

Projekt Europäische Jakobswege

# **Berner Erhebung zum Jakobspilgern in der Schweiz**



Stephan Dähler, B.Sc.E.

Februar 2009

Stephan Dähler, Berner Erhebung zum Jakobspilgern in der Schweiz

Mit einem Kommentar von Thomas Schweizer  
Co-Leiter des Teilprojektes Spiritualität  
im Projekt Europäische Jakobswege

© 2009 bei

Verein jakobsweg.ch  
Postfach 151  
Ch-3700 Spiez

[www.jakobsweg.ch](http://www.jakobsweg.ch)

Diese Studie ist entstanden  
in Kooperation mit den  
Reformierten Kirchen Bern-Jura-Solothurn



Reformierte Kirchen  
Bern-Jura-Solothurn

Eglises réformées  
Berne-Jura-Soleure

# Inhaltsübersicht

	<b>Seite</b>
<b>A. Vorwort</b>	<b>a</b>
<b>B. Pilgern in der Schweiz – (neue) Einsichten</b>	<b>c</b>
Frauen im Vormarsch.....	c
Gemeinsam pilgert sich leichter.....	c
Generationen begegnen sich auf dem Jakobsweg .....	d
Die Deutschen kommen .....	d
Suche nach Lebensentscheidungen und Spiritualität.....	d
Pilgern im Kommunikationszeitalter .....	e
Leistung oder Genuss – 4 Pilgertypen .....	e
Pilgern boomt, vor allem das Tagespilgern.....	g
Die volkswirtschaftliche Bedeutung des Pilgerns - Impulse für periphere Regionen.....	g
Pilger sind interessante Gäste .....	h
10 Kilogramm Gepäck reichen zum Glücklich sein.....	i
20 Übernachtungen auf dem Schweizer Jakobsweg .....	i
<b>C. Berner Jakobswegerhebung</b>	<b>1</b>
1. Einleitung.....	2
2. Charakterisierung der Pilger .....	3
3. Motivation und Vorbereitung der Pilger.....	5
4. Verhalten der Pilger .....	8
5. Ausgabenbereitschaft der Pilger .....	11
6. Frequenzen auf dem Jakobsweg .....	13
7. Schätzung der Wertschöpfungseffekte .....	17
8. Ergebnisse der Befragung bei den Betrieben .....	18
9. Service-Pakete .....	20
10. Lehren aus der vorliegenden Erhebung .....	22
<b>D. Anhang</b>	
A1 Literaturverweise	
A2 Fragebogen	

## A. Vorwort

Seit 1997 leistet eine Kooperationsgemeinschaft, bestehend aus der Volkswirtschaft Berner Oberland, den beiden grossen Landeskirchen und interessierten Privatpersonen, einen wesentlichen Beitrag an die Reaktivierung der Jakobswege in der Schweiz. Grundlage für eine fulminante Entwicklung bildete das Regio Plus Projekt „Unterwegs sein im Berner Oberland“ (1999 – 2002). Die in diesem Projekt entstandene Wegbeschreibung für den Schweizer Jakobsweg wurde bis heute rund 90'000 Mal im deutschsprachigen Raum abgesetzt. In der Folge wurden Leader Regionen (Regionalentwicklungsprogramm der EU) auf die Aktivitäten aufmerksam. Die neuen, grenzüberschreitenden Kooperationen führten zum Projekt Europäische Jakobswege I (Regio Plus/Leader 2005 – 2008). Im Bewusstsein, dass es sich beim Jakobsweg um einen ganz besonderen Weitwanderweg handelt, nämlich um einen Weg, dessen Besonderheit die Spiritualität ist, wurden unter anderem folgende Ziele erreicht:

- Die Wege von Polen, der Tschechei, von Wien und aus dem Südtirol sind beschrieben, zum Teil beschildert und grenzüberschreitend verbunden.
- Die Infrastruktur (Schlafen, Essen, Informationsmöglichkeit) in den beteiligten Regionen wurde verbessert und dem höheren Pilgeraufkommen angepasst.
- Viele Organisationen, welche sich im Pilgerbereich einsetzen, sind heute miteinander vernetzt.
- Die Wegbeschreibungen sowie Informations- und Planungsmaterial sind auf dem Internet und in gedruckter Form für Pilger und Gruppenbegleiter verfügbar.
- Mehr als 100 Pilgergruppenbegleiter sind ausgebildet.
- Von den Webseiten [www.jakobsweg.ch](http://www.jakobsweg.ch) und [www.jakobswege.net](http://www.jakobswege.net) können ein Fundus von besinnlichen Materialien und Übungen sowie geeignete Vorbereitungswerkzeuge für eine Pilgerreise, sei es allein oder in einer Gruppe, heruntergeladen werden.

Nach 11 Jahren Arbeit stand einerseits eine gründliche Evaluation der Auswirkungen der geleisteten Arbeit an, andererseits forderten immer wieder auftretende Fragen eine fundierte Antwort.

Wer sind diese Menschen, die ihre freien Tage auf dem Jakobsweg verbringen?

Wie viele Pilger sind in der Schweiz unterwegs? Welche Motivation haben sie? Lassen sich einzelne Pilgertypen unterscheiden?

Wie bereiten sie sich vor? Wie informieren sie sich unterwegs?

Wie steht es mit ihren spirituellen und religiösen Bedürfnissen?

Wie steht es mit den Gastgebern und ihrem Angebot? Für wen lohnt es sich, sein Angebot auf die Pilger auszurichten?

Wie gross ist der Tagestourismus auf dem Jakobsweg?

Welche volkswirtschaftliche Bedeutung hat das Jakobspilgern in der Schweiz?

Der Zufall (die Fügung) wollte es, dass gerade in dieser Zeit der Ökonom i. A. Stephan Dähler, B. Sc. Ec., Thun, mit der Anfrage an uns heran trat, ob er nach seinem Bachelor-Abschluss eine sinnorientierte Aufgabe im Bereich des Projektes Europäische Jakobswege übernehmen könne. Herr Dähler erklärte sich bereit, ehrenamtlich die Studie zu konzipieren und durchzuführen.

Mit dem Abschlussbericht der Studie liegen uns nun verlässliche Daten vor, die Einblick geben in das Pilgern als Zweig eines sanften, umwelt- und sozialverträglichen Tourismus. Zudem zeigt sich, dass Pilgern für Gastgeberinnen und Gastgeber in den peripheren Regionen einen Beitrag zur Existenzsicherung leisten kann.

Die Leitung des Projektes Europäische Jakobswege dankt Stephan Dähler und allen freiwilligen Helferinnen und Helfern, die bei Regen, Wind und Sonne diese Studie möglich gemacht haben.

Bern, Januar 2009, Thomas Schweizer

## B. Pilgern in der Schweiz – (neue) Einsichten

Die Studie bestätigt: Pilgern boomt wirklich. Der renommierte Zukunftsforscher Matthias Horx hatte Recht, als er schon vor Jahren dem Pilgern Trendcharakter zusprach. Das Interesse am Pilgern zeigt sich nicht nur darin, dass Hape Kerkelings Buch „Ich bin dann mal weg“ bis heute 3 Millionen Mal verkauft wurde. Viele Menschen brechen auf, um Jahr für Jahr – der Weg ist das Ziel – in einer kleinen oder grösseren Gruppe einige Etappen auf dem Jakobsweg unter die Füsse zu nehmen.

Wir stellen Ihnen in diesem Kapitel die wichtigsten alten und neuen Einsichten der Studie in Kurzform vor.

### Frauen im Vormarsch<sup>1</sup>

Bisher gingen Pilgerexperten davon aus, dass Männer auf dem Schweizer Jakobsweg in der Überzahl seien. Die Studie zeigt ein differenzierteres Bild. Auf dem Jakobsweg bewegt sich eine kleine Minderheit von Pilgern, die den Weg allein unter die Füsse nehmen will. Sie wünschen sich: Das Pilgern soll zu einem markanten Erlebnis in der eigenen Identitätsgeschichte werden. Es soll ein Weg der Selbstfindung werden, auf dem auch die eigenen Abgründe durchlebt werden müssen. Diese Pilger nehmen sich oft eine längere Auszeit und haben das Ziel, die Strecke bis nach Finis Terrae oder zum Grab des Apostels Jakobus an einem Stück zurück zu legen. Es ist anzunehmen, dass sich diese Gruppe mit den in Kapitel 2 erhobenen Einzelpilgern (12.9%) und den in Kapitel 4 erscheinenden Langzeitpilgern (12.6%) mehr oder weniger deckt. Tatsächlich sind hier die Männer in der Überzahl (60%). Die Frauen sind jedoch am aufholen (40%).

Die übrigen Pilger gehen in Gruppen. In ihnen bilden die Frauen eine klare Überzahl (60%). Es scheint, dass Frauen auf dem Jakobsweg neben der Herausforderung auch die Gemeinschaft, die Geborgenheit in einer Gruppe und eine Möglichkeit suchen, das Erlebte mit vertrauten Menschen zu teilen.

### Gemeinsam pilgert sich leichter

Eine erstaunliche Antwort erteilt die Studie auf die Frage, ob Pilger mehrheitlich allein oder in Gruppen unterwegs sind.<sup>2</sup> Es zeigte sich, dass das traditionelle Bild vom Einzelpilger mit Bart, Muschel und Pilgerstab revidiert werden muss. 87% der Pilger gehen nicht allein. Die Studie zeigt auf, dass sie als Kleinfamilie oder Paare (20%), in kleinen informellen Gruppen (28%) oder auch in grösseren, geführten Gruppen (39%) unterwegs sind. Pilgern deckt offenbar eine Mangelerscheinung in unserem individualisierten und von hohen Leistungsansprüchen ausgereizten Alltagsleben ab: Es bietet Zeit für Beziehungen, Zeit für gemeinsame Unternehmungen, Zeit miteinander unterwegs zu sein.

---

<sup>1</sup> Vergleiche Kapitel 2 der Studie, S. 3

<sup>2</sup> Vergleiche Kapitel 2 der Studie, S. 3

### **Generationen begegnen sich auf dem Jakobsweg<sup>3</sup>**

Der Jakobsweg weist sich aus als Begegnungsort der Generationen: Kinder und Jugendliche (16%), junge Erwachsene (16%) und Menschen im Ruhestand (19%) sind ausgeglichen vertreten. Am meisten angesprochen fühlen sich Personen der Altersgruppe 45 – 65 Jahre. Sie, die im „Strudel der mittleren Jahre“ hohe Anforderungen in Beruf, Familie und Gesellschaft erfüllen müssen, bilden mit einem Anteil von fast 50% den grössten Anteil der Pilger. Sind sie es, die verstärkt wahrnehmen: Das Leben ist zerbrechlich; die Lebenszeit zerrinnt schnell; eingespannt im normalen Alltag bleibt in der Seele (zu)wenig Substantielles? Auf dem Pilgerweg finden sich pure Natur, Spuren des Lebenswerkes von Menschen, spannende Begegnungen, Gesundheitsvorsorge, Stille und Frei-Raum und damit die Möglichkeit, die gefährdete Lebensbalance wieder zu finden.

### **Die Deutschen kommen<sup>4</sup>**

Kaum eine Überraschung bietet die Rückfrage nach der Herkunft der Pilger. Rund die Hälfte kommt aus den Nachbarländern Deutschland (42%) und Österreich (8%). Seit der Erscheinung der Bücher von Coelho und Kerkeeling und der vermehrten Öffentlichkeitsarbeit durch verschiedene Pilgerwegprojekte nahmen die Frequenzen aus den Nachbarländern stark zu. Rückmeldungen von unseren deutschen und österreichischen Projektpartnern zeigen, dass der Pilgertrend in ihren Ländern trotzdem erst am Anrollen ist. Wir nehmen an, dass die Frequenzen in den nächsten 5 Jahren noch bedeutend steigen werden.

Der überwiegende Rest der Pilger (47%) kommt aus der Schweiz. Jemand fragte einmal: „Wo beginnt eigentlich der Jakobsweg?“ – Immer mehr setzt sich das Bewusstsein durch: „Ich muss nicht nach Spanien fahren, um dem Jakobsweg zu begegnen. Einige der landschaftlich reizvollsten Pilgerwegstrecken führen durch unser eigenes Land. Der Jakobsweg beginnt vor meiner eigenen Haustüre!“

### **Suche nach Lebensentscheidungen und Spiritualität**

Wer aufbricht und bereit ist, Strapazen auf sich zu nehmen, hat meist eine innere Motivation dazu. Die Rangliste der Motive<sup>5</sup> wird angeführt von den Bedürfnissen, zur Ruhe zu kommen und neue Kraft zu tanken (43 Nennungen), dicht gefolgt von den Bedürfnissen nach Besinnung und Spiritualität (42). Für eine Gruppe von Menschen scheint das Pilgern besonders wichtig zu sein: Menschen, die sich in Übergangssituationen neu orientieren wollen, die sich auf eine neue Herausforderung vorbereiten oder ein neues Ziel in ihrem Leben suchen und sich dafür während einer Pilgerreise Zeit schenken, bis die Entscheidung reif ist (35).

