

Die Jungen begeistern sich fürs Wandern

Die Schweizer Bergbahnen verzeichnen wachsende Umsätze

IRÈNE TROXLER

Im Bekanntenkreis hat kürzlich ein 21-Jähriger erzählt, wie er mit einem Schulfreund zwei Tage lang durch die Greina-Ebene gewandert sei. Der junge Zürcher war begeistert, obwohl er auch von wunden Füßen berichtete. Warum er gern wandert? «Man ist in der Natur, hat Zeit zum Reden und Nachdenken; man ist stressfrei, aber doch sportlich unterwegs», sagte der Student. Es sei ein bisschen wie Snowboarden. Zur umwelt- und gesundheitsbewussten Generation Z passt das Wandern perfekt. Es tariert die Work-Life-Balance aus, während man mit einem Kurztrip nach Mallorca in diesem Umfeld vermutlich unter Rechtfertigungsdruck geriete.

Die soeben publizierte Saisonbilanz der Schweizer Seilbahnen zeigt, dass der Boom der letzten Jahre anhält. Im Vergleich zum Vorjahr war der Umsatz um gut ein Viertel höher. Das mag auch mit dem trockenen und warmen Wetter zu tun haben. Doch auch der Fünfjahresvergleich zeigt: Diesen Sommer hat die Zahl der Seilbahnfahrten nochmals zugenommen. «Es ist augenfällig, dass heutzutage viel mehr junge Leute unterwegs sind als

vor ein paar Jahren», bestätigt der Wanderjournalist Andreas Staeger, der unter anderem für die NZZ schreibt. Auch die Hüttenwartin Ursula Schweizer hatte in der Bündner Keschhütte heuer viele Gäste zwischen 20 und 30 Jahren, wie sie am Telefon erzählt. «Es kamen immer wieder Pärchen, aber auch Freundinnen, die zusammen wanderten», sagt sie. Im Juli und August sei ihre Hütte, in der es achtzig Schlafplätze gebe, auch werktags oft ausgebucht gewesen.

Raus aus dem Home-Office

Der Profiwanderer Staeger vermutet, dass die neue Berglust auch mit dem Home-Office zu tun hat, das seit Corona zum neuen Arbeitsalltag geworden ist. «Wenn im Alltag Arbeit und Freizeit ineinanderfliessen, erhöht dies das Bedürfnis, einmal ganz abzuschalten – zum Beispiel auf einer Wanderung.» Die meisten absolvierten heute allerdings nicht mehr eine Acht-Stunden-Tour wie noch vor zwanzig Jahren, sagt Staeger. Gerade die Jungen gingen die Sache spannender an. Sie wollten nicht in erster Linie auf einen Gipfel. Es gehe eher um Wellness, Erholung, freies Durchatmen, eine

schöne Aussicht und das Glücksgefühl, das Naturbegegnungen innewohne.

Gemäss der Wanderstudie 2022 des deutschen Ausrüsters Bergzeit wandern die Schweizerinnen und Schweizer allerdings immer noch schneller als Deutsche und Österreicher, zumindest gaben mehr Teilnehmende an, «Schnelligkeit» sei ein wichtiges Ziel auf ihren Wanderungen. Unter den befragten Kunden waren übrigens ebenfalls auffällig viele Junge: Ein Drittel gab an, jünger als 35 Jahre zu sein.

Während der Pandemie hätten viele junge Leute, die von Bildern auf Social Media inspiriert worden seien, Wandersachen gekauft, erzählt Jenny Zehnder vom Outdoorausrüster Transa. Instagram-Hashtags sind sicherlich mitverantwortlich dafür, dass sich an Hotspots wie dem Aescher im Alpstein, dem Oeschinensee im Berner Oberland oder auf dem schmalen Pfad auf den Grossen Mythen an schönen Wochenenden Kolonnen bilden. Gleichzeitig kann man auf weniger bekannten maleischen Routen weiterhin die Einsamkeit geniessen.

Zur Kundschaft von Transa gehören auch Schweizerinnen und Expats, die

sich für einen Teamausflug mit einer Wanderausrüstung eindecken. Irgendwie muss man ja in Zeiten des Remote Working den Teamgeist stärken oder überhaupt einen physischen Kontakt herstellen zwischen Mitarbeitenden, sie sich vor allem aus Zoom-Meetings kennen.

Noch höher hinaus

Nicht alle geben sich mit den bequemen gelben Wanderrouuten zufrieden. Der Schweizer Alpenclub (SAC) spürt seit 2021 auch eine grössere Nachfrage im Bereich Berg- und Alpinwandern, wie die Mediensprecherin Fabienne Bögli festhält. In diesen Sparten habe man das Kursangebot nun um 20 bis 40 Prozent ausgebaut. So war diese Saison auch die Ausrüstung, die man für die Besteigung eines 4000ers braucht, im Transa-Shop an der Zürcher Europaallee gefragt.

Für die Tourismusbranche, die um die Zukunft vieler Skigebiete bangen muss, kommt der Wanderboom wie gerufen. Flurin Riedi, der Direktor von Gstaad Saanenland Tourismus, hat im August mit dem Verband Schweizer Wanderwege den ersten «Schweizer Wandergipfel» durchgeführt. Wandern sei «sexy»

geworden, sagt er, aber die Branche behandle den Volkssport noch als Selbstverständlichkeit, um die man sich nicht besonders kümmern müsse. Nun sei es an der Zeit, die Wünsche von unterschiedlichen Gästegruppen in Erfahrung zu bringen.

So stelle sich eine arabische Familie unter einer Wanderung etwas ganz anderes vor als ein junges Schweizer Pärchen. Neben besseren Informationen seien auch authentische kulinarische Erlebnisse gefragt, sagt Riedi. So gibt es Destinationen, die Genusswanderungen anbieten, auf denen unterwegs regionale Spezialitäten aufgetischt werden. Die Branche wolle nun nicht mehr bloss über Trendsportarten wie Biken reden, sondern sich auch über des Schweizers Lieblingssport Wandern regelmässig austauschen, sagt Riedi.

Im Volkslied wandert der Müllergeselle im Takt des Wassers, «... das hat nicht Rast bei Tag und Nacht», und der Mühlräder, «... die sich mein Tag nicht müde drehn». Übersetzt in die Sprache des 21. Jahrhunderts, hiesse das wohl: achtsam den eigenen Schritt- und Laufkontakt erfahren. Aber das klingt natürlich weniger melodios.