



## **BSP FORSCHUNGSBERICHTE**

# **Auf den Spuren des Jakobsweges**

**Das Geschäftsmodell Jakobsweg zwischen  
Kommerz und Spiritualität**

Andreas Braun (Hrsg.)



Andreas Braun (Hrsg.)

**Auf den Spuren des Jakobsweges**  
Das Geschäftsmodell Jakobsweg zwischen  
Kommerz und Spiritualität

BSP Forschungsberichte | Heft 2

HPB Verlag | 2017

BSP Business School Berlin

Redaktion: Herbert Fitzek, Nicola Sernow, Natalie Helene von Stülpnagel

**Andreas Braun (Hrsg.)**

**Auf den Spuren des Jakobsweges**

Das Geschäftsmodell Jakobsweg zwischen  
Kommerz und Spiritualität

BSP Forschungsberichte | Heft 2

HPB Verlag: Berlin

Umschlaggestaltung: Natalie Helene von Stülpnagel

Druck + Bindung: [www.epubli.de](http://www.epubli.de)

Gender-Hinweis:

Status- und Funktionsbezeichnungen gelten in diesem Dokument jeweils für alle Geschlechter.



## INHALT

- |           |   |      |
|-----------|---|------|
| <b>01</b> | Forschungsprogramm: Management im Wandel  | S.5  |
| <b>02</b> | Die Autoren   | S.7  |
| <b>03</b> | Andreas Braun<br>Ein persönliches Vorwort   | S.13 |
| <b>04</b> | Andreas Braun<br>Co-Creation auf dem Jakobsweg  | S.17 |
| <b>05</b> | Herbert Fitzek, Magdalena Wottke, Natalie Helene von Stülpnagel<br>Der Jakobsweg als Alltagskompass | S.25 |
| <b>06</b> | Vivien Chopurian, Christine Kästel<br>»Heilung braucht Zeit«  | S.35 |
|           | Literaturverzeichnis  | S.46 |
- 
- 

## 01 Forschungsprogramm: Management im Wandel

An allen wissenschaftlichen Hochschulen gehört die Forschungsorientierung zu den wichtigsten Qualitätskriterien der akademischen Praxis. Unter dem Motto »Management im Wandel« entwickeln Professoren der BSP mit ihren frühzeitig in die Forschungspraxis integrierten Studierenden fortlaufend konkrete Projektideen und Forschungsansätze zu Fragen aus Betriebswirtschaftslehre, Kommunikationswissenschaft und Wirtschaftspsychologie.

Die anwendungsorientierte Forschungspraxis verdichtet sich in Projekten, die über den Fokus des Studienbetriebs hinausgehen und in denen Lehrende unserer Hochschule mit Kooperationspartnern aus Wissenschaft und Wirtschaft konkrete Fragestellungen des öffentlichen oder privatwirtschaftlichen Interesses erforschen. Die zentralen Forschungsprojekte der BSP verbindet ein gemeinsames Managementