



## Teil 1: Theoretische Betrachtung des Abenteuer-tourismus

Eine Alpenüberquerung mit dem Mountainbike, eine geführte Trekkingtour durch die Mongolei, eine Kanutour auf der Altmühl oder ein Besuch im Hochseilgarten. Die Themen Abenteuer und Outdoor spielen im touristischen Kontext eine wichtige Rolle, auch in Deutschland. Gleichzeitig sind die Assoziationen und Definitionen vielschichtig. Daher lohnen eine theoretische Betrachtung und Eingrenzung dieses Themas.

Bevor näher auf den Abenteuer-tourismus (synonym Abenteuerreise) und seine Besonderheiten eingegangen wird, soll zunächst der Markt definiert werden, um einen theoretischen Rahmen für die nachfolgenden Ausführungen zu haben. Auf einem Markt<sup>1</sup> „[...] nehmen Wirtschaftssubjekte (Anbieter und Nachfrager) miteinander Kontakt auf, um ihre Transaktionspläne (entweder Tausch oder Produktion) oder ihr Informationsbedürfnis zu verwirklichen. Getauscht werden sollen dabei Güter, Dienstleistungen und/oder (Eigentums-)Rechte. Zu den Anbietern zählen auf den (Absatz-)Märkten die Produzenten und/oder Eigentümer von Produkten bzw. Dienstleistungen (Unternehmer), zu den Nachfragern die Konsumenten bzw. Verbraucher (Haushalte).“ (Freyer, 2015, S. 375) Im Rahmen einer Marktanalyse stellen die Marktabgrenzung, die Marktstruktur und das Marktvolumen bedeutsame Parameter dar. Dabei steht die Marktabgrenzung am Anfang aller (Markt-)Überlegungen. Diese erfolgt in erster Linie nach räumlichen, zeitlichen, produktspezifischen und soziodemographischen Aspekten. Die Marktstruktur wird v. a. durch die Anzahl und Größe der Marktteilnehmer erfasst, während sich das Marktvolumen als der Umfang der am jeweili-

---

1 Der Begriff des Marktes umfasst je nach Betrachtung  
- „[...] ein[en] konkrete[n] Ort, wo sich Anbieter und Nachfrager treffen, um Güter zu (ver)kaufen. Beispiele sind der Wochenmarkt, Versteigerungen oder Messen und Ausstellungen, so z. B. die ITB-Internationale Tourismusbörse in Berlin  
- ein[en] abstrakte[n] Ort, eine gedankliche Konstruktion, bei der man sich vorstellt, alle Anbieter und Nachfrager einer Region (Ort oder Land) und/oder eines Zeitraumes träfen [...] unabhängig von Orts-, Zeit-, Informations-, Transport- oder anderen Problemen zusammen.“ (Freyer, 2015, S. 374)

ligen Markt gehandelten Leistungen umschreiben lassen kann. Um den Gesamtmarkt zu bestimmen, sind z. B. gängige Größen der Markttheorie geeignet – für das Marktvolumen sind gängige Größen der Umsatz, die Zahl der Beschäftigten und/oder die Zahl der Nachfrager (vgl. Freyer, 2015, S. 377ff.). Da der Markt die Schnittstelle zwischen Volkswirtschaft und Betriebswirtschaft darstellt, ist neben der reinen Marktbetrachtung auch eine Betrachtung dieser beiden Aspekte ratsam.

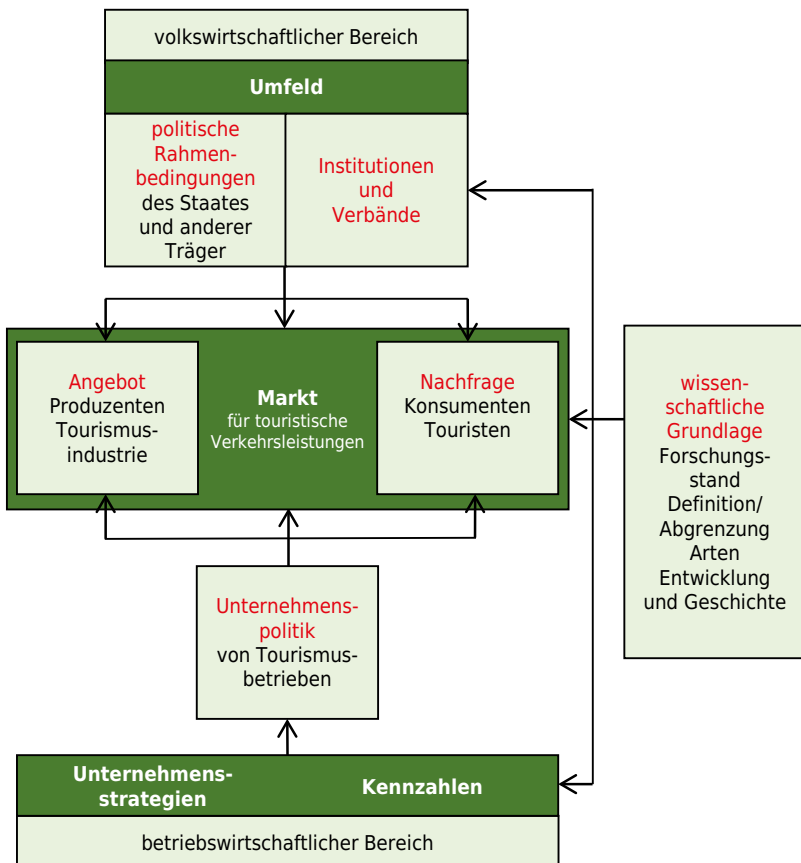


Abbildung 1: Das System der abenteuertouristischen Leistungen, in Anlehnung an Freyer, 2015, S. 57.

# 1 Definition, Abgrenzung und Entstehungsgeschichte des Abenteuerismus

## Wissen | Abenteuerreisen

Nach bisherigen Untersuchungen und Statistiken gehen deutsche Urlauber nur selten auf Abenteuerreise, zumindest bezeichnen sie ihre Reisen nicht mit diesem Begriff, auch wenn diese womöglich abenteuerliche Aktivitäten in der Natur beinhalten. Die Terminologie ist kaum verbreitet, selbst in der Tourismusforschung und -wirtschaft sind deutschsprachige Definitionen des Begriffes selten zu finden. Eine Darstellung verschiedener Definitionen und die Abgrenzung von anderen Begriffen sowie daraus resultierende Handlungsempfehlungen für die Tourismuswirtschaft finden sich in den folgenden Kapiteln. Im zweiten Teil dieses Buches erfolgt eine Darstellung der Ergebnisse der ersten, umfassenden und (quasi-)repräsentativen Onlinebefragung unter 1.500 deutschen Urlaubern zum Thema Abenteuerismus.

Der weltweite Tourismusmarkt erfährt eine Untergliederung in spezifischere Teilmärkte und Tourismusarten (vgl. Cater, 2006). Hierdurch kann stärker auf konkrete Zielgruppen und ihre speziellen Bedürfnisse eingegangen werden und es können maßgeschneiderte Angebote entwickelt werden. Einer dieser Nischenmärkte ist der Abenteuerismus, der sich seit den 2000er Jahren zunehmend etabliert hat und einen schnell wachsenden Sektor innerhalb des Tourismusmarktes darstellt (vgl. Williams & Soutar, 2009; Buckley, 2007). Definitionsübergreifend stellt Abenteuerismus eine Mischform aus Reisen, Sport- und Outdooraktivitäten dar (vgl. Beedie & Hudson, 2003). Zudem werden im Abenteuerismus überwiegend körperliche Aktivitäten ausgeübt, denen, zu einem gewissen Ausmaß, Risiko, Ungewissheit und Gefahr innewohnen (vgl. Swarbrooke et al., 2003). Während die ersten Abenteuerreisen überwiegend selbstorganisiert stattfanden, entstanden im Laufe der Zeit zunehmend Angebote von kommerziellen, spezialisierten Reiseveranstaltern, die vorgefertigte und teils geführte Touren offerieren (vgl. Buckley, 2010).

Der wissenschaftliche Diskurs zum Thema Abenteuerismus nährt sich aus einer Vielzahl an Disziplinen und Fachbereichen (vgl. Rantala et al., 2018). Die Beiträge reichen von Abenteuerismus in spezifischen Gegenden, Regionen und Städten über Risiko-, Sicherheits- und Unfallthemen, Nutzungskonflikte, verschiedene Aktivitäten (z. B. Mountainbiken, Kanu, Klettern), Ökonomie, Ökologie, Soziologie, Gründe und Motive für die Ausübung sowie weitere psychologische Themen (z. B. Angst, Wohlbefinden, Verhalten), Managementthemen (z. B. Besucherlenkung, Guiding, Marketing, Informations- und Kommunikationstechnik [ICT]), spezielle Tourismusorganisationen und Start-ups, Tiere, Zielgruppen (z. B. junge Erwachsene, Frauen, Familien und Ältere) bis hin zu Bildungs-, Philosophie-, Ethik-, Medizinthemen und der Definition und Klassifizierung von Abenteuerreisenden. Bislang ist Abenteuerismus kein analytisches Konzept, sondern vielmehr eine Kategorie, die von Forschern aus verschiedenen Fachbereichen erforscht wird (vgl. Rantala et al., 2018).

Gerade für touristisch noch wenig erschlossene Länder kann Abenteuerismus eine Chance sein, da Destinationen mit abenteueristischen Angeboten – je nach Aktivitäten – wenig bis keine ausdifferenzierte Infrastruktur benötigen. Das Gegenteil ist der Fall, denn die Abgeschiedenheit und das Abenteuer werden von einem der Teil dieser Touristen explizit gewünscht (vgl. ATTA, 2015). Vor und nach Krisen (Kriege, Waldbrände, politische Krisen etc.) sind Abenteueristen auch meist die letzten Personen, die das Land verlassen und die ersten, die wieder in das Land reisen (vgl. Buckley, 2010).

## 1.1 Geschichtliche Entwicklung

Mit einem Abenteuer wurden anfangs Expeditionen in ferne, neue Länder oder Gegenden und wissenschaftliche Erkundungen verbunden. Dabei war das Abenteuer eher ein notwendiges Übel als ein bewusstes Austesten der eigenen Grenzen. Wissenschaftliche Expeditionen lassen sich bis ins Mittelalter und zu den Reisen Marco Polos zurückverfolgen. Später folgten im 18. und 19. Jahrhundert berühmte Entdecker, wie James Cook, Alexander von Humboldt oder Charles Darwin. Der eigentliche Ursprung des Abenteuerismus liegt wohl im Alpinismus begründet, konkret der Besteigung der Alpen – das bergsteigerische Erklimmen der Alpengipfel wird auch als „Urvater“ des modernen Abenteuerismus angesehen. Während sie