zugehörigen Daten wird diese Theorie gleichzeitig zumindest vorläufig bestätigt. Alle Prozesse sollen dabei zeitgleich und im Wechsel stattfinden, wie Mey und Mruck (2007b) betonen:

„In der Forschungslogik [...] ist begründet, dass – entgegen der traditionellen Auffassung eines sequenziellen Vorgehens, in dem Planung, Datenerhebung, Datenanalyse und Theoriebildung getrennte Arbeitsphasen darstellen – die Forschungsarbeit in einem ständigen Wechsel zwischen Handeln (Datenerhebung und Reflexion (Datenanalyse via Kodierprozeduren) und Theoriebildung erfolgt: Die Analyse und Theoriebildung beginnt bereits mit dem ersten erhobenen Datum, alle weiteren Ergebnisse in all ihrer Vorläufigkeit dienen der fortlaufenden Präzisierung der Forschungsfrage [...] und steuern über das Theoretical Sampling auch die Auswahl der weiteren zu erhebenden Daten und deren Analyse.“ (Mey und Mruck, 2007b, S. 12f.)

Im Mittelpunkt der Grounded Theory steht das Interesse, „aus unterschiedlichsten Datenmaterialien, die meist in Form von Texten vorliegen (z.B. Gesprächstranskripte, Schriftdokumente oder Beobachtungsprotokolle), durch Interpretation in Form von Explikation, Abstraktion und Systematisierung zum Verständnis von sozialen Phänomenen beizutragen.“ (Lueger, 2000, S. 223)

Die Fragestellung soll bei der Anwendung der Grounded Theory Methodologie (GTM) zu Beginn des Forschungsprozesses offen formuliert werden (vgl. Truschkat, Kaiser-Belz und Reinartz, 2007). Erst mit Verlauf des Forschungsprozesses wird die Formulierung der Forschungsfrage(n) zunehmend präziser und konkreter (vgl. Strauss und Corbin, 1997).²⁴

Die Datenerhebung erfolgt dabei mit einer großen Vielfalt von Instrumenten, z.B. mit Hilfe von Interviews, teilnehmender Beobachtung, Videoaufnahmen, Fokusgruppen [Gruppendiskussion], weiterer Dokumente, Tagebüchern, Fotos und Bildern. Die Analyse der gewonnenen Daten greift mit der fortschreitenden Datenerhebung ineinander, wobei die Art und der Umfang von weiterer Datenerhebung von den bisher gewonnenen Daten abhängen. Es werden weitere Daten, teils von speziell dafür ausgewählten Probanden bzw. Situationen oder aus speziellen Blickwinkeln erhoben, bis es zu einer zur „Sättigung“ der Daten kommt (vgl. Corbin, 2003.; siehe auch 3.2.2).

²⁴ Die anfängliche Offenheit der Fragestellung ist mit der *abduktiven Forschungslogik* der GTM zu erklären. Mit Abduktion ist hier gemeint, von einem neuen überraschenden (empirischen) Phänomen auf eine erklärende Regel zu schließen; im Unterschied zu reinem induktivem bzw. deduktivem Schließen, das durch Einbezug von theoretischem (Vor-) Wissen geschieht (vgl. Truschkat, Kaiser-Belz und Reinartz, 2007)

Die Datenanalyse erfolgt im Zuge der GTM als interpretativer Prozess (vgl. Feldman, 1995), in dessen Verlauf die Theorie aus der Interaktion des/der Analysierenden mit dem Datenmaterial entsteht bzw. aus diesem Prozess hervorgeht (emergiert).

„Am Ende des Forschungsprozesses soll eine an Daten gewonnene – in den Daten verankerte – *Grounded Theory* stehen, ein Produkt, das nicht nur entstanden ist, weil Regeln befolgt wurden, sondern das auch der Kreativität und Kompetenz der Forschenden geschuldet ist.“ (Mey und Mruck, 2007b, S.13)

Die Kreativität der oder des Forschenden ist vor allem gefragt in Bezug auf die „konzeptuelle Etikettierung“ bzw. das „codieren“ von Datenmaterial mit neuen, sich in ein Gesamtgefüge einpassenden Begriffen. So entsteht nach und nach im „Dialog mit den Daten“ (Berg und Milmeister, 2007, S.182) eine Theorie. Ganz im Sinne einer offenen Vorgehensweise existieren zwar Techniken und Prozeduren für die Datensammlung und –analyse, diese sind aber nicht als Direktiven aufzufassen.

Laut Mayring empfiehlt sich die Anwendung der GTM vor allem dann, „wenn der Gegenstandsbereich noch neu und unerforscht ist. [...] Sie eignet sich [...] bei eher explorativen Untersuchungen.“ (Mayring, 2002, S. 107)

Er stellt den Ablauf der Gegenstandsbezogenen Theoriebildung wie folgt dar (Abb. 3-1 vgl. Mayring, 2002, S.103ff.):

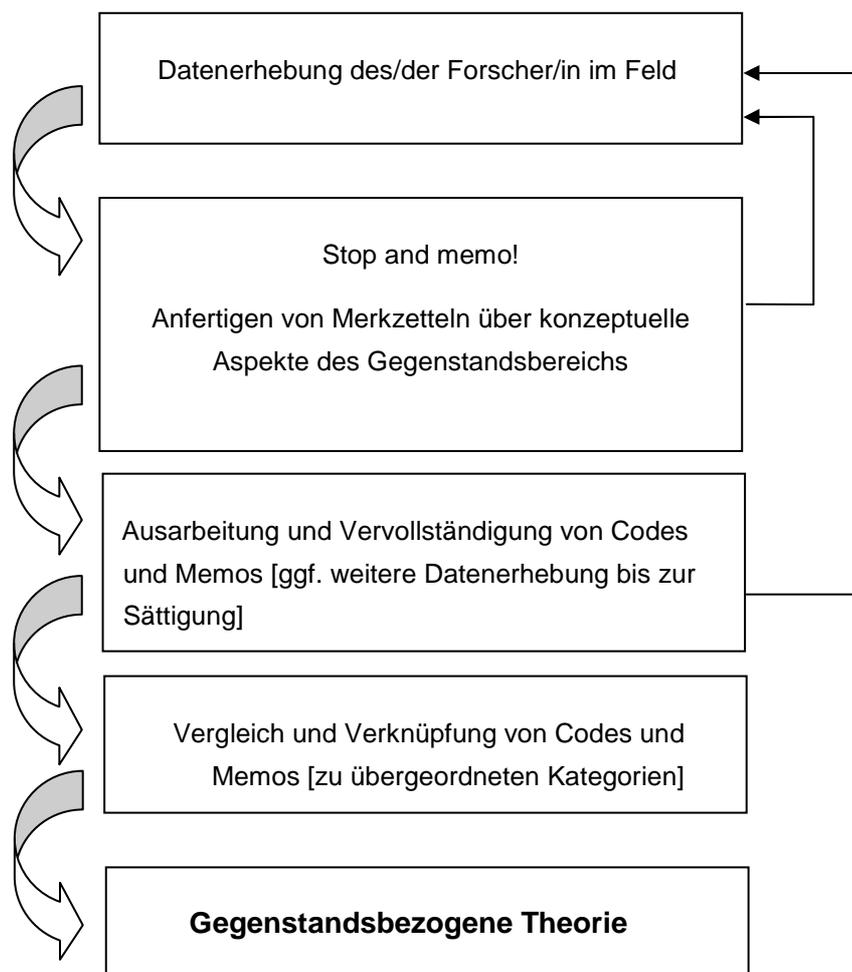


Abbildung 3-1: Ablauf der Gegenstandsbezogenen Theoriebildung [Grounded Theory] nach Mayring (2002), S. 106 mod.

Strübing (2008) diskutiert die Rolle der Abduktion, neben der Induktion und Deduktion als die dritte logische Schlussform im Rahmen der GTM. Er folgt dabei dem Verständnis von Pierce, wonach die aktuelle Wahrnehmung als Ergebnis eines Zusammenwirkens von Empfindung und Sinneseindruck, erst durch das In-Verbindung-Bringen mit Erinnerungen vergangener, stilisierter Wahrnehmungen (nach Pierce *percepte* bzw. *percipuum*), also mittels Abduktion ein neues, bisher nicht bekanntes Wahrnehmungsurteil erhält (dieser Vorgang wird auch als *abduktiver Blitz* bezeichnet, vgl. Strübing, 2008, S. 46).

Wird die aktuelle Wahrnehmungen (*percept*) einem bestehenden Wahrnehmungsurteil (*percipuum*) zugeordnet, wird dies als qualitative Induktion bezeichnet. Nur wenn eine neues *percipuum* quasi erfunden werden muss, kommt es zum unwillkürlichen Prozess des „abduktiven Blitzes“.

Nachvollziehbar und legitimierbar werden die Ergebnisse von Abduktionen in der GTM erst durch den iterativ-zyklischen Forschungsprozess (vgl. Abb. 3-2):

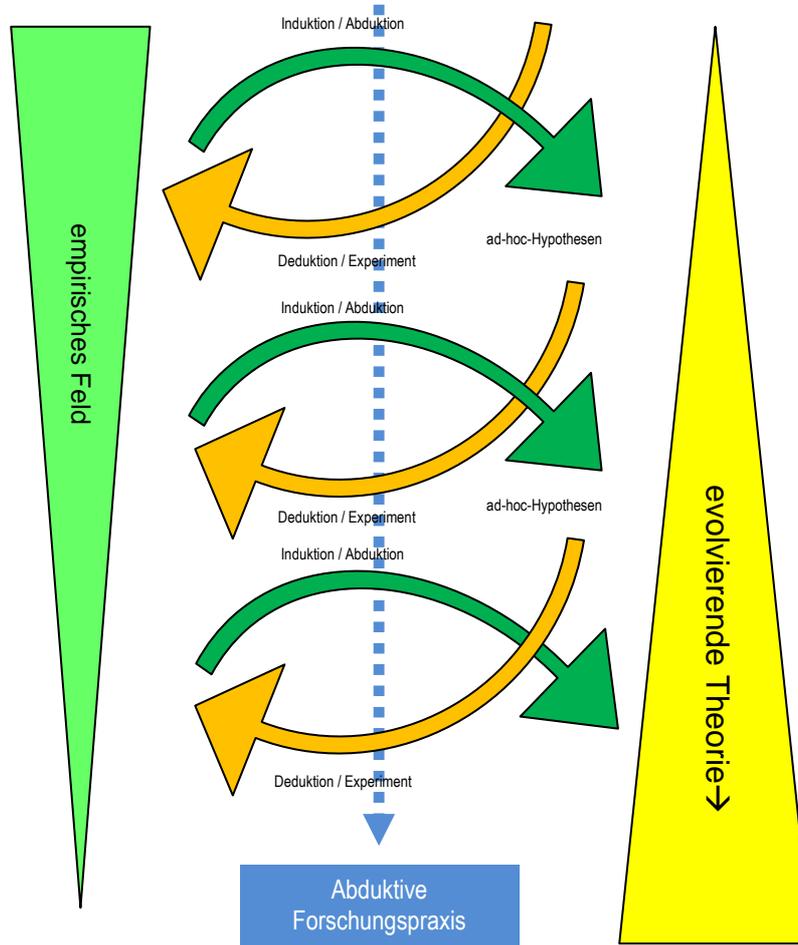


Abbildung 3-2: Grounded Theory - Verknüpfung von Induktion, Deduktion und Abduktion nach Strübing (2008, S. 48), mod.

Aus qualitativen Induktionen werden ebenso wie aus Abduktionen ad-hoc-Hypothesen entwickelt, „die in einem nächsten Prozessschritt in einer deduktiven Bewegung wiederum auf Daten bezogen werden“. (Strübing, 2008, S. 47)

In diesem zyklischen Prozess kann nach und nach eine Theorie entdeckt bzw. entwickelt und vorläufig bestätigt werden.

„Man beginnt nicht einfach mit einer Theorie und prüft sie dann. Eher beginnt man mit einem Untersuchungsbereich und es kann emergieren, was relevant ist.“
(Strauss und Corbin, 1990, S. 23)

Vieles spricht also dafür, dass das Neue einer Theorie nicht aus purer Induktion entstehen kann, sondern der kreative Anteil, des „abduktiven Blitzes“ ebenso wie der Einbezug von theoretischem Vorwissen wesentlich zur Formulierung neuer Theorien, auch im Sinne der Grounded Theory Methodologie, beiträgt (vgl. auch Strübing, 2008).

3.2.3 Triangulation

Für Denzin und Lincoln (1998) ist Triangulation in erster Linie eine Strategie der Validierung. Sie unterscheiden vier Formen der Triangulation (vgl. auch Flick, 2003a):

- 1) Datentriangulation: Eine Kombination von verschiedenen Quellen, visuellen und verbalen Daten von unterschiedlichen Zeitpunkten, Orten, Personen.
- 2) Investigator-Triangulation: Verschiedene Beobachterinnen und Beobachter werden bei der Datenerhebung eingesetzt.
- 3) Theorientriangulation: Die Annäherung an den Forschungsgegenstand geschieht aus verschiedenen Perspektiven durch verschiedene Hypothesen.
- 4) Methodentriangulation: Verschiedene Methoden kommen sowohl bei der Datenerhebung, als auch der Analyse zum Einsatz. Durch diesen Prozess des Gegeneinander-Ausspielens jeder Methode gegen die anderen soll u.a. die Validität gesteigert werden.

Vor allem die Methodentriangulation wird im Zuge von qualitativen Forschungsvorhaben angewendet. Flick (2003b) betont aber, dass die Validierungsstrategie und der Ansatz der Generalisierbarkeit inzwischen nicht mehr im Mittelpunkt der Triangulation stehen. Sie wird daher vor allem als Weg zu mehr, umfassender und vielschichtigerer Erkenntnis eingesetzt (vgl. ebd.).

„Durch Triangulation (etwa verschiedener Methoden oder verschiedener Datensorten) sollte ein prinzipieller Erkenntniszuwachs möglich sein, dass also bspw. Erkenntnisse auf unterschiedlichen Ebenen gewonnen werden, die damit weiter reichen, als es mit einem Zugang möglich wäre.“ (Flick, 2008, S.12)

An anderer Stelle definiert Flick (1995) die Triangulation als einen „Ansatz der Geltungsbegründung der Erkenntnisse, die mit qualitativen Methoden gewonnen wurden“ (ebd., S. 240). Dabei liegt die Geltungsbegründung nicht in der Überprüfung von Resultaten, sondern vielmehr in der systematischen Erweiterung und Vervollständigung von Erkenntnismöglichkeiten (vgl. Flick, 1995).

„Triangulation als Erkenntnisstrategie ist besonders aufschlussreich, wenn sie zu divergierenden Ergebnissen durch die verschiedenen Methoden führt, die nach neuen Erklärungen (für die Divergenz) verlangen.“ (Flick, 2003b, S.162)

In Bezug auf die Triangulation von Daten, die im Zuge von Gruppendiskussionen erhoben werden mit Daten, die mit Hilfe anderer Methoden erhoben werden bestätigen Loos und Schäffer (2001), dass diese Triangulation nicht in erster Linie der Erhöhung der Validität, sondern eher der Erweiterung der Tiefe und Breite der Analyse dient (vgl. ebd.). Erst durch Triangulation kann im Idealfall eine „Ergänzung der Perspektiven“ (Loos und Schäffer, 2001, S. 73) stattfinden.

Im Zuge dieser Arbeit wird die Triangulation in Form einer Methoden- und Datentriangulation mit dem oben beschriebenen Ziel angewandt, auf diese Weise mehr Tiefe zu erlangen und die zu erzielenden Ergebnisse auf eine breitere Datenbasis zu stellen.

3.3 Methodik

Die für dieses Forschungsprojekt gewählten Methoden ergänzen sich - ganz im Sinne der Triangulation – in ihren Ansatzpunkten und Zielen. Sie wurden unter einer stetigen Überprüfung und Ergänzung zur Erreichung der Forschungsziele eingesetzt, um zu einer tief in den Daten gründenden Beantwortung der Forschungsfragen zu gelangen, wie es die Grounded Theory Methodologie vorsieht.

Die Ziele der Untersuchungsinstrumente ließen sich von der Problemstellung ableiten. Zudem ließen sich weitere Forderungen an die einzusetzenden Methoden im Zuge der fortschreitenden Literaturexploration aus den Charakteristika der zu untersuchenden Phänomene (Erlebnis, Erlebnisinszenierung und Outdooraktivitäten) und den Vorstudien ableiten (vgl. Kap. 2.1- 2.5; Kap. 3.1).

Die Erhebungsmethoden mussten sich eignen, um Erlebnisse von Personen während und nach der Ausübung einer Outdooraktivität im erlebnisinszenierten Naturraum unverfälscht aufzunehmen und zu dokumentieren. Dies erforderte vor allem die Beachtung der Umstände, unter denen Erlebnisse entstehen (vgl. hierzu insbesondere Kap. 2.1.1):

Erlebnisse entstehen nach der ausgewerteten Literatur:

- als Produkte eines subjektiven Reflexionsprozesses der emotional gerührten erlebenden Person.
- Sie werden erst durch die bewusste Formulierung im Zuge oder am Ende dieses Reflexionsprozesses vom Erlebten zu Erlebnissen.

- Durch die (spätestens) im Zuge der Reflexion entstehenden Stimmungen und Gefühle werden die Erlebnisse bewertet und als solche emotional-behafteten Konstrukte abgespeichert.
- Die notwendige Reflexion kann durch geeignete Reize (z.B. Kommunikation, Erzählanlässe, empfohlene bewusste Reflexionspausen bzw. –zeiten im Tagesablauf) gefördert werden.
- Im fortschreitenden Erleben werden Erlebnisse durch andere, intensivere überlagert oder ersetzt. Die intensivsten von ihnen können auch nach längerer Zeit durch bewusste oder unbewusste Reflexionsprozesse reproduziert bzw. verbalisiert und dadurch stärker im Erlebnishorizont verankert werden.

Außerdem mussten auch die Charakteristika von Outdooraktivitäten als vorzugsweise in natürlicher Umgebung, fernab künstlicher Anlagen und Infrastruktur und mit dem Zwecke der Erholung ausgeführte Freizeit- bzw. Urlaubsaktivitäten bei der Auswahl geeigneter Methoden für die Erforschung von Erlebnissen beim Wandern beachtet werden (vgl. hierzu insbesondere Kap. 2.5) Outdooraktivitäten sind nach der untersuchten Literatur und den ausgewerteten Studien

- geprägt vom Streben nach möglichst freier, ungestörter und unregelter Entfaltung in natürlicher Umgebung.
- geprägt von Erlebnisvielfalt (z.B. Körper-, Selbst-, Natur-, Stimmungs- und Sozialerlebnisse).

Zudem sollten die Methoden möglichst genau Konzepte von Erlebnisinszenierung bei Outdooraktivitäten erfassen können und so die von den Planerinnen und Planern erwarteten Erlebnisse der Nutzerinnen und Nutzer präzise abbilden können. Da Erlebnisinszenierung nur in Ausnahmefällen in Form eines öffentlich zugängliches Strategiepapiers (vgl. z.B. Schweiz Tourismus, 2004) formuliert ist, mussten neben einer Analyse von Veröffentlichungen und Werbebroschüren notwendigerweise auch Personen, die an der Entwicklung der Inszenierungen im Untersuchungsraum des Rothaarsteigs beteiligt sind oder waren interviewt werden.

Die Auswahl der Methoden der Datenanalyse ging einher mit der Wahl der Erhebungsmethoden und konnte in enger zeitlicher Folge zu deren Festlegung geschehen. Verfahren der Datenverarbeitung und –auswertung mussten geeignet sein, um eine Fülle von Daten unterschiedlicher Herkunft und Quellarten (Fotos, mündliche Berichte und Interviews, Tagebucheintragungen, Informationsbroschüren, Internetseiten) nachvollziehbar zu bearbeiten. Zudem mussten sie dafür geeignet sein, um im Forschungsverlauf später hinzukommende Erhebungsmethoden mit einbeziehen zu können bzw. auf eine ggf. notwendige Anpassung der Fragestellung und des Untersuchungsfokus anzupassen sein.

Für jede einzelne Methode, ob für die Datenerhebung oder die Datenauswertung, musste der geeignete Einsatz geprüft und ggf. die Methode teilweise modifiziert werden, wie es Truschkat, Kaiser-Belz und Reinartz (2007) vorschlagen:

„Für die Umsetzung der GTM bedarf es [...] einer Anpassung der Methode an die forschungspraktischen Gegebenheiten, bei der aber gleichzeitig den Grundprinzipien der GTM Rechnung getragen werden muss.“ (Truschkat, Kaiser-Belz und Reinartz, 2007, S. 234)

Die Zusammenhänge und Abhängigkeiten der einzelnen Phasen des vollzogenen Forschungsprozesses und die eingesetzten Methoden werden in Abbildung 3-3 dargestellt. Letztere werden im Folgenden erläutert.

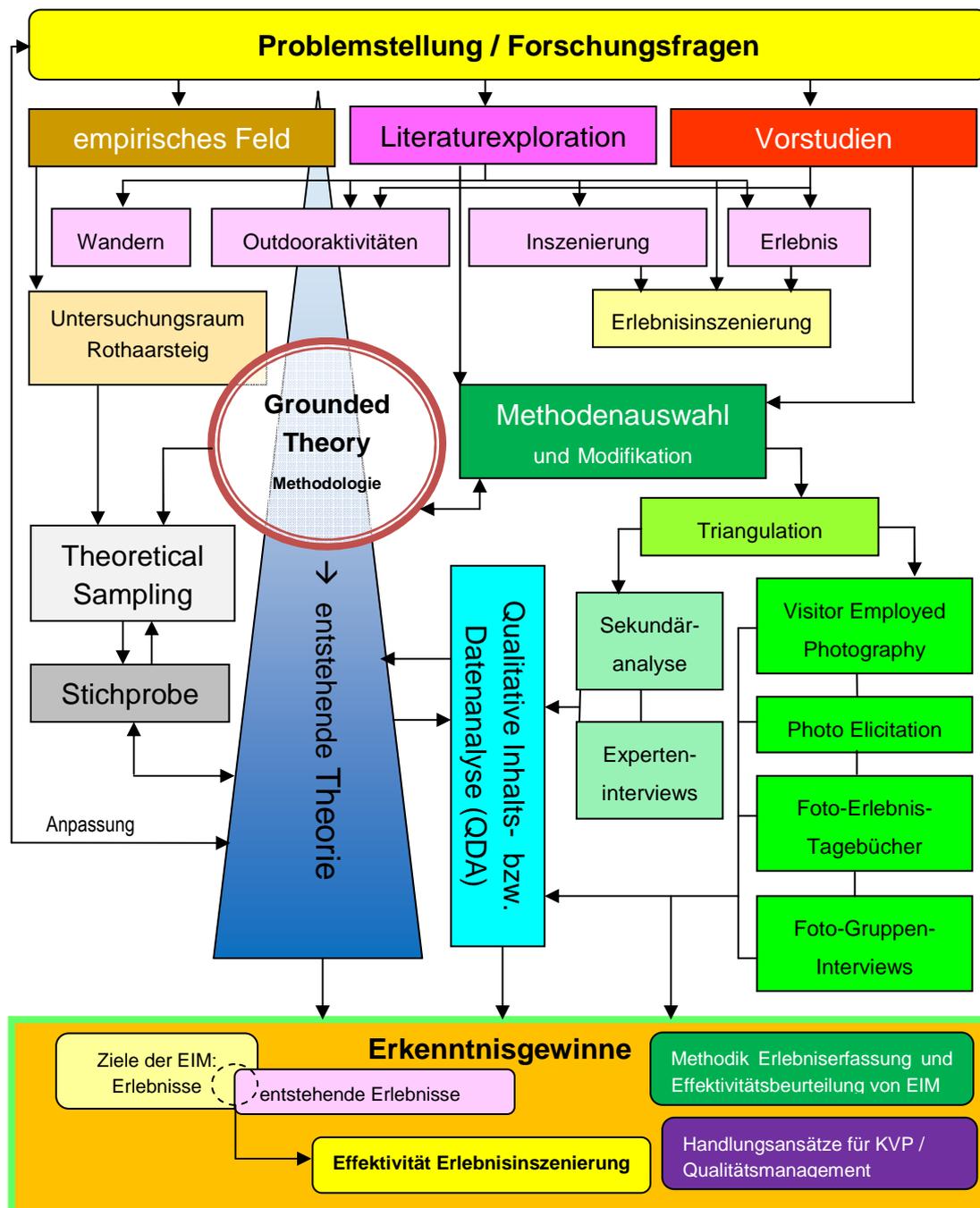


Abbildung 3-3: Phasen und Zusammenhänge im Forschungsprozess (eigene Darstellung)

3.3.1 Methoden der Datenerhebung

In diesem Kapitel werden die Methoden der Datenerhebung erläutert. Bevor dies in einzelnen Abschnitten geschieht, sollen zunächst die Hintergründe für die Wahl einzelner Methoden und der Prozess der Methodensuche nachgezeichnet werden.

Sprachaufzeichnungen

Die den Beginn des Forschungsprozesses prägende aber stetig fortgeführte Recherche und Exploration der Literatur (vgl. Kap. 2) führte zu der notwendigen Begriffsklärung und dem sich daraus ergebenden Vorgehen, sowie zu einer Reihe von möglichen Methoden zur Beantwortung der Forschungsfragen.

Das Erlebnisdesign bzw. das bei der Entwicklung des Rothaarsteigs verfolgte Konzept der Erlebnisinszenierung wurde durch eine Analyse von Beschreibungen und Informationsmaterial zum Wandern auf dem Rothaarsteig und durch Interviews mit beteiligten Planern und Beteiligten nachgezeichnet.

Nach Lamnek (2005a) soll die Erhebung von Daten, die durch die Untersuchungspersonen (z.B. im Zuge von Interviews) wiedergegeben werden möglichst in der gewohnten Umgebung der Probandinnen und Probanden stattfinden. Die Erhebung soll dabei in toleranter, permissiver und sanktionsfreier Atmosphäre stattfinden und die Situation sollte so gestaltet sein, dass sie für die Befragten möglichst bequem ist und sie sich dabei wohlfühlen (vgl. Lamnek 2005a). Diese Grundsätze wurden bei der Durchführung der entsprechenden Methoden (Experteninterviews sowie Foto-Gruppen-Interviews) beachtet.

Zur Erfassung von Interviews besteht die Möglichkeit einer audio- oder audiovisuellen Aufzeichnung. Das gewählte Aufnahmegerät soll dabei den Interviewten kurz erklärt werden und falls gewünscht zeitweise abgestellt werden (vgl. Lamnek, ebd.). Dabei soll das Gerät möglichst unauffällig sein, um die vertrauliche Situation und die Natürlichkeit des Gesprächs nicht zu stören. Trotz der von Lamnek betonten Vorteile einer audiovisuellen Aufzeichnung²⁵ wurde bei der Aufzeichnung der Foto-Gruppen-Interviews aufgrund der inhaltlich nicht relevanten non-verbale Elemente auf die Nutzung einer visuellen Aufzeichnungsmethode verzichtet. Die ohnehin durch den Aufbau von Video-Beamer zum gemeinsamen Betrachten der Erlebnisbilder, Notebook und des Mikrofons erzeugte „Laborsituation“ sollte zudem nicht zusätzlich durch die Installation einer Videokamera verstärkt werden – auch um Hemmnisse des freien Erzählens des Erlebten zu verringern. Hinzu kamen ethische und datenschutzrechtliche Bedenken aufgrund mangelnder Anonymisierung.

Foto-Dokumentation

Die durch die Literaturexploration begleitete Suche nach geeigneten Methoden zur Erforschung von Erlebnissen bei individuellen in der Natur ausgeübten Aktivitäten führte zur systematischen Verwendung von Fotos als Untersuchungsinstrument, die in verschiedenen Kontexten im Forschungsprozess eingebunden wurden.

²⁵ Diese Methode erfasst die Daten ganzheitlich, ohne eine Reduktion auf verbale Äußerungen. Non-verbale Elemente können bei der Auswertung unterstützend zur Transkription verbaler Daten hinzugezogen werden.

„Photographie im Rahmen sozialwissenschaftlicher Analysen erfordert grundsätzlich die Berücksichtigung dreier Ebenen: Im *Erhebungskontext* ist zu entscheiden, was überhaupt fotografiert wird bzw. welche verfügbaren Photos man in die Analyse einbeziehen will; in der *Analyse* versucht man herauszufinden, was in diesen Photos als Information für die InterpreInnen steckt; und in der *Einbindung* ist zu entscheiden, welche Zusatzinformationen mit den Photos verknüpft werden. Diese Analysemethode ist genaugenommen implizit *sequentiell* angelegt: von der Produktion des Bildes über das Produkt hin zu Beobachtung und Reflexion dieses Produktes im Verwendungskontext. Diese Sequentialität ist deshalb bedeutungsvoll, weil die Analyse der Produktionsbedingungen immer auch Voraussetzungen für die weitere Interpretation angibt und damit die Folgeergebnisse mitbestimmt.“ (Lueger 2000, S.186)

Nach Lueger (2000) sind Fotos aus vier Gründen für Forschungszwecke²⁶ interessant (vgl. ebd., S. 163ff.):

1. als Instrument zur Dokumentation
2. als allgemein verfügbare Dokumente (Artefakte)
3. Fotos fixieren den gesellschaftlichen Blick auf bestimmte Phänomene (Darstellungselektivität)
4. als Mittel des Forschungsprozesses: der Akt des Fotografierens dient als Mittel der Zugangseröffnung und Generierung von Folgeaktivitäten

Fotos sind dabei nicht bloß eine Dokumentation eines durch die Kamera beobachteten Sachverhalts, sondern sie halten die im Augenblick des Auslösens der Kamera Sichtweise der fotografierenden Person fest und frieren diese ein (vgl. ebd.) Fotos können das „menschliche Sensorium“ und die Gedächtnisfunktion erweitern“(ebd.) bzw. unterstützen, weil sie visuelle Informationen fixieren. Sie „zeigen die Welt aus einer vorsprachlichen Perspektive, die genau deswegen in der Lage ist, besondere Emotionalität auszulösen.“ (Lueger, 2000, S. 167) Auch Erlebnisse sind begleitet von Emotionalität und zunächst vorsprachlich bis sie im Reflexionsprozess als solche benannt werden. Auf diese Weise und aufgrund dieser Parallelen können Fotos als Mittel der Dokumentation von Erlebnissen genutzt werden.

Um als geeignetes und nachvollziehbares Forschungsinstrument eingesetzt werden zu können, bedürfen Fotos einer Ergänzung bzw. Erläuterung. Denn Fotos sind nicht wirklich objektiv:

„Photos entstehen im Kopf. Sie sind gleichermaßen Formen subjektiver Objektivität (als Bildkomposition) und objektiver Subjektivität (als verfügbares Photo).“ (Lueger, 2000, S.170f.)

Fotos werden aus subjektiver Sicht, etwa in der Entscheidung von Bildauswahl, Fokus, Ausschnitt usw. einer fotografierenden Person gemacht. So lange von dieser Person nicht persönlich erläutert, sind sie aber auch das, wofür sie eine Betrachterin oder ein Betrachter hält bzw. das wie diese/r das Abgelichtete interpretiert (vgl. Lueger, 2000).

²⁶ zum Einsatz von Fotos in der qualitativen Forschung vgl. zudem u.a. Fuhs (1997), Fuhs (2003), Wuggenig (1991), Banks (2007) sowie Stewart und Floyd (2004)

Die Aussage eines Fotos ist immer auch abhängig von der Intention des Fotografen, und der Tatsache, ob die aufgenommene Situation bzw. allgemein das abgelichtete künstlich verändert, arrangiert bzw. inszeniert wurde. So lassen sich sowohl Alleinreisende, Paare aber auch Gruppen gerne vor oder neben einer besonderen Sehenswürdigkeiten posierend aufnehmen. Obwohl das Arrangement des Fotos meistens solche künstlichen Inszenierungen vermuten lassen, werden diese Informationen nicht mit dem Foto mitgeliefert und werden somit nicht schlüssig für den oder Betrachter/in übertragen. Auch bleibt der Betrachterin oder dem Betrachter unklar, was der Anlass für die Aufnahme, somit dessen geplante Verwendung ist, wenn diese Informationen nicht vom Fotografierenden festgehalten und übermittelt werden. „Die Aussagekraft von Bildern ist folglich nur aus dem Produktions- und Verwendungszusammenhang heraus zu begreifen.“ (Lueger 2000, S. 174)

Aus diesen Gründen reicht eine alleinige *Verwendung* und Analyse bzw. *Interpretation* von Fotos im Zuge der Untersuchung dieser Arbeit nicht aus, um die erforderlichen Daten zu erhalten. Es bedarf zusätzlicher Informationen und einer Erklärung über den Sinn und Inhalt der Fotos durch die Fotografierenden. Der Schlüssel zu diesen notwendigen Zusatzinformationen ist das Fotografieren selbst:

„Der Akt des Fotografierens lässt sich forschungsseitig in eine deutlich wahrnehmbare Rolle im Feld einbinden und kann solcherart die Eröffnung von Feldkontakten erleichtern.“ (Lueger 2000, S.175)²⁷

Die Nutzung von Fotografien über die bloße optische Information hinaus geschah im Zuge dieser Arbeit einerseits durch begleitende Tagebucheintragungen der Fotografierenden (s.u.) und andererseits im Zuge der Foto-Gruppen-Interviews, die als „kommunikative Brücke zwischen Fremden“ (Lueger 2000, 175f.) dienen können. In solchen Gruppengesprächen können die Reaktionen der teilnehmenden Personen aufgezeichnet und auf potentielle Gemeinsamkeiten oder Widersprüche hin analysiert werden.

„Ein Gespräch über Photos kann Fremden gegenüber zur Erläuterung anregen und bietet für diese wiederum Anhaltspunkte für allgemeine oder präzise Fragen, die durch die Bildinhalte oder Kommentare dazu ausgelöst werden. Die Photographie wird solchermaßen zum teilnehmenden Dritten, was zur gemeinsamen Exploration anregt.“ (Lueger, 2000, S. 176)

Die Fotos nahmen somit eine Mehrfachfunktion im Verlauf dieser Forschungsarbeit ein: Sie dokumentierten einerseits Erlebnisse und bilden so die Grundlage für Interpretationen und dienten andererseits als Mittel im Forschungsprozess, durch die die Fotografierenden zunächst in Foto-Tagebüchern zur Preisgabe der mit ihnen verbundenen Daten (Anlass des Fotografierens, mit dem jeweiligen Foto verbundenes Erlebnis) aufgefordert wurden. Darüber hinaus dienten sie als Möglichkeit, mit den Fotografierenden zusammenzutreffen und über die Inhalte zu sprechen, als Erzähl-anlass über Erlebtes und Erlebnisse, als fokussierte Erinnerung bzw. als Katalysator zur Verbalisierung der Erlebnisse.

²⁷ siehe hierzu auch Collier und Collier (1992)

Für die Erforschung der Erlebnisse von erwachsenen Rothaarsteigwanderinnen und –wanderern wurden nach und nach die beiden Kern-Methoden zur qualitativen Erforschung von Erlebnissen (Visitor Employed Photography und Photo Elicitation; s.u.) im Sinne der Triangulation durch zwei weitere Methoden zur Verdichtung der zugehörigen Informationen (Foto-Tagebücher und Foto-Gruppen-Interviews) ergänzt. Dieses Methodenset wurde im Sinne einer Pilot-Studie durch die Betreuung einer Diplomarbeit erprobt (vgl. Schulte-Ontrop, 2008 und s. a. Kap. 2.5.3.).

Sekundäranalyse

Der für diese Untersuchung gewählte Rothaarsteig als touristisches Produkt in Form eines Natur- und Bewegungsraumes, in dem Erlebnisinszenierung stattfindet²⁸ wird in einer Fülle von Veröffentlichungen beschrieben bzw. beworben und vermarktet. Mit dem Ziel, die Erlebnisinszenierung greifbar zu machen und das durch das Marketing erzeugte Bild des „Weges der Sinne“ nachzuzeichnen, wurden Informationsbroschüren und Reiseführer, die seitens der örtlichen Touristikverbänden bzw. den Rothaarsteigverein veröffentlicht wurden (vgl. u.a. Rothaarsteig e.V., 2005) und zusätzlich Inhalte von Internetseiten gesichtet und einzelnen dabei entstehenden thematischen Schwerpunkten zugeordnet. Zudem wurde eine den Verlauf des Rothaarsteigs beschreibende DVD (Rothaarsteig, 2004) und Quellen aus der Planungsphase des Rothaarsteigs herangezogen (vgl. Brämer, 2001; Schober, 2001). Alle genannten Quellen wurden auf Hinweise zu Erlebnisinszenierungsmaßnahmen und gewünschte Erlebnisse und erhoffte oder beschriebene Erlebnis-Atmosphären untersucht und in Teilen transkribiert bzw. zitiert. Zudem wurden an entsprechenden Stellen Anmerkungen bzw. Memos verfasst, die entweder zunächst direkt in den Quellen auf post-it Zetteln vermerkt oder bei der Transkription bzw. Zitation in MS-Word in kursiver Schreibweise im Anschluss zum jeweiligen Abschnitt ergänzt wurden. Die weitere qualitative Inhaltsanalyse erfolgte zusammen mit den Daten aus den Experteninterviews mit Hilfe der Software MAXQDA (s. Kap. 3.2.2.)

Leitfadengestützte Experteninterviews

Nach Meuser und Nagel (2003) ist Expertenwissen in einer arbeitsteiligen Gesellschaft ein „als notwendig erachtetes Sonderwissen“ (ebd., S. 56)

„Im Experteninterview tritt die Person des Experten in ihrer biografischen Motiviertheit in den Hintergrund, stattdessen interessiert der in einen Funktionskontext eingebundene Akteur. [...] Das Experteninterview zielt auf Wissensvorsprung, der aus der privilegierten Position des Experten in einem Funktionskontext resultiert.“ (Meuser und Nagel 2003, S. 57)

Als angemessenes Erhebungsinstrument, um diesen Wissensvorsprung zu erzielen kann vor allem das halboffene Leitfadeninterview mit flexibler Handhabung der Themensortierung/ und –dimensionierung dienen (vgl. ebd.). Die Auswertung erfolgt dabei mit dem Ziel, „überindividuell-gemeinsame Wissensbestände“ (Meuser und Nagel, 2003, S. 58) herauszuarbeiten.

²⁸ zur näheren Beschreibung des Untersuchungsraumes siehe Kap. 3.4

Ergänzend zur o.g. Analyse von Informationsmaterial wurden deshalb drei leitfadengestützte, halboffene Experteninterviews mit Personen durchgeführt, die entweder sehr eng am Entstehungsprozess des Rothaarsteigs als Premium-Fernwanderweg beteiligt waren oder aktuell in dessen Betrieb eingebunden sind. Die Wahl fiel auf Dr. Rainer Brämer, der als Leiter der Forschungsgruppe Wandern der Universität Marburg und als ausgewiesener Wanderexperte wesentlich an der Entwicklung des Rothaarsteig-Wegekonzepts beteiligt war und durch eine Vielzahl an Studien zum Wandern in Deutschland und die Entwicklung von weiteren Wanderwegekonzepten eine hohe Expertise auf diesem Gebiet erworben hat. Zudem wurden ein Interview mit Dr. Harald Knoche, der als einer der Geschäftsführer den Rothaarsteig e.V. leitet und ein Doppel-Interview mit den Rothaarsteigrängern Ralf Schmidt und Fred Josef Hansen (leitender Ranger) durchgeführt. In den beiden letztgenannten Fällen konnten beide oben genannten Auswahlkriterien (Beteiligung am Entstehungsprozess und aktuelle Mitarbeit) jeweils von ein und derselben Person erfüllt werden.

Alle Interviews wurden mittels entsprechender Software (Audio-Recorder) und einem angeschlossenen externen Mikrofon direkt auf der Festplatte eines Notebooks gespeichert. Eine zweite Aufnahme erfolgte zur Sicherheit mittels mp3-Recorder.

Visitor Employed Photography (VEP)

„Fotografieren ist leicht, jeder und jede kann es. Und Fotografieren – so suggeriert die fortschrittsorientierte Fotoindustriewerbung – ist offensichtlich immer einfacher geworden.“ (Fuhs, 1997, S. 268)

Diese Aussage liegt bereits mehr als ein Jahrzehnt zurück. Seit dem hat sich ihr Wahrheitsgehalt weiter erheblich gesteigert: Die inzwischen allgegenwärtige digitale Fotografie, die das Fotografierverhalten²⁹ breitflächig und nachhaltig verändert hat, führte seitdem zu einer weiteren Vereinfachung im Erstellen und im Umgang mit den Fotos. Die Möglichkeit, diese sofort – ohne zeit- und kostenaufwendige Entwicklung – auf dem Bildschirm der Kamera betrachten zu können und der Umstand der immer größeren und preisgünstigeren Speichermedien erlaubt es heute Freizeit- wie Profifotografen, eine Serie von Fotos zu machen und die unscharfen oder schlecht belichteten im Nachhinein und ohne viel zeitlichen und völlig ohne finanziellen Aufwand zu löschen.

Die Methode der Visitor-Employed-Photography (VEP) wurde u.a. von Cherem und Driver (1983) und Taylor et.al. (1995) zur Erforschung von Erholungsqualität und Wahrnehmungsmustern der Natur und Landschaft durch die Nutzerinnen und Nutzer von Erholungseinrichtungen in den Bereich der nordamerikanischen Freizeit- und Erholungsforschung eingeführt.³⁰ Zudem wurde die Methode in ethnographischen, anthropologischen und soziologischen Forschungszusammenhängen angewandt

²⁹ Man denke an die stark gestiegene Präsenz von Foto-Kameras in Form von digitalen Kompaktkameras, mobilen Telefonen usw. im Alltag und die Flut von Aufnahmen, die durch die nicht mehr notwendige Entwicklung von Abzügen häufig von ein und derselben Situation aufgenommen werden. Zudem wird durch die sofortige Verfügbarkeit der Aufnahmen die gewollte Aufnahme des gewünschten Motivs nicht mehr dem Zufall überlassen sondern meist umgehend nach dem Fotografieren am Bildschirm der Kamera kontrolliert.

³⁰ vgl. auch Manning (2004); eine Erörterung vieler weiterer Quellen, in denen Fotos bereits routinemäßig als Instrument im Bereich der Freizeitforschung eingesetzt wurden, erfolgt bei Stewart und Floyd (2004)

(vgl. Stewart und Floyd, 2004). Stedman, Beckley, Wallace und Ambard (2004) wenden die VEP leicht abgewandelt in Kombination mit Foto-Interviews an und diskutieren die Vorteile von zusätzlich hilfreichen Notizen, die die fotografierenden Studienteilnehmerinnen und –teilnehmer im Zuge ihrer Aufnahmen anfertigten.

Diese Methode legt die Fotokamera als Instrument der Datenaufnahme für eine spezifische Fragestellung bzw. der Dokumentation von Geschehnissen in die Hände der Teilnehmerinnen und Teilnehmer einer Studie anstatt allein der oder den forschenden Person(en) die Beobachtung und das Festhalten von relevanten Daten zu überlassen.

Im Zuge dieser Arbeit wurden die Probandinnen und Probanden mit einfachen Digitalkameras³¹ ausgestattet und durch vorherige schriftliche und mündliche Erläuterung aufgefordert, während ihrer Wanderung auf dem Rothaarsteig täglich mindestens drei Fotos von ihren Erlebnissen oder Orten, die sie als erlebnisreich empfunden haben, zu machen. Wenn mehr als drei Aufnahmen pro Tag entstanden, sollten die Probandinnen und Probanden am Abend die Aufnahmen des jeweiligen Tages auf die drei der intensivsten Erlebnisse reduzieren. Dies sollte durch betrachten der Aufnahmen auf dem LCD-Bildschirm der Kamera und Löschen der zusätzlichen Fotos des Tages geschehen. Je nach Länge der Mehrtageswanderung lieferten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer am Ende zwischen 9 und 15 Fotos ab – gespeichert auf der SD-Karte aus ihrer Kamera. Die SD-Karten wurden ausgelesen und die Fotos zusammen mit den Interviewtranskripten und den Aufzeichnungen aus den Foto-Erlebnis-Tagebüchern zur weiteren Auswertung in das Analyse-Programm MaxQDA importiert.

Photo Elicitation

Eng verwandt mit der VEP ist das sogenannte *Photo-Elicitation*-Verfahren, bei dem die von den Studienteilnehmerinnen und –teilnehmer aufgenommenen Fotos als Zugangsmöglichkeit zu bzw. zum Herauslocken³² von weiteren Daten genutzt werden. Das Betrachten der (eigenen) Fotos kann für die Fotografinnen und Fotografen ein Anlass sein, mehr von der Situation zu berichten, bei der das Foto entstanden ist.

Je nach inhaltlicher Schwerpunktsetzung werden Studien, die die VEP oder verwandte Methoden nutzen auch als *photo-elicitation-studies* benannt (vgl. Loeffler, 2004; Hurworth 2003; Parker, 2006). Die durch die Vorlage von Fotos bei Probandinnen und Probanden provozierte Verbalisierung von Erlebtem ist dabei die zentrale Methode der Datenaufnahme.

“On the surface, photo-elicitation is a straightforward method to understand and to utilize. It involves using photographs to invoke comments, memory and discussion in the course of a semi-structured interview.” (Banks, 2007, S.87)

³¹ Modell: HP Photosmart 635; Diese Kamera war einerseits kostengünstig zu beschaffen, recht einfach auch für in digitaler Fotografie ungeübte Personen zu nutzen und kann zudem mit einfachen und nahezu überall erhältlichen AA-Batterien oder Akkus betrieben werden.

³² *elicitation* (engl.): Herausholen, Herauslocken, Erheben

Fotos dienen im Zuge des Photo-Elicitation-Verfahrens also als ein Erzählanlass, als ein *trigger*, wobei in der Versuchsperson verborgene Informationen zu Tage gefördert werden und (mit deren Einverständnis) als Daten für die jeweilige Studie genutzt werden können.

“Informally we can call this photography’s function a ‘can opener’.” (Collier und Collier Jr., 1992, S. 23)

Michel (2001) nennt in diesem Zusammenhang die Möglichkeit, dass Fotos auch aufgrund einer Ähnlichkeitsrelation als Ersatzreiz für die abgebildete oder in ähnlicher Form erlebte Szene dienen können. Sie können dabei zusätzlich zum Anlass „komplexerer Sinnzuschreibungen werden, die die Abbildungsfunktion übersteigen“ (Michel, 2001, S.91). Aus dem *Abbild* wird in diesem Fall ein *Sinnbild* (vgl. ebd.).

In dieser Arbeit kam Photo-Elicitation sowohl im Zuge der die Visitor-Employed-Photography begleitende Anfertigung von Foto-Erlebnis-Tagebüchern, als auch im Zuge der Foto-Gruppen-Interviews zum Einsatz.

Foto-Erlebnis-Tagebücher

Die Verschriftlichung der Gedanken und Assoziationen zu Fotos spielt in der qualitativen Sozialforschung eine wichtige Rolle bei der Erfassung persönlicher Gedanken, Erinnerungen und Erlebnissen. Collier und Collier (1992) beziehen sich auf Jim Goldberg, einem Fotografen, der eine Kunstform des fotografischen Feedbacks entwickelte. Goldberg nutzte Fotos, um Interviews mit in Armut lebenden Menschen und Familien in San Francisco zu führen. Da er nicht auf die Tiefe und philosophische Art der Antworten, die durch die Fotos hervorgerufen wurden vorbereitet war, ließ er die Befragten die Antworten lediglich auf die Rückseite der Fotos schreiben. Die Art und Weise, wie die entstandenen Texte formuliert waren deutete darauf hin, dass diese weniger als Antwort zu den Fragen des Forschers zu verstehen waren, sondern vielmehr eine Möglichkeit der Selbstreflektion und Dialoge der Betroffenen mit sich selbst zu interpretieren waren. Der inhaltliche Wert für Goldbergs Studie war somit verglichen mit den direkten Antworten auf die Forscherfragen viel höher anzusiedeln (vgl. ebd.).

„We believe that photographs, film, or video challenge the informant more than verbal feedback or artwork because the literal character of their images intercepts the very memory of the person.“ (Collier und Collier 1992, S. 122)

Die an dieser Untersuchung teilnehmenden Wanderinnen und Wanderer wurden wie oben beschrieben aufgefordert, pro Wandertag auf dem Rothaarsteig jeweils drei Fotos von Erlebnissen oder Erlebnissituationen zu machen und auf dem Speicherchip ihrer Kamera zu speichern.

Unter Beachtung der von Collier und Collier genannten Möglichkeit der Erhöhung der Informationstiefe und –qualität (s.o.) und aus organisatorischen Gründen wurde hier auf Einzelinterviews, bei denen jedes einzelne Foto von den Erlebnissen während der Rothaarsteigwanderung besprochen worden wäre zugunsten von jeweils von den Teilnehmerinnen und Teilnehmer anzufertigenden Foto-Erlebnis-

Tagebüchern verzichtet. Die Aufforderung dazu erfolgte mit den schriftlichen Vorab-Informationen zur Studienteilnahme und durch das Briefing unmittelbar vor der Wanderung. Dafür wurde ihnen ein DIN-A5-Heft, ein Bleistift und Anspitzer zusammen mit der Kamera und dem Speicherchip überreicht. Spätestens bei der Reduktion der Aufnahmen eines gesamten Tages (also während der Reflektion der Erlebnisse des Tages) sollte jeweils der Ort, die Entstehungszeit, die Bildnummer und das Motiv und das mit dem Foto festgehaltene Erlebnis inkl. dessen Wertigkeit im Vergleich zu anderen Erlebnissen in dem mitgeführten Foto-Erlebnis-Tagebuch vermerkt werden. Die Tagebucheintragungen sollten eine kurze Schilderung der jeweiligen Erlebnisse beinhalten.

Am Ende der Wanderung wurden die Tagebücher zusammen mit den auf der SD-Karte gespeicherten Fotos an den Untersuchungsleiter ausgehändigt und anschließend in MS-Word übertragen. Dabei wurden Formulierungen teilweise sprachlich geglättet und die Reihenfolge der Informationen vereinheitlicht. Anschließend wurden die Fototagebücher in MaxQDA importiert und dort wurden die jeweiligen Fotos den Tagebucheintragungen zugeordnet.

Foto-Gruppen-Interviews

Nach Nadler und Luckner (1992) eignen sich insbesondere Gruppen-Gespräche für die Manifestierung von Erlebnissen, die während der Ausübung von Abenteuer- und Outdooraktivitäten entstehen. Dabei sollen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer neben dem Freien erzählen mit verschiedenen Stimuli zum Erzählen des Erlebten angeregt werden. Zu diesen Stimuli zählen sie neben Rückfragen und Eintragungen in Tagebücher auch die Aufnahme der Aktivität per Video-Kamera zur späteren gemeinsamen Betrachtung in der Gruppe. Ähnlich verhält es sich mit Fotos:

Die Nutzung von Fotos, die im Zuge von Interviews den Probandinnen und Probanden vorgelegt werden, ist eine gängige Methode innerhalb der qualitativen Sozialforschung, um Informationen und Daten zu erlangen. Hurworth (2003) nennt explizit die Anwendung von Photo Elicitation in Foto-Interviews. Im Vergleich zur bloßen Bildanalyse und Interpretation durch die Forscherin oder den Forscher oder zum klassischen Interview erzeugt der Einsatz von Fotos im Sinne der Photo Elicitation während eines Interviews mehr und qualitativ hochwertige Daten.

Fotos betreffen immer mehr als nur die Person des Fotografen oder der Fotografin. Auch Dritte haben Assoziationen zu betrachteten Fotos, vergleichen bei ähnlichem Erfahrungshorizont unwillkürlich das Abgebildete mit eigenen Erlebnissen oder ähnlichen Situationen. So werden Erinnerungen geweckt, gedanklich wieder hervorgeholt und teilweise verbalisiert. Insofern kann die Nutzung von Fotos in Interviews die klassische Gesprächssituation auflösen und so zur Beteiligung eigentlich unbeteiligter Dritter führen:

„Interviewing is often a one-to-one relationship which closes out surrounding people. Photographs appeared to change this pattern, everyone in the room wanted to look, see, and comment. In addition people would discuss the photographs among themselves.“ (Collier und Collier, 1992, S. 106)

Auch Fuhs (1997) betont die Vorteile der Verbindung von Fotoanalyse und Interview, weil es auf diese Weise gelingen kann, die spezifische Lesart der Befragten festzuhalten [und im Fall dieser Arbeit auch den spezifischen Blickwinkel der oder des Fotografierenden].

„Das Foto als Erzähl-Stimulus in der qualitativen Forschung legt durch seine gegenständliche, themengebundene Darstellung (noch stärker als eine verbale Eingangsfrage) eine Erinnerungsarbeit entlang konkreter Situationen und Gegenstände nahe, ist aber gleichzeitig aufgrund der Vieldeutigkeit eines jeden Bildes offen für eine Vielzahl von Projektionen.“ (Fuhs, 1997, S. 280)

Banks (2007) beschreibt die Effekte des Einsatzes von Fotos in Interviewsituationen so:

„...the introduction of photographs to interviews and conversations sets off a kind of chain reaction: the photographs effectively exercise agency, causing people to do and think things they had forgotten, or to see things they had always known in a new way [...] They serve to bring about a research collaboration between the investigator and subject [...]“ (Banks, 2007, S. 95f.)

Im Foto-Gruppen-Interview können Fotos auf diese Weise eine Brückenfunktion zwischen den eigentlich untereinander unbekanntem Teilnehmerinnen und Teilnehmern und zwischen diesen und der forschenden Person darstellen (vgl. Collier und Collier, 1992).

„Photographs can be communication bridges between strangers that can become pathways into unfamiliar, unforeseen environments and subjects. The informational character of photographic imagery makes this process possible. They can function as starting and reference points for discussions of the familiar or the unknown, and their literal content can almost always be read within an across cultural boundaries.“ (Collier und Collier, 1992, S. 99)

Fragen können nicht nur direkt an die betreffenden Fotografinnen und Fotografen, sondern auch an alle weiteren anwesenden Personen und gewissermaßen auch an die Fotos selbst gestellt werden. Gemeinsam können forschende und befragte Personen Antworten zu den Fragen an die Fotos finden (vgl. ebd.). Letzteres hilft auch, um die Stimmung während des Interviews aufzulockern, wie Banks betont:

„...an additional benefit is that the awkwardness that an interviewee may feel from being put on the spot and grilled by the interviewer can be lessened by the presence of photographs to discuss; direct eye contact need not be maintained, but instead interviewee and interviewer can both turn to the photographs as a kind of neutral third party. [...] the photographic content always provides something to talk about.“ (Banks, 2007, S. 88)

Auf diese Weise wird der Fokus während eines Foto-[Gruppen]-Interviews weg von den befragten Personen selbst und mehr hin zu deren Expertise in Bezug auf den Inhalt der Fotos gelenkt (vgl. Collier und Collier, 1992). Nicht die Personen selbst werden analysiert sondern deren Interpretation der vorliegenden Fotos.

„...their role can be one of expert guides leading the fieldworker through the content of the pictures. Photographs allow them to tell their own stories spontaneously. This usually elicits a flow of information[...]“ (Collier und Collier, 1992, S. 106)

Die oben genannten Vorteile der Verbindung von Fotos und Interviews nutzend und auf die spezielle Situation während der Erhebungsphase eingehend³³ wurden für diese Untersuchung insgesamt neun Foto-Gruppen-Interviews³⁴ mit den teilnehmenden Wanderinnen und Wanderern durchgeführt. Diese fanden in den meisten Fällen³⁵ direkt im Anschluss an die Mehrtageswanderung der jeweiligen Teilnehmerinnen und Teilnehmer statt. Dafür wurde mit den Probandinnen und Probanden bei der Übergabe der Kameras vor der Wanderung ein Treffpunkt (z.B. eine Gaststätte) vereinbart, der geeignet war, um dort gemeinsam mit zeitgleich an der Studie teilnehmenden Personen (zwei bis acht Personen) die ausgewählten Fotos entweder mittels Video-Beamer oder direkt auf dem Bildschirm eines Laptops zu betrachten.

Die durchgeführten Gruppen-Interviews hatten einen halboffenen Charakter und wurden vor allem durch die Erlebnis-Fotos der jeweils Interviewten geprägt. Diese sollten am Ende ihres Foto-Erlebnis-Tagebuchs drei Fotos mit ihren intensivsten und wichtigsten Erlebnissen im Verlauf der gesamten Wanderung benennen. Die so ausgewählten Fotos wurden noch durch einige Aufnahmen zum Thema „Erlebnisinszenierung“ vom Autor ergänzt und in zufälliger Reihenfolge in einer Powerpoint-Präsentation zusammengestellt. Nach einem vollständigen Durchlauf aller ausgewählten Fotos, bei dem diese jeweils für sechs bis acht Sekunden zu sehen waren und vor dem die Teilnehmerinnen und Teilnehmer zum zunächst schweigenden Betrachten aufgefordert wurden, folgte in einem zweiten Durchgang eine ausgiebige gemeinsame Betrachtung aller ausgewählten Fotos. Dabei sollte zunächst die Person, von der das jeweilige Foto stammte ihr Erlebnis schildern, das mit dem Foto festgehalten worden war, bevor andere Anwesende ihre Assoziationen mit dem Foto oder ähnliche Erlebnisse schilderten. In den meisten Fällen erfolgte dies spontan und ohne erneute Nachfrage. Begleitend zu den vom Autor ausgewählten zusätzlichen Fotos wurde die Frage an alle gestellt, welches Erlebnis hier wohl fotografiert wurde. Zusätzliche Struktur im Interviewverlauf bot ein vorab formulierter, aber im Verlauf des Forschungsprozesses stets weiterentwickelter Leitfaden. Alle Interviews wurden mit einer Audio-Software und externem Mikrofon direkt auf dem Laptop aufgenommen und gespeichert; eine zweite Aufnahme erfolgte zur Sicherheit mittels mp3-Rekorder.

³³ Die teilnehmenden Probandinnen und Probanden waren jeweils nur für einige Tage zeitgleich oder gemeinsam auf dem Rothaarsteig unterwegs. Viele reisten unmittelbar im Anschluss an die letzte Wanderung noch am gleichen Tag nach Hause. Deshalb wurde der Zeitpunkt der Rückgabe der Kameras bzw. Speicherchips und der Foto-Tagebücher zugleich für die Erhebung weiterer Daten im Zuge der Foto-Gruppen-Interviews genutzt.

³⁴ In zwei Ausnahmefällen wurde jeweils ein Einzelwanderer allein befragt.

³⁵ aus terminlichen Gründen wurde ein Interview ca. drei Wochen nach dem Ende der Wanderung in Aachen (fünf Personen) und zwei Interviews aus Kostengründen einige Tage nach der Wanderung per Telefon durchgeführt. Die an den Telefoninterviews teilnehmenden Personen waren unmittelbar nach der Wanderung mit dem Zug zurück nach Augsburg bzw. Frankfurt/M. gereist. Die entsprechend zusammengestellte Foto-Datei wurde per E-Mail versandt und dann während des Telefongesprächs zeitgleich auf Computerbildschirmen betrachtet.

3.3.2 Verfahren der Datenauswertung

Transkription

Unter Transkription versteht man die Übertragung von gesprochener Sprache in eine schriftliche Form (vgl. Mayring, 2002; Knoblauch, 2003). Dabei kann bzw. muss je nach Untersuchungszweck die Transkription mehr oder weniger umfassend sein (vgl. Kuckartz, 2007). Sowohl der Umfang der transkribierten Teile von Interviews kann variieren, als auch die in der Transkription wiedergegebenen oder gesondert gekennzeichneten Textmerkmale wie z.B. Sprechpausen und ihre Länge, Dialektfärbungen, Gestik, Mimik usw. Von mehreren Autoren wird übereinstimmend der Grundsatz „Besser zu viel, als zu wenig“ betont, wenn es um den Umfang des zu transkribierenden Materials geht. Dies gilt insbesondere auch für die Transkription im Zuge von Forschungsarbeiten, die sich an der Grounded Theory orientieren (vgl. Strauss und Corbin, 1996; Kuckartz, 2007). Dazu sollen die zuerst geführten Interviews und Feldnotizen vollständig transkribiert und analysiert (d.h. codiert) werden, bevor weitere Daten gesammelt werden. Auf diese Weise wird die inhaltliche Ausrichtung weiterer notwendiger Interviews dem Verlauf der Forschungsarbeit angepasst. Im weiteren Verlauf können ggf. nur noch für die sich entwickelnde Theorie relevante Teile von Interviews oder Feldnotizen transkribiert werden (vgl. Strauss und Corbin, 1996).

Nicht alle in der Literatur beschriebenen Transkriptionsregeln sind für das Vorgehen nach der Grounded Theory und die computerunterstützte parallele Auswertung von Daten aus unterschiedlichen Quellarten (z.B. Interviews, Texte, Tagebücher, Fotos – vgl. u.a. Kelle, 2003) geeignet. Kuckartz (2007) schlägt mit Verweis auf Dresing (2006) speziell für die spätere Auswertung mit QDA-Software³⁶ geeignete Transkriptionsregeln vor. Zentrale Punkte, die bei der Transkription Beachtung finden sollen, sind demnach u.a. (vgl. Kuckartz, 2007):

- wörtliche Transkription (ggf. Dialekte ins Hochdeutsche übersetzen)
- leichte Glättung vom Sprachdeutsch zum Schriftdeutsch
- Anonymisierung aller Angaben zu Personen
- Notierung in Klammern von Lautäußerungen der befragten Person
- Kennzeichnung der Sprechenden Person zu Beginn jedes Absatzes (z.B. P4)

Die Transkription der Experteninterviews und der Foto-Gruppen-Interviews orientierte sich bei dieser Forschungsarbeit an den von Kuckartz (2007) erläuterten Grundsätzen und erfolgte mit Hilfe der Transkriptions-Software f4.

Softwareunterstützte qualitative Inhaltsanalyse mit MaxQDA

Zu den wichtigsten Bestandteilen einer qualitativen Inhaltsanalyse zählt das Codieren von Textsegmenten. Der Vorgang des Codierens von Texten lässt sich grundsätzlich in zwei Varianten unterscheiden: einer deduktiv geprägten Variante, bei der Textstellen quasi als Indikator für das Vorhandensein eines aus der Theorie abgelei-

³⁶ Kuckartz nennt ATLAS.TI, MaxQDA und NVivo als Beispiele für Software, die die qualitative Inhaltsanalyse erleichtern (vgl. Kuckartz, 2007)

teten Sachverhalts bzw. mehrerer in Form eines Kategoriensystems geordneter Sachverhalte.

Die zweite, für diese Arbeit entscheidendere Variante ist geprägt von induktiver Vorgehensweise. Textabschnitte werden zunächst nur grob markiert und vorläufigen Codes zugeordnet, wobei die Bezeichnung des Codes häufig ein Schlagwort für den Inhalt der markierten Textstelle darstellt. Im nächsten Schritt der Analyse werden die Codes dann verfeinert, ausdifferenziert zu Kategorien oder übergeordneten Codes zusammengefasst und dimensionalisiert (vgl. Kuckartz, 2007).

„Im Zentrum des Analysestils der Grounded Theory steht das sorgfältige Codieren der Daten, d.h. die Zuordnung von Codes zu bestimmten Phänomenen im Datenmaterial.“ (Kuckartz, 2007, S.73)

Nach Corbin (2003) bzw. Strauss und Corbin (1997) kann der Prozess des Codierens der Daten in drei Stufen eingeteilt werden³⁷: offenes, axiales und selektives Codieren (vgl. Corbin, 2003, S.73). Den einzelnen Phasen fallen dabei die folgenden Aufgaben zu:

1) offenes Codieren

- „Öffnen“, „Aufbrechen“ des Textes
- Abstraktion von Ereignissen und Erfahrungen
- Markierung bzw. Etikettierung dieser mit Konzepten [=Codes]
- Veränderung, Anpassung, Verfeinerung der Interpretationen
- Zusammenfassung und Abgrenzung in Kategorien

2) axiales Codieren

- „Forschende kommen ganz naturwüchsig zum axialen Kodieren, sobald sie mehrere Kategorien haben“ (Corbin, 2003, S.73)
- Fragen an das Material stellen
- Gruppierung von Codes, Benennung von übergeordneten Kategorien

3) selektives Codieren

- mehrere gut entwickelte Kategorien werden um ein Hauptthema herum integriert und in Beziehung zueinander gesetzt
- Handlungsmodelle werden zu einer umfassenden „Theorie über das typische Handeln typischer Akteure“ (Kuckartz, 2007, S. 76) verdichtet

Computerprogramme, die die Auswertung von Daten mittels der qualitativen Inhaltsanalyse unterstützen, sind vor allem durch folgende zentrale Merkmale gekennzeichnet: Sie unterstützen die Forscherin oder den Forscher durch eine Organisationsstruktur des vorhandenen Materials, erleichtern so die Auswertung und machen diese transparent und nachvollziehbar. Zudem beschleunigen sie den Auswertungsprozess der ohne die Nutzung von Computern mit Papier und Stiften auf einer ungleich größeren Arbeitsfläche ausgeführt werden müsste (und die zudem nur sehr schwierig von einem zum anderen Ort bewegt werden könnte, ohne die mühsam er-

³⁷ vgl. auch Kuckartz, 2007

zielte Ordnung zu zerstören). Mit Hilfe solcher Software lassen sich direkt am Bildschirm, d.h. papierlos u.a. (vgl. Kuckartz, 2007)³⁸

- Texte gleichzeitig und parallel verwalten und bearbeiten bzw. analysieren
- weitere Elemente und Daten (Fotos, Audio-Dateien, Memos) den Texten an beliebiger Stelle zuordnen bzw. verknüpfen
- Codes und Kategorien erstellen und beliebigen Textstellen zuordnen
- Codes und Kategorien organisieren, gruppieren, hierarchisieren
- alle Textstellen, die einem Code oder Kategorie zugeordnet wurden zusammenstellen
- die Zuordnung, Überschneidungen und Hierarchie von Codes und Kategorien visualisieren (vgl. auch Abb. 3-4)

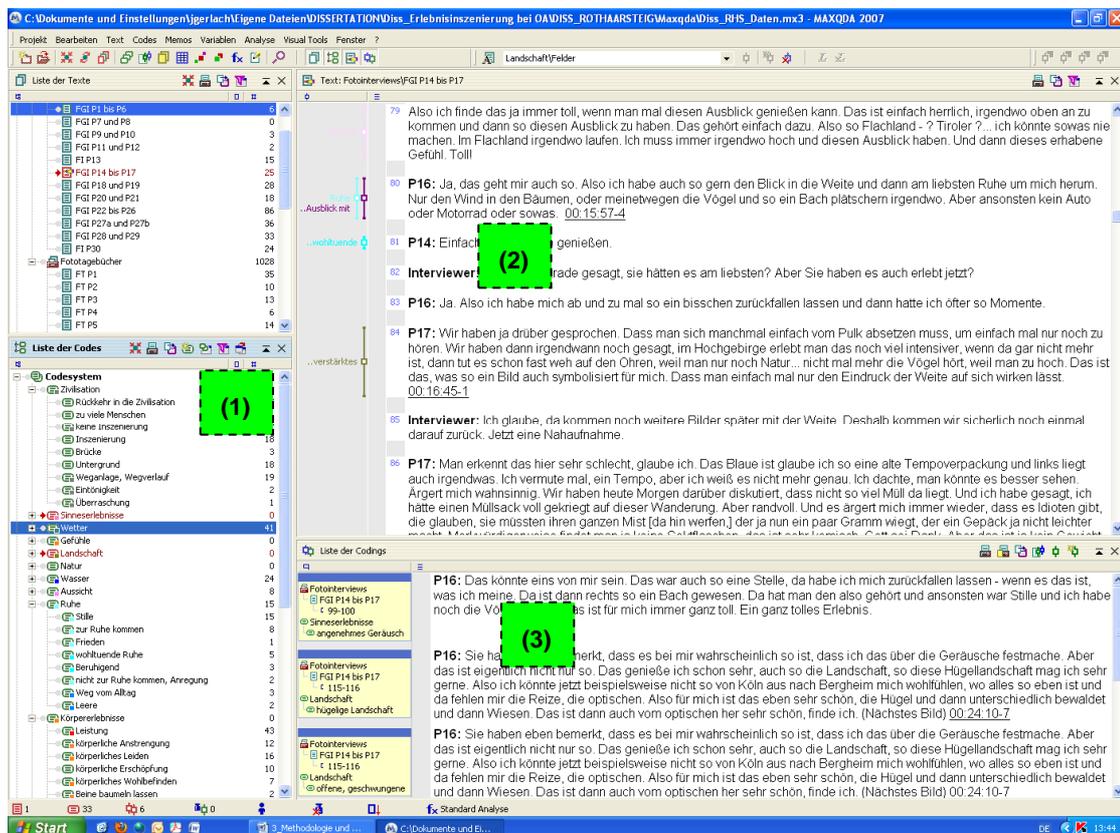


Abbildung 3-4: Codes (1), codierter Text (2), Codings (3) - Vorgehensweise bei der qualitativen Datenanalyse mit der Software MaxQDA®

³⁸ eine ausführliche Übersicht über weitere Funktionen findet sich u.a. bei Kuckartz, 2007, S.12f.

QDA-Programme geben keine bestimmte Methode der Analyse vor. Allerdings werden in allen möglichen Methoden, die durch sie unterstützt werden Codes oder Kategorien³⁹ gebildet bzw. zur Analyse der Texte eingesetzt.

Durch ihre flexiblen Funktionen eignen sich QDA-Programme hervorragend für das sogenannte *Thematische Codieren* von Texten (vgl. Kuckartz, 2007) und damit für Forschungsarbeiten, die am Vorgehen Grounded Theory ausgerichtet sind.

Bezogen auf die Anwendung der Grounded Theory mit Hilfe einer QDA-Software präzisiert Kuckartz (2007) die o.g. allgemein abstrahiert Vorgehensweise von Mayring (vgl. Abb. 3-1) in zwölf Schritten.⁴⁰ Demnach kann nach dem Import der Daten in den Text-Editor des Programms und dem einmaligen Lesen des gesamten Datenmaterials mit der Zeile-für-Zeile-Analyse der einzelnen Texte begonnen werden. Die Daten werden dabei „befragt“, z.B. nach Inhalten, beteiligten Personen, Eigenschaften und Ausprägung der in den Daten steckenden Phänomene. Entsprechende Stellen mit „Antworten“ markiert und mit Codes versehen. Auf diese Weise nehmen die Codes später die Rolle von Wegweisern zu den codierten Textstellen ein.

Je nach Komplexität des Inhalts von Textsegmenten können diese auch gleichzeitig mit verschiedenen Codes versehen werden. Beim Durchgang weiterer Texte mit ähnlich ausgerichtetem Inhalt (beispielsweise Interviews mit ähnlichem Leitfaden) geschieht es in der Folge immer häufiger, dass entsprechend aussagekräftige Textstellen keine neuen Codes mehr hervorbringen, sondern mit passenden bereits bestehenden Codes codiert werden. Im Zuge dieses, dem axialen Codieren zugehörigen Vorgangs, rücken einzelne Codes unwillkürlich mehr und mehr in den Mittelpunkt.

„Mit jedem Schritt der Analyse schreitet die Theoriebildung fort. Die analytische Arbeit ist darauf ausgerichtet, die Schlüsselkategorie(n) herauszuarbeiten. Um diese herum wird dann die Theorie aufgebaut.“ (Kuckartz, 2007, S. 80).

Die beschriebene Vorgehensweise wurde bei der qualitativen Inhaltsanalyse der Experteninterviews bzw. des Textmaterials zu den Erlebnisinszenierungen und bei der qualitativen Inhaltsanalyse der Daten zu den Erlebnissen der Probandinnen und Probanden mit Hilfe der Software MaxQDA angewendet. Dabei erfolgte die Analyse der erhofften und der erfassten Erlebnisse getrennt voneinander in jeweils einer eigenen Datei.

³⁹ Kuckartz (2007) verweist auf die große Anzahl von Bezeichnungen, die je nach Abstraktionsniveau unterschiedlich eingesetzt werden (z.B. *Code, Kategorie, Konzept, Subkategorie, Dimension, Merkmal*). Wegen der unklaren Abgrenzungen zueinander verzichtet er auf eine Unterscheidung und nutzt hauptsächlich den Begriff *Kategorie*, als Bezeichnung für ein Werkzeug „zur Phänomenklassifizierung mit der Möglichkeit der Bildung von Unterklassen“ (Kuckartz, 2007, S. 62). Für diese Arbeit sollen die Begriffe *Code* und *Kategorie* und die entsprechenden Verben gleichbedeutend nach der inhaltlichen Definition von Kuckartz (s.o.) verwendet werden.

⁴⁰ für eine ausführliche Darstellung siehe Kuckartz, 2007, S.78ff.

Fotografieanalyse

Begleitend zur Codierung der durch die Transkription der Foto-Gruppen-Interviews und der Foto-Erlebnis-Tagebücher entstandenen Texte wurden auch die durch die Probandinnen und Probanden aufgenommenen Fotos analysiert und codiert.

„In the final phase the study involves synthesis, when the research must be developed into conclusions. In this phase photographic evidence must, of course, be abstracted in the same way as all other data, verbalized, translated into statistics, even computed electronically in order to become a genuine part of the fabric of scientific insight.“ (Collier und Collier Jr., 1992, S. 15f.)

Trotz der Gefahr mangelnder objektiver Betrachtung⁴¹ durch den Autor, wurden die so entstehenden Codes ergänzend bei Entstehung der Theorie mit einbezogen. Die Analyse der Fotografien abstrahiert deren Inhalt und bringt diesen durch die so geschehene Verschriftlichung auf eine Ebene mit den anderen gesammelten Daten.

Räumliche Verortung der Erlebnisfotos

Im Bestreben, eine Übersicht zu erhalten, an welchen Orten die teilnehmenden Wanderinnen und Wanderer ihre Erlebnisfotos aufgenommen haben, wurden die in den Foto-Erlebnis-Tagebüchern dokumentierten Aufnahmeorte auf einer Übersichtskarte des Rothaarsteigs eingetragen. Auf diese Weise konnte die Verteilung von Erlebnissen an oder in der Nähe von bestimmten Orten (z.B. sogenannten „Erlebnisstationen“) entlang des Rothaarsteigs visualisiert werden.

3.4 Gebiet, Zeitraum und Ablauf der Untersuchung

Der Rothaarsteig wurde 2001 als einer der ersten neu markierten zusammenhängenden Mehrtageswanderwege in Deutschland offiziell eröffnet und wenig später mit dem Deutschen Wandersiegel als Premium-Wanderweg ausgezeichnet. Die Hauptvariante des Rothaarsteigs entlang des Rothaarkamms von Brilon nach Dillenburg ist 154km lang (Stand 2008). Er führt über die mit dem Langenberg (843m) und dem Kahlen Asten (841müNN) über die beiden höchsten Berge Nordrhein-Westfalens. Die im Mittelstück alternativ begehbare Talvariante über Latrop ist 14km, die alternativ oder zusätzlich mögliche Westerwald-Bergvariante über die Fuchskaute 53km lang.

⁴¹ Der Autor hatte durch Vorwissen, den Prozess des Codierens der Texte usw. einen vorbestimmten Blickwinkel beim Betrachten der Fotos. Selbst die Aufnahme durch die jeweilige Fotografin oder den jeweiligen Fotograf kann aber nicht als objektiv gelten: „Eine objektive Wahrnehmung der Welt ist prinzipiell nicht möglich. Der Blick ist zum Einen subjektiv geprägt über die individuelle Stimmung und Situation des Fotografen. Er kann idealistisch, romantisch verklärt oder kritisch, wissenschaftlich distanziert oder künstlerisch ästhetisierend, voyeuristisch oder flüchtig sammelnd sein. Zum Anderen ist der Blick auf die Welt das Konstrukt kollektiver Erfahrungen und Sehgewohnheiten, die an die Tradition unseres Kulturkreises gebunden sind.“ (Schneider, 1993, S. 452)



Abbildung 3-5: Verlauf des Rothaarsteigs; nach Top Trails of Germany e.V., 2009

Hinzu kommen jeweils notwendige Ab- und Aufstiege vom Kamm auf Zubringerwanderwegen zu den in den Tälern liegenden Übernachtungsbetrieben. Möglichkeiten für die Übernachtung im Zelt auf Campingplätzen bestehen bis auf wenige Ausnahmen nicht.

Für die Wanderung der Hauptvariante in Nord-Süd-Richtung werden sechs, acht oder zwölf leichte bis mittelschwere Tagesetappen mit einigen Höhenunterschieden zwischen 13 und 27km vorgeschlagen (vgl. Rothaarsteig e.V., 2005). Der Steig ist durchgehend mit einem „liegenden weißen R“ auf rotem Grund markiert und mit einem Wegeleitsystem zu angrenzenden Dörfern, Sehenswürdigkeiten, Aussichtspunkten und Restaurants und Beherbergungsbetrieben ausgestattet. Hinzu kommen die eigens für diesen Wanderweg entworfenen geschwungenen hölzernen Ruhebänke und Liegen (sogenannte Waldsofas), sogenannte Erlebnisstationen, Rastplätze mit Vesperinseln und einige baulich hervorgehobene Aussichtspunkte. Durch die Thematisierung unterschiedlicher Sinneswahrnehmung beim Wandern wird der Rothaarsteig auch als „Weg der Sinne“ vermarktet. Entlang des gesamten Steigs sind ständig drei von insgesamt sieben hauptamtlich für die Forstwirtschaft tätige Rothaarsteigranger, die einerseits die Wege sichern und Bauwerke kontrollieren und andererseits die Wanderinnen und Wanderer mit nötigen Informationen versorgen.

Die Erhebung der Felddaten fand von Mai bis September 2008 entlang bzw. in den Zugangsorten zum Rothaarsteig an der Grenze zwischen Nordrhein-Westfalen, Hessen und Rheinland-Pfalz statt. In diesem Zeitraum wurden insgesamt 31 Personen, die nach einem Aufruf im Internet bzw. nach einem erhaltenen Informations-Anschreiben ihr Interesse an der Teilnahme bekundet hatten, vorab per E-Mail und Telefon kontaktiert und am Vortag oder unmittelbar vor der jeweils von ihnen geplanten Mehrtageswanderung auf dem Rothaarsteig am Startort der Wanderung aufgesucht und über die Teilnahmebedingungen informiert. Sie wurden mit Digital-Kameras, Tagebüchern und Kartenmaterial ausgestattet. Da die Untersuchung aus Gründen der gegenüber Kurzwanderinnen und -wanderer zu erwartenden größeren Erlebnisdichte und Erlebnistiefe nur Mehrtageswanderinnen und -wanderer betraf, wurden etwa die Hälfte der gesammelten Daten an oder um die verlängerten Wochenenden mit Brückentagen (1.Mai, Pfingsten, Fronleichnam) oder in den Sommerferien aufgenommen. Die insgesamt sieben Foto-Gruppen-Interviews wurden bis auf eine Ausnahme und ein Telefoninterview alle in unmittelbarer Nähe des Rothaargebirges durchgeführt. Zwei Foto-Interviews wurden mit Einzelwanderern durchgeführt.

3.5 Akquise und Auswahl der Stichprobe

Bei der Auswahl der zu befragenden Personen für eine qualitative Untersuchung und deren Durchführung sollen nach Lamnek (2005b) folgende Kriterien Beachtung finden:

- Auswahl nach Erkenntnisinteresse(n) (*Theoretical Sampling*)
- Auswahl typischer Fälle (d.h. keine Repräsentativität)
- Vertraulichkeit, Anonymität
- Schwerpunkt auf vertrauensvolle Atmosphäre

Die Auswahlmethode wird durch die Forschungsziele qualitativer Forschung mitbestimmt:

„Da die qualitative Sozialforschung eben nicht im Sinne der quantitativen Methodologie generalisieren möchte, ist die Frage der Stichprobengewinnung und Stichprobenziehung, somit auch die der Repräsentativität, keine entscheidende. Qualitativer Methodologie geht es eben eher um Typisierungen und/oder Typologie, weshalb die Repräsentativität nicht so bedeutsam erscheint.“ (Lamnek, 2005b, S.92)

3.5.1 *Theoretical Sampling*

Zweifelsfrei zählt die Anwendung des Theoretical Samplings zu den wichtigsten Eckpfeilern des Vorgehens bei der Grounded Theory, wie Glaser und Holton (2007) betonen. Sie beschreiben das Vorgehen so:

“Theoretical sampling is the process of data collection for generating theory whereby the analyst jointly collects, codes and analyses the data and decides what data to collect next and where to find them, in order to develop the theory that emerges. (Glaser und Holton, 2007, S. 59)

Im ILMES Internet-Lexikon der Methoden der empirischen Sozialforschung wird das Theoretical Sampling wie folgt definiert:

„Im Rahmen der Grounded Theory entwickeltes Konzept der Auswahl von Untersuchungseinheiten: Diese sollen (jedenfalls im allgemeinen) nicht nach Kriterien statistischer Repräsentativität ausgewählt werden, sondern danach, ob sie das Wissen über den Untersuchungsgegenstand zu erweitern geeignet sind oder nicht. T. S. impliziert daher meist ein konsekutives, kumulatives Vorgehen: Zunächst werden eine oder mehrere Untersuchungseinheiten analysiert; auf der Grundlage der so gewonnenen Ergebnisse bzw. Vermutungen, Ideen oder Konzepte wird nach weiteren Einheiten/Fällen gesucht, die geeignet sein könnten, die bisherigen Ergebnisse etc. zu bestätigen, zu kontrollieren, zu modifizieren, zu erweitern oder zu relativieren.“ (Ludwig-Mayerhofer, 1999)

Glaser und Strauss (2005/2008) empfehlen für die Durchführung der Komparativen Analyse, die in der GTM zur Bildung einer neuen Theorie führt, das Theoretical Sampling als Strategie der Stichprobenauswahl. Die zu untersuchenden Fälle werden nach dem Kriterium ausgewählt, ob sie neue Erkenntnisse im Hinblick auf die Problemstellung vermuten lassen. Dies geschieht z.B. so lange bis eine theoretische Sättigung erreicht ist und die entstehende Theorie immer greifbarer wird.

Strübing (2008) nennt das Theoretical Sampling und die bei seiner Anwendung auftretenden Mikrozyklen als Faktoren, die zur Validität von Grounded Theory-Studien beitragen: Die Datenerhebung wird gefolgt von erster Interpretation, erneuter immer gezielterer Datenerhebung bzw. gezielter empirischer Überprüfung erster Forschungshypothesen. Strübing fordert die explizite Darstellung dieses Prozesses, damit dieser für Dritte nachvollziehbar werden kann (vgl. ebd.).⁴²

Das Theoretical Sampling ist somit auch ein wichtiges Mittel zur Qualitätssicherung von Grounded Theory-Studien (vgl. Strübing, 2008; Strauss und Corbin, 1997).

Im Zuge dieser Untersuchung wurde ausgehend von der Fragestellung nach Erlebnissen von erwachsenen Mehrtageswanderinnen und -wanderern zunächst nach solchen Personen gesucht, die mit ziemlicher Sicherheit zu einem festgelegten Zeitpunkt (um Termine für das Briefing bzw. die Übergabe der Kamera und der Tagebücher und das abschließende Foto-Interview planen zu können) für mehrere Tage auf dem Rothaarsteig unterwegs sein würden.

Als sich nach den ersten Durchläufen abzuzeichnen begann, dass die Erlebnisse während des Wanderns durch die Anzahl und Beziehungen zu den Mitwanderinnen bzw. -wanderern geprägt werden würde, wurde im Sinne des Theoretical Samplings bewusst nach unterschiedlich zusammengesetzten Gruppen bzw. nach zur Teilnahme bereiten Wandererinnen und Wanderern gesucht, die nicht in Gruppen oder mit ihrem Lebenspartner unterwegs waren. In ähnlicher Weise wurde nach einem ersten Pilot-Interview mit zwei Wanderern, deren Erlebnisse im Besonderen physischer Natur waren, u.a. weil sie ihr komplettes Gepäck in Rucksäcken trugen, anstatt es wie die meisten anderen von Pension zu Pension mit dem Auto transportieren zu lassen, nach weiteren Rucksack-Wanderinnen und Wanderern gesucht, die zur Teilnahme

⁴² vgl. auch Strübings Hinweise zur Rolle der Abduktion, Kap. 3.2.2; Abb. 3-2

an der Studie bereit waren. Auch im Hinblick auf das Alter wurde versucht, bewusst Wanderinnen und Wanderer aus unterschiedlichen Altersgruppen für die Teilnahme zu gewinnen.

Ein weiteres Beispiel für im Zuge dieser Untersuchung durchgeführtes Theoretical Sampling ist die zunächst in dieser Ausführlichkeit nicht vorgesehene Befragung von Experten, die über Wissen zur Erlebnisinszenierung bzw. potentiellen und gewünschten Erlebnissen auf dem Rothaarsteig verfügten.

3.5.2 Vorgehen bei der Akquise

Die Akquise der Studienteilnehmerinnen und –teilnehmer war vor allem durch den Einsatz moderner Kommunikationstechniken geprägt. Grundbedingung war dabei zunächst, dass sichergestellt war, dass alle potentiellen Teilnehmer mindestens drei aufeinander folgende Tage auf dem Rothaarsteig wandern würden. Nach erfolgten Vorgesprächen zur geplanten Untersuchung mit den Vorsitzenden des Rothaarsteigvereins, wurden zunächst über dessen zentrales Buchungsbüro und über die Touristikverbände Schmallenberg und Brilon alle Personen per Briefpost angeschrieben, die eine Pauschaltour mit Gepäcktransport im Zeitraum April bis August 2008 gebucht hatten. Für diesen Zweck wurde ein Informationsblatt zur Studie entworfen, auf dem die Aufgaben der Probandinnen und Probanden erläutert aufgeführt waren. Hierin wurden die Wanderinnen und Wanderer aufgefordert, sich bei Interesse per E-Mail oder telefonisch an den Untersuchungsleiter zu wenden. Die Bereitstellung einer Digitalkamera und die spätere Weiternutzung wurde ebenso, wie das Geschenk eines Paares Wandersocken mit Rothaarsteig-Emblem in Aussicht gestellt.

Nach zunächst zögerlichem Rücklauf von Interessentinnen und Interessenten wurde zusätzlich eine entsprechende Information mit Aufruf zur Teilnahme auf der Internetseite des Rothaarsteigvereins veröffentlicht.

Insgesamt meldeten sich im genannten Zeitraum über diese beiden Kontaktwege 48 Personen mit Interesse zur Teilnahme, von denen nach der Auswahl durch das Theoretical Sampling (s.o.) letztlich 31 an der Studie erfolgreich, d.h. bis zum abschließenden Auswertungsgespräch und der Rückgabe der Erlebnisfotos und des Erlebnistagebuchs teilnahmen.

In einem zwanzigminütigen Briefing wurden die ausgewählten Teilnehmerinnen und Teilnehmer direkt vor dem Beginn ihrer Wanderung über Details informiert und eine Treffpunkt am Ende der Wanderung für die Durchführung des Foto-Gruppen-Interviews vereinbart. Das Fotografieren und die Eintragungen in das Foto-Erlebnis-Tagebuch sollten für die Probandinnen und Probanden einen maximalen zusätzlichen Zeitaufwand von 30 Minuten pro Wandertag bedeuten. Das abschließende Foto-Gruppen-Interview dauerte je nach Gruppengröße zwischen 45 und 120 Minuten.

3.5.3 Stichprobe

Die erfolgreich an der Studie teilnehmenden Personen werden in der Tabelle 3-1 einzeln aufgeführt, wobei die Namen mit Personenkürzel (P1-P30) ersetzt wurden.

Es nahmen 15 Männer und 16 Frauen an der Studie teil (siehe Tabelle). Ihr Alter lag zwischen 20 und 70 Jahren, wobei knapp zwei Drittel der teilnehmenden Personen (n=20) der Altersspanne von 40-55 Jahren angehörte. Kinder und Jugendliche nahmen nicht an der Untersuchung teil.

Zwölf Personen wanderten in Gruppen mit mehr als vier Personen, 13 an der Studie teilnehmende Personen waren mit ihrem Lebens- oder Ehepartner unterwegs.

Zwei mal zwei Männer waren mit einem Freund auf „Männertour“, zwei männliche Einzelwanderer nahmen ebenfalls an der Untersuchung teil.

Alle sechs letztgenannten Männer (P7 und P8, P20 und P21 sowie P13 und P30) führten ihr gesamtes Gepäck in einem Rucksack mit sich - im Unterschied zu allen anderen: diese nutzten den Gepäck-Transport-Service der Übernachtungsbetriebe und trugen lediglich kleine und leichte Tagesrucksäcke. P30 hatte als einzige teilnehmende Person ein Zelt und entsprechende Ausrüstung für die Übernachtung im Freien dabei, während alle anderen in Pensionen o.ä. übernachteten.

Die Wanderzeit betrug mindestens drei und maximal zehn Tage. Dabei wurden zwischen 33 und 207km auf dem rot markierten Hauptweg des Rothaarsteigs (zzgl. Ab- und Zuwege und evtl. individueller Abweichungen) zurückgelegt.

Personen-kürzel	Ge-schlecht	Alter	gewanderte Strecke (km)*	Dauer der Wande-rung in Tagen	Gruppenstär-ke bei Wan-derung in Personen	Gepäcktransport
P1	männlich	35-40	Brlon-Latrop (69km)	4	2	Auto
P2	weiblich	65-70	Brlon-Latrop (69km)	4	2	Auto
P3	weiblich	40-45	Brlon-Latrop (69km)	4	5	Auto
P4	weiblich	40-45	Brlon-Latrop (69km)	4	5	Auto
P5	weiblich	40-45	Brlon-Latrop (69km)	4	5	Auto
P6	weiblich	40-45	Brlon-Latrop (69km)	4	5	Auto
P7	männlich	35-40	Brlon-Dillenburg (154km)	6	2	Rucksack
P8	männlich	35-40	Brlon-Dillenburg (154km)	6	2	Rucksack
P9	männlich	40-45	Brlon-Latrop (69km)	3	2	Auto
P10	weiblich	40-45	Brlon-Latrop (69km)	3	2	Auto
P11	weiblich	50-55	Brlon-Dillenburg (154km)	8	2	Auto
P12	männlich	50-55	Brlon-Dillenburg (154km)	8	2	Auto
P13	männlich	20-25	Brlon-Dillenburg (154km)	6	1	Rucksack
P14	weiblich	50-55	Elkeringhausen-Fleckenberg (33km)	3	10	Auto
P15	weiblich	50-55	Elkeringhausen-Fleckenberg (33km)	3	10	Auto
P16	männlich	50-55	Elkeringhausen-Fleckenberg (33km)	3	10	Auto
P17	männlich	50-55	Elkeringhausen-Fleckenberg (33km)	3	10	Auto
P18	weiblich	25-30	Dillenburg-Brlon (154km)	8	2	Auto
P19	männlich	25-30	Dillenburg-Brlon (154km)	8	2	Auto
P20	männlich	40-45	Brlon-Dillenburg-Kalteiche (207km)	7	2	Rucksack
P21	männlich	40-45	Brlon-Dillenburg-Kalteiche (207km)	7	2	Rucksack
P22	männlich	50-55	Oberhudem-Dillenburg (76km)	4	2	Auto
P23	weiblich	25-30	Brlon-Dillenburg (154km)	5	5	Auto
P24	weiblich	25-30	Brlon-Dillenburg (154km)	5	5	Auto
P25	weiblich	25-30	Brlon-Dillenburg (154km)	5	5	Auto
P26	weiblich	25-30	Brlon-Dillenburg (154km)	5	5	Auto
P27a	weiblich	45-50	Brlon-Dillenburg (154km)	8	2	Auto
P27b	männlich	45-50	Brlon-Dillenburg (154km)	8	2	Auto
P28	männlich	40-45	Brlon-Dillenburg (154km)	10	2-4	Auto
P29	weiblich	40-45	Brlon-Dillenburg (154km)	10	2-4	Auto
P30	männlich	40-45	Brlon-Dillenburg (154km)	4	1	Rucksack
			*Kilometerangaben ohne Zu- wege			

Tabelle 3-1: Stichprobe in der Reihenfolge der Datenaufnahme, Markierungen untersuchter Merkmale (eigene Darstellung)

4 Ergebnisse

4.1 Systemische Erfassung und Strukturierung der Erlebnisinszenierung am Rothaarsteig

Wie in Kapitel 3 beschrieben, wurde das vorliegende Datenmaterial (Planungsunterlagen, Experteninterviews, Reiseführer, Informations- und Imagebroschüren) im Zuge der Qualitativen Inhaltsanalyse auf Hinweise zu geplanten und durchgeführten Erlebnisinszenierungsmaßnahmen am Rothaarsteig durchsucht. Dies erfolgte in der Absicht, die Erlebnisinszenierungsmaßnahmen am Rothaarsteig und ihre Ziele systemisch zu erfassen und strukturiert darstellen zu können.

Die Reihenfolge der Darstellung der Ergebnisse orientiert sich hier an den ersten zwei der vier Schritte des Demingkreises (PDCA-Zyklus)⁴³, der in der Qualitätssicherung und dem Qualitätsmanagement entwickelt wurde (vgl. Deming, 1982) und die Phasen im sogenannten Kontinuierlichen Verbesserungsprozess (KVP) beschreibt (vgl. Weigert, 2004). Zunächst wird analog zum PDCA-Zyklus dargestellt, welche Inszenierungsmaßnahmen geplant wurden (Schritt 1: *Plan*), danach folgt die Darstellung der durchgeführten bzw. umgesetzten Inszenierungsmaßnahmen (Schritt 2: *Do*) und deren im Zuge der Qualitativen Inhaltsanalyse identifizierten Ziele.

4.1.1 Planungsansätze, Inszenierungsthemen und -techniken

Während der Planungsphase des Rothaarsteigs entstanden eine Reihe von Aufsätzen von Experten, die unterschiedliche Möglichkeiten von Erlebnisinszenierung entlang und im Umfeld des neuen Fernwanderwegs thematisierten (vgl. u.a. Schober, 2001; Brämer, 2001). Diesen Planungsunterlagen zu Folge wurde der Rothaarsteig speziell auf die Bedürfnisse des „neuen Wanderpublikums“ (Brämer, 2001, S. 21) ausgerichtet, das „sich um den arrivierten Naturgenießer mittleren Alters gruppiert“ (ebd.).

„Dazu muss der Steig in besonderem Maße modernen Wandermotiven gerecht werden: Naturerlebnis und Naturerfahrung sowie Ruhe und Entspannung in schöner Landschaft.“ (Brämer 2001, S. 21)

Insofern sind die Ergebnisse der Experteninterviews und der Literaturexploration zum Rothaarsteig, also die in diesem Kapitel aufgeführten umgesetzten Inszenierungsmaßnahmen und deren Ziele, unter dem Aspekt zu betrachten, dass diese sich weitestgehend auf den oben genannten Typus des „neuen Wanderpublikums“ beziehen. Dennoch existieren daneben oder/und sich teilweise überschneidend weitere Motive, die von den befragten Planern und Betreibern bei den Wanderinnen und Wanderer ausgemacht wurden und in den vom Marketing des Rothaarsteigs veröffentlichten Broschüren und Reiseführern herauszulesen sind. Diese können wie folgt zusammengefasst werden:

⁴³ PDCA steht für *Plan* (Planen), *Do* (Durchführen), *Check* (Überprüfen), *Act* (Agieren, Handeln) (vgl. Weigert, 2004)

- Gesundheitsmotiv: die Steigerung des körperlichen und seelischen Wohlbefindens (vgl. Original ErlebnisWanderführer Rothaarsteig, 2005),
- Motiv Bewegungslust: ein allgemeines Bewegungsbedürfnis (vgl. Rothaarsteig Pauschalangebote 2008),
- Motiv Selbstbestätigung: die Bestätigung für und das gute Gefühl, eine bestimmte Wanderstrecke geschafft zu haben (vgl. Brämer, 2008a),
- Motiv Abstand und Ruhe vom Alltag: bewusst allein unterwegs zu sein (vgl. Brämer, 2001; Schmidt und Hansen, 2008),
- soziales Motiv: zusammen mit anderen unterwegs zu sein und gemeinsam die Natur erleben und zusammenrücken (Brämer, 2008a)

Rückblickend auf die Planung der Wegeführung des Rothaarsteigs merkt Brämer (2008a) an:

„Wir hatten erstens einen Kamm, wir hatten viel Wald, da oben waren kaum Ortschaften, Winterberg war schon ein Problem...von daher war die Hauptlinie nicht schwer zu finden. Und so schrecklich viele Gedanken haben wir uns da auch nicht gemacht.“ (Brämer, 2008a/ 24)

Dem Verlauf des Weges wurde demnach bei der Planung somit kaum Beachtung geschenkt. Umso mehr wurde der Schwerpunkt der Planungen auf die Entwicklung eines Erlebnisdesigns gelegt. Das Vorgehen bei der Planung des Rothaarsteigs und dem Entwurf der Erlebnisinszenierungsmaßnahmen orientierte sich an Erkenntnissen der Landschafts- und Naturpsychologie. Die Begründungen dafür liefert Brämer (2001):

„Wanderfreude und Naturgenuß gründen sich vor allem auf das Erlebnis einer schönen, naturnahen Landschaft. Was darunter zu verstehen ist, hat die Landschaftspsychologie in umfassenden Untersuchungen ermittelt. Danach gelten folgende Landschaftselemente und –eigenschaften weltweit als besonders attraktiv:

- viel Natur, wenig Zivilisation,
- offene, abwechslungsreiche Szenarien,
- sanftes Relief, weicher Boden,
- klare, geschwungene Konturen,
- große Räume, schöne Aussichten,
- schmale, gewundene Wege,
- Gewässer aller Art, vom plätschernden Bach bis zum idyllischen Teich,
- natürliche Stille, frische Luft“ (Brämer, 2001, S. 19)

Schober unterstützte die Entwicklung des Erlebnisdesigns des Rothaarsteigs mit konkreten von landschaftspsychologischen Prinzipien geprägten Entwürfen für Erlebnisstationen (vgl. Schober, 2001).

An anderer Stelle betont Brämer die Notwendigkeit der Ausrichtung des Rothaarsteigkonzepts auf Natur- und Landschaftserlebnisse, weil sie die Basis von Wohlfühlen und erlebter Schönheit darstellen.

„In der Natur wird das Wohlfühl sicherer Geborgenheit in erster Linie durch eine offene, abwechslungsreiche Landschaft vermittelt, die unseren Vorfahren das Empfinden von existenzieller Sicherheit vermittelte und uns nunmehr als ‚schön‘ erscheint, ohne dass wir und noch über die Ursachen dieses angenehmen Gefühls klar sind. Von daher muss der Rothaarsteig also in jedem Fall schöne Landschaftseindrücke vermitteln, seine Wegeführung ist unter landschaftsästhetischen Gesichtspunkten zu optimieren.[...]“ (Brämer, 2001, S. 25)

Er hebt zudem hervor, dass zusätzlich zu dieser Präsentation einer schönen, variatonsreichen Landschaft Elemente „des Neuen, Fremden, selten oder nie Gesehenen“ (ebd. S. 32) inszeniert werden müssen, um die Neugier der Wandernden zu wecken und den für die Entstehung von Erlebnissen wichtigen Faktor der Überraschung zu stärken. Er formuliert Vorschläge für Elemente einer Erlebnisinszenierung des Rothaarsteigs, die insbesondere dort, wo „der Weg als solcher Schwächen zeigt“ (ebd. S. 33) eingefügt werden können, um die Dramaturgie des Weges zu tragen, den Erlebnisdrang der Steigwanderer zu befriedigen und neue Gelegenheitswanderer auf den Steig zu locken.

Speziell auf die örtlichen Gegebenheiten am Rothaarsteig abzielende geplante Maßnahmen der Erlebnisinszenierung sind nach Brämer (2001):

- Anlage und Ausweitung von Aussichten, Lichtungen, Waldwiesen und Heiden,
- Zugänge zu alten Pfaden, Handelsstraßen und Hohlwegen,
- Anlage von Abenteuerpfaden mit Barfußstrecken, Furten, Brücken, Kletterpassagen, Balancierstrecken, Rutschen, Urwaldumgebung usw.,
- Gestaltung von Quellen als Erlebnis von Ursprünglichkeit und Möglichkeit für Kostproben,
- Anpflanzungen und Betonung von ausgefallenen aber heimischen Baumarten,
- Baumveteranen und Felskulissen vorsichtig freistellen,
- heimische Frühblüher an gegebenen Standorten einsetzen,
- natürliche Attraktionen zugänglich machen: Felsen, Schluchten, Tümpel, Höhlen, Stollen, Steinbrüche,
- Tiere in Freigattern am Wege entdecken lassen,
- Wiederentdeckung von natürlichen Ruhe-Plätzen im Wald und Aufwertung zu genussvollen Plätzen des Ausruhens aufwerten. ggf. durch vorsichtigen Einsatz von interaktiven Erlebniselementen im Sinne von Naturspielplätzen,
- Wiederbelegung alter Forsttraditionen,
- vorhandene Kulturdenkmäler am Weg präparieren; Geschichte mit Geschichten verbinden,
- Wiederbelegung heimischen Wanderbrauchtums in Kleidung und Veranstaltungen,
- Angebote heimischer Küche als zentrales Brauchtumselement ermöglichen,
- Installation natürlicher Klangkörper.

Mit Hilfe solcher Maßnahmen sei die Möglichkeit gegeben, eine „Vorauskomposition von Wandererlebnissen“ (Brämer, 2001, S. 30) durchzuführen, die für eine nachhaltige Attraktivität des Rothaarsteigs notwendig ist. Gleichzeitig warnt Brämer aber auch vor übertriebenen und von den Nutzerinnen und Nutzern schnell als solche zu erkennenden Inszenierungsmaßnahmen:

„...eine solche Inszenierung darf nicht aufgesetzt wirken, wir dürfen sie dem Gast nicht aufdrängen noch ihn in irgendeiner Weise pädagogisieren. Sie muss sozusagen aus der Natur selbst herauswachsen und das Gefühl des Authentischen vermitteln. Daher ist Fingerspitzengefühl und Zurückhaltung gefragt, man wird in der Regel nur vorhandene Attraktionen bewusster präsentieren, durch naheliegende Naturelemente ergänzen und das Ganze in einen gewissen dramaturgischen Zusammenhang bringen können. [...]“ (Brämer 2001, S. 30)

Zudem war und ist die Inszenierung dadurch begrenzt, dass aufgrund von Besitzverhältnissen, nicht vorhandenen Nutzungsrechten oder ausgewiesenen Schutzgebieten und Ruhezeiten einige Orte und Bereiche für die Nutzung als Wanderweg oder zugehörige Attraktionen von vornherein ausscheiden (vgl. Brämer, 2008a).

Aus den Experteninterviews und den vorliegenden Quellen zum Rothaarsteig lassen sich die folgenden am Rothaarsteig angewendeten Inszenierungs-Techniken ableiten:

- Storytelling: an Erlebnisstationen und Themenpfaden werden mit dem Rothaarsteig bzw. den angrenzenden Orten verbundene Geschichten erzählt. Diese Erlebniselemente fungieren in Form von Einstiegshilfen, die den Wanderinnen und Wanderern Möglichkeiten bieten, sich auf übergeordnete Themen einzulassen.
- Theming:
 - die Themen „Natur“, „Landschaft“, „Wald“ und „Wasser“ sind durchgehend vordergründig erkennbar,
 - weiterhin sind Themen wie „Kultur“, „Geschichte“, „Brauchtum“, wichtige Bestandteile der Inszenierung.
- Dramaturgie: mit Hilfe der Erlebniselemente und deren Verbindung untereinander (z.B. am Wald-Skulpturenweg, die Folge der Quellen oder der Reihe von Aussichtsplattformen) wird eine fortlaufende Dramaturgie des Rothaarsteigs inszeniert.

Für die Inszenierung der oben genannten Themen wurden u.a. mit Hilfe dieser Techniken eine Reihe von Erlebnisstationen, Themenwege und weitere Inszenierungen geplant. Die Umsetzung der Inszenierungsmaßnahmen und deren Ziele werden im Folgenden als Ergebnisse der durchgeführten Analysen dargestellt.

4.1.2 Umgesetzte Maßnahmen und Ziele der Erlebnisinszenierung

Dieser Abschnitt der Ergebnisdarstellung, der sich am zweiten Schritt des PDCA-Zyklus (*Do*) orientiert, strukturiert die bis zum Zeitpunkt der Datenaufnahme (Stand August 2008) umgesetzten infrastrukturellen und personengebundenen Erlebnisinszenierungsmaßnahmen. Ebenso erfolgt eine Darstellung der mit der Erlebnisinszenierung am Rothaarsteig verbundenen Ziele.

Die im Analyseprozess vollzogene Codierung des bearbeiteten Textmaterials und die nachfolgende Kategorisierung der vergebenen Codes werden als Liste der Codes (Codesystem) in Abbildung 4-1 verkürzt dargestellt.

Code	Anzahl
Codesystem	1035
Wanderermotive, Zielgruppen	11
Planung Erlebnisinszenierung	20
Inszenierungs-Techniken	3
infrastrukturelle Inszenierungsmaßnahmen	0
Wegführung / Beschaffenheit	24
(Aus-)Bau von Erlebnis-Infrastruktur	4
personengebundene Erlebnisinszenierung	6
Ranger	8
andere	1
Ziele: positive Erlebnisse	1
Wandermarke Rothaarsteig	3
Weg der Sinne	9
einmaliges Wandererlebnis	3
Natur	49
Ästhetik	1
Schutzgebiete	3
Flora	2
Fauna	6
Natur erleben	15
Vielfalt, Abwechslung	7
geheimnisvoll	2
Wiesen	7
Felsen	6
frische Luft (freies Atmen)	6
Wald	23
Wasser	21
Aussicht	39
Landschaft	38
Kultur/Geschichte	30
Ruhe (Stille)	17
Erholung/Seele baumeln lassen	8
Abgeschiedenheit	4
Gegenwelt/Abwechslung vom Alltag	12
Erleben mit allen Sinnen	9
Grenzlage (Kammlage)	5

Abbildung 4-1: Erlebnisinszenierung Rothaarsteig - Liste der vergebenen Codes und Zuordnung zu Kategorien (eigene Darstellung/ MaxQDA)

Die durch die Codierung und Strukturierung des Datenmaterials entstandenen Kategorien „infrastrukturelle Erlebnisinszenierungsmaßnahmen“, „personengebundene Erlebnisinszenierung“ und „Ziele: positive Erlebnisse“ sollen nun jeweils im Detail dargestellt und dazu thematisch geordnete Beispiele für codierte Textstellen wiedergegeben werden.

Infrastrukturelle Erlebnisinszenierungsmaßnahmen

Die während der Planungsphase und nach der Eröffnung entworfenen und weitestgehend umgesetzten Inszenierungsmaßnahmen sind in Abbildung 4-3 zusammengefasst.

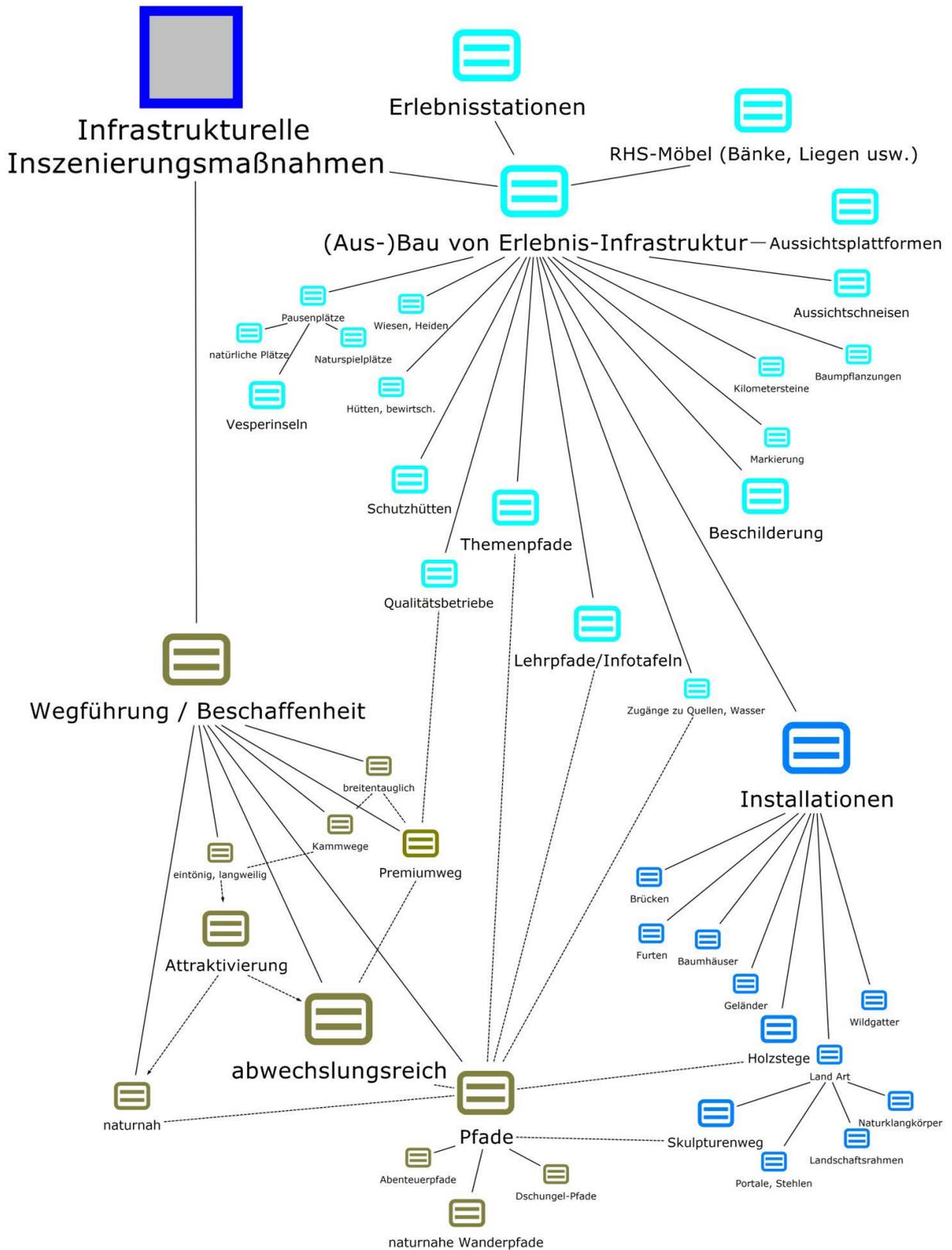


Abbildung 4-2: Infrastrukturelle Inszenierungsmaßnahmen am Rothaarsteig (eigene Darstellung / MaxMaps)

Vor allem der Bau bzw. der Ausbau von Infrastruktur, die die Atmosphäre für Erlebnisse positiv beeinflusst und die dafür notwendigen Installationen wie z.B. Brücken, Geländer, Holzstege, Themenwege oder auch Skulpturen und andere Land-Art-Objekte (vgl. Abb. 4-2) werden als Bestandteile von Erlebnisinszenierung am Rothaarsteig genannt⁴⁴:

„Neben zahlreichen Aussichtspunkten und einer Vielzahl naturnaher Pfade führt Sie der Rothaarsteig zu einer Fülle naturkundlich, kulturell und historisch interessanter Anlaufpunkte. Außerdem bereichern erlebnispädagogisch gestaltete Stationen Ihre Tour und vielleicht auch Ihr Wissen. Freuen Sie sich auf ungewohnt pfiifige Aufbereitungen der Naturthemen Wald und Wasser und interessante Details zur wechselvollen Geschichte der Region. [...] Informationstafeln an besonderen Stellen berichten hierüber, aber auch über die wirtschaftliche Entwicklung [...].“ (Rothaarsteigverein e.V., o.J., S. 13)

Zur Erlebnisinfrastruktur zählen in erster Linie die Erlebnisstationen und das eigens für den Rothaarsteig entworfene Mobiliar (Waldliegen, Bänke, Waldschaukeln; vgl. Abb. 4-4) zu dem auch die Vesperinseln als ein Beispiel für inszenierte Pausenplätze gehören.

„Rasten Sie auf den speziell für den Rothaarsteig entworfenen Ruhebänken, Waldliegen und Waldsofas und stärken Sie sich an den neu entworfenen Vesperinseln.“ (Rothaarsteig, 2005, S.1)

„...natürliche Plätze im Wald wiederentdecken und zu Bereichen genussvollen Ausruhens aufwerten oder auch vorsichtig mit interaktiven Erlebniselementen im Sinne von Naturspielplätzen ausstatten...“ (Brämer, 2001, S. 33)



Abbildung 4-3: Ruhe-Bänke im Rothaarsteig-Design; Kappest, 2003

Um den Wanderinnen und Wanderern schöne Aussichten zu ermöglichen, wurden und werden im Zuge der Schaffung der Erlebnisinfrastruktur sowohl Aussichtsschneisen geschlagen bzw. Windwurfflächen oder Rodungen teilweise durch Anpachtung

⁴⁴ vgl. auch z.B. Knoche, 2008/ 21; Rothaarsteig, 2004, 0:00:37, 0:50:01; Rothaarsteigverein e.V., o.J., S. 7; Rothaarsteig e.V., 2008a, S. 4

bewusst erhalten, als auch eine Reihe von aufwendigen Aussichtsplattformen gebaut⁴⁵.

„Einen ganz besonderen Charakter und Rang könnte der neue Steig überdies durch [...] eine regelmäßige Folge von Aussichtsbergen und –türmen [...], die durch zahlreiche weitere Aussichtspunkte und –schneisen zu ergänzen wären [...] gewinnen.“ (Brämer, 2001, S. 8f.)

Auch die Wegführung bzw. der Wegverlauf und seine Beschaffenheit sind wichtige Bausteine, die positive Erlebnisse für die Wanderinnen und Wanderer bedingen sollen. Aufgrund der vorab festgelegten Wegführung auf dem Hauptkamm des Rothaargebirges waren viele Abschnitte des Weges bereits vor der Eröffnung des Rothaarsteigs in Form von Forstwegen vorhanden. Diese sind zwar vom Verlauf und der Oberflächenbeschaffenheit her breiten- bzw. massentauglich aber auch eintönig und schnell langweilig. Das Bestreben einer Inszenierung positiver Wandererlebnisse durch eine Steigerung der Attraktivität der Wegführung (z.B. die Hervorhebung von und die Erhöhung des Anteils naturnaher, abwechslungsreicher Pfade) ist aus vielen Äußerungen von Experten und Planern und auch aus der werbewirksamen Zertifizierung als „Premiumweg“ herauszulesen⁴⁶.

„Wir haben uns zum Ziel gesetzt, den Rothaarsteig auf möglichst naturnahen Pfaden abseits vieler land- und forstwirtschaftlicher Wege zu führen.“ (Rothaarsteig e.V., 2005, S. 14)

„...immer wieder Aussichten, möglichst abwechslungsreiches Waldbild und abwechslungsreiche Wegführung. Also das sind die Dinge, auf die wir uns konzentrieren. Und da ist ja das Zertifikat als Premiumweg vom Deutschen Wanderinstitut schon eine Messlatte, eine Orientierungshilfe...“ (Knoche, 2008/ 15)

„Eine Natur, die ich nicht erleben kann hat ja keinen Wert. [...] man muss sie heranzuführen, aber auch wieder wegführen. Und das muss eben in einer, ja als natürlich erlebten Wegführung, Wanderführung geschehen. Ich glaube, dann haben wir erreicht, was wir wollen, indem man sagt: `Das ist etwas Wertvolles.“ (Schmidt und Hansen, 2008/ 137)

Personengebundene Erlebnisinszenierung

Erlebnisinszenierung ist auf dem Rothaarsteig aber auch als personengebundene Erlebnisinszenierung vorhanden, also in Form der Förderung von Erlebnissen, die durch den Einsatz bzw. das Wirken von Personen entstehen sollen (vgl. Abb. 4-4).

Der Förderverein „Rothaarsteig Förderer und Freunde e.V.“, der mit Arbeitseinsätzen ebenso wie mit dem Sammeln von Spenden zur Erhaltung und Weiterentwicklung des Rothaarsteigs beiträgt, hat dies z.B. in seiner Satzung verankert:

„Zweck des Vereins ist die Förderung des Naturerlebnisses Rothaarsteig sowie des Naturschutzes und der Landschaftspflege.“ (Rothaarsteig Förderer und Freunde e.V., 2009a, o.S.)

⁴⁵ vgl. auch Brämer 2001, S. 22; Brämer, 2008/ 89; Knoche 2008/ 22; Rothaarsteig e.V. 2008b, S.3; Rothaarsteig Förderer und Freunde e.V., 2009b

⁴⁶ vgl. auch z.B. Brämer, 2001, S. 23; Knoche 2008/ 12, 44; Rothaarsteig e.V., 2004, 0:00:37, 0:57:40, 1:17:47

Neben diesen Tätigkeiten von ehrenamtlichen Vereinsmitgliedern soll vor allem durch den Einsatz der Rothaarsteigranger, aber auch durch das Engagement von Gastwirten und Pensionsbetreiberinnen der Qualitätsbetriebe, durch Führungen von Reiseveranstaltern und der lokalen Touristik- und Verkehrsvereine den Gästen am Rothaarsteig zu positiven Erlebnissen verholfen werden. Ziel ist eine langjährige Bindung der Gäste und die Gewinnung neuer Kundinnen und Kunden durch Werbemaßnahmen.

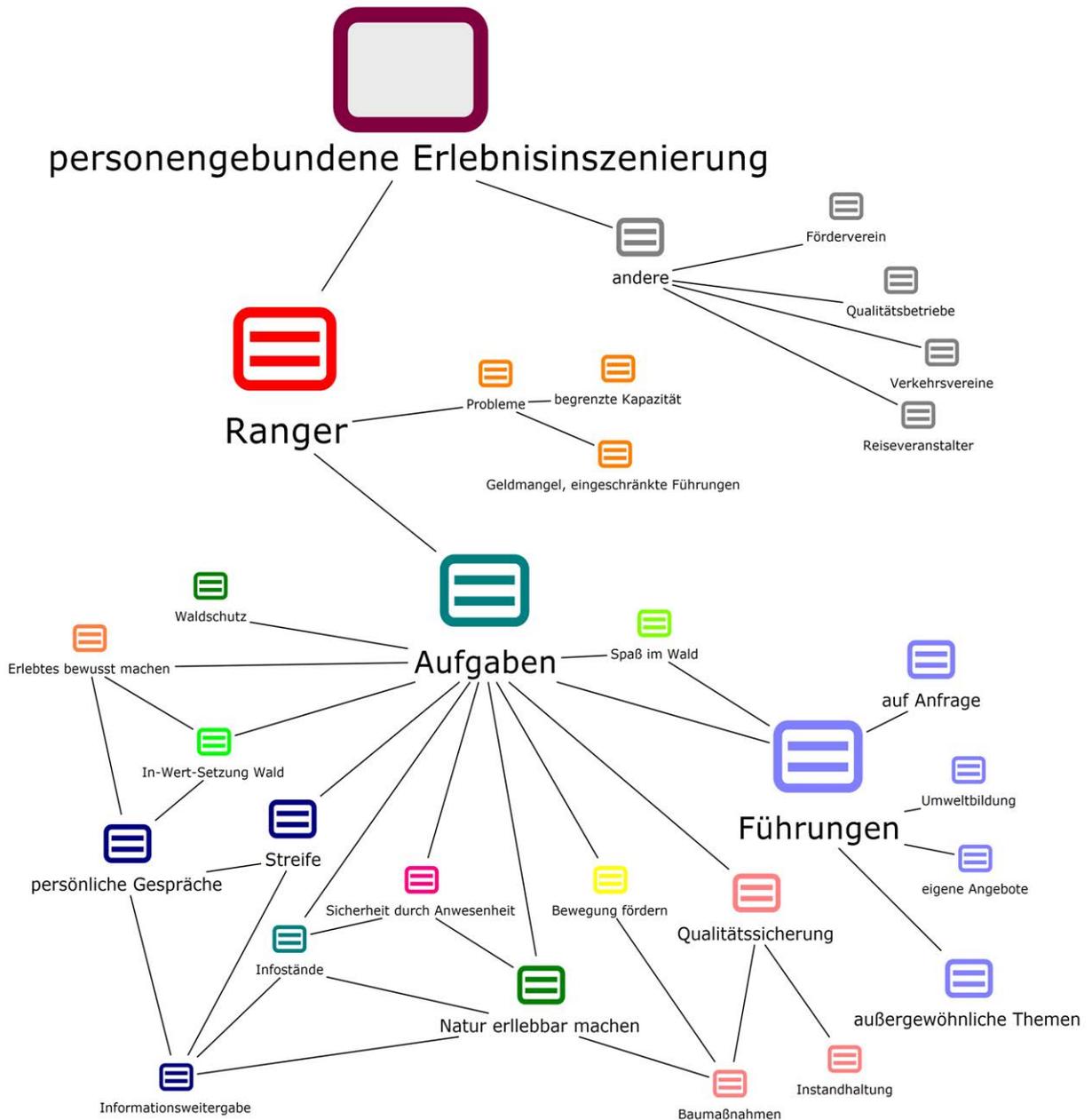


Abbildung 4-4: Personengebundene Erlebnisinszenierung (eigene Darstellung / MaxMaps)

Die bei der Forstverwaltung NRW angestellten Ranger⁴⁷ sollen die Natur und die Besonderheiten der Region erlebbar machen und den Gästen – insbesondere den Wanderinnen und Wanderern – zu einem positiven Gesamt-Erlebnis des Rothaarsteigs verhelfen. Sie stellen insofern, neben den unentbehrlichen Aufgaben wie z.B. der Wegesicherung, der Instandhaltung und des Neubaus von (Erlebnis-) Infrastruktur ein wichtiges Marketing-Instrument für den Rothaarsteig dar.

Knoche (2008) berichtet über die Rolle der Ranger des Rothaarsteigs:

„ [...] Man kann schon sagen, dass sie sich zu einer Art Imageträger am Rothaarsteig entwickelt haben und dass sie die Wertigkeit des Weges wirklich positiv beeinflussen.“ (Knoche, 2008/ 23)

Der Rothaarsteig-Ranger Hansen betont:

„...wir bringen dem Rothaarsteig einen Imagegewinn sicherlich, aber auch eine gewisse Sicherheit, darüber zu erfahren, wie es denn draußen am Steig aussieht. Denn das ist ja eine riesige Informationsflut, die da hin und her geht. Das könnte der Rothaarsteig so als Verein allein nicht leisten: Er kann nicht wissen, was an jeder Ecke passiert und die Ranger haben natürlich eine enorme Ortskenntnis mittlerweile.“ (Schmidt und Hansen, 2008/ 55)

Aus den Aufgaben der Rothaarsteigranger, wie sie in Abbildung 4-4 dargestellt sind, lässt sich die Begleitung von Erlebnissen bzw. die Formung einer Erlebnis-Atmosphäre durch den Einsatz der Ranger ableiten.

„Ein Stück heile Welt, auch dafür steht der Rothaarsteig. Nicht zuletzt dank der engagierten Arbeit der Rothaarsteig-Ranger. Im Auftrag der Landesforstverwaltung kümmern Sie sich mit Herz und Verstand um den Schutz des Waldes und seiner Bewohner. Sie pflegen die Wege und die Waldmöbel. Sie beantworten Fragen und führen Gruppen auf spannend informativen Walderlebniswanderungen. Gratis für Kindergärten und Schulklassen!“ (Rothaarsteigverein e.V., o.J., S. 6)

Vor allem durch die meist auf Anfrage durchgeführten Führungen haben die Ranger die Möglichkeit, den Teilnehmerinnen und Teilnehmern Naturerlebnisse zu ermöglichen.

Erlebnisse sollen den Besucherinnen und Besuchern aber auch und vor allem durch das Wirken der Ranger beim Bau und der Instandhaltung von z.B. Lehrpfaden, Erlebnisstationen und Holzstegen ermöglicht werden. Auf diese Weise leisten die Ranger einen wichtigen Beitrag zur Qualitätssicherung:

„...ein ganz wichtiger Aspekt für die Wanderer oder die Besucher des Waldes ist, dass das was man vorfindet in einem guten Zustand vorfindet. Ja es gibt viele Wanderwege, es gibt viele Lehrpfade, die sind von Anfang an gut ausgeschildert, die sind gut bestückt mit Mobiliar und und und, so, aber es wird nicht gepflegt. So, wenn das nicht gepflegt wird, dann hat keiner mehr Spaß daran...“ (Schmidt und Hansen, 2008/ 62)

„Also, unsere Erfahrung ist, dass wir den Weg wirklich erlebbar machen müssen. Das heißt also, es reicht nicht, einen Weg zu haben, der für den Besucher nicht identifizierbar ist. [...] deshalb ist unser Bemühen, den Wald, die Strecke zu

⁴⁷ bisher ausschließlich Männer

strukturieren. Das geht am Besten über Sprache, über Namen, indem wir also versuchen, möglichst vielen Orten individuelle Namen zu geben und auch versuchen, da besondere Erlebnisse damit zu verknüpfen. Das kann eine Geschichte sein, das kann eine Erlebnisstation sein, das kann ein toller Ausblick sein... Das ist sehr vielfältig, aber diese Dinge müssen nacherzählbar und erlebbar, in dem Sinne gemacht werden. [...] das ist eine ganz wichtige Aufgabe, diesen Weg durch Erlebnisse unterschiedlicher Art zu strukturieren. Es war, mir zumindest, am Anfang so nicht klar. Aber das ist eine Erfahrung, die wir gemacht haben und das hat dazu geführt, dass es diese - wie ich finde - hervorragende Beschilderung gibt, dass es aber auch immer wieder diese Stationen gibt mit diesen unterschiedlichen Eindrücken, die man da vermitteln kann.“ (Schmidt und Hansen, 2008/ 128)

Zusätzlich sollen den Wanderinnen und Wanderern durch die persönlichen Gespräche mit Rangern, die auf dem Rothaarsteig unterwegs sind, ihre Erlebnisse während einer Wanderung bewusst gemacht werden (vgl. auch Knoche, 2008/ 22).

„...das Interessanteste ist eigentlich, wenn man Leute trifft, die irgendwo Pause machen. Ob das an so einer Vesperinsel ist oder auf einer normalen Bank oder auf einem Baumstumpfen oder wie auch immer, im Gras. Da sitzt eine Gruppe und die sieht man dann und geht drauf zu und gesellt sich dazu. Stellt sich vor und fragt irgendwie so, was sie erlebt haben, wo sie herkommen und wie viele Tage sie noch unterwegs sind. Und daraus entstehen immer ganz ganz lustige Sachen. Erst mal ist da immer so ein bisschen Distanz, da kommt jemand Fremdes, was will der jetzt von uns vielleicht. Gut, die Dienstkleidung macht schon ein bisschen was aus[...]. Aber die finden das ganz angenehm für sich, so den Tag auch ein bisschen gestaltet zu haben. Sich mit jemandem unterhalten zu haben, der so ein bisschen was erzählen kann.“ (Schmidt und Hansen, 2008/ 115)

Die dauerhafte Anwesenheit der Ranger auf dem Steig, die zu solchen zufälligen Treffen mit Rangern führt, soll ebenso wie deren Präsenz an einigen Informationsständen (z.B. am Kyrill-Pfad) den Wanderinnen und Wanderern ein Gefühl der Sicherheit vermitteln und so zu einer positiven Erlebnis-Atmosphäre beitragen.

„Dieses subjektive Gefühl der Sicherheit. Also: es gibt hier Leute, die für Sicherheit sorgen. Deutlich wurde das beim Sturm, also nach dem Kyrill, wo ihr ja nun mehr als gefragt ward, aber es ist auch immer so dieses Gefühl: `der ist irgendwie beobachtet, dieser Wanderweg´. Also den haben Leute gelaufen, die wissen wenn es für mich gefährlich werden könnte [...]“ (Schmidt und Hansen, 2008/ 61)

Nicht zuletzt gehört es zu den Aufgaben der Ranger, durch vielfältige Bewegungsangebote den Wanderinnen und Wanderern schöne Erlebnisse zu ermöglichen. Es geht also bei ihren Einsätzen nicht nur um das Wandern:

„...wenn man dann anfängt, sich mit Bewegung und Kindern und Entwicklung zu beschäftigen, dann stellt man relativ schnell fest: es ist nicht nur das Rückwärtsgehen, was fehlt, sondern es gibt viele natürliche Bewegungsabläufe, die geraden jungen Menschen, die aus städtischen Verhältnissen kommen aber eben zunehmend auch aus ländlichen Raum kommen, fremd sind. Sie fallen auch regelmäßig hin, wenn man mit denen durch den Wald geht. Also, es gibt offensichtlich da eine nicht vorhandene Sensorik, auch in den Füßen. Also, der Bewegungsablauf ist einfach nicht da, auf unebene Böden zu laufen[...] Das ist so ein Punkt gewesen, den wir teilweise auch versucht haben, teilweise war es auch vorgegeben, auch am Kyrill-Pfad umzusetzen. Wir haben sehr unterschiedliche Klettermöglichkeiten versucht, zu wählen. Balancierstrecken, natürlich immer den Aspekt der Sicherheit mit, unterschiedliche Höhen, Lücken. [...] Also, ich glaube,

dass das eine Sache ist, die wir fördern müssen, Menschen da zu besonderen Bewegungen anzuregen, weil das auch als Spaß erlebt wird. Diese Bewegung irgendwann, ohne dass sie es wirklich wissen, warum. Also, man erlebt am Kyrill-Pfad manche Kinder, die in so einen richtigen Rausch fast reinkommen: 'Den laufe ich jetzt nochmal!' Die können schon die Beine nicht mehr richtig heben, aber so ein Flash bekommen die da irgendwie[...] Und es wird ja auch mit Spaß von den Erwachsenen angenommen.'" (Schmidt und Hansen, 2008/ 227)

Eben solche positiven Erlebnisse, die bei den Gästen entstehen sollen zählen zu den wesentlichen Zielen der Erlebnisinszenierung, wie der folgende Abschnitt zeigt.

Ziele der Erlebnisinszenierung

Bereits zu Beginn der Planungen wurden klare Zielen der Erlebnisinszenierung formuliert, die zur Entwicklung des Rothaarsteigs als neues Qualitätsprodukt beitragen sollten:

„Das Ziel der Schaffung eines ‚Spitzenwanderweges‘ darf sich nicht nur auf die ‚Hardware‘ des Weges und seiner Ausstattung beschränken, sondern schließt auch die ‚Software‘ der optimalen Gestaltung von Wandererlebnissen ein. Denn das ‚Produkt‘, das wir mit dem Rothaarsteig anbieten wollen, ist letztendlich die Rahmgestaltung eines vom Alltagsleben abweichenden Lebensabschnittes (‚Urlaub‘), in dem man sich besonders wohl bzw. glücklich fühlt. Auslöser solcher Glücksgefühle sollen in erster Linie positive Erlebnisse sein, die sich mit dem Erwandern des Rothaarsteigs verbinden. Diese Erlebnisse müssen möglichst an elementaren, tief in unserer Psyche verankerten Wahrnehmungs- und Reaktionsmustern ansetzen. Daher spielt der Bezug zur Natur eine zentrale Rolle, ist doch unsere Gattung entscheidend durch die Auseinandersetzung mit ihrer natürlichen Umwelt geprägt worden.“ (Brämer, 2001, S. 24f.)

Auch Dokumente, die bereits während des Betriebs des Rothaarsteigs entstanden (vgl. z.B. Kappest, 2003; Rothaarsteig e.V., 2005) und Veröffentlichungen über den Rothaarsteig (wie z.B. Informations- und Werbebroschüren, Websites, DVDs⁴⁸) dokumentieren diese zentrale Zielsetzung durch die häufige Thematisierung positiver Erlebnisse, die sich bei den Gästen einstellen sollen, wie beispielsweise „Naturerlebnisse“, „Ruhe und Erholung“, „Kultur und Geschichte“.

Schober (2001) formuliert als eines der Ziele seines Erlebnisdesigns „dem Besucher vielfältige Möglichkeiten bieten, sich auf etwas einzulassen (Einstiege), etwas zu erkunden, längere Zeit zu verweilen, innerlich zu wachsen“ (Schober, 2001, S. 1). Das Spektrum der von Planerinnen und Planern und dem Marketing des Rothaarsteigs angestrebten Ziele der umgesetzten Erlebnisinszenierungsmaßnahmen wird in Abbildung 4-5 zusammenfassend dargestellt.

⁴⁸ vgl. z.B. Rothaarsteig e.V. 2008b; Rothaarsteig e.V., 2005; Rothaarsteig, o.J.

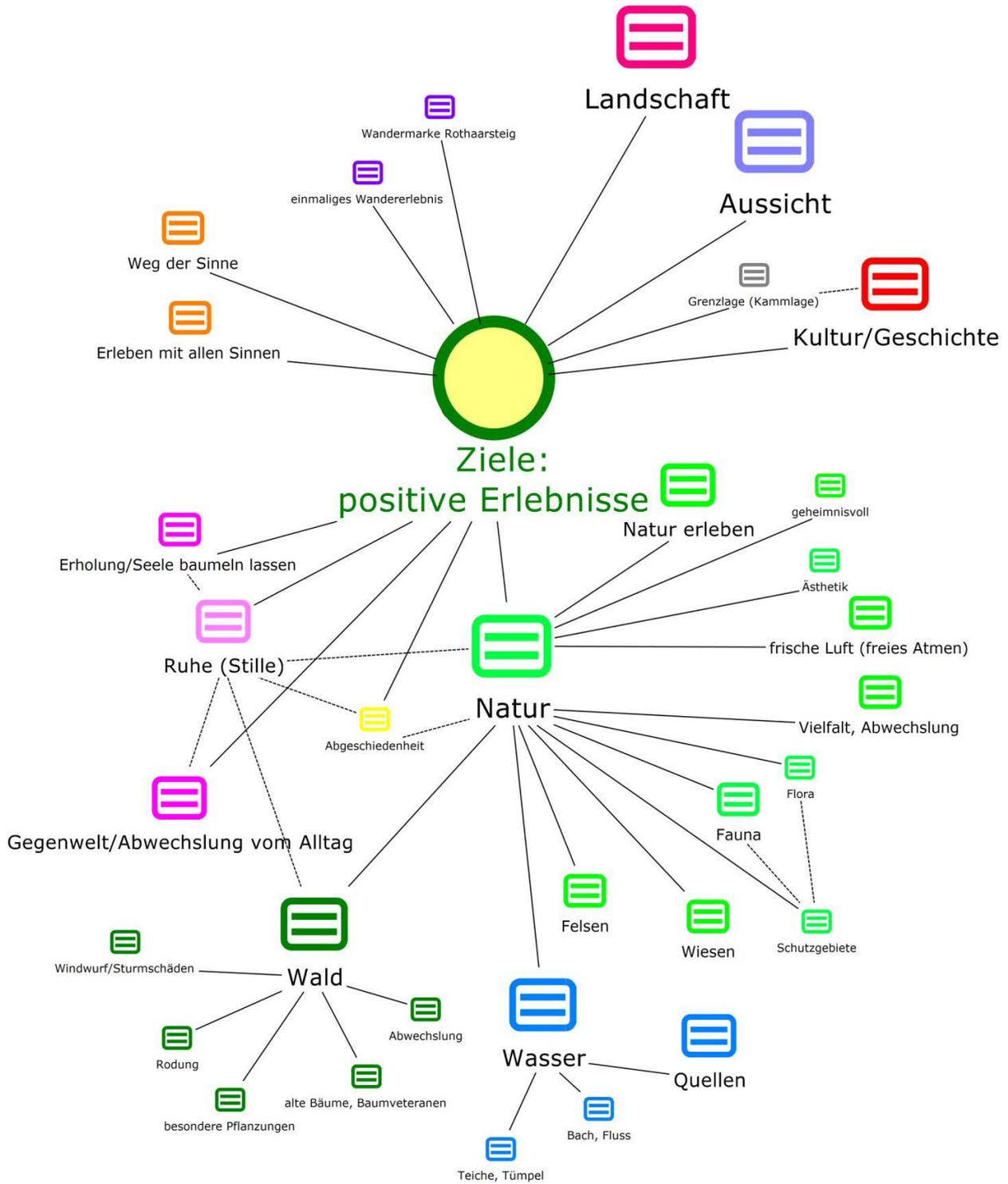


Abbildung 4-5: Ziele der Erlebnisinszenierung: positive Erlebnisse (eigene Darstellung / MaxMaps)

Im Folgenden werden diese erhofften positiven Erlebnisse mit Beispielen codierter Textsegmente benannt. Sie lassen sich zu den in der Abbildung 4-5 mit vergrößerten Symbolen⁴⁹ dargestellten (Sub-) Kategorien „Natur“, „Wald“, „Wasser“, „Aussicht“, „Landschaft“, „Erleben mit allen Sinnen“, „Kultur/Geschichte“, „Gegenwelt/Abwechslung vom Alltag“, „Erholung/ Seele baumeln lassen“ und „Ruhe (Stille)“ zuordnen.

Vor allem Naturerlebnisse sollen durch den intensiven Kontakt zur Natur während des Wanderns auf und am Rothaarsteig entstehen. Knoche benennt als zentrale Inhalte, die die Wandergäste auf dem Rothaarsteig vorfinden sollen:

„Das ist schon das Naturerleben, die Ruhe, die Gegenwelt zu dem, was die Meisten von uns im Alltag haben.“ (Knoche 2008/14)

Brämer (2001) hat während der Planung bereits auf die für die Erlebnisinszenierung bedeutende Rolle der Natur hingewiesen:

„Die naturnahe Landschaft muss der Kern des Rothaarsteigangebotes sein, hier sind mit Hilfe der Landschaftspsychologie alle Register zu ziehen und alle Vorzüge herauszustellen.“ (Brämer, 2001, S. 26)

Entsprechend des daraufhin bei der Entwicklung des Rothaarsteigs gewählten Hauptthemas („Natur“) werden facettenreiche Naturerlebnisse bei den Wanderinnen und Wanderern erwartet⁵⁰:

„Erleben Sie Natur pur, genießen Sie das Wandern mit allen Sinnen, lassen Sie ihre Seele baumeln und gönnen Sie sich eine besondere Abwechslung vom Alltag. [...] Konzipiert nach landschaftspsychologischen Gesichtspunkten bietet der Rothaarsteig ‚Natur pur‘ auf Schritt und Tritt.“ (Rothaarsteig e.V., 2005, S.1)

Auf die Themenbereiche „Wald“ und „Wasser“ wurde während der Planungen und der Umsetzung für die Streckenführung und bei der Erlebnisinszenierung am Rothaarsteig besonderer Wert gelegt (vgl. Brämer, 2001).

„Neben einer ausgesucht schönen Landschaft erhalten als weitere Naturthemen Wald und Wasser durch erlebnispädagogisch gestaltete forstliche Präsentationen und die Einbeziehung zahlreicher prominenter Quellstandorte (Ruhr, Lenne, Eder, Sieg, Lahn,...) eine vorrangige Bedeutung.“ (Brämer, 2001, S. 22)

In den Informationsbroschüren und Reisebeschreibungen zum Rothaarsteig werden Wald und Wasser bzw. Quellen deshalb als besonders erlebenswert und erlebnisreich hervorgehoben⁵¹:

⁴⁹ In den mit dem MaxQDA-Tool „MaxMaps“ erzeugten Grafiken lassen sich Symbole und Schriftgrößen in bis zu sechs unterschiedlichen Größen darstellen. Obwohl es bei der Qualitativen Inhaltsanalyse nicht um Quantifizierung der Ergebnisse geht, werden die Informationen über die Häufigkeit der mit einem Code codierten Textstellen in den Grafiken indirekt dargestellt, um die Gewichtung der Ergebnisse zu ermöglichen. Die dargestellte Größe ist direkt von der Anzahl der zugehörigen Codings (codierten Textsegmente) abhängig (siehe Legende im Anhang).

⁵⁰ vgl. auch z.B. Rothaarsteig e.V. 2008a, S.3; Rothaarsteig e.V., 2005, S.14; Brämer 2001, S. 20; Rothaarsteigverein e.V. o.J., S. 2ff.

⁵¹ vgl. auch z.B. Kappeest, 2003, S. 13; Ferien Service Schmallenberger Sauerland 2008, S.4; Rothaarsteigverein e.V., o.J., S.2, S.11

„Der Rothaarsteig bietet unvergessliche Erlebnisse - Natürlich kommt der Erlebnischarakter auch nicht zu kurz. Aber Natur erleben ist die eine Sache, sie zu verstehen eine andere. An zahlreichen Punkten auf dem Rothaarsteig sind Informationstafeln und Erlebnisstationen installiert, die den Wanderer mit den vielfältigen Naturräumen vertraut machen möchten. Besondere Bedeutung haben dabei die Themen Wald und Wasser. (Rothaarsteig e.V., 2008a, S. 4)

Dabei stellen die Erlebnisse, auf deren Entstehung die Inszenierungsmaßnahmen abzielen, Kontrastqualitäten zum Alltag dar: In der Natur sollen Rothaarsteig-Wanderinnen und -Wanderer die Ruhe und Stille erleben und in der Abgeschiedenheit während des Wanderns fernab der Zivilisation eine Abwechslung vom Alltag erleben und ihre „Seele baumeln lassen“ können⁵².

„Hör mal... Natürlich ist es. Unüberhörbar lautlos. Der Alltag scheint wie ausgeblendet. Du beginnst zu hören. Ganz langsam. Das Rauschen, ein Krächzen, das Summen der Bienen in wiegenden Feldern, durch die der Wind streift. Dein Herz schlägt laut. Aufgeregt hältst du inne.“ (Imagebroschüre: Der Weg der Sinne, Rothaarsteig e.V., o.J., S. 7)

Ein zweiter Schwerpunkt der erhofften Erlebnisse ist die Aussicht in die Landschaft von zahlreichen Aussichtspunkten entlang des Steigs. Diese Erlebnisse sollen sich vor allem durch die unterstützende Inszenierung in Form von Aussichtsplattformen und speziell platzierten Rothaarsteig-Möbeln einstellen⁵³:

„Nicht nur eine abwechslungsreiche Wegeführung und immer wieder atemberaubende Ausblicke in die Landschaft machen den Rothaarsteig so beliebt, sondern auch seine Ausstattung im eigenen Design. [...] Mit den Ruhebänken, Waldliegen, Waldsofas, Waldschaukel und den Vesperinseln soll nicht nur die Aufenthaltsqualität im Wald erhöht, sondern auch die Natur und Landschaft auf eine besondere Art erlebbar gemacht werden.“ (Rothaarsteig e.V., 2008a, S.4)

„Genießen Sie die natürliche Stille auf dem Kamm des Rothaargebirges, erleben Sie die unvergleichlichen Aussichten in eine herrliche Waldgebirgslandschaft und steigern Sie so ihr körperliches und geistiges Wohlbefinden.“ (Rothaarsteig e.V., 2005, S. 1)

In dieser Landschaft zeugen viele Bauwerke und Kulturdenkmäler von einer wechselvollen Geschichte und den heimischen Bräuchen im Rothaargebirge. Diese sollen, entsprechend inszeniert, zu Erlebnissen verhelfen⁵⁴:

„Der nächste Höhepunkt lässt nicht lange auf sich warten. Nach einem kurzen Aufstieg stoßen wir auf dem Borberg auf eine frühmittelalterliche Ringwallanlage, deren früheste Ursprünge wahrscheinlich aus der Zeit um Christi-Geburt stammen. Informationstafeln weisen darauf hin, dass das Gebiet (...) als Borbergs Kirchhof bezeichnet wird.“ (Rothaarsteig e.V., 2004, 0:07:15)

Der vom Marketing des Rothaarsteigs so bezeichnete „Weg der Sinne“ (vgl. Imagebroschüre) soll mit allen Sinnen erlebt werden. Der Rothaarsteig soll „ein unverwechselbares Wandererlebnis“ (Rothaarsteig e.V., 2004, 0:00:23) bieten⁵⁵:

52 vgl. auch z.B. Knoche, 2008/13 bzw. 18; Rothaarsteig e.V., 2005, S.1; Rothaarsteigverein e.V., o.J., S. 7

53 vgl. auch z.B. Rothaarsteig e.V., 2004, 0:03:54; Rothaarsteig e.V., 2005, S. 4

54 vgl. auch z.B. Knoche, 2008/ 22; Rothaarsteig e.V., o.J., S. 13; Rothaarsteig e.V. 2008b, S.3

55 vgl. auch z.B. Knoche, 2008/ 21; Rothaarsteig e.V. o.J., S. 2

„Lieber Wandergast! Mit allen Sinnen die Natur genießen. Was im Alltag immer seltener möglich ist, bietet der Rothaarsteig 154km lang. [...] Lassen Sie den Blick schweifen, öffnen Sie sich den Geräuschen und Gerüchen des Waldes und erleben Sie die Sinnlichkeit einer einzigartigen Landschaft.“ (Ferien Service Schmallenberger Sauerland, 2008, S.4)

Ein weiteres Ziel der Erlebnisinszenierung ist es, die Marke „Rothaarsteig“ selbst erlebbar zu machen. Ob mittels Imagebroschüren, mit den speziell designten Rothaarsteig-Möbeln, dem Rothaarsteig „ErlebnisWanderführer“, der Ausschnitte von Wanderkarten mit Informationen zu potentiellen Erlebnissen und Attraktionen entlang des Weges im praktischen Taschenformat vereint, ob über das Abstempeln eines Wanderpasses und anschließendem Erhalt einer Urkunde, mit einer angedachten Mitgliedskarte für einen (bis heute in der Form nicht vorhandenen) Rothaarsteig-Club oder dem Tragen von Kleidungsstücken und anderen Merchandise-Produkten – der Rothaarsteig soll – so hoffen die Planer, Betreiber und das Marketing - möglichst als Gesamt-Erlebnis bei den Wanderinnen und Wanderern haften bleiben.

„Die erhofften Erlebnisse der Wanderer sollen somit gewissermaßen durch die Gestaltung mit den sog. Wald-Möbeln und anderen sog. Erlebnisstationen gezielt entstehen.“ (Kappest, 2003, S. 13)

„Nicht nur eine abwechslungsreiche Wegeföhrung und immer wieder atemberaubende Ausblicke in die Landschaft machen den Rothaarsteig so beliebt, sondern auch seine Ausstattung in eigenem Design. Ein Kreativ-Team entwickelte eine durchgehende Design-Linie und somit das besondere Erscheinungsbild der Original Rothaarsteig-Waldmöbel. [...] Selbst die Schutzhütten mit ihrem geschwungenen Dach sind unverkennbar Rothaarsteig-Design.“ (Rothaarsteig e.V., 2008c, o.S.)

„Sicherheit heißt auch, Rothaarsteigwanderern eine Identität geben [...]: Rothaarklub, Member-Card mit Service-Angeboten und Vorteilen auf dem gesamten Wandermarkt, spezielle Begegnungsregeln, besondere Kleidungsmerkmale...“ (Brämer, 2001, S. 28)

„Der Wanderpass - also wir haben so einen Pass herausgegeben, den die Leute abstempeln lassen können und dann hinterher, wenn sie den Steig erwandert haben, bekommen sie von uns eine Urkunde. Das ist für mich überraschend, weil es doch viele Leute gibt, die das doch offensichtlich irgendwie dokumentieren wollen. Dass sie gewandert sind, dass sie diese Leistung erbracht haben und dann diesen Pass auch fleißig mitnehmen und sich abstempeln lassen.“ (Knoche, 2008/ 57)

Im Zuge dieser systemischen Erfassung konnte eine bisher in der dieser Form nicht vorhandene Strukturierung der Erlebnisinszenierungsmaßnahmen des Rothaarsteigs erfolgen. Der PDCA-Zyklus im Qualitätsmanagement sieht als dritten Schritt (*Check*) die Überprüfung des Grades der Zielerreichung der formulierten Ziele vor. Um feststellen zu können, mit welcher Effektivität diese Maßnahmen in der Praxis zur Wirkung kommen, wird im Zuge der Diskussion in Kap. 5.1 ein direkter Vergleich der in diesem Abschnitt benannten geplanten Ziele mit den im nächsten Abschnitt dargestellten erfassten Erlebnisse der der Stichprobe zugehörigen Mehrtageswanderinnen und –wanderer durchgeführt.

4.2 Erlebnisse von Rothaarsteigwanderinnen und -wanderern

Mit Hilfe der in Kap. 3 erläuterten Methodik wurden Erlebnisse der an der Untersuchung teilnehmenden 31 Wanderinnen und Wanderer erfasst. Nachfolgend werden die Ergebnisse der mit MaxQDA durchgeführten Qualitativen Inhaltsanalyse mit Daten aus zwölf Foto-Gruppen-Interviews⁵⁶ und 29 Foto-Erlebnis-Tagebüchern⁵⁷ dargestellt.

Die in MaxQDA importierten Texte wurden zunächst nach der Vorgehensweise der Grounded Theory offen codiert, bevor in einem zweiten und dritten Durchgang das selektive und axiale Codieren folgte. Zum Ende der Analysephase wurde das entstehende Kategoriensystem verfeinert, d.h. z.B. dass zwei Codes, die einen sehr ähnlichen Inhalt beschrieben oder an ein und derselben Textsequenz vergeben worden waren, entweder zu einem Code mit übergeordneter Bedeutung zusammengeführt wurden oder der schwächere Code durch den aussagekräftigeren ersetzt wurde. In dieser Phase wurden auch treffende übergeordnete Kategorien benannt, denen teilweise Sub-Kategorien und die dazu gehörigen Codes in der Liste der Codes zu- bzw. untergeordnet wurden. In dem auf diese Weise entstandenen Kategoriensystem wurden alle erfassten Erlebnisse der an der Untersuchung teilnehmenden Wanderinnen und Wanderern auf dem Rothaarsteig systematisiert. Dargestellt wird das Kategoriensystem hier in Form des in MaxQDA erzeugten Codebaums (vgl. Abb. 4-6).

Code	Anzahl
Codesystem	4297
Produkt Rothaarsteig	0
Marketing	14
Inszenierung	49
Ausstattung, Inszenierungsmaßnahmen	0
Natur	7
Landschaft	0
Aussicht	0
Ruhe	15
Kultur/Geschichte	56
Zivilisation	0
Sinneserlebnisse	2
Körpererlebnisse	0
Gefühlerlebnisse	0
psychische Erlebnisse	0
Sozialerlebnisse	2
Wetter	55
Stimmungen	1
Zeiterlebnisse	1

Abbildung 4-6: Erfasste Erlebnisse – Bildung von Erlebniskategorien (eigene Darstellung /MaxQDA)

⁵⁶ Davon fanden zwei Interviews mit Einzelpersonen statt. Diese sind in der Folge nicht mit FGI, sondern FI gekennzeichnet.

⁵⁷ Ein Proband hat lediglich Fotos ohne Tagebucheintragungen eingereicht.

4.2.1 Erlebniskategorien

Die im Prozess der qualitativen Inhaltsanalyse mit Codes gekennzeichneten Erlebnisse wurden zu insgesamt fünfzehn in der Abbildung 4-6 dargestellten Kategorien zugeordnet. Graphisch dargestellt wird dieses Kategoriensystem der erfassten Erlebnisse in Abbildung 4-7. Die relative Größe der Symbole (vgl. Abb.4-7 bis Abb. 4-22) bildet dabei die Anzahl Codierungen ab, die der jeweiligen Kategorie zugeordnet wurden.⁵⁸

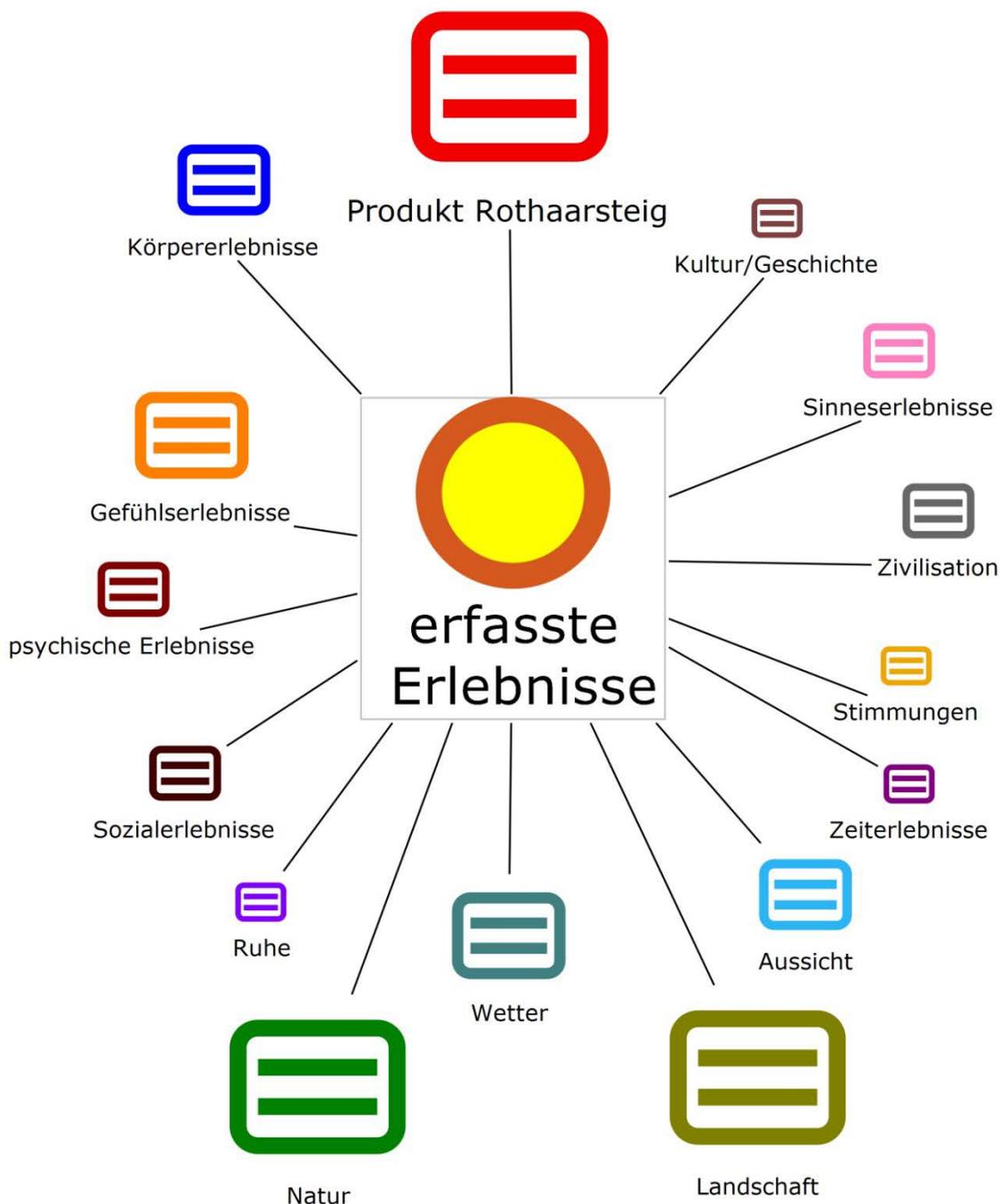


Abbildung 4-7: Kategorien erfasster Erlebnisse (eigene Darstellung / MaxMaps)

⁵⁸ siehe Legende im Anhang

Die fünfzehn entstandenen Kategorien der erfassten Erlebnisse sind: „Erlebnisse des Produkts Rothaarsteig“, „Naturerlebnisse“, „Landschaftserlebnisse“, „Aussichtserlebnisse“, „Ruherlebnisse“, „Kultur- und Geschichtserlebnisse“, „Zivilisationserlebnisse“, „Sinneserlebnisse“, „Körpererlebnisse“, „Gefühlserlebnisse“, „psychische Erlebnisse“, „Sozialerlebnisse“, „Wettererlebnisse“, „Stimmungserlebnisse“ und „Zeiterlebnisse“.

Die Beschreibung der Kategorien und Erläuterung der ihnen jeweils zugeordneten Unterkategorien und Einzelerlebnisse geschieht im Folgenden unter Verwendung prägnanter Beispiele aus den analysierten Texten. Beim Verweis auf die Originaldaten wird jeweils das in Kapitel 3.4.2 vergebene Personenkürzel (P1-P30) mit Textquelle (z.B. FGI für Foto-Gruppen-Interview oder FET für Foto-Erlebnis-Tagebuch) und Absatz (z.B. /181-183) verwendet. Die abgebildeten Beispielfotos gehören wenn nicht anders gekennzeichnet zu der jeweils direkt darauf folgenden Textpassage aus den Foto-Erlebnis-Tagebüchern.

Erlebnisse des Produkts Rothaarsteig

Unter der Kategorie „Produkt Rothaarsteig“ wurden Erlebnisse von den Probandinnen und Probanden zusammengefasst, die unmittelbar dem Dasein des Rothaarsteigs als Gesamtprodukt zugeordnet werden konnten (vgl. Abb. 4-8).

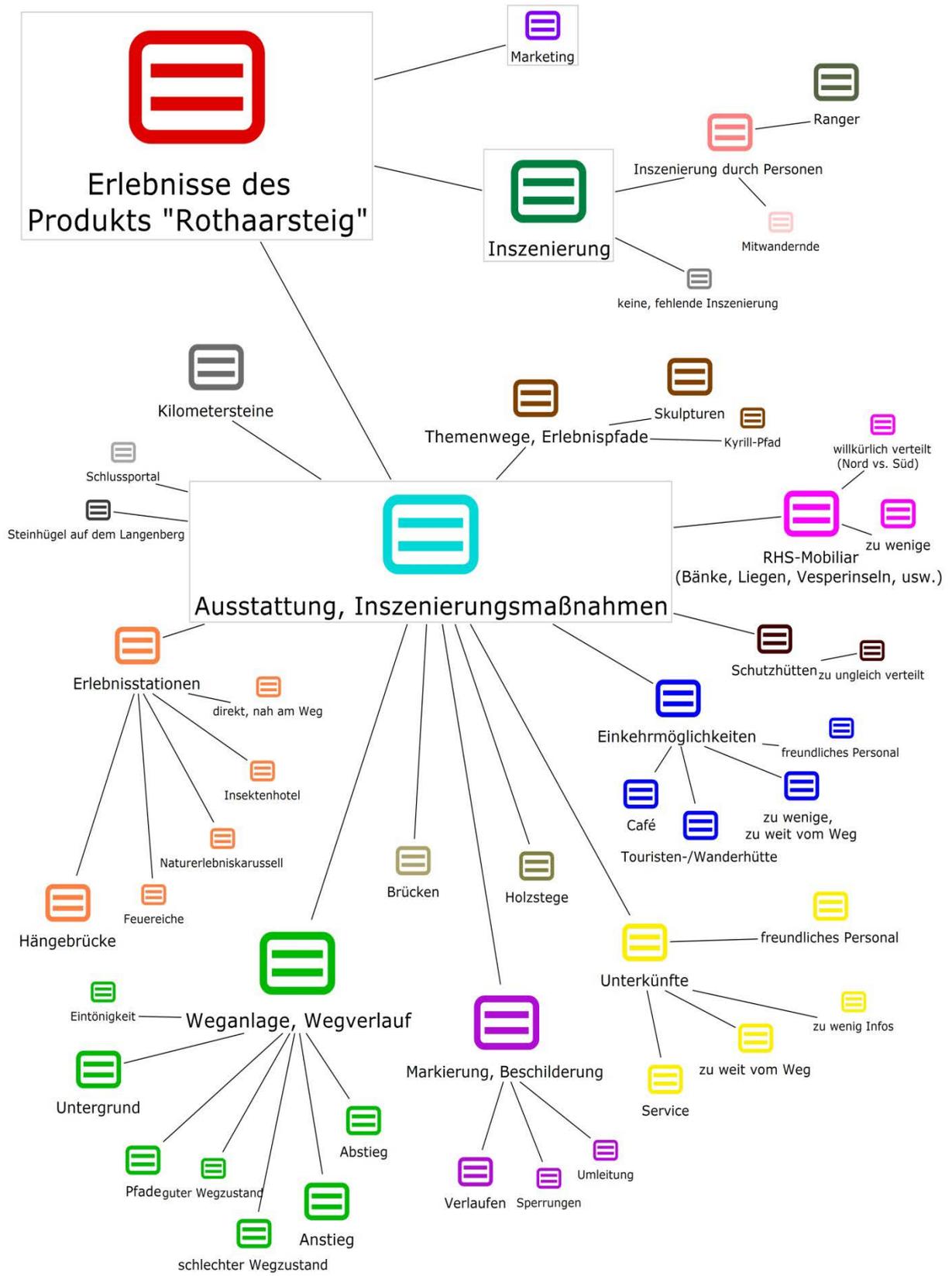
Die Inszenierung von potentiellen Erlebnissen durch Gestaltung von Orten und Landschaft wurde sehr unterschiedlich erlebt. Häufig grundsätzlich als positiv aufgenommen (P3; P6, FGI P1-P6/183-186 und P25, FGI P22-P26/49) führte Inszenierung im Vorwege zu Erwartungen, die teilweise vor Ort nicht erfüllt wurden und so Enttäuschungen führten, anstatt die beabsichtigten positiven Erlebnisse auszulösen:

„Ein bisschen enttäuscht war ich auch von dem Einstiegsportal in Brilon. Weil da immer ganz groß Einstiegsportal zum Rothaarsteig [stand] und das war eigentlich auch nur so eine große Tafel. Ich hätte mir irgendwie etwas anderes vorgestellt. Ich weiß nicht, was, aber schon etwas anderes als eine Tafel. Portal hört sich zumindest so wie eine große Tür an, dass man da irgendwo so ganz bewusst reingeht. Und nicht erst mal durch diesen kleinen Kurpark geleitet wird und dann einfach hochklettert.“ (P10, FGI P9-P10/207)

Zudem führte die grundsätzlich angestrebte Inszenierung des Wanderwegs bei einigen Wanderern zu einer Erwartungshaltung, dass solche Inszenierungs-Maßnahmen auch gleichmäßig entlang des kompletten Steigs verteilt sein müssen:

„auf dem [Langenberg] hält es wahrscheinlich niemand für nötig [...], eine Schutzhütte oder zumindest Ruhebänke aufzustellen. Ich war sehr sauer darüber, da ich mich dort auf eine Rast nach nun mehr 25 ununterbrochen gewanderten Kilometern eingestellt hatte.“ (FET P20/6)

Zu den Erlebnissen von Inszenierung zählen auch Erlebnisse, die durch seltene spontane Treffen und Gespräche mit den Rothaarsteigrängern während der Wanderung entstanden (P27b, FGI P27a-P27b/146; FET P24/39). Häufig wurden diese Treffen mit Rangern allerdings von den Wanderinnen und Wanderern vermisst (P22, FGI P22-P26/226).



Viele der von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern dokumentierten Erlebnisse beziehen sich auf die Ausstattung und Inszenierungsmaßnahmen des Rothaarsteigs.

Von den Erlebnisstationen, wird vor allem die Hängebrücke bei Kühnhude vielfach in Verbindung mit Erlebnissen erwähnt (P6, FGI P1-P6/171; FET P23/19), dabei aber bezüglich der Platzierung und dem vorgegebenen Wegverlauf auch z.T. kritisch betrachtet (FET P29/40; P12, FGI P11-P12/115):



„Als wir an der Hängebrücke ankommen, bin ich zuerst etwas enttäuscht – ich dachte, man müsste über diese Brücke gehen, um dem Weg weiter folgen zu können. Aber nur auf Wunsch? Als ich dann über die Brücke ging, war die Enttäuschung schnell verflogen, vor allem, als ich schnell drüber rannte und viel Spaß dabei hatte. Also im Nachhinein doch eine gelungene Attraktion des Rothaarsteiges.“ (FET P18/28)

Trotz den enttäuschten Erwartungen von der Hängebrücke als ein spektakuläres Stück des Rothaarsteigs hatten viele Probanden doch noch positive Erlebnisse an dieser Erlebnisstation (P18, FGI P18-P19/243; FET P14/14; P25, FGI P22-P26/54):

„Zuerst sind wir zu dritt über diese Brücke gegangen, die eine sehr vorsichtig, die anderen beiden schon etwas forscher. Da wir ganz allein an der Brücke waren, konnten wir uns so richtig auslassen, d.h. hin- und herrennen, in der Mitte stehen und schaukeln und einfach richtig Spaß haben. Ich war etwas erstaunt, dass die Brücke relativ kurz war, denn auf Prospekten des Rothaarsteiges sah die Brücke viel gewaltiger aus. Aber trotzdem waren die Momente des Herumtollens eine schöne Abwechslung von einer anstrengenden, aber dennoch schönen Wanderung.“ (FET P3/20)

Außer der Hängebrücke wurden nur wenige andere Erlebnisstationen als Bestandteile der Erlebnisse der teilnehmenden Wanderinnen und Wanderer genannt. Darunter war die Skulptur „Feuereiche“ (FET P30/7; FET P2/12).

Auch andere Installationen und einige nahe am Rothaarsteig gelegene Skulpturen des „Wald-Skulpturen-Wegs“ wurden während der Wanderung als Orte von Erlebnissen wahrgenommen, fotografiert und beschrieben (P27a, FGI P27a-P27b/83; FET P26/6; FET P3/4; FET P27a/b/53-54). Zum Teil wurde ihre Platzierung am Wanderweg aber auch in Frage gestellt (FET P28/36):



„Die Skulptur ‚Kein leichtes Spiel‘. Ich habe sehr viel Kunstverständnis und bin, wie man mir nachsagt, auch begabt, aber für diese Skulptur in einer Landschaft habe ich kein Verständnis. So etwas gehört für mich auf den Potsdamer Platz in Berlin und nicht in so ein schönes Waldgebiet.“ (FET P14/12)

Im Gegensatz zu einigen schon seit längerer Zeit bestehenden Themen- und Lehrpfaden, die nur am Rande erwähnt (z.B. Haubergspfad und Eisenweg) aber kaum als Orte besonderer Erlebnisse hervorgehoben wurden, waren zwei im Frühjahr 2008 eröffnete Kyrill-Pfade⁵⁹ Quellen positiver Erlebnisse (FET P10/10; FET P27a/b/42-43).



⁵⁹ Neben dem von Rothaarsteigrangern gebauten Kyrill-Pfad bei Schanze, existiert noch ein Kyrill-Erlebnispfad auf privatem Grund am Ettelsberg.

„...dieser Kyrill-Erlebnispfad [...]. Das war wirklich für mich auch absolut der Höhepunkt dieser Reise, obwohl das ja wirklich nur die zehn Minuten, die man da rumgegangen ist, war. Aber das war absolut beeindruckend. Wie kreuz und quer die Bäume liegen und wie sich trotzdem die kleinen Bäume schon wieder durch schieben. Ich habe auch schon gedacht, man müsste so in einem Jahr oder in zwei Jahren nochmal hingehen und einfach mal vergleichen, wie es dann aussieht. Das fand ich echt toll.“ (P10, FGI P9-P10/58)

Viele vorwiegend positive Erlebnisse sind verbunden mit dem von den Wanderinnen und Wanderern gern genutzten Rothaarsteig-Mobiliar, also ergonomisch geformten Ruhebänken, Liegen und Schaukeln im besonderen Rothaarsteig-Design (P13, FI P13/52; P28, FGI P28-P29/136). Diese Ruheplätze wurden während der Wanderung zu Orten der Identifikation mit dem Rothaarsteig (P25, FGI P22-P26/102).

„Die Stühle sind super, sehr entspannend. Die könnten noch öfter aufgestellt werden und am besten mehrere zusammen. Aufgrund des schönen Wetters konnten wir uns heute auch mal auf den Stühlen ausruhen, Füße hochlegen und ein wenig relaxen.“ (FET P23/32)



„Tiefenrother Höhe, Kilometer 133. Ein Ort zum Verweilen. [...]Als Krönung ist auf der Plattform noch eine typische Rothaarsteig-Ruhebank aufgestellt, die zu einer Pause regelrecht einlädt. [...]“ (FET P27a/b/98-100)

Das Fehlen solcher Ausstattung an einigen Aussichts- oder Höhepunkten (FET P20/6) hingegen und die ungleiche Verteilung über den gesamten Steig (P18, FGI P18-P19/232) haben zu negativen Erlebnissen geführt.

Auch die so genannten Vesperinseln und Schutzhütten waren Orte, an denen vereinzelt Erlebnisse der Erholung und des Genießens entstanden (FET P25/48-50). Ähnlich wie die Ruhebänke wurden Schutzhütten vor allem auf den südlichen Streckenabschnitten des Rothaarsteigs vermisst (P8, FGI P7-P8/84; P29, FGI P28-P29/121).



„Blick auf Lützel. Entlohnung für einen langen, zermürbenden Tag.[...]“ (FET P20/43-44)

Die Einkehrmöglichkeiten wie bewirtschaftete Touristenhütten, Cafés oder Restaurants wurden fast durchweg positiv erlebt, wenn diese nicht zu voll waren (P13, FI P13/77) oder (im südlichen Teil) vermisst wurden (s.u.). Hier standen Erlebnisse der Erholung, Entspannung aber auch der Belohnung und des Genusses im Vordergrund (P3, FGI P1-P6/109 FET P15/7; P15, FGI P14-P17/158; P22, FGI P22-P26/196).

„Kaffeepause. Es wird bei uns zur Gewohnheit, tagsüber bei passender Gelegenheit in ein Cafe oder eine Gaststätte einzukehren und einen Cappuccino zu trinken. [...] Der Kaffee ist auf einmal nicht mehr eine Nebensächlichkeit wie sonst, sondern wir freuen uns auf die Pause und genießen den Kaffee. [...] Der Begriff „Weg der Sinne“ bekommt auf einmal eine ganz andere Bedeutung. Perfekt. Schade ist nur, dass vor allem im südlichen Teil des Rothaarsteigs die Gastronomie sehr dünn gesät ist und wird dann auf die Kaffeepause verzichten mussten.“ (FET P27a/b/39)

Es waren zudem Orte, an denen die Erschöpfung aber auch die Aussicht in die Landschaft und der Spaß in der Gruppe oder das Wohlbefinden mit dem Partner oder der Partnerin bewusst erlebt wurden (P5, FGI P1-P6/107; FET P10/19).

Mit den Gasthöfen und Übernachtungsbetrieben sind viele positive Erlebnisse der Wanderinnen und Wanderer verbunden (FET P27a/b/105; FET P22/5):

„Die Unterkunft in Latrop übertrifft alle vorherigen! Die Pensionsbesitzerin ist supernett und professionell. K. und ich hatten ein total großes und schönes Zimmer. Unglaublich, dass wir es benutzen durften! Es wirkte eher wie in einem Museum, und wir durften da in unseren schmutzigen Wanderschuhen hinein. Ich habe total gut geschlafen, und das Frühstück am Morgen war köstlich!“ (FET P24/28)

Der Service wie z.B. Gepäcktransport zur nächsten Unterkunft und der Hol- und Bringdienst per Auto vom und zum Rothaarsteig und die Freundlichkeit des Personals wurden als sehr angenehm erlebt (P10, FGI P9-P10/227; P21, FGI P20-P21/16).

Einigen Wanderinnen und Wanderern missfiel dagegen der oft weite Abstand zum eigentlichen Rothaarsteig, so dass lange Zubringer-Wanderwege benutzt werden mussten und die Tagesetappen sich z.T. deutlich verlängerten (P13, FI P13/141; P18, FGI P18-P19/9; P19, FGI P18-P19/302).

Zu den positiven Erlebnissen mit dem Produkt Rothaarsteig zählen auch die vielfach durch Fotos dokumentierten Kilometersteine – von den Probandinnen und Probanden auch als „Meilensteine“ bezeichnet - die im Abstand von fünf Kilometern den Hauptweg des Wanderwegs säumen. Die Mehrtageswanderinnen und –wanderer maßen ihre Tages- und Gesamtleistung daran (FET P6/22) und freuten sich über das Erreichen des nächsten Steins (P8, FGI P7-P8/24-28). Wichtig war einigen auch das Erlebnis, den ersten und den letzten Stein in Brilon und Dillenburg (bzw. umgekehrt) und das in Dillenburg platzierte, aber schwer zu findende und nicht erläuterte Schlussportal aufzusuchen (FET P24/61-62; P26, FET P26/73).



„[...] Endlich geschafft! Innere Zufriedenheit stellt sich ein, bei den Gedanken daran, etwas gemacht zu haben, was nicht viele machen würden. Das erste Etappenziel haben wir erreicht. Jetzt folgt der Rest!“ (FET P20/35)

Eher als negativ erlebten einige der Teilnehmerinnen und Teilnehmer das Marketing des Rothaarsteigs bzw. durch Marketingmaßnahmen geschürte Hoffnung auf besondere Erlebnisse, die dann vor Ort nicht erfüllt wurden und zu Enttäuschung und Ärger führten (P19, FGI P18-P19/239; P5, FGI P1-P6/176; P1, FGI P1-P6/38).

„Ich fand das eine Frechheit, weil die Hängebrücke ja sehr angepriesen wird und dann war die noch nicht mal notwendig! Man kann ja drum herum laufen! Also das fand ich einfach...einfach doof. Da war ich wirklich enttäuscht, das hat mich geärgert!“

Das ist so als werbewirksamer Gag...oder Gag nicht, aber...naja fand ich nicht...ich war einfach enttäuscht. Ich dachte wirklich, da geht man über eine richtige Schlucht, weil das sieht ja auch so lang aus, also das ist ja auch so Bild, wo man denkt: `Mensch, da ist eine richtig große Schlucht` oder so und dann war das halt auch nicht so wahnsinnig groß. Also es wird sehr übertrieben und das fand ich halt sehr schade.“ (P29, FGI P28-P29/36)

Dagegen hatte ein Wanderer, der den kompletten Rothaarsteig inklusive der Westwaldschleife gewandert ist, den Eindruck, dass das Marketing in einigen Regionen nicht offensiv genug betrieben wurde bzw. keine Identifikation mit dem Rothaarsteig als Produkt vorhanden zu sein scheint:

„...der Verein als solches muss es schaffen, die in den Verein integrieren Mitarbeiter und Ortschaftsverbände oder wie auch immer sich die nennen, einfach darüber zu informieren oder darüber zu schulen: Leute - wir verkaufen hier ein Produkt! Der Rothaarsteig ist ja ein Produkt. Also müssen wir dieses Produkt auch verkaufen! [...] Aber der Rothaarsteig wird nicht verkauft,[...] das Produkt als solches wird nicht verkauft und dabei geht es nicht um das Finanzielle als solches, dass man jetzt zusätzliche Kosten erhebt, sondern dass man Werbung dafür macht. Das ist das, wo ich denke, wo das Problem liegt. Das muss in den Köpfen klar werden, wir verkaufen ein Produkt und damit auch uns selbst.“ (P21, FGI P20-P21/38)

Weitere Ausstattungsmerkmale wie Brücken und Holzstege führten zu weitestgehend positiven Erlebnissen (P3, FGI P1-P6/169; P22, FGI P22-P26/127; FET P30/19). Allerdings fielen einigen defekte Stellen und unklare Platzierungen negativ auf (P3, FGI P1-P6/167; P23, FGI P22-P26/217).

Die Markierung und Beschilderung als Ausstattungsbestandteile des Rothaarsteigs wurden hauptsächlich positiv erlebt (P8, FGI P7-P8/86; P14, FGI P14-P17/168; FGI P27a/b/129-130; P13, FI P13/76).



„Wegemarkierung auf einem Baum. Die oberste Markierung ist die Tür für den Rothaarsteig. Das schönste Erlebnis des Tages: Nach einer langen Anreise zeigte mir diese Markierung, dass es nun endlich losgehen konnte.“ (P13, FET P13/3-4)

Intensive Erlebnisse entstanden allerdings auch dort, wo die Beschilderung nicht oder nur teilweise vorhanden war (P12, FGI P11-P12/122; P18, FGI P18-P19/268), fehlgedeutet oder übersehen wurde und sich die Wanderinnen und Wanderer teilweise kurzzeitig verlaufen hatten (FET P30/4-5; FET P23/21-22).

„[...]es war vielmehr ein Schild auf dem Sommerweg des Rothaarsteigs, der zu einem schönen Erlebnis führte. Leider habe ich das Schild nicht fotografiert, weil ich erst später darauf kam, dass es ein Erlebnis darstellte. Das Schild enthielt die Aufschrift: ‚Dieser Weg führt ausdrücklich nicht zu den Bruchhauser Steinen‘. Das ‚nicht‘ war völlig anders geschrieben, meine Mitstreiterinnen waren der Ansicht, irgendjemand habe dieses Wort ‚nicht‘ hinzugefügt, aber gibt das andere denn einen Sinn? Mit dem Wörtchen ‚ausdrücklich‘? Wir haben den ganzen Weg darüber diskutiert, [...]verworfen, gelacht. Auch so kann man sich die Zeit vertreiben. Wir wollten zu den Steinen – und haben sie erreicht, trotz des Weges der ausdrücklich ‚nicht‘ dorthin führte.“ (FET P6/5-6)

Die Wegenlage und der Verlauf des Rothaarsteigs führten zu unterschiedlichen Erlebnissen: Sowohl An- und Abstiege, der Untergrund (P10, FGI P9-P10/70; FET P10/17) als auch die Breite und Beschaffenheit des Weges spielen in den Foto-Erlebnis-Tagebüchern und im Verlauf der Foto-Gruppen-Interviews immer wieder eine Rolle. Intensive Erlebnisse entstanden mittelbar beeinflusst durch den lokalen Verlauf des Weges, z.B. als schmaler Pfad (P3, FGI P1-P6/39; FET P29/40-42) über weichen Waldboden (P22, FGI P22-P26/43; FET P25/17-19; FET P26/12) versus breiter, geradliniger Forststraße mit steinigem Untergrund (P11, FGI P11-P12/21; FET P1/31-33). Gerade Abwechslung und Vielseitigkeit der Wegführung bedingen offensichtlich positive Erlebnisse (FET P3/10; P17, FGI P14-P17/225).



„[...] das ist dann schon nach der Fuchskaute! [...] Tiptopp! Also, das ist schon so ein bisschen was Feines, was Besseres, das ist ja auch unter anderem eines dieser ausgezeichneten Bilder vom Rothaarsteig, wo man dieses geschnitzelte Holz da sieht. Das gibt es ja nur dort und sonst nirgends - also wir haben es sonst nicht gesehen und wir sind den ganzen Rothaarsteig abgegangen. [...]“ (P21, FGI P20-P21/97-101)

Dagegen verursachen Eintönigkeit und zu viele Schlenker in der Wegführung Langeweile und Ablehnung (FGI P22-P26/52-53; P18, FGI P18-P19/243).

„[...] Der Rothaarsteig ist wie ein kleines Kind! Es will einem alles zeigen. Also teilweise, wo wir dann auch so Erlebnisse hatten, dass man genau weiß, aha es geht jetzt zwei Kilometer nach Winterberg geradeaus, aber der Rothaarsteig macht da noch so sechs Kilometer, um einem noch mal alles Mögliche so irgendwie zu zeigen.“ (P18, FGI P18-P19/310)

Vor allem der Wegverlauf in Dillenburg⁶⁰ führte zu Unverständnis (P22, FGI P22-P26/268; P29, FGI P28-P29/95; P30, FI P30/130) und für viele zu einem negativen Abschluss-Erlebnis des Rothaarsteigs.

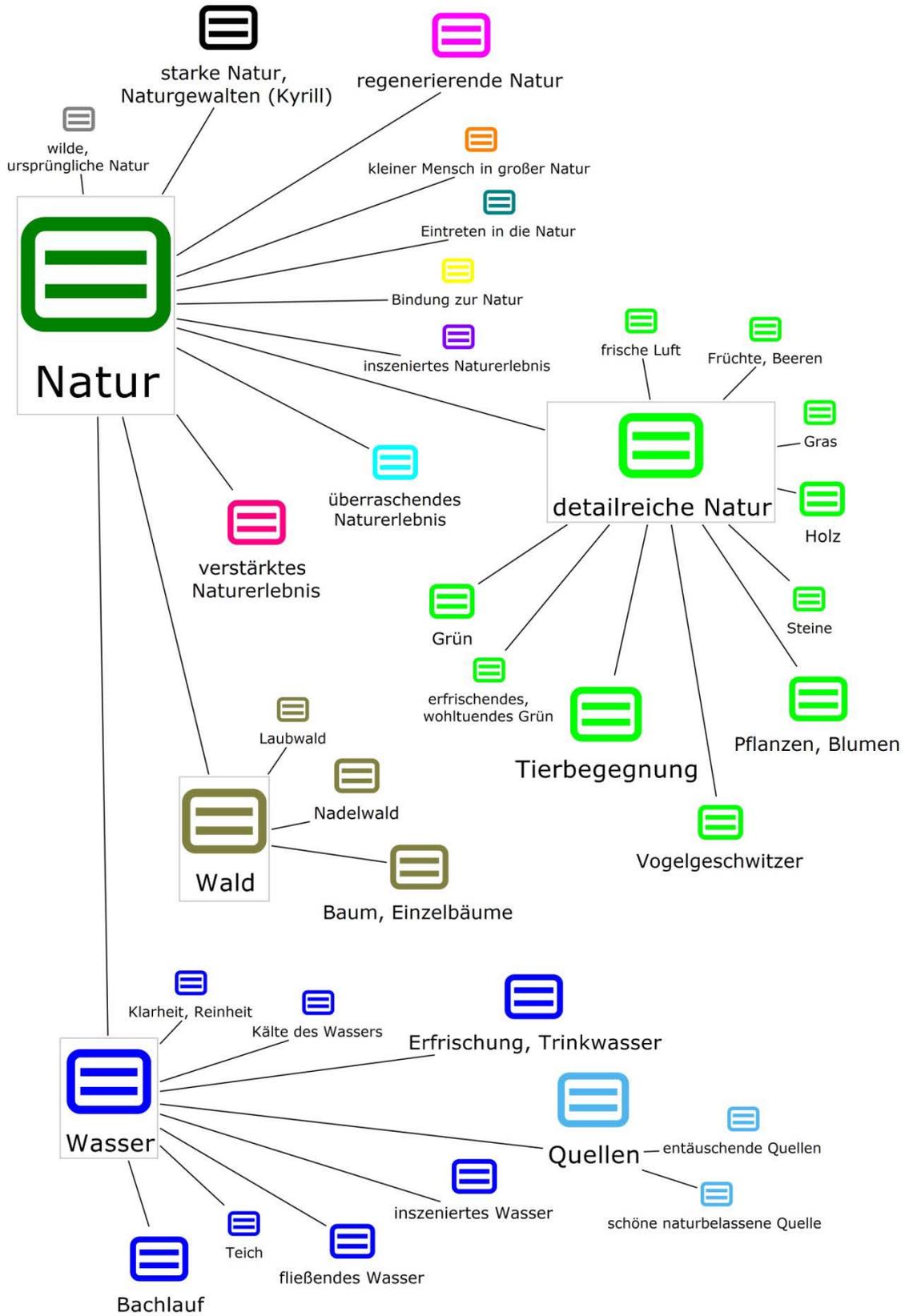


„Ja, [...] das fand ich einfach so krass: man kommt da ja an und da sieht man ja, wie hier auf dem Bild, diese schönen roten Zeichen vom Rothaarsteig auf diesem fiesen Betonpfeiler. Und das fand ich...das ging gar nicht, weil man dieses Zeichen vorher nur auf schönen Bäumen und irgendwo am Wegesrand gesehen hat und da so fiel unter dieser Hochstraße. Und dann...musste man da längs, geht dann an der Dill da irgendwie so längs, die da auch nicht wirklich hübsch ist und wird dann noch einmal quer durch Dillenburg gejagt und man denkt also...wir hatten vorher schon geguckt, dass es noch fünf Kilometer durch Dillenburg geht, aber wofür man das ganze gemacht hat, haben wir überhaupt nicht verstanden, also. Das hätte man...das müsste man woanders beenden. [...] Das finde ich sehr schade an der Stelle!“ (P26, FGI P22-P26/275-277)

Naturerlebnisse

Die Kategorie „Naturerlebnisse“ umfasst neben Erlebnissen, die in Folge der 2008 noch verbreitet zu erkennenden Sturmschäden durch Kyrill entstanden, unterschiedliche Erlebnisse zur Mensch-Natur-Beziehung sowie überraschenden und verstärkten Naturerlebnissen. Zudem umfasst diese Kategorie noch Erlebnisse, die den Subkategorien „detailreiche Natur“ „Wald“ und „Wasser“ zugeordnet wurden (vgl. Abb. 4-9).

⁶⁰ Stand 2008 – inzwischen (bis Sommer 2012) sind in diesem Bereich Anpassungen erfolgt.



Von den Wanderinnen und Wanderern wird die Natur in ihrer Wildheit und Ursprünglichkeit erlebt und diese Erlebnisse in Worten und in Fotos festgehalten (P8, FGI P7-P8/65):



„Aufstieg zum Hillekopf . [...] Der schmale Pfad, den wir kurzzeitig gehen mussten, hatte so etwas ursprünglich urwüchsiges, dass ich ihn einfach festhalten musste. Ein schönes Gefühl war, als die Blätter an den Beinen entlang glitten und diese dann ganz nass waren. Lange nicht gespürt!“ (FET P18/39-40)

Probandinnen und Probanden erlebten aktiv und bewusst, das Eintreten in die Natur (FET P13/5-6; FET P22/7) und wie sich die Bindung zur Natur aufbaute (FET P29/51). Diese Bindung wurde vor allem im Kontrast zu Zivilisationszeichen deutlich:

„[...] Erst ganz langsam gewöhnen wir uns wieder an die Zivilisation. Wir merken, dass wir uns in den letzten Tagen vollkommen auf die Natur einlassen konnten. [...]“ (P27b, FET P27a/b/110)

Daneben werden auch Erlebnisse des Bewusstwerdens von der Größe der Natur in Relation zur eigenen Körpergröße des Menschen beschrieben (P18, FGI P18-P19/117; FET P16/6; FI P13/121-123):

„[...] da sieht man wirklich, was für ein kleines Licht so ein Mensch ist und wie mächtig und wie kraftvoll so Naturgewalten sind.“ (P16, FGI P14-P17/42)

Es ist nicht allein die Größe der Natur, die erlebt wurde, sondern vor allem die Stärke und Kraft der Naturgewalten (FET P18/24), vor allem in Form der Überbleibsel der Sturmschäden des Sturms „Kyrill“ (FET P3/6; P12, FGI P11-P12/9). Gleichzeitig wur-

de die Natur in diesem Zusammenhang aber auch als lebendig und regenerierend erlebt, weil neues Grün auf den Bruchflächen zu sprießen begann (P27b, FGI P27a/b/28; FET P12/7-8; FET P10/13). Zudem wurden neue Erlebnisse möglich



durch die plötzliche Weite der Landschaft, die durch den Windbruch erzeugt worden war (FET P4/4; P27b, FGI P27a/b/28).

„Aufstieg von Brilon, ca. KM 1,3. Kahlschlag, Kyrill-Sturmfeld. Die Natur ist grausam und doch erneuert sie sich. 10 Minuten starker Wind, 10 Jahre bis alles wieder grün ist.“ (P9, FET P9/3-4)

Vor allem dann, wenn Situationen in der oder Informationen über die Natur die Studienteilnehmerinnen und –teilnehmer überraschten, entstanden intensive Naturerlebnisse bei ihnen (FET P24/54):

„Das Springkraut, welches uns den gesamten Rothaarsteig begleitet hat, ist endlich reif und springt. K. und S. kennen diese Pflanzen gar nicht und sind völlig überrascht und begeistert von dem plötzlichen Aufspringen der Früchte beim Berühren.“ (P26, FET P26/68-69)

Zudem kam es mit zunehmender Dauer der Wanderung und durch ungewöhnliche Umstände (z.B. Regen, Lichteinfall, dauerhafte Stille und Einsamkeit, Tageszeit) zu verstärkten Naturerlebnissen (FET P17/13-14; FET P27a/b/88-91; FET P22/21; P28, FGI P28-P29/24; P29, FGI P28-P29/28).

„Die Vögel zwitschern morgens halt anders und mehr, die Rehe waren am bölen, ja und das hatten wir halt alles tagsüber nicht.“ (P27a, FGI P27a/b/98)

Eine ähnliche Verstärkung von Naturerlebnissen wurde bei einigen durch Inszenierung von Erlebnissen (z.B. durch Brücken, Informationen von Rangern und Mitwandernden) ausgelöst (P24, FGI P22-P26/126; P25, FGI P22-P26/134):

„ [...] Aber sobald sich da jemand daneben setzt [...] das ist eine ganz andere Lernsituation. Wir wollen ja alles was lernen, wir sind ja alle neugierig. Und wer möchte nicht wissen, was das für ein Käfer das ist, der da rumschwimmt. Oder was das für eine Pflanze ist, die einen da gerade fasziniert, nur: [...] Da muss schon

jemand neben dir stehen und sagen...ob es nun ein Förster ist oder deine Mutter [...]“ (P22, FGI P22-P26/136)



„Teich mit Libellen, Edertal. Das Spiel der vielen blaugrün schimmernden Libellen an diesem angelegten Teich ist wunderschön anzusehen. Der Steg verführt uns zum Rasten und zum Beine-baumeln-lassen. Dabei entdecken wir lustige Wasserkäfer und Kaulquappen.“ (P26, FET P26/56-57)

Die in diesen Erlebnissen ausgedrückte verstärkte Sensibilität für die Natur kommt auch durch die Benennung in Form von Erlebnissen und das Fotografieren vieler Details der Natur zum Ausdruck (FET P25/8-9). Diese Erlebnisse wurden unter der Sub-Kategorie „detailreiche Natur“ zusammengeführt.

Zu den erlebten Details zählen z.B. entdeckte Pflanzenarten (P25, FGI P22-P26/83; FET P27a/b/30-31 und Begegnungen mit Tieren (FET P22/18-19, FET P8/5-6; FET P1/14; FET P16/4), verschiedene Grüntöne (FET P1/34-36; FET P3/12; FET P1/10) und die frische Luft (FET P25/6).



„Blumenwiese kurz hinter der Sprungschanze. An vielen Stellen des Weges wird man an die Schönheit der Natur erinnert. Oft vergisst man im Alltag, sich an den „Kleinigkeiten“ der Natur zu erfreuen.“ (P17, FET P17/7-8)

„Junge Wildschweine laufen über den Weg (der, wie wir später feststellen, der völlig falsche ist und uns eine zusätzliche Stunde kostet) – erst Freude, dann Schreck als sie auf uns zulaufen und anschließend deutlich sensibilisierte Ohren, damit uns keine Wildsau überrascht.“ (P25, FET P25/32)

„Ein scheuer Blick. NSG Eichenwald, Kilometer 105. Wieder macht sich das frühe Aufstehen bezahlt. Morgens hat man noch Chancen, Rehe, Hirsche oder Hasen anzutreffen. An diesem Morgen haben wir das Glück, nicht wie zuvor nur das Bellen der Rehe zu hören. In den Wiesen des Edertals ist ein Reh am Äsen. [...]“ (P27b, FET P27a/b/80-82)

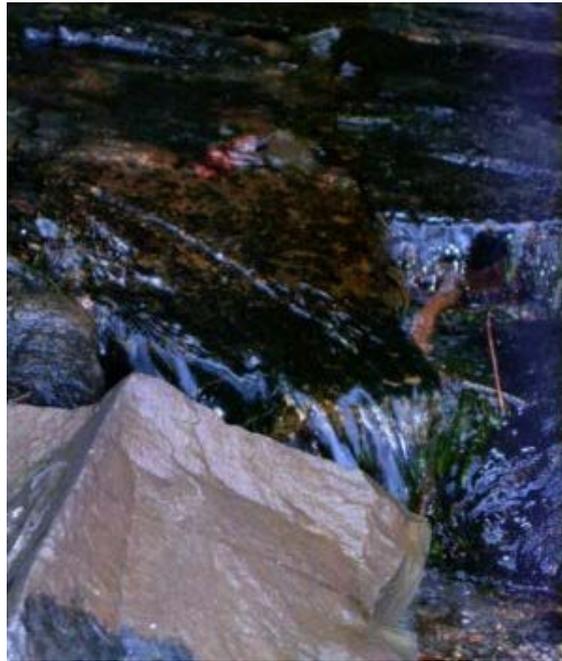
Zu den Naturerlebnissen zählten auch Walderlebnisse (FET P25/36; FET P26/12; FET P27a/b/99), wobei die dauerhafte Präsenz des Waldes entlang des Rothaarsteigs bei einigen zu einer gewissen Abstumpfung führte (FET P7/30).

Sowohl Laubwälder (FET P29/22-24; FET P1/10) als auch Nadelwälder (FET P11/37-38; FET P3/12) waren Inhalt von Erlebnissen, die allerdings weniger prägnant als besondere Erlebnisse benannt, aber häufig auf Fotos festgehalten wurden. Zudem wurden die Verarbeitung des Holzes (FET P10/12-13) und einzelne Bäume (FET P2/17-18; FET P18/8; FET P30/26-27) als Auslöser von Erlebnissen fotografiert und genannt.



„Hohlbuche. Wir überlegen, aus wie vielen Einzelbäumen dieser Stamm besteht, der drinnen total hohl ist und trotzdem einen gewaltigen Umfang besitzt. Er treibt auch noch Blätter aus. Von oben kann man durch ein Loch Tannenzapfen reinwerfen, die unten wieder raus kommen.“ (P26, FET P26/63-64)

Schließlich fallen unter die von den Probandinnen und Probanden festgehaltenen Naturerlebnisse vielseitige Erlebnisse des Wassers.



„Aus der Ilsequelle fließt richtig Wasser! Es ist klar, kalt und erfrischend – von innen und außen - und schmeckt richtig gut! Endlich mal eine Quelle, aus der richtig Wasser fließt.“ (P24, FET P24/48-50)

Nicht nur die zahlreichen, teilweise aber eher als enttäuschend erlebten Quellen waren Bestandteile solcher Erlebnisse (P29, FGI P28-P29/110; P11, FGI P11-P12/46), sondern auch Bachläufe (FET P7/21-22; P30, FI P30/79; FET P4/12-13; FET P1, 25-26; FET P30/18-19) und Teiche, die Nutzung des Wassers als Trinkwasser (P22, FGI P22-P26/116; FET P8/13; P16, FGI P14-P17/228), die Inszenierung von Wasser und die unterschiedlichen Eigenschaften und Geschichten des Wassers (P22, FGI P22-P26/118).



„Da war auch so ein Steg reingebaut im Edertal, das fand ich auch gut inszeniert. Wirklich nett. Da konnte man sich auch [...] gut hinsetzen.“ (P22, FGI P22-P26/127)

Landschaftserlebnisse

Ebenso intensiv wie die Natur mit ihren Elementen und in ihren Details wurde die Landschaft erlebt, durch die der Rothaarsteig die Wanderinnen und Wanderer führte. Neben den zwei bisher genannten Kategorien „Produkt Rothaarsteig“ und „Naturerlebnisse“ bilden die Landschaftserlebnisse die dritte große Erlebnis-Kategorie.

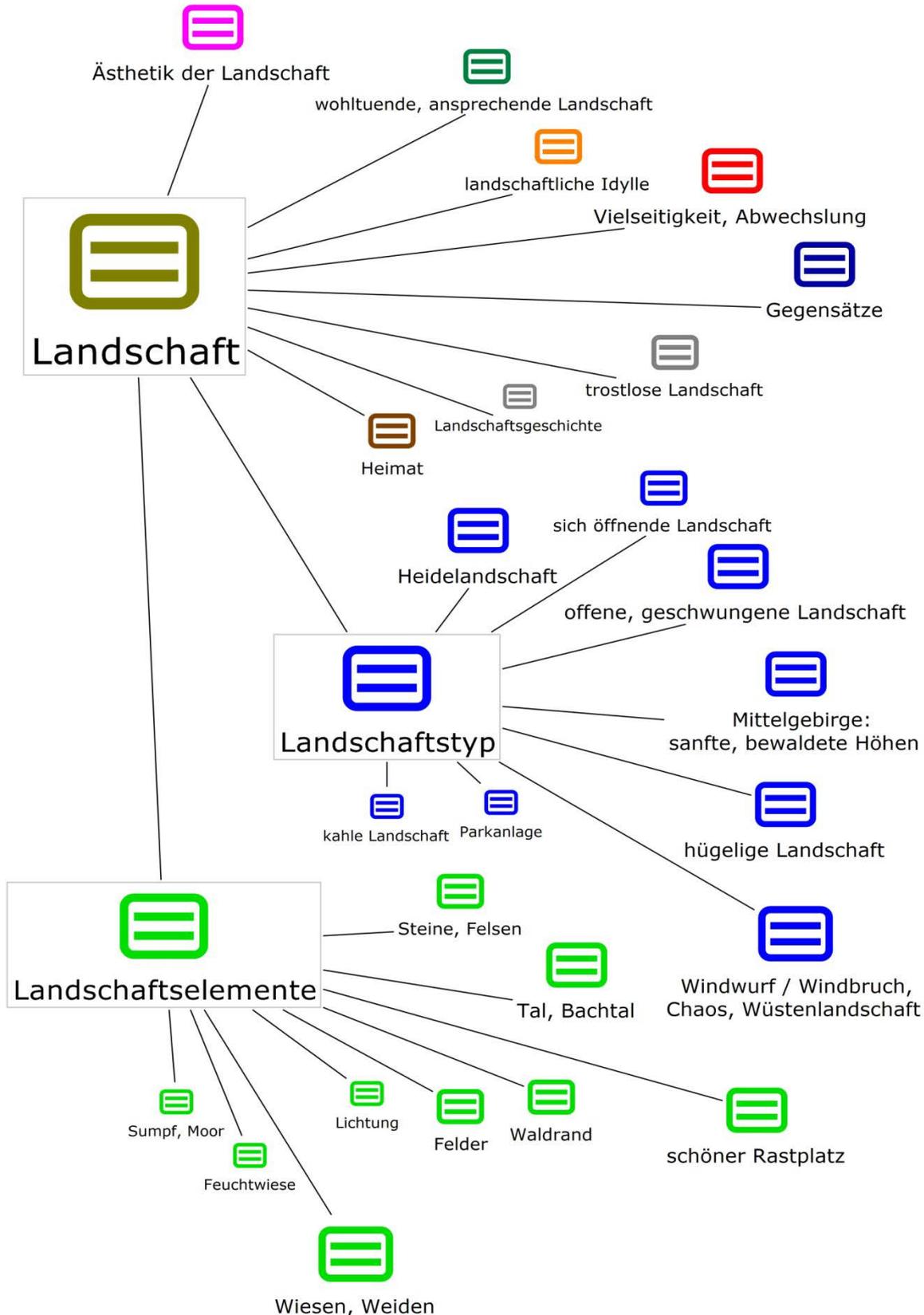


Abbildung 4-10: Kategorie Landschaftserlebnisse (eigene Darstellung / MaxMaps)

Diese Kategorie beinhaltet neben den Erlebnissen einer wohltuenden, ästhetischen, idyllischen und vielseitigen Landschaft auf der einen Seite und einer trostlosen Landschaft auf der anderen Seite die Subkategorien „Landschaftstyp“ und „Landschaftselemente“ mit den ihnen zugeordneten Detail-Erlebnissen der Landschaft (vgl. Abb. 4-10).

Hinzu kommen vereinzelt Erlebnisse der Landschaftsgeschichte (FET P9/8-9; FET P30/25). Vor allem durch die Abwechslung und den Kontrast unterschiedlicher Landschaften, die durchwandert wurden, wurde die Landschaft durch das Erlebnis der Gegensätze greifbar.

Die Erlebnisse der Ästhetik der Landschaft wurden ebenso wie die der landschaftlichen Idylle und ihrer wohltuenden, ansprechenden Atmosphäre häufig durch offene, hügelige (Wiesen- und Heide-) Landschaften (FET P1/22; P3, FGI P1-P6/117; P18, FGI P18-P19/145; P16, FGI P14-P17/116; FET P3/14) und überraschende Änderungen der Landschaft (wie z.B. sich öffnende Täler) hervorgerufen (P12, FGI P11-P12/18; FGI P22-P26/129-130; FET P6/10; FET P22/13-14)

Verbunden mit diesen Erlebnissen der Schönheit der Landschaft waren teilweise auch Heimaterlebnisse (FGI P9-P10/45-47; FET P10/17; FET P14/8):



„Landschaftsbild, nahe Ginsterkopf, Kilometer 14 — So kenne ich »mein« Sauerland. Bilder die man aus seiner Kindheit kennt, bleiben einem einen Leben lang erhalten—und so in etwa ist meine Erinnerung: Hügelige Landschaft, Wald und Fingerhut. [...]“ (P27a, FET P27a/b/8-11)

Die Landschaft wurde allerdings aufgrund der nicht zu übersehenden Sturmschäden bisweilen auch als trostlos und karg erlebt (FET P3/6; FGI P22-P26/16-18; P8, FGI P7-P8/90; P28, FGI P28-P29/7).



„Kyrill-Nachwirkungen am Richtplatz. Überall auf der Strecke sind Auswirkungen von „Kyrill“ zu sehen: umgestürzte Bäume, z.T. schon auseinander gesägt, z.T. nicht, Wurzeln, usw.. Viele Stellen sind noch gar nicht aufgeräumt, z.T. sieht es sehr trostlos aus – so wie her, z.T. sind aber auch andere Pflanzen wie der Fingerhut nachgewachsen.“ (FET P24/14)

Vor allem aber sind es die Abwechslung, Vielseitigkeit und die Gegensätze der Landschaft, die zu Inhalten von Erlebnissen wurden (P1, FGI P1-P6/31 + 83; FET P6/14; P25, FGI P22-P26/135)

„Ich finde immer so die Abwechslung schön, also nur Wälder oder nur Felder, aber so dieses Abwechslungsreiche. Je nachdem, was die Landschaft grade zu bieten hat. Also auf der Tiefenroter Höhe war es dann halt wirklich total abwechslungsreich. Also weil, ja, der Westerwald einfach noch anders als das Sauerland ist. Und hier war es einfach das Weite und die Tiefe, was man hier dann halt wieder wahrgenommen hat. [...]“ (P18, FGI P18-P19/135)

Gerade durch die großen Windwurfflächen wurden diese Gegensätze noch verstärkt und bewusster wahrgenommen (FET P19/62; FET P22/15-16; FET P23/7).

Unter der Sub-Kategorie „Landschaftstyp“ wurden all jene Erlebnisse zusammengeführt, bei denen die Probandinnen und Probanden prägnante Landschaftstypen als Inhalte oder Auslöser ihrer Erlebnisse nannten oder fotografierten. Immer wieder wurden die Wandernden mit der von Sturmschäden gezeichneten kahlen Landschaft konfrontiert, weshalb diese von allen Landschaftstypen auch am deutlichsten zum Bestandteil von Erlebnissen wurde (P3, FGI P1-P6/61; P8, FGI P7-P8/90; FET P29/50-51)

„Was mich sehr oft noch begleitet hat, ist dieser Windbruch an sich. Gerade sage ich mal in den Anfangstagen, weil einfach um Brilon herum, da ist ja so viel Windbruch, da kriegst du ja teilweise einen Schrecken! Da sind ja ganze Kuppen kahl rasiert. [...]“ (P28, FGI P28-P29/7)

In Erlebnis-Fotos und -Beschreibungen kommt immer wieder die positiven Erlebnisse des Mittelgebirges mit seinen sanft geschwungenen, bewaldeten Höhenzügen und einer hügeligen Landschaft zum Ausdruck (FET P13/28; FET P14/7-8; FET P17/9-10; FET P25/61; FET P28/37; P16, FGI P14-P17/116).

„So einen Blick in die Weite [...] empfinde ich als sehr entspannend. Dabei sind mir solche Hügellandschaften am liebsten, plattes Land finde ich eher langweilig.“ (FET P16/10)



„Blick ins Tal. Der Wanderweg wird immer besser, keine Schotterhaufen mehr, über die ich stolpere, wenn ich einen Moment nicht auf meine Füße blicke. Da kann ich auch mal den einen oder anderen Blick ins Tal riskieren. [...] Bewusst wird mir, dass wir in einer unheimlich schönen Umgebung leben [...] und dass mir Mittelgebirge mit ihren sanften Höhen am liebsten sind.“ (FET P10/16-17)

Gerade durch den sich ergebenden Kontrast zum bisherigen Umgebung beim Erreichen eines Waldrands oder Höhepunktes wurden den Wanderinnen und Wanderer Erlebnisse einer sich öffnenden bzw. einer offenen, geschwungenen Landschaft ermöglicht. Aufgrund der Vielzahl von plötzlichen Eindrücken (weite Sicht auf Natur, Wälder und Kulturlandschaft, Licht, Farben und Duft der Wiesen) wurden diese Erlebnisse zu besonders intensiven (P1, FGI P1-P6/23; P21, FGI P20-P21/101; FET P13/27-28; FET P22/13-14).



„Die Landschaft öffnet sich! Blick ins Siegerland. Die Wälder sind wohl nicht mehr so präsent.“ (FET P12/51-52)

Eine besondere Form einer offenen Landschaft sind die Heideflächen, durch die der Rothaarsteig auf einigen Höhenzügen und am Kahlen Asten verläuft. Teils überrascht und stets beeindruckt von diesem Landschaftstyp, der die Weite und den Blick ins Detail (Heidepflanzen, Beerensträucher) vereint, hatten die Probandinnen und Probanden in den Heideflächen viele intensive Landschaftserlebnisse (P2, FGI P1-P6/116; P3, FGI P1-P6/117; P18, FGI P18-P19/145; FET P1/16-18; FET P2/15-16; FET P3/9-10).

„Nachdem wir durch belaubte Wälder und noch bestehende Nadelwälder auf schmalen Pfaden an einer Hütte vorbei kamen, gelangten wir an eine wunderschöne Heidelandschaft. Es wunderte mich sehr, so hoch oben eine Heidelandschaft zu finden, bedarf es doch eines besonderen Bodens für diese Fauna. Die Heidelandschaft gab der Wanderung einen besonderen Reiz, da sie völlig anders war, als man es hier im Sauerland vermuten sollte. [...]“ (FET P6/10)

Ein Wanderer benannte auch die in eine Parklandschaft eingebettete Ortschaft Latrop als schönes Erlebnis (FET P17/15-16).

Unter die Landschaftserlebnisse fallen außerdem die in der Sub-Kategorie „Landschaftselemente“ zusammengefassten Erlebnisse.

Entsprechend der oben genannten häufigen Erlebnisse der offenen und geschwungenen Landschaft, kam es in diesem Bereich auch zu Erlebnissen mit dazugehörigen Landschaftselementen. Die Wiesen und Weiden boten Abwechslung und viele Details und wurden häufig als Erlebnisinhalte genannt (P1, FGI P1-P6/83; P22, FGI P22-P26/80; P25, FGI P22-P26/83; FET P1/22; FET P8/29; FET P12/21-22; FET P25/56). Ähnlich wurden auch Felder erlebt (FET P18/5-6; FET P20/37).



„Blumenwiese. Kurz vor Küstelberg änderte sich die Landschaft wieder. Der Weg ging durch weite Heuwiesen, über sanfte Hügel. Selbst hier war jede Wiese anders. Auf der einen wuchsen Millionen von Löwenzahn, die nächste war mit Wiesenschaumkraut überwuchert und auf dieser (Foto) gab es ein Meer von Gänseblümchen. Bei einer so wunderschönen Landschaft habe ich immer den Wunsch, diese mit dem Fotoapparat festzuhalten. Doch diese Weite, die Stimmung, die Wärme der Sonne, der besondere Geruch sind leider nicht festzuhalten.“ (FET P3/13-14)

Analog zu den positiven Erlebnissen einer sich öffnenden Landschaft ist auf den Erlebnisfotos häufig Waldrand zu erkennen (FET P24/41; FET P26/53; FET P27a/b/60). Dieses Landschaftselement wird zwar nicht explizit benannt, zählt aber in diesem Kontext dennoch zu den erlebten Landschaftselementen, weil die sich öffnende Landschaft mit plötzlich möglichen weiten Blicken durch den Kontrast zum davor dominierenden Wald steht.

Häufig wurden auch (Bach-)Täler mit den hier häufig vorhandenen Sumpf- und Moorlandschaften als erlebnisreiche Landschaftselemente in Wort und Bild dokumentiert (P26, FGI P22-P26/130; P5, FGI P22-P26/134; P30, FI P30/79; FET P1/24-26, FET P11/41-42)



„Schwarzbachtal, Kilometer 86. Im Frühtau zu Berge.

Leute, die wir treffen, sind immer ganz erstaunt, dass wir bereits um 5 Uhr aufbrechen. Heute erfahren wir wieder, wie sehr sich diese Vorgehensweise lohnt. Wir erreichen um 6 Uhr das Schwarzbachtal und die ersten Sonnenstrahlen treffen auf die Wiesenflächen. Die Gegend erstrahlt in einem Farbton, der uns buchstäblich ans Herz geht. Dazu kommen noch Tautropfen an den Pflanzen und alles ist vorhanden für eine einmalige Stimmung. [...] Wir lassen diese Stimmung auf uns wirken und betrachten die Blumen des Naturschutzgebietes erst später. Ein Augenblick, von dem wir noch lange zehren. (P27b, FET P27a/b/60-64)“

Weitere Landschaftselemente, die Bestandteil von Erlebnissen waren sind Steine und Felsen (FET P9/7-8; FET P13/7-8) als lohnenswerte Ausblicke und Träger von Erdgeschichte und Lichtungen, als Orte der Ruhe und der Abwechslung (P9, FGI P9-10/18 + 23; FET P29/25-27).

Obwohl in Bezeichnung und Funktion nicht ein Landschaftselement, wurden Erlebnisse von „schönen Rastplätzen“ auch dieser Sub-Kategorie zugeordnet. Häufig beschrieben die Wanderinnen und Wanderer die Suche nach einem schönen Rastplatz im Freien als Suche nach der passenden Mischung von Landschaftselementen (P5, FGI P1-P6/89; P10, FGI P9-P10/76-77; P13, FI P13/51; FGI P22-P26/186-187).

„[...] es war einfach eine schöne Sache so einfach unseren Rastplatz zu finden und äh, weil jede von uns auch so ´n bisschen anders - denkt, also die eine, also ich hab´ z.B. gerne Schattenplätze, der anderen war das zu windig, der dritten war das doch zu viel Sonne, also es waren so, so, so. Also man musste einfach einen Kompromiss finden und wir ha´m ´n schönen Platz gefunden haben uns hingesezt und haben dann ´n bisschen Sekt getrunken, das war einfach - schön!“ (P6, FGI P1-P6/69)

Nicht selten wurde die optimale Mischung der Bedingungen an den ohnehin aufgestellten Rothaarsteigbänken und –liegen gefunden und diese deshalb gern angenommen (P16, FGI P14-P17/211; FET P18/17-18; FET P24/46; und s.u.). Insofern ist die gezielte Platzierung von Rastplätzen und Ruhebänken mit positiven Landschaftserlebnissen verbunden.



„Großer Kopf, Kilometer 66. Frühstück ist angerichtet. [...] Eine lauschige, ruhige und sonnige Bank in einem offenen Waldstück, genau zur rechten Frühstückszeit um 8:15 Uhr, lädt zum Verweilen ein. [...]“ (P27a, FET P27a/b/55-58)

Aussichtserlebnisse

Die Kategorie „Aussichtserlebnisse“ umfasst alle erfassten Formen von Aussichtserlebnissen am Rothaarsteig (vgl. Abb. 4-11).

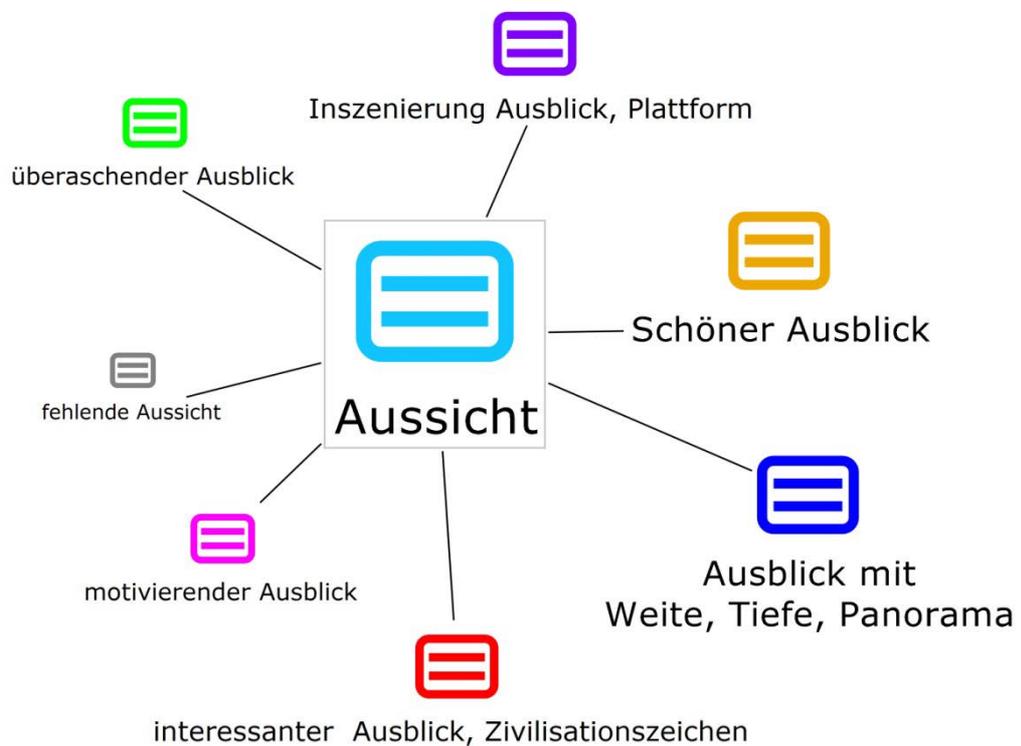


Abbildung 4-11: Kategorie Aussichtserlebnisse (eigene Darstellung/ MaxMaps)

Inhalte der Erlebnisbeschreibungen in den Foto-Erlebnis-Tagebüchern und während der Foto-Gruppen-Interviews waren nicht nur das häufige Erlebnis eines „schönen Ausblicks“ (P19, FGI P18-P19/136; FET P1/22; FET P4/9; FET P7/6; FET P13/7-8), sondern darüber hinaus wurden als Erlebnisse auch die Inhalte des Ausblicks (Weite, Panorama, Zivilisationszeichen usw. - FET P7/23-24;) und dessen Wirkung (Motivation, Überraschung – P17, FGI P14-P17/111; FGI P18-P19/124-125; FET P17/17; FET P18/25-26; FET P29/43-44) beschrieben.



„Unendliche Hügel. Erlebnis: Ein Ausblick in meine Zukunft der nächsten Tage auf dem Steig. Ich freue mich auf das was ich in diesen Tagen noch erleben und sehen darf.“ (FET P28/37-39)

Die Vielzahl ($n > 80$) von Erlebnis-Fotos mit dem Motiv „Aussicht“ zeugen zudem von der Prägnanz dieser Erlebnisse während der Wanderung (FET P1/12; FET P7/11; FET P8/16; FET P10/16; FET P20/7; FET P24/38).

Besondere Aussichtserlebnisse waren zudem oft geknüpft an das Vorhandensein von Aussichtsplattformen oder einer anderen Art von Inszenierung (FGI P22-P26, 99-101; FET P26/65; FET P27a/b/96; FET P30/14-15).



„Aussichtsplattform Tiefenrother Höhe: nach kilometerlangen schnurgeraden Wegen durch zum Teil sturmgeschädigte Wälder wird diese Aussichtsplattform erreicht, die einen atemberaubenden Blick ins Siegerland bietet. Hier fliegen die Blicke unterstützt durch die am Hang in der Luft schwebende Plattform förmlich in die Ferne und erkennen am Horizont bereits bewanderte Orte. Das entspannte Sonnenbad in der Wellenliege vor dieser Kulisse machen den Genuss perfekt.“ (FET P22/22-24)

Vereinzelt erlebten die Probandinnen und Probanden die Enttäuschung einer fehlenden Aussicht (P19, FGI P18-P19/132; P27b, FGI P27a/b/28).

Ruheerlebnisse

Die Erlebnis-Kategorie „Ruheerlebnisse“ wurde aus verschiedenen Erlebnissen von Ruhe und Stille bzw. Abgeschiedenheit und Leere gebildet (Abb. 4-12)

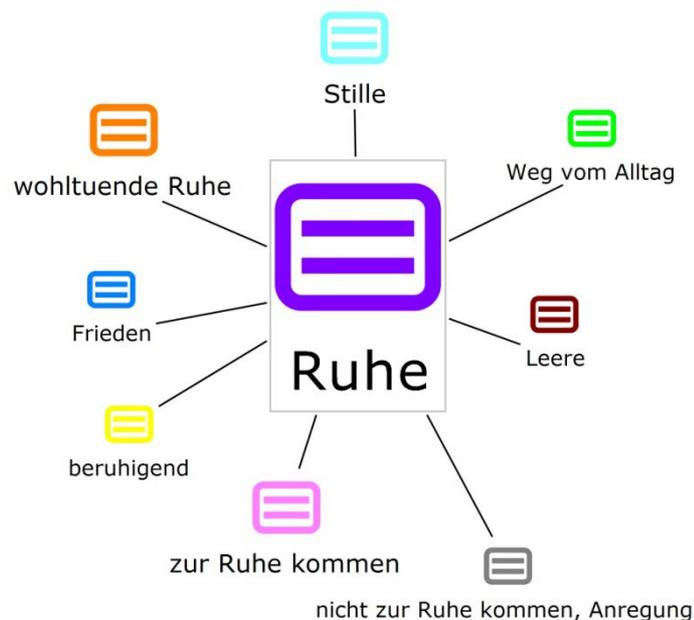


Abbildung 4-12: Kategorie Ruheerlebnisse (eigene Darstellung/ MaxMaps)

Die Ruhe in der Natur, abseits von Zivilisation und Alltag (P21, FGI P20-P21/26; FI P30/85) wurde als wohltuend erlebt (FGI P14-P17/80-81; FET P9/6; FET P28/31). Deshalb wurden Orte und Momente der Ruhe auch bewusst aufgesucht oder selbst initiiert (z.B. dadurch früh aufzustehen oder mal ein Stück weit allein und ohne die Begleitung der Gruppe zu wandern – P16, FGI P14-P17/83; P17, FGI P14-P17/216).

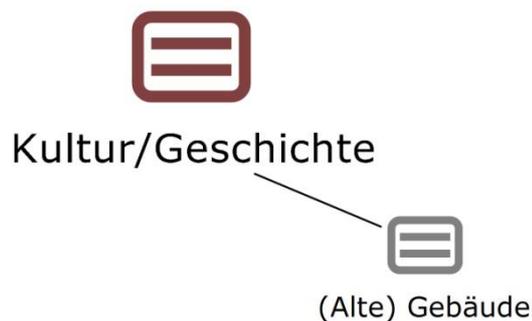
„Es war auf jeden Fall ein Genießen, denn es war ja auch unsere freie Entscheidung ‚wir stehen jetzt um 5.00 Uhr auf‘ oder ‚wir fangen einfach früh an‘ und es war also kein Zwang dahinter, wir müssen das jetzt machen und es war einfach ein: ‚Ja wir wollen das! Wir wollen jetzt früher raus, wir wollen jetzt diese Ruhe genießen, wir wollen die Chance haben auf schöne Stimmungen oder auf Tierbegegnungen. Es war also wirklich ein bewusster Zug und auch wirklich ein Genießen in meinen Augen! (P27b, FGI P27a/b/93)

Auf diese Weise erlebten die Probandinnen und Probanden, wie beruhigend die Natur ist (P11, FGI P11-P12/23; P21, FGI P20-P21/52; FET P12/30; FET P28/34) und wie in ihr Körper und Geist zur Ruhe kommen (FET P20/12; P21, FGI P20-P21/66; P22, FGI P22-P26/9; FET P29/36). Durch das Wandern wurden Möglichkeiten eröffnet, den Frieden und die Stille dieser Landschaft zu erleben (P25, FGI P22-P26/10; FET P30/15) und in dieser die leisen Naturgeräusche bewusst wahrzunehmen (P21, FGI P20-P21/62; FET P16/16).

Die andauernde Folge von Erlebnissen, auch solcher von Ruhe und Stille ließen einzelne Probandinnen und Probanden dagegen nicht in sich zur Ruhe kommen. Sie erlebten das Wandern durch die Naturlandschaft eher als Anregung (P29, FGI P28-P29/48).

Kultur- und Geschichtserlebnisse

Für einen Teil der teilnehmenden Wanderinnen und Wanderer entstanden während der Wanderung Erlebnisse, die in die Kategorie „Kultur- und Geschichtserlebnisse“ eingeordnet wurden (vgl. Abb. 4-13).



**Abbildung 4-13: Kategorie Kultur- und Geschichtserlebnisse
(eigene Darstellung/ MaxMaps)**

Geschichtliche oder kulturelle Stätten wie z.B. alte Handelsstraßen (Eisenweg - P22, FGI P22-P26/230; FI P30/105), Ruinen (Borbergs Kirchhof- P10, FGI P9-P10/16; P21, FGI P20-P21/44) oder Orte (wald-)bäuerlicher Traditionen (Haugbergspfad –

P22, FGI P22-P26/232; FET P19/9) spielten dabei ebenso wie alte Gebäude (P21, FGI P20-P21/42; P27a, FGI P27a/b/62) und einige Kirchen (FET P2/9; FET P25/22) eine Rolle.

„[...] Ohne diese alten Gebäude würde mir etwas fehlen. Schöne alte Gebäude zu sehen, gehört für mich zu einer Wanderung wie die tollen Landschaften.“ (FET P14/15-16)

Zusätzlich wurden dieser Kategorie auch Erlebnisse in oder anlässlich des Besuchs von Gebäuden neueren Datums (Rhein-Weser-Turm, Skischanze in Willingen – P15, FGI P14-P17/6-8) zugeordnet.

Zivilisationserlebnisse

Die Kategorie „Zivilisationserlebnisse“ umfasst solche Erlebnisse der Probandinnen und Probanden, die während der Wanderung durch Natur und Landschaft einerseits durch das antreffen oder auffinden von Zivilisationszeichen entstanden und andererseits die Einsamkeit und das Fehlen oder die geringe Dichte von Zivilisationszeichen beinhalteten (Abb. 4-14).



Abbildung 4-14: Kategorie Zivilisationserlebnisse (eigene Darstellung/ MaxMaps)

Ein häufiges negativ gefärbtes Erlebnis war eine vom Menschen geprägte, teilweise zerstörte Landschaft, die als Kontrast zu der sonst vorherrschenden Naturlandschaft rund um den Rothaarsteig erlebt wurde. Erlebnisauslöser waren z.B. Waldbaumaschinen und deren Spuren (FGI P28-P29/59-61, FET P18/15), die Wintersportanlagen in Winterberg (FGI P14-P17/24-27) oder auch die Skulpturen am Waldskulpturenweg (FET P14/12).

Zu viel Menschen an besonderen Orten (wie z.B. dem Kahlen Asten oder an Quellen oder Hütten, die in der Nähe von Parkplätzen liegen – P10, FGI P9-P10/146-148; P3, FGI P1-P6; 146; FI P13/66) und hinterlassener Müll entlang des Wanderwegs (P17, FGI P14-P17/86; P21, FGI P20-P21/12) wurden für einige zu negativen Erlebnissen. Zu positiven Erlebnissen führten dagegen vom Menschen geprägte Kulturlandschaftsteile wie z.B. Weideland (FET P22/25-26), ehemalige Rodungen in Bachtälern (FET P22/26; FET P26/54) und Heideflächen (FET P26/19).

Die Rückkehr in die Zivilisation, nach stunden- oder (je nach Auslegung) tagelanger Wanderung in der Natur war mit unterschiedlichen Erlebnissen verbunden: Auf der einen Seite wurde das Ankommen am Ende der Wanderung in der Zivilisation Dillenburgs eher zum Negativ-Erlebnis (FET P26/70-71; P27b, FET P27a/b/108-110; s. auch Kap. 4.2.1.1.), andererseits war das Erlebnis des Ankommens in Dörfern und Zivilisationsinseln auf dem Steig durchaus von positiven Erlebnissen begleitet (FET P14/16; FET P20/10

„Das Highlight des Tages. Zurück in der Zivilisation. Ich werde sicherlich immer wieder daran zurück denken, wie wir hier angekommen sind. Völlig erschöpft und ausgelaugt. Um hier anzukommen, musste man immer wieder über seine Grenzen gehen -Wo ist da eigentlich Schluss?“ (FET P20/26)

Künstlich erzeugte Geräusche wie z.B. das Klingeln von Mobiltelefonen und Lärm wurden als unangenehme Erlebnisse geschildert. Derartige Zeichen von Zivilisationszeichen fielen wiederum im Kontrast zu den Naturerlebnissen (in diesem Fall die von ihr ausgehende Ruhe, s. auch Kap. 4.2.5.) besonders auf und blieben so als Erlebnisse in Erinnerung (P26, FGI P22-P26/275-277; P28, FGI P28-P29/94; FI P30/130; FET P1/28-30).

Auf der anderen Seite zu den bisher genannten Zivilisationserlebnissen entstanden auch Erlebnisse durch Abgeschlossenheit, weil zeitweise keine Zeichen von Zivilisation vorhanden bzw. nur sehr wenige Wanderinnen und Wanderer unterwegs waren und eben durch die Entfernung von der Zivilisation (P1, FGI P1-P6/151; P7, FGI P7-P8/53; FI P13/37; P22, FGI P22-P26/116; FET P11/20):

„Naja, aber es ist ja auch etwas Faszinierendes, wenn man wirklich ein paar Kilometer weit oder ein paar Stunden lang durch eine sehr unwirtliche Gegend läuft, wo man halt nicht ständig bedient wird und nicht ständig die Zivilisation im Hintergrund ist. Das ist so ein bisschen der Zwiespalt, den ich da im Hintergrund habe: auf der einen Seite ist es schön, wenn da irgendwo eine Schutzhütte steht und auf der anderen Seite ist es aber auch mal interessant mal damit konfrontiert zu werden wenn es das mal nicht gibt. Weil man ist es ja einfach gewöhnt, dass man immer umsorgt und gehegt wird letztendlich und dann muss man sich da selber um sich kümmern quasi.“ (P29, FGI P28-P29/143).

Sinneserlebnisse

Die Kategorie „Sinneserlebnisse“ besteht aus Erlebnissen, die aufgrund unterschiedlicher Sinneswahrnehmung entstanden (Abb. 4-15).

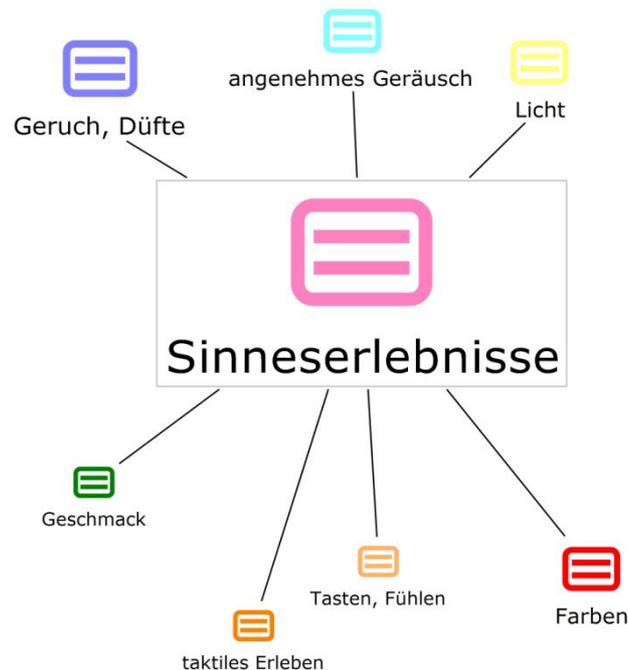


Abbildung 4-15: Kategorie Sinneserlebnisse (eigene Darstellung/ MaxMaps)

Durch die häufig schnell aufeinander folgenden Sinneserlebnisse und ihre Vielfalt konnten einige Probandinnen und Probanden den Werbeslogan „Rothaarsteig – Der Weg der Sinne“ nachvollziehen (FET P6/14):

„[...] Es waren also so viele Eindrücke [...], da konnte man verstehen, warum das ‚Weg der Sinne‘ heißt. [...] man konnte riechen, man konnte hören, man konnte schmecken, diese Wiesen rochen wieder ganz anders, der Nadelwald roch anders, unsere Füße schmerzten, das kommt auch dazu also, das war einfach so dieses...ja, man lief einfach und von allen Seiten kam es auf einen zu: die Sonne von oben, die Wege waren angewärmt, man spürte die Wärme auch von unten, es war einfach wirklich so mit allen Sinnen - wandern. Und das fand ich, und so von dem Prospekt, weil der Weg ja auch der Weg der Sinne heißt, kann man das jetzt, an diesem Tag oder in dieser Situation sehr nachvollziehen, das war so ein guter...guter, ja Name für diesen Weg. [...]“ (P6, FGI P1-P6/64)

Im deutlichsten hervor traten dabei Geruchserlebnisse (P18, FGI P18-P19/99; FET P13/16; FET P19/5; FET P22/9), angenehme Geräusche (P16, FGI P14-P17/100; P22, FGI P22-P26/80; FET P26/54) und optische Erlebnisse von Licht und Farben (P27a, FGI P27a/b/104; FET P3/12; FET P28/30-31).



„Bei Heiligenborn, Kilometer 119. Lichterspiel—Vergängliche Schönheit. Das Bild zeigt Augenblicke, die man nur sehr schwer so in ein Foto packen kann, dass die Stimmung verdeutlicht wird. Die ersten Sonnenstrahlen des Tages durchdringen den Wald. Das Licht fällt in langen Strahlen zwischen den Bäumen durch. Die letzten Reste des Frühnebels machen das Licht sichtbar. Ich habe das Gefühl, dass dem Wald in diesem Moment Leben eingehaucht wird. Die Dunkelheit und Kälte der Nacht verschwindet und die Wärme des Tages setzt sich durch. Man erkennt „Sonnenstrahlen“ in ihrer wahrsten Bedeutung.

Dieser Übergang dauert jedoch nur einige wenige Minuten und dann ist alles vorbei. Dennoch zehrt man von solch einem Schauspiel den ganzen Tag und ich möchte es nicht missen.“ (P27b; FET P27a/b/92-95)

Zu den Sinneserlebnissen zählten auch Geschmackserlebnisse, die z.B. durch den Geschmack von Beeren, die entlang des Wanderweges gepflückt wurden oder vom frische Quellwasser von einer der vielen Quellen verursacht (FET P29/66; FET P30/13). Zudem wurden u. a. die verschiedenen Untergründe zum Bestandteil von taktilen Erlebnissen (FET P20/28; FET P25/19; FET P5/6). Zu Fühlerlebnissen kam es nicht nur an Naturerlebnisstationen wie dem „Erlebniskarussell“, sondern auch durch das überraschende Gefühl von Pflanzen, die die Haut beim Vorbeiwandern streiften (FGI P18-P19/94-94; FET P18/40; FET P24/5).

Häufig verbanden sich verschieden Sinneserlebnisse wie z.B. überraschende Düfte und Gerüche, sich weiche anfühlende Untergründe, unterschiedlicher Lichteinfall und leuchtende Farben zu einem positiven Gesamterlebnis des jeweiligen Ortes (FET P3/12; FET P5/6).

Körpererlebnisse

Die Kategorie „Körpererlebnisse“ beschreibt physische Erlebnisse von Wanderinnen und Wanderern, die diese während des Wanderns oder nach Beendigung ihrer täglichen Etappen hatten (Abb. 4-16).

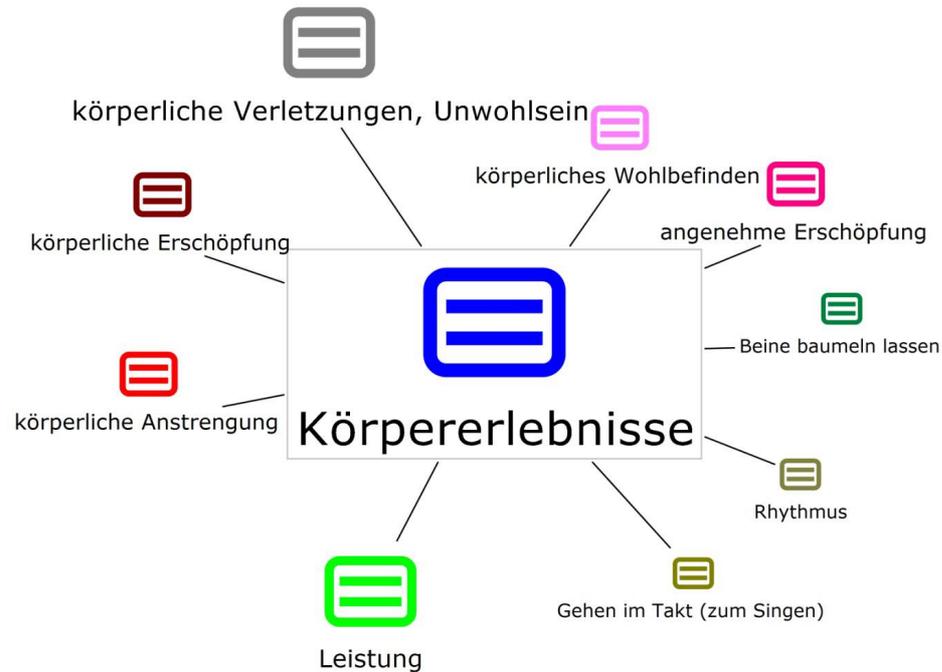


Abbildung 4-16: Kategorie Körpererlebnisse (eigene Darstellung/ MaxMaps)

In den Foto-Erlebnis-Tagebüchern und den Foto-Gruppen-Interviews wurden häufig Erlebnisse von körperlicher Anstrengung (FET P16/12; FET P19/17) und Erschöpfung (P18, FGI P18-P19/6; P21; FGI P20-P21/69) erwähnt. Hinzu kam auch Erlebnisse beim Wandern entstandener körperlicher Verletzungen (P11, FGI P11-P12/21; P19, FGI P18-P19/189; FET P23/27-28).



„Blasen an den Füßen. Heute war die Strecke sehr schön. Das Laufen war eigentlich leicht, wären da nicht die Blasen an den Füßen. Das Erleben ist schon ein wenig eingeschränkt, wenn jeder Schritt schmerzt. Zum Glück sind wir gut ausgerüstet und mit Blasenpflaster konnte ich weiterlaufen.“ (FET P5/9-10).

Daneben entstanden Erlebnisse von angenehmer Erschöpfung am Ende der Wandertage (FGI P9-P10/86-88; FET P24/57) und körperlichem Wohlbefinden (P27b, FGI P27a/b/138; P25, FGI P22-P26/161; FET P24/52).

Auch wenn die wenigsten der teilnehmenden Wanderinnen und Wanderer ihre Wanderung auf das möglichst schnelle Erreichen ihrer Ziele und das Wandern von möglichst langen Etappen ausgerichtet hatten (N = 5) (P7, FGI P7-P8/46; P12, FGI P11-P12/111), waren Erlebnisse der durch die körperliche Anstrengung erzielten Leistung besonders intensiv und wurden von vielen genannt (P19, FGI P18-P19/184; P21, FGI P20-P21/20). Gemessen wurde die eigene Leistung gerne an den Kilometersteinen, die alle fünf Kilometer entlang des Rothaarsteigs platziert sind (P19, FGI P18-P19/209; FET P19/35).

„Wir haben uns immer wieder gefreut, unsere gelaufenen Kilometer auf einem Stein zu finden. Einen gewissen Stolz auf unsere Leistung haben wir schon empfunden. [...]“ (FET P5/20)

Vereinzelt kamen einige Erlebnisse hinzu, die das seltene Erleben des eigenen Körpers beschreiben, wie das Gehen im Rhythmus oder Takt zum eigenen Gesang und das Baumeln lassen der Beine während einer Pause (P27b; FGI P27a/b/138; FGI P18-P19/165-167; FET P26/57).

Gefühlserlebnisse

Die zu der Kategorie „Gefühlserlebnisse“ zusammengeführten Erlebnisse lassen sich in die drei Unterkategorien „positive Gefühlserlebnisse“, „negative Gefühlserlebnisse“ und „Spannungserlebnisse“ einteilen (vgl. Abb. 4-17).

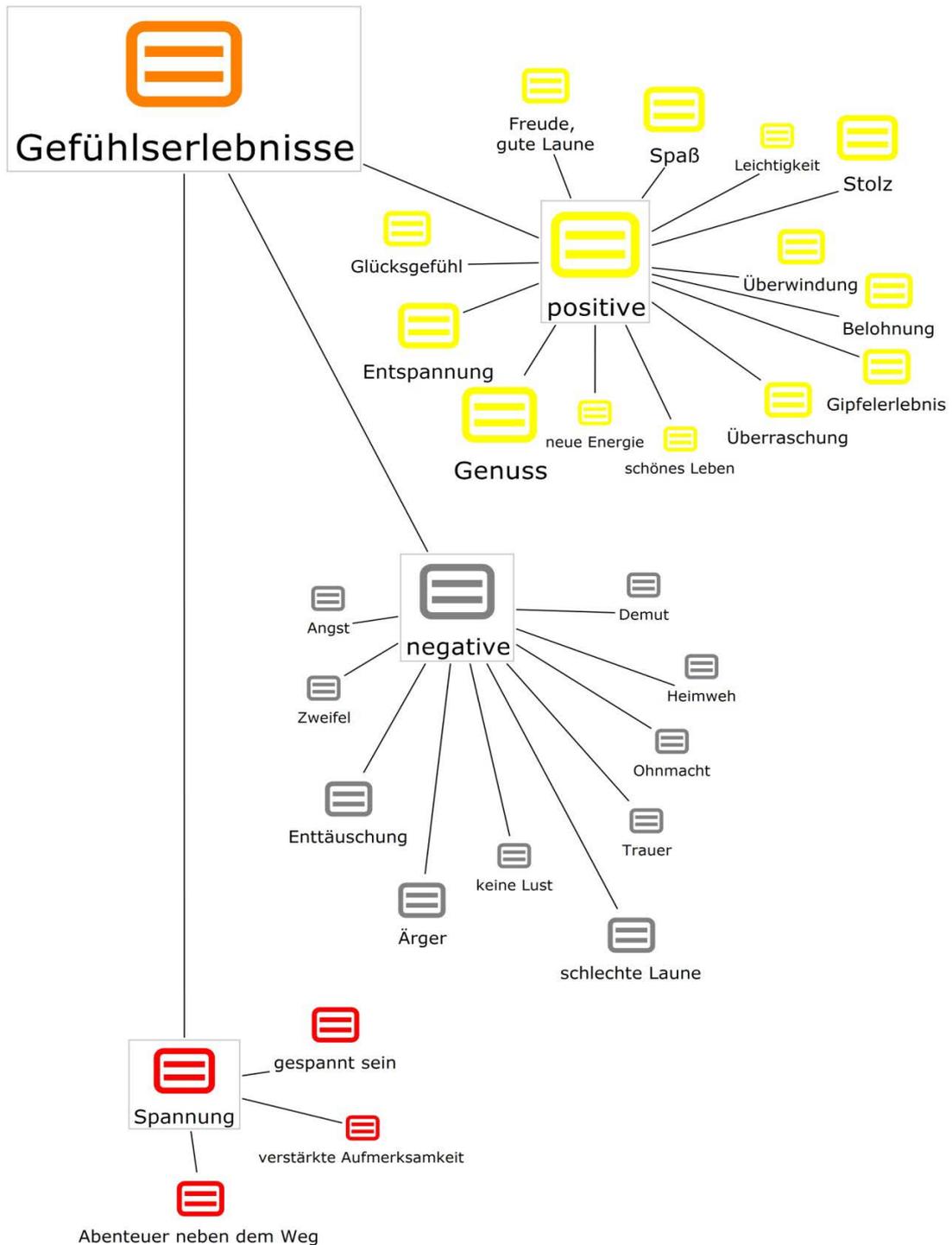


Abbildung 4-17: Kategorie Gefühlserlebnisse (eigene Darstellung/ MaxMaps)

Zugeordnet sind hier Erlebnisse, bei denen Gefühle deutlich aus dem Erlebensstrom hervortraten oder Emotionen bei den Probandinnen und Probanden geweckt wurden. Die Bewertung der erlebten Gefühle (ob positiv oder negativ) wurde dabei größtenteils aus den Aufzeichnungen der Probandinnen und Probanden entnommen. Dort wo die Daten keine explizite Bewertung beinhalteten wurde die Zuordnung nach Ähnlichkeit zu anderen Daten vorgenommen.

Zu den positiven Gefühlserlebnissen zählten erlebte Glücksgefühle (P25, FGI P22-P26/161; FET P23/35), Freude und gute Laune (FET P4/3; FET P19/26), Spaß (FET P5/18; FET P28/27; FET P25/29) und Leichtigkeit (P18, FGI P18-P19/157; FET P24/52) während des Wanderns. Hinzu kamen Erlebnisse der Überwindung von Schwierigkeiten (FET P20/16; FET P27a/b/27), Gipfelerlebnisse nach längeren Anstiegen (FET P8/11; FET P18/44), positiv erlebte Überraschung (FET P1/26; FET P19/26) und mit dem Erreichten verbundener Stolz (FI P30/95; FET P14/8; FET P28/45). Am deutlichsten hervortretend sind in diesem Bereich aber Genusserebnisse (P3, FGI P1-P6/109; P16, FGI P14-P17/106; FET P14/10), die z.B. in Pausen auftraten begleitet von Erlebnissen der Belohnung (P3, FGI P1-P6/111; FET P13/28) und Entspannung (P21, FGI P20-P21/20; FET P3/8; FET P18/18).

„[...] ich belohn´ mich auch so manchmal mit solchen Dingen...*(lacht)*. Nein, klar auch für die Strapazen ist es gut, in so einer Gruppe zu laufen, man hat viel Spaß und es schmeckt dann halt auch wirklich. Ich genieße gerne und das ist einfach zum genießen und die Gegend war wunderschön da sieht man ja auch, dass man da ja auch schön gesessen hat. Und äh das gehört halt einfach so ´n bisschen dazu!“ (P3, FGI P1-P6/111)

In ruhigen Momenten kam es vereinzelt auch zu Erlebnissen von neuer oder zurück gewonnener Energie (FET P26/12). Durch den Abstand zum Alltag und dem physischen Genuss des Wandern hatten einzelne Wanderinnen und Wanderer auch das auf sie selbst bezogene Erlebnis eines schönen Lebens (FET P9/18).

Als negative Gefühlserlebnisse entstanden bei den Wanderinnen und Wanderern zeitweise Unlust (FET P20/42) und schlechte Laune (FET P19/47; FET P29/10), Ärger (FET P17/12; FET P20/6) und Enttäuschung z.B. über die Ausmaße der Hängebrücke (P29, FGI P28-P29/36; FET P11/10). Außerdem erlebten einige Angst, vor allem vor Tieren und bei steilen Abstiegen (FET P23/25; FET P14/6) und Zweifel an der eigenen Leistungsfähigkeit oder der Stabilität der Wetterlage (FET P25/26; FET P27a/b/7).

Im Zusammenhang mit der Konfrontation mit den Sturmschäden hatten vereinzelte Teilnehmerinnen und Teilnehmer Erlebnisse von Trauer über die zerstörte Natur (FET P14/4), sowie Ohnmacht (P12, FGI P11-P12/11) und Demut (FET P16/6) gegenüber der Zerstörungskraft der Naturgewalten.

Nach längerer Wanderzeit und zum Ende der jeweilig gewählten Tour hatten einige Wanderinnen und Wanderer auch Heimweh bzw. Vorfreude auf die Rückkehr nach Hause (FET P9/22).

Einige Spannungserlebnisse wurden ebenfalls von den Probandinnen und Probanden festgehalten. Dazu zählten das Gespannt sein auf angekündigte Sehenswürdigkeiten und Aussichten hinter Bergkuppen (FET P9/8; P29, FGI P28-P29/78), eine durch Spannung erzeugte verstärkte Aufmerksamkeit (FET P25/32) und die erlebten Abenteuer abseits des Hauptweges, wie z.B. die Hängebrücke oder zufällig durch Verlaufen entstandenen Spannungssituationen (P11, FGI P11-P12/114; FET P23/22).

Psychische Erlebnisse

Die Kategorie „psychische Erlebnisse“ wurde gebildet aus Erlebnissen, die die Psyche der Wanderinnen und Wanderer betrafen (vgl. Abb. 4-18). Im Unterschied zu den Gefühlserlebnissen sind hier Erlebnisse zugeordnet, die einerseits mehr noch als positive Gefühle die Aufrechterhaltung der Kontrollfunktion von Prozessen beim Ausüben einer Bewegungsaktivität betreffen (z.B. psychische Anstrengung, Motivation, psychisches Wohlbefinden) und das Selbstwertgefühl stärken (etwas geschafft haben). Andererseits zählen zu dieser Kategorie Erlebnisse des Abkoppelns von den gegenwärtigen Handlungen (zu sich finden, Nachdenken, Erinnerungen).

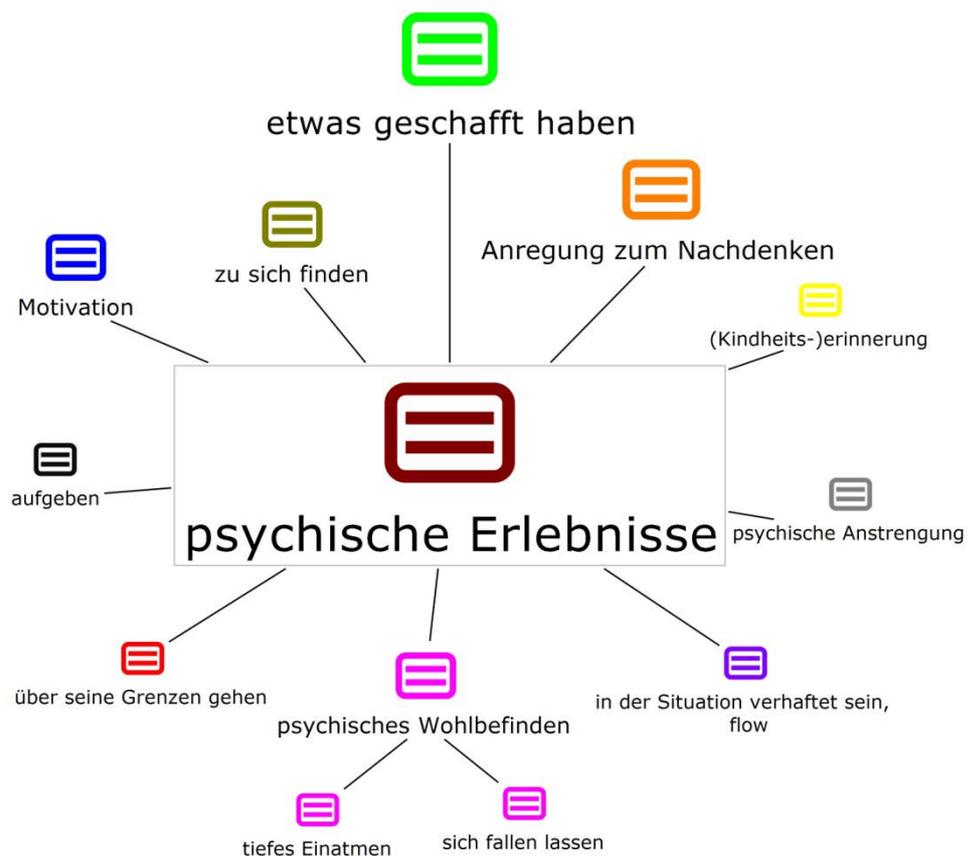


Abbildung 4-18: Kategorie Psychische Erlebnisse (eigene Darstellung/ MaxMaps)

Eine Zwischenstufe zwischen diesen beiden Seiten des psychischen Erlebens ist das vollständige Aufgehen in der Bewegung und Situation (flow-Erlebnis), welches ver-

einzelnt in Verbindung mit dem Rhythmus des Wanderns und den zugehörigen automatisierten Handlungen wie der Suche nach dem nächsten Schild vorkam.

Psychische Anstrengung und der Gedanke aufzugeben wurde vor allem von körperlicher Erschöpfung in Verbindung mit schlechten Wetterbedingungen begleitet (FET P20/42). Durch ausgewählte Etappenlängen, die zu lang waren erlebten einzelne Wanderer, das sie über ihre Grenzen gehen mussten (FET P20/26). Für Erlebnisse psychischen Wohlbefindens gab es unterschiedliche Gründe: positive Naturerlebnisse, Ausblicke, erzielte körperliche Leistungen. (FET P29/40-42; FET P25/39; P19, FGI P18-P19/152).

Das Erlebnis etwas geschafft zu haben, sein (Teil-)Ziel erreicht zu haben stellte sich oft im Zusammenhang mit erlebbarer körperlicher Leistung z.B. beim Passieren von Meilensteinen oder Berggipfeln bzw. am Ende einer Etappe ein (FET P7/25; FET P13/14; FET P20/36).

Außerdem hatten Wanderinnen und Wanderer immer wieder Erlebnisse, bei denen sie sich selbst zuwendeten (zu sich finden – P28, FGI P28-P29/49) oder zum Nachdenken angeregt wurden (P21, FGI P20-P21/50; FET P19/17; FET P27a/b/52-54).

„Den Aufstieg in der Mittagshitze geschafft und die erste Bank angesteuert, um sich auszuruhen. Der Körper kommt zur Ruhe und die Weite lässt die Gedanken schweifen, so dass der Schmerz an den Füßen verdrängt wird. Abschalten und Auftanken bei einem herrlichen Blick übers Sauerland. [...]“ FET P20/12

Dazu gehörten auch durch andere Erlebnisse ausgelöste (Kindheits-)Erinnerungen, die noch einmal nacherlebt wurden (FET P27a/b/11).

Eine Art flow-Erlebnis stellte sich vereinzelt am Ende von Tagesetappen ein, wenn das Wandern und die Suche nach dem nächsten Wegweiser oder der nächsten Markierung quasi automatisiert abliefen (P19, FGI P18-P19/205).

Sozialerlebnisse

Die Kategorie „Sozialerlebnisse“ vereint solche Erlebnisse der teilnehmenden Wanderinnen und Wanderer, die im Kontext sozialer Beziehungen zu anderen Mitgliederinnen und Mitgliedern derselben Wandergruppe oder durch das Aufeinandertreffen mit anderen Personen auf dem Rothaarsteig entstanden (vgl. Abb. 4-19).



Abbildung 4-19: Kategorie Sozialerlebnisse (eigene Darstellung/ MaxMaps)

Durch das gemeinsame Wandern mit (Ehe-)Partnerinnen und –Partnern oder Freundinnen und Freunden kam es vor allem zu positiv empfundenen Erlebnissen des sozialen Wohlbefindens (FET P6/9; FET P14/18; FET P28/27), aber auch zu solchen der Ablenkung z.B. von körperlichen Beschwerden oder schlechtem Wetter durch Gespräche (P17, FGI P14-P17/136; FET P23/14) und motivierenden Sozialerlebnissen (P19, FGI P18-P19/152; FET P4/7).

„Das Schöne ist immer nur, wenn man in so einer Gruppe zusammen ist, da ist das Lustige, sich dann irgendwann wieder zu versammeln. Wenn der eine hinten läuft und der andere vorne, wir warten dann da und machen gemeinsam eine schöne Pause. Das ist einfach nur schön.“ (P14, FGI P14-17/125)

„Diesen Tag mit so viel Regen, werde ich sicherlich nicht so schnell vergessen. Irgendwann hat er gar nicht mehr gestört. Die Stimmung war trotzdem noch super, wir habens mit Humor genommen. [...]“ FET P23/16

Erlebnisse der Begegnung mit anderen Personen oder Gruppen wurden unterschiedlich bewertet: Positiv erlebt wurde der größte Teil solcher Erlebnisse, darunter die erlebte Freundlichkeit unter Gleichgesinnten (P10, FGI P9-P10/23; P11, FGI P11-P12/185; FET P18/22). Geschätzt wurde auch das Erlebnis, sich mit anderen Menschen, insbesondere den Rothaarsteigrängern z.B. über Erlebtes auszutauschen (P24, FGI P22-P26/76; FET P10/19; FET P24/46).

„Kurz vor dem Dreierstein sind unsere Mitwanderer Sandra und Katrin mit einem alten Pärchen ins Gespräch gekommen, welche zum Blaubeerpflücken dort waren. Ein Rothaarsteigranger kam dazu und sie konnten endlich (fast) alle unsere Fragen loswerden. Beim Stein haben wir uns wiedergetroffen, in der Sonne zu Mittag gegessen und dem Bericht der beiden gelauscht.“ (FET P26/46)

Eher negativ bewertet wurden Erlebnisse des Antreffens von Gruppen oder größeren Menschenansammlungen, besonders in der Nähe von Parkplätzen, Sehenswürdigkeiten bzw. Ausflugslokalen (P23, FGI P22-P26/ 65; P25, FGI P22-P26/74; FET P6/12).

Wettererlebnisse

Eine wichtige Rolle unter allen dokumentierten Erlebnissen spielten auch Erlebnisse der Kategorie „Wettererlebnisse“. Die in Abb. 4-20 genannten Wetterphänomene und die sich daraus ergebenden klimatischen Bedingungen waren für die meisten Wanderinnen und Wanderer präsent und wurden oft Auslöser oder zu Inhalten von Erlebnissen. Erlebnisse des Wetters wurden z.B. im Zusammenhang mit verstärkten Naturerlebnissen (FET P18/40), Ausblickerlebnissen (P19, FGI P18-P19/136) und mit Stimmungserlebnissen (FET P16/14) genannt.

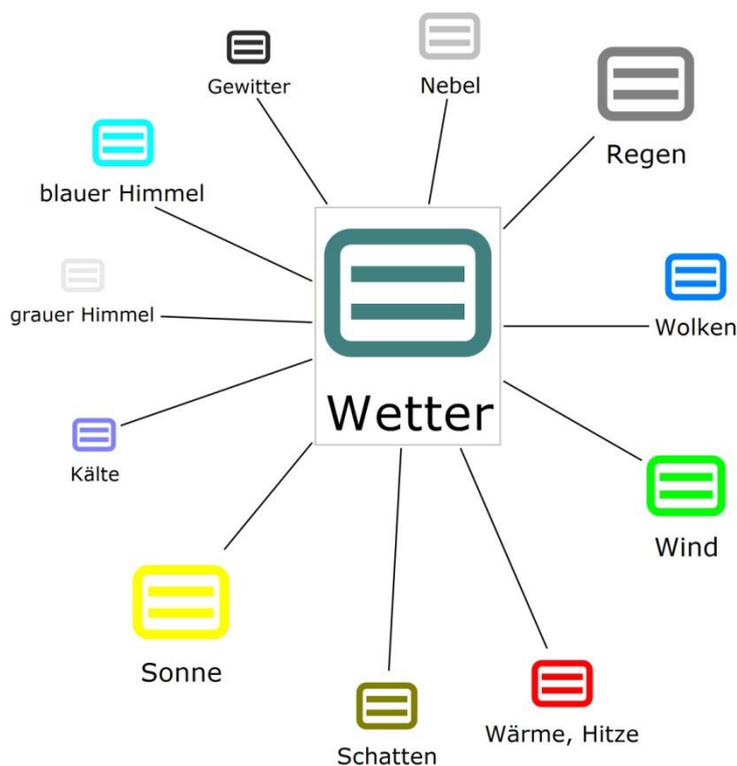


Abbildung 4-20: Kategorie Wettererlebnisse (eigene Darstellung/ MaxMaps)

Ähnlich prägnant waren die sich inhaltlich gegenüber stehenden Erlebnisse von Regen auf der einen und Sonnenschein auf der anderen Seite. Gerade durch den Wechsel von einem zum anderen Wetterphänomen wurde das jeweilig andere besonders intensiv erlebt. So wurden z.B. nach mehreren Regentagen in Folge die ersten Sonnenstrahlen während der Wanderung zu einem intensiven Erlebnis (FET P22/19; FET P26/36):

„...so konnten wir die Sonne auch eher schätzen. Wir haben dann gesagt: `und oahh, guck mal, hier scheint die Sonne!`und toll und... Hätten wir fünf Tage Hitze gehabt, dann hätte man sich eher beklagt, glaube ich.“ (P23, FGI P22-P26/113)

Andersherum wurden z.B. auch Nebel oder Nieselregen zu Erlebnissen, wenn diese Wetterphänomene im Kontrast zum Sonnenschein auftraten (FET P27a/b/88-91). Regen wurde sowohl negativ (FET P20/38; P21, FGI P20-P21/75) als auch positiv (P18, FGI P18-P19/190; P29, FGI P28-P29/28) erlebt.

„Diesen Tag mit so viel Regen, werde ich sicherlich nicht so schnell vergessen. Irgendwann hat er gar nicht mehr gestört. Die Stimmung war trotzdem noch super, wir haben´s mit Humor genommen. Ich fand insbesondere die letzten Kilometer dieses Tages fast eher lustig, zumal wir ja wussten, dass wir abends eine trockene Unterkunft haben werden.“ (FET P23/16)

Weitere Erlebnisse wurden ausgelöst von drohendem Gewitter (FET P25/69), Nebel (P18, FGI P18-P19/142), tief hängenden Wolken (P17, FGI P14-P17/110) und grauem Himmel (P29, FGI P28-P29/78). Im Zusammenhang mit Regen und dem häufig an ausgesetzten Orten gemachten Erlebnis des Windes (P1, FGI P1-P6/80), erlebten einige auch Kälte (FET P20/12). Wind wurde zudem als angenehmes Naturgeräusch erlebt (FET P16/16).

Die Erlebnisse von Sonnenschein dagegen waren fast ausnahmslos positiv (P27a, FGI P27a/b/64; FET P3/12; FET P23/30). Die damit im Zusammenhang stehende Wärme und Hitze wurde vor allem zum Erlebnis, weil sie das visuelle Erlebnis strahlenden Sonnenscheins noch um das körperliche Erlebnis der Sonnenwärme verstärkte (FET P3/14; FET P5/6). Kontrastierend zum Sonnenschein wurde auch der Schatten zum Erlebnis (P29, FGI P28-P29/26; FET P3/12).

Blauer Himmel wurde dann als Erlebnis benannt, wenn er im farblichen Kontrast zur Natur oder anderem Vordergrund besonders auffällig war (FI P30/55; FET P1/9)

Stimmungserlebnisse

Erlebnisse von Stimmungen und der während der Wanderung wurden eher selten in den Foto-Erlebnis-Tagebüchern festgehalten oder während der Foto-Gruppen-

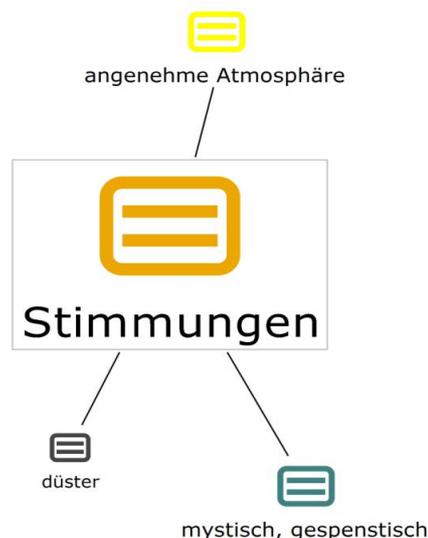


Abbildung 4-21: Kategorie Stimmungserlebnisse (eigene Darstellung/ MaxMaps)

Interviews erwähnt. Die wenigen entstandenen Erlebnisse in diesem Bereich wurden unter der Kategorie „Stimmungserlebnisse“ zusammengeführt (vgl. Abb. 4-21).

Zu Erlebnissen einer angenehmen Atmosphäre kam es z.B. im Zusammenhang mit Aussicht über die Landschaft oder Blicke auf Details der Natur, insbesondere zu ruhigen Zeiten sehr früh oder spät am Tage (FET P13/14; FET P27a/b/62-64). Demgegenüber wurden zeitweise auch z.B. durch das Wetter (Nebel) beeinflusste mystische, gespenstische (P18, FGI P18-P19/148; FET P11/38) oder düstere (FT P12/40) Stimmungen zu Auslöser von Erlebnissen.

Zeiterlebnisse

Die Kategorie „Zeiterlebnisse“ umfasst Erlebnisse der Tageszeiten, Jahreszeiten und von Zeitlosigkeit (vgl. Abb. 4-22).



Abbildung 4-22: Kategorie Zeiterlebnisse (eigene Darstellung/ MaxMaps)

Angesichts der Fülle von Erlebnissen verschoben sich für die Erlebenden zum Teil die zeitlichen Dimensionen:

„[...] Es waren zwar drei Wandertage, aber die haben wir bei bestem Wetter, guter Laune und vielen großen und kleinen Erlebnissen angenehm geschafft. Die Zeit kam mir unheimlich lang vor und wird in guter Erinnerung bleiben!“ (FET P10/21)

Vor allem die Tageszeit wurde für einige Probandinnen und Probanden zu einem besonderen Erlebnis, wenn sie besonders früh am Morgen oder noch bis in den Abend hinein auf dem Wanderweg unterwegs waren (P25, FGI P22-P26/6; FET P27a/b/88-95; FET P30/16-17).

Vereinzelt kam es in Verbindung mit Naturerlebnissen auch zu einem bewussten Erlebnis der Jahreszeit (FET P1/14; FET P10/15).

Zudem erlebten einige Probandinnen und Probanden, dass eine genaue Zeitbestimmung während der Wanderung nicht notwendig und sich durch das Unterwegs sein in der Natur eine Art Zeitlosigkeit einstellte (P22, FGI P22-P26/194).

4.2.2 Überschneidungen von Erlebnis-Codes

Während der Auswertung der qualitativen Inhaltsanalyse wurden Textsegmente sehr häufig mit mehreren Codes versehen, weil in einer geschilderten Erlebnis-Situation häufig zeitgleich verschiedene Erlebnisse entstanden.

MaxQDA erlaubt eine Darstellung von Überschneidungen der vergebenen Codes und bietet dadurch die Möglichkeit, Zusammenhänge unterschiedlicher Erlebnisse einfach zu erfassen. In diesem Kapitel erfolgt eine Darstellung der deutlichsten Überschneidungen von zwei oder mehr gleichzeitig entstandenen Erlebnissen.

Für die in der ersten Spalte der folgenden Tabelle genannten Erlebnis-Codes konnten mit Hilfe des Code-Relations-Browser in MaxQDA besonders viele deutliche Überschneidungen⁶¹ (≥ 10) mit anderen Codes festgestellt werden (vgl. Tab. 4-1).

Je prägnanter die Überschneidungen sind, umso deutlicher werden die Erlebnisinhalte und das Erlebnis-Setting, in dem entsprechenden Erlebnisse entstanden. Zum Beispiel wurde das Erlebnis der Kilometersteine häufig begleitet von den gleichzeitigen Erlebnissen der physisch und psychisch vollbrachten Leistung, was die Wanderinnen und Wanderer zudem mit Stolz erfüllte (s. Tab. 4-1). Die Gründe für andere Überschneidungen liegen auf der Hand, wie ein weiteres Beispiel zeigt: Das Erlebnis des Landschaftselements „Tal/Bachtal“ hat Überschneidungen mit den Naturerlebnissen „Bachlauf“ und „fließendes Wasser“ (vgl. Tab. 4-1). Dass das Erlebnis dieses Landschaftselements aber mit den Erlebnissen „Ästhetik der Landschaft“ und „Schöner Ausblick“ Überschneidungen aufweist, ist letztlich abhängig von den Empfindungen der teilnehmenden Wanderinnen und Wanderer und konnte in Folge der Qualitativen Inhaltsanalyse und der festgestellten Überschneidungen festgestellt werden.

Auf diese Weise wurde auch deutlich, was die Teilnehmerinnen und Teilnehmer besonders wichtig für ein Erlebnis eines „schönen Ausblicks“ hielten (s. Tab. 4-1): Der Ausblick war dann besonders schön, wenn er sowohl von Tiefe, Weite und Panorama geprägt und dabei vielseitig und abwechslungsreich war, als auch interessante Elemente wie z.B. Zivilisationszeichen, kulturell-geschichtliche Stätten oder Steine und Felsen enthielt. Ergänzt und gefördert wurde das Erlebnis des „schönen Ausblicks“ durch ein Gipfelerlebnis und Inszenierungselemente wie Aussichtsplattformen und Rothaarsteig-Mobiliar.

Das Erlebnis dieser Bänke und Ruheliegen wurde häufig mit den Erlebnissen eines schönen Rastplatzes, schöner Ausblicke, Entspannung, Sozialerlebnissen, Sonnenschein und Genuss verbunden.

Genuss-Erlebnisse stellten sich vor allem dann ein, wenn gleichzeitig Entspannung, Belohnung, soziales Wohlbefinden und Sonne an einem schönen Rastplatz erlebt werden konnte.

⁶¹ Es wurde in den Texten nach direkten Überschneidungen zweier Codierungen bzw. Codierungen in unmittelbarer Nähe zum jeweilig mit dem ersten Erlebnis codierten Textsegment gesucht. Überschneidungen wurden also auch dann angezeigt, wenn die jeweiligen Codierungen mit dem maximalen Abstand von einem Absatz im Text auftauchten.

Ein schöner Rastplatz wiederum wurde im Zusammenhang mit Rothaarsteig-Mobiliar und Einkehrmöglichkeiten verbunden, wobei hier Genuss- und Entspannungserlebnisse vorzugsweise begleitet von Sonnenschein entstanden.

Die Erlebnis-Codes „Weganlage, Verlauf“, „Wald“ und „Ausblick mit Tiefe, Weite, Panorama“ weisen die meisten deutlichen Überschneidungen mit anderen Erlebnis-Codes auf. Die mit ihnen codierten Erlebnisse waren solche, die während der Mehrtageswanderung immer wieder kehrten, was einerseits die Fülle und andererseits die Vielfalt der Überschneidungen erklärt.

Bezeichnung und (Anzahl) sich überschneidender Erlebnis-Codes*													
ERLEBNIS-Codes	Inszenierung (14)	Weganlage, Verlauf (17)	Spaß (16)	Enttäu- schung (17)	Begegnun- gen mit an- deren (11)	Sonne (10)							
Hängebrücke													
RHS-Mobiliar	schöner Rast- platz (22)	schöner Aus- blick (13)	Genuss (11)	Entspannung (12)									
Unterkünfte	Service (16)	freundliches Personal (10)											
Kilometersteine	Leistung (39)	Stolz (13)	etwas ge- schafft haben (30)										
Weganlage, Verlauf	Inszenierung (10)	Hängebrücke (17)	Untergrund (30)	Wald (26)	Nadelwald (17)	Ästhetik der Landschaft (11)	Vielseitigkeit, Abwechslung (16)	ge- schwungene Land- schaft (12)	Windbruch, Wüstenland- schaft (13)	Tal, Bachtal (14)	Wiesen, Weiden (14)	schöner Ausblick (10)	v. Menschen geprägte Landschaft (10)
Untergrund	unangenehmes Geräusch, Lärm (11)	körperliches Leiden, Blessuren (10)	Spaß (10)	Enttäu- schung (13)									
Pflanzen, Blumen	Pflanzen, Blumen (12)	Wald (12)	Nadelwald (12)	Weganlage, Verlauf (30)	Geruch, Düfte (10)	Untergrund (12)							
Naturgewalten, (Kyrill)	detaillierte Natur (18)	Wald (16)	offene, ge- schwungene Landschaft (12)	Wiesen, Weiden (14)		Untergrund (12)							
	regenerierende Natur (20)	tröstlose Land- schaft (15)	Windbruch, Wüstenland- schaft (43)										

Tabelle 4-1: Überschneidungen von Erlebnis-Codes (eigene Darstellung)

Windbruch, Wüstenlandschaft	regenerierende Natur (23)	trostlose Landschaft (24)	Gegensätze (11)	Wiesen, Weiden (11)	Schöner Ausblick (11)	überraschender Ausblick (11)	Ausblick mit Weite, Tiefe, ... (16)	Regen (12)	Weganlage, Verlauf (13)	Naturgewalten (Kyrill) (43)	Windbruch, Wüstenlandschaft (13)	Tal, Bachtal (20)	Wiesen, Weiden (26)
Wald	<i>Weganlage, Verlauf (26)</i>	<i>Untergrund (12)</i>	<i>Pflanzen, Blumen (16)</i>	regenerierende Natur (10)	verstärktes Naturerlebnis (11)	Ästhetik der Landschaft (12)	Vielseitigkeit, Abwechslung (22)	Gegensätze (13)	hügelige Landschaft (14)	offene, geschwungene Landschaft (19)	Windbruch, Wüstenlandschaft (13)	Tal, Bachtal (20)	Wiesen, Weiden (26)
Quellen	Schöner Ausblick (11)	Ausbl. m. Tiefe, Weite (16)	Geruch, Düfte (15)	Licht (20)	Sonne (31)								
Quellen	Inszenierung (13)	enttäuschende Quellen (11)	inszeniertes Wasser (11)	Erfrischung, Trinkwasser (25)									
Mittelgebirge: sanfte, bewaldete Höhen	hügelige Landschaft (12)	offene, geschwungene Landschaft (15)	Windbruch, Wüstenlandschaft (11)	Wiesen, Weiden (11)	Schöner Ausblick (13)	Ausblick mit Tiefe, Weite, ... (34)							
hügelige Landschaft	Ästhetik der Landschaft (11)	offene, geschwungene Landschaft (16)	Windbruch, Wüstenlandschaft (10)	Wiesen, Weiden (22)	Schöner Ausblick (17)	Ausblick mit Tiefe, Weite, ... (22)	Wald (14)						
offene, geschwungene Landschaft	verstärktes Naturerlebnis (11)	Ästhetik der Landschaft (12)	Vielseitigkeit, Abwechslung (14)	Windbruch, Wüstenlandschaft (10)	Wiesen, Weiden (37)	Waldrand (12)	Schöner Ausblick (14)	Ausblick mit Tiefe, Weite, ... (30)	interessanter Ausblick, Zivilisationszeichen (10)	Weiter (12)	Sonne (11)	hügelige Landschaft (16)	Mittelgebirge: sanfte, bewaldete Höhen (15)
Heidellandschaft	Früchte, Beeren (11)	Ästhetik der Landschaft (12)	Ausblick mit Tiefe, Weite, (14)	Wetter (10)									
Tal, Bachtal	Bachlauf (36)	fließendes Wasser (17)	Ästhetik der Landschaft (10)	Vielseitigkeit, Abwechslung (13)	Wiesen, Weiden (15)	Schöner Ausblick (12)							

Wiesen, Weiden	Ästhetik der Landschaft (13)	Vielseitigkeit, Abwechslung (26)	Waldrand (16)	Schöner Ausblick (13)	Ausblick mit Tiefe, Weite, ... (20)	Geruch, Düfte (12)	körperliches Leiden, Blessuren (10)	Sonne (19)	Mittelgebirge: sanfte, bewaldete Höhen (11)	hügelige Landschaft (22)	offene, geschwungene Landschaft (37)	Tal, Bachtal (15)	
schöner Rastplatz	RHS- Mobilbar (22)	Einkehrmöglichkeiten (11)	Genuss (23)	Entspannung (12)	Sonne (15)								
schöner Ausblick	RHS-Mobilbar (13)	Vielseitigkeit, Abwechslung (11)	Steine, Felsen (10)	Inszenierung Ausblick, Plattform (21)	Ausblick mit Weite, Tiefe, ... (41)	interessanter Ausblick, Zivilisationszeichen (11)	Kultur/ Geschichte (15)	Gipfelerlebnis (10)					
Ausblick mit Tiefe, Weite, Panorama	schöner Ausblick (41)	Mittelgebirge: sanfte, bewaldete Höhen (34)	Wald (16)	Nadelwald (11)	hügelige Landschaft (22)	offene, geschwungene Landschaft. (30)	Heidelandschaft (14)	Wiesen, Weiden (20)	Inszenierung Ausblick, Plattform (16)	interessanter Ausblick, Zivilisationszeichen (19)	Vielseitigkeit, Abwechslung (12)	Kultur/ Geschichtschichte (10)	Windbruch (16)
Leistung	Stolz (10)	Wetter (15)	Wolken (17)	Sonne (14)									
	Kilometersteine (39)	Stolz (28)	etwas geschafft haben (58)	Motivation (10)									
Genuss	Entspannung (16)	Belohnung (15)	soziales Wohlbefinden (10)	Sonne (11)	schöner Rastplatz (23)	RHS-Mobilbar (11)							
soziales Wohlbefinden	Spaß (18)	Begegnungen mit anderen (21)											
Tageszeit	Sonne (21)												

*eine Überschneidung wird dann kursiv dargestellt, wenn sie innerhalb der Tabelle noch als Überschneidung des jeweils anderen Codes genannt ist.

4.2.3 Erlebnisse von Frauen und Männern

Es nahmen 16 Frauen und 15 Männer an der Studie teil (vgl. Kap. 3.5.3). In diesem Kapitel werden ihre jeweiligen prägnantesten Erlebnisse und Unterschiede der Erlebnisinhalte vergleichend dargestellt.

Mit Hilfe des Code-Matrix-Browsers können in MaxQDA die Summen der in den jeweiligen Texten (Foto-Erlebnis-Tagebücher bzw. die Transkripte der Foto-Erlebnis-Interviews) vergebenen Codes visualisiert werden.

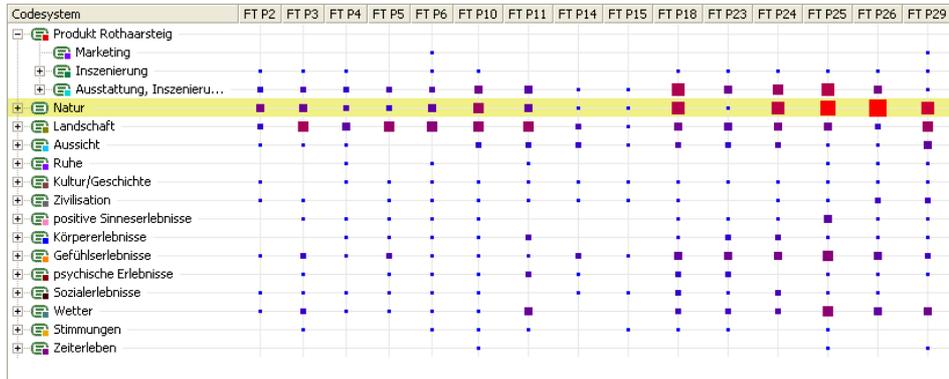


Abbildung 4-22: Code-Matrix-Browser der Erlebnisse teilnehmender Wanderinnen (Frauen)

Ein Vergleich des jeweiligen Code-Matrix-Browsers der teilnehmenden Frauen und Männer (vgl. Abb. 4-22 und Abb. 4-23) zeigt für beide Gruppen eine ähnliche Häufung von Erlebnissen in den Bereichen „Natur“ und „Landschaft“. Im Falle dieser Teilnehmerinnen und Teilnehmer zeigt sich eine leichte Verschiebung von den Naturerlebnissen, die bei den Frauen am stärksten hervortreten, zu den Landschaftserlebnissen bei den Männern.

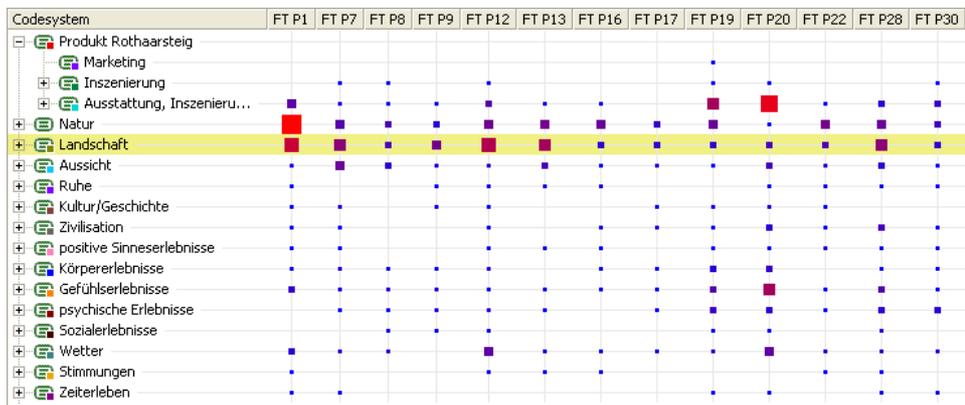


Abbildung 4-23: Code-Matrix-Browser der Erlebnisse teilnehmender Wanderer (Männer)

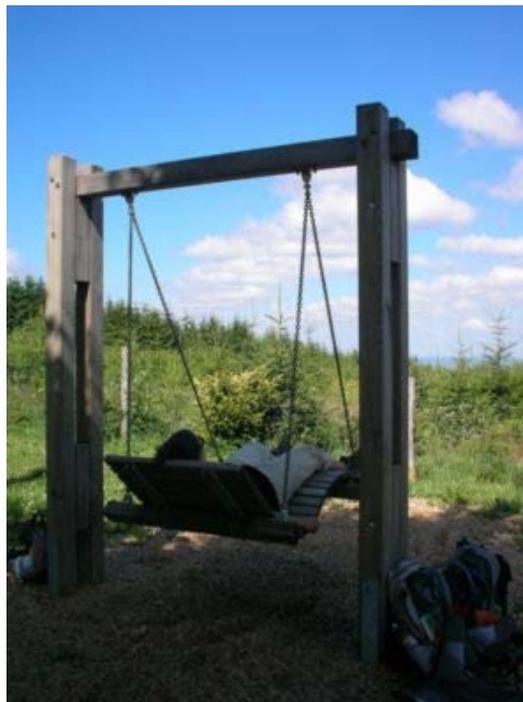
Deutlicher sind die anhand dieser Grafiken zu vermutende Unterschiede für die Erlebnisse der „Ausstattung und Inszenierungsmaßnahmen“ des Rothaarsteigs. Erkennbar sind auch leichte Unterschiede auch für die „Gefühlserlebnisse“ und „Sozialerlebnisse“, die jeweils bei den Frauen häufiger vorhanden waren oder durch ihre Aufzeichnungen besser dokumentiert wurden.

Die Ausstattung und die Inszenierungsmaßnahmen des Rothaarsteigs, wie z.B. Erlebnisstationen, Ruhebänke und Liegen oder die Einkehrmöglichkeiten verhalfen den Wanderinnen offensichtlich zu mehr positiven Erlebnissen als den teilnehmenden Männern. Die Hängebrücke wurde z.B. von den Frauen neben der Enttäuschung über den Wegverlauf als spannendes Abenteuer und mit Spaß erlebt (FET P3/20; FET P5/18; FET P18/28).

„Diese Hängebrücke ist ein echtes Highlight. Wir haben extra deshalb den anderen Weg auf dem Rothaarsteig gewählt. Im Prospekt des Rothaarsteigs sieht sie so riesig aus, ein wenig enttäuschend ist es dann, wenn man die tatsächliche Größe sieht. Hier sind aber sehr interessante Informationen über das Ökosystem Wald zu finden und auf der Hängebrücke kann man herrlich schaukeln. Wir hatten dort viel Spaß und haben uns lange dort aufgehalten. Es hat sich gelohnt. Wir haben mit einer privaten Digitalkamera ein witziges Filmchen gedreht.“ (FET P6/20)

Ein Erlebnis an oder auf der Hängebrücke hatten nur drei der teilnehmenden Wanderer, wobei zwei von ihnen lediglich Erinnerungs-Fotos davon machten, ohne eine entsprechende Erlebnisbeschreibung (FET P7/18; FET P8/15, FET P20/17).

Viele Fotos und Beschreibungen in den Foto-Erlebnis-Büchern der Frauen zeugen davon, dass auch die Rothaarsteigstühle und –liegen für sie intensive Erlebnisse darstellten (FET P18/17; FET P24/34; FET P25/44; FET P26/65).



„Die Stühle sind super, sehr entspannend. [...]. Aufgrund des schönen Wetters konnten wir uns heute auch mal auf den Stühlen ausruhen, Füße hochlegen und ein wenig relaxen.“ (FET P23/31-32)

Weniger als die Hälfte der männlichen Teilnehmer hielten das Rothaarsteig-Mobiliar in ihren Foto-Erlebnis-Tagebüchern als Erlebnisse fest. Von diesen Männern wurden

die Bänke und Liegen eher als Orte der Erholung und der guten Aussicht, nicht aber als Auslöser für Sozialerlebnisse erlebt (FET P20/32; FET P28/33).

Die Ruhebänke und Vesperinseln und auch komfortable Einkehrmöglichkeiten waren für die Frauen dagegen gleichzeitig Orte, an denen eben solche Sozialerlebnisse stattfanden: hier kamen sie mit anderen ins Gespräch, hatten gemeinsam viel Spaß und teilten den Genuss, so dass hier das soziale Wohlbefinden gestärkt wurde (FET P4/7; FET P10/19; FET P25/12).

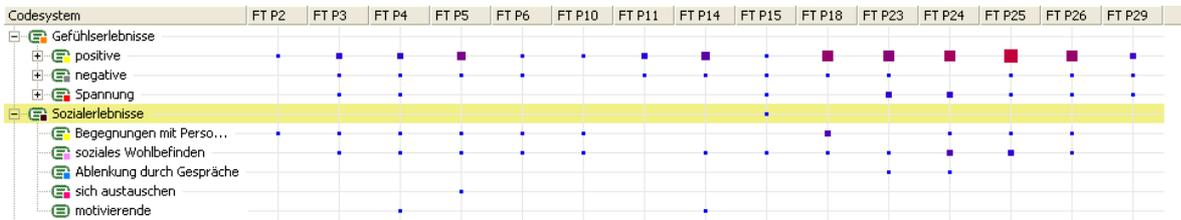


Abbildung 4-24: Code-Matrix-Browser der Gefühls- und Sozialerlebnisse der Frauen

Nur wenige der teilnehmenden Männer hatten überhaupt Sozialerlebnisse nur zwei von ihnen nannten in ihren Foto-Erlebnis-Tagebüchern die „Begegnung mit anderen“ als Erlebnis (FET P12/4; FET P28/27).

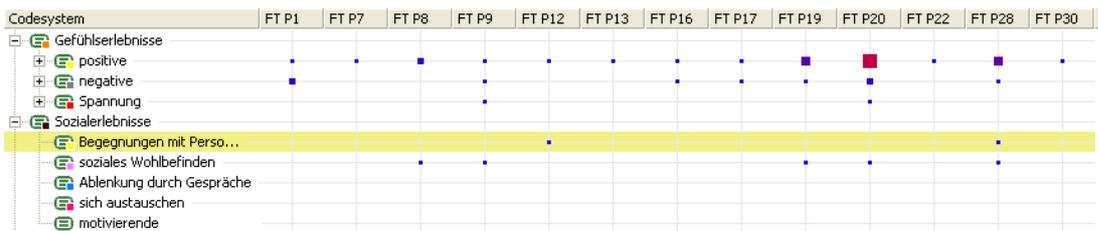


Abbildung 4-25: Code-Matrix-Browser der Gefühls- und Sozialerlebnisse der Männer

Insgesamt war das Erleben bei den Frauen zudem deutlicher als bei Männern von positiven Gefühlserlebnissen und Spannungserlebnissen begleitet (FET P18/18; FET P26/12 – vgl. auch Abb. 4-24 und Abb. 4-25). Die Variationsbreite und die Intensität der Erlebnisse waren bei ihnen größer.

4.2.4 Erlebnisse unterschiedlicher Altersgruppen

Knapp zwei Drittel (n=20) von den 31 Teilnehmerinnen und Teilnehmern waren zwischen 40 und 55 Jahren alt (vgl. Kap. 3.5.3). Nahezu ein Drittel (n=9) gehörten zu der Altersgruppe der 25-40jährigen (vgl. ebd.). In diesem Kapitel werden die prägnantesten Erlebnisse dieser beiden großen Gruppen vergleichend dargestellt.

Im Vergleich der relativen Anzahl der codierten Textsegmente in allen Texten der jeweiligen Altersgruppen fällt auf, dass die jüngeren Teilnehmerinnen und Teilnehmer im Verhältnis deutlich mehr Erlebnisse dokumentierten. Sowohl der Umfang der Foto-Erlebnis-Tagebücher, als auch der Wortbeiträge in den Foto-Gruppen-Interviews waren bei ihnen größer. Dementsprechend wurden bei der Codierung ihrer Foto-Erlebnis-Tagebücher deutlich mehr Codings vergeben: Im Durchschnitt wurden hier 112,7 Segmente pro Text codiert, bei der Altersgruppe der 40-55jährigen waren es

nur durchschnittlich 81,5 Codings pro Text. Der Gesamtdurchschnitt von allen Foto-Erlebnis-Tagebüchern betrug 90,0 Codings pro Text.

Der Vergleich der beiden jeweiligen Code-Matrix-Browser (Abb. 4-26 und Abb. 4-27) zeigt keine großen Unterschiede bezüglich der Vielfalt und Streuung der Erlebnisse.

Eine Ausnahme ist eine erkennbare Tendenz, dass die größte Erlebnisdichte der 40-55jährigen im Bereich der Landschaftserlebnisse und die der 25-40jährigen im Bereich der Naturerlebnisse lagen (vgl. Abb. 4-26 und Abb. 4-27).

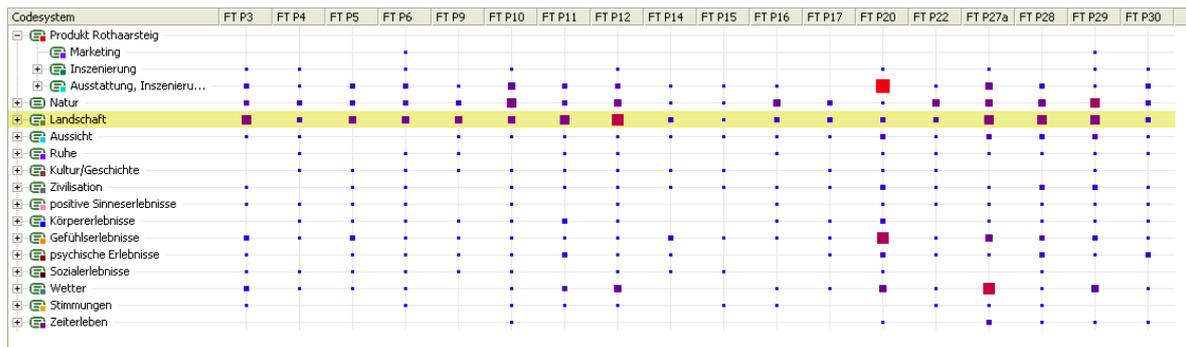


Abbildung 4-26: Code-Matrix-Browser der 40-55jährigen

Die nähere Analyse zeigt aber, dass die relative Anzahl der Codierungen bei den Landschaftserlebnissen der 40-55jährigen im Verhältnis zur relativen Anzahl der Codierungen der Landschaftserlebnisse der 25-40jährigen nur minimal abweicht. Im Gegensatz zu den Jüngern haben die älteren Wanderinnen und Wanderer aber im Bereich der Naturerlebnisse im Verhältnis deutlich weniger Erlebnisse dokumentiert. Dies deutet darauf hin, dass die Wanderinnen und Wanderer der Gruppe der 25-40jährigen mehr Details in der Natur erlebten als die 40-55jährigen. Dies wird durch die in den Foto-Erlebnis-Tagebüchern dokumentierten Erlebnisse der Jüngeren gestützt: Bei ihnen traten z.B. Tierbegegnungen und Erlebnisse mit Pflanzen deutlich hervor (FET P8/5; FET P24/44; FET P26/8-10).

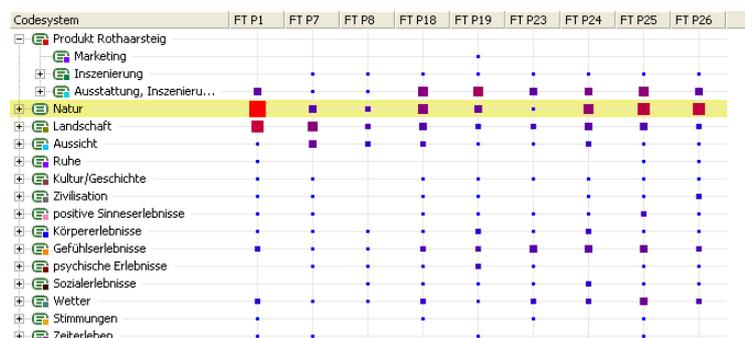


Abbildung 4-27: Code-Matrix-Browser der 25-40jährigen

Da die Zusammensetzung der Wandergruppen und die Ziele des Wanderns auch innerhalb der jeweiligen Altersgruppen unterschiedlich waren und die individuellen Interessen der Wanderinnen und Wanderer nicht erfasst wurden, kann dieser Unter-

schied der Erlebnisinhalte nicht mit Sicherheit mit dem Lebensalter der Wanderinnen und Wanderer begründet werden.

4.2.5 Erlebnisse bei unterschiedlicher Wandergruppengröße

Die Probandinnen und Probanden wurden durch das Theoretical Sampling bewusst so ausgesucht, dass sie mit unterschiedlicher Anzahl an Begleitpersonen auf dem Rothaarsteig unterwegs waren. Wie in Tab. 3-1 (vgl. Kap. 3.5.3) farblich hervorgehoben wurde, nahmen zwei Einzelwanderer (rosa Markierung), zwei mal zwei befreundete Männer (blaue Markierung), 13 Wanderinnen und Wanderer, die mit ihrem oder ihrer (Ehe-) Partner/in oder Familienangehörigen unterwegs waren (gelbe Markierung) und zwölf Probandinnen und Probanden, die in Gruppen mit bis zu sieben Freundinnen und Freunden unterwegs waren (grüne Markierung) an der Studie teil. In diesem Kapitel erfolgen eine Betrachtung und ein Vergleich ihrer Erlebnisse unter dem Aspekt der Gruppengröße. Insbesondere die Sozialerlebnisse sollen verglichen werden.

Codesystem	FI P13	FI P30	FT P13	FT P30
Produkt Rothaarsteig	■	■	■	■
Natur	■	■	■	■
Landschaft	■	■	■	■
Aussicht	■	■	■	■
Ruhe	■	■	■	■
Kultur/Geschichte	■	■	■	■
Zivilisation	■	■	■	■
positive Sinneserlebnisse	■	■	■	■
Körpererlebnisse	■	■	■	■
Gefühlerlebnisse	■	■	■	■
psychische Erlebnisse	■	■	■	■
Sozialerlebnisse				
Wetter	■	■	■	■
Stimmungen	■	■	■	■
Zeiterleben	■	■	■	■

Abbildung 4-28: Code-Matrix-Browser der Erlebnisse der Alleinwanderer

Die Alleinwanderer vermerkten von sich aus keine Sozialerlebnisse in ihren Foto-Erlebnis-Tagebüchern (vgl. Abb. 4-28). Erst auf Nachfrage beim Foto-Interview nannte P30 einige Begegnungen mit anderen Personen, die für ihn aber kein Erlebnis darstellten. Die Alleinwanderer hatten während der Wanderung im Vergleich zu den anderen Teilnehmern vermehrt Erlebnisse von Abgeschiedenheit und Zivilisationsferne und Ruhe (FI P13/9; FI P30/85).

Die an der Studie teilnehmenden Wanderinnen und Wanderer, die paarweise auf dem Rothaarsteig unterwegs waren, hatten - wie alle anderen auch - eine große Erlebnisdichte innerhalb der Erlebnis-Kategorien „Natur“, „Landschaft“ und „Produkt Rothaarsteig“. Sowohl die Sozialerlebnisse als auch Erlebnisse der Kategorie „Kultur/Geschichte“ waren bei dieser Gruppe häufiger vorhanden, als bei den Einzelwanderern (FET P19/17; FET P12/23-24; FET P18/21-22). Erlebnisse der Kategorien „Ruheerlebnisse“ und „Zivilisationserlebnisse“ waren dagegen im Vergleich zu den Einzelwanderern weniger präsent bei diesen Probandinnen und Probanden (vgl. Abb. 4-29).

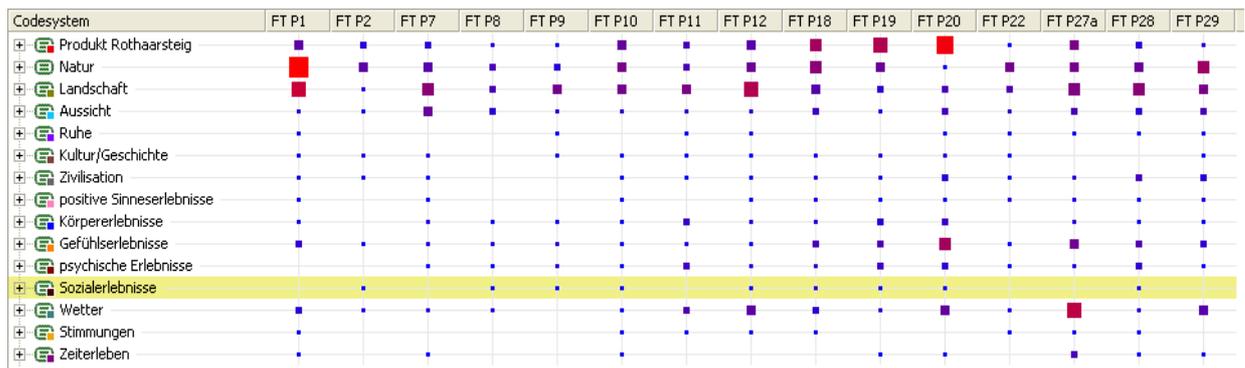


Abbildung 4-29: Code-Matrix-Browser der Erlebnisse der Paare (inkl. Männertouren)

Die Wanderinnen und Wanderer, die in Gruppen unterwegs waren, hatten ebenfalls viele Natur- und Landschaftserlebnisse. Das gemeinsame Wandern war daneben aber auch immer wieder geprägt von sozialem Wohlbefinden und Sozialerlebnissen, wie z.B. Gesprächen untereinander und mit Dritten, gemeinsamen Pausen, Spaß, und gegenseitiger Motivation (FET P3/16; FET P4/7; FET P5/20; FET P15/17-18). Erlebnisse der Kategorien „Ruheerlebnisse“ und „Zeiterlebnisse“ hatten diese Probandinnen und Probanden im Verhältnis seltener als die Einzel- und Paarwanderinnen und -wanderern (vgl. Abb. 4-30).

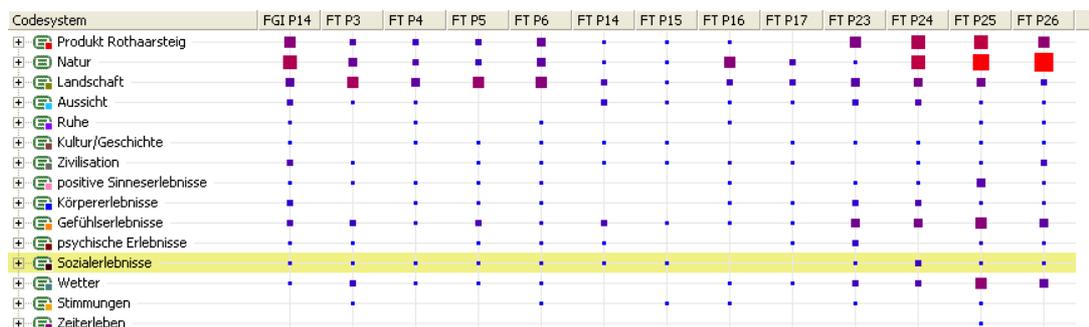


Abbildung 4-30: Code-Matrix-Browser der Erlebnisse der Gruppen

Insgesamt war sowohl die Streuung der Erlebnisse als auch die Erlebnisdichte in den unterschiedlichen Kategorien sehr ähnlich, so dass außer den genannten Tendenzen von Unterschieden keine gültigen Aussagen getroffen werden können.

4.2.6 Erlebnisse durch Einflüsse der Art des Gepäcktransports

Sowohl die beiden Einzelwanderer (P13, P30) als auch die Wanderer der beiden Männertouren (P7-P8, P20-P21) trugen ihr gesamtes Gepäck in großen Wander-rucksäcken und wanderten mindestens die 154 Kilometer des Hauptweges⁶². Alle anderen ließen ihr Gepäck von einer Unterkunft zur nächsten mit dem Auto transportieren. Zwölf von ihnen (P11-P12, P18-P19, P23-P29) wanderten ebenfalls den gesamten Steig und damit mindestens 154 Kilometer.

In diesem Kapitel erfolgt nun ein Vergleich der Erlebnisse, die sich auf die Unterkünfte und den Gepäcktransport beziehen sowie die der Kategorien „Körpererlebnisse“ und „psychische Erlebnisse“ der Probandinnen und Probanden beider genannten Gruppen (vgl. Abb. 4-31 und Abb. 4-32).

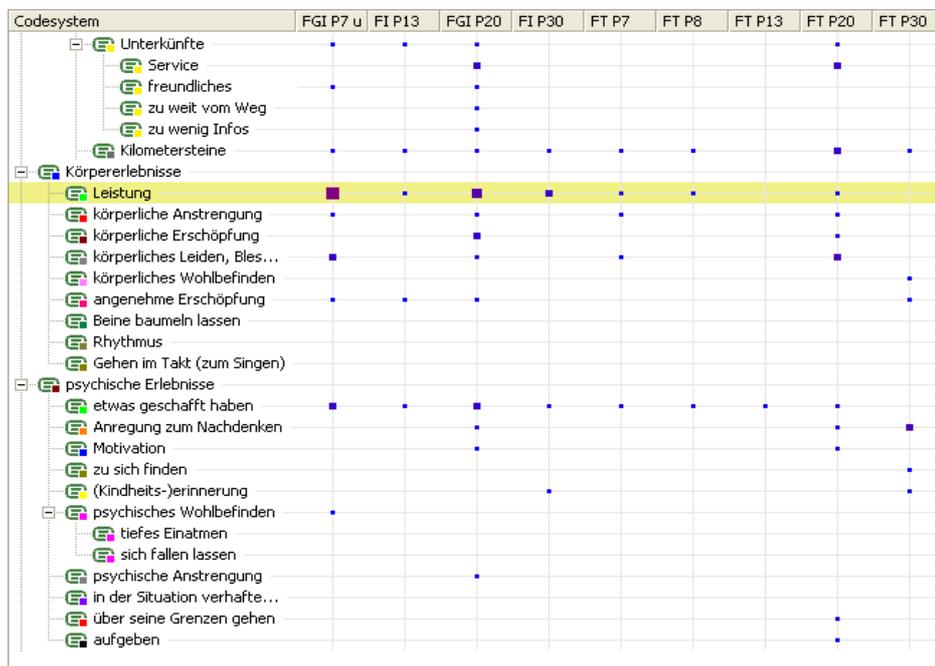


Abbildung 4-31: Erlebnisse der Unterkünfte, Körpererlebnisse, Psychische Erlebnisse der Rucksackträger (Code-Matrix-Browser)

Das Erlebnis der eigenen Leistung spielt nach den Erlebnis-Beschreibungen vieler Wanderinnen und Wanderer beider Gruppen für viele zeitweise eine wichtige, für einige aber auch kaum eine Rolle. Aus den abgebildeten Code-Matrix-Browsern können diesbezüglich nur geringfügige Unterschiede abgelesen werden. Die Rucksackträger hatten teilweise mehr und intensivere Erlebnisse ihrer körperlichen Leistung, während das Gefühl „etwas geschafft zu haben“ von fast allen Probandinnen und Probanden beider Gruppen erlebt wurde.

Beschrieben die Wanderinnen und Wanderern mit Gepäcktransport per Auto viele unterschiedliche Körpererlebnisse, ist eine solch breite Streuung bei den Rucksack-

⁶² P20 und P21 waren die einzigen unter den Teilnehmerinnen und Teilnehmern, die neben der Dill-Variante auch noch die Westerwaldschleife und damit mindestens 207km wanderten.

trägern nicht vorhanden. Körperliches Wohlbefinden wurde nur von einem von ihnen erlebt (FET P30/13).

Allerdings hatten die Rucksackwanderer auch nicht mehr Erlebnisse körperlichen Leidens oder Blessuren als die Wanderinnen und Wanderer, deren Gepäck per Auto transportiert wurde.

Ähnlich war es mit psychischen Erlebnissen: Auch in dieser Kategorie hatten die Personen ohne Gepäck auf dem Rücken eine größere Vielfalt von Erlebnissen als die Rucksackträger. Dabei wurde auch das erlebte psychische Wohlbefinden von den Wanderinnen und Wanderern ohne Gepäck beschrieben (FET P11/36; FET P12/23), während dieses Erlebnis nur von zwei Rucksackwanderern auf Nachfrage im Interview erwähnt wurde (FGI P7-P8/61-63).

Codesystem	FGI P11	FGI P18	FGI P22	FGI P27	FGI P28	FT P11	FT P12	FT P18	FT P19	FT P23	FT P24	FT P25	FT P26	FT P27a	FT P28	FT P29
Unterkünfte																
Service																
freundliches																
zu weit vom Weg																
zu wenig Infos																
Kilometersteine																
Körpererlebnisse																
Leistung																
körperliche Anstrengung																
körperliche Erschöpfung																
körperliches Leiden, Bles...																
körperliches Wohlbefinden																
angenehme Erschöpfung																
Beine baumeln lassen																
Rhythmus																
Gehen im Takt (zum Singen)																
psychische Erlebnisse																
etwas geschafft haben																
Anregung zum Nachdenken																
Motivation																
zu sich finden																
(Kindheits-)Erinnerung																
psychisches Wohlbefinden																
psychische Anstrengung																
in der Situation verhafte...																
über seine Grenzen gehen																
aufgeben																

Abbildung 4-32: Erlebnisse der Unterkünfte, Körpererlebnisse, Psychische Erlebnisse bei Gepäcktransport per Auto (Code-Matrix-Browser)

Die Kilometersteine als Zeichen der vollbrachten Leistungen und als Motivationslieferant wurden von den Probandinnen und Probanden in sehr ähnlicher Weise und in sehr ähnlichem Umfang erlebt (FET P6/22; FET P23/28-29; FET P7/25-26; FET P20/35-36).

Die Datengrundlage lässt außer der beschriebenen erkennbaren Unterschiede keine Rückschlüsse darauf zu, ob diese Unterschiede von der zusätzlichen körperlichen und psychischen Belastung durch das Gepäck auf dem Rücken oder durch die unterschiedliche Motivationslage und einem möglichen unterschiedlichen Fitnesszustand von den Rucksackträgern und den Wanderinnen und Wanderern mit Gepäcktransport per Auto herrühren.

4.2.7 Räumliche Verortung der Erlebnisse

Im Zuge des Fotografierens und der begleitenden Eintragungen in das Foto-Erlebnis-Tagebuch kennzeichneten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer möglichst genau auf einer Übersichtskarte des Rothaarsteigs die jeweiligen Positionen, an denen ihre Erlebnisfotos entstanden. Diese Informationen wurden in einer Datei zusammengeführt und auf einer entsprechenden Übersichtskarte des Rothaarsteigs dargestellt (vgl. Abb. 4-33). Die Graphik bildet durch die Häufung der Markierungen die von der Stichprobe am stärksten bewanderten Streckenabschnitte ab. Zugleich zeigen sich mehrere örtliche Häufungen, die an Aussichtspunkten, Erlebnisstationen oder anderen von vielen Wanderinnen und Wanderern als Erlebnis festgehaltenen Attraktionen liegen. Die relativ dünne Streuung der Markierung auf dem südlichen Teil und insbesondere auf dem süd-westlichen Abschnitt (Westerwaldschleife) des Rothaarsteigs bildet die von den dort wandernden Teilnehmerinnen und Teilnehmern häufig erlebte Leere und den zum Erhebungszeitpunkt gering frequentierten Wanderweg ab.

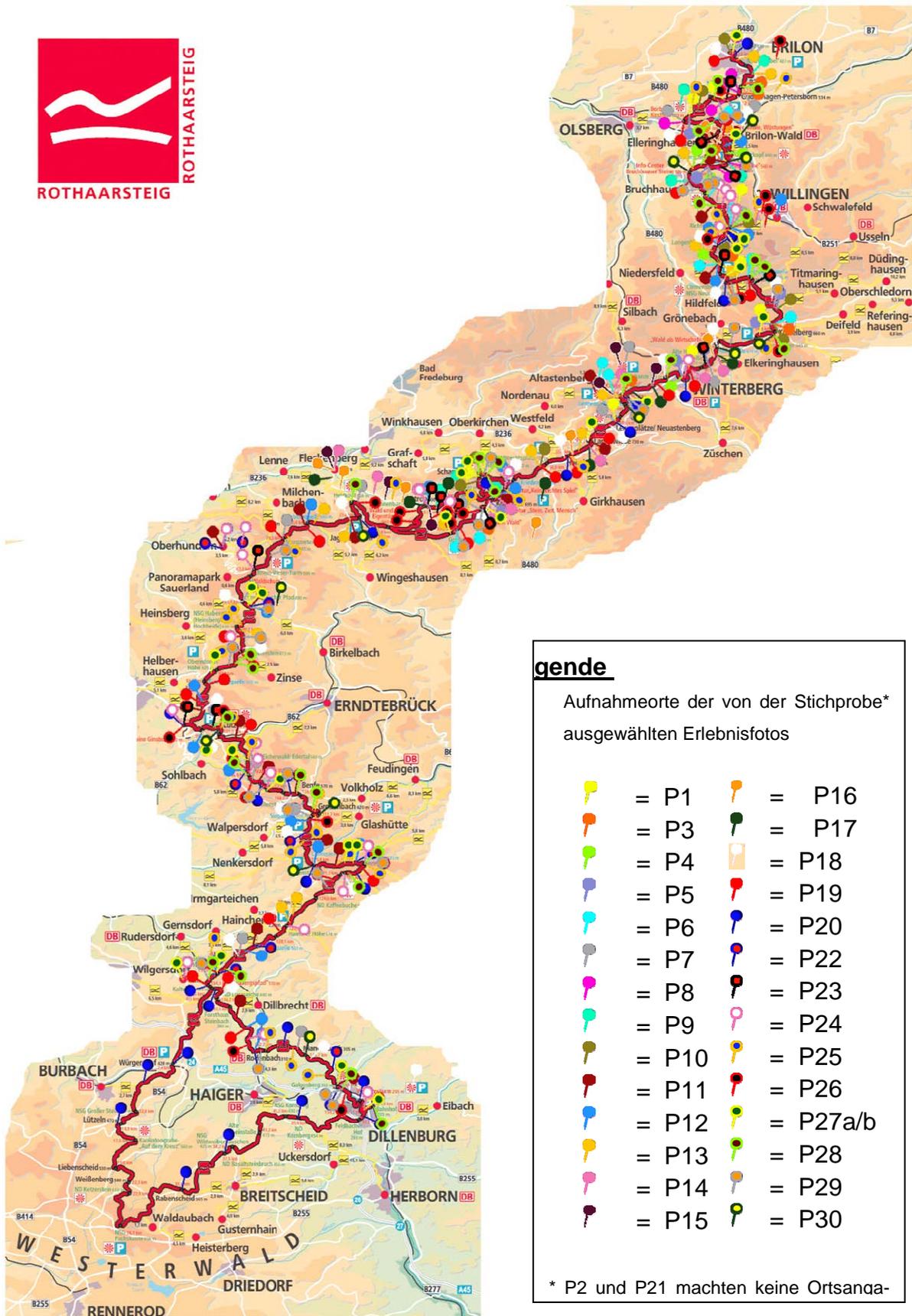


Abbildung 4-33: Aufnahmeorte der Erlebnisfotos der Stichprobe (Kartengrundlage: Rothaarsteig e.V. – eigene Darstellung)

4.3 Ergebniszusammenfassung

4.3.1 Geplante und umgesetzte Erlebnisinszenierung und ihre Ziele

Die **infrastrukturellen Inszenierungsmaßnahmen**, die in Planungsunterlagen, in Experteninterviews und in den untersuchten Imagebroschüren und Reiseführern explizit genannt bzw. durch die im Zuge der Qualitativen Inhaltsanalyse durchgeführten systemischen Erfassung identifiziert und strukturiert wurden, werden in Abb. 4-34 zusammengefasst. Diese sind mit wenigen Ausnahmen zum Zeitpunkt der Datenaufnahme (2008) bereits umgesetzt worden.

- **Wegführung, Wegbeschaffenheit**
 - abwechslungsreich
 - naturnah
 - attraktiv
 - Premiumweg
 - Pfade

 - **Bau und Ausbau von Erlebnis-Infrastruktur**
 - Erlebnisstationen
 - Rothaarsteig-Mobiliar (Ruhebänke, Liegen usw.)
 - Installationen (z.B. Holzstege, Brücken, Geländer, Land Art)
 - Aussichtsplattformen
 - Aussichtsschneisen
 - Beschilderung und Markierung
 - Kilometersteine
 - Zugänge zu Quellen
 - Lehrpfade und Infotafeln
 - Themenpfade
 - Standardisierung und Zertifizierung von Qualitätsbetrieben
 - Schutzhütten
 - bewirtschaftete Hütten
 - Pausenplätze (z.B. Vesperinseln, natürliche Plätze, Naturspielplätze)

Abbildung 4-34: Übersicht geplante und umgesetzte infrastrukturelle Inszenierungsmaßnahmen (Stand 2008) (eigene Darstellung)

Ein weiteres Segment der Inszenierung von Erlebnissen am Rothaarsteig ist die **personengebundene Erlebnisinszenierung**. Neben der Einbindung und durch das Engagement von Mitgliedern des Fördervereins, der Wirte der Qualitätsbetriebe, und Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Verkehrsvereine und Reiseveranstalter ist es vor allem die Arbeit der Rothaarsteigranger, die zu den Maßnahmen der personengebundenen Erlebnisinszenierung zu zählen ist. Die Ranger, zu deren Aufgaben auch Führungen zählen, die aber vor allem an den praktischen Qualitätssicherungs-

maßnahmens des Rothaarsteigs (Bau und Instandsetzung) beteiligt sind, sollen durch ihre Arbeit die Natur erlebbar machen. Wichtig dabei ist ihr Einsatz vor Ort auf dem Steig, wo sie durch Präsenz und persönliche Gespräche, den Wanderinnen und Wanderern Sicherheit und Wissen bieten und Erlebtes bewusst machen sollen.

Die **Ziele** der von der Organisation und seitens des Marketings des Rothaarsteigs entwickelten und umgesetzten Erlebnisinszenierungsmaßnahmen können im Wesentlichen als die Schaffung von positiven Erlebnissen in verschiedenen Bereichen dargestellt und wie folgt kategorisiert werden (siehe Abb. 4-35).

- Naturerlebnisse**
 - Wald
 - Wasser
- Aussichtserlebnisse**
- Landschaftserlebnisse**
- Sinneserlebnisse/Erleben mit allen Sinnen**
- Erlebnisse der Kultur und Geschichte**
- Erlebnisse von Abwechslung und einer Gegenwelt zum Alltag**
- Erholungserlebnisse / Seele baumeln lassen**
- Ruheerlebnisse**
- Wandererlebnisse**
- Markenerlebnisse des Rothaarsteigs**

**Abbildung 4-35: Inszenierungsziele: vielfältige positive Erlebnisse
(eigene Darstellung)**

Die in diesem Abschnitt zusammenfassend dargestellten Ergebnisse stellen in dem in der Qualitätsentwicklung entwickelten PDCA-Zyklus die ersten beiden Schritte (*Plan, Do*) dar. Die folgende zusammenfassende Darstellung der erfassten Erlebnisse der Stichprobe zählt bereits zum dritten Schritt (*Check*), der mit der Ergebnisdiskussion (vgl. Kap. 5.1) abgeschlossen wird.

4.3.2 Erfasste Erlebnisse

Aus den erfassten Erlebnissen der Wanderinnen und Wanderer der Stichprobe (n=31) können 15 Erlebniskategorien gebildet werden (vgl. Abb. 4-36).

- **Erlebnisse des Produkts Rothaarsteig**
 - Marketing
 - Inszenierung
 - Ausstattung, Inszenierungsmaßnahmen
- **Naturerlebnisse**
 - Naturgewalten, Kyrill, und Erholung der Natur
 - detailreiche Natur (Tiere, Pflanzen, Früchte usw.)
 - Wald (Waldarten, Bäume)
 - Wasser (Bäche, Quellen, Trinkwasser)
- **Landschaftserlebnisse**
 - Landschaftstypen, Landschaftselemente
 - Vielseitigkeit, Abwechslung
- **Aussichtserlebnisse**
 - Tiefe, Weite, Panorama
 - inszenierte Orte
- **Ruheerlebnisse**
 - Stille, Frieden, Alltagsferne
 - wohltuende Ruhe
- **Kultur- und Geschichtserlebnisse**
 - alte Gebäude
- **Zivilisationserlebnisse**
 - Gegensätze: Abgeschlossenheit vs. Lärm, zu viele Menschen
- **Sinneserlebnisse**
 - Düfte, Geräusche, Licht, Farben, Geschmack, Tasten, Fühlen
- **Körpererlebnisse**
 - Leistung, körperliche Beschwerden, Erschöpfung, Wohlbefinden
- **Gefühlserlebnisse**
 - positive (Genuss, Spaß) vs. negative (Ärger, Enttäuschung)
 - Spannung
- **Psychische Erlebnisse**
 - psychische Leistung, Wohlbefinden, Motivation, Denkanstöße
- **Sozialerlebnisse**
 - Begegnungen, soziales Wohlbefinden
- **Wettererlebnisse**
 - Vielseitigkeit (Regen, Wind, Nebel, Kälte vs. Sonne, Hitze)
- **Stimmungserlebnisse**
 - angenehm vs. unheimlich
- **Zeiterlebnisse**
 - Tages- und Jahreszeiten, Zeitlosigkeit

**Abbildung 4-36: Übersicht der Kategorien erfasster Erlebnisse
(eigene Darstellung)**

Die Analyse von Überschneidungen der vergebenen Erlebnis-Codes zeigte, dass in einer Situation vielfach mehrere Erlebnisse gleichzeitig entstanden – manche ergänzten sich, wenige waren völlig konträr.

Gerade solche Erlebnisse, die im Verlauf der Wanderungen der Teilnehmerinnen und Teilnehmer immer wieder kehrten (Weganlage, Natur- und Landschaftserlebnisse) sind von einer häufigen Überlagerung mit anderen Erlebnissen gekennzeichnet.

Erlebnisse der an der Untersuchung teilnehmenden Frauen und Männer unterschieden sich in den zentralen Erlebnisgehalten kaum. Allerdings konnte gezeigt werden, dass Frauen zu mehr Natur- und Männer zu mehr Landschaftserlebnissen tendieren. Zudem waren Gefühls- und Sozial- und Spannungserlebnisse bei den Frauen stärker ausgeprägt als bei den Männern.

Die teilnehmenden Wanderinnen und Wanderer, die zwischen 25 und 40 Jahren alt waren, hatten im Vergleich zu den über 40jährigen mehr Erlebnisse der Natur und ihrer Details. Darüber hinaus war die Streuung der Erlebnisinhalte über beide Altersgruppen hinweg sehr ähnlich.

Die Größe der Wandergruppe, mit der die Wanderinnen und Wanderer unterwegs waren, hatte Einflüsse auf ihre Erlebnisse. In ähnlicher Form erlebten zwar sowohl Einzelwanderer, Paare und Wanderinnen und Wanderer in Gruppen die Natur und Landschaft und das Produkt Rothaarsteig. Die Alleinwanderer hatten dabei kaum Sozialerlebnisse, aber verstärkt Ruhe- und Zivilisationserlebnisse. Die Wanderinnen und Wanderer in Paaren hatten gegenüber den Einzelwanderern schon mehr Sozialerlebnisse. Für die Personen, die in Gruppen unterwegs waren, war das soziale Erleben am stärksten und die Erlebnisse von Ruhe und Zeit am wenigsten ausgeprägt.

Die Wanderer, die ihr gesamtes Gepäck im Rucksack trugen, hatten im Bereich der Körper- und psychischen Erlebnisse im Vergleich zu den anderen, die ähnliche Streckenlängen bewältigten, eine geringere Streuung ihrer Erlebnisse. Sowohl körperliches als auch psychisches Wohlbefinden wurde von ihnen seltener erlebt. Allerdings kam es dabei nicht zu einem verstärkten Erleben körperlicher Anstrengung oder körperlicher Beschwerden.

Die räumliche Verortung der Erlebnisse zeigt, dass sich die Erlebnisse der Stichprobe an markanten Erlebnispunkten und Attraktion häufen. Zudem ist ein deutliches Nord-Süd-Gefälle der Frequentierung des Rothaarsteigs erkennbar, dass sich auch in den Erlebnissen der im südlichen Teil wandernden Probandinnen und Probanden widerspiegelt.

5 Diskussion

Nachdem die Auswahl und Funktion der Methode dokumentiert (Kap. 3) und die auf diese Weise erzielten Ergebnisse dargestellt wurden (Kap.4), erfolgt in diesem Kapitel die Diskussion der durch den Forschungsprozess gewonnenen Erkenntnisse. Neben der Diskussion der Ergebnisse, die den dritten Schritt des PDCA-Zyklus (*Check*) vollendet und der Absteckung des Gültigkeitsbereichs der Ergebnisse werden diese in Beziehung zum aktuellen Forschungsstand gesetzt. Zudem kann durch die Formulierung der während des Auswertungsprozesses aus den Daten entstandenen Theorie (Grounded Theory) die Beantwortung der in Kap. 1 formulierten zentralen Fragestellung und der beiden Forschungsfragen erfolgen, bevor abschließend – im Sinne des vierten Schritts im PDCA-Zyklus (*Act*) – Anwendungsbezüge für die Praxis abgeleitet werden.

5.1 Erlebnisinszenierung am Rothaarsteig

5.1.1 Inszenierungsmaßnahmen

Die Unterschiede sowohl in der Art (z.B. Expertisen, Aufsätze, Projektpapiere, spezielle Erlebnisdesigns) als auch in Inhalt und Struktur des für die Sekundäranalyse gesammelten Materials zur Erlebnisinszenierung am Rothaarsteig zeugen von einem langen und vielschichtigen Prozess der Entwicklung von Inszenierungsmaßnahmen. Beeinflusst wurde dieser Prozess vor allem durch bereits lange vor dem Beginn der Planungen Ende der 1990er Jahre dokumentierte Erkenntnisse der Landschaftspsychologie (vgl. z.B. Hartmann, 1982; Vogel, 1993; Schneider, 1996; Wöbse 1998; Brämer, 1998a, 2001). Auch aus ersten Erkenntnissen der Wanderforschung in Deutschland (Brämer 1998b, 2000) wurden Themen und Ideen für Erlebnisinszenierungsansätze für den Rothaarsteig abgeleitet. Diese wurden mit den beteiligten Gruppen vor Ort (dem neu gegründeten Rothaarsteigverein, Tourismus-Vereinen, Wandervereinen, Forstbehörden, Wald- und Landbesitzern) diskutiert, teilweise verändert oder angepasst und auf ein Maß reduziert, das umgesetzt werden konnte (vgl. Brämer, 2008a).

Zeugnisse dieses Planungs- und Entwicklungsprozesses sind die zahlreich formulierten und größtenteils umgesetzten konkreten Inszenierungsmaßnahmen (vgl. Kap. 4.1). Einige der im Planungsprozess genannten Ideen (vgl. Brämer, 2001) wurden allerdings nicht weiter verfolgt.

Vorhandene Stärken des geplanten Wegverlaufs des Rothaarsteigs wurden v.a. durch infrastrukturelle Erlebnisinszenierungsmaßnahmen intensiviert, wie z.B. die an vielen Stellen vorhandenen Aussichten vom Kamm des Rothaargebirges durch zusätzliche Aussichtsplattformen. Überhaupt war und ist der Verlauf und die Beschaffenheit des Weges eines der wichtigsten Eckpfeiler des über die Erlebnisinszenierung zu erreichenden Ziels eines positiven Gesamterlebnisses des Rothaarsteigs (vgl. Brämer, 2001, 2008a; Knoche, 2008). Mit dem Motto „Weg der Sinne“ wurde ein

Thema geschaffen, das die Aufmerksamkeit und damit die Erlebniserwartung der Wanderinnen und Wanderer auf die positiven Begleiterscheinungen der den Wegverlauf säumenden Natur und Landschaft lenken soll. Die Wichtigkeit eines abwechslungsreichen und naturnahen Weges mit vielen Pfadanteilen kommt auch in den Kriterien für die Auszeichnung mit dem Deutschen Wandersiegel als „Premiumwanderweg“ zum Ausdruck (vgl. Deutsches Wanderinstitut e.V., 2010).

Neben der Hervorhebung bereits vorhandener Besonderheiten und Attraktionen wurden durch die Anwendung der Inszenierungs-Techniken *Theming* und *Storytelling* weitere Erlebnisorte (z.B. Quellen) bzw. Erlebnisstationen (z.B. Viadukt) geschaffen oder akzentuiert.

Der Wiedererkennungswert und das Markenerlebnis Rothaarsteig wurden einerseits durch die aufgestellten Rothaarsteig-Möbel und Vesperinseln und andererseits durch eine durchgängige einheitliche Markierung und Beschilderung sowie zusätzliche Serviceprodukte wie z.B. Infotafeln und Themenpfade und den zertifizierten „Qualitätsbetrieben Rothaarsteig“ gefördert.

Einen weiteren Eckpfeiler der Erlebnisinszenierung am Rothaarsteig stellen die Rothaarsteigranger dar. Durch diese von Personen durchgeführte und dadurch flexibel einzusetzende Erlebnisinszenierung werden die klassischen Maßnahmen ergänzt. In der Verbindung als qualitätssicherndes und die Gäste informierendes Vor-Ort-Personal und der Durchführung der aktiven Unterstützung der Erlebnisentstehung z.B. durch Führungen waren die Rothaarsteigranger zu Beginn des Projekts in Deutschland ein Novum außerhalb von Nationalparks (vgl. Schmidt und Hansen, 2008) und stellen auch zum gegenwärtigen Zeitpunkt ein im Wettbewerb mit anderen Destinationen wichtiges Alleinstellungsmerkmal des Rothaarsteigs dar.

5.1.2 Ziele: vielfältige positive Erlebnisse

Wie die in Kap. 4.1 dargestellten Ergebnisse zeigen, zielen die dort dokumentierten Maßnahmen der Erlebnisinszenierung am Rothaarsteig darauf ab, bei den Wanderinnen und Wanderern zur Entstehung positiver Erlebnisse beizutragen.

Da Erlebnisse aber nicht mit Sicherheit vorherzusagen oder im Detail planbar sind und ihre Entstehung von Subjektivität geprägt ist (vgl. Kap. 2.1), soll eine Wanderung am Rothaarsteig nach der Intention der Betreiberinnen und Betreiber durch ein breites Spektrum unterschiedlicher Erlebnisinhalte und durch viele und häufig wiederkehrende Einzelerlebnisse zu einem positiven Gesamterlebnis werden.

Da die Inszenierungsmaßnahmen auf die vorhandenen Besonderheiten der Landschaft des Rothargebirges und die zur Zeit des Planungsprozesses ausgemachten Motive von Wanderinnen und Wanderer ausgerichtet sind, fallen entsprechend die als Ziele formulierten Erlebnisse in die Bereiche Natur, Landschaft, Aussicht und Kultur. Durch die während des Planungsprozesses festgelegten Themen Wald und Wasser liegen auch Teile der werden Erlebnisse der Gäste besonders in diesen Bereichen erwartet. Durch die Akzentuierung der zahlreichen Quellen und auf die Waldwirtschaft bezogene Lehrpfade sollen diese Erlebnisse verstärkt werden.

Begleitet und geformt werden soll das beschriebene Gesamterlebnis durch Erlebnisse der Marke Rothaarsteigs, welche sich z.B. durch die Qualitätsmerkmale des Rothaarsteigs wie z.B. die dichte und ausführliche Beschilderung, Kilometersteine, regelmäßige Ruhe- und Pausenplätze mit speziellen Möbeln, Schutzhütten und Einkehrmöglichkeiten, sowie qualitativ hochwertige Übernachtungsmöglichkeiten einstellen soll. Mittels des Mottos „Weg der Sinne“ werden Erlebnisse angestrebt, die aus dem Erleben mit allen Sinnen entstehen. Angesichts eines eher geringen Anteils speziell darauf ausgerichteter Erlebnisinszenierungsmaßnahmen (z.B. Duft-Wiesen, Kneip-Bäder im Bachlauf) stützt sich die Hoffnung auf Sinneserlebnisse auf die ohnehin vorhandene abwechslungsreiche Natur und die teils suggestiv erscheinende Werbung für die Möglichkeit solcher Erlebnisse am Rothaarsteig.

Abgerundet werden soll das positive Gesamterlebnis des Wanderns auf dem Rothaarsteig durch erhoffte Ruhe- und Erholungserlebnisse und eine in der Weite der Landschaft erlebbare Abwechslung zum Alltag.

5.2.3 Diskussion erfasster Erlebnisse

Bevor ein Abgleich der Ziele der Erlebnisinszenierung gegenüber den erfassten Erlebnissen der Stichprobe geschehen kann, erfolgt die Diskussion aus den erfassten Erlebnissen entwickelten Erlebniskategorien, der Überschneidungen von Codes bei der Codierung und der analysierten Unterschiede für Geschlecht, Alter, Gruppengröße und Art des Gepäcktransports.

Die in Kap. 4.2 genannten und mit Textbeispielen erläuterten Erlebniskategorien stellten das Spektrum der Erlebnisse der untersuchten Wanderinnen und Wanderer dar.

Durch ihren Entstehungsprozess, bei dem aus einer Fülle identifizierter und zunächst mit möglichst genauen Codes codierter Einzelerlebnisse im ersten Schritt Sammelbegriffe entstanden, die im weiteren Verlauf der qualitativen Inhaltsanalyse entweder zur Kategorie oder zu einer Sub-Kategorie zusammengefasst bzw. diesen zugeordnet wurden, orientieren sich die Kategorien und ihre Bezeichnung sehr nah an den ausgewerteten Daten. Insofern gelten sie im engeren Sinne auch nur für die untersuchte Stichprobe. Im weiteren Sinne lassen sich die Kategorien aber auch auf andere Wanderinnen und Wanderer am Rothaarsteig übertragen, wie die zunehmende Sättigung des Kategoriensystems zum Ende der Datenaufnahme zeigte: Neue Datensätze, die zu diesem Zeitpunkt der Analyse zugeführt wurden, erforderten nur wenige oder gar keine Neubenennung von weiteren Codes.

Im Zuge einer im Verlauf der qualitativen Inhaltsanalyse durchzuführenden zusammenfassenden Strukturierung, wie sie hier durch die Zusammenfassung von Codes zu (Sub-)Kategorien erfolgte, entsteht nach und nach eine übersichtliche und leichter verständliche Struktur der untersuchten Inhalte. Allerdings geschieht dies auf Kosten der Genauigkeit der Benennungen bzw. der Beschreibung des Inhalts. In diesem Fall entstanden Kategorien bzw. Sub-Kategorien aus Codes, die ihren Ursprung zum Teil als *In-Vivo-Codes* hatten. Um einerseits die notwendige Strukturierung zu erlangen,

andererseits aber auch feine Unterschiede der Erlebnisse abbilden zu können wurden in diesem Fall 15 Kategorien gebildet, anstatt einige von ihnen unter übergeordneten Begriffen zusammenzufassen. Als Beispiel können die Kategorien „Gefühlserlebnisse“, „Zeiterlebnisse“ und „psychische Erlebnisse“ herangezogen werden. Eine Unterordnung von Gefühls- und Zeiterlebnissen, die zweifelsfrei innere Erlebnisse sind, zu den „psychischen Erlebnissen“ erfolgte bewusst nicht. Der Kategorie „Gefühlserlebnisse“ zugeordnete Erlebnisse lassen sich oft direkt mit Auslösern von Emotionen und Gefühlen während der Wanderung in Verbindung bringen. „Zeiterlebnisse“ beinhalten von den Wanderinnen und Wanderern so benannte Situationen, in denen die (Tages-) oder Jahreszeit bewusst erlebbar wurde. Die Kategorie „psychische Erlebnisse“ dagegen beinhaltet Erlebnisse, die den Wanderinnen und Wanderern erst über die Dauer der Wanderung und häufig unabhängig von externen Auslösern als innere Produkte der Psyche (z.B. Anregung zum Nachdenken, psychisches Wohlbefinden) als Erlebnisse bewusst wurden.

Ein anderes Beispiel für die notwendige differenzierte Betrachtung ist das Erleben von Leistung. Aus den vorliegenden Daten können sowohl Erlebnisse der körperlichen Leistung (u.a. begleitet von angenehmer Erschöpfung) als auch Erlebnisse psychischer Leistung (etwas geschafft haben) benannt werden. Ersteres wird häufig durch akute Ereignisse (Erreichen eines Kilometersteins, schmerzhaftes Aufstehen nach der Pause), das Zweite durch den gedanklichen Rückblick über die zurückgelegte Strecke und überwundene Strapazen ausgelöst, so dass das Leistungserlebnis zwei unterschiedlichen Kategorien zugeordnet wurde.

Die Darstellung der Überschneidungen von Codes bei der Codierung erlaubt eine Kontrolle der zu einem Erlebnis in Beziehung stehenden weiteren Erlebnissen. Auf diese Weise können z.B. begleitende Bestandteile des Erlebnis eines „schönen Ausblicks“ abgeleitet werden (vgl. Tab. 4-1): Dieses ist geprägt von einer abwechslungsreichen, weiten Panoramasicht, interessanten Elementen wie Zivilisationszeichen, Felsen und begleitet von Gipfelerlebnissen sowie Kultur- und Geschichtserlebnissen. Bedeutung für eine erfolgreiche Inszenierung haben die begleitenden Erlebnisse eines inszenierten Ausblicks z.B. durch eine Plattform und des platzierten Rothaarsteig-Mobiliars.

Die gewählte Unterscheidung und Gegenüberstellung von Erlebnissen unterschiedlicher Untersuchungsgruppen (vgl. Kap. 4.2.3 – 4.2.6) konnte aufgrund der Auswahl und der Bereitschaft unterschiedlicher Personengruppen zur Studienteilnahme erfolgen. Sich andeutende Differenzierungsmöglichkeiten wurden durch das Theoretical Sampling noch verstärkt. Die hier gewählte Möglichkeit eines Vergleichs lässt allerdings außer Tendenzen keine eindeutig gültigen Aussagen zu, zeigt aber Felder für vertiefende Untersuchungen auf.

5.1.4 Effektivität der Erlebnisinszenierung am Rothaarsteig

Die in der Problemstellung formulierte zentrale Fragestellung dieser Arbeit zielt auf die Effektivität der untersuchten Erlebnisinszenierungsmaßnahmen am Rothaarsteig ab. Nachdem sowohl die Ziele der geplanten und umgesetzten Inszenierungsmaßnahmen untersucht und die erfassten Erlebnisse der Stichprobe dokumentiert und analysiert wurden, soll an dieser Stelle der Grad der Zielerreichung der untersuchten Maßnahmen, der gleichbedeutend mit der Effektivität ist, bestimmt werden. Dies soll durch einen Soll-Ist-Vergleich über die direkte Gegenüberstellung der vorgesehenen Ziele (positive Erlebnisse) mit den erreichten Zielen (erfasste Erlebnisse der Stichprobe) geschehen. Auf diese Weise können Aussagen darüber gemacht werden, ob die durchgeführten Inszenierungsmaßnahmen ihre erhoffte Wirkung entfalten können und ob die Ausrichtung des Marketingkonzepts des Rothaarsteigs auf die Erlebnisvielfalt beim Wandern entlang des Steigs gerechtfertigt ist.

Die durch die verwendeten Methoden ermöglichte Überprüfung der Effektivität kann als Vollendung des mit der Erfassung von Erlebnissen von Wanderinnen und Wanderern begonnenen dritten Schritts im PDCA-Zyklus (*Check*) verstanden werden. Die Entwicklung und Anwendung dieses - bis dato in dieser Form nicht vorhandenen - methodischen Ansatzes für eine Überprüfung von Erlebnisinszenierungsmaßnahmen stellt, neben der sich daraus ergebenden Möglichkeit des Aufzeigens möglicher Handlungsperspektiven (*Act* – vgl. Kap. 5.4.1), somit den wesentlichen Sinn dieser Arbeit dar.

In Abbildung 5-4 (s.u.) werden sowohl die Kategorien der Ziele der Erlebnisinszenierung (orange Quadrate), als auch die aus den erfassten Erlebnissen gebildeten Kategorien (grüne Quadrate) dargestellt. Der Flächeninhalt der Quadrate deutet die Präsenzstärke dieser Kategorie in den Daten an. Die Anordnung der Quadrate im Koordinatensystem deutet einerseits den aus den Planungsunterlagen abgeleiteten Planungsstand (x-Achse) und andererseits den Grad der Zielerreichung bzw. der Effektivität der Inszenierungsmaßnahmen an:

Der Bereich der *Naturerlebnisse* ist sowohl in den Zielen der Erlebnisinszenierung, als auch in den erfassten Daten sehr stark präsent. Dementsprechend hoch ist der Grad der Zielerreichung in diesem Bereich und beide entsprechenden Quadrate sind überlappend im ersten Quadranten des Koordinatensystems dargestellt. Ähnlich verhält es sich mit den Kategorien der *Landschafts-* und *Aussichtserlebnisse*, welche in ähnlicher Präsenz in den Zielen und den erfassten Erlebnissen vorhanden sind.

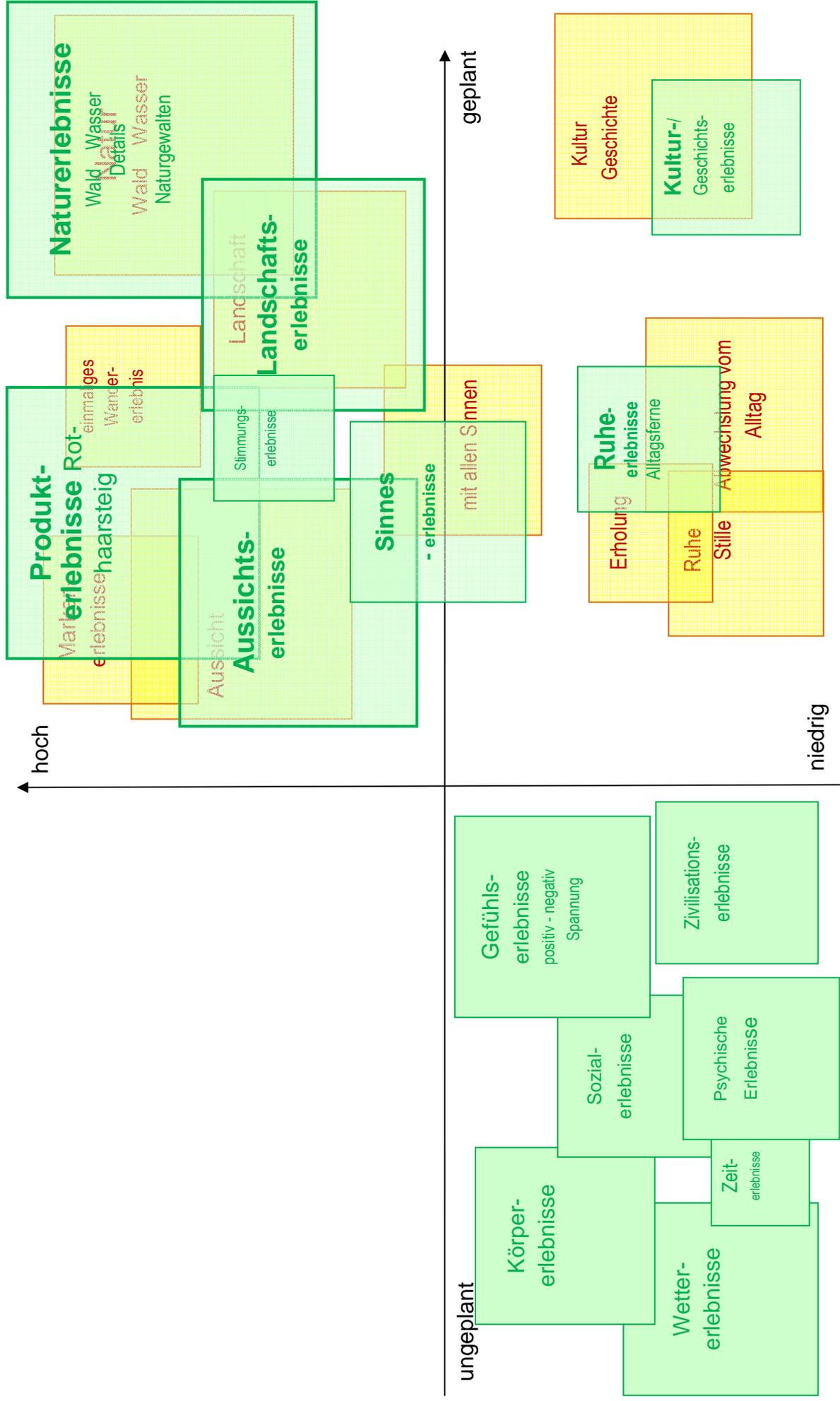


Abbildung 5-1: Kategorien der Ziele (orange) und der erfassten Erlebnisse (grün) – Grad des Vorhandenseins in der Planung (x-Achse), Grad der Zielerreichung (y-Achse), Präsenzunterschiede in den Daten (Flächeninhalt der Quadrate) und Überschneidungen; (eigene Darstellung)

Besonders hoch ist die Effektivität der Erlebnisinszenierung im Bereich der *Produkt-erlebnisse Rothaarsteig*. Die auf das *Markenerlebnis* abzielende Inszenierung durch einheitliche Beschreibung, Markierung usw. und Ausstattung mit speziell designtem Rothaarsteig-Mobiliar und das formulierte Ziel eines *einmaligen Wandererlebnisses* wird von den im Erlebnisspektrum der Stichprobe präsenten *Produkt-erlebnissen* in der Intensität deutlich übertroffen. Insofern ist die Effektivität der Erlebnisinszenierung in diesem Bereich im Vergleich zu den anderen Bereichen als am höchsten einzustufen. Begründen lässt sich dies unter anderem mit der expliziten Nennung solcher Erlebnisse durch die befragten Wanderinnen und Wanderer: sie verweisen explizit auf Dinge, die vor der Umsetzung von Erlebnisinszenierungsmaßnahmen am Rothaarkamm nicht vorhanden waren.

Dagegen ist der Zielerreichungsgrad der Inszenierung von kulturellen und geschichtlichen Inhalten durch eine weniger starke Präsenz bei den erfassten Erlebnissen der Stichprobe niedriger ausgeprägt, weshalb diese Kategorien im zweiten Quadranten zu finden sind. Die drei Kategorien der Inszenierungsziele: *Erholung*, *Abwechslung vom Alltag* und *Ruhe (Stille)*, werden von den erfassten, in der Kategorie *Ruhe* zusammengeführten Erlebnisse zwar überlagert, allerdings waren auch solche Erlebnisse im Verhältnis zu anderen Bereichen weniger deutlich präsent, so dass der Grad der Zielerreichung und damit die Effektivität in diesem Bereich eher niedrig einzustufen ist.

Im dritten Quadranten werden Erlebnisse der Kategorien *Wetter-*, *Zeit-*, *Stimmungs-* und *Zivilisationserlebnisse* angeordnet, die zwar als Teil des Erlebnisspektrums der Stichprobe erfasst aber als solche nicht Gegenstand der geplanten und umgesetzten Erlebnisinszenierung waren. Deshalb bieten sie u.a. Potenziale für zukünftige Inszenierungsansätze (vgl. auch 5.4.1). Das gleiche gilt größtenteils für die vier Kategorien *Körper-*, *Sozial-*, *Gefühls-* und *Psychische Erlebnisse*, von denen aber vereinzelte Erlebnisse auf Seiten der erhofften Erlebnisse (z.B. Spaß, Wohlbefinden) zu finden sind. Eine potentielle thematische Zusammenführung als Schnittmenge dieser vier Kategorien bildet den Bereich der als Wandermotiv immer wichtiger werdenden Gesundheitsförderung (vgl. Kap. 5.2.2), die allerdings bisher nicht zu den explizit formulierten Zielen der Erlebnisinszenierung des Rothaarsteigs zählt.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass ein Großteil der als Ziele der Inszenierung benannten Erlebnisse auch tatsächlich in ähnlicher Intensität bei den Wanderinnen und Wanderern der Stichprobe aufgetreten sind, zugleich aber auf Seiten der erfassten Erlebnisse einige Kategorien zu finden sind, die bisher nicht zu den Zielen einer systematischen Erlebnisinszenierung zählen. Diese sind damit potentielle Gegenstände einer in Zukunft verstärkten Thematisierung (z.B. des Gesundheitsthemas) und damit weiterer Maßnahmen zur Erlebnisinszenierung am Rothaarsteig.

5.2 Diskussion im Forschungskanon

5.2.1 *Erlebnisinszenierung von Wanderwegen*

Für die in dieser Arbeit auf Grundlage der verfügbaren Quellen analysierte Erlebnisinszenierung des Wanderns auf dem Rothaarsteig und die ihr zu Grunde liegenden Prozesse können Parallelen zu theoretischen Planungsansätzen und in der Literatur dokumentierten Beispielen festgestellt werden, die in Fachveröffentlichungen zu Erlebnisinszenierungen und Erlebniswelten bis zum Zeitpunkt der Eröffnung des Rothaarsteigs im Jahr 2001 und danach erschienen sind.

Neben den in der Erlebnisinszenierung des Rothaarsteigs aufgenommenen Erkenntnissen von Landschafts- und Naturpsychologie (vgl. Brämer, 2001) sind offensichtlich bis dahin veröffentlichte Erkenntnisse der Freizeit- und Tourismusforschung zu künstlichen Erlebniswelten und Freizeitparks (vgl. u.a. Romeiß-Stracke, 1995; Fichtner 1997; Steinecke 1997c) in die Entwicklung der Erlebnisinszenierung mit eingeflossen.

Die Formen der Erlebnisinszenierung, durch vielseitige Installationen von Erlebnisstationen, Informationstafeln und Lehrpfaden bis hin zu Rothaarsteig-Ruhebänken und Vesperinseln kommen dem Trend zu immer mehr Individualisierung der Freizeit- und Erlebnisgesellschaft und eines sich verändernden Urlaubsverhaltens nach (vgl. u.a. Pikkemaat und Peters, 2006). Erlebnisse werden den Wanderinnen und Wandernern angeboten, nicht aufgezwungen.

Sieben Jahre nach Beginn der Planungen und drei Jahre nach der Eröffnung des Rothaarsteigs wurde in der Schweiz ein Leitfaden für die Inszenierung von Erlebnissen in touristischen Destinationen veröffentlicht, der den Inszenierungsprozess in die folgenden zwölf Schritte unterteilt (vgl. Abb. 5-1; Müller und Scheurer, 2004).

Fast alle der in diesem Leitfaden genannten Entwicklungsschritte wurden trotz der erst später vollzogenen Veröffentlichung bereits im Zuge des Prozesses der Erlebnisinszenierung am Rothaarsteig durchgeführt. Auch dies deutet darauf hin, dass die Erlebnisinszenierung am Rothaarsteig Vorbild bzw. Anstoß für die weiteren Entwicklungen gewesen ist und zum Zeitpunkt der Eröffnung das deutschlandweit modernste Produkt in diesem Segment des Tourismusmarkts war.

In zwölf Schritten zur Erlebnisinszenierung

(nach Müller und Scheurer, 2004)

- 1) Übersicht gewinnen, Vorbereitung des Inszenierungsprozesses
 - Erlebnis-Setting mit einzelnen Vorgehensschritten identifizieren
 - Wissen aktualisieren
 - Inszenierungsprozess strukturieren
- 2) „Erlebnvirus setzen“ (ebd. S.10)
 - Durchführung einer einfachen, zeitlich begrenzten Inszenierung
 - Transparenz und Begeisterung bei Beteiligten schaffen
- 3) Abgrenzung der Inszenierungsbereiche
 - zu inszenierenden Bereichen (z.B. Unterkunft, Landschaft, An- und Rückreise) identifizieren
- 4) Durchführung einer Inszenierungsanalyse
 - Testphase einzelner Segmente des Erlebnis-Settings
 - die jeweils daraus resultierende Atmosphäre bewerten
 - ggf. Teil-Inszenierung verbessern
- 5) Inszenierungskonzept vorbereiten und Themen festlegen
 - Leitthema mit kohärenten Sub- und Wechselthemen festlegen
 - Story-line-Prinzip: Angebotselemente orientieren sich am Leitthema
- 6) Attraktionen schaffen, Aktivitäten ermöglichen
 - informativ aufbereitete Sehenswürdigkeiten einbinden
 - Sport, Spiel, Kultur und Unterhaltung thematisieren
- 7) Szenerie gestalten
 - ansprechende Umwelt, ästhetische Gegenwelt zum Alltag schaffen
 - z.B. Freundlichkeit und Empathie der Servicekräfte sichern
- 8) Besucher lenken
 - Leitsysteme entwickeln/optimieren
 - Karten zur Verfügung stellen
 - Bezugspunkte schaffen, Orte benennen
- 9) Wohlbefinden steigern
 - physiologische Bedürfnisse befriedigen (z.B. Ruheplätze schaffen)
 - Sicherheit schaffen (z.B. durch Information)
- 10) Einbezug der Gäste
 - Inszenierung auf Gäste-Zielgruppen zuspitzen
 - Möglichkeiten für Selbstinszenierung bieten und pflegen
- 11) Mitsprachemöglichkeiten bieten, Öffentlichkeitsarbeit pflegen
 - Bewohner mit einbeziehen
 - über Inszenierungs-Gründe und -Umfang informieren, Akzeptanz schaffen
- 12) Umsetzung der Inszenierung inkl. der Institutionalisierung, Überprüfung und laufenden Optimierung
 - Inszenierung als fortlaufender zyklischer Prozess
 - Erlebnissen entwickeln und sichern

Abbildung 5-2: Erlebnisinszenierung für Destinationen in 12 Schritten, nach Müller und Scheurer, 2004 und 2007

Mit der Ausrichtung auf die Individualität der Wanderinnen und Wanderer und der Ausrichtung auf Naturerlebnisse mit den besonders hervorgehobenen Themen Wald und Wasser und der Betonung der Möglichkeit von Erholungs- und Ruherlebnissen kommt die Erlebnisinszenierung des Rothaarsteigs den meisten Anforderungen für erfolgreiche Urlaubs-Erlebnisräume nach, wie sie Morasch (1995) formuliert hat. Demnach muss eine Angebotsstruktur solcher Räume Möglichkeiten für die Befriedigung der folgenden Bedürfnisse der Gäste vorsehen (vgl. Morasch, 1995, S. 58):

- mögliche Wechsel der Stimmungen, variierende Größe des sozialen Umfelds
- beiläufige Information über Angebote, die zu neuen Erlebnissen, Erfahrungen führen, keine offene Animation
- die Suche nach Natur und Erlebnis, aber ohne dabei Risiken einzugehen
- die Suche nach Ruhe und Erholung, jedoch gleichzeitig nach Erlebnissen
- den Wunsch nach dem möglichen Austausch der Erlebniszenerie durch eine andere, also Abwechslung
- die Möglichkeit der Teilnahme an Aktivitäten, aber gleichfalls die Möglichkeit, dann aufzuhören, wenn es subjektiv genug erscheint. Wechsel zwischen den Rollen als Betrachter/-in und Teilnehmer/-in.

Egenter (2006) attestiert dem Rothaarsteig eine erfolgreiche Umsetzung von in der Theorie entwickelten Erlebnisinszenierungsmaßnahmen.

Dreyer, Menzel und Endreß (2010) nennen den Rothaarsteig ein Best-Practice-Beispiel für eine erfolgreiche Entwicklung und Umsetzung eines Qualitätsproduktes im Bereich des Wandertourismus und heben die Markierung und Beschilderung, Marketingmaßnahmen wie das Mobiliar-Design-Konzept und die Qualitätsbetriebe als besondere Merkmale hervor.

Die Erlebnisökonomie beschreibt das Erlebnis als vierten Wertfaktor von fertigen Produkten. Erlebnisse können dadurch den Verkaufspreis dieser Produkte durch ihren Wert erheblich beeinflussen, denn sie machen im Gegensatz zu den anderen Faktoren⁶³ zwischen 70 und 80% des Endpreises aus (vgl. Pine und Gilmore, 1999). Folglich erzielen Produkte, die Erlebnisinszenierung beinhalten - wie etwa Kaffeespezialitäten, die inzwischen in zahlreichen Café-Ketten verkauft werden - Höchstpreise, zeichnen sich aber auch durch besonders hohe Qualität, eine enge Orientierung an den Bedürfnissen der Kundinnen und Kunden und eine differenzierte Wettbewerbsposition aus (vgl. ebd.). Dementsprechend haben Erlebnisse als emotionale Produkte Hochkonjunktur innerhalb eines sich verändernden Tourismus (vgl. u.a. Brunner-Sperdin, 2008).

Solche Theorien der Erlebnisökonomie sind im Ansatz bereits als Bestandteil der Erlebnisinszenierung am Rothaarsteig zu erkennen (z.B. offensive Vermarktung von

⁶³ (Rohstoff: 1-5%; Produkt ca. 5%; Service, 10% jeweils des Endpreises)

Erlebnissen in Broschüren und Gastgeberverzeichnissen). Geschickt wird dabei der Wertfaktor Erlebnis nicht direkt an die Kundinnen und Kunden verkauft, sondern in qualitativ hochwertigen Paketen implementiert (z.B. die Übernachtung in zertifizierten Qualitätsbetrieben, inkl. Services, die speziell auf die Bedürfnisse von Rothaarsteigwanderinnen und –wanderern ausgerichtet sind). Im Gegensatz zu den Gästen in Erlebniswelten und Freizeitparks bezahlen die Wanderinnen und Wanderer am Rothaarsteig also nur indirekt für die Nutzung der Infrastruktur bzw. die inszenierten Erlebnisse. Umso wichtiger ist eine gut ausgewogene, der jeweiligen Situation angemessene Erlebnisinszenierung (vgl. Romeiß-Stracke, 2006), weil Wanderinnen und Wanderer zwar keine Erlebnisse gleichermaßen wie Gäste in Erlebnisparks erwarten, eine Verkettung positiver Erlebnisse aber dennoch wichtige Teile eines hochwertigen Produkts sind und so zu wichtigen Instrumenten im Marketing und Wettbewerb zählen.

Dem Beispiel des Rothaarsteigs folgend ist es seither zu einer allgemeinen Neuorientierung und Qualitätsoffensive im Bereich von Wanderwegen und Wanderdestinationen gekommen, die sich in Form ähnlicher parallel verlaufender Entwicklungen und Produktprädikaten wie dem „Deutschen Wandersiegel“ (Brämer und Gruber, 2001) oder dem Prädikat „Qualitätsweg Wanderbares Deutschland“ erkennen lässt (vgl. z.B. Dicks und Neumeyer, 2010, Brämer, 2002/2009). Deshalb werden in der jüngeren Fachliteratur der Tourismusforschung Möglichkeiten von Inszenierungsmaßnahmen immer wieder mit Beispielen von Wanderwegen verknüpft (vgl. u.a. Romeiß-Stracke, 2006, Dreyer, Menzel und Endreß, 2010).

Mit der Implementierung von Erlebnisinszenierung eines Wanderwegekonzepts am Rothaarsteig wurde Neuland betreten. Der damit verbundene wirtschaftliche Erfolg ist mit jährlich 1,2 Mio. Tagesausflüglern und 300.000 Übernachtungsgästen einem Gesamtbruttoumsatz der Gäste von knapp 33 Mio. Euro und Einkommenseffekte von 16,76 Mio. jährlich in der Rothaarsteigregion beachtlich (vgl. Knoche, 2006). Demgegenüber steht ein Investitionsvolumen für die Schaffung und Vermarktung des Qualitätsweges von „nur“ 4,5 Mio. Euro (vgl. Wahl, 2010).

Der Rothaarsteig hat vom eingebrachten Expertenwissen und von viel persönlichem Engagement der an der Planung und Umsetzung beteiligten Personen profitiert. Das für den Erfolg förderliche schrittweise Vorgehen und der Mut, etwas Neues zu wagen, haben sich für Wanderinnen und Wanderer sowie für Betreiberinnen und Betreiber und die gesamte Region ausgezahlt.

Seitdem der Rothaarsteig 2001 eröffnet wurde, sind zahlreiche Veröffentlichungen zum Thema Erlebnisinszenierung im Bereich der Tourismusforschung (z.B. Scheurer, 2003; Müller und Scheurer, 2004; Weiermair und Brunner-Sperdin, 2006; Hartmann, 2005; Kilian und Boksberger, 2007) und zum Wandertourismus (z.B. Dreyer, Menzel und Endreß, 2010) erschienen.

Betrachtet vom Blickwinkel aktueller Forschung, erscheint die Erlebnisinszenierung des Rothaarsteigs trotz der genannten Erfolge eher als eine wesentlich von dem en-

gagierten Einsatz der Planer vorangetriebene, günstige Verkettung von Umständen, als eine geordnete und transparente Vorgehensweise, wie sie z.B. im oben genannten Leitfaden von Müller und Scheurer (2004) vorgeschlagen wird. Insofern mangelt es dem Rothaarsteig an einem stringent formulierten, klar strukturierten und nachhaltigen Inszenierungskonzept, dessen Anwendung im Sinne von Qualitätssicherungsmaßnahmen kritisch überprüft und das der fortlaufenden Entwicklung stets angepasst werden kann.⁶⁴

Eine solche Form des Qualitätsmanagements könnte durch eine wiederholte oder regelmäßige Anwendung des im Zuge dieser Arbeit entwickelten Methodensets erfolgen. Das dabei verfolgte Prinzip des PDCA-Zyklus wird auch als Form der Qualitätssicherung in dem von Müller und Scheurer (2004) formulierten Schritt 12) des

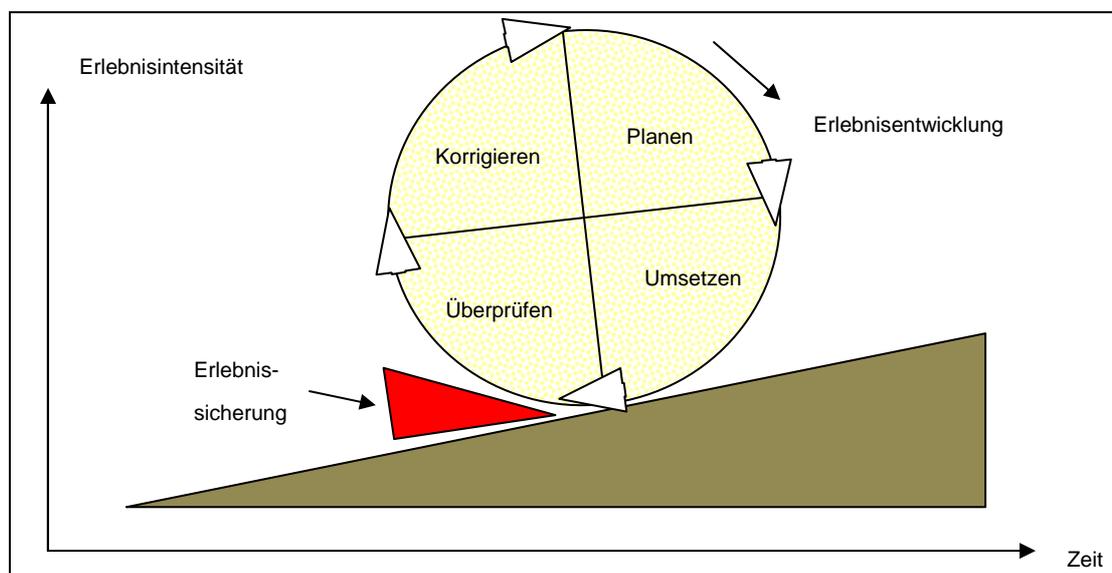


Abbildung 5-3: Das Inszenierungs-Entwicklungs- und Sicherungsrad, nach Müller und Scheurer, 2007, mod.

oben genannte Leitfadens angewandt: Die Erlebnissinszenierung ist mit der Umsetzung keineswegs abgeschlossen, sondern muss geeignete Maßnahmen der Erlebnissentwicklung und der Erlebnissicherung beinhalten⁶⁵, um im weiteren Verlauf Erlebnisse von höherer Erlebnisintensität zu ermöglichen (vgl. Abb. 5-2).

Trotz der erfolgten Benennung von Mängeln muss an dieser Stelle nochmals der hohe Wert der Pionierarbeit hervorgehoben werden, mit der die beteiligten Personen

⁶⁴ Diese Einschätzung basiert im Wesentlichen auf den in dieser Arbeit verwendeten Daten zum Zeitpunkt der Datenaufnahme (2008). Sie ist insofern eine Momentaufnahme und kann aktuellere Entwicklungen, wie sie u.a. von Dreyer et.al. (2010) hervorgehoben werden, nur vereinzelt berücksichtigen.

⁶⁵ Erste Ansätze solcher Qualitätssicherungsmaßnahmen sind mit dem verstärkten Engagement zur Erhaltung geschaffener Infrastruktur, die durch den Ende 2008 gegründeten Rothaarsteig-Infrastruktur e.V. (vgl. Knoche, 2011) vorangetrieben wird und mit dem Ausbau der Design-Möblierung entlang des Steigs, der durch den Förderverein des Rothaarsteigs unterstützt wurde (Rothaarsteig Förderer und Freunde e.V., 2009b) erkennbar. Zudem wurde die Verlegung von Wegabschnitten in Dillenburg und im Bereich Ginsterkopf (Rothaarsteig, 2009) veranlasst und der Rothaarsteig nach der durch die Sturmschäden durch „Kyrill“ verursachten Zwangspause Ende 2009 mit dem „Deutschen Wandersiegel“ nachzertifiziert (vgl. Knoche, 2011).

Ende der 1990er Jahre den Rothaarsteig als ersten neu ausgewiesenen Fernwanderweg mit völlig neuen Qualitätsstandards in Deutschland entwickelt und Anfang des neuen Jahrtausends mit Hilfe von vielen Ehrenamtlichen umgesetzt haben eine Vorreiterrolle in diesem Prozess übernommen haben. Die mittlerweile über ganz Deutschland geschwappten Zertifizierungs- und Neuentwicklungs-Wellen von vielfältigen „Premiumwanderwegen“ wären ohne den Umfang und den Erfolg dieser Arbeit nicht in demselben Maße möglich gewesen.

Darüber hinaus ist die Erlebnisinszenierung bei einer infrastrukturegebundenen Outdooraktivität wie dem Wandern, die zudem einen nur teilweise strukturierten Aktivitätsraum nutzt, der sich über weit mehr als 200 Kilometer lang erstreckt, eben nicht mit einer Erlebnisinszenierung in der „Laborsituation“ eines künstlich angelegten Freizeit- und Erlebnisparks zu vergleichen. Der Einfluss und die Möglichkeiten, räumliche oder bauliche Veränderungen vorzunehmen, sind in der natürlichen Umgebung begrenzt und reglementiert, was nicht allein an der Nutzung privater und öffentlicher Flächen und Schutzgebiete liegt, sondern auch mit dem Anreiz der Aktivität selbst zusammenhängt: Potentielle Erlebnisse von Ursprünglichkeit, Natur und Alltagsferne zählen zu den wichtigsten Anreizen des Wanderns, weshalb in den beiden nächsten Abschnitten eine vergleichende Diskussion der erfassten Erlebnisse zu Motiven des Wanderns und zu Erlebnissen bei anderen Outdooraktivitäten erfolgt.

5.2.2 Vergleich erfasster Erlebnisse zu Wandermotiven

Bisher existieren relative wenige Studien⁶⁶, die sich explizit mit Wandererlebnissen befassen, aber eine Fülle von Untersuchungen über Motive von Menschen, wandern zu gehen (vgl. u.a. Dicks und Neumeyer, 2010; Brämer, 2009, 2007, 2002). Weil Wandern wie andere Outdooraktivitäten vor allem intrinsisch motiviert ausgeübt wird, also einen Selbstzweck erfüllt (vgl. u.a. Dreyer et. al., 2010), ähneln sich Motive und Erlebnisse. Deshalb soll an dieser Stelle eine Diskussion der erfassten Erlebnisse im Vergleich zu in der Literatur genannten Motiven von Wanderinnen und Wanderern erfolgen.⁶⁷

Dicks und Neumeyer (2010) benennen fünf „Motivbündel“ (ebd., S. 35) für das Wandern, die zwar unterschiedliche Bedeutung für verschiedene Altersstufen haben, aber für den Durchschnitt aller Altersgruppen⁶⁸ die vorherrschenden Motive zusammenfassen. Die Motivbündel (mit zugehörigen Motiven) für das Wandern sind demnach (vgl. Tab. 5-1, nach Dicks und Neumeyer, 2010, S. 35):

⁶⁶ Eine Ausnahme bildet eine Reihe von nordamerikanischen Studien, die sich v.a. im Zuge der Evaluation der Umgebungswahrnehmung durch die Gäste in Großschutzgebieten mit Erlebnissen von Wanderinnen und Wanderern beschäftigen (vgl. z.B. Dorwart, 2007; Hall und Johnson, 2007; Lynn und Brown, 2003; Hull IV und Stewart, 1995; Hull IV, Stewart, & Yi, 1992)

⁶⁷ Dies soll trotz der speziellen Merkmale der untersuchten Stichprobe geschehen (Mehrtageswanderer, teils mit Gepäck), die deswegen aus Sicht der um Repräsentativität bemühten Wanderforschung eine eher untypische Nischengruppe darstellt (vgl. Brämer, 2008).

⁶⁸ Es wurden Personen im Alter ab 16 Jahre bis über 75 Jahre befragt (vgl. Dicks und Neumeyer, 2010).

Motivbündel	zugehörige Motive
sich eine Auszeit nehmen	sich auf sich selbst besinnen, frei sein, seine Ruhe haben, Stille erleben, den Alltag vergessen, zu sich finden/ Selbstreflexion, Stress abbauen
Natur und Umwelt erleben	Natur erleben, etwas Neues entdecken, eine Region erleben, neue Eindrücke gewinnen
Gesundheit fördern und sich bewegen	sich bewegen /aktiv sein, aktiv Sport treiben, Kraft sammeln, etwas für die Gesundheit tun
Kultur und Bildung	den Horizont erweitern, religiöse Beweggründe
Spaß und Geselligkeit	viel erleben, in Geselligkeit, Gemeinschaft sein

**Tabelle 5-1: Motivbündel und Motive für das Wandern;
nach Dicks und Neumeyer, 2010, mod.**

Brämer benennt in mehreren der seit 1998 zweijährig erscheinenden „Profilstudien Wandern“ die folgenden Kategorien von Motiven für das Wandern (siehe Tab. 5-2; vgl. Brämer 1998b, 2002, 2007).

In der Profilstudie Wandern 2008 (Brämer, 2009) und an anderer Stelle (Brämer, 2010) betont Brämer, dass sich die Wichtigkeit der Motive für das deutsche Wanderpublikum innerhalb des letzten Jahrzehnts verschoben hat. Motive der Förderung der Gesundheit und des Abbaus und Abstandgewinnens vom Alltagsstress werden zunehmend bedeutender. Auch das Aufsuchen kultureller Sehenswürdigkeiten wird unter der wandernden Bevölkerung immer wichtiger. Dagegen werden Motive, sportliche Leistungen zu erfüllen, Wandern als Abenteuer zu erleben oder das Wandern mit Events zu begleiten zunehmend unbedeutender für das Gros der Wanderinnen und Wanderer.

Profilstudien Wandern	Motivkategorien	vorherrschende Motive
1998 2002 2007	Natur und Landschaft	draußen sein, frische Luft, schöne Landschaft, Stille der Natur, unbekannte Landschaften, unberührte Natur, schöne Aussichten, Mehr über Natur erfahren
	Psyche	Entspannung und Abstand vom Alltagsstress, sich frei fühlen, neue Kräfte sammeln, zu sich selbst finden, nachdenken
	Körper	etwas für die Gesundheit tun, fit bleiben, Freude an der Bewegung, den Körper spüren, sportliche Ausdauerleistung
	Kultur, (Neugier)*	Kulturelle Sehenswürdigkeiten, Land und Leute kennenlernen
Bezeichnung 2002	Soziales, (Kontakt)	Gemeinsam mit Freunden, in Ruhe reden, Spaß mit anderen, Beziehungen vertiefen, große Gemeinschaft, unterwegs einkehren

Tabelle 5-2: Motivkategorien und vorherrschende Motive für das Wandern; nach Brämer 1998b, 2002, 2007, mod.

Diese Beobachtungen werden teilweise von einer Typisierung deutscher Wandertouristen unterstützt (vgl. Dreyer et. al. 2010, S. 82ff.). Nach einer Marktforschungsanalyse der Projektgruppe Swiss Alpine Walking (vgl. Ernest Dichter SA, 2004) vergrößert sich die Gruppe von sogenannten „zielstrebigen Gesundheitswanderern“ stetig, die Anzahl der „Regenerationswanderer“ nimmt sogar stark zu. Allerdings prognostiziert der Bericht auch entgegen den Beobachtungen Brämers eine leichte Zunahme des Typs „Abenteurer“ und eine starke Abnahme der Wandermotive „Naturerlebnis“, „Geselligkeit“ und „Familienausflug“ (vgl. ebd.).

Ein Vergleich der dokumentierten Motive und Gründe der deutschen Bevölkerung für das Wandern mit den erfassten Erlebnissen beim Wandern auf dem Rothaarsteig erfolgt in Form einer Tabelle (vgl. Tab. 5-3).

Die eindeutig vorrangigen Wandermotive (Erlebnis und Genuss von Natur und Landschaft) werden direkt durch die aus den Ergebnissen der in dieser Arbeit untersuchten Stichprobe gebildeten, deutlich ausgeprägten Erlebniskategorien „Naturerlebnisse“, „Landschaftserlebnisse“ und indirekt auch durch die Kategorie „Aussichtserlebnisse“ abgedeckt.

Grundlagenuntersuchung Freizeit und Tourismusmarkt Wandern	Profilstudie Wandern 2008	Wandern und Reisen 2006	Erlebnisse von Rothaarsteig- Wanderinnen und -Wanderern
Dt. Wanderverband/ BMWi (Dicks u. Neumeyer, 2010)	Dt. Wanderinstitut (Brämer, 2009)	Agentur inMotion (Bremer, 2007*)	(vgl. Kap. 4.2)
Motive	Motive	Gründe	Erlebnisse
Natur erleben (87%)	Natur- und Landschafts- genuss (88%)	freie Natur genießen (86%)	<u>Naturerlebnisse</u> <u>Landschafterlebnisse</u> (Aussichtserlebnisse)
Gesundheit fördern (65%)	Gesundheit fördern (70%)	Gesundheit fördern (69%)	(Körpererlebnisse) (Psych. Erlebnisse) (Sozialerlebnisse) (Gefühlserlebnisse)
sich bewegen, aktiv sein (72%)	sich bewegen (52%)	Bewegungsfreude (51%)	<u>Körpererlebnisse</u> (Gefühlserlebnisse)
eine Region erleben (54%)	unbekannte Regionen kennenlernen (60%)	Gegend kennenlernen (57%)	(Erlebnisse des Pro- dukts Rothaarsteig)
etwas Neues erleben (42%)	-	-	(Landschaftserlebnis)
-	Einkehr unterwegs (39%)	-	
Spaß haben (51%)	-	-	(Gefühlserlebnisse)
abschalten, ausspannen (35%)	-	abschalten (49%)	
in Geselligkeit sein, Gemein- schaft (37%)	mit Partner/ Freunden un- terwegs (62%)	-	<u>Sozialerlebnisse</u>
Stille erleben 29%	Stille genießen (65%)	-	
Stress abbauen (38%)	Stressentlastung (vom	-	<u>Ruheerlebnisse</u>
den Alltag vergessen (33%)	Beruf und Alltag) (53%)	-	
zu sich finden, Selbstbesinnung (16%)	zu sich selbst finden (24%)	zu sich selbst finden (23%)	<u>Psychische</u>
über sich selbst nachdenken (12%)	-	-	<u>Erlebnisse</u>
Horizont erweitern, Bildung (17%)	kulturelle Sehenswürdig- keiten (31%)	-	<u>Kultur- u. Geschichts- erlebnisse</u>
aktiv Sport treiben (21%)	sportliche Leistung (18%)	körperliche Leistung (15%)	<u>Körpererlebnisse</u>
-	-	-	<u>Wettererlebnisse</u>
-	-	-	<u>Zivilisationserlebnisse</u>
-	-	-	<u>Stimmungserlebnisse</u>
-	-	-	<u>Zeiterlebnisse</u>
Motive von Wanderern auf Wan- derwegen, Zustimmung in Prozent (gerundet) (n=4567)	besonders wichtige Motive, Wanderer auf Prädikatswe- gen, Zustimmung in Prozent der Befragten (n= 1312)	besonders wichtige Gründe, Wanderer und Wanderinteres- santen; Zustimmung in Prozent der Befragten; (n> 3000) * nach Dreyer et. al., 2010	(indirekt) bzw. <u>direkt</u> passende und <i>nicht als</i> <i>Motive genannte</i> Erlebniskategorien (n=31)

Tabelle 5-3: Vergleich von Motiven und Gründen für das Wandern mit den erhobenen Erlebniskategorien der Stichprobe (eigene Darstellung)

Das im Verlauf des letzten Jahrzehnts (vgl. Brämer 1998 vs. 2009) immer wichtiger werdende Motiv der Förderung der eigenen Gesundheit durch das Wandern wird nicht direkt von einer oder mehreren Erlebniskategorien abgebildet, spiegelt sich aber in Einzelerlebnissen der untersuchten Stichprobe wieder, wie z.B. „körperliches Wohlbefinden“ (Kategorie Körpererlebnisse), „psychisches Wohlbefinden“ (Psychische Erlebnisse), „soziales Wohlbefinden“ (Sozialerlebnisse) oder „Entspannung“ (Gefühlserlebnisse).

Auch andere Motive und Motivbündel haben bei den Erlebnissen klare Entsprechungen (vgl. Tab. 5-3): Das Motiv Bewegungsfreude wird durch verschiedene Körpererlebnisse und indirekt Gefühlserlebnisse abgedeckt. Der Wunsch, gemeinsam mit Freunden oder der Partnerin bzw. dem Partner unterwegs zu sein, wird durch die Kategorie der „Sozialerlebnisse“ entsprochen. Die Motive beim Wandern Stille genießen zu können und einen Abstand zum Alltags- und Berufsstress zu erlangen, entsprechen den Erlebnissen der Kategorie „Ruheerlebnisse“, die typischen Motive der Selbstfindung und Selbstreflexion wurden bei der Stichprobe durch die „Psychischen Erlebnisse“ befriedigt.

Das in allen genannten Studien ähnlich wichtige Motiv, eine (neue, unbekannte) Region kennenzulernen, beeinflusst zunächst einmal die Reiseentscheidung und Wahl der Wanderdestination. In diesem Fall können zusätzlich Einzelerlebnisse der Kategorien „Erlebnisse des Produkts Rothaarsteig“ und „Landschaftserlebnisse“ der Befriedigung dieses Motivkomplexes zugerechnet werden. Allerdings sind die Produkt-erlebnisse eher technisch orientiert (Weganlage, Inszenierungsmaßnahmen), so dass diese Zuordnung nur zum Teil passend ist.

Für die Erlebnisse der Kategorien „Wettererlebnisse“, „Zivilisationserlebnisse“, „Stimmungserlebnisse“ und „Zeiterlebnisse“ konnten keine entsprechenden Motive identifiziert werden. Eine nähere Betrachtung der Erlebnisinhalte dieser Kategorien (vgl. Kap. 4.2.1) zeigt, dass es sich bei diesen Erlebnissen entweder um solche mit teilweise negativen Assoziationen (Müll, vom Menschen geprägte Landschaft, Kälte, Regenwetter) oder um Erlebnisse, die durch überraschende Situationen ausgelöst wurden (Stimmungen im Zusammenspiel von Licht, Wetter, und Stille) bzw. erst durch das Wandern erlebbar wurden (Zeiterleben). Wanderinnen und Wanderern wollen oder können alle diese Erlebnisse nicht erwarten, bevor sie aufbrechen, so dass diese Erlebnisbereiche auch nicht zu (intrinsischen) Motiven vom Wandern werden. Eine Analyse der Untersuchungsinstrumente der den zuletzt zahlreich erschienen quantitativen Studien zum Wandern zeigte, dass solche Motivkomplexe wie Wettererlebnisse nicht berücksichtigt wurden.

5.2.3 Wandererlebnisse vs. Erlebnisse bei anderen Outdooraktivitäten

Im Unterschied zu den Vorstudien (vgl. Kap. 3.1) und anderen Erhebungen zu Erlebnissen (vgl. u.a. Beier 2001, Brackhane und Würz, 1984) erfolgte in dieser Arbeit die Erfassung der Erlebnisse nicht aufgrund der mehr oder weniger starken Zustimmung zu vorab in Form eines Fragebogens formulierten möglichen Erlebnissen. In dieser Arbeit wurden die Erlebnisse durch die eingesetzten Methoden von den Probandinnen und Probanden selbst benannt. Aus den in die Studie einfließenden Daten konnten im Verlauf der qualitativen Inhaltsanalyse ein breites Spektrum von individuellen Erlebnissen, sowie aus vergleichbaren Einzelerlebnissen übergeordnete Konstrukte (Sub-Kategorien) und Erlebniskategorien benannt werden. Der in diesem Kapitel angestrebte inhaltliche Vergleich mit den in den Vorstudien und in der Literatur (Brackhane und Würz, 1984; Liedtke, 2005) formulierten Erlebnisspektren bei anderen (Outdoor-)aktivitäten ist, im Falle, dass ähnliche Strukturen in den Erlebnisspektren festgestellt werden können, gleichzeitig einer Validierung des in dieser Arbeit verwendeten Methoden zuträglich.

Basierend auf den Ergebnissen der genannten Quellen und einem Teil der im Vorfeld betreuten Diplomarbeiten sollen nun abschließend die aktivitätsspezifischen Erlebnisspektren unterschiedlicher (Outdoor-)Aktivitäten in Form einer Tabelle verglichen werden (vgl. Tab. 5-4).

Wolff (2007) und van den Ecker (2008) untersuchen bei Ausübenden der Outdooraktivitäten Klettern bzw. Jogging/ Nordic Walking/ Spaziergehen entstehende Erlebnisse auf Basis einer aus der Literatur⁶⁹ entnommenen Kategorisierung von Erlebnissen. Dabei können die in der Literatur genannten Erlebniskategorien bestätigt werden, allerdings konnte aufgrund der nicht ausgereiften quantitativen Methode kein umfassendes Erlebnisspektrum für die jeweiligen Aktivitäten erhoben werden.

Gies (2008) und Schulte-Ontrop (2008), die mit qualitativen Methoden arbeiten, entwickeln zwar jeweils eigene Erlebniskategorien aus den Erlebnissen ihrer Probandinnen und Probanden. Die Art und Breite der benannten Kategorien können jedoch jeweils den vorliegenden Erlebnisdimensionen von Liedtke (2005) weitestgehend zugeordnet werden. Lediglich die von Gies genannten „Materialerlebnisse“ (Gies, 2008, S. 46f.) erweitern das Erlebnisspektrum um eine zusätzliche Kategorie.

⁶⁹ (im Wesentlichen Brackhane und Würz, 1984; Beier, 2001; Liedtke, 2005)

Freizeitsport (Brackhane u. Würz, 1984)	Outdoor-aktivitäten (Liedtke, 2005)	Klettern (Wolff, 2007)	Jogging, N.Walking, Spazieren (v.d. Ecker, 2008)	Ski-bergsteigen (Gies, 2008)	Winter-Friluftsliv (Schulte-Ontrop, 2008)	Wandern auf dem Rothaarsteig		
umgebungsorientiertes Erleben	Natürlichkeit und Natur	Natur und Raum Naturkräfte	Natur-erlebnisse	Natur-erlebnisse	Natur	Landschaftserlebnisse	Aussichtserlebnisse	
passivbewegungsorientiertes Erleben	Körper und Bewegung	Körper und Bewegung	Körper und Bewegung	Körpererlebnisse	Körper (und Geist)	Körpererlebnisse	Sinneserlebnisse	
aktivbewegungsorientiertes Erleben	Leistung	Leistung	Regenerations- und Leistungserlebnisse (bes. Erlebnisqual.) Kontrolle	Bewegungserlebnisse	Herausforderung		Psychische Erlebnisse	Wettererlebnisse
innengerichtetes, meditatives Erleben		Selbst		Selbsterfahrung	(Körper und Geist)			
sozialorientiertes Erleben	Sozialität und Verbundenheit	Mitmenschen, Gemeinschaft	Soziale Erlebnisse	Soziale Erlebnisse	Gruppe und Freundschaft	Sozialerlebnisse		
Abenteuer- und Spannungserleben	Spannung	Anspannung, Entspannung	Spannungserlebnisse	gefühlbetonte/ geistige Erlebnisse	(Ungewissheit, Spannung, Angst)	(u.a. Spannung)	Gefühlserlebnisse (positiv /negativ)	
	Zeit und Raum	Zeit	(bes. Erlebnisqual.) Flow				Zeiterlebnisse	
	Kontext (u.a. Eingebunden-Sein, Stimmungen, Atmosphären)	Eingebunden-Sein, Stimmungen, Werte				Alltagsferne Stimmung	Stimmungserlebnisse	Ruheerlebnisse Zivilisationserlebnisse Kultur und Geschichte
				Materialerlebnisse		Produkt Rothaarsteig		

Tabelle 5-4: Vergleich der Erlebnisspektren unterschiedlicher Aktivitäten – zusätzliche Erlebnisinhalte (grüne Felder) des Wanderns am Rothaarsteig (eigene Darstellung)

Das mit Hilfe des weiterentwickelten Methodensets erfasste Erlebnisspektrum von erwachsenen Mehrtageswanderinnen und –wanderern auf dem Rothaarsteig kann durch Anwendung der Grounded Theory Methodologie in die genannten 15 Erlebniskategorien (vgl. Kap. 4.2.1) gegliedert werden. Diese im Vergleich zur Literatur etwas stärker ausdifferenzierten und speziell für das Wandern auf Fernwanderwegen wie dem Rothaarsteig Erlebniskategorien geltenden Kategorien lassen sich teilweise als Parallelen zu den Ergebnissen von Brackhane und Würz (1984) und von Liedtke (2005) darstellen (vgl. Tab. 5-4). Die in der Tabelle in grün markierten Feldern dargestellten Erlebniskategorien ergänzen die bisher veröffentlichten Modelle und erweitern damit den Wissensstand über die Erlebnisvielfalt beim Wandern als Beispiel einer Outdooraktivität.

Die Vorstudien (vgl. Kap. 3.1) zeigen, dass sich die Schwerpunkte der potentiellen Erlebnisse bei unterschiedlichen Aktivitätsformen unterscheiden. Dies ist immer auch abhängig von den Begleitumständen, wie z.B. der Anzahl an begleitenden Personen und der Intention der Ausübung. Beim internen Vergleich der von van den Ecker (2008) untersuchten unterschiedlichen Aktivitäten fällt auf, dass, je langsamer sich die Ausübenden bei der Aktivität fortbewegen, desto intensiver die Erlebnisse insgesamt und insbesondere die des umgebenden Raumes (Natur, soziales Umfeld) präsent sind: Die Zustimmungswerte zu der während der Befragung vorgeschlagenen Erlebnisse der Joggerinnen und Jogger unterscheiden sich deutlich von denen der Nordic Walkerinnen und –Walker und noch deutlicher - teilweise höchst signifikant - von denen der Spaziergängerinnen und Spaziergänger (vgl. Abb. 5-3 und van den Ecker 2008, S. 49).

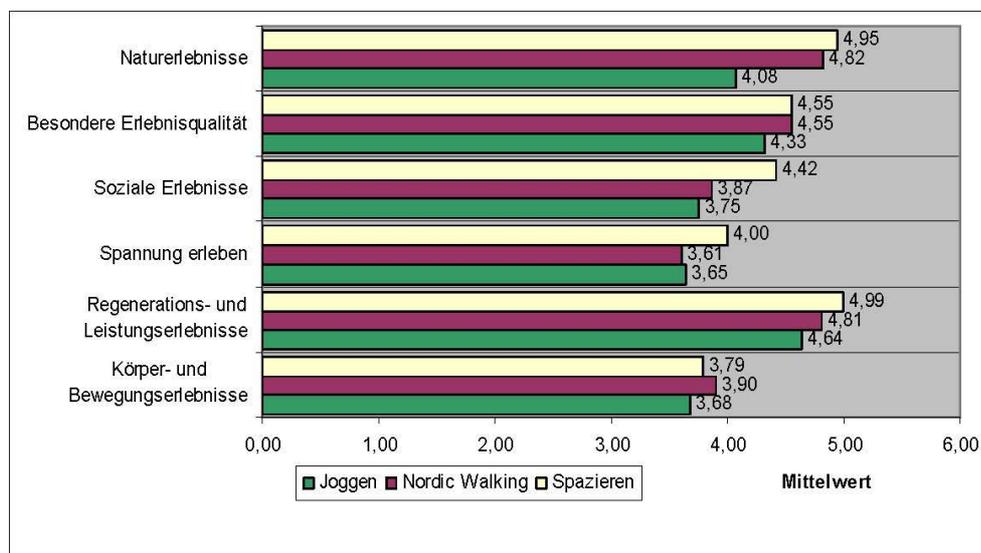


Abbildung 5-4: Präsenz von Erlebnisformen bei Outdooraktivitäten im Kölner Stadtwald (Mittelwertvergleich; n=89; Zustimmungswerte 1=niedrig bis 6= hoch); nach van den Ecker 2008, S.49

Anders formuliert liegt der Fokus beim Spaziergehen eher darauf, etwas Äußeres (Natur, Gruppe) zu erleben, während die Aktivitäten Nordic Walking und Jogging noch andere Zwecke (Training, Fitness) erfüllen und das Erleben insgesamt weniger stark ausgeprägt und dabei eher innengerichtet ist.

Ähnlich verhält es sich mit den Erlebnisinhalten beim Wandern: Äußere Erlebnisse wie Natur- und Landschafts-, Aussicht- und Sozialerlebnisse spielen für die meisten der an der Untersuchung teilnehmenden Wanderinnen und Wanderer eine Hauptrolle. Nach innen gerichtetes Erleben war vor allem bei jenen Wanderern präsent, die allein unterwegs waren (P13, P30) oder große Strecken mit viel Gepäck oder/und in kurzer Zeit zurücklegten (P19, P21, P30).

5.3 Formulierung einer aus den Daten evolvierenden Theorie

Im Zuge der Ergebnisdarstellung und der Zusammenfassung (vgl. Kap. 4.1 - 4.3) konnten die beiden formulierten Forschungsfragen (vgl. Kap. 1.2) beantwortet werden. Sowohl die zum Zeitpunkt der Datenaufnahme bestehenden Erlebnisinszenierungsmaßnahmen des Rothaarsteigs als auch deren Ziele in Form von positiven Erlebnissen konnten durch die qualitative Inhaltsanalyse der untersuchten Daten dargestellt werden. Ebenso konnten durch die Anwendung der gewählten Methode Erlebnisse von erwachsenen Wanderinnen und -wanderern dokumentiert werden, die im Jahr 2008 mehrere Tage in Folge auf dem Rothaarsteig gewandert waren.

Das Vorgehen während des Forschungsprozesses war im Wesentlichen geprägt von der Grounded Theory (vgl. Kap. 3.2.2) wodurch im Verlauf immer wieder Thesen (*ad-hoc-Hypothesen*, vgl. Strübing, 2008) entstanden und durch das angepasste weitere Vorgehen verworfen, verändert oder bestätigt und weiterentwickelt werden konnten. Als Beispiel kann hier die folgende *zu Beginn der Feldphase entstandene ad-hoc-Hypothese* angeführt werden:

„Die Erlebnisse der Wanderinnen und Wanderer weichen von denen ab, die durch Marketingmaßnahmen wie die Imagebroschüre und Reiseführer zum Rothaarsteig suggeriert werden.“

Entstanden war dieser Eindruck nach Auswertung der ersten Foto-Erlebnis-Tagebücher und der ersten Foto-Gruppen-Interviews und der parallelen Exploration von für Wanderinteressierte am Rothaarsteig leicht zugänglichem Informationsmaterial (Zusendung des Informationspakets per Post). Um diese ad-hoc-Hypothese prüfen zu können, wurden einerseits zur vertiefenden Exploration des Erlebnisinszenierungskonzepts und dessen Ziele, drei Experteninterviews als weitere Datenquelle durchgeführt und andererseits die Auswahl der folgenden Studienteilnehmerinnen und -teilnehmer im Sinne des Theoretical Samplings bewusster auf deren Unterschiede (Geschlecht, Streckenlänge, Anzahl der Begleitung und Art des Gepäcktransports) ausgerichtet. Durch die weiterhin erfolgende fortlaufende Überprüfung konnte die genannte ad-hoc-Hypothese verworfen werden. Nach Abschluss der Da-

tenauswertung konnte aufgrund erster Vergleiche der entstehenden Codes eine neue, gegensätzliche ad-hoc-Hypothese in Form der folgenden *vorläufigen Theorie* formuliert werden:

„Die Erlebnisse der für die Studie ausgewählten Stichprobe von erwachsenen Wanderinnen und Wanderern entsprechen zum Teil den Zielen der Erlebnisinszenierung des Rothaarsteigs.“

Die Grounded Theory sieht zum Ende des Forschungsvorgangs die Formulierung und vorläufige Bestätigung einer aus den Daten evolvierenden Theorie vor (vgl. Kap.3.2.2). Die oben entwickelte vorläufige Theorie konnte durch den in Kap. 5.1.4 erfolgten Vergleich der Ziele die Erlebnisinszenierungsmaßnahmen mit den erfassten Erlebnissen der Stichprobe bestätigt werden. Dieser Vergleich lässt nach Erlebnisbereichen differenzierte Aussagen zur Effektivität der Erlebnisinszenierungsmaßnahmen am Rothaarsteig zu, wie sie in der Formulierung der zentralen Fragestellung gefordert wurden. Es hat sich anhand der erfassten Erlebnisse der Stichprobe gezeigt, dass die Ziele der geplanten und umgesetzten Inszenierungsmaßnahmen zu einem unterschiedlich hohen Grad erreicht wurden. Zudem wurden weitere Erlebnisse der Wanderinnen und Wanderern der Stichprobe erfasst, die bisher nicht oder nur sehr vereinzelt Ziele von Erlebnisinszenierung sind bzw. nicht im Zuge des Marketings des Rothaarsteigs genannt werden. Dies macht eine Erweiterung der vorläufig formulierten Theorie notwendig.

Abschließend kann deshalb im Sinne der GTM die folgende aus den Daten evolviere und durch die erfolgte Diskussion **vorläufig bestätigte Theorie** formuliert werden:

Die Erlebnisse von erwachsenen Mehrtageswanderinnen und –wanderern auf dem Rothaarsteig entsprechen mit wenigen Ausnahmen den als Ziele der Erlebnisinszenierung des Rothaarsteigs formulierten positiven Erlebnissen. Ihre Entstehung wird durch das von den Erlebnisinszenierungsmaßnahmen erzeugte Erlebnis-Setting gefördert. Der Grad der Zielerreichung variiert, ist für die untersuchte Zielgruppe aber in fast allen Bereichen hoch. Die Effektivität der Erlebnisinszenierung ist im Bereich der Produkt-, Natur-, Landschafts- und Aussichtserlebnisse am größten und in den Bereichen Kultur- und Geschichtserlebnisse am geringsten.

Die genannte Zielgruppe hat darüber hinaus weitere Erlebnisse, die unbeeinflusst von bestehenden Erlebnisinszenierungsmaßnahmen entstehen. Die Thematisierung solcher Erlebnisse und die Schaffung von Erlebnis-Settings, die ihre Entstehung unterstützen, sollten Bestandteile zukünftiger Erlebnisinszenierung im Zuge einer kontinuierlichen Erlebnisintensitäts- und Qualitätssteigerung des Rothaarsteigs sein.

5.4 Ableitungen für die Praxis

5.4.1 Erweitertes Erlebnisinszenierungskonzept Rothaarsteig

Trotz der größtenteils erfolgreich praktizierten Erlebnisinszenierung des Wanderns auf dem Rothaarsteig (vgl. Kap. 5.1 und 5.3) muss das Produkt Rothaarsteig weiterentwickelt werden. Aufgrund aktueller Entwicklungen im Wandertourismus wie der weiter zunehmenden Bedeutung von Qualitätssiegeln für die Gäste (vgl. Wahl, 2010), einer seit der Eröffnung im Jahr 2001 quantitativ und qualitativ erheblich gewachsenen Konkurrenz am Wandermarkt (vgl. Knoche, 2011) und der erhobenen Erlebnisinhalte, die unbeeinflusst von Inszenierungsmaßnahmen entstehen, erscheint es sinnvoll, ein erweitertes Erlebnisinszenierungskonzept für den Rothaarsteig zu entwickeln und zügig aber kontrolliert umzusetzen.

Dies könnte z.B. durch ein systematisiertes und zentral gesteuertes Vorgehen erfolgen, wie es der Leitfaden für Angebots-Inszenierung von Müller und Scheurer (2007) vorschlägt. Die ohnehin für den Rothaarsteigverein in den letzten Jahren vermehrt in den Vordergrund der Arbeit rückenden Qualitätssicherungsmaßnahmen (z.B. Neuplatzierung, Instandhaltung und Erneuerung von Infrastruktur; vgl. Knoche, 2008 und 2011) sind wesentliche Bestandteile des kontinuierlichen Verbesserungsprozesses (KVP), der die Schritte des PDCA-Zyklus beinhaltet bzw. das in Schritt 12 des oben genannten Leitfadens vorgeschlagene Vorgehen (vgl. auch Abb. 5-2, Kap. 5.2.1). Demnach müssen die Prozesse *Planen*, *Umsetzen*, *Überprüfen* und *Korrigieren* zyklisch fortlaufend durchgeführt werden, um die Erlebnisqualität und -intensität zu sichern und – noch entscheidender – zu steigern.

Im Sinne des vierten Schrittes des PDCA-Zyklus (*Act*) soll im Folgenden als Ableitung der in dieser Arbeit gewonnenen Erkenntnisse Handlungsvorschläge aufgezeigt werden.

Wie die Effektivitätsanalyse im Soll-Ist-Vergleich (vgl. Kap. 5.1.4) zeigt, sind Inszenierungsmaßnahmen, die zum Produkterlebnis Rothaarsteig beitragen und mit größeren Baumaßnahmen (wie z.B. Aussichtsplattformen, Erlebnisstationen) verbunden sind bis dato ausgereizt. Laut Knoche (2011), der unabhängig von diesen Ergebnissen zu dieser Einschätzung gelangt (vgl. ebd.) werden keine weiteren Highlights in ähnlicher Form wie bisher geplant, um die auf diese Weise gestaltete Erlebnisinszenierung „nicht zu überreizen“ (ebd.).

Bereits vor der durch den Sturm „Kyrill“ im Jahr 2007 verursachten Zäsur in der Arbeit des Rothaarsteigvereins sind erste Ideen für eine Intensivierung von Angeboten für Tageswanderungen entstanden. Die Planungen sind inzwischen weit vorangeschritten, so dass analog zu vielen inzwischen erfolgreich praktizierten Rundwanderwegen für Tageswanderungen in anderen Regionen (z.B. *Traumpfade*, vgl. Brämer, 2008a) sogenannte *Extratouren* am Rothaarsteig in den kommenden zwei Jahren (2011-2012) entstehen sollen (vgl. Knoche, 2011). Auf diese Weise sollen auch die gegenüber den Mehrtagesgästen mehrheitlich in der Region anwesenden

Kurz- oder Tagesgäste verstärkt in Kontakt mit den Qualitätsmerkmalen des Rothaarsteigs kommen. Bereits vorhandene Stärken wie Erlebnisstationen oder die Kyrill-Pfade müssen weiter gestärkt und besonders erlebnisreiche Orte stärker akzentuiert werden.

Weitere mögliche Bereiche zukünftiger Erlebnisinszenierung lassen sich sowohl aus den durchgeführten Experteninterviews bzw. dem ausgewerteten Planungsmaterial und den in den Foto-Gruppen-Interviews thematisierten Inszenierungspotentialen (vgl. Abb. 5-5 und Abb. 5-6) entwickeln.

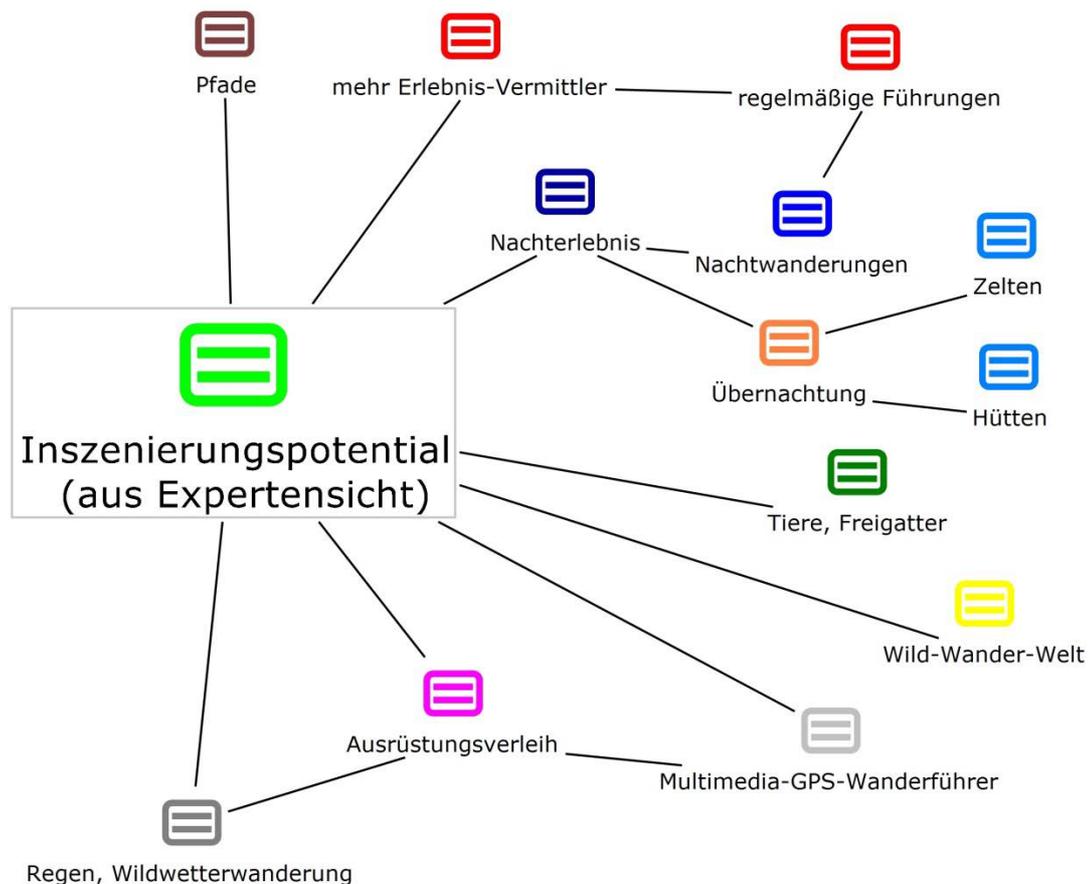


Abbildung 5-5: Inszenierungspotential und mögliche Angebotserweiterung aus der Sicht von Experten (eigene Darstellung / MaxMaps)

In den Experteninterviews und in Planungsunterlagen vor der Eröffnung wurden die in der Abbildung 5-5 dargestellten Themen benannt, die als Inhalte zukünftiger Angebotsentwicklung und Erlebnisinszenierung grundsätzlich denkbar sind, wenn auch nicht alle Themen von den befragten Experten befürwortet werden oder ihnen keine realistische Chance auf Umsetzung zugerechnet wird (vgl. Brämer, 2001 und 2008a; Knoche, 2008, Schmidt und Hansen, 2008).

Personengebundene Erlebnisinszenierung durch Ranger / Guides

Ein Ausbau bestehender besonderer Angebote der Rothaarsteigranger wie z.B. geführte Nachtwanderungen würde neue Erlebnisatmosphären schaffen und die am flexibelsten einzusetzende Erlebnisinszenierungsmaßnahme, die personengebundene Erlebnisinszenierung, verstärken. Diese Art der Erlebnisinszenierung ist angesichts des durchweg positiven Feedbacks der befragten Wanderinnen und Wanderer zu den Rothaarsteigrangern zu intensivieren. Die Nachfrage nach mehr Treffpunkten mit den Rangern und Wünsche nach mehr und speziell auf die Situation beim Wandern angepasste Vorträge und Führungen (vgl. Abb. 5-6) ist vorhanden. Mehr Erlebnisse sollten direkt durch Personen vermittelt werden, auch wenn dies im Vergleich zum jetzigen Umfang des Einsatzes von Personen wie z.B. den Rangern oder Wander-Guides erhebliche Mehrkosten verursachen würde, die aber wiederum von den Gästen durch Eintrittsgebühren an Themenwegen und kostenpflichtigen Führungen getragen werden könnten, die ebenfalls von einigen Wanderinnen und Wanderern vorgeschlagen wurden.

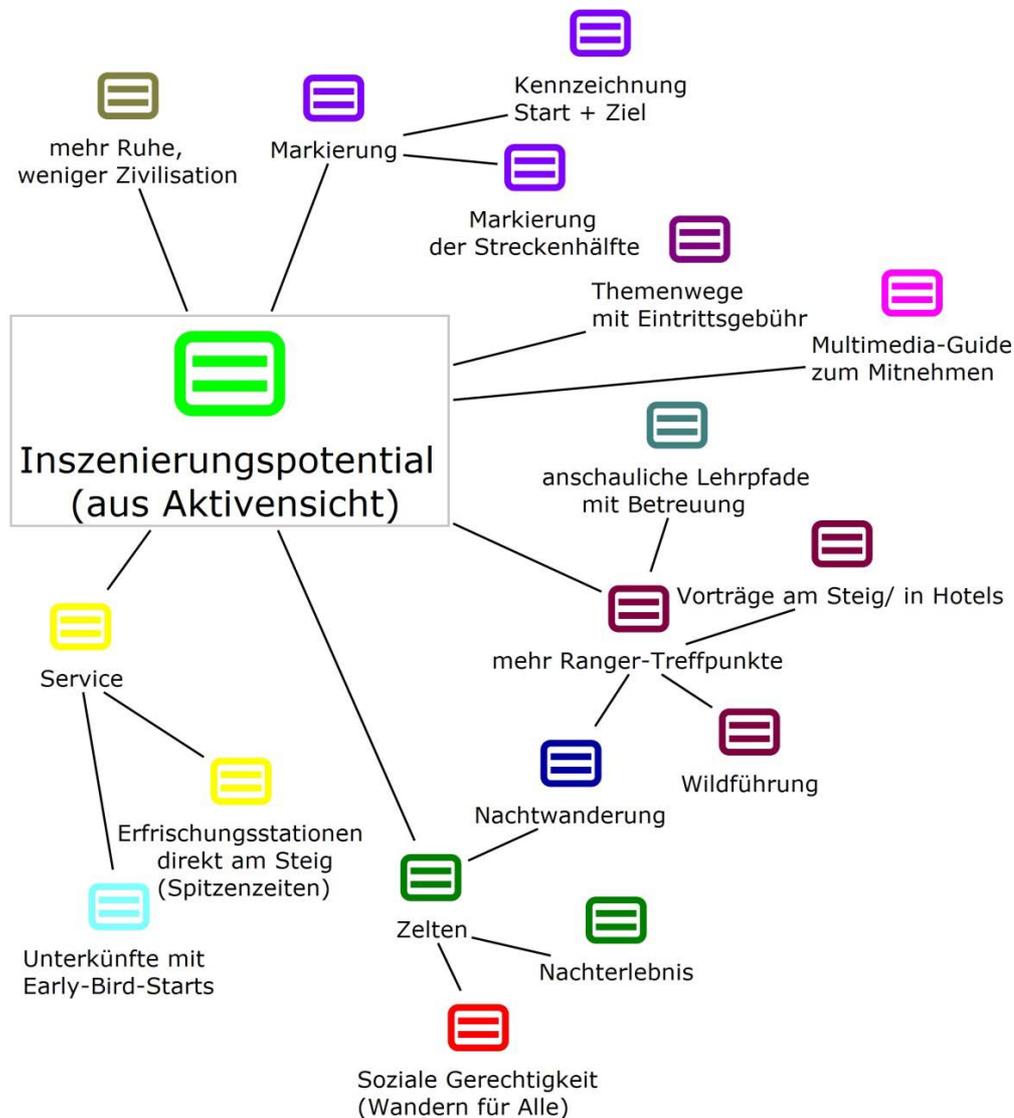


Abbildung 5-6: Inszenierungspotential und mögliche Angebotserweiterung aus der Sicht von Mehrtageswanderinnen und -wanderern (eigene Darstellung / MaxMaps)

Pfadanteile vergrößern

Ein Schwerpunkt zukünftiger Erlebnisinszenierung könnte demnach eine weitere Vergrößerung von Pfadanteilen im Wegverlauf sein. Dies könnte den notwendigen Abwechslungsreichtum schaffen bzw. aufrechterhalten, so zur Attraktivierung des Rothaarsteigs beitragen und das positive Gesamterlebnis des Wanderweges stärken. Sowohl die schwingende Wegführung, variable Breite als auch vor allem die natürliche Oberflächenbeschaffenheit von bestehenden Pfaden wurde von der Stichprobe sehr positiv erlebt.

Naturerlebnisse durch Tierbeobachtungen

Eine Intensivierung der Naturerlebnisse könnte durch häufigere Kontakt- und Beobachtungsmöglichkeiten von (größeren) Säugetieren wie z.B. Rotwild entlang oder in unmittelbarer Nähe des Rothaarsteigs geschehen. Sowohl in den Planungsunterlagen, die vor der Eröffnung entstanden (Brämer, 2001) sowie in Experteninterviews und Foto-Gruppen-Interviews wurde diese Erlebnismöglichkeit z.B. in Form von Freigattern und dem Wunsch nach Wildführungen am frühen Morgen in unmittelbarer Nähe zum Steig erwähnt. Beispiele für bereits erfolgreich umgesetzte Projekte in dieser Richtung sind das Rotwildgehege am Forsthaus Hohenroth (Verein Waldland Hohenroth, 2008), die im Großraum Bad Berleburg in Umsetzung befindliche Wisent-Wildnis (Wisent-Wildnis-Wittgenstein e.V., 2010) und ein in Feudingen bei Bad Laasphe geplantes Wisent- und Wildgehege (Masannek, 2008). Alle genannten Projekte liegen immerhin an oder in unmittelbarer Nähe zu Zubringerwegen zum Rothaarsteig, allerdings zu weit vom Hauptweg entfernt um von Mehrtages- bzw. Streckenwanderinnen und -wanderern als durchführbares Angebot wahrgenommen zu werden.

Nachterlebnisse, Zelten und Übernachten direkt am Steig

Erlebnisse der Natur bei Nacht werden nicht allein durch die bereits im Zuge der Führungen der Rothaarsteigranger vereinzelt durchgeführten Nachtwanderungen ermöglicht. Auch einfache Zeltplätzen oder saisonal für ein begrenztes Kontingent freigegebene Wiesen zum Zelten in unmittelbarer Nähe des Rothaarsteigs würde das Gesamterlebnis um solche raren Nachterlebnisse in der Natur ergänzen. Sowohl Experten als auch die befragten Wanderinnen und Wanderer bewerten diese Erlebnismöglichkeit positiv und nennen als Vorbilder einfachste Zeltmöglichkeiten in Nationalparks in Nordamerika, Australien und Neuseeland. Aufgrund der von den Experten als verschwindend gering eingeschätzten Interessengruppe für ein solche Art der Übernachtung und potentiellen Konflikten mit Grundeigentümern, Naturschutz und Jagdinteressen ist eine Realisierung solcher Rothaarsteig-nahen einfachsten Übernachtungsmöglichkeiten derzeit unrealistisch.

Markierung der Streckenmitte, Platzierung der Portale

Die befragten Wanderinnen und Wanderer lobten die Markierung und insbesondere die Kilometersteine. Anregungen von ihrer Seite, dieses Inszenierungselement weiter zu verbessern, sind die Markierung der Streckenmitte auf dem Hauptweg (Dillvarian-

te) mit einem Kilometerstein, sowie eine deutlich verbesserte Platzierung und Erklärung der Eingangs- bzw. Schlussportale in Brilon und Dillenburg. In beiden Orten waren die zum Zeitpunkt der Datenaufnahme (2008) gewählten Orte für die Portale für viele entweder unauffindbar oder ihnen erschloss sich der Sinn der Platzierung nicht. Eine Platzierung der Portale, die noch besser den Übergang in den bzw. das Verlassen des Bewegungs- und Erlebnisraumes Rothaarsteig markiert, wäre förderlich für ein positives Gesamterlebnis.

Eine Akzentuierung solch markanter Punkte (Start, Mitte, Ziel) würde auch zur Schaffung einer passenden Atmosphäre von Beginn an bzw. bis zum tatsächlichen Ende der Wanderung beitragen, wie es im Bereich der Tourismuswirtschaft allgemein gefordert wird (vgl. z.B. Kärnten Werbung, 2005).

GPS-gestützter multimedialer Informationsfluss

Für den in mehreren Foto-Gruppen-Interviews diskutierten potentiellen Einsatz von multimedial unterstützten, digitalen Reiseführern für mobile Geräte zum Einsatz während der Wanderung am Rothaarsteig gibt es nicht nur im Bereich der Museumspädagogik Vorbilder, wo tragbare elektronische Guides schon seit längerem eine Möglichkeit der ortsgenaue Information der Nutzerinnen und Nutzer ermöglichen: Durch eine Verbindung von Orientierungsangaben auf Empfangsgeräten des Global-Positioning-Systems (GPS) mit multimedial aufbereiteten Informationen, die auf diesen Geräten innerhalb der angezeigten Landkarten z.B. in Form von POIs (Points of Interest; dt. *Sehenswürdigkeiten*) abgerufen werden können, ist der Einsatz von elektronischen Guides auch auf Wanderungen machbar. Die je nach Art der Programmierung variabel als Text, Foto, Film oder Audiosequenz produzierten Informationen sind dabei flexibel einzusetzen: vorgeschlagenen Routen oder POIs kann bereits bei der Programmierung ein Gültigkeitszeitraum zugewiesen werden, so dass z.B. abhängig von der Jahreszeit unterschiedliche Informationen an demselben Aufenthaltsort der Nutzerin oder des Nutzers angezeigt werden (vgl. Hinsch, 2010). Neben Anwendungen für herkömmliche GPS-Geräte oder PDAs, wie z.B. der NATUR-SCOUT, ein Programm das Besucherinnen und Besucher seit 2007 auf verschiedene Routen zu 20 POIs durch das Naturschutzgebiet Duvenstedter Brook im Norden Hamburgs lotst, existieren mittlerweile Möglichkeiten zum Einsatz von GPS-gestützten Geräten und Anwendungen zur Informationsvermittlung auch auf Fernwanderwegen⁷⁰. Wanderungen sollen auf diese Weise zu einem besonderen Erlebnis werden, weil u.a. die aktuelle Position ständig auf dem angezeigten digitalen Kartenmaterial zu sehen ist, die Wanderrouten thematisch aufbereitet werden können und Sehenswürdigkeiten und Geschichten vermittelt werden können (vgl. Dreyer et. al., 2010). Nützliche und lehrreiche Informationen können auf diese Weise leichter, individueller zu steuern und dadurch - mehr als dies durch Führungen möglich ist - Wanderinnen und Wanderer während einer Wanderung erreichen. Im Falle von

⁷⁰ Daneben besteht das *Geocaching* als eine Art „moderner Schatzsuche“, bei der das Wandern mit der Suche nach versteckten kleinen Schätzen (sog. *caches*), von denen nur die Koordinaten bekannt oder ggf. in Rätseln verschlüsselt sind (vgl. z.B. www.geocaching.com bzw. Dreyer et. al., 2010, S.319ff. Auf diese Nutzungsform des GPS beim Wandern soll hier nicht weiter eingegangen werden.

NATURSCOUT konnte eine geringere Hemmschwelle bei der Entscheidung, das Gerät zu nutzen gegenüber der Entscheidung, an einer Führung teilzunehmen festgestellt werden (vgl. Hinsch, 2010).

Wenn auch der Einsatz von GPS-Geräten laut Ergebnissen von Wanderstudien vom Großteil der Wanderinnen und Wanderer nicht erwünscht ist (vgl. Brämer, 2007), die Philosophie des Wanderns grundsätzlich von der Reduktion auf die Fortbewegung ohne technische Hilfsmittel als das Wesentliche bestimmt ist (vgl. Dicks und Neumeyer, 2010) oder solche Geräte bisher vorwiegend als Wegweiser, denn als zusätzliche speziell auf den Aufenthaltsort zugeschnittene Informationsquelle genutzt werden (vgl. Hinsch, 2010), so sind solche technischen Neuerungen aus der Sicht von Wanderdestinationen nicht mehr wegzudenken. Die von Dreyer et. al. (2010) als „nicht zu unterschätzende Herausforderung“ (ebd., S. 322) beschriebene Koordination von Buchung, Ausleihe und Rückgabe solcher Geräte in der Praxis könnte durch eine zügige Weiterentwicklung und –verbreitung neuartiger mobiler Telefone (sog. *Smartphones*) bzw. anderer Multimedia-Geräte (wie z.B. *tablets*) umgangen werden. Interessierte Nutzerinnen und Nutzer können die entsprechend auf die Wanderdestination angepasste Software bereits vielerorts als sogenannte *App* vor dem Beginn ihrer Wanderung auf ihr Handy oder ihr Gerät herunterladen. Erste Beispiele existieren u.a. in Form von für *Smartphones* und GPS-Geräte als Download erhältlichen ADAC-Wanderführern und sogenannten „AlpRegio Apps“ (vgl. Alpstein Tourismus GmbH, 2010), von denen eine z.B. Wander- und Radwege im Schwarzwald erfasst (vgl. Schwarzwald Tourismus GmbH, 2010). In vereinfachter Form als *GPS-Track* (als Wegverlauf ohne zusätzliche Informationen) existiert auch bereits eine für GPS-Geräte lesbare Streckenführung für den Rothaarsteig (vgl. fernwege.de, 2008).

Es bleibt abzuwarten, wie schnell die Weiterentwicklung von Hard- und Software solche Möglichkeiten der unterstützenden Maßnahmen von Erlebnisinszenierung masentauglich werden lassen. Trotz der Einschätzung von Experten, dass solche Produkte nur eine Nischengruppe innerhalb der wandernden Bevölkerung interessiert (vgl. u.a. Brämer, 2008a) sollte die weitere Entwicklung auf diesem Gebiet genauestens beobachtet werden, um gegebenenfalls rechtzeitig im Wettbewerb gegenüber anderen Destinationen (vgl. auch Dreyer et. al., 2010). die Produktpalette des Wanderns auf dem Rothaarsteig zu erweitern

Wandern und Gesundheit

Das Thema Gesundheit ist im gesellschaftlichen und wissenschaftlichen Kontext besonders in Verbindung mit Aufenthalt und Bewegung in der Natur in den letzten Jahren immer stärker präsent. Die vielseitigen positiven Gesundheitseffekte der Bewegung in der Natur und des Wanderns sind inzwischen durch zahlreiche Studien belegt (vgl. zusammenfassend z.B. Dreyer et. al., 2010, S.59ff. sowie Gerlach, 2008). Solche positiven Studienergebnisse dienen als Grundlage für die Einbindung des Themas Gesundheit in der Angebotsentwicklung im Wandertourismus (vgl. Dreyer et. al., 2010). Daneben entwickelte sich im Bereich des Gesundheits- und Wellness-tourismus eine zunehmende Erlebnisorientierung (vgl. Steinbach, 2004;

Keul und Bachleitner, 2000), die häufig Aktivitäten wie das Wandern als Bestandteile der Produktpakete beinhaltet.

In Österreich bestehen mit sogenannten „tut gut – Wanderwegen“ (Dreyer et. al., 2010, S. 304) und dem sportmedizinisch begleiteten Angebot welltain® (vgl. Humpeler, 2006; Humpeler und Schobersberger, 2009) Beispiele für eine bereits fortgeschrittene Angebotsentwicklung.

Menzel, Dreyer und Endreß (2008) haben im Zuge eines Angebotsvergleichs von Wanderdestinationen in deutschen Mittelgebirgen bis auf wenige Ausnahmen kein Wanderprodukt identifizieren können, bei dem die Themen Gesundheit oder Gesundheitsförderung direkt kommuniziert werden. Sie attestieren den deutschen Mittelgebirgsregionen jedoch eine rege Entwicklung neuer Projekte im Bereich Wandern und Gesundheit (vgl. ebd.). Speziell ausgewiesene und thematisierte Rundwanderwege wie z.B. Vita Parcours und Terrainkurwege können als Beispiele hierfür angeführt werden (vgl. Dreyer et. al., 2010).

Ein weiteres Beispiel für ein solches Projekt ist die 2010 eröffnete „TEUTOVitalWanderWelt“ (Teutoburger Wald Tourismus, 2010). Hier werden vor allem in Zusammenarbeit mit den in den teilnehmenden Kurorten liegenden medizinischen Institutionen Rehabilitations-Wanderungen auf inszenierten und auf unterschiedliche Indikationen angepassten Rundwanderwegen angeboten. Dies wird durch den Einsatz von telemedizinischen Geräten unterstützt, die z.B. zu einer fortlaufenden und vom Ort der ärztlichen Institution durchgeführten Kontrolle der Herzparameter während einer therapeutischen Wanderung unterstützt. Die Kreislaufparameter der wandernden Patienten können mit Hilfe von sog. *Holterphonen* über die Nutzung von Mobiltelefonen direkt an die betreuende Institution übermittelt werden, woraufhin das behandelnde Personal den Patienten genaue Anweisungen über die Belastung der Fortführung der Wanderung Auskunft geben kann (vgl. ebd.). Gesundheits-Wanderangebote mit präventivem Charakter werden hier ab dem Jahr 2011 durchgeführt.

Das Wandern am Rothaarsteig ist bisher nicht oder nur indirekt über Urlaubsportale, die neben Wanderprodukten auch Wellness-Produkte vermarkten, mit dem Thema Gesundheit verbunden. Einige Orte und Hotels in der Nähe des Rothaarsteigs haben außer Wander- auch Gesundheits-Angebote in ihrem Programm.

Eine Neuausrichtung der Thematisierung im Zuge eines erweiterten Erlebnisinszenierungskonzepts des Rothaarsteigs auf das Thema Gesundheit wäre nicht nur angesichts des noch wachsenden Bedarfs und des bisher nicht gesättigten Marktes lohnenswert: Auch die Ergebnisse dieser Studie zeigen, dass die Erlebniskategorien Körper-, Sozial- und Psychische Erlebnisse, die im Sinne des salutogenetischen Modells unverzichtbare Beiträge für die Aufrechterhaltung, Förderung oder Wiedererlangung von Gesundheit liefern, bisher kaum von der vorhandenen Erlebnisinszenierung beeinflusst sind (vgl. Kap. 5.3). Das Erlebnis „Gesundheit“ wurde explizit von keiner Studienteilnehmerin und keinem Studienteilnehmer benannt.

Für eine konkrete Umsetzung wären z.B. zusätzliche Informationstafeln, die etwa nach einer Steigung oder am Ende einer Tagesetappe über konkrete Gesundheitseffekte (Kalorienverbrauch, physisches, psychisches und soziales Wohlbefinden) informieren oder entsprechende Funktionen in einer *Rothaarsteig-Wander-App* denkbar. Darüber hinaus könnte auch eine Zusammenarbeit mit einer (gesetzlichen) Krankenkasse sinnvoll sein, die die zurückgelegte Wanderstrecke, die z.B. in Form eines abgestempelten Wanderpasses nachweisbar wäre, als Bonuspunkte und für Prämienrückerstattungen anrechnen könnte. In ähnlicher Form wird bereits das Deutsche Wanderabzeichen⁷¹ von über 40 Krankenkassen für deren Bonusprogramme anerkannt (vgl. Dicks und Neumeyer, 2010).

5.4.2 Potentiale von Erlebnisinszenierung bei anderen Outdooraktivitäten

Analog zur Erlebnisinszenierung für das Wandern auf dem Rothaarsteig sind auch Maßnahmen, die die Atmosphäre für das Entstehen von Erlebnissen positiv beeinflussen können, zum Einsatz bei anderen Outdooraktivitäten geeignet. Ziele von Erlebnisinszenierung wie die Schaffung von Orientierungssicherheit, markanter Einzelerlebnisse und die übergeordnete und zusammenhängende Thematisierung einer Aktivität oder Strecke sind auch für andere Outdooraktivitäten präsent.

Ob Erlebnis-Skitour auf einer Märchenloipe, Aussichtstour auf Schneeschuhen, Fitnessstour mit dem Mountainbike oder kulinarische Radtour - vieles ist grundsätzlich denkbar und mit speziell auf die jeweilige Aktivität abgestimmte Themen und Erlebnis-Settings auch umzusetzen. Dies gilt allerdings nur dann, wenn durch Inszenierungsmaßnahmen keine zusätzliche oder intensivere Nutzung von sensiblen Naturräumen für die Ausübung der jeweiligen Outdooraktivität ausgelöst wird. Im Gegenteil können Erlebnisinszenierungsmaßnahmen dort sinnvoll eingesetzt werden, wo gezielte Besucherlenkung eine nachhaltig verträgliche Nutzung der Natur unterstützen kann oder bestehende Angebote um zusätzliche Erlebnisse erweitert werden können. Letzteres könnte z.B. im Bereich des Wildwasserraftings erfolgen, wenn den Teilnehmerinnen und Teilnehmern von Rafting-Fahrten nicht nur spannende Gemeinschaftserlebnisse beim Balancehalten *gegen* die Naturkräfte vermittelt werden, sondern in ruhigeren Flussabschnitten zusätzliche Naturerlebnisse z.B. durch intensivierte Beobachtung und persönliche Begleitung durch die Person des Raft-Guides erfolgen (vgl. Rahms, 2008).

Je weniger Infrastrukturanbindung in der Philosophie der jeweiligen Outdooraktivität verankert und für deren Ausübung notwendig ist, desto schwieriger dürfte eine gelungene Erlebnisinszenierung werden. In solchen Fällen kommt der personengebundenen Erlebnisinszenierung, die bei Outdooraktivitäten in Form von speziell geschulten Guides ohnehin sehr bedeutsam ist, eine noch größere Bedeutung zu. Denn je ungewöhnlicher der Aktivitätsraum und seine Bedingungen im Vergleich zum Alltag

⁷¹ Anforderungen für das Deutsche Wanderabzeichen für Erwachsene: Wanderungen über 200km im Jahr, 10 Wanderungen pro Jahr, mind. eine Gesundheitswanderung oder Familienwanderung über 10km (vgl. Dicks und Neumeyer, 2010).

der Aktiven ist (z.B. Skitour in einer Schneelandschaft ohne Wege und Markierungen, gleichzeitiger Schneefall, Wind und einsetzender Dunkelheit), desto mehr hängt es von den Kompetenzen der Leitungsperson ab, bei allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern dennoch eine Atmosphäre für letztendlich positiv bewertete Erlebnisse zu schaffen. Dies gilt gleichermaßen dann, wenn die Ausübung der Aktivität ein hohes Maß an Konzentration erfordert und das Hauptaugenmerk bei Aktiven auf dem Erlernen und der Beherrschung von Bewegungstechnik sowie dem Aufrechterhalten von Kraft, Ausdauer und Koordination liegt. Auch in diesem Fall kann eine noch so aufwendige, infrastrukturell geprägte Erlebnisinszenierung im Vergleich zu einer personengebundenen Erlebnisinszenierung nicht gleichermaßen erfolgreich sein.

Die Möglichkeiten von Erlebnisinszenierung bei Outdooraktivitäten sind zudem stark abhängig von dem Fokus, mit dem Aktive sich bei der Ausübung bewegen. Beim Mountainbiking z.B. dürfte dieser mehr als beim Wandern auf Körpererlebnissen und dem Beherrschen der Technik liegen (vgl. Hober, 2008), so dass eine potentielle Erlebnisinszenierung z.B. mehr von abwechslungsreichen und herausfordernden *trails* und Fahrwegen, als von der Schaffung von Aussichtspunkten oder Informationstafeln geprägt sein müsste.

Die Ansatzpunkte und die Reichweite einer Inszenierung müssen auf der Basis einer durchzuführenden Inszenierungsanalyse den Charakteristika der jeweiligen Aktivität entsprechend ausgewählt und eingestellt werden.

5.4.3 Methoden in der Praxis

Neben den auf den Ergebnissen dieser Arbeit basierenden Vorschlägen für eine erweiterte Erlebnisinszenierung des Wanderns auf dem Rothaarsteig und anderen Outdooraktivitäten gehört auch die Anwendung von Methoden der Evaluierung von Erlebnisinszenierung und der Erfassung von Erlebnissen zu den Ableitungen dieser Untersuchung für die Praxis. Um die Eignung für den zukünftigen Einsatz zu ähnlichen Forschungszwecken und im Zuge des Qualitätsmanagements von Tourismusdestinationen festzustellen, sollen abschließend Vor- und Nachteile der gewählten Methoden diskutiert werden.

Der Leitfaden zur Angebots-Inszenierung von Müller und Scheurer (2007) sieht eine Evaluierung der Erlebnisinszenierung im zyklischen Prozess des Planens, Umsetzens, Überprüfens und Korrigierens (Schritt 12) vor. Allerdings wird in diesem Leitfaden nicht erläutert, wie eine solche Evaluierung geschehen soll. An anderer Stelle (Schritt 3) werden zur Vorbereitung der Abgrenzung von Inszenierungsbereichen sowohl die Sekundäranalyse von Reisekatalogen, Reiseführen, Werbeunterlagen usw. als auch die Teilnehmende Beobachtung am zu inszenierenden Geschehen vorgeschlagen (vgl. Müller und Scheurer, 2007). Schober (1993c) benennt Möglichkeiten zur Durchführung einer Attraktionsanalyse. Wilken, Bausch und Brittner (2005) benennen grob ein mögliches Vorgehen zur Produktentwicklung von Naturerlebnisangeboten, wozu auch eine nicht näher erläuterte Analyse des Erlebnispotentials des Naturraumes auf den sich das Produkt bezieht zählt. Als weitere Methoden für

die Analyse einer Inszenierung (Schritt 4) werden von Müller und Scheurer (2007) die systematische Beobachtung, Expertengespräche und Gästebefragungen. Insofern stellt das in dieser Arbeit angewandte Verfahren zur Beurteilung der Effektivität von Erlebnisinszenierungsmaßnahmen eine Weiterentwicklung der in der Theorie entwickelten Ansätze dar.

Die für diese Arbeit gewählten Methoden der Sekundäranalyse von Werbematerial, Reiseführern usw. in Kombination mit Experteninterviews waren geeignet, um ein Bild der vorhandenen Strukturen und Inhalte der Erlebnisinszenierung des Wanderns am Rothaarsteig nachzuzeichnen. Auch die mit dem Ziel der Dokumentation von Erlebnissen durchgeführte Visitor-Employed-Photography hat zur Schärfe des entstehenden Bildes beigetragen, weil sich viele Erlebnisse der Wanderinnen und Wanderer auf die durchgeführten Inszenierungsmaßnahmen (z.B. Erlebnisstationen) bezogen. Selbst eine vereinfachte Form der hier angewandten Methodentriangulation (z.B. ein Erlebnislogbuch mit vorbereiteten Fragen oder Halbsätzen, die von den Gästen zu Ende zu schreiben sind in der Kombination mit der Aufforderung z.B. zehn Fotos von gelungener Erlebnisinszenierung oder schöner Atmosphäre zu machen) bietet eine Möglichkeit, eine Gästebefragung attraktiv zu gestalten. Eine solche Herangehensweise verspricht, die Sicht der Rezipientinnen und Rezipienten der Erlebnisinszenierung und deren Erlebnisse authentisch zu dokumentieren, weshalb die Nutzung von Fotografien auch seit geraumer Zeit zu einer der wichtigsten Methoden in der Wahrnehmungsforschung von Attraktionen und Wegverläufen in Nordamerikanischen Nationalparks zählt (vgl. u.a. Dorwart, Moore und Leung, 2006; Taylor et.al., 1995).

Um Erlebnisse bei einer Outdooraktivität wie dem Wandern unverfälscht dokumentieren zu können, müssen schon während der Datenaufnahme Methoden genutzt werden, die den Prozessen bei der Entstehung von Erlebnissen gerecht werden. Weder dem erlebendem Subjekt noch einer beobachtenden Person ist vor oder während einer Folge von Ereignissen bewusst, ob einige von diesen Ereignissen für das erlebende Subjekt zu Erlebnissen werden (vgl. Kap. 2.1 und 2.5.1). Der subjektive Rückbezug bei der Entstehung von Erlebnissen kann, wie in dieser Studie gezeigt wurde, durch die Aufforderung, sich täglich mit dem Erlebten auseinanderzusetzen und aus mehreren selbstgemachten Fotografien die drei mit den intensivsten Erlebnissen auszuwählen, systematisch provoziert werden. Die Kombination von Erlebnis-Fotos und den zugehörigen Eintragungen in das Foto-Erlebnis-Tagebuch mit den Auswahlprozessen vor und den von den präsentierten Fotos provozierten Äußerungen während eines Foto-Gruppen-Interviews hat die Prozesse der Formulierung von Erlebnissen begünstigt und die Erlebnisse durch Verbalisierung erfassbar gemacht. Erstens kam es zu einer vertiefenden Beschäftigung mit dem Erlebten zu unterschiedlichen Zeitabständen nach dem erlebten Ereignis. Zweitens wurden auf diese Weise mehr Daten erzeugt als in vergleichbar angewendeten Methodensets (vgl. u.a. Dorwart, 2007), weil die Probandinnen und Probanden sich länger vertiefend mit ihren Erlebnissen auseinandersetzen mussten und mehrfach die Möglichkeit hatten,

sich während des Foto-Gruppen-Interviews zu äußern. Auf diese Weise kam es, wie erhofft, während der Präsentation von Erlebnisfotos im Verlauf der Foto-Gruppen-Interviews zu spontanen Erzählungen von Probandinnen und Probanden, die zwar das gezeigte Foto nicht gemacht oder ausgewählt hatten, aber von ähnlichen Erlebnissen berichten konnten. Die Erlebnisse wurden also aus unterschiedlichen Blickwinkeln und zu unterschiedlichen Zeitpunkten von dem jeweiligen Erfahrungshorizont der Probandinnen und Probanden verbalisiert und in Form von Daten aufgenommen.

Nachteile der gewählten Methoden sind die im Vergleich zu Fragebogenuntersuchungen oder Kurzinterviews relativ zeit- und kostenaufwendige Durchführung und eine notwendige enge persönliche Betreuung der befragten Personen. Zudem wird durch die verwendeten Methoden eine Fülle von ungeordneten Daten erzeugt, deren Strukturierung und Auswertung zeitaufwendig ist. Hinzu kommen potentielle technische Probleme mit oder Bedienungsfehler der an die Probandinnen und Probanden auszuhändigenden Digital-Kameras. Im Falle dieser Studie gab es z.B. aufgrund des schon älteren und inzwischen technisch überkommenen Modells eine hohe Auslöseverzögerung beim Fotografieren, was teilweise dazu führte, dass die festzuhaltende Erlebnissituation im Moment der Aufnahme schon vorüber war. Durch die immer stärker verbreitete Nutzung von digitalen Kameras auch im privaten Gebrauch und auch in Mobiltelefonen eingebaute Digitalkameras wird diese Problematik allerdings in Zukunft abnehmen.

Im Falle dieser Studie wurden die Erlebnisse von nur 31 Personen untersucht. Die Methoden sind aber durch die genannte zunehmende Verbreitung von digitalen Aufnahmemedien und im Falle einer besseren Zusammenarbeit mit örtliche Touristikverbänden oder Tourismuszentralen, die größere Räumlichkeiten für Foto-Gruppen-Interviews bereitstellen oder organisieren könnten ohne weiteres auch mit einer größeren Stichprobe durchzuführen. Denkbar ist es z.B. eine für die Qualitätssicherung und weitere Entwicklung von Erlebnissen notwendige regelmäßige Überprüfung der Erlebnisse von Wanderinnen und Wanderern unterschiedlicher Zielgruppen im Zuge der Angebote von Wanderreiseveranstaltern durchzuführen. Ein ohnehin schon häufig angebotenes informelles Nachtreffen der an einer Reise teilnehmenden Wanderinnen und Wanderer könnte zum Anlass eines Foto-Gruppen-Interviews zu den intensivsten und schönsten Erlebnissen auf den Wanderungen während der Reise genommen werden.

Eine in den Kontinuierlichen Verbesserungsprozess (KVP) verankerte regelmäßige Überprüfung der Zielerreichung von Erlebnisinszenierungsmaßnahmen könnte auch z.B. durch einen regelmäßigen Foto-Wettbewerb („Wanderweg-Erlebnis des Jahres“) verwirklicht werden.

Die verwendeten qualitativen Methoden zur Datenerfassung und die Qualitative Inhaltsanalyse der erhobenen Daten ermöglichte die systemische Erfassung der Erlebnisinszenierung am Rothaarsteig, die Darstellung einer Vielzahl der damit verbun-

denen Ziele und die Erfassung und Dokumentation der Erlebnisse, die bei dieser Stichprobe während des Wanderns im erlebnisinszenierten Bewegungsraum entstanden.

Jedes dieser Ziele, jedes durch ihre Erreichung erhoffte Erlebnis bedarf einer Prüfung bzw. einer Gegenüberstellung zu Erlebnissen, die in der Praxis entstehen, um die Wirkung und Effektivität der Inszenierung beurteilen zu können. Würden im Zuge des Operationalisierens z.B. für einen Fragebogen, der zur Gästebefragung eingesetzt würde, einige Erlebnisinhalte umbenannt oder als übergeordnete Items zusammengefasst, ginge in der Auswertung womöglich der Blick für wichtige Details verloren. Diese Details aber sind im komplizierten Gefüge eines Erlebnisinszenierungskonzepts für dessen Erfolg oder Misserfolg entscheidend. In diesem Sinne ist der Einbezug von qualitativen Methoden bei der Evaluierung der Effektivität von Erlebnisinszenierung und bei der Erfassung von Erlebnissen bei Outdooraktivitäten auch in Zukunft erforderlich.

6 Zusammenfassung und Ausblick

Als Folge der Erlebnisorientierung von Freizeitaktivitäten, die spätestens mit der Etablierung von Themenparks und Erlebniszentren am Ende des 20. Jahrhunderts zu einem gesamtgesellschaftlichen Phänomen wurde, setzen auch Veranstalterinnen und Veranstalter sowie Destinationen eines sich stark verändernden (Sport-) Tourismus zunehmend die Inszenierung von Erlebnissen als Mittel zur Angebotsprofilierung und Qualitätssteigerung ein. Die Gestaltung von Erlebnis-Settings mit der dazugehörigen Schaffung erlebnisintensiver Atmosphären durch infrastrukturelle und/oder thematisch aufeinander abgestimmte Inszenierungsmaßnahmen soll bei den Gästen die Entstehung eines aus vielen Einzelerlebnissen bestehenden positiven Gesamterlebnisses des Produkts oder des Bewegungsraumes provozieren. Obwohl solche Inszenierungen in erster Linie Orte, Infrastruktur und Handlungsketten von klassischen Urlaubsprodukten wie z.B. Hotelübernachtungen, Restaurantbesuchen und Kulturveranstaltungen betreffen, werden zunehmend auch die für Urlaubsgäste attraktiven Outdooraktivitäten und die zugehörigen Bewegungsräume Ziele von Erlebnisinszenierung.

Die Möglichkeit der Herstellung von Erlebnissen und die sichere Vorhersage ihrer Wirkungen sind aufgrund des von Subjektivität, individuellen Voraussetzungen und der notwendigen Verarbeitung durch den Rückbezug auf Erlebtes geprägten Entstehungsprozesses von Erlebnissen umstritten. Die Anreize für in der Freizeit betriebene Outdooraktivitäten sind u. a. durch die Wünsche nach Erlebnissen von unberührter Natur und nach freier Entfaltung in schöner Landschaft geprägt, wodurch eine Inszenierung von Erlebnissen für die Ausübenden solcher Aktivitäten, die z. T. auf Prägung der Atmosphäre durch bauliche Veränderung des Raumes basiert, erschwert wird. Dennoch sind besonders im Bereich von infrastrukturegebundenen Outdooraktivitäten wie dem Wandern Erlebnisinszenierungsmaßnahmen präsent.

Die aus diesen Überlegungen in Bezug auf das Beispiel des Wanderns am Rothaarsteig entwickelte zentrale Fragestellung dieser Arbeit lautet:

Welche Effektivität erzielen Erlebnisinszenierungsmaßnahmen am Rothaarsteig?

Um diese im Sinne eines Soll-Ist-Wert-Vergleichs beantworten zu können, wurden zwei Forschungsfragen gestellt:

- 1) Welche Erlebnisinszenierungsmaßnahmen wurden für das Wandern auf dem Rothaarsteig entwickelt und welche Ziele werden mit ihrer Umsetzung verfolgt?
- 2) Welche Erlebnisse haben erwachsene Wanderinnen und Wanderer während einer Mehrtageswanderung auf dem Rothaarsteig?

Um geeignete Methoden für die Beantwortung dieser Fragen zu finden, wurden zunächst durch Literaturexploration notwendige Bedeutungen und Charakteristika der zentralen Begriffe *Erlebnis*, *Inszenierung*, *infrastrukturgebundene Outdooraktivitäten* und *Wandern* geklärt und daraus resultierende Bedingungen für eine Erforschung dieser Phänomene abgeleitet. Durch parallel dazu durchgeführte Vorstudien in Form von vom Autor betreuten Diplomarbeiten zum Erlebnispotential verschiedener Outdooraktivitäten konnte die Nutzung einer quantitativen Methode (z.B. halboffene standardisierte Fragebögen) für die Erforschung von Erlebnissen bzw. eines Erlebnisspektrums einer Aktivität als ungeeignet ausgeschlossen und verschiedene qualitative Erhebungsmethoden (Problemzentrierte Interviews, Visitor Employed Photography, Photo Elicitation) erprobt werden. Die Nähe zur empirischen Sozialforschung legte eine Verwendung qualitativer Methoden nahe. Folglich orientierte sich auch die zur Beantwortung der Forschungsfragen durchgeführte empirische Studie an der Vorgehensweise der Grounded Theory.

Durch die Triangulation qualitativer Erhebungsverfahren (Sekundäranalyse, Experteninterviews) und softwareunterstützter Qualitativer Inhaltsanalyse konnte ein Bild der aktuell bestehenden Erlebnisinszenierungsmaßnahmen am Rothaarsteig und ihrer Ziele in Form von Erlebnissen nachgezeichnet werden. Dabei konnten eine abwechslungsreiche und daher attraktive Wegführung, eine möglichst naturnahe Wegbeschaffenheit (Pfade), der Bau und Ausbau von Erlebnis-Infrastruktur (wie z.B. Erlebnisstationen, Rothaarsteig-Mobiliar, Aussichtsplattformen, Beschilderung und Kilometersteine) sowie die personengebundene Erlebnisinszenierung als Eckpfeiler der gegenwärtigen Erlebnisinszenierung des Rothaarsteigs benannt werden. Die Ziele dieser Inszenierung sind durch sie bei den Gästen entstehende positive Erlebnisse, die z.B. die Themen „Natur“ und „Landschaft“, „Aussicht“, „Kultur und Geschichte“, „Abwechslung zum Alltag“, „Ruhe“ und „Erholung“ beinhalten. Der „Weg der Sinne“, wie der Rothaarsteig auch bezeichnet wird, soll ein „Erleben mit allen Sinnen“ und ein „einmaliges Wandererlebnis“ ermöglichen. Nicht zuletzt sollen die Erlebnisse positiv von der Qualität der Marke Rothaarsteig beeinflusst werden.

Ebenfalls mittels Triangulation qualitativer Methoden (Visitor Employed Photography, Photo Elicitation, Foto-Erlebnis-Tagebücher, Foto-Gruppen-Interviews) wurden Erlebnisse von 31 Wanderinnen und Wanderern im Alter von 20 bis 70 Jahren erfasst, die an mindestens drei aufeinanderfolgenden Tagen auf dem Rothaarsteig wanderten und per Theoretical Sampling ausgewählt wurden. Mit Hilfe einer softwareunterstützten qualitativen Inhaltsanalyse wurden auch diese Daten ausgewertet und zu 15 aus den Daten evolvierenden übergeordneten Erlebniskategorien zusammengefasst. Neben den „Produkterlebnissen des Rothaarsteigs“, die u. a. die Ausstattung und Inszenierungsmaßnahmen des Steiges beinhalteten, zählen dazu „Natur“- und „Landschaftserlebnisse“, „Aussichtserlebnisse“, „Ruherlebnisse“, „Sinneserlebnisse“, „Körpererlebnisse“, „Gefühlerlebnisse“, „Sozialerlebnisse“ und „Psychische Erlebnisse“. Desweiteren wurden das wechselnde „Wetter“, vereinzelt „kulturelle und

geschichtliche“ Sehenswürdigkeiten, verschiedene in der Natur gegenwärtige „Stimmungen“, eine veränderte Wahrnehmung von „Zeit“ und eine ambivalente Wahrnehmung der „Zivilisation“ zu Inhalten von Erlebnissen gleichnamig benannter Kategorien.

Bei zeitgleichem Auftreten mehrerer Erlebnisse bzw. Erlebnisinhalte wurde während der qualitativen Inhaltsanalyse in den transkribierten Foto-Erlebnis-Tagebüchern und Foto-Gruppen-Interviews eine sich überschneidende Codierung mit mehreren Codes durchgeführt. Aus der Analyse der Überschneidungen lassen sich Bedingungen für bestimmte Erlebnisse wie z.B. die begleitenden Erlebnisse einer „schönen Aussicht“ ableiten.

Es konnten Unterschiede der Erlebnisschwerpunkte verschiedener Personengruppen innerhalb der Stichprobe (Frauen vs. Männer, Jüngere vs. Ältere, Einzelwanderer vs. Paare vs. Gruppen und Gepäcktransport per Rucksack vs. Auto) festgestellt werden, die aufgrund der kleinen Stichprobe allerdings nur als Tendenzen gelten können.

Ein Großteil der erfassten Erlebnisse der Stichprobe entspricht den in mehreren Studien benannten Hauptmotiven des Wanderns (z.B. „Natur- und Landschaftsgenuss“, „Stille“ und „Stressentlastung“, „mit Partner oder Freunden unterwegs“ zu sein – vgl. u.a. Brämer, 2009). Dies gilt mit Ausnahme des für das Wandern immer wichtiger werdenden Motivs „Gesundheit“, dass nur indirekt in den „Körper“- „Sozial“- „Gefühls“- und „Psychischen Erlebnissen“ repräsentiert ist. Im Vergleich zu Modellen der Erlebnisvielfalt bei anderen Outdooraktivitäten (vgl. u.a. Liedtke, 2005) bringt die Kategorisierung des Erlebnisspektrums des Wanderns auf dem Rothaarsteig bezogen auf die untersuchte Stichprobe ähnliche Kategorien hervor, wenn in ihr auch weitere bisher so nicht benannte Erlebniskategorien benannt werden.

Das Ziel dieser Arbeit war es, die Effektivität von Erlebnisinszenierung bei infrastrukturegebundenen Outdooraktivitäten zu untersuchen. Deshalb wurden im Sinnes des Demingkreises (PDCA-Zyklus) (vgl. u.a. Weigert, 2004) zunächst Ziele der geplanten und umgesetzten Inszenierungsmaßnahmen identifiziert und anschließend mit den erfassten Erlebnissen der Stichprobe verglichen. Aus diesem Vergleich ging hervor, dass der Großteil der Erlebnisse, auf deren Entstehung die Inszenierungsmaßnahmen abzielten auch im Spektrum der von der Stichprobe erfassten Erlebnisse vorhanden war. Dies deutet auf eine größtenteils hohe Effektivität der untersuchten Erlebnisinszenierungsmaßnahmen hin. Insbesondere bei den Erlebnissen des „Produkts Rothaarsteig“ und im Bereich der Natur-, Landschafts- und Aussichtserlebnisse entstanden bei der untersuchten Stichprobe eine Vielzahl unterschiedlicher und besonders intensiver Erlebnisse. Lediglich die „Kultur- und Geschichtserlebnisse“ traten weniger deutlich auf als erhofft, was auf eine geringere Effektivität bzw. einen niedrigeren Zielerreichungsgrad in diesem Bereich hindeutet. Auch im Bereich der „Erholungs“- und „Ruherlebnisse“ ist die Erlebnisinszenierung weniger effektiv.

Für eine Reihe von Kategorien erfasster Erlebnisse („Körper“- „Gefühls“- „Sozial“-

und „Psychische Erlebnisse“) gilt, dass diese zwar vereinzelt in den Zielformulierungen der Inszenierungsmaßnahmen auftauchen bzw. im untersuchten Datenmaterial vorhanden waren (z.B. „kulinarischer Genuss“) aber als solche nicht explizit als Ziele der geplanten und umgesetzten Erlebnisinszenierung benannt wurden. Andere Kategorien erfasster Erlebnisse („Wetter“- , „Zeit“- , „Stimmungs“- und „Zivilisationserlebnisse“) sind auf Seiten Ziele der Erlebnisinszenierung gar nicht präsent.

Auf Grundlage der Ergebnisse und des vollzogenen Vergleichs konnte abschließend eine aus den Daten evolvierende gegenstandbezogene Theorie (Grounded Theory) formuliert werden, die im Zuge der Diskussion vorläufig bestätigt wurde:

Die aktuell vorhandenen Erlebnisinszenierungsmaßnahmen auf dem Rothaarsteig erzielen eine positive Wirkung auf während des Wanderns entstehende Erlebnisse von erwachsenen Mehrtageswanderinnen und -wanderern.

Der Grad der Zielerreichung und damit die Effektivität der untersuchten Erlebnisinszenierungsmaßnahmen variiert, ist aber im Bereich der meisten Schwerpunkte der Inszenierung hoch.

Gleichzeitig zeigt die vorhandene Präsenz zusätzlicher, bisher nicht thematisierter oder inszenierter Erlebnisinhalte bei Personen der untersuchten Stichprobe, dass Potentiale für eine systematische und kontrollierte fortgesetzte Erlebnisinszenierung im Zuge von kontinuierlichen Qualitätssicherungs- und Qualitätsentwicklungsprozessen für den Rothaarsteig vorhanden sind.

Daraus und basierend auf aktuellen und parallel zur Bearbeitung dieser Arbeit verlaufenden Entwicklungen im Tourismus bzw. im Wandertourismus wurden am Ende der Arbeit im Sinne des vierten Schrittes im PDCA-Zyklus (*Act*) konkrete Anknüpfungspunkte für ein erweitertes Erlebnisinszenierungskonzept des Rothaarsteigs entwickelt und die grundsätzlichen Möglichkeiten und Grenzen einer Inszenierung von Erlebnissen für Beispiele von anderen Outdooraktivitäten aufgezeigt.

Die vorliegende Untersuchung stellt bezüglich der erfassten Erlebnisse eine Momentaufnahme des Zeitraums der Datenerhebung im Frühjahr und Sommer 2008 dar. Da die Erlebnisse naturgemäß stark von den damals unübersehbaren Veränderungen der Natur und Landschaft im Rothaargebirge durch den Sturm Kyrill im Januar 2007 beeinflusst waren und nur Erlebnisse aus der Sicht einer verhältnismäßig kleinen und in Bezug auf die Gesamtzahl und Art der Gäste am Rothaarsteig eher unbedeutenden Gruppe von Mehrtageswanderinnen und –wanderern erfasst wurden, ist es erforderlich, die Ergebnisse durch die Untersuchung von anderen Gruppen (z.B. Standortwanderinnen und –wanderern oder Tagesgästen) zu bestätigen. Erst danach könnten auf der Basis von gesicherten Erkenntnissen konkrete Anknüpfungspunkte für ein anzustrebendes erweitertes Erlebnisinszenierungskonzept des Wanderns auf und am Rothaarsteig übernommen werden.

Die Vorgehensweise hat gezeigt, dass gerade die gewählten qualitativen Methoden es ermöglichen, ein komplettes Spektrum der spezifischen Erlebnisse der jeweils untersuchten Personengruppe zu erfassen. Deshalb sollten weitere Untersuchungen sich an dieser bzw. ähnlichen Studien zu Wahrnehmung der Umgebung in nordamerikanischen Nationalparks (vgl. u.a. Dorwart, 2007; Taylor et. al., 1995, Cherem und Driver, 1983) orientieren.

Auch für Analysen für eine Neu- oder Weiterentwicklung bzw. eine Überprüfung von Erlebnisinszenierungskonzepten in anderen (Wander-)Destinationen erscheint der Einsatz von alltagsnahen und für die Probandinnen und Probanden attraktiven weil fotobasierten qualitativen Methoden sinnvoll, um qualitativ hochwertige Produkte zu entwickeln. Im Zuge des im Tourismus zu beobachtenden Wettbewerbs um die besten, nachgefragtesten und passendsten Erlebnissen, die bei infrastrukturegebundenen Outdooraktivitäten im Urlaub entstehen sollen, wird ein an Prinzipien des Qualitätsmanagements orientiertes strukturiertes und analytisches Vorgehen bei deren Inszenierung in Zukunft entscheidende Wettbewerbsvorteile mit sich bringen.

Literaturverzeichnis

- Allmer, H. (1998). No risk - no fun! zur psychologischen Erklärung von Extrem- und Risikosport . In H. Allmer und N. Schulz, *Erlebnissport - Erlebnis Sport* (S. 60-90). Sankt Augustin: Academia.
- Allmer, H. und Schulz, N. (1998). *Erlebnissport- Erlebnis Sport*. Sankt Augustin: Academia Verlag.
- Alpstein Tourismus GmbH u.Co.KG. (2010). *Die AlpRegio Apps*. Abgerufen am 10. 01. 2011 von Alpstein Tourismus GmbH u. Co.KG -Produkte: <http://www.alpstein-tourismus.de/Die-AlpRegio-Apps.971.0.html>
- Ammer, U. (1998). *Freizeit, Tourismus und Umwelt*. Bonn: Economica.
- Bach, H. (1989). Die Entdeckung der Natur als Erlebnis- und Bewegungsraum. *Stadion. Internationale Zeitschrift für Geschichte des Sports* , 15, S. 249-275.
- Bahrmann, M. (1997). *Erlebnisqualität im Kulturtourismus. Ein Beitrag zur Angebotsgestaltung anhand ausgewählter Beispiele aus dem Freistaat Sachsen*. Trier: Diplomarbeit, Universität Trier.
- Banks, M. (2007). *Visual Methods in Social Research* (4 Aufl.). London u.a.: Sage.
- Becker, P. (2001). Vom Erlebnis zum Abenteuer - Anmerkungen zur Erlebnispädagogik. *Sportwissenschaft* ,01-2001; S. 3 - 16.
- Beier, K. (2001). *Anreizstrukturen im Outdoorsport. Eine Studie zu den Anreizstrukturen von Sporttreibenden in verschiedenen Outdoor-Sportarten*. Schorndorf: Hofmann.
- Berg, C. und Milmeister, M. (2007). Im Dialog mit den Daten das eigene Erzählen der Geschichte finden. Über die Kodierverfahren der Grounded Theory Methodologie. In K. M. Günter Mey (Hrsg.), *Grounded Theory Reader* (HSR Beiheft, Nr. 19), S. 182-210. Köln: Zentrum für Historische Sozialforschung.
- Berger, J. (2006). Bestehendes in Szene setzen. (L. V. Tourismus, Hrsg.) *Tourismus - Magazin des Landesverbandes Vorarlberg* , 01, S.8-9.
- Bertelsmann (Hrsg.). (1995). *Lexikon der Psychologie*. Gütersloh: Lexikon-Institut Bertelsmann.
- Bohnsack, R., Marotzki, W. und Meuser, M. (Hrsg.). (2003). *Hauptbegriffe qualitativer Sozialforschung*. Opladen: Leske und Budrich.
- Brackhane, R. und Würz, M. (1984). Emotionales Erleben im Freizeitsport. *Sportwissenschaft* , 14 (2), S. 166-174.
- Brämer, R. (2010). *Wandern 2010. Aktuelle Studien im Kurzüberblick*. Abgerufen am 10. 11. 2010 von wanderforschung.de: <http://wanderforschung.de/files/wanstud2010kz1286719222.pdf>

- Brämer, R. (2009). *Profilstudie Wandern 2008: Wer wandert warum? (1.Basismodul)*. Abgerufen am 10. 12. 2009 von wanderforschung.de: <http://wanderforschung.de/files/prostu08kz1220265399.pdf>
- Brämer, R. (2008b). *10 Jahre Profilstudie Wandern*. Abgerufen am 13. 12. 2009 von <http://wanderforschung.de/files/wantextprostu1232875161.pdf>
- Brämer, R. (2008a). Rothaarsteig: Rückblick auf die Planungsphase, Erlebnisinszenierung, Attraktivierung. (J. Gerlach, Interviewer) 13.08.2008, Lohra.
- Brämer, R. (2007). *Profilstudie Wandern 2007 (Kurzfassung)*. Abgerufen am 14. 12. 2009 von Profilstudie Wandern: <http://www.staff.uni-marburg.de/~braemer/profol07kz.pdf>
- Brämer, R. (2002/2009). *Wandertourismus in der Qualitätsoffensive. Kommentar zur Grundlagenstudie "Wanderbares Deutschland" (überarbeitet 2009)*. Abgerufen am 09. 11. 2010 von wanderforschung.de: <http://wanderforschung.de/files/wandeu02kz1236017693.pdf>
- Brämer, R. (2002). *Profilstudie Wandern 2002*. Abgerufen am 14. 12. 2009 von Profilstudie Wandern: <http://www.staff.uni-marburg.de/~braemer/prostu02.pdf>
- Brämer, R. (2001). *WanderMarkt Nr. 81*. Marburg: Forschungsgruppe Wandern, Universität Marburg.
- Brämer, R. (2000). *Profilstudie Wandern 2000 in Stichworten*. Abgerufen am 13. 12. 2009 von Profilstudie Wandern: <http://www.staff.uni-marburg.de/~braemer/prostu00.pdf>
- Brämer, R. (1998b). *Profilstudie Wandern 1998*. Abgerufen am 13. 12. 2009 von Profilstudie Wandern: <http://www.staff.uni-marburg.de/~braemer/prostu98.pdf>
- Brämer, R. (1998a). Wandern - der sanfte Natursport. 2. Teil: Vertieftes Naturerlebnis. *Natur und Landschaft*, S. 116 - 119.
- Brämer, R. und Gruber, M. (2001). *Wandersiegel. Wanderwege im Qualitätstest. Auszug Version 3.3*. Abgerufen am 09. 11. 2010 von wanderforschung.de: <http://wanderforschung.de/files/wansie331236085136.pdf>
- Brückel, F. (2003). "Natursport" im Spannungsfeld zwischen pädagogischer Sinnggebung und kommerziellen Interessen. In F. Brückel, M. Unfried und B. Schirmer (Hrsg.), *Sport in der Natur* (S. 8 - 11). Auer.
- Brunner-Sperdin, A. (2008). *Erlebnisprodukte in Hotellerie und Tourismus. Erfolgreiche Inszenierung und Qualitätsmessung*. Berlin: Erich Schmidt.
- Brunner - Sperdin, A. (2006). Das Phänomen des "Flow"-Erlebens, Emotionen und Kundenzufriedenheit. In K. Weiermair und A. Brunner-Sperdin (Hrsg.), *Erlebnisinszenierung im Tourismus* (S. 23-34). Berlin: Schmidt.

- Cherem, G. J. und Driver, B. L. (1983). Visitor employed photography. A technique to measure common perceptions of natural environments. *Journal of Leisure Research* , 15 (1), S. 65-83.
- Collier, M. und Collier Jr., J. (1992). *Visual Anthropology: Photography as a Research Method* (Revised and Expanded Edition). Albuquerque: University of New Mexico Press.
- Corbin, J. (2003). Grounded Theory. In R. Bohnsack, W. Marotzki und M. Meuser (Hrsg.), *Hauptbegriffe qualitativer Sozialforschung* (A.-M. Nohl, Übers., S. 70-75). Opladen: Leske und Budrich.
- Corbin, J. und Strauss, A. (1990). Grounded Theory Research: Procedures, Canons and Evaluative Criteria. *Zeitschrift für Soziologie* (19), S. 418 - 427.
- Csikszentmihalyi, M. (1993). *Das Flow-Erlebnis: jenseits von Angst und Langeweile - im Tun aufgehen*. (5. Aufl.). Stuttgart: Klett-Cotta.
- Csikszentmihalyi, M. (1991). *Die außergewöhnliche Erfahrung im Alltag: die Psychologie des Flow - Erlebnisses*. Stuttgart: Klett - Cotta.
- Currie, R. (1997). A pleasure-Tourism behaviours framework. *Annals of Tourism Research*, 24 , S. 884-897.
- Deming, W.E. (1982): *Out of the crisis*.Cambridge: Massachusetts Institute of Technology
- Denzin, N. K. und Lincoln, Y. S. (1998). Introduction: Entering the Field of Qualitative Research. In N. K. Denzin und Y. S. Lincoln (Hrsg.), *Strategies of Qualitative Inquiry* (S. 1 - 34). Thousand Oaks: Sager.
- Deutsches Wanderinstitut e.V. (2010). *Kriterien Deutsches Wandersiegel*. Abgerufen am 08. 12. 2010 von *Wie wird ein Wandererlebnis messbar?:*
<http://www.wanderinstitut.de/deutsches-wandersiegel/kriterien/>
- Dicks, U. und Neumeyer, E. (2010). Grundlagenuntersuchung Freizeit- und Urlaubsmarkt Wandern. *Forschungsbericht Nr. 591 (Langfassung)* . (B. f. (BMWi), Hrsg.) Berlin.
- Dilthey, W. (1985). *Das Erlebnis und die Dichtung* (Bd. XXVI der Gesammelten Schriften – Original 1907). Göttingen: Vandenhoeck und Ruprecht.
- Dorwart, C. E. (2007). *Exploring visitors' perceptions of the trail environment and their effects on experiences in the Great Smoky Mountains National Park*. Abgerufen am 25. 01. 2009 von California Trails.org:
<http://www.californiatrails.org/documents/AppalacianTrailVisitSurv.pdf>

- Dorwart, C., Moore, R. und Leung, Y.-F. (2006). *Visitor Employed Photography: Its potential use in Evaluating Visitors' Perceptions of resource impacts in Trail and Park Settings*. Abgerufen am 26. 01. 2009 von Proceedings of the 2006 Northeastern Recreation Research Symposium - GTR NRS-P-14: http://www.fs.fed.us/nrs/pubs/gtr/gtr_nrs-P-14.pdf
- Dresing, T. (2006). *Qualitative Evaluation in 100 Stunden. Quick and Clean*. Phillips Universität Marburg, Institut für Erziehungswissenschaft.
- Dreyer, A., Menzel, A. und Endreß, M. (2010). *Wandertourismus: Kundengruppen, Destinationsmarketing, Gesundheitsaspekte*. München: Oldenbourg.
- Egenter, S. (2006). *Erlebnismangement im naturnahen Tourismus*. Diplomarbeit: Hochschule für Wirtschaft und Technik Kempten, München: GRIN.
- Ehrenspeck, Y. und Schäffer, B. (Hrsg.). (2003). *Film- und Fotoanalyse in der Erziehungswissenschaft. Ein Handbuch*. Opladen: Leske und Budrich.
- Ernest Dichter SA. (2004). *SAW Marktforschungsbericht Deutschland*. (K. M. AG, Hrsg.) Abgerufen am 23. 11. 2010 von Publikationen der Kappler Management AG: <http://www.kappler-management.ch/documents/database/seiten/51490/SAW-Marktforschungsbericht%20Deutschland.pdf>
- Feldman, M. S. (1995). *Strategies for Interpreting Qualitative Data* (Bd. Qualitative Research Methods Series 33). Thousand Oaks: Sage.
- Ferien Service Schmallenberger Sauerland (2008): *Die Pauschalreisen 2008*. (Broschüre). Schmallenberg
- Fernwege.de. (2008). *GPS Tracks zum Download - Rothaarsteig*. Abgerufen am 09. 12. 2010 von fernwege.de: <http://www.fernwege.de/gps/tracks/rothaarsteig/index.html>
- Fichtner, U. (1997). Freizeitparks - traditionell inszenierte Freizeitwelten vor neuen Herausforderungen? In A. Steinecke und T. M. Trier.
- Fischer, T. und Ziegenspeck, J. (2000). *Handbuch Erlebnispädagogik: von den Ursprüngen bis zur Gegenwart*. Bad Heilbrunn: Klinkhardt.
- Fischer-Lichte, E. (1998). Inszenierung und Theatralität. In H. Willems und M. Jurga (Hrsg.), *Inszenierungsgesellschaft - Ein einführendes Handbuch* (S. 81-90). Opladen; Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Fischer-Lichte, E. und Pflug, I. (2000). *Inszenierung von Authentizität*. Tübingen, Basel: Francke.
- Flick, U. (2008). *Triangulation: Eine Einführung* (2. Aufl.). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Flick, U. (2007). *Qualitative Sozialforschung. Eine Einführung* (vollständig überarbeitete und erweiterte Neu- Aufl.). Reinbek: Rowohlt.

- Flick, U. (2003b). *Triangulation: Methodologie und Anwendung*. Opladen: Leske und Budrich.
- Flick, U. (2003a). Triangulation. In R. Bohnsack, W. Marotzki und M. Meuser (Hrsg.), *Hauptbegriffe qualitativer Sozialforschung* (S. 161-162). Opladen: Leske und Budrich.
- Flick, U. (1995). Geltungsbegründung. In U. Flick, *Qualitative Forschung* (S. 239-260). Hamburg: Rowohlt.
- Flick, U., von Kardorff, E., Keupp, H., von Rosenstiel, L. und Wolff, S. (Hrsg.). (1991). *Handbuch Qualitative Sozialforschung*. München: Beltz, PsychologischeVerlagsUnion.
- Freericks, R. und Brinkmann, D. (2006). Zwischen Thrill und Zauberland: Freizeit in inszenierten Erfahrungsräumen. In P. Reuber, P. Schnell und B. Linden (Hrsg.), *Postmoderne Freizeitstile und Freizeiträume - Neue Angebote im Tourismus* (Bd. 5, S. 181-191). Schriften zu Tourismus und Freizeit; Berlin: Erich Schmidt.
- Friebertshäuser, B. und Prengel, A. (Hrsg.). (1997). *Handbuch Qualitative Forschungsmethoden in der Erziehungswissenschaft*. Weinheim, München: Juventa.
- Fuhs, B. (2003). Fotografie als Dokument qualitativer Forschung. In Y. Ehrenspeck, *Film und Fotoanalyse in der Erziehungswissenschaft. Ein Handbuch* (S. 37-54). Opladen.
- Fuhs, B. (1997). Fotografie und qualitative Forschung. Zur Verwendung fotografischer Quellen in den Erziehungswissenschaften. In B. Frieberthäuser und A. Prengel (Hrsg.), *Handbuch Qualitative Forschungsmethoden in der Erziehungswissenschaft* (S. 265-285). München: Weinheim.
- Gadamer, H. G. (1990). *Hermeneutik I: Wahrheit und Methode. Grundzüge einer philosophischen Hermeneutik*. . Tübingen: Gesammelte Werke I.
- Gerlach, J. (2008). Natur tut gut! Zu den physischen und psychischen Wirkungen von Bewegung in Natur und Landschaft. In K. Erdmann, S. Eilers, B. Job-Hoben, N. Wiersbinski und S. Deickert (Hrsg.), *Naturschutz und Gesundheit: Eine Partnerschaft für mehr Lebensqualität* (S. 97-110). Bonn: Bundesamt für Naturschutz.
- Girtler, R. (2001). *Methoden der Feldforschung*. Wien, Köln, Weimar: Böhlau.
- Glaser, B. G. (1992). *Basics of Grounded Theory Analysis*. Mills Valley, CA: Sociology Press.
- Glaser, B. G. und Holton, J. (Hrsg.). (2007). *The Grounded Theory Seminar Reader*. Mill Valley, CA: Sociology Press.

- Glaser, B. und Strauss, A. L. (2005/2008). *Grounded Theory - Strategien qualitativer Forschung* (Nachdruck 2008; 2.korr. Aufl.). (A. T. Paul und S. Kaufmann, Übers.) Bern: Hans Huber, Hogrefe AG.
- Glaser, B. und Strauss, A. L. (1967/1997). *The discovery of grounded theory* (Nachdruck 1997). Chicago: Aldine.
- Goller, H. (1995). *Psychologie. Emotionen, Motivation, Verhalten*. Stuttgart: Kohlhammer.
- Goronzy, F. (2006). *Erlebnisswelten: Grundlagen, Untersuchungen, Auswertungen*. Saarbrücken: VDM, Müller.
- Grober, U. (2008). *Vom Wandern - Neue Wege zu einer alten Kunst* (5. Aufl.). Frankfurt: Zweitausendeins.
- Gross, S. (2004). Zur Erlebnisorientierung im Kulturtourismus. In A. Brittnner-Widmann, H.-D. Quack und H. Wachowiak (Hrsg.), *Von Erholungsräumen zu Tourismusdestinationen: Facetten der Fremdenverkehrsgeographie* (Trierer Geographische Studien, Band 27, S. 143 - 162). Trier.
- Grötsch, K. (2001). Psychologische Aspekte von Erlebnisswelten. In Hinterhuber, Pechlaner und Matzler (Hrsg.), *IndustrieErlebnisWelten* (S. 69 - 82). Berlin: Erich Schmitt Verlag.
- Grützmacher, N. (2008). *Erlebnispotential von Outdooraktivitäten: eine empirische Untersuchung am Beispiel Wellenreiten*. Köln: unveröffentlichte Diplomarbeit, Deutsche Sporthochschule Köln.
- Gülicher, N. (2007). *Inszenierung. In: Poesis. Essays zum künstlerischen Schaffensprozess*. (N. Gülicher, I. Kottkamp, C. v. Marlin, P. Mehne, M. Peschken, A. Söll, et al., Hrsg.) Abgerufen am 20. 01. 2010 von http://www.udk-berlin.de/sites/content/e177/e70/e699/e717/e1895/e5435/e1926/index_ger.html
- Günther, A. (2005). 20 Jahre Erlebnisgesellschaft - und mehr Fragen als Antworten. Zwischenbilanz oder Abgesang auf die Erlebnisswelten-Diskussion. In P. Reuber, P. Schnell und B. Linden (Hrsg.), *Postmoderne Freizeitstile und Freizeiträume - Neue Angebote im Tourismus* (Bd. 5, S. 47-62). Schriften zu Tourismus und Freizeit; Berlin: Erich Schmidt.
- Gyr, U. (1994). Touristenverhalten und Symbolstrukturen. Zur Typik des organisierten Erlebniskonsums. In B. Pöttler und U. Kammerhofer-Aggermann (Hrsg.), *Tourismus und Regionalkultur. Referate der Österreichischen Volkskundetagung 1992 in Salzburg* (S. 41-56). Wien.
- Häcker, H. (1994). *Psychologisches Wörterbuch*. (K. H. Stapf, Hrsg.) Bern u.a.
- Hahn, H. und Kagelmann, H. J.(Hrsg.) (1993). *Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie: ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft*. München: Profil.

- Hall, T. E. und Johnson, B. J. (2007). *Dimension of Wilderness Experience: A Qualitative Investigation*. University of Idaho: Aldo Leopold Wilderness Research Institute.
- Hansen und Schmidt. (13. 08. 2008). Ranger am Rothaarsteig: Aufgaben, Erlebnisse, Perspektiven. (J. Gerlach, Interviewer)
- Hartmann, H. A. und Haubl, R. (1996a). Erlebe dein Leben. In H. Hartmann und R. Haubl (Hrsg.), *Freizeit in der Erlebnisgesellschaft. Amüsement zwischen Selbstverwirklichung und Kommerz*. (S. 7-19) Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Hartmann, H. und Haubl, R. (1996b) (Hrsg.). *Freizeit in der Erlebnisgesellschaft. Amüsement zwischen Selbstverwirklichung und Kommerz*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Hartmann, K. D. (1982). *Zur Psychologie des Landschaftserlebens im Tourismus*. Starnberg: Studienkreis für Tourismus.
- Hartmann, R. (2005). Die Stadt als Freizeit und Erlebnisraum. Erlebnismarketing und -inszenierung im Städtetourismus. In P. Reuber; P. Schnell und B. Linden (Hrsg.), *Postmoderne Freizeitstile und Freizeiträume - Neue Angebote im Tourismus* (S. 192-202). Berlin: Erich Schmidt.
- Haubl, R. (1998). Des Kaisers Neue Kleider? Struktur und Dynamik der Erlebnisgesellschaft. In H. Allmer und N. Schulz, *Erlebnissport - Erlebnis Sport* (S. 5-27). Sankt Augustin: Academia.
- Haubl, R. (1994). *Tourismusprodukte im Transformationsprozeß - Inszenierung von Erlebniswelten*. Opladen: Interessengemeinschaft Tourismussoziologie e.V.
- Heckmair, B. und Michl, W. (2008). *Erleben und Lernen* (6.überarb. Aufl.). München, Basel: Reinhardt.
- Heckmair, Michl und Walser (Hrsg.). (1995). *Die Wiederentdeckung der Wirklichkeit*. Alling: Sandemann.
- Hennig, C. (1997). Der Schöne Schein: Gemeinsamkeiten von 'authentischen Reisen' und 'künstlichen Urlaubswelten'. In A. Steinecke und M. Treinen (Hrsg.), *Inszenierung im Tourismus* (S. 98-105). Trier: Europäisches Tourismus Institut.
- Hinsch, T. (2010). Interaktiv und GPS-gesteuert durch den Duventstedter Brook - Erfahrungen aus drei Jahren NATURSCOUT. *Natur als Abenteuer – GPS-unterstützte Bildungsangebote. Ein Beitrag zur Bildung für nachhaltige Entwicklung? Dokumentation der Fachtagung in Wedel 22.04.2010* (S. 26-27). Hamburg: Metropolregion Hamburg.
- Hober, A. (2008). *Das Erlebnispotenzial von Outdooraktivitäten - dargestellt am Beispiel Mountainbike-*. Köln: unveröffentlichte Diplomarbeit, Deutsche Sporthochschule Köln.

- Hull IV, B. und Stewart, W. P. (1995). The Landscape Encountered and Experienced While Hiking. *Environment and Behavior*, 27 (3), S. 404-426.
- Hull IV, R. B., Stewart, W. P. und Yi, K. Y. (1992). Experience Patterns: Capturing the Dynamic Nature of a Recreation Experience. *Journal of Leisure Research*, 24 (3), S. 240-252.
- Humpeler, E. (2006). *welltain@ / die fitness-formel der berge*. Abgerufen am 27. 05. 2007 von www.welltain.at/philosophie: www.welltain.at/philosophie/de
- Humpeler, E. und Schobersberger, W. (2009). *Das Forschungsprojekt AMAS 2000 sowie das Nachfolgeprojekt AMAS II: Chancen für den alpinen Gesundheitstourismus*. Abgerufen am 20. 12. 2010 von [welltain.at](http://www.welltain.at): http://www.welltain.at/_DEV/mediafiles/amas-zusammenfassung-de.pdf
- Hurworth, R. (2003). *Photo Interviewing for Research - Photo Interviewing and Photo-Elicitation*. Abgerufen am 14. 10. 2007 von <http://sru.soc.surrey.ac.uk/SRU40html>
- Iser, W. (1991). *Das Fiktive und das Imaginäre*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Kagelmann, R. Bachleitner und M. Rieder (2004) (Hrsg.). *Erlebniswelten. Zum Erlebnisboom in der Postmoderne*. München: Profil.
- Kappest, H. P. (2003). *Der Weg der Sinne*. Steinfurt: Rasch und Röhring.
- Kärnten Werbung. (2005). *BeWEGen zwischen Bergen und Seen. Kriterienkataloge*. Abgerufen am 10. 12. 2010 von http://3dak.get24.at/media/ppm_3dak_kaernten/kriterien_1,2,3_UPLOAD_0_UPLOAD_0.pdf
- Kelle, U. (2003). Computerunterstützung in der qualitativen Forschung. In R. Bohnsack, W. Marotzki und M. Meuser (Hrsg.), *Hauptbegriffe qualitativer Sozialforschung* (S. 29-31). Opladen: Leske und Budrich.
- Keul, A. G. und Bachleitner, R. (2000). *Gesund durch Erleben? : Beiträge zur Erforschung der Tourismusgesellschaft*. (H. J. Kagelmann, Hrsg.) München: Profil.
- Kilian, K. und Boksberger, P. (2007). Tourismus im Zeitalter der Erlebnisökonomie. In R. Egger und T. Herdin (Hrsg.), *Tourismus:Herausforderung:Zukunft* (S. 259-274). Wien: LIT.
- Knoblauch, H. (2003). Transkription. In R. Bohnsack, W. Marotzki und M. Meuser (Hrsg.), *Hauptbegriffe qualitativer Sozialforschung* (S. 159-160). Opladen: Leske Budrich.
- Knoche, H. (2006). "Der Weg der Sinne" im Naturpark Rothaargebirge. Der Fernwanderweg Rothaarsteig in seinem fünften Jahr. In *Die Bedeutung von Großschutzgebieten für die Tourismusentwicklung in Sachsen - 16.Nov.2006, Tagungsdokumentation zum 8.Fachsymposium "Umwelt und Raumnutzung"* (S. 48-52). Dresden: Freistaat Sachsen Landesamt für Umwelt und Geologie.

- Knoche, H. (18. 01. 2011). persönliches Telefongespräch. (J. Gerlach, Interviewer)
- Knoche, H. (26. 05. 2008). Rothaarsteig - Konzept, Organisation, Erlebnisinszenierung. (Gerlach, Interviewer)
- Köck, C. (1990). *Sehnsucht Abenteuer: auf den Spuren der Erlebnisgesellschaft*. Berlin: Transit.
- Kuckartz, U. (2007). *Einführung in die computergestützte Analyse qualitativer Daten, 2. aktualisierte Auflage*, Wiesbaden: VS-Verlag
- Lamnek, S. (1998). *Gruppendiskussion. Theorie und Praxis*. Weinheim: PVU.
- Lamnek, S. (2005a). *Qualitative Sozialforschung* (4.vollst.überarb. Aufl., Bd. 1). Weinheim: Beltz PVU.
- Lamnek, S. (2005b). *Qualitative Sozialforschung* (4.vollst.überarb. Aufl., Bd. 2). Weinheim: Beltz PVU.
- Längle, A. (2003). Emotion und Existenz. In L. A. (Hrsg.), *Emotion und Existenz* (Bde. WUV-Facultas, S. 27 - 42). Wien.
- Laudenbach, P. (2009). Retortenwelt (Interview mit Friedrich von Borries). *brandeins* (10/09), S. 124-127.
- Leder, S. (2002). Wanderer als touristische Zielgruppe - dargestellt am Beispiel der Ferienwanderungen des Verbandes Deutscher Gebirgs- und Wandervereine. In J. Schmude (Hrsg.), *Tegernseer Tourismus Tage 2000 - Proceedings - Reihe: Beiträge zur Wirtschaftsgeographie Regensburg* (S. 146-152). Regensburg: Universität Regensburg.
- Liedtke, G. (2005). *Die Bedeutung von Natur im Bereich der Outdooraktivitäten* (Bd. 18 Schriftenreihe Natursport und Ökologie). (INÖK, Hrsg.) Köln: Dt.Sporthochschule Köln.
- Loeffler, T. A. (2004). A Photo Elicitation Study of the Meanings of Outdoor Adventure Experiences. *Journal of Leisure Research* , 36 (4), S. 536-556.
- Loos, P. und Schäffer, B. (2001). *Das Gruppendiskussionsverfahren*. Opladen: Leske und Budrich.
- Ludwig-Mayerhofer, W. (1999). *Theoretical Sampling*. Abgerufen am 17. 05 2008 von ILMES Internet-Lexikon der Methoden der empirischen Sozialforschung: http://www.lrz.de/~wlm/ilm_t8.htm
- Lueger, M. (2000). *Grundlagen qualitativer Feldforschung - Methodologie, Organisation, Materialanalyse*. Wien: WUV.
- Lynn, N. A. und Brown, R. D. (2003). Effects of recreational use impacts on hiking experiences in natural areas. *Landscape and Urban Planning* , 64 (1-2), S. 77-87.

- Manning, R. E. (2004). *Use of visual research methods to measure standards of quality for parks and outdoor recreation*. Abgerufen am 12. 08 2008 von Journal of Leisure Research (findarticles.com):
http://findarticles.com/p/articles/mi_qa3702/is_4_36/ai_n29146336/
- Masanek, K. (28. 05. 2008). Für die Wisente bereit sein. *Westfalen Post*, Lokales.
- Mayer, H. (2006). *Interview und schriftliche Befragung. Entwicklung, Durchführung und Auswertung*. München: Oldenbourg.
- Mayring, P. (2007). *Qualitative Inhaltsanalyse* (9. Aufl.). Weinheim, Basel: Beltz.
- Mayring, P. (2002). *Einführung in die qualitative Sozialforschung* (5 Aufl.). Weinheim und Basel: Beltz.
- Mayring, P. (2000). *Qualitative Inhaltsanalyse*. Abgerufen am 19. 03. 2009 von Forum Qualitative Sozialforschung /Forum: Qualitative Social Research:
<http://www.qualitative-research.net/fqs-texte/2-00/2-00mayring-d.htm>
- Menzel, A., Endreß, M. und Dreyer, A. (2008). *Wandertourismus in deutschen Mittelgebirgen: Produkte - Destinationsmarketing - Gesundheit*. Elmshorn: ITD.
- Meuser, M. und Nagel, U. (2003). Experteninterview. In R. Bohnsack, W. Marotzki und M. Meuser (Hrsg.), *Hauptbegriffe qualitativer Sozialforschung* (S. 57-58). Opladen: Leske und Budrich.
- Mey, G. und Mruck, K. (2007b). Grounded Theory Methodologie - Bemerkungen zu einem prominenten Forschungsstil. In G. Mey und K. Mruck (Hrsg.), *Grounded Theory Reader* (Bd. HSR Beiheft Nr.19, S. 11-39). Köln: Zentrum für Historische Sozialforschung.
- Mey, G. und Mruck, K. (Hrsg.). (2007a). *Grounded Theory Reader* (Bd. HSR Beiheft Nr. 19). Köln: Zentrum für Historische Sozialforschung.
- Michel, B. (2001). Fotografien und ihre Lesarten. Dokumentarische Interpretation von Bildrezeptionsprozessen. In R. Bohnsack, I. Nentwig-Gesemann und A.-M. Nohl (Hrsg.), *Die dokumentarische Methode und ihre Forschungspraxis - Grundlagen qualitativer Sozialforschung* (S. 91-120). Opladen: Leske und Budrich.
- Michels, H. (1995). Wenn einer eine Reise tut, dann kann er was erleben! In H. Allmer und N. Schulz, *Erlebnissport - Erlebnis Sport. Brennpunkte der Sportwissenschaft* (S. 46 - 59). Sankt Augustin: BSW.
- Morasch, L. (1995). Neue Wege im Tourismus - Reale Erleniswelten. In A. Würbel (Red.) und W. Isenberg (Hrsg.), *Kathedralen der Freizeitgesellschaft - Kurzurlaube in Erlebniswelten. Trends, Hintergründe, Auswirkungen* (S. 51-68). Bensberger Protokolle, 83; Bensberg: Thomas-Morus-Akademie.
- Müller, H. (10. 05. 2007). *Outdoor boomt*. Abgerufen am 10. 05. 2008 von Neue Züricher Zeitung: <http://www.nzz.ch/2007/05/10/to/articlef5quj.html>

- Müller, H. (2002). *Vor-Sicht Tourismus. Reflexionen und Denkanstöße zum Phänomen Tourismus* (Bd. 40). Bern: Berner Studien zu Freizeit und Tourismus.
- Müller, H. und Scheurer, R. (2004). *Angebots - Inszenierung in Tourismus - Destinationen*. Bern: Jahrbuch der Schweizer Tourismus-Wirtschaft (IDT).
- Müller, H. und Scheurer, R. (2007). *Tourismus - Destination als Erlebniswelt : ein Leitfaden zur Angebots-Inszenierung* (2. Aufl.). (FIF, Hrsg.) Bern: FIF.
- Mummendey, H. (2003). *Die Fragebogenmethode*. Göttingen : Hochgrefe.
- Nadler, R. S. und Luckner, J. L. (1992). *Processing the adventure experience*. Dubuque: Kendall / Hunt.
- Neumann, D. (2003). *Erlebnismarketing. Eventmarketing - Grundlagen und Erfolgsfaktoren*. Düsseldorf: VDM Verlag Dr. Müller e.K.
- Oelkers, J. (1995). Zum Verhältnis von Erleben und Erziehung. In Heckmair, Michl und Walser (Hrsg.), *Die Wiederentdeckung der Wirklichkeit* (S. 113-130). Alling: Sandmann.
- Office of Urban Management. (2007). *SEQ Regional Outdoor Recreation Discussion Paper*. Abgerufen am 28. 01 2010 von South East Queensland Regional Outdoor Recreation Strategy – Discussion Paper for public comment: http://www.dip.qld.gov.au/resources/plan/SEQ/SEQRORS_Discussion_Paper_07.pdf
- Ohmann, T. (2008). *Zum Erlebnispotential von Outdooraktivitäten - dargestellt am Beispiel des Kanuwanderns*. Köln: unveröffentlichte Diplomarbeit, Deutsche Sporthochschule Köln.
- Opaschowski, H., Pries und U.Reinhardt. (2006). *Freizeitwirtschaft Die Leitökonomie der Zukunft*. Hamburg: LIT
- Parker, L. D. (2006). *Photo-Elicitation: an ethno-historical accounting and management research prospect*. Abgerufen am 15. 05. 2009 von http://www.caerdydd.ac.uk/carbs/news_events/events/past/conferences/ipa/ipa_papers/00142.pdf
- Pikkemaat, B. und Peters, M. (2006). Market Information. A Key Success Factor in the New Product Development Process in Tourism? In K. Weiermair und A. Brunner-Sperdin (Hrsg.), *Erlebnisinszenierung im Tourismus. Erfolgreich mit emotionalen Produkten und Dienstleistungen* (S. 81-96). Berlin: Erich Schmidt.
- Pikkemaat, B., Peters, M. und Schoppitsch, K. (2006). Erfolgsfaktoren von Erlebniswelten. In P. Reuber, P. Schnell und B. Linden (Hrsg.), *Postmoderne Freizeitstile und Freizeiträume - Neue Angebote im Tourismus* (Bd. 5, S. 159-180). Schriften zu Tourismus und Freizeit; Berlin: Erich Schmidt.

- Pine, B. und Gilmore, J. (1999). *The experience economy: work is theatre and every business a stage - goods and services are no longer enough*. Boston: Harvard Business School Press.
- Rahms, M. (2008). *Erlebnispotential von Outdooraktivitäten: eine empirische Untersuchung am Beispiel Wildwasserrafting*. Köln: unveröffentlichte Diplomarbeit, Deutsche Sporthochschule Köln.
- Reiners, A. (1995). *Erlebnis und Pädagogik*. München: Sandemann.
- Reuber, P., Schnell, P. und Linden, B. (2005) (Hrsg.). *Postmoderne Freizeitstile und Freizeiträume - Neue Angebote im Tourismus*. Berlin: Erich Schmidt.
- Rieder, M., Bachleitner, R. und Kagelmann, H. J. (1998) (Hrsg.). *ErlebnisWelten. Zur Kommerzialisierung der Emotionen in touristischen Räumen und Landschaften*. München: Profil
- Romeiß-Stracke, F. (2006). Ist optimale Inszenierung möglich? In K. Weiermair und A. Brunner-Sperdin (Hrsg.), *Erlebnisorientierung im Tourismus - Erfolgreich mit emotionalen Produkten und Dienstleistungen* (S. 35-46). Berlin: Erich Schmidt.
- Romeiß-Stracke, F. (1995). Was haben Sie gegen künstliche Paradiese? - Zur Inszenierung von Erlebniswelten. In A. Würbel (Red.) und W. Isenberg (Hrsg.), *Kathedralen der Freizeitgesellschaft* (S. 175-182). Bensberger Protokolle; 83; Bensberg: Thomas-Morus-Akademie.
- Roth, R., Jakob, E. und Krämer, A. (2004). *Neue Entwicklungen bei Natursportarten* (Bd. 15 Schriftenreihe Natursport und Ökologie). (INÖK Hrsg.) Köln: Deutsche Sporthochschule Köln
- Rothaarsteig e.V. (2009). *Attraktivierung des Rothaarsteiges*. Abgerufen am 10. 12. 2009 von Aktuelles vom Weg der Sinne:
<http://www.rothaarsteig.de/de/rothaarsteig/aktuelles/>
- Rothaarsteig e.V. (Hrsg.) (2008a). *Rothaarsteig Pauschalangebote*. (Broschüre). Schmallebenberg
- Rothaarsteig e.V. (Hrsg.) (2008b). *Rothaarsteig Gastgeberverzeichnis*. (Broschüre). Schmallebenberg
- Rothaarsteig e.V. (2008c). *Philosophie des Rothaarsteigs*. Abgerufen am 20. 05. 2008 von Rothaarsteig - Der Weg der Sinne:
<http://www.rothaarsteig.de/de/rothaarsteig/philosophie/>
- Rothaarsteig e.V. . (2005). *Original ErlebnisWanderführer Rothaarsteig*. Schmallebenberg.
- Rothaarsteig e.V. (2004). *Auf dem Weg der Sinne - Wandern am Rothaarsteig* (DVD). Schmallebenberg.
- Rothaarsteigverein e.V. (Hrsg.) (o.J.). *Der Weg der Sinne*. (Imagebroschüre). Schmallebenberg

- Rothaarsteig Förderer und Freunde e.V. (2009a). *Satzung*. Abgerufen am 10. 12. 2009 von Rothaarsteig Förderer und Freunde:
<http://www.rothaarsteig.de/de/foerderer-freunde/satzung/>
- Rothaarsteig Förderer und Freunde e.V. (2009b). *Förderprojekte*. Abgerufen am 10. 12. 2009 von Rothaarsteig: Förderer und Freunde:
<http://www.rothaarsteig.de/de/foerderer-freunde/foerderprojekte/>
- Schäffer, B. (2003). Gruppendiskussion. In R. Bohnsack, W. Marotzki und M. Meuser (Hrsg.), *Hauptbegriffe qualitativer Sozialforschung* (S. 75-80). Opladen: Leske und Budrich.
- Scheurer, R. (2003). *Erlebnis-Setting. Touristische Angebotsgestaltung in der Erlebnisökonomie* (Bd. 43 Berner Studien zu Freizeit und Tourismus.). (FIF, Hrsg.) Bern: Universität Bern
- Schmidt und Hansen. (13. 08. 2008). Ranger am Rothaarsteig: Aufgaben, Erlebnisse, Perspektiven. (J. Gerlach, Interviewer)
- Schneider, B. (1993). Reisefotografie. In H. J. Kagelmann und H. Hahn (Hrsg.), *Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie - Ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft* (S. 447-454). München: Quintessenz.
- Schneider, G. (1996). Umweltästhetik. In L. Kruse, C.-F. Graumann und E.-D. Lantermann (Hrsg.), *Ökologische Psychologie - Ein Handbuch in Schlüsselbegriffen* (Studien- Aufl., S. 301-310). Weinheim: Psychologische Verlags Union.
- Schober, R. (2001). *Erlebnisdesigns für vier Waldstationen*. München: Institut für Verhaltensanalyse Dipl. Psych. R. Schober.
- Schober, R. (1995). *Kreative Wege zum besseren Angebot - Eine Planungshilfe für Tourismus-Praktiker*. (ADAC, Hrsg.) München: ADAC Verlag.
- Schober, R. (1993a). (Urlaubs-)Erleben, (Urlaubs-)Erlebnis. In H. J. Kagelmann und H. Hahn (Hrsg.), *Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie: Ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft* (S. 137 - 140).
- Schober, R. (1993b). Atmosphäre. In H. J. Kagelmann und H. Hahn (Hrsg.), *Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie: Ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft* (S. 119 - 121). München: Quintessenz.
- Schober, R. (1993c). Attraktionsanalyse. In H. J. Kagelmann und H. Hahn (Hrsg.), *Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie - Ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft* (S. 533-535). München: Quintessenz.
- Schulte, H. (2000). *Leben und Erlebnis: Seelsorge in der Erlebnisgesellschaft*. Aachen: Shaker.
- Schulze, G. (1997). *Die Erlebnis - Gesellschaft: Kultursoziologie der Gegenwart*. New York: Campus Verlag.

- Schwarzwald Tourismus GmbH. (2010). *Neues Highlight für Wanderer und Radfahrer: die Schwarzwald-App ist ab sofort erhältlich*. Abgerufen am 10. 01. 2011 von Schwarzwald Tourismus: Service/ Presse: <http://www.schwarzwald-tourismus.info/content/view/full/39625>
- Schweiz Tourismus (2004) (Hrsg.). *Tourismus-Destinationen als Erlebniswelt. Kurzfassung des Enjoy-Leitfadens zur Angebots-Inszenierung*. Abgerufen am 24. 08. 2008 von <http://www.stnet.ch/files/?id=3754>
- Seewald, F., Kronbichler, E. und Größing, S. (1998). *Sportökologie: Eine Einführung in die Sport-Natur-Beziehung*. Wiesbaden: Limpert.
- Semler, G. (1994). *Die Lust an der Angst*. München: Heyne.
- Stedman, R., Beckley, T., Wallace, S. und Ambard, M. (2004). A Picture and 1000 Words: Using Resident - Employed Photography to Understand Attachment to High Amenity Places. *Journal of Leisure Research* (36 / 4), S. 580-606.
- Steinecke, A. (2001). Erlebniswelten und Inszenierungen im Tourismus: Die Thematisierung des touristischen Raumes. In A. Steinecke, E. Kreilkamp und H. Pechlaner (Hrsg.), *Gemachter oder gelebter Tourismus? Destinationsmanagement und Tourismuspolitik* (S. 67-74). Wien.
- Steinecke, A. (2000). *Erlebnis- und Konsumwelten*. München: Oldenbourg.
- Steinecke, A. (1999). Thematisierung und Inszenierung. *Amusement Technologie und Management* , 16, S. 44-47.
- Steinecke, A. (1997a) (Hrsg.). *Der Tourismusmarkt von morgen - zwischen Preispolitik und Kultkonsum* (Bd. 10). Trier: Europäisches Freizeit Institut.
- Steinecke, A. (1997b). Tourismusstandort Deutschland - Hemnisse, Chancen, Herausforderungen. In A. Steinecke, *Der Tourismusmarkt von morgen - zwischen Preispolitik und Kultkonsum* (S. 90-102). Trier.
- Steinecke, A. (1997c). Inszenierung im Tourismus: Motor der künftigen touristischen Entwicklung. In A. Steinecke und Treinen. M (Hrsg.), *Inszenierung im Tourismus* (S. 7 - 17). Trier: Europäisches Tourismus Institut.
- Steinecke, A. und Treinen, M. (Hrsg.). (1997). *Inszenierung im Tourismus* (Bde. ETI-Studien, Bd. 3). Trier: Europäisches Tourismus Institut.
- Stewart, W. und Floyd, M. (2004). Visualizing Leisure. *Journal of Leisure Research* , 36 (4), S. 445-460.
- Straus, E. (1978/1930). *Geschehnis und Erlebnis*. Berlin: Springer.
- Strauss, A. (1994). *Grundlagen qualitativer Sozialforschung*. München: Fink.
- Strauss, A. und Corbin, J. (1997). *Grounded Theory in Practice*. Thousand Oaks: Sage.

- Strauss, A. und Corbin, J. (1996). *Grundlagen qualitativer Sozialforschung*. Weinheim: Beltz.
- Strübing, J. (2008). *Grounded Theory. Zur sozialtheoretischen und epistemologischen Fundierung des Verfahrens der empirisch begründeten Theoriebildung* (2. Aufl.). Wiesbaden: VS, Verlag für Sozialwissenschaften.
- Taylor, J., Czarnowski, K., Sexton, N. und Flick, S. (1995). The importance of water to Rocky Mountain National Park visitors: An adaption of visitor-employed photography to natural resource management. *Journal of Applied Recreation Research*, 20 (1), S. 61-85.
- Teutoburger Wald Tourismus. (2010). *GesundWandern. Therapie in Bewegung*. (OstwestfalenLippeMarketing_GmbH, Hrsg.) Abgerufen am 13. 12. 2010 von Teutoburgerwald.de: <http://www.vitalwanderwelt.de/wandern/pdf/infomaterial/vital-wanderwelt-broschuere.pdf>
- Thiele, J. (1998). "Werd ich zum Augenblick sagen: verweile doch! du bist so schön!..." - Skeptische Rückfragen zum erlebnispädagogischen Boom. In H. Allmer, Schulz und N., *Erlebnissport - Erlebnis Sport* (Bd. Brennpunkte der Sportwissenschaft Jg. 9 1+2, S. 109-131). Sankt Augustin: Academia Verlag.
- Top Trails of Germany e.V. (2009): *Der Rothaarsteig*. Abgerufen am 02. 10. 2009 von Top Trails of Germany – Deutschlands beste Wanderwege: <http://www.top-trails-of-germany.de/top-trails/rothaarsteig.html>
- Truschkat, I., Kaiser-Belz, M. und Reinartz, V. (2007). Grounded Theory Methodologie in Qualifikationsarbeiten. Zwischen Programmatik und Forschungspraxis - am Beispiel des Theoretical Sampling. In K. M. Günter Mey (Hrsg.), *Grounded Theory Reader* (Bde. HSR Beiheft, Nr. 19, S. 232-257). Köln: Zentrum für Historische Sozialforschung.
- van den Ecker, P. (2008). *Erlebnispotenzial von Outdooraktivitäten im Kölner Stadtwald*. Köln: unveröffentlichte Diplomarbeit, Deutsche Sporthochschule Köln.
- Verein Waldland Hohenroth. (2008). *Das Rotwildgehege*. Abgerufen am 09. 12. 2010 von waldland-hohenroth.de: http://www.waldland-hohenroth.de/waldland_rotwildgehege.html
- Vester, H. (2004). Das Erlebnis begreifen - Überlegungen zum Erlebnisbegriff. In H. Kagelmann, R. Bachleitner und M. Rieder (Hrsg.), *Erlebniswelten. Zum Erlebnisboom in der Postmoderne* (S. 9-15). München: Profil.
- Vogel, H. (1993). Landschaftserleben, Landschaftswahrnehmung, Naturerlebnis, Naturwahrnehmung. In H. J. Kagelmann (Hrsg.), *Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie - Ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft* (S. 286-293). München: Quintessenz.

- Wahl, I. (2010). *Zur Rolle der Qualitätszertifizierung für die Vermarktung von Wanderwegen*. Abgerufen am 20. 12. 2010 von wanderforschung.de: <http://wanderforschung.de/files/masterwahl1281877235.pdf>
- Weiermair, K. (2006). Von der Dienstleistung zum Erlebnis. In K. Weiermair und A. Brunner-Sperdin (Hrsg.), *Erlebnisinszenierung im Tourismus. Erfolgreich mit emotionalen Produkten* (S. 13-19). Berlin: Erich Schmidt.
- Weiermair, K. und Brunner-Sperdin, A. (Hrsg.). (2006). *Erlebnisinszenierung im Tourismus. Erfolgreich mit emotionalen Produkten*. Berlin: Erich Schmidt.
- Weigert, J. (2004). *Der Weg zum leistungsstarken Qualitätsmanagement. Ein praktischer Leitfaden für die ambulante und vollstationäre Pflege*. Hannover: Schlütersche
- Werner, K. (1996). *Risikoerlebnisse - – ihre Bedeutung in der Erlebnispädagogik für die Entwicklung Jugendlicher unter besonderer Berücksichtigung geschlechtsspezifischer Aspekte*. Hamburg: unveröffentlichte Diplomarbeit; Fb. Erziehungswissenschaft, Universität Hamburg.
- Wilken, T., Bausch, T. und Brittner, S. (2005). *Leitfaden Natur - Erlebnis - Angebote, Entwicklung und Vermarktung*. (Dt. Tourismusverband, Hrsg.) Bonn.
- Willems, H. (1998). Inszenierungsgesellschaft? Zum Theater als Modell, zur Theatralität von Praxis. In H. Willems und M. Jurga (Hrsg.), *Inszenierungsgesellschaft* (S. 23-79). Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Willems, H. und Jurga, M. (Hrsg.). (1998). *Inszenierungsgesellschaft. - Ein einführendes Handbuch* Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Wisent-Wildnis-Wittgenstein e.V. (23. 12. 2010). *Willkommen in der Wisen-Welt. Trägerverein stellt Markenstrategie und konkrete Pläne für das einzigartige Projekt vor*. Abgerufen am 15. 01. 2011 von Wisent-Wildnis-Wittgenstein e.V. - Presse: http://www.wisente-rothaargebirge.de/cms/upload/ Presse/ Pressemitteilung/ 2010_12_23_PM_Wort-Bildmarke_und_Projektstatus_2_.pdf
- Wöbse, H. H. (1998). Die Erlebniswirksamkeit der Landschaft - Methodischer Ansatz für eine flächendeckende Bewertung und Entwicklungsperspektiven. In U. Ammer, *Freizeit, Tourismus und Umwelt* (S. 166 - 193). Bonn: Economica.
- Wöhler, K. (Hrsg.). (2005). *Erlebniselten - Herstellung und Nutzung touristischer Welten*. Münster: LIT.
- Wolff, P. (2007). *Das Erlebnispotential von Outdoorsportaktivitäten am Beispiel des Kletterns*. Köln: unveröffentlichte Diplomarbeit, Deutsche Sporthochschule Köln.
- Würbel, A. (Red.). (1995). *Kathedralen der Freizeitgesellschaft. Kurzurlaub in Erlebniselten. Trends, Hintergründe, Auswirkungen*. (W. Isenberg, Hrsg.) Bergisch Gladbach: Thomas-Morus-Akadademie.

Zellmann, P. (2000). Die Inszenierung der Freizeit - Tendenzen und Entwicklungen zu Beginn des 21. Jahrhunderts. In M. Stemshorn, *Die Inszenierung der Freizeit - Die künstliche Welt der Freizeitparks und Ferienparadiese* (S. 27 - 41). Ulm: Süddeutsche Verlagsgesellschaft.

Anhang

Legenden der Abbildungen in Kap. 4.1 und Kap. 4.2

Über den Autor

Kurz-Zusammenfassung (dt.)

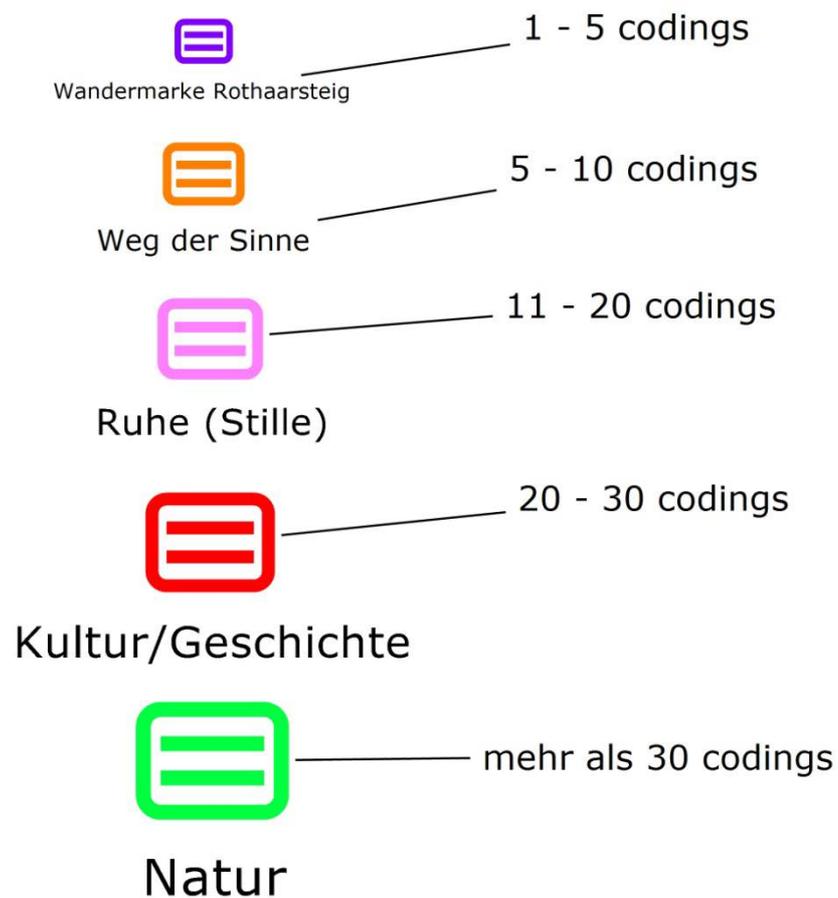
Abstract (engl.)

Legenden der Abbildungen

Legende der graphischen Darstellung der Ziele der Erlebnisinszenierung

(Kap. 4.1 , Abb. 4-2)

(Bedeutung der relativen Größe der Symbole)



Legende der graphischen Darstellung der erfassten Erlebnisse

(Kap. 4.2 , Abb. 4-7)

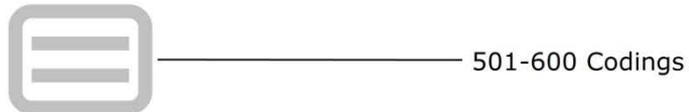
(Bedeutung der relativen Größe der Symbole)



Rothaarsteig: Marketing, Inszenierung, Ausstattung, Wegverlauf



Natur



Beispiel



Beispiel



Wetter



Körpererlebnisse



Zivilisation

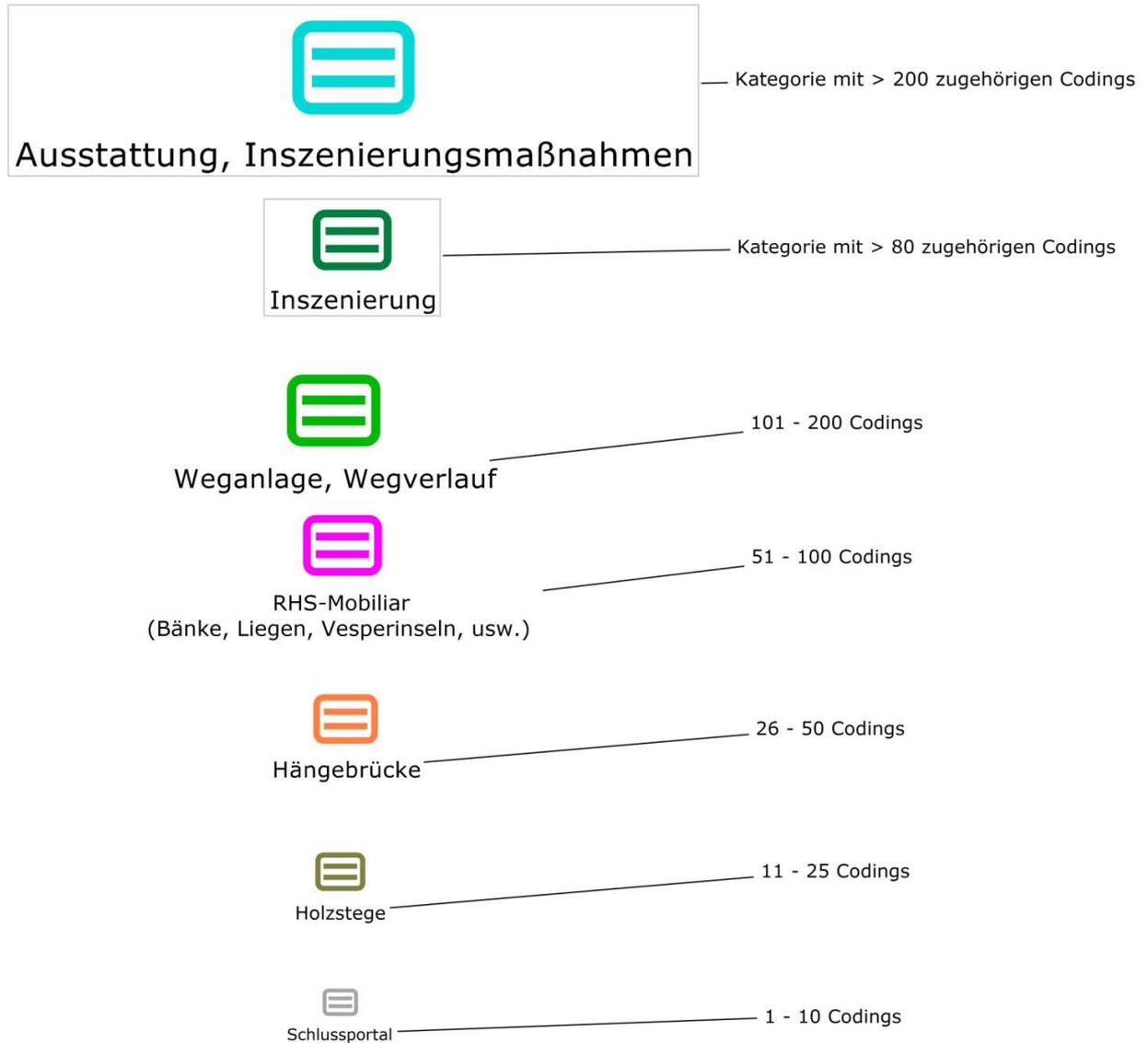


Stimmungen

Legende der graphischen Darstellungen der Erlebniskategorien

(Kap. 4.2 , Abb. 4-3 bis Abb. 4-22)

(Bedeutung der relativen Größe der Symbole und der relativen Schriftgröße)



über den Autor



Jan Gerlach (geb. Voigt), Jahrgang 1976, studierte zunächst von 1998-2003 Sportwissenschaft, Psychologie und Friluftsliv an der Christian-Albrechts-Universität Kiel, der Norwegischen Sporthochschule Oslo und der Universität Hamburg und schloss das Studium mit dem Diplom in Sportwissenschaft ab.

Von 2005 bis 2011 war er als Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Natursport und Ökologie der Deutschen Sporthochschule Köln tätig und in dieser Zeit hauptverantwortlich für die Konzeption, Planung und Durchführung von Lehrveranstaltungen und Exkursionen in den Bereichen Wintersport, Outdoor-Erlebnissport und Bergsport/ Klettern/ Alpinistik. Schwerpunkt seiner Forschungstätigkeit waren neben der vorliegenden Arbeit das Themenfeld der Gesundheitseffekte von Friluftsliv, Natursport und Outdooraktivitäten. Von 2007 bis 2012 absolvierte er ein Promotionsstudium an der Deutschen Sporthochschule Köln und fertigte die dieser Veröffentlichung zu Grunde liegende Dissertation an.

Zeitweise war der Autor als Lehrbeauftragter für die Universität Hamburg und für verschiedene Hamburger Schulen tätig und arbeitete freiberuflich als Referent für Erlebnispädagogik, Sicherheitstrainer und Outdoortrainer in mehreren Hochseilgärten, als Ausbilder und Reiseleiter in verschiedenen Natursportarten und als Berater für die Planung und Durchführung großer Ausdauersport-Veranstaltungen.

Kontakt:

Jan_Gerlach@gmx.de

Kurz-Zusammenfassung

Im Zuge eines sich in den letzten Jahren verändernden (Sport-)Tourismus wird die Inszenierung von Erlebnissen auch für den Bereich der infrastrukture gebundenen Outdooraktivitäten wie z.B. dem Wandern als Mittel zur Angebotsprofilierung und Qualitätssteigerung eingesetzt, obwohl die Herstellung von Erlebnissen und die sichere Vorhersage ihres Auftretens umstritten sind.

An diesen Beobachtungen setzt die ursprüngliche Thematik dieser Arbeit an: Möglichkeiten und Grenzen von Erlebnisinszenierung im Bereich der Outdooraktivitäten. Fokussiert auf das Beispiel des Wanderns auf dem Rothaarsteig wurden mit dem Ziel einer Effektivitätsanalyse von Erlebnisinszenierung in Form eines Soll-Ist-Vergleichs der Inszenierungsziele mit den erfassten Erlebnissen einerseits die bestehenden Erlebnisinszenierungsmaßnahmen des Rothaarsteigs und ihre Ziele und andererseits die Erlebnisse einer per Theoretical Sampling ermittelten Stichprobe von 31 Mehrtageswanderinnen und -wanderern auf dem Rothaarsteig im Alter von 20 bis 70 Jahren erfasst und analysiert.

Den Kern der Untersuchungsstrategie bildete die Grounded Theory. Durch die Triangulation qualitativer Erhebungs- (Sekundäranalyse, Experteninterviews, Visitor Employed Photography, Photo Elicitation, Foto-Erlebnis-Tagebücher, Foto-Gruppen-Interviews) und Auswertungsmethoden (softwareunterstützte Qualitative Inhaltsanalyse) sowie durch Vergleich der Ergebnisse zu bestehenden Modellen und untereinander konnten die folgenden Ergebnisse festgestellt werden:

- Die bestehende Erlebnisinszenierung des Wanderns am Rothaarsteig hat ihre Schwerpunkte in der Gestaltung der Wegführung und -beschaffenheit, dem Bau und Ausbau von Erlebnis-Infrastruktur und der personengebundenen Erlebnisinszenierung durch die Rothaarsteigranger.
- Die Inszenierungsmaßnahmen zielen auf die Entstehung einer Vielzahl von positiven Erlebnissen ab, die unter zehn Themen wie z.B. „Natur“, „Landschaft“ oder „Kultur und Geschichte“ gebündelt werden konnten.
- Das erhobene Spektrum erfasster Erlebnisse der Stichprobe kann in Form von 15 Erlebniskategorien zusammengefasst werden. Dazu zählen z.B. „Produkt-erlebnisse“, „Natur“- und „Landschaftserlebnisse“ und „Ruherlebnisse“. Die meisten dieser Kategorien entsprechen den in der Literatur benannten Hauptmotiven und Erlebnisdimensionen des Wanderns sowie allgemein von Outdooraktivitäten. Daneben konnten acht zusätzliche Erlebniskategorien für das Wandern benannt werden.
- Der Vergleich der Ziele der Inszenierungsmaßnahmen mit den erfassten Erlebnissen zeigt, dass der Großteil der gegenwärtigen Erlebnisinszenierungsmaßnahmen am Rothaarsteig eine hohe Effektivität aufweist und zur Entstehung erhoffter Erlebnisse beiträgt.

Die ermittelten zusätzlichen Erlebniskategorien und aktuelle Entwicklungen im Wandertourismus bieten Potentiale für erweiterte Erlebnisinszenierungskonzepte des Rothaarsteigs und für Outdooraktivitäten wie z.B. dem Wandern an anderen Orten.

Abstract

Through the influence of recently changing markets in tourism, new products using the engineering of experience are being developed in outdoor activities such as hiking. This is happening even though the possibilities of the creation and the prediction of the character of other peoples' experiences is highly controversial. This grounded-theory study aims to discuss the potential and limits of experience engineering or staging experiences in outdoor activities especially in hiking.

Focused on the example of hiking on the „Rothaarsteig“ trail the strategies and themes of experience engineering of this trail were extracted from data consisting of planner's materials, expert interviews and promotional literature. Additional data was collected from a sample of $n=31$ adult hikers (both male and female), who hiked parts of the trail or the whole trail in the summer of 2008. This was accomplished using qualitative methods such as visitor employed photography, photo elicitation and photograph logs. The data was completed by having the hikers take part in a modified form of focus group at their final destination showing a selection of the hikers' photographs on a large screen to provoke comments from the hikers concerning their experience during their hike. All data was analyzed using QDA software through which codes, concepts and categories of both expected and actual experiences were processed. Finally, the extracted concepts of experience engineering and the aimed-for-experiences were compared with the actual experiences of hikers. As the main results reveal:

- the existing concepts of experience engineering of the “Rothaarsteig” are based on the layout and the surface of the trail, the construction and improvement of experience infrastructure (e.g. platforms, bridges, info-boards) and human capital (rangers)
- through these concepts the planners and operators of the trail aim for a large variety of experience to occur for the hikers, which can be combined to form ten basic themes (e.g. nature, landscape, culture and history)
- the spectrum of actual experiences of the sample displays an even larger variety of experience, which again can be united to form 15 categories (e.g. nature, landscape, quiet). Most of these compare to motives of hikers and experience dimensions in outdoor activities as proposed in the literature. Eight additional dimensions of experience could be identified for hiking
- that, as most of the actual experiences assimilate to the expected experience, the strategies of today's experience engineering of the “Rothaarsteig” are working and help to process the hoped for user experience.

The additional experiences identified, which are not yet influenced by experience engineering, as well as recent trends in hiking tourism, provide accessible potential for an extended experience-engineering strategy for hikes on the “Rothaarsteig” trail and for hiking and similar outdoor activities at other destinations.

Deutsche
Sporthochschule
Köln

ISSN 1612-2437

Am Sportpark
Müngersdorf 6
D-50933 Köln

Tel.: +49 22 1 49 82 4240
Fax: +49 22 1 49 82 8480



www.dshs-koeln.de/natursport
natursport@dshs-koeln.de