



SPIRITUELLER TOURISMUS AUF DEM JAKOBSWEG (2010) UND BEI DER HEILIG-ROCK-WALLFAHRT (2012)

Veronika Graf und Paul Reiter

Am Schnittpunkt zwischen Religion und Tourismus

- Religion: Tiefgründigkeit, Beten, Kirchengänge, Erlösung usw.
- Tourismus: Art der Freizeitgestaltung, Erholung, Konsum, Profan usw.

=> gegensätzliche Begriffe, Gegenpole

- Aber: vielschichtige Überschneidungen (vgl. Stausberg 2010)
- Beispiele: Klosterurlaub, Besuch des Kölner Doms, Weltjugendtage

Einordnung: spiritueller Tourismus

- Synonyme: religiöses Reisen, meditatives Reisen, sinnorientiertes Reisen, Glaubensreisen, beseeltes Reisen
- „Reisen mit einem geistigen und geistlichen Mehrwert“
- „geistliche und körperliche Reisen“
- „Form der entkonfessionalisierten Erlebnisreligiosität“
- Verbindung zu Kultur-, Bildungs-, Wellness- und Naturtourismus

Pilger vs. Tourist (Jakobsweg 2010)



□ Stören Touristen das Pilgererlebnis?

- 57,3% zwar viele Touristen, diese stören aber nicht
- 18,4% stören sich an den vielen Touristen
- 24,3% es sind nicht zu viele Touristen



Würde Sie sich als Pilger bezeichnen?

- 45% als Pilger
- 11% nicht Pilger
- 44% teilweise als Pilger

Pilgern vs. Wallfahren (beides engl.: *pilgrimage*)

Pilgerreise

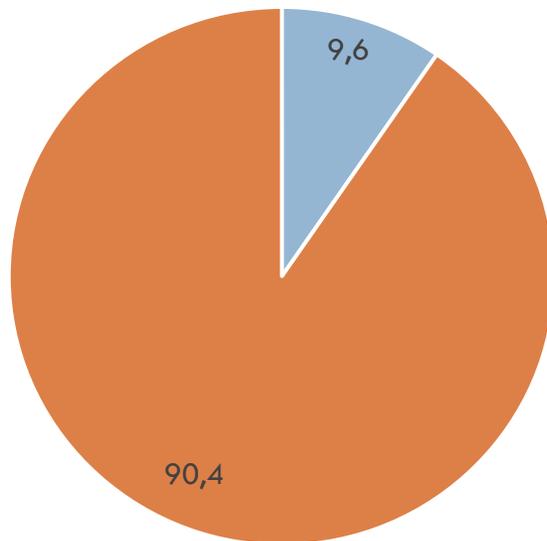
- Wegorientiert
- Der Einzelne
- Persönliche Anliegen
- Individuelle Reise
- Große Entfernung
- Durch Symbole gekennzeichnete Wege
- Keine bestimmten Termine
- Unregelmäßig
- Selbst bestimmte Dauer

Wallfahrt

- Zielorientiert
- Die Gemeinschaft
- Gemeinschaftliche Anliegen
- Gruppenreise
- Geringere Entfernungen, lokal
- Festgelegte, nicht gekennzeichnete Wege
- Feste Termine
- Regelmäßig
- Festgelegte Dauer

Besucherstruktur der HRW 2012

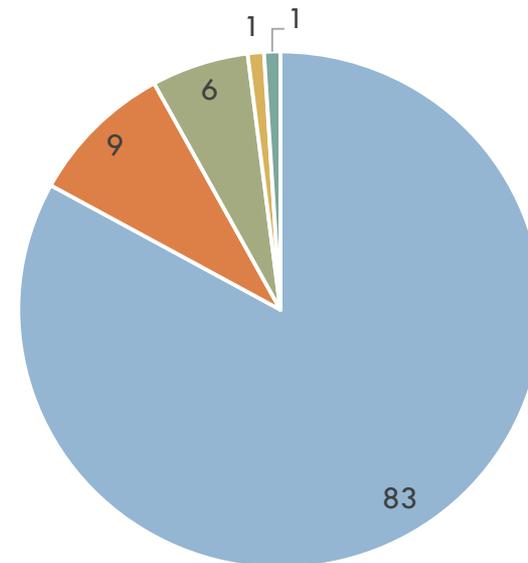
Sind Sie alleine oder in Begleitung zur HRW nach Trier gekommen?



■ Alleine ■ In Begleitung

N= 1549

Aus welchem Bundesland sind Sie zu der HRW angereist?



■ RLP/Saarland ■ Hessen/NRW ■ Bayern/BW
■ Norddeutschland ■ Ostdeutschland

N= 1270

Pilgerreisen im Angebot vieler deutscher Reiseanbieter (1)

- Sportliche, landschaftliche und kulturhistorische Reize des Jakobsweges
- Pilgerreise „all inclusive“: zwischen Gruppenerfahrungen und individuellen Bedürfnissen
 - verschiedene Reiseformate des „Bayerischen Pilgerbüros“:
 - „Gruppenwanderreisen“
 - „Jakobsweg ‚individuell‘ ohne Reisebegleitung“
 - „Kombination Wander- und Busreisen“
 - „Pilger-Wanderreisen/ Meditationsreisen“
 - Gemeinschaftliche Erlebnisse bei einer organisierten Pilgerreise



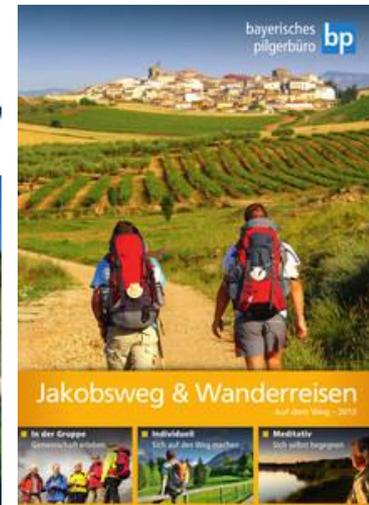
Pilgerreisen im Angebot vieler deutscher Reiseanbieter (2)

- Aufgreifen typischer Symbole und Rituale beim Pilgern
- Nachfrage und Zielgruppe
 - ▣ Arche Noah Reisen: keine verstärkte Nachfrage, eher älter, weiblich und alleinreisend
 - ▣ Bayerisches Pilgerbüro: keine verstärkte Nachfrage, mehr weibliche Gäste, je jünger desto individualistischer und je älter desto lieber versorgter



bayerisches
pilgerbüro **bp**

Arche Noah
Ihr Spezialist
für Gruppenreisen



Mediale Präsenz (HRW 2012)



Infrastruktur (HRW 2012)



Homepage

Bus-/Wartesystem

Helfer

Einsatzzentrale

Jugendkirche

Pilgeroase

Essens-/Souvenirzelt

Frauenkirche

Wirtschaftliche Bedeutung (HRW 2012)

Interview im Trierischen Volksfreund mit Hans-Albert Becker (Geschäftsführer der Tourist-Information-Trier):

[...]Welche Erwartungen hatten die Hotels denn an die Wallfahrt?

Becker: *Die Nachfrage war so, wie wir uns das vorher gedacht hatten. Es gab keine großen Leerstände, aber auch keine Überbuchung. Allerdings wären die Hotels wohl auch ohne die Wallfahrt ähnlich gut gebucht gewesen, es ist schließlich Saison. Die Zahl der Touristen, die wegen der Wallfahrt aus Angst vor dem Trubel und Andrang nicht nach Trier gekommen sind, ist ausgeglichen worden durch die Pilger, die hier übernachten haben.*

Hat denn die Gastronomie von der Wallfahrt profitiert?

Becker: *Mit Sicherheit - davon konnte man sich täglich auf den Terrassen und in den Innenräumen der Restaurants, Cafés und Imbisse im weiteren Umfeld von Dom und Hauptmarkt überzeugen. Denn auch, wenn die Pilger größtenteils nicht hier übernachten haben: Gegessen und getrunken haben sie!*

Was ist denn aus wirtschaftlicher Sicht der Unterschied zwischen Pilgern und Touristen?

Becker: *Für die Pilger steht im Zentrum ihres Trierbesuchs natürlich der Heilige Rock. Die meisten haben nicht noch groß eingekauft oder sich die Sehenswürdigkeiten der Stadt angesehen. Unsere Schauspielführungen in Amphitheater, Kaiserthermen und der Porta Nigra sind zum Beispiel seit Beginn der Wallfahrt deutlich weniger oft gebucht worden als üblich. Das zeigt, dass zurzeit weniger reine Touristengruppen nach Trier kommen. [...]*

Wirtschaftliche Bedeutung (HRW 2012)

□ Reisekosten (N=1 264)	19,71 €
□ Unterkunft (N=246)	40,08 €
□ Essen/Trinken (N=1 264)	18,53 €
□ Wallfahrtsandenken (N=1 264)	8,54 €
□ Souvenirs der Stadt Trier (N=1 264)	0,76 €
□ Einkäufe/Shopping (N=1 264)	5,89 €
□ Spenden/Kollekte (N=1 264)	4,45 €



Investition in Image

Spanien: Kampagne „Xacobeo“ und die Vermarktung des „Heiligen Jahres“



XACOBEO 2010
Galicia

Jakobsweg:

1987: erste europäische Kulturstraße

1993: Weltkulturerbe (UNESCO)

1993: erstmalige Vermarktung des „Heiligen Jahres“ unter der Kampagne „Xacobeo“ als eine touristische Attraktion und ein religiös-kulturelles Großereignis

- Wiederherstellung der Pilgerrouen, Restaurierung der karitativen Infrastruktur, Eröffnung neuer Herbergen, einheitliche Beschilderung der Wege, usw.

2000: Ernennung Santiago de Compostela zur europäischen Kulturhauptstadt

Ziel „Xacobeo“: internationale Marke, touristische Vermarktung des Jakobsweges als einzigartige Kulturroute

Umsetzung: Einbindung anderer Interessensgruppen und Kooperation mit der Kirche: Feste, Volkstänze, Umzüge, Ausstellungen, Veranstaltungen und Konzerte, mediale Präsenz

Der Jakobsweg als publikumswirksame Marke

- Nutzung der Begriffe und Symbole des Jakobswegs, um für die eigenen Produkte und Dienstleistungen zu werben, z. Bsp. isotonisches Fitnessgetränk „Aquarius“ (Coca Cola Company) oder zwei Rucksäcke namens „Leon 38“ und „Jaca 36“ (Outdoor-Spezialist Tatonka)
- Wiederbelebung von Pilgerwegen ohne wissenschaftl. Erforschung historischer Quellen: Jakobsweg verkommt zu einer Konsumware
- - So schlussfolgert Kühn (2007b): „Ein Pilgerweg hat seinen Zweck verfehlt, wenn nicht mehr die christlichen Werte im Vordergrund stehen, sondern unter der Marke „Jakobsweg“ Weintrinken, Spargelesen oder Kneippheißbäder angeboten werden.“