---

<sup>3</sup> Vergleiche Kapitel 2 der Studie, Seite 4

<sup>4</sup> Vergleiche Kapitel 2 der Studie, Seite 3

<sup>5</sup> Vergleiche Kapitel 3 der Studie, Seiten 6 und 7

Gruppiert man die Pilger nach Motiven, so fallen drei Typen auf:

Die Gruppe der im eigentlichen Sinne "religiösen" Pilger umfasst nur eine kleine Minderheit der Mehrtages- und Langzeitpilger (17% der Antworten; Grundlage Pilgerbefragung). Es ist anzunehmen, dass ein wesentlicher Teil dieser Pilger im kirchlichen Milieu beheimatet ist. Viel grösser ist die Gruppe der Menschen, die auf irgendeine Art und Weise auf der Suche sind: auf der Suche nach Sinn, nach Werten, nach Gemeinschaft, nach Entscheidungen, nach neuem Lebens-Gleichgewicht (36%). Eine weitere grosse Gruppe bricht auf, weil sie neue Ressourcen bilden will für den anstrengenden Alltag (25%).

Zusammenfassend kann man sagen: Rund drei Viertel der Pilger lassen sich im weitesten Sinn von spirituellen Motiven zum Aufbruch bewegen. Sie erhoffen sich einen Gewinn für die Softfaktoren ihrer eigenen Lebensgestaltung und Lebensbalance.

Die Motivationspalette ist allerdings breit: Es gibt auch die andern, die dezidiert eine spirituelle Motivation ablehnen (7 Antworten) oder für welche Freiheit und Abenteuerlust im Vordergrund stehen (11 Antworten).

Betrachtet man die Befragung nach Berufsgattungen und Berufsbildung, fällt auf, dass Menschen aus Dienstleistungsberufen rund drei Viertel der pilgernden Menschen ausmachen.<sup>6</sup> Menschen aus dem landwirtschaftlichen oder handwerklichen Bereich sind untervertreten. Beinahe drei Viertel der Pilger besitzen ein höheres Bildungsniveau. Es scheint, dass das Pilgern komplementär zu Büroberufen und Kopfarbeit eine willkommene Ergänzung bietet.

### **Pilgern im Kommunikationszeitalter**

Die meisten Pilger sind auf die Möglichkeit des Pilgerns durch Mund zu Mund Propaganda aufmerksam geworden.<sup>7</sup> Eine ebenso wichtige Rolle in der Promotion spielen literarische Zeugnisse und die Medien.

Für die Orientierung unterwegs sind zwei Führer am beliebtesten: Die Schweizer Wegleitung des Vereins jakobsweg.ch, die man auf vom Internet herunterladen ([www.jakobsweg.ch](http://www.jakobsweg.ch)) oder bestellen kann, sowie der Outdoorführer. Um kein Gramm zu viel tragen zu müssen, verzichten viele Pilger auf einen Führer in Buchform. Sie drucken die jeweils aktuellen Strecken- und Unterkunftsverzeichnisse zu Hause oder unterwegs aus dem Internet aus.

### **Leistung oder Genuss – 4 Pilgertypen mit unterschiedlichen Bedürfnissen**

#### Typ 1: Langzeitpilger<sup>8</sup>

Nur 12.6% der Pilger pilgern weiter als bis zur Schweizer Grenze. Sie sind durchschnittlich 15 Tage (in der Schweiz) unterwegs und geben 83 Fr. pro Tag aus. Wenn man bedenkt, dass sie sich verhältnismässig lange Ferien leisten, so ist das Ausgabevolumen beträchtlich (Fr. 1245 + An- und Rückreise).

---

<sup>6</sup> Vergleiche Kapitel 2 der Studie, Seite 4

<sup>7</sup> Vergleiche Kapitel 3 der Studie, Seite 5

<sup>8</sup> Vergleiche Kapitel 4 der Studie, Seite 8 und Kapitel 5, Seite 11

Viele Pilger dieser Gruppe haben vor, den Weg nach Finis Terrae kontinuierlich weiter zu gehen.

Auffallend an den Pilgern dieser Gruppe ist, dass sie stark an den Weg gebunden sind. Es kommt ihnen nicht in den Sinn, Sehenswürdigkeiten, die einige Kilometer weg vom Weg liegen, zu besuchen. Sie gehen zielstrebig voran, und bewältigen oft grosse Tagesetappen. Aus finanziellen Gründen bevorzugen sie einfache Übernachtungsmöglichkeiten und nehmen auch gerne ein Gratislager an. Etwa einmal pro Woche wählen viele von ihnen eine gehobene Übernachtungsmöglichkeit, um zu regenerieren, sich wieder einmal sauber zu fühlen, Kleider zu waschen, etc.

### Typ 2: Mittelstreckenpilger

Die Mittelstreckenpilger beenden ihre Wanderung in der Schweiz. Sie sind durchschnittlich eine Woche unterwegs und geben pro Tag durchschnittlich, ähnlich wie die Langzeitpilger, 83 Fr. + An- und Rückreisekosten aus. Sie verbringen Budgetferien auf dem Jakobsweg (Fr. 581.-).

Die Wanderung durch die Schweiz ist oft nur ein Jahresteilstück ihrer Pilgerschaft in Richtung Santiago. Sie leben in der Regel von einem Mittagspicknick und gönnen sich gerne ein gutes Abendessen im Restaurant. Die Übernachtungsmöglichkeit darf dagegen einfach und günstig sein (Mehrbettzimmer). Sie gehen langsamer als Typ 1 und bereiten sich auf das vor, was sie am Weg sehen und erleben werden. Sie sind auch bereit, einmal einen kleinen Umweg zu machen, um an einem besonders schönen Ort zu übernachten oder etwas Ausserordentliches anzuschauen.

### Typ 3: Genusspilger

Als Genusspilger bezeichnet die Studie Menschen, die 2 - 4 Tage unterwegs sind. Sie haben pro Tag etwas mehr Geld zu Verfügung (Fr. 96.-). Für sie gilt die Aussage: "Der Weg ist das Ziel". Sie wollen sich einreihen in die Tradition der Menschen, die vor und gleichzeitig mit ihnen auf dem Jakobsweg nach dem Heilsamen, nach der Begegnung mit dem Heilenden gesucht haben/suchen. Der Leistungsaspekt steht für sie im Hintergrund. Sie wollen mit offenen Sinnen erleben. In intensiven, sinnlichen Landschaften gehen sie auch mal nur ein kurzes Stück. In den Städten am Weg interessieren sie sich auch für die (einheimischen) Produkte. Sie essen gerne lokale Spezialitäten. Diese dürfen durchaus etwas mehr kosten. Die Unterkunftsqualität darf stark wechseln: Nach dem Schlafen im Stroh kann ein Abend im Viersternwellnesshotel der Tour einen besonderen Akzent geben. Viele von ihnen würden allerdings auch im gehobenen Hotel am liebsten im Mehrbettzimmer übernachten. Die Mehrbettkultur, vielleicht sogar mit anderen, unbekanntem Pilgern im gleichen Zimmer, macht das Unterwegssein spannend und setzt finanzielle Ressourcen frei für das Abendessen, das nach der oft nicht unbeträchtlichen Wanderleistung ein wichtiger gemeinschaftlicher Höhepunkt des Genusses ist. Viele der Genusspilger nehmen sich gerne Zeit, interessante kulturelle, religiöse, historische und zeitgeschichtliche Stätten am Weg zu besuchen.

### Typ 4: Tagespilger<sup>9</sup>

Die grösste Gruppe der Wanderer auf dem Jakobsweg fährt am Morgen von Zuhause los und kehrt am Abend wieder dahin zurück. Die Gruppe der Tagestouristen auf dem Jakobsweg ist grösser, als die gesamte Anzahl aller andern Pilgertypen zusammen. Die Gruppe ist heterogen: Es gibt diejenigen, die die Kulturdenkmäler entlang des Weges besuchen. Es gibt die Spaziergänger, die einen Weg ohne grosse Höhendifferenzen bevorzugen. Andere suchen Bewegung und Entschleunigung. Einige Wenige wissen gar nicht, dass sie sich auf dem Jakobsweg befinden. Wirtschaftlich sind sie vor allem für das Gastgewerbe und die Verkehrsbetriebe interessant. Sie geben durchschnittlich ca. Fr. 40.- im Tag aus.

### **Pilgern boomt – vor allem das Tagespilgern**

Betrachtet man alle Menschen, die an den beiden Zählstellen auf dem Jakobsweg unterwegs waren, so wird deutlich, dass die Tagesgäste die mit Abstand grösste Gruppe ausmachen (60%)<sup>10</sup>. Das spricht dafür, dass das Bewusstsein für den Jakobsweg in den Regionen, welche der Weg durchquert, hoch ist. Die Leute aus der Region nutzen den Weg für ihr eigenes Work-Life Gleichgewicht.

### **Die volkswirtschaftliche Bedeutung des Pilgerns: Impulse für periphere Regionen**

Der Ökonom Andreas Zeitlhofer zeigte 2006 in seiner Masterarbeit "Auswirkungen des Jakobsweges auf die Entwicklung ländlich-peripherer Regionen, insbesondere auf die ansässige Bevölkerung" (Universität Wien, 2006, Studienkennzahl A 454, Bereich Raumordnung und Raumforschung) auf, dass die Jakobswegprojekte einen direkten Einfluss auf die regionalentwicklunglerische Innovationsfreudigkeit der peripheren Regionen haben. Die Projekte um den Jakobsweg vernetzen neue Partner, schaffen Beziehungen über die Grenzen der Regionen hinaus und ermutigen, auch in anderen Bereichen innovative Projekte anzupacken. In diesem Sinn leisten die Jakobswegaktivitäten auch einen Beitrag zu einer gesunden regionalen Identität.

Andreas Zeitlhofer machte keine Aussage zur Wertschöpfung, welche die Jakobspilgerie in der Schweiz auslöst. Es bestanden 2006 noch kaum verlässlichen Studien zu diesem Thema. Auch die Berner Studie gibt keine abschliessende Antwort. Sie erlaubt aber eine zuverlässige Hochrechnung, welche Auskunft gibt darüber, wie viel Geld Pilger in der Schweiz (und im Kanton Bern) in Bewegung setzen, und wer von diesem Geld profitieren kann.<sup>11</sup>

Eine Hochrechnung hat immer eine gewisse Unschärfe. Wir haben uns entschlossen, die Rechnung so anzulegen, dass die Zahlen das Minimum des Erwirtschafteten wiedergeben. Wir nehmen an, dass sowohl die Anzahl Pilger wie auch die Wertschöpfung in Wirklichkeit etwas höher liegen.

---

<sup>9</sup> Vergleiche Kapitel 6, Seiten 13 und 14 sowie Kapitel 5, Seite 11

<sup>10</sup> Vergleiche Pilgertyp 4 im vorgängigen Kapitel

<sup>11</sup> Vergleiche Kapitel 6, Seite 16 und Kapitel 7, Seite 17 der Studie

Allein im Kanton Bern generieren Pilger rund 8'500 Übernachtungen im Jahr. Auf die ganze Schweiz gesehen sind es um 40'000 Übernachtungen. Pilgern hat sich damit zu einem ernst zu nehmenden Aspekt des Wanderlandes Schweiz entwickelt. Es verleiht dem Segment des spirituellen Tourismus ein klares Profil.

Trotz der budgetbewussten Art zu Reisen, ist die Wertschöpfung, welche durch das Pilgern ausgelöst wird, beachtlich. Sie betrug im Jahr 2008 im Kanton Bern ca. 1.3 Millionen Franken, in der ganzen Schweiz 5.4 - 5.9 Millionen Franken. Wenn man bedenkt, dass diese Wertschöpfung vor allem periphere Gegenden belebt, so heisst das, dass viele Beherbergungsbetriebe am Jakobsweg durch das Pilgern einen wichtigen Beitrag zur Sicherung ihrer Existenz generieren können. Zudem schaffte es den peripheren Regionen die Möglichkeit, sich von interessanten Menschen aus dem In- und Ausland besuchen zu lassen und damit vor einem internationalen Publikum auf ihre eigene Schönheit aufmerksam zu machen.

### **Pilger sind interessante Gäste<sup>12</sup>**

Viele Gastgeber bestätigen: Pilger sind in der Regel ausserordentlich interessante Gesprächspartner. Sie sind kommunikativ, tauschen gerne Erlebnisse aus und sind interessiert am Leben der einheimischen Bevölkerung. Sie nehmen sich Zeit, da der Ausgang für sie nicht im Vordergrund steht. Nach der Anstrengung des Tages sind sie dankbar für Speise und Trank, für ein Obdach und für ein weiches Bett, auf dem sie ausruhen können. 76% der Gastgeber haben ausschliesslich positive Erfahrungen mit den pilgernden Gästen gemacht. Weitere 14% erlebten sie nicht anderes als andere Gäste. Nur 1,6% der Gastgeber melden sowohl positive wie negative Erfahrungen.

Auch wirtschaftlich profitieren viele Betriebe vom Pilgerboom. Die Hälfte aller antwortenden Betriebe am Jakobsweg verzeichneten im Jahr 2008 im Vergleich zu 1995 ein Umsatzwachstum von 1-10% durch die Pilgererei. Nur 1,6% der Betriebe konnten den Umsatzrückgang der 90er Jahre nicht stoppen.

Nicht allen Beherbergungsbetrieben fällt es leicht, den wirtschaftlichen Gewinn durch die Pilgererei zu erheben. Dafür gibt es Gründe:

Viele Pilger stellen ihren Status nicht zur Schau. Sie bleiben inkognito und können nicht von Tagesgästen unterschieden werden. Wir nehmen an, dass dies vor allem auch in den höher klassierten Hotelkategorien der Fall ist.

