

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort der Herausgeber .....</b>	<b>5</b>
<b>Neues aus der Wandercommunity – das Wanderverhalten der Deutschen in Zeiten der Covid-19-Pandemie (<i>Christian Eilzer, Tim Harms</i>) .....</b>	<b>11</b>
1 Einleitung .....	11
2 Natur und Naturerleben in Zeiten der Covid-19-Pandemie .....	13
3 Forschungshintergrund und Methodik der Studie .....	16
4 Ergebnisse der Studie und Bewertung .....	17
5 Diskussion der Ergebnisse und Fazit .....	22
Literatur .....	26
<b>Wandern und Corona – Zielgruppen im Wandel (<i>Franziska Thiele</i>) .....</b>	<b>33</b>
1 Einleitung .....	33
2 Zielgruppenanalysen im Wandertourismus .....	33
3 Wanderneigung innerhalb der Sinus-Milieus® .....	36
3.1 Wandern als Freizeitaktivität in Zeiten der Corona-Pandemie .....	37
3.2 Wandern im Urlaub vor, während und nach Corona .....	39
4 Charakterisierung der wanderaffinen Milieus .....	40
4.1 Gesellschaftliche Leitmilieus .....	40
4.2 Milieus der Mitte .....	43
4.3 Milieus der unteren Mitte/Unterschicht .....	45
5 Fazit .....	45
Literatur .....	46
<b>Wanderwege im Klimawandel (<i>Klaus Erber, Henning Smolka, Randolph Manderbach</i>) .....</b>	<b>49</b>
1 Der Klimawandel in der öffentlichen Wahrnehmung .....	49
2 Wetterereignisse im Zeichen des Klimawandels .....	50
2.1 Temperaturen .....	50
2.2 Niederschläge .....	50
2.3 Wind, Sturm, Tornados und Gewitter .....	52
2.4 Permafrost-Degradation im Hochgebirge .....	53
2.5 Veränderungen Flora/Fauna .....	54
3 Wanderwege im Klimawandel .....	55
3.1 Zunehmende Hitze und Dürre auf freier Fläche .....	55
3.2 Zunehmende Trockenheit im Wald .....	56
3.3 Niederschlagsextreme: Hochwasser und Verschlammung .....	56
3.4 Stürme: Windbruch und Blockierung .....	57
3.5 Veränderungen Flora/Fauna .....	58
4 Schlussfolgerungen .....	58
4.1 Risiken erklären und kommunizieren .....	59
4.2 Besucherlenkung .....	59

4.3 Klimaschutz und Wandern .....	60
4.4 Kosteneinsparung bei rechtzeitiger Ertüchtigung und Materialwahl .....	60
Literatur .....	62
<b>Besucherlenkung beim Wandern – von der Konfliktvermeidung zum Qualitätsmanagement in der Fläche (Erik Neumeyer)</b> .....	65
1 Besucherlenkung – Begriff und Einordnung .....	65
2 Besucherlenkonzepten – mehr als Konfliktvermeidung .....	65
3 Besucherlenkung braucht Wegenetze und Angebote in der Fläche .....	67
4 Erfolgsfaktor Erreichbarkeit in der Kommunikation .....	69
5 Fazit: Besucherlenkung als Daueraufgabe für Wanderdestinationen .....	71
Literatur .....	71
<b>Digitale Besuchersteuerung der Nutzergruppen „Wanderer“ und „Mountainbiker“ in deutschen Nationalparks am Beispiel des Nationalparks Harz (Julia Rosdorff, Monika Kriewald)</b> .....	75
1 Einleitung .....	75
2 Methode .....	76
3 Kenndaten der Befragten .....	77
4 Ergebnisse .....	78
5 Diskussion der Ergebnisse .....	80
6 Schlussfolgerungen .....	80
7 Podiumsdiskussion und Forschungsbedarf .....	81
Literatur .....	82
<b>Naturerlebnisse im Digitalen Zeitalter – Untersuchung der Akzeptanz einer Augmented Reality Applikation im Wandertourismus (Lisa- Marie Frank, Markus Pillmayer)</b> .....	85
1 Einleitung .....	85
2 Augmented Reality – eine konzeptionelle Annäherung .....	87
3 Methodische Umsetzung .....	91
4 Akzeptanz von Augmented-Reality-Applikationen im Wandertourismus – ausgewählte empirische Ergebnisse .....	93
5 Fazit und Ausblick .....	95
Literatur .....	96
<b>Urlaubs-Kompass – Besucherlenkung im ländlichen Raum durch den Einsatz von Echtzeitdaten (Axel Singer, Sandra Wenz)</b> .....	101
1 Einleitung .....	101
2 Funktionsweise des Urlaubs-Kompasses .....	101
3 Echtzeitdaten .....	102
4 Umsetzung und Ausblick .....	104
Literatur .....	106

<b>Das Corona-Jahr 2020 – Eindrücke aus dem Großschutzgebiet Nationalpark Schwarzwald (Dominik Rüede, Urs Reif)</b>	107
1 Zählgeräte und Rangerarbeit im Großschutzgebiet	107
2 Beobachtungen im Jahr 2020 im Vergleich zu den Vorjahren	107
3 Vier Thesen zu den Beobachtungen und die damit einhergehenden Herausforderungen und Chancen	109
4 Ausblick	110
Literatur	111
<b>Megamarsch Weserbergland – planerische Herausforderungen zwischen Naturschutz, Pandemie und Gemeinschaftsgefühl (Kathrin Schumacher)</b>	113
1 Wandern als Extremsport	113
2 Das Konzept Megamarsch	113
2.1 Die Streckenplanung unter Naturschutzauflagen	114
2.2 Positive Effekte durch den Megamarsch Weserbergland	115
2.3 Die Zielgruppe	115
3 Corona-Pandemie – Wie geht es weiter?	117
3.1 Das pandemiebedingte Stimmungsbild	118
3.2 Angebotsmöglichkeiten während der Pandemie	119
4 Zusammenfassung	120
Literatur	120
<b>Post Corona: Gruppenwanderreisen – (k)ein „Weiter so“? (Jürgen Schmeißer)</b>	121
1 Einleitung	121
2 Gruppenwandern vor Corona	121
2.1 Vereinsorganisiertes Gruppenwandern	121
2.2 Individuell organisiertes Gruppenwandern	124
2.3 Veranstalterorganisierte Gruppenwanderreisen	125
3 Gruppenwanderreisen in Zeiten der Corona-Schutzverordnungen 2020/2021	126
3.1 Vereinsorganisierte Gruppenwanderungen	126
3.2 Individuell organisierte Gruppenwanderreisen	127
3.3 Reiseveranstalter-organisierte Gruppenwanderreisen	128
4 Gruppenwanderreisen post Corona	130
4.1 Vereinsorganisierte Gruppenwanderreisen post Corona	130
4.2 Individuell organisierte Gruppenwanderreisen post Corona	131
4.3 Veranstalterorganisierte Gruppenwanderreisen	132
5 Weiter so? – Aspekte eines Ausblicks	133
Literatur	134
<b>Nachwort der Herausgeber</b>	139
<b>Verzeichnis der Autorinnen und Autoren</b>	141