



# **Blickpunkt Wandertourismus**

**Herausgegeben von Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack**

*Band 3*

# Gruppenwanderreisen

*Marktstruktur – Organisation – Prozesse*

Herausgegeben von

**Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack**

und **Dr. Jürgen Schmeißer**

**Mit Beiträgen von**

Prof. Dr. Harald Christa,

Elke Eichler,

Günther Krämer,

Dr. Michael Krause,

Dr. Uwe Lorenz,

Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack,

Dr. Jürgen Schmeißer,

Kathrin Schumacher,

Dr. Henning Smolka,

Franziska Thiele

ERICH SCHMIDT VERLAG

**Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation  
in der Deutschen Nationalbibliografie;  
detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über  
<http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

**Weitere Informationen zu diesem Titel finden Sie unter**

ESV.info/978 3 503 17485 0

Gedrucktes Werk: ISBN 978 3 503 17485 0

eBook: ISBN 978 3 503 17486 7

ISSN: 2365-0257

Alle Rechte vorbehalten.

© Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG, Berlin 2017

[www.ESV.info](http://www.ESV.info)

Dieses Papier erfüllt die Frankfurter Forderungen der Deutschen Nationalbibliothek  
und der Gesellschaft für das Buch bezüglich der Alterungsbeständigkeit  
und entspricht sowohl den strengen Bestimmungen der US Norm Ansi/Niso  
Z 39.48-1992 als auch der ISO-Norm 9706.

Druck und Bindung: Druckerei Strauss, Mörlenbach

## Vorwort der Herausgeber

Wanderungen sind wesentlicher Bestandteil von Freizeitgestaltung und sportlicher Aktivität eines bedeutenden Anteils der Bevölkerung Deutschlands und zahlreicher europäischer Staaten. Jüngere Marktforschungsergebnisse legen den Schluss nahe, dass Wanderreisen in der Gruppe rezent und zukünftig Nachfragerückgänge zu verzeichnen haben. Dem entgegen steht jedoch eine schier unüberschaubare Vielzahl angebotener, organisierter ein- oder mehrtägiger Wanderveranstaltungen, sei es von Wandervereinen, Wanderreiseveranstaltern, Tourismusorganisationen und Schutzgebieten oder auch örtlicher Wanderführer. Diese organisierten Wanderungen finden üblicherweise in sozialen Gruppen – zumeist temporär-formalen – statt. Die Organisationen der Veranstaltungen greifen dabei häufig auf ein sehr persönliches Erfahrungspotential weniger Macher zurück, das infolge der demografischen Veränderungen im Vereinsleben oder der Fluktuation bei touristischen Veranstaltern mitunter droht, nicht in erforderlicher Qualität übergeben und weiterentwickelt zu werden. Es mangelt an fundierten theoretischen und die praktische Arbeit beschreibenden Grundlagen für die Organisation von Gruppenwanderungen und Gruppenwanderreisen, da auch in der Ausbildung von Touristikern Wanderaktivitäten als touristischer Leistungsbestandteil kaum bedeutsam sind.

Vorliegender Sammelband hat daher das Ziel, im Segment Gruppenwanderreisen folgende Erkenntnislücken zu bearbeiten:

- Welche wesentlichen Marktstrukturen lassen sich aus deutscher Perspektive erkennen? Vor welchen Herausforderungen stehen die Marktteilnehmer? (Beitrag Quack/Schumacher)
- Welche spezifischen Herausforderungen bestehen für das Marketing von Gruppenwanderreisen? Welche Marketinginstrumente können gerade von KMU in diesem Segment wie angewandt werden? (Beitrag Christa/Schmeißer)
- Gibt es, gerade bei (geführten) Kleingruppen besondere Herausforderungen, die zu beachten sind? (Beiträge Krämer; Eichler; Schmeißer)
- Wie funktionieren „moderne“, also der Nachfrageentwicklung der letzten Jahre angepasste Gruppenangebote? (Beitrag Lorenz/Krause)
- Was ist eigentlich mit dem „guten alten“ Schulwandern? (Beitrag Smolka)
- Was passiert in der Gruppe? Welche Formen von Erleben lassen sich erkennen? (Beitrag Thiele).

Was passiert mit mir und der Gruppe, während ich wandere? Welchen Einfluss haben Persönlichkeit und Expertise des Wanderreiseleiters? Sind Gruppenangebote

überhaupt noch zeitgemäß; haben Sie gar Zukunft? Welchen komparativen Vorteil haben spezialisierte Veranstalter und Anbieter, vor welchen Problemen und Herausforderungen stehen sie?

Diesen und weiteren Fragen nähert sich vorliegender Band mit Hilfe zahlreicher Beiträge von Expertinnen und Experten der Szene, die die relevanten Themen aus ihren jeweiligen Perspektiven untersuchen.

Hierbei wünschen wir allen Leserinnen und Lesern dieses Bandes eine aufschlussreiche Lektüre.

Salzgitter/Dresden im März 2017

Heinz-Dieter Quack und Jürgen Schmeißer

---

# Inhalt

Vorwort der Herausgeber .....	5
Abbildungsverzeichnis .....	9
Verzeichnis der Autorinnen und Autoren .....	9
Marktstrukturen im Gruppenwanderreisemarkt: ein Überblick <i>Heinz-Dieter Quack, Kathrin Schumacher</i> .....	13
Die Wandergruppe – eine Solidargemeinschaft? Wissenschaftliche Erkenntnisse und praktische Implikationen zum Gemeinschaftserleben beim Wandern <i>Franziska Thiele</i> .....	31
Organisation und Durchführung von Gruppenwanderreisen und Gruppenwanderungen <i>Jürgen Schmeißer</i> .....	49
Aspekte moderner Gruppenwanderreisen in der Wahrnehmung des Reiseveranstalters und der Reiseteilnehmer <i>Uwe Lorenz, Michael Krause</i> .....	79
Wanderreisen in Kleingruppen <i>Günther Krämer</i> .....	103
Basisanforderungen an den Wanderleiter <i>Elke Eichler</i> .....	119
Aspekte des Marketings von Gruppenwanderreisen <i>Harald Christa, Jürgen Schmeißer</i> .....	139
Schulwandern – Relikt aus dem 20. Jahrhundert oder Chance für neues Lernen? <i>Henning Smolka</i> .....	163