Pilger kehren lieber in kleinen, persönlich geführten Beherbergungsstätten ein. Sie sind bei der Übernachtung sehr preisbewusst. Sie geben ihr Geld lieber bei einem guten Essen und einer Flasche Wein aus. Ausser den Genusspilgern wählen sie in der Regel eine Unterkunft, die entweder nahe am Weg liegt, oder auf die sie direkt am Weg durch einen originellen Hinweis aufmerksam gemacht werden. Pilgerunterkünfte, die auf einer Unterkunftsliste in der Kirche, am Bahnhof oder im örtlichen Tourismusbüro erscheinen, sind besser gebucht als Unterkünfte, die nur im örtlichen Hotelprospekt erscheinen. Einfluss auf die Anziehungskraft haben auch Pilgervergünstigungen, spezielle Pilgerangebote oder günstige Pilgerpauschalen.

---

<sup>12</sup> Vergleiche Kapitel 8 und 9 der Studie, Seiten 18ff

Ausser den Genusspilgern, haben die meisten Pilger nicht den Anspruch im Einzel- oder Doppelzimmer zu übernachten. Es macht für Hotelbetriebe am Weg einen Sinn, einige Zimmer als Mehrbettzimmer auszurüsten. Das kompensiert für den Hotelier den Mehraufwand, welchen Pilger erzeugen, weil sie meist nur eine Nacht am gleichen Ort bleiben.

### **10 Kilogramm Gepäck reichen zum Glücklich sein<sup>13</sup>**

Pilger wollen ihr Gepäck auf dem eigene Rücken tragen. Über 80% würden kein Gepäcktransportangebot annehmen. Nur 10% wünschen sich einen Solches.

Das Gepäck muss mit, so quasi als Schneckenhaus auf dem eigenen Rücken. Allerdings darf das Gepäck nicht zur Last werden. Es gilt, auf allen Luxus zu verzichten und nur das elementar Notwendige bei sich zu haben. Die Mehrzahl der Pilger tragen etwa 8 kg auf dem Rücken. Es gibt aber auch schwer arbeitende Pilger, die im Rucksack noch das eigene Zelt und die eigene Küche mittragen. Der Mittelwert des Pilgergepäckgewichtes beträgt 10.2 kg.

### **20 Übernachtungen auf dem Schweizer Jakobsweg**

Die Arbeiten am Projekt Europäische Jakobswege zeigen: Das Pilgern in der Schweiz hat die Kinderschuhe abgelegt. Die Frequenzen werden in den nächsten Jahren noch zunehmen. Pilgern ist zwar ein Trend, aber er hat eine langfristige Qualität. Es bietet komplementär zum immer intensiver werdenden Alltag einen Sinn-, Begegnungs- und Rückzugsraum, der Wesentliches zur Work-Life Balance beitragen kann. Zudem schafft es für viele Menschen die Möglichkeit, die individuelle Form christlicher Spiritualität zu entdecken und zu leben und daraus Kraft zu schöpfen.

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in einem Schweizer Hotel betrug 2007 3,8 Nächte. Die Pilger aus dem Ausland übernachten in der Regel in der Schweiz ca. 20 Mal. Allerdings nicht im gleichen Beherbergungsbetrieb und oft über mehrere Jahre verteilt. Pilger erleben dabei die unterschiedlichen landschaftlichen und soziokulturellen Profile der Schweizer Regionen. Sie spüren, wo sie sich angesprochen fühlen, wo es ihnen wohl ist, wo es ihnen besonders gefällt. In diesem Sinne hat der Pilgertourismus für den Schweizer Tourismus eine bedeutende Werbewirkung.

Es macht deshalb Sinn, in die Infrastruktur zur gastfreundlichen Aufnahme der Pilger zu investieren. Für die Gruppenpilger gibt es in einigen Regionen noch kaum Unterkünfte. Das Gesamterlebnis einer Pilgerreise wird wesentlich geprägt von den Begegnungen mit einheimischen Menschen und den Erlebnissen der Gastfreundschaft am Weg. Viele Gastgeber und touristische Auskunftsstellen wissen noch wenig über die Jakobspilgerie und die spezifischen Bedürfnisse der Pilger. Die Gastgeber brauchen Support, um eine Gastfreundschaft entwickeln zu können, welche die weltlichen und spirituellen Bedürfnisse der pilgernden Menschen ernst nimmt.

---

<sup>13</sup> Vergleiche Kapitel 9, Seite 21 der Studie

Gewisse Wegführungen müssen noch einmal überdacht werden.<sup>14</sup> Ein eindrückliches Beispiel liefert die Studie mit der Frage, wie viele der Pilger den Thunersee mit dem Schiff (in Richtung Spiez) überqueren. Die Überbrückung gewisser Strecken mit dem Schiff ist schon seit dem Mittelalter den Pilgern erlaubt. 71% der Pilger zogen es 2008 vor, an einer der Länten am Nordufer des Thunersees das Schiff zu besteigen und den See zu queren. Von Spiez bis Gwatt ist jedoch der Weg seit anfangs 2008 nicht mehr markiert. Als Reaktion auf die eigene Dynamik der Pilgerströme muss diese Lücke wieder geschlossen werden.

Nach mehr als einem Jahrzehnt der Arbeit an den Pilgerwegen in der Schweiz (durch unterschiedliche Organisationen geleistet und vom Bund und den Kantonen unterstützt), hat die Pilgererei den Status eines neuen Feriensegmentes erreicht. Sie ist zum eigenständigen Bereich eines sanften, sinnorientierten, ökologischen Tourismus geworden.

Die Arbeit ist noch nicht zu Ende. Nun, da die Wege bis weit in den Osten durchgehend begehbar sind, gilt es dafür zu sorgen, dass die Europa verbindenden Jakobswege einen integrativen Beitrag zur Identität Europas beitragen können, gerade auch in der Schweiz, wo sie wohlthuend den Inselcharakter dieses kleinen Landes ignorieren.

Bern, 10. Februar 2009

Thomas Schweizer, Ko-Leiter des Teilprojektes Spiritualität  
im Projekt Europäische Jakobswege

---

<sup>14</sup> Vergleiche Kapitel 4, Seite 9 der Studie

# C. Berner Jakobswegerhebung

April – November 2008

## Inhaltsübersicht

1. Einleitung.....	2
2. Charakterisierung der Pilger .....	3
3. Motivation und Vorbereitung der Pilger.....	5
4. Verhalten der Pilger.....	8
5. Ausgabenbereitschaft der Pilger .....	11
6. Frequenzen auf dem Jakobsweg .....	13
7. Schätzung der Wertschöpfungseffekte .....	17
8. Ergebnisse der Befragung bei den Betrieben .....	18
9. Service-Pakete.....	20
10. Lehren aus der vorliegenden Erhebung .....	22
D. Anhang .....	23

## 1. Einleitung

Der vorliegende Bericht vermittelt die Ergebnisse einer von April bis August 2008 im Kanton Bern durchgeführten Erhebung über die Pilger auf dem Jakobsweg.

Als „Frequenz- und Wertschöpfungsstudie“ aufgegleist, bestand ihr Hauptziel darin, überhaupt eine Grössenordnung zum Aufkommen an Benutzern des Jakobswegs im Kanton Bern – der sich ungefähr in der Mitte des Schweizerischen Teilstücks befindet – zu erhalten; gleichzeitig sollte der Rahmen bestimmt werden, innerhalb dessen sich die durch dieses spezielle Touristensegment ausgelösten volkswirtschaftlichen Leistungen bewegen. Die Projektleitung nutzte die vorliegende Gelegenheit zudem, um eine Charakterisierung der Pilger zu erstellen, indem diese zur Beantwortung entsprechender weiterer Fragen eingeladen wurden. Diese Einladung erfolgte auf zwei verschiedene Weisen:

- Einerseits wurden die Pilger direkt auf dem Jakobsweg angesprochen, und zwar am oberen Thunerseeufer (Koordinaten 628'425 / 170'250 der Schweizerischen Landeskarte) und in Rüeggisberg (600'030 / 185'600), also an zwei ‚Hotspots‘ im Kanton Bern. Diese Interviews, im Folgenden *Pilgerbefragung* genannt, erfolgten an beiden Standorten etwa im Wochentakt, wobei die Befragungstage gleichmässig auf alle Wochentage von Sonntag bis Samstag verteilt wurden. So kam es während je 20 Befragungstagen zur Erstellung von insgesamt 232 Fragebogen, womit 389 mehrtägig wandernde Pilger und ferner weitere 276 Tagesausflügler (d.h. Tagespilger und gewöhnliche Wanderer), also insgesamt 665 Personen, erfasst werden konnten.
- Andererseits wurde zuhanden der Pilger eine andere Version von Fragebogen aufgelegt; dies in 30 Übernachtungsgelegenheiten im Raume Brünigpass / oberes Brienerseeufer. Über diesen Kanal – im Folgenden *Gästabefragung* genannt – gingen 136 Fragebogen ein, wobei daraus nicht auf die effektive Anzahl Pilger geschlossen werden kann: Oft betrifft ein Fragebogen mehrere Personen; andererseits füllten gewisse Gruppen mehrere Bogen aus. Schon aus diesem Grunde sind hier die Ergebnisse eher indikativen Charakters. Schätzungen zufolge beteiligten sich zudem nur weniger als die Hälfte aller Pilger überhaupt an diesem Teil der Umfrage.

Schliesslich wurden, in Anlehnung an die Tiroler Pilgerherbergenbefragung (Niedermoser 2006/07), um die 350 Gastbetriebe längs des Jakobswegs in der ganzen Schweiz angeschrieben. Leider blieb diese *Betriebsbefragung* mit 63 Antworten und somit einer Rücklaufquote von nur ca. 18% hinter den Erwartungen zurück: ihre Ergebnisse sind daher mit entsprechender Zurückhaltung zu interpretieren.

Im weiteren Verlauf des vorliegenden Berichts wird zunächst auf die Charakterisierung der Pilger eingegangen, danach auf ihre Motivation, ihr Verhalten und ihre finanzielle Ausgabenbereitschaft. Es folgen dann die Schätzungen zu Frequenzen und Wertschöpfungseffekten, bevor die Ergebnisse der Betriebsbefragung vorgestellt und zwei Aspekte zu Leistungspaketen kurz angesprochen werden.

## 2. Charakterisierung der Pilger

Alle Ergebnisse in diesem Abschnitt stammen aus der *Pilgerbefragung*. Die Daten zur ersten Fragestellung, jener nach **Geschlecht und Formation der Pilger**, sehen wie folgt aus:

	Jugendliche	Frauen	Männer	total	
als Einzelpersonen	0	20	30	50	12.9%
in Familien	7	6	4	17	4.4%
in Grossgruppen	41	65	45	151	38.8%
in Kleingruppen	3	64	40	107	27.5%
in Paaren	0	32	32	64	16.4%
total	51	187	151	389	100%
	13.1%	48.1%	38.8%	100%	

Männer treten öfter als Einzelpersonen auf als Frauen. Die meisten Pilger sind in Paaren oder Kleingruppen unterwegs. Letztere umfassen auch gleichgeschlechtliche Paare. Es wurden insgesamt 41 Kleingruppen mit weniger als 10 Personen gezählt, dies ergibt eine durchschnittliche Grösse von 2,61 Personen. Grossgruppen von mindestens 10 Personen gab es 8, mit respektive 45, 30, 16, 15, 13, 12, 10 und 10 Personen. Zu präzisieren bleibt noch, dass die 41 Jugendlichen in Grossgruppen alle derjenigen mit 45 Mitgliedern angehörten, die im Juli erfasst wurde.

Was die **Herkunft** anbetrifft, stammt die überwiegende Mehrheit der bei uns angetroffenen Pilger aus dem deutschsprachigen Raum:

CH-d	CH-f	D	A	F	E	CDN	k.A.	total
184	2	161	32	3	2	2	3	389
47.3%	0.5%	41.4%	8.2%	0.8%	0.5%	0.5%	0.8%	100%

Legende: CH-d = Deutschschweiz, CH-f = französische Schweiz, D = Deutschland, A = Österreich, F = Frankreich, E = Spanien, CDN = Kanada, k.A. = keine Angaben verfügbar.

Auch die Franzosen, Spanier und Kanadier waren übrigens auf dem ‚Hinweg‘, also von Osten nach Westen unterwegs.

Die Zugehörigkeit der Pilger zu den 4 nachstehenden **Altersklassen** wurde von den Befragern jeweils eingeschätzt, um nicht unhöfliche Fragen stellen zu müssen. Dabei ergibt sich, dass die Mehrheit der Pilger sich in reiferem

Alter befindet. Bei der jüngsten Altersklasse fallen wiederum die 41 Jugendlichen aus der bereits erwähnten Grossgruppe ins Gewicht:

weniger als 25	ca. 25 bis 45	ca. 45 bis 65	Rentenalter	k.A.	total
63	61	189	72	4	389
16.2%	15.7%	48.6%	18.5%	1.0%	100%

Normalerweise ist es bei sozialwissenschaftlichen Umfragen üblich, zum Abschluss nach dem **Beruf** zu fragen. Bei der vorliegenden Befragung erfolgte dies mit Augenmass, um gewisse Pilger nicht zu verärgern oder ihnen zu nahe zu treten. Deshalb und auch aus Zeitgründen wurde, wenn überhaupt, in der Regel nur 1 Beruf pro Befragung (d.h. pro Fragebogen) aufgenommen; die folgenden Zahlen geben also nicht die Anzahl Personen wieder, sondern lediglich die Anzahl Fragebogen, auf welchen die entsprechende Nennung figuriert, und sind rein indikativ.

In 45 der hier relevanten 138 Befragungen von ausschliesslich mehrtägig wandernden Pilgern (also: 45x) wurde auf das Erfragen des Berufs ganz verzichtet. Die sonst gesammelten Angaben wurden einerseits nach Beschäftigungssektoren und andererseits nach mutmasslichem Bildungsniveau wie folgt gruppiert:

<b>Landwirtschaft und Gärtnerei</b>	4x	<b>Abgeschlossene Berufslehre</b>	24x
<b>Industrie und Technik</b>	18x	<b>Höhere Berufsausbildung</b>	36x
<b>Dienstleistungen allgemein</b>	59x	<b>Hochschulabschluss</b>	26x
<b>Banken und Informatik</b>	5x		
total	86x	total	86x

In den verbleibenden 7 Fällen gaben sich die Personen ganz einfach als „Rentner“ oder aber als „Familienfrau“ zu erkennen. Die obigen Zahlen lassen erkennen, dass sich die Pilger aus allen gesellschaftlichen Milieus rekrutieren. Ob gewisse Schichten überproportional vertreten seien oder nicht, lässt sich aufgrund der grobmaschigen Erhebungsmethode hier nicht ableiten.

### 3. Motivation und Vorbereitung der Pilger

Was die Vorbereitung der Wanderung anbetrifft, wurden die Pilger mit zwei verschiedenen Fragen konfrontiert. Zum einen in der *Pilgerbefragung*: „**Wie sind Sie auf den Jakobsweg aufmerksam geworden?**“ Auch hier erfolgte die Auswertung nur fragebogenweise, da es unsinnig erschien, jede einzelne Person um eine Antwort zu bitten. Andererseits waren Mehrfachantworten zugelassen, und unter Einbezug der Tagespilger erhöhte sich die Anzahl relevanter Fragebogen auf 160.

<b>vom Hörensagen</b>	<b>50x</b>	<b>über Radio und Fernsehen</b>	<b>12x</b>
über Literatur	32x	übers Internet	9x
über Printmedien	20x	sonstiges	82x

Unter die Kategorie „sonstiges“ fallen insbesondere: am Weg wohnen / Wegweiser gesehen haben (19x), „wir sind Veteranen“ (12x), kirchliches Engagement (11x), „ist Allgemeinwissen“ (7x), in Spanien die Pilger gesehen (6x), Interesse am Weitwandern (5x), Begegnungen / Vorträge (5x), Führer / Reiseberichte (5x).

Die andere Frage lautete: „**Mit welchen Reiseführern sind Sie unterwegs?**“ beziehungsweise: „**Wie orientieren Sie sich auf der Wanderung?**“ Wiederum waren Mehrfachnennungen möglich.

	<i>Pilgerbefragung</i>	<i>Gästebefragung</i>
„Outdoorführer“	71x	53x
„Unterwegs sein auf dem Jakobsweg“	56x	72x
ausgedruckte Internetseiten	40x	53x
Landeskarte / geographische Karten	38x	27x
andere Führer	19x	7x
sonstiges	29x	-

Als „sonstiges“ wurden unter anderem erwähnt: den Wegweisern folgen (13x), Gelände schon genügend bekannt (10x), ..., GPS (1x!).

Am häufigsten verwendet werden offensichtlich der „Outdoorführer“ für den Jakobsweg durch die Schweiz von Hartmut Engel (erschieden im Conrad Stein Verlag), sowie die Broschüre „Unterwegs sein auf dem Jakobsweg in der Schweiz“, herausgegeben von der Volkswirtschaft Berner Oberland, Interlaken (neu: Verein jakobsweg.ch, Spiez). Diese Broschüre nimmt bei der Gästebefragung sogar den Spitzenplatz ein, was allerdings darauf zurückzuführen sein dürfte, dass die Gästebefragung zu gutem Teil in Übernachtungsgelegenheiten aufgelegt wurde, die in der Broschüre ohnehin empfohlen werden,

während entsprechende Hinweise im Outdoorführer nicht in die Anlage der vorliegenden Untersuchung eingeflossen sind.

Weiter ist anzufügen, dass der Inhalt der Broschüre im pdf-Format von der Website [www.jakobsweg.ch](http://www.jakobsweg.ch) heruntergeladen werden kann, und etliche Pilger, die auf „ausgedruckte Internetseiten“ zurückgriffen, mögen von dieser Gelegenheit Gebrauch gemacht haben.

Nun zur **Motivation der Pilger**. Es handelte sich hier um eine offene Frage, das heisst, nicht Antwortkategorien zum Ankreuzen wurden vorgegeben, sondern lediglich ein paar leere Zeilen zum Ausfüllen. Die eingegangenen Antworten wurden danach in Gruppen gebündelt, wobei auch so noch oft Mehrfachantworten auftreten. Bei der *Pilgerbefragung* ergibt sich folgende Rangliste:

<b>ausklinken / zur Ruhe kommen / Ruhe u. Kraft tanken / innehalten</b>	43x
<b>innere Einkehr / besinnlich sein / „mit den Füßen beten“ / Gottesbezug</b>	42x
Land, Landschaften und Menschen kennenlernen	23x
wieder ein Ziel haben / Vorbereitung auf neue Herausforderungen / „es durchziehen“	23x
Bewegung / Fitness / körperliche Grenzen spüren	21x
Interesse an Kultur, Klöstern, Geschichte, historischen Wegen	17x
Weitwandern / Reisen in anderer Form	16x
Kontakt mit der Natur / Natur geniessen	15x
<b>Zwischenjahr nach Matur / Krankheit verarbeiten / Übergang in den Ruhestand (Lebensübergänge)</b>	12x
frei sein / einfach drauflos laufen / Abenteuerlust / Erfahrungen weiterentwickeln	11x
zusammen unterwegs sein / Gemeinschaft	9x
spiritueller Faktor nicht im Vordergrund / keine religiösen Gründe	7x
Rekognoszieren (für spätere Wanderung mit einer Gruppe)	6x
Dankbarkeit	4x
„wir sind eingefleischte Pilger / Pilgerinnen“	3x

Rund drei Viertel der Pilger haben im weitesten Sinn spirituelle Motive (Suche nach Lebensbalance, Gemeinschaft, Grenzen spüren, etc.). Religiöse Motive im engeren Sinne wurden 42x genannt, Bewältigung von Lebensübergängen 12x was eher unter den Erwartungen ist. Daraus kann geschlossen werden, dass der Jakobsweg mehrheitlich ein profanes Publikum anspricht und dass überaus viele Leute pilgern, die unbeschwert zuwandern und sich zur eige-

nen Regeneration auf den Weg begeben. Ähnlich sieht das Ergebnis bei der *Gästabefragung* aus:

<b>Wanderlust / Bewegung / Fitness</b>	<b>37x</b>
Natur und schöne Landschaften geniessen und erleben	33x
<b>Meditation / Einkehr / Selbstfindung</b>	<b>29x</b>
Entschleunigung / Auszeit / zur Ruhe kommen / loslassen	24x
Abenteuer / Herausforderung / unterwegs sein / „der Weg ist das Ziel“	21x
<b>Glaube / „mit den Füßen beten“ / Beziehung zu Gott</b>	<b>18x</b>
Land, Leute und Kultur kennenlernen / Wandererlebnisse	16x
Menschen kennenlernen / Begegnungen	9x
Wallfahrt / Pilgern pur	9x
<b>Neuausrichtung / Krankheitsbewältigung / Burnout / Lawine überlebt / Eintritt ins Rentenalter (Lebensübergänge)</b>	<b>9x</b>
Grenzerfahrung / laufen soweit einen die Füsse tragen	7x
Gemeinschaft / Gruppenerlebnis	6x
aktive Ferien / alternativer Urlaub	5x

Die Nennung von religiösen Motiven im engeren Sinne erfolgte hier 18x; nimmt man die Kategorie „Meditation/Einkehr/Selbstfindung“ dazu (mit 29x), so ergibt dies 47x oder 34,6% der hier eingegangenen 136 Fragebogen. Lebensübergänge beschränken sich auf 9x oder 6,6% der Fragebogen.

## 4. Verhalten der Pilger

Die Anlage der *Pilgerbefragung* erlaubte es, alle Personen zu zählen; bezüglich **Länge der Wanderung** ergibt sich demnach folgende Verteilung:

	Jugendliche	Frauen	Männer	total	
<b>Genusspilger</b>	47	68	53	168	<b>43.2%</b>
<b>„Mittelstreckenpilger“</b>	4	105	63	172	<b>44.2%</b>
<b>übrige Langzeitpilger</b>	0	14	35	49	<b>12.6%</b>
<b>total</b>	<b>51</b>	<b>187</b>	<b>151</b>	<b>389</b>	<b>100%</b>

Genusspilger umfassen jene Wandernden, die 2 bis 4 Tage unterwegs sind. Hierunter fallen auch 3 der insgesamt 8 Grossgruppen, die in Abschnitt 2 aufgezählt wurden, und unter den 47 jugendlichen Genusspilgern finden sich auch die dort bereits erwähnten 41 Angehörigen der grössten Grossgruppe.

Langzeitpilger ihrerseits befinden sich 5 oder mehr Tage auf dem Jakobsweg. Ausnahmsweise ist diese Kategorie in der obenstehenden Tabelle in „Mittelstreckenpilger“ und „übrige Langstreckenpilger“ unterteilt: Die Mittelstreckenpilger beendeten ihre Wanderung innerhalb der Schweiz, spätestens in Genf. Hier sind auch die restlichen 5 Grossgruppen anzusiedeln; werden diese ausgeklammert, ergibt sich kein signifikanter Unterschied zwischen der Grösse von Mittelstrecken- und übrigen Langzeitpilgerverbänden mehr. Interessant ist die Beobachtung, dass unter den ‚übrigen Langzeitpilgern‘, also jenen Personen, welche ihre Wanderung mindestens bis nach Frankreich hinein fortsetzten, mehr Männer als Frauen gezählt wurden.

Die nun folgenden Aufstellungen zu **Zielort und Ausgangsort** der Pilgerwanderung sind nur noch fragebogenweise ausgewertet. Deshalb gewinnen die auch im Ausland unterwegs gewesenen Pilger an Gewicht, da unter ihnen insbesondere keine Grossgruppen figurieren und demzufolge im Verhältnis zur Anzahl Personen mehr Fragebogen anfallen.

<b>Zielort der Pilgerwanderung</b>	<b>Pilgerbefragung</b>	<b>Gästebefragung</b>
Genf	38x	51x
übrige Schweiz	69x	40x
Santiago de Compostela	21x	34x
übriges Ausland (Frankreich, Spanien)	6x	7x
„soweit wir kommen“ / „offen“	4x	4x
<b>total</b>	<b>138x</b>	<b>136x</b>

Zielorte innerhalb der Schweiz liegen in 3/4 (Pilgerbefragung), respektive 2/3 (Gästepbefragung) der Fragebogen vor. Der Zielort Santiago wird höchstens in 1/4 der Fälle genannt.

Ausgangsort der Pilgerwanderung	Gästepbefragung
grenznahe Orte (im Rheintal, am Boden- und Untersee)	40x
übrige Schweiz	48x
übriges Deutschland	34x
übriges Österreich	14x
total	136x

In gut 3/5 der Fragebogen werden die Schweiz oder die Bodenseeregion als Ausgangsort der Pilgerwanderung angegeben, in 1/4 der Fälle das deutsche Hinterland.

Bei der *Pilgerbefragung* wurde der Ausgangsort nicht erhoben; der Akzent lag hier beim Verhalten im Berner Oberland. So wird aus den Daten ersichtlich, dass zwar viele Pilger sich an die **Etappenorte** hielten, welche in den Führern angegeben sind, aber doch, gerade in der Thunerseeregion und dem anschliessenden Voralpengebiet (Stocken- und Gürbetal, Gantrischregion), eine erhebliche Streuung bei der Wahl der Übernachtungsorte festgestellt werden kann. Ausser Interlaken, Thun und Amsoldingen wurden recht oft auch Rüeggisberg, Riggisberg, Merligen, Spiez oder Wattenwil genannt, um nur die wichtigsten zu erwähnen.

Ein besonderes Augenmerk wurde der **Benutzung des Schiffs auf dem Thunersee** gewidmet, denn hier sind in den Führern zwei Varianten des Jakobsweges beschrieben, während die 2008 neu eingeführte Beschilderung nur gerade dem rechtsseitigen Ufer entlang angelegt worden ist. Wer hingegen, in der Regel von Merligen aus, mit dem Schiff nach Spiez hinübersetzt und danach der linken Thunerseeseite entlang wandert, muss sich etliche Kilometer weit ohne Jakobswegschilder zurechtfinden. Hier besteht Handlungsbedarf, wie die folgenden Zahlen belegen. Ähnliche Probleme mit zwei Jakobswegvarianten bestehen übrigens auch längs des Brienersees sowie zwischen Rüeggisberg und Schwarzenburg.

Schiff benutzt, dann Wanderung auf linker Seeseite	217	55.8%	71.1%
Schiff nicht benutzt; Wanderung auf rechter Seeseite	88	22.6%	28.9%
k.A.	84	21.6%	-
total	389	100%	100%

Unter die Kategorie „keine Angaben“ („k.A.“) fallen all jene Pilger, die sich am ersten Standort der Pilgerbefragung (am oberen Thunerseeufer) noch nicht entschieden hatten, beziehungsweise bei denen sich am zweiten Standort (in Rüeggisberg) herausstellte, dass die den Ort der Entscheidung gar nicht passiert hatten, weil sie die Pilgerwanderung erst nachher aufgenommen haben oder aber dem Emmentalerweg folgten.

Zum Abschluss dieses Abschnitts noch Angaben zur **Anzahl Tage, während derer die Pilger in der Schweiz unterwegs sind**. Hier erscheint es nochmals sinnvoll, die Kategorie der Langzeitpilger aufzuteilen: dieses Mal einerseits in jene, die entweder beide Standorte der Pilgerbefragung passiert oder den Emmentalerweg benutzt haben („Langzeitpilger A“) und andererseits jene, die ihre Wanderung in der Region von Thun beendeten oder aufnahmen („Langzeitpilger B“). Bei den Gruppenpilgern führt eine derartige Unterscheidung dagegen zu keinen signifikanten Resultaten.

	Personen	Durchschnittliche Verweildauer
<b>Langzeitpilger A</b>	183	<b>14.70 Tage</b>
<b>Langzeitpilger B</b>	38	<b>7.37 Tage</b>
<b>Genusspilger</b>	168	<b>3.71 Tage</b>
total	389	

Selbst bei den Langzeitpilgern vom Typ „A“ bleibt der ermittelte Wert deutlich hinter den – ohne Ruhetagen gerechneten – zirka 19 Tagesetappen zurück, die zur Durchquerung der Schweiz erforderlich wären; dies obwohl es etliche Pilger gibt, die auch 20 und mehr Tage in unserem Lande verbringen.

## 5. Ausgabenbereitschaft der Pilger

Um Schätzungen über die Wertschöpfungseffekte des Pilgerns anstellen zu können, sind Informationen der Pilger über ihr Ausgabenverhalten unerlässlich. Zweifellos handelt es sich hier um relativ sensible Informationen; diesem Umstand ist Rechnung getragen worden, indem die entsprechenden Fragen weder zu Beginn noch zu Abschluss der Interviews gestellt wurden.

Bei der *Gästebefragung* füllten die Befragten für sich alleine den Fragebogen aus, und es fällt auf, dass hier vielfach runde Beträge angegeben wurden, wie 100 CHF (36x), 80 CHF (13x) oder 70 CHF (10x), mit einem Mittelwert über alle Fragebogen für die Langzeitpilger von 87,24 CHF und einer Standardabweichung von 27,22 CHF. Die Standardabweichung ist ein statistisches Mass für die Streuung und gibt den vom Mittelwert gegen oben und unten gerechneten Bereich an, innerhalb dessen – unter Annahme einer symmetrischen Verteilung – die zentralsten knapp 70% aller Einzelwerte vermutet würden. Analog dazu decken 1,96 Standardabweichungen die zentralsten 95% aller Einzelwerte ab.

Demgegenüber ergab sich bei der *Pilgerbefragung*, fragebogenweise gerechnet, ein signifikant tieferer Mittelwert, nämlich 74,94 CHF (Standardabweichung: 30,23 CHF). Aber: Hier bestand die Möglichkeit für den Interviewer, jedenfalls bei gesprächsbereiten Personen, noch etwas nachzufragen, und so ergaben sich differenziertere Einzelwerte; ausserdem konnten die Personen gezählt und dann die Angaben nach Personen gewichtet werden. Da so der Mittelwert wieder ansteigt (siehe die folgende Tabelle), kann daraus geschlossen werden, dass grössere Pilgerverbände im Allgemeinen mehr Geld pro Kopf und Tag ausgeben als kleinere.

Während Pilger einen Bezug zum Jakobsweg haben und oft in ein Gespräch verwickelt werden konnten, war dies bei Tagesausflüglern wesentlich schwieriger, und die Frage nach dem Geld drohte zu sehr in den Vordergrund zu rücken. Sie traten zudem oft scharenweise auf oder machten einen eher angespannten Eindruck. Um trotzdem zu einer hinreichend grossen Menge an Information zu gelangen, wurden gegen Ende der Untersuchung an gut frequentierten Tagen mehrere Interviewer gleichzeitig eingesetzt, mit dem Ziel, entschiedener auf Tagesausflügler zuzugehen. So ergeben sich für die **durchschnittlichen Ausgaben pro Kopf und Tag**:

	Mittelwert	Standardabweichung	Anzahl Personen
Langzeitpilger	82.86 CHF	31.41 CHF	212
Genusspilger	95.67 CHF	43.83 CHF	167
Tagesausflügler	38.99 CHF	25.52 CHF	268
k.A.	-	-	18
total			665

Genusspilger geben signifikant mehr Geld aus pro Person und Tag als Langzeitpilger; sie können es sich leisten, denn sie sind bedeutend weniger Tage unterwegs als Langzeitpilger.

Zieht man zum Vergleich die Arbeit von Kunz (1999) über die Bedeutung des Wanderns im Kanton Bern bei, so liegen auch die oben ausgewiesenen Resultate für die Tagesausflügler durchaus im plausiblen Bereich. Sie sind nämlich von wesentlicher Bedeutung, weil sie bei der Berechnung der Wertschöpfungseffekte des Jakobswegs erheblich ins Gewicht fallen werden.

Der *Gästebefragung* lässt sich übrigens noch entnehmen, dass die Tagesausgaben mehrheitlich den Erwartungen entsprechen oder diese übertreffen:

<b>Ausgaben pro Kopf und Tag entsprechen der Planung</b>	<b>61x</b>
<b>Ausgaben pro Kopf und Tag sind höher als geplant</b>	<b>64x</b>
Ausgaben pro Kopf und Tag sind tiefer als geplant	5x
k.A.	6x
total	136x

Abschliessend bleibt zu bemerken, dass es sowohl jenen Pilger gab, der ohne Geld läuft, wie auch andere, die 175 CHF und mehr pro Tag ausgeben. Für Leute, die ohne Zelt unterwegs sind, bilden jedoch 50 CHF pro Tag eine Schwelle, die kaum unterschritten werden kann, zumal die Kosten für Beherbergung einen grossen Teil, wenn nicht gar fast die Gesamtheit der Pilgerbudgets ausmachen.

## 6. Frequenzen auf dem Jakobsweg

Nach Verweildauer (Abschnitt 4) und Ausgaben pro Person und Tag (Abschnitt 5), bildet die Erhebung des Aufkommens an Pilgern und Wanderern auf dem Jakobsweg – also der Frequenzen – der dritte wesentliche Baustein beim Versuch, die Wertschöpfungseffekte zu schätzen.

Bis hier ging es, wenn von der *Pilgerbefragung* berichtet wurde, nur um Personen, welche tatsächlich interviewt werden konnten. Sie machen aber nur etwa die Hälfte aller Pilger und Wanderer aus. Die andere Hälfte hatte es zu eilig, machte (besonders bei den Wanderern) einen abweisenden Eindruck, oder dann kam es (wiederum vor allem bei Wanderern) zu Häufungen: Während der Interviewer mit einer Befragung beschäftigt war, passierten andere Personen den Standort. So musste man sich darauf beschränken, diese Leute zu zählen und im übrigen ziehen zu lassen; sie alle figurieren in den folgenden drei Tabellen als „nicht interviewte“ Personen.

Beim Standort Rüeggisberg wird der recht hohe Anteil an nicht interviewten Genuss- und Langzeitpilgern auffallen. Als die Untersuchung angelegt wurde, war nicht bekannt, dass Rüeggisberg ein ziemlich oft gewählter Etappenort darstellt: Um alle Pilger interviewen zu können, hätte die Präsenz der Interviewer im Nachhinein bis weit in die Abendstunden ausgedehnt werden müssen, was mit den verfügbaren Mitteln nicht möglich war, denn die Pilger treffen dort zum Teil bis nach acht Uhr abends ein. Als Behelf wurden deshalb die Frequenzen im Dorf erfragt.

Hier zunächst die Daten für den Standort **am oberen Thunerseeufer**, im Folgenden „**Manorfarm**“ genannt:

	Tagesausflügler			Genuss- und Langzeitpilger		
	interviewt	nicht interviewt	total	interviewt	nicht interviewt	total
April	26	53	79	20	1	21
Mai	60	168	228	91	4	95
Juni	18	36	54	16	1	17
Summe A			361			133
Juli	30	95	125	77	6	83
August	93	84	177	8	9	17
Summe B			302			100
total 1	227	436	663	212	21	233

Es wurden 4 Befragungstage pro Monat durchgeführt, mit folgenden Ausnahmen: Mai 5 Tage und August 3 Tage. Auch wenn dem Rechnung getragen

wird, ergibt sich doch folgendes Bild: Spitzenwerte im Mai (Auffahrt, Pfingsten!), Einbruch im Juni (heisses Wetter, Fussball-„Euro 08“?), gewisse Erholung im Juli, ausser bei den Tagesausflüglern in **Rüeggisberg**, dessen Daten so aussehen:

	Tagesausflügler			Genuss- und Langzeitpilger		
	interviewt	nicht interviewt	total	interviewt	nicht interviewt	total
April	7	5	12	23	4	27
Mai	12	66	78	73	65	138
Juni	0	22	22	21	16	37
Summe A			112			202
Juli	0	9	9	31	13	44
August	30	0	30	29	13	42
Summe B			39			86
total 2	49	102	151	177	111	288

Damit ergibt sich folgender Nachweis für die erfassten Personen:

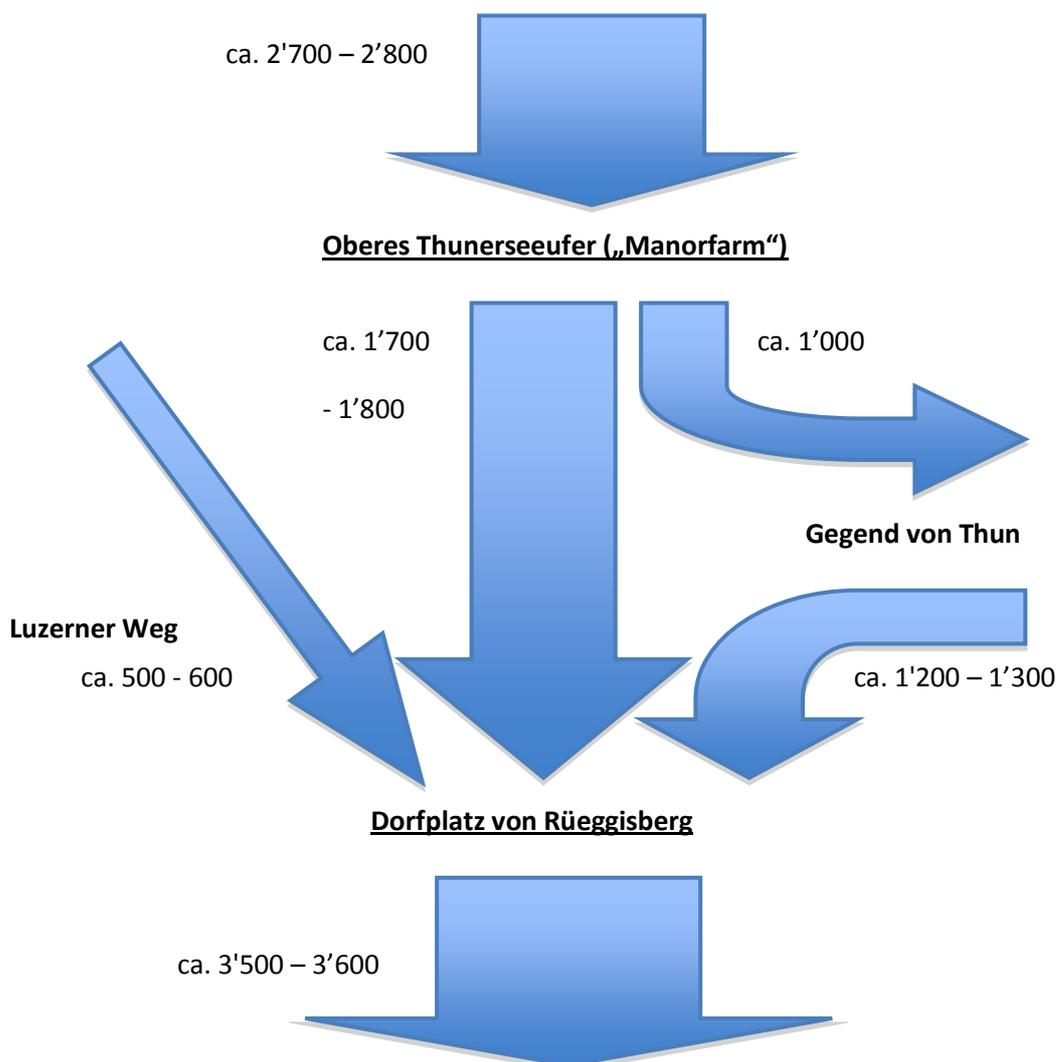
<b>total 1</b>	<b>227</b>	<b>436</b>	<b>663</b>	<b>212</b>	<b>21</b>	<b>233</b>
total 2	49	102	151	177	111	288
<b>total 1+2</b>	<b>276</b>	<b>538</b>	<b>814</b>	<b>389</b>	<b>132</b>	<b>521</b>

Die Anzahl befragter Personen beläuft sich also, wie bereits in Abschnitt 1 erwähnt, auf  $276 + 389 = 665$ . Dazu kommen weitere 670 Personen, die lediglich auf Strichlisten festgehalten wurden. Soweit die Rohdaten, die nun auf die ganze Saison des Jahres 2008 hochgerechnet werden müssen.

Als Basis für die Hochrechnung dienen jedoch nicht die eben ausgewiesenen Totale, sondern die Summen der Monate April, Mai und Juni („Summe A“) sowie jene für Juli und August („Summe B“). Diese Werte müssen nun von der Anzahl Erhebungstage auf alle Kalendertage hochgerechnet werden; da April, Mai und Juni 91 Kalendertage umfassen, denen 13 Erhebungstage gegenüberstehen, lautet der entsprechende Faktor  $91/13$ . Für Juli und August ergeben sich auf analoge Weise  $62/7$ . Ausserdem besteht eine Vorgabe der Untersuchung darin, dass für den Zeitraum der Monate September, Oktober und November die Werte der Periode April bis Juni anzunehmen seien: deshalb werden die hochgerechneten Summen A am Schluss nochmals dazu addiert. Zusammengefasst sehen diese Berechnungen so aus:

	Tagesausflügler		Genuss- und Langzeitpilger	
	„Manorfarm“	Rüeggisberg	„Manorfarm“	Rüeggisberg
Summe A	361	112	133	202
Summe B	302	39	100	86
Summe A x91/13	2'527	784	931	1'414
Summe B x62/7	2'675	345	886	762
Sept. – Nov.	2'527	784	931	1'414
<b>total</b>	<b>ca. 7'700</b>	<b>ca. 1'900</b>	<b>2'748</b>	<b>3'590</b>

Da bei den Befragungen Informationen zu Etappen- und Zielorten eingeholt wurden, war es möglich, sich eine Idee zum **Verlauf der Genuss- und Langzeitpilgerströme** zu bilden. Diese können etwa auf folgende Art skizziert werden:



Die Zahlen im eben skizzierten Flussdiagramm sind rein indikativ: Es war nämlich nicht ganz evident, die Resultate aus dem Befragungsmaterial zusammenzufügen; es musste dazu die eher starke Annahme getroffen werden, dass viele der nicht-interviewten Pilger in Rüeggisberg den „Luzerner Weg“ benutzt haben und aus dem Grunde nicht direkt vor Ort befragt werden konnten, weil sie erst zu späterer Stunde dort eintrafen.

Was die **Entwicklung der Frequenzen über die letzten Jahre** anbetrifft, ergibt sich eine insgesamt positive Tendenz. Hier die Zahlen aus der *Betriebsbefragung*:

Umsatz mit Pilgern seit dem Jahre 1995...			
... um 1% bis 5% <b>gestiegen</b>	17	27.0%	
... um 5% bis 10% <b>gestiegen</b>	9	14.2%	<b>47.6%</b>
... um mehr als 10% <b>gestiegen</b>	4	6.4%	
... etwa gleich geblieben	15	23.8%	
... gesunken	1	1.6%	
k.A.	17	27.0%	
Total	63	100%	

In der Tiroler Pilgerherbergenbefragung (Niedermoser 2006/07: S.10) gingen genau 50% der Antworten dahin, dass „persönlich die gestiegene Nachfrage nach Weitwanderungen und Pilgerwegen“ registriert werden konnte.

Eine Grössenordnung der aktuellen **Übernachtungszahlen** kann ermittelt werden, indem man die Werte auf Basis der *Pilgerbefragung* und der Formel „Anzahl Personen x Dauer der Wanderung in Tagen“ einzeln bestimmt, monatsweise aufsummiert und danach in zwei Stufen hochrechnet, und zwar zunächst von den interviewten Personen auf alle Personen (um auch die Nicht-Interviewten zu berücksichtigen) und schliesslich von den Erhebungstagen auf alle Kalendertage (analog zum Vorgehen in der Tabelle auf Seite 15):

<b>Übernachtungen im Kanton Bern</b>	<b>8'200 – 8'700</b>
<b>Übernachtungen in der Schweiz</b>	<b>35'000 – 41'000</b>

Die grosse Spannweite beim gesamtschweizerischen Resultat ist auf die schwierige Einschätzbarkeit der Nachfrage von Seiten all jener Pilger zurückzuführen, die nicht in unserer Erhebungsregion, sondern nur in anderen Teilen der Schweiz unterwegs waren und daher in der vorliegenden Untersuchung gar nicht erfasst werden konnten.

## 7. Schätzung der Wertschöpfungseffekte

Die Schätzung der Wertschöpfung des Jakobswegs ist komplizierter als jene der Frequenzen. Sie geht von der Formel „Ausgaben pro Person und Tag x Anzahl Tage“ aus, wobei diese Werte für jede befragte Person einzeln bestimmt und danach über alle Personen zusammengezählt wurden. Für die nicht interviewten Personen gelangten Durchschnittswerte zur Anwendung; das führt bei den Wanderern, von denen nur relativ wenige Leute effektiv befragt werden konnten, zu einer gewissen Unschärfe. Um dem Publikum Rechnung zu tragen, welches anderswo im Kanton Bern und in der Schweiz unterwegs war, also ohnehin weder den einen noch den anderen Standort der *Pilgerbefragung* passiert hätte, wurden die Gesamtwerte bei den Tagesausflüglern und – für die Schweiz – auch jene der Genusspilger und der „Langzeitpilger B“ (siehe Abschnitt 4) angemessen erhöht. Natürlich führt dies, speziell im Falle der gesamten Schweiz, zu weiteren Unschärfen, denn je nach Annahmen schwankt hier das Resultat recht stark.

Die so erhaltenen Totale wurden zum Schluss noch von Umsätzen in Bruttowertschöpfungen, d.h. den effektiven **Mehrwert, den die Pilger und Wanderer auslösen**, umgerechnet. Der theoretische Hintergrund dazu besteht darin, dass das Bruttoinlandprodukt (BIP) einer Region oder eines Landes als Summe aller dort erwirtschafteten Mehrwerte aufgefasst werden kann. Das Zusammenzählen von blossen Umsatzzahlen dagegen würde zu Doppelzählungen führen. Aus diesem Grund müssen vom Umsatz zunächst die Vorleistungen (alle von Dritten bezogenen Güter und Dienstleistungen) abgezogen werden: So erhält man die direkte Bruttowertschöpfung.

Nun gehört ein Teil der Vorleistungen genauso zu dem letztlich durch Pilger ausgelösten Mehrwert wie gewisse Investitionen; ausserdem ergibt sich der sogenannte Einkommenseffekt, da die betroffenen Beschäftigten ebenfalls Leistungen für sich in Anspruch nehmen, die teilweise in Form von Mehrwerten aus der Region stammen. Die so entstandenen Anteile an Vorleistungen, Investitionen und Einkommenseffekten ergeben die auf den Jakobsweg zurückgehende indirekte Bruttowertschöpfung.

Gestützt auf diese Überlegungen sowie auf Zahlen aus Rütter et.al. (1995) wurde für den Kanton Bern ein Umrechnungsfaktor von 0,95 eingesetzt.

<b>Wertschöpfung im Kanton Bern</b>	<b>ca. 1.3 Mio CHF</b>
<b>Wertschöpfung in der Schweiz</b>	<b>5.4 bis 5.9 Mio CHF</b>

Für die Schweiz als Ganzes liegen keine so kompakten Daten vor. Da hier auch Importe, also ins Ausland abfliessende Umsatzanteile, berücksichtigt werden müssen (und in Statistiken festgehalten werden) – sie dürften im Tourismusbereich bei 30% liegen – wurden unter Einbezug plausibler Vorleistungsquoten eigene Simulationen vorgenommen und schliesslich Umrechnungsfaktoren von 0,81 bis 0,82 angewandt. Daraus und aus verschiedenen Annahmen, speziell was die Erhöhung der Gesamtwerte für Tagesausflügler betrifft, ergibt sich die in der Tabelle ausgewiesene Spannweite der Wertschöpfung in der Schweiz.

## 8. Ergebnisse der Befragung bei den Betrieben

Dieser Abschnitt ist den Ergebnissen der *Betriebsbefragung* gewidmet. Befragt wurden Hotels-, Herbergen und Gasthöfe, die ihre Unterkunft im Unterkunftsverzeichnis von [www.jakobsweg.ch](http://www.jakobsweg.ch) anbieten. Wie bereits in der Einleitung zum vorliegenden Bericht (Abschnitt 1) erwähnt, lag die Rücklaufquote bei mageren 18%; es gibt jedoch einige Hinweise darauf, wer die Umfrage beantwortet hat und wer nicht.

Die eingegangenen Antworten stammen vorwiegend aus umsatzstärkeren Betrieben. Von der Umgebung der Betriebe her gesehen, sind Städte / Agglomerationen, Regionen des Flachlandes, die voralpinen Hügelzonen und die Voralpen alle angemessen vertreten. Es gibt unter der Herkunft der Antworten aber Häufungen: So stammen allein aus dem Kanton Bern mehr als 1/4 aller eingegangenen Fragebogen, und auch Betriebe aus dem Kanton St. Gallen (hier speziell aus Stadt und Agglomerationen) sowie dem Kanton Obwalden antworteten überdurchschnittlich zahlreich. Dagegen sind die Gegenden, wo Französisch gesprochen wird (Kantone Freiburg, Waadt, Genf) leider deutlich untervertreten. Dies dürfte allerdings weniger auf Sprachprobleme zurückzuführen sein - zumal der Betriebsfragebogen auch in Französisch angefertigt wurde - als vielmehr auf unterschiedliche Mentalitäten: Während die Deutschschweizer gerne ‚die Schweiz‘ für sich alleine in Anspruch nehmen, neigt die französischsprachige Minderheit dazu, recht empfindlich auf etliches zu reagieren, was ungefragt - wie die vorliegende Befragung - von der Deutschschweiz daherkommt.

Nicht befragt wurden Bauernhöfe (Schlafen in Stroh), Anbieter von Privatzimmern und B&B, obwohl wir wissen, dass viele Pilger eine Übernachtung in diesen Unterkünften vorziehen. Wir wissen auch, dass das Angebot in diesen Übernachtungskategorien in den vergangenen 10 Jahren massiv gestiegen ist.

Diese Erläuterungen sind, zusammen mit der schwachen Rücklaufquote, bei den folgenden Tabellen im Auge zu behalten. Trotzdem kann man zuweilen gewisse interessante Vergleiche mit der von Stefan Niedermoser im Winter 2006/07 verfassten Tiroler Pilgerherbergenbefragung anstellen.

Mit der ersten Frage sollte in Erfahrung gebracht werden, ob **in den vergangenen Jahren oder Monaten Pilger beherbergt** worden sind. Gut 90% der Betriebe antworteten zustimmend:

<b>nein</b>	<b>4</b>	<b>6.4%</b>		
<b>ja (ohne Spezifikation)</b>	<b>1</b>	<b>1.6%</b>	<b>93.6%</b>	
<b>ja, 1-5 Pilger pro Monat</b>	<b>22</b>	<b>34.9%</b>		<b>37.9%</b>
<b>ja, 5-10 Pilger pro Monat</b>	<b>24</b>	<b>38.1%</b>		<b>41.4%</b>
<b>ja, mehr als 10 Pilger pro Monat</b>	<b>12</b>	<b>19.0%</b>		<b>20.7%</b>
<b>Total</b>	<b>63</b>	<b>100%</b>		<b>100%</b>

In der Tiroler Befragung umfassten die Ja-Antworten nur 78%, wobei dort unter diesen mehr als 4/5 angaben, 1-5 Pilger pro Monat beherbergt zu haben. Bei uns läuft das Geschäft mit den Pilgern offenbar etwas intensiver – jedenfalls in den Betrieben, die auf die vorliegende Befragung geantwortet haben.

Die Frage, ob die **Unterkunft mit der Tafel „Pilgerherberge“ gekennzeichnet** sei, wird von der überwiegenden Mehrheit verneint:

ja	4	6.4%	k.A.	1	1.6%
nein	58	92.0%	total	63	100%

Im Tirol antworteten dagegen 84% mit „ja“. Zu bemerken ist hier, dass es bei uns kein offizielles Schild (z.B. mit Logo) gibt, während die B&B-Anbieter dagegen ein solches haben.

Recht wenige unserer Gastgeber sind mit Bestimmtheit **bereits auf dem Jakobsweg unterwegs gewesen oder haben es vor**:

ja	12	19.1%	k.A.	1	1.6%
vielleicht	22	34.9%			
nein	28	44.4%	total	63	100%

Die „ja“- und „nein“-Anteile machten dagegen im Tirol je 37.5% aus und die verbleibenden 25% antworteten mit „vielleicht“. Niedermoser (2006/07: S. 10) gibt aber zu bedenken, „dass die meisten unter Pilgern noch immer eine wochenlange Wanderung“ verstünden, während Pilgern „allerdings auch eine kurze, intensive und spirituelle Wanderung“ sei.

Bei den **Erfahrungen mit Pilgern** fallen bei uns die Antworten im nicht rein-positiven Bereich etwas differenzierter aus als in der Tiroler Befragung. Dort signalisierten 78.1% „positive Erfahrungen“ und die restlichen 21.9% „keine Erfahrungen“ – die meisten davon konnten aber wohl keine Erfahrungen sammeln, weil sie gar keine Pilger beherbergten (siehe oben).

positive	48	76.2%	
negative	0	0%	
„sowohl positive wie negative“	1	1.6%	20.6%
neutrale	10	15.8%	
keine	2	3.2%	
k.A.	2	3.2%	
total	63	100%	

## 9. Service-Pakete

Der Titel dieses Abschnitts verspricht möglicherweise etwas zu viel, denn es werden im Folgenden nur zwei isolierte Aspekte herausgegriffen: einerseits spezielle Angebote der Betriebe zugunsten der Pilger, andererseits die Nachfrage nach organisierten Gepäcktransporten.

Die Frage, ob **spezielle Pilgerangebote** bestünden, wurde in der *Betriebsbefragung* gestellt und so beantwortet:

nein	37		58.8%	
selten	1		1.6%	
manchmal	10	26	15.8%	41.2%
oft	15		23.8%	
total	61		100%	

Im Tirol fällt der Tenor ein bisschen freundlicher aus: dort sagten die befragten Betriebe zu 47% „ja“ und nur zu 53% „nein“.

Die Folgefrage lautete: **Wenn ja, werden diese Angebote von den Pilgern meistens auch angenommen?**

Eine überwiegende Mehrheit der Angebote, nämlich jene bei 22 von den 26 Betrieben, die oben positiv geantwortet hatten, stösst auf ein positives Echo. Sehr gerne angenommen werden die Angebote auch im Tirol. Der Verfasser der dortigen Studie bemerkt dazu: „Eine Schwierigkeit besteht nur darin, die Pilgerangebote zu finden, da jedes Haus andere Angebote (...) anbietet. Ohne eigenständiges Nachfragen der Pilger ist es somit schwierig, die Angebote auch zu nutzen“ (Niedermoser 2006/07: S.7). In der Tat scheint auch bei uns eine gewisse Vielfalt zu bestehen, denn unter den 26 Betrieben, die Pilgerangebote kennen, antworteten deren 5 auf die **Frage nach dem durchschnittlichen Preis einer Pilgermahlzeit** spontan mit der Nennung anderer Angebote, und zwar:

- „Abendessen + Übernachtung + Frühstücksbuffet“ zu CHF 67.-
- „Übernachtung und Frühstück“ zu CHF 110.-
- „10% Übernachtungsrabatt“
- „Zimmerpreise günstiger“
- „Lunchpaket“

1 Betrieb schrieb: „es gibt günstige Gericht auf der Karte“ und 15 weitere gaben konkrete Preise für Pilgermahlzeiten an. Diese variieren von „gratis“ bis „23.- / 30.-“, mit einem Mittelwert, wenn man eine derartige Rechnung überhaupt als zulässig erachten darf, von rund 16,25 CHF (bei einer Standardabweichung von 7,005 CHF). Die restlichen 5 Betriebe lieferten keine Angaben.

Nun zum Thema des Gepäcktransports. In der *Gästebefragung* wurden die Pilger zunächst gebeten, das Gewicht ihres Gepäcks zu schätzen. So konnten 135 Werte erfasst werden, wobei auf 6 der 136 Fragebogen keine Antwort zu finden war, während andere 5 dagegen gleich zwei Gewichte (je für die ausfüllende Person sowie ihren Partner) aufführten. Es ergab sich folgendes Resultat:

<b>Gewicht des Gepäcks der Pilger, Mittelwert</b>	<b>10.2 kg</b>
Standardabweichung	3.16 kg

Am häufigsten genannt wurden 8 kg (16x) und 10 kg (13x).

Anschliessend wurden die Pilger gefragt, ob sie **das eigene Gepäck lieber transportieren lassen** würden. Hier ist das Ergebnis doch recht klar:

<b>nein</b>	<b>114x</b>
teilweise	2x
Ja	14x
„ja, ist aber nicht mehr pilgern“	1x
haben bereits einen Gepäcktransport	1x
k.A. / „weiss nicht“	4x
total	136x

Bei über 80% der Fragebogen stösst die Idee auf keine Gegenliebe. Da auch im Übrigen die Antworten nicht nur rein positiv ausfallen, sollte eine Angebotsplanung in diesem Bereich sorgfältig abgewogen werden, um den Charakter des ‚echten Pilgers‘ nicht unnötigerweise in Mitleidenschaft zu ziehen. Schliesslich gibt es fixfertige Paketlösungen für den Konsumenten ja bereits auf anderen Weitwanderrouten...

## 10. Lehren aus der vorliegenden Erhebung

Eigentlich ist es bei sozialwissenschaftlichen Untersuchungen üblich, die Erhebungsinstrumente – wie eben Fragebogen – zunächst in kleinerem Rahmen zu testen, um deren Kinderkrankheiten ausmerzen zu können (siehe dazu beispielsweise Diekmann 2000, wo diese Phase als ‚Pretest‘ bezeichnet wird). Bei der vorliegenden Erhebung, die in sehr kurzer Zeit auf die Beine gestellt wurde, war das leider nicht möglich, und die Befragungen mussten daher mit nicht-optimierten Fragebogen durchgezogen werden.

Da bei der *Pilgerbefragung* die Fragebogen immer vom Interviewer selber ausgefüllt wurden, liessen sich die auftauchenden Mängel mittels Instruktion und Übung der mitarbeitenden Befrager abfedern.

Bei der *Gästebefragung* stellte sich heraus, dass scheinbar logisch gestellte Fragen von vielen Pilgern nicht korrekt verstanden wurden; überdies fehlte eine Erfassung der genauen Zahl von Personen. Letzteres wäre vorzugsweise von den Gastgebern beim Einchecken und gleichzeitigem Abgeben des Fragebogens auszuführen – doch muss man sich hier überlegen, wie den Gastgebern auch ein unmittelbarer Nutzen vermittelt werden kann, denn sie haben begreiflicherweise viel anderes zu erledigen und warten nicht darauf, gratis und franko bei der Durchführung von Umfragen, die sich zudem über Monate hinziehen, mitzuwirken.

In der *Betriebsbefragung* zeigte sich, dass recht oft Fragen schlicht nicht beantwortet wurden.

Natürlich bringt die Durchführung der ‚Pretests‘ einen gewissen Aufwand mit sich, aber dieser zahlt sich aus, da man so mit der Befragungssituation bereits vertraut wird und zudem spätere Probleme wesentlich verringert werden können. Unter dem Kapitel Aufwand wäre ausserdem zu bedenken:

Eine *Pilgerbefragung*, wie sie hier durchgeführt wurde, bedingt hohe Präsenzzeiten vor Ort; das Wetter wird nicht immer angenehm und das Warten auf Pilger nicht immer kurzweilig sein; es empfiehlt sich übrigens, zumindest an stark frequentierten Tagen, doppelt besetzte Schichten vorzusehen.

Wenn, wie bei der hier ausgewerteten *Gästebefragung*, Fragebogen in Hotels, Herbergen, bei Privatzimmeranbietern usw. aufgelegt werden, sollte man die logistischen Bemühungen beim Verteilen, Nachliefern und Einsammeln der Fragebogen nicht unterschätzen (Ruhetage / Saisonbeginn eventuell später / Saisonende eventuell früher). Zu häufige Telefonate mit den Gastgebern sind zu vermeiden, sonst läuft man Gefahr, allzu aufdringlich zu werden.

Bei der *Betriebsbefragung* erwies sich eine Nachfassaktion weit nach Ablauf des ursprünglich angesetzten Einsendetermins als unvermeidlich.

Noch ein allerletzter Hinweis: Wer eine Erhebung ganz gründlich vorbereiten will, kann in einzelnen Abschnitten des Taschenbuchs von Diekmann (2000) sowie, für Wertschöpfungsstudien, im nicht eben leicht zu beschaffenden pragmatischen Leitfaden von Rütter et. al. (1996) unter Umständen wertvolle Anregungen finden.

## **D. Anhang**

### **A1 Literaturverweise**

**Diekmann, Andreas** (2000) [1995]: Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.

**Kunz, Bruno** (1999): Touristische und volkswirtschaftliche Bedeutung des Wanderns im Kanton Bern. Lizentiatsarbeit, Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF), Universität Bern.

**Niedermoser, Stefan** (2006/07): Fragebogenauswertung Pilgerherbergen. Regio Tech / Projektmanagement Jakobsweg-Tirol.

**Rütter, Heinz, Doris Guhl, Hansruedi Müller** (1996): Wertschöpfer Tourismus. Ein Leitfaden zur Berechnung der touristischen Gesamtnachfrage, Wertschöpfung und Beschäftigung in 13 pragmatischen Schritten. Bern / Rüschiikon: Rütter Wirtschaftsberatung.

**Rütter, Heinz, Hansruedi Müller, Doris Guhl, Jürg Stettler** (1995): Tourismus im Kanton Bern. Wertschöpfungsstudie. Berner Studien zu Freizeit und Tourismus, Heft 34. Bern: Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF) der Universität Bern.

**Rütter-Fischbacher, Heinz** (1991): Wertschöpfung des Tourismus in der Schweiz. Bern: Schriftenreihe des Bundesamtes für Industrie, Gewerbe und Arbeit (BIGA).

### **A2 Fragebogen**

Auf den folgenden Seiten sind die Fragebogen dargestellt, welche bei den im vorliegenden Bericht ausgewerteten Erhebungen benutzt wurden.

Zu beachten: Es handelt sich um die nicht-optimierten Originaldokumente! Sollten diese für weitere Studien Verwendung finden, so müssen allfällige Mängel zunächst noch ausfindig gemacht und beseitigt werden (siehe dazu auch die Ausführungen in Abschnitt 10).

# Pilgerfragebogen



Anzahl Personen: \_\_\_\_\_ Kinder/Jugendliche; \_\_\_\_\_ Frauen; \_\_\_\_\_ Männer  
⇐ unterwegs als:  Einzelperson  Paar  Familie  Gruppe

Start heute ab welchem Ort? \_\_\_\_\_

Start gestern ab welchem Ort? \_\_\_\_\_

⇐ Übernachtung von gestern auf heute:  Hotel  Gasthaus/Herberge  
 Privatzimmer/B&B  Bauernhof  andere: \_\_\_\_\_

Start vorgestern ab welchem Ort? \_\_\_\_\_

⇐ Übernachtung von vorgestern auf gestern:  Hotel  Gasthaus/Herberge  
 Privatzimmer/B&B  Bauernhof  andere: \_\_\_\_\_

Herkunft:  dt.CH  fr.CH  it.CH  D  Oe  \_\_\_\_\_

Seit wievielen Tagen in der Schweiz unterwegs als Wanderer? \_\_\_\_\_

Zielort der Wanderung heute? \_\_\_\_\_

Destination der (Pilger-)Wanderung? \_\_\_\_\_

Ausgaben **pro Tag** während der letzten paar Tage, **für alle oben angegebenen Personen zusammen**:

wieviel total ? Fr. \_\_\_\_\_

⇐ wieviel davon: für Essen und Trinken in Gasthöfen? Fr. \_\_\_\_\_

zum Einkauf regionaler Produkte? Fr. \_\_\_\_\_

ausgegeben in Migros/Coop usw.? Fr. \_\_\_\_\_

ausgegeben in Spezialgeschäften? Fr. \_\_\_\_\_

Benutzung des Schiffs auf dem Thunersee?  ja  nein

Sonstige Ausflüge in unserer Region gemacht oder noch geplant?  ja  nein

Wie auf den JAKOBSWEG aufmerksam geworden?

übers Internet  über Radio/TV  über Printmedien  über Literatur  
 vom Hörensagen  sonstiges: \_\_\_\_\_

Wie sich informiert bzw. vorbereitet auf die Wanderung?

mittels der Broschüre  mittels Internet  mit der Landeskarte  
 sonstiges: \_\_\_\_\_  (nicht nötig)

Motivation der Wanderung? \_\_\_\_\_

Alter? (bei Familien: jenes der Eltern; bei Gruppen: jenes der Mehrheit!)

<25  ca. 25 – 45  ca. 45 – 65  Rentenalter

Beruf der ältesten Person? \_\_\_\_\_

Standort:

- Manorfarm
- Rüeggisberg

Datum: \_\_\_\_\_

Uhrzeit ca.: \_\_\_\_\_

Brünig/Brienz

Tage Kt.BE

Pers.

Øp.Tag u.Pers.

<input type="checkbox"/>					
<input type="checkbox"/>					
<input type="checkbox"/>					
<input type="checkbox"/>					
<input type="checkbox"/>					

Δ =

- Wanderer
- Tagespilger
- Genusspilger
- Pilger in Lebensübergängen
- Gruppenpilger
- Langzeitpilger

Sektor:  I

II  III  IV

-----  
 FA  Dipl.

Auf der Rückseite: Anregungen, praktische Tagesgestaltung der Pilger, usw.

**Gästefragebogen**

Sehr geehrter Gast,

In der Absicht, den Zufriedenheitsgrad unter den Pilgern zu ermitteln, führt die Projektleitung der Jakobswege eine Umfrage durch. Daher möchten wir Sie bitten, die folgenden Fragen zu beantworten – Sie helfen uns damit, die Qualität unserer Tätigkeiten weiter zu verbessern...

 1. Sind Sie  alleine unterwegs? Oder  mit einem Partner? Oder  mit Ihrer Familie? Oder  in einer Gruppe?

2. Wo haben Sie Ihre (Pilger-)Wanderung aufgenommen? Staat: \_\_\_\_\_

Ortschaft: \_\_\_\_\_

 3. Worin besteht die Motivation Ihrer Wanderung? \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

4. Seit wievielen Tagen sind Sie bereits in der Schweiz unterwegs? \_\_\_\_\_

Und wieviele Tage planen Sie, sich in der Schweiz aufzuhalten? \_\_\_\_\_

 5. Welchen Zielort möchten Sie auf Ihrer (Pilger-)Wanderung erreichen?  
 \_\_\_\_\_

 6. Wieviel gaben Sie in den letzten Tagen pro Tag ungefähr aus?

<sup>TM</sup>  für sich alleine CHF \_\_\_\_\_

<sup>TM</sup>  insgesamt zusammen mit Ihren Begleitpersonen:  
 bitte geben Sie hier die Anzahl Ihrer Begleitpersonen an: \_\_\_\_\_

 7. Entsprechen diese Tagesausgaben Ihrer Planung?  
 ja     nein, sie sind höher     nein, sie sind tiefer

 8. Wie schwer wiegt Ihr Gepäck? \_\_\_\_\_  
 Würden Sie es lieber transportieren lassen?     ja     nein

 9. Mit welchem Reiseführer oder welchen Reiseführern sind Sie unterwegs?  
 Broschüre "Unterwegs sein auf dem Jakobsweg"     Ausdruck von Internetseiten  
 geographischen Karten     anderem, nämlich: \_\_\_\_\_

**Vielen Dank für Ihre wertvolle Mitarbeit!**

 Bitte geben Sie hier noch das heutige Datum an: \_\_\_\_\_ 2008

 10. Zu guter letzt: Nennen Sie ein eindrückliches Erlebnis auf Ihrer Reise!  
 (← bitte schreiben Sie Ihre Schilderung auf die Rückseite dieses Blattes...)  
 ← Darf diese Schilderung auf unseren Internetseiten [www.jakobsweg.ch](http://www.jakobsweg.ch) und [www.jakobswege.net](http://www.jakobswege.net) veröffentlicht werden?     ja     nein

**BITTE LEER LASSEN!**
 CH Kt.    
 D  
 Oe  
 \_\_\_\_\_

 W  
 TP  
 GenP  
 P.i.Lü  
 GrP  
 LzP

 Pers.  

 Øp.T.      

 T.CH

**Questionnaire for guests**

Dear guest,

in the intention to assess the level of satisfaction among the pilgrims, the Project management of the Way of St. James is proceeding to an inquiry. Therefore you are kindly requested to answer the following questions – doing so you will help us to further improve the quality of our activities...

 1. Are you  hiking alone? Or  with a partner? Or  with your family?  
 Or  within a group?

 2. Where did you start your (pilgrim-)walk? Country: \_\_\_\_\_  
 locality: \_\_\_\_\_

 3. What is your main motivation for your pilgrimage? \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

 4. How many days have you been so far in Switzerland? \_\_\_\_\_  
 And how many days did you plan to stay in Switzerland? \_\_\_\_\_

5. What is your final destination? \_\_\_\_\_

 6. What has been your daily expenditure during the last days? CHF \_\_\_\_\_  
 ⇐  for you alone  
 ⇐  all together with your fellow travellers:  
 please indicate here their number: \_\_\_\_\_

 7. Is this expenditure in line with your budget?  yes  no, it's more  no, it's less

 8. What's the weight of your baggage? \_\_\_\_\_  
 Would you like to have it transported?  yes  no

 9. What itinerary or itineraries are you following?  
 the Way of St. James's booklet  printings of websites  
 maps  other, namely: \_\_\_\_\_

**Thank you very much for your esteemed collaboration!**

To conclude, please indicate here the date of today: \_\_\_\_\_, 2008

 10. Last but not least: Would you like to describe an impressive event on your trip?  
 (⇐ please use the back side of this sheet for answering...)  
 ⇐ Do you allow us to publish that story on our websites [www.jakobsweg.ch](http://www.jakobsweg.ch) and [www.jakobswege.net](http://www.jakobswege.net) ?  yes  no

 PLEASE  
 DON'T WRITE  
 IN HERE!

 CH Kt.    
 D  
 Oe  
 \_\_\_\_\_

 W  
 TP  
 GenP  
 P.i.Lü  
 GrP  
 LzP

 Pers.  

 Øp.T.    

 T.CH

## Promemoria

Die Projektleitung der Europäischen Jakobswege führt von April bis August 2008 eine Frequenzstudie durch, um den Entwicklungsstand, die Wertschöpfungseffekte sowie Verbesserungspotentiale längs des Jakobswegs zu ermitteln.

Ein wichtiger Pfeiler dieser Studie besteht darin, die im Raume Brünig/Brienz zum Übernachten absteigenden Pilger so vollständig wie möglich zu erfassen.

Wir möchten Sie als Gastgeber deshalb wie folgt um Ihre Mithilfe ersuchen:

- 1. Bitte fragen Sie ankommende Übernachtungsgäste, ob sie (als Pilger) auf dem Jakobsweg unterwegs seien.**
- 2. Wenn ja, so lassen Sie diese Gäste den beiliegenden Fragebogen ausfüllen.**  
(Bei Paaren und Familien reicht jeweils 1 Fragebogen für alle betreffenden Personen zusammen; bei Gruppen werden – je nach Grösse oder Zusammensetzung – unter Umständen vielleicht mehrere Fragebogen nötig sein.)
- 3. Bitte bewahren Sie die ausgefüllten Fragebogen sorgfältig auf.**  
Die untenstehende Kontaktperson wird sich mit Ihnen in Verbindung setzen und die Fragebogen abholen kommen.

Nebst den deutschsprachigen Fragebogen ist auch eine beschränkte Anzahl Formulare in englischer Sprache verfügbar.

Die Erhebungsperiode läuft bis zum 31. August 2008.

Falls Sie Auskünfte benötigen oder aber die Fragebogen auszugehen drohen, wollen Sie sich bitte an folgende Kontaktperson wenden:

**Stephan Dähler**  
Hinter der Burg 6  
3600 Thun

**Tel. 033 222 94 47**

Besten Dank im Voraus für Ihre wertvolle Mithilfe! Sofern Sie dies wünschen, werden Ihnen die Schlussergebnisse unserer Frequenzstudie zur Verfügung gestellt werden.

**Betriebsfragebogen**

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Projektleitung Jakobswege führt dieses Jahr eine Erhebung durch, um Entwicklungsstand und Wertschöpfungseffekte dieses Tourismusangebots zu ermitteln. Ihre Informationen helfen uns dabei, die Qualität der Servicekette auf dem Jakobsweg verbessern zu können. Deshalb möchten wir Sie bitten, den vorliegenden Fragebogen auszufüllen und **bis spätestens am 15. Mai 2008** zurückzusenden an:

 Projektleitung Europäische Jakobswege  
 Frau Claire Haltner  
 Volkswirtschaftskammer Berner Oberland  
 Jungfraustrasse 38  
 3800 Interlaken

 1. In welchem Kanton liegt Ihr Betrieb?  

 2. Wie würden Sie den Standort Ihres Betriebes charakterisieren?  
 Stadt oder Agglomeration  ländlich (Mittelland)  
 voralpines Hügelgebiet  Voralpen

 3. Wie würden Sie Ihren Betrieb / Ihre Unterkunft klassieren?  
 Hotel  Gasthof / Herberge  
 Privatzimmer / Bed & Breakfast  
 Bauernhof  anders: \_\_\_\_\_

 4. Wie viele Beschäftigte arbeiteten in Ihrem Betrieb während des letzten Winters (Nov. – Apr.) bzw. während des letzten Sommers (Mai – Okt.)?  

	im Winter	im Sommer
➤ Vollzeitbeschäftigte (90% und mehr der betriebsüblichen Arbeitszeit):	_____	_____
➤ Teilzeitbeschäftigte (50% - 89% der betriebsüblichen Arbeitszeit):	_____	_____
➤ Teilzeitbeschäftigte (weniger als 50% der betriebsüblichen Arbeitszeit):	_____	_____

 5. Haben Sie in den vergangenen Jahren und/oder Monaten Pilger beherbergt?  
 ja  nein  
 ➤ wenn ja, wie viele Pilger im Durchschnitt pro Monat?  1 bis 5  5 bis 10  mehr als 10

 6. Ist Ihre Unterkunft mit der Tafel "Pilgerherberge" gekennzeichnet?  
 ja  nein

 7. Bieten Sie spezielle Pilgerangebote (z.B. günstigeres Essen, etc.) an?  
 nein  selten  manchmal  oft  
 wenn ja, werden diese dann meistens auch angenommen?  
 ja  nein

➤ bitte wenden!



**Questionnaire pour les entreprises**

Mesdames et Messieurs,

La Direction du projet "Chemins de St Jacques" est en train de réaliser cette année une enquête afin d'établir l'état de développement et les effets de plus-value de cette offre touristique. Vos informations nous aideront d'améliorer la qualité de la chaîne de service le long du Chemin de St Jacques. Nous vous prions donc de bien vouloir remplir ce questionnaire et de nous le renvoyer **jusqu'au 15 mai 2008 le plus tard à:**

Projektleitung Europäische Jakobswege  
z.H. Claire Haltner  
Volkswirtschaftskammer Berner Oberland  
Jungfraustrasse 38  
3800 Interlaken

1. Dans quel Canton est située votre entreprise?
  
2. Comment caractérisiez-vous l'emplacement de votre entreprise?
 

<input type="checkbox"/> ville ou agglomération	<input type="checkbox"/> région rurale du plateau
<input type="checkbox"/> zone collinaire préalpine	<input type="checkbox"/> Préalpes ou Jura
  
3. Comment caractérisiez-vous votre entreprise / votre logement?
 

<input type="checkbox"/> hôtel	<input type="checkbox"/> auberge / bistro
<input type="checkbox"/> chambre privée / Bed&Breakfast	
<input type="checkbox"/> ferme	<input type="checkbox"/> autre: _____
  
4. Combien d'employé(e)s ont travaillé(e)s chez votre entreprise pendant l'hiver passé (Nov. – Avr.), respectivement pendant l'été passé (mai – oct.)?
 

	en hiver	en été
➤ à plein temps (90% et plus des heures de travail usuelles)	_____	_____
➤ à temps partiel (50% - 89% des heures de travail usuelles)	_____	_____
➤ à temps partiel (moins de 50% des heures de travail usuelles)	_____	_____
  
5. Avez-vous logé des pèlerins pendant les dernières années et/ou les dernières mois?
 

<input type="checkbox"/> oui	<input type="checkbox"/> non	
➤ en cas affirmatif, combien de pèlerins en moyenne par mois?		
<input type="checkbox"/> de 1 a 5	<input type="checkbox"/> de 5 a 10	<input type="checkbox"/> plus de 10
  
6. Est-ce que votre logement est marqué avec l'écriteau "logement pour pèlerins"?
 

<input type="checkbox"/> oui	<input type="checkbox"/> non
------------------------------	------------------------------
  
7. Offrez-vous des arrangements spéciaux pour pèlerins (p.ex. des repas économiques)?
 

<input type="checkbox"/> non	<input type="checkbox"/> rarement	<input type="checkbox"/> parfois	<input type="checkbox"/> souvent
➤ en cas affirmatif, ces offres sont-elles acceptées habituellement?			
<input type="checkbox"/> oui	<input type="checkbox"/> non		

➤ tourner s.v.p.

- 7a. Si vous offrez des repas speciaux pour pèlerins:  
 Quel est le prix moyen que vous demandez pour un tel repas? Fr. \_\_\_\_\_
8. À combien évaluez-vous le pourcentage de votre chiffre d'affaires  
 réalisé grâce aux pèlerins? (Estimation approximative suffit!) \_\_\_\_\_ %
9. Dès le 1995, le chiffre d'affaires réalisé par les pèlerins a-t-il / est-il:  
 augmenté de 1% - 5%       augmenté de 5% - 10%?       augmenté de plus de 10%?  
 resté plus ou moins le même?       diminué?
10. Quelles expériences avez-vous fait avec les hôtes pèlerins jusqu'à présent?  
 des expériences positives       des expériences neutres  
 des expériences négatives       pas d'expériences du tout
11. Quelles sont les particularités des hôtes pèlerins? \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_
12. Est-ce que vous vous êtes déjà mis en route au Chemin de St-Jacques, ou avez-vous l'intention de  
 le faire encore?       oui       non       peut-être
13. Vos suggestions, conseils, désirs:  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**Nous vous remercions beaucoup de votre précieuse collaboration!**

Pour des renseignements, veuillez indiquer votre no. de téléphone:

Si vous désiriez recevoir les résultats de notre enquête (en allemand): veuillez donner votre adresse...

\_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**PRIÈRE DE LAISSER EN BLANC!**

VZAe    WS       'PiWS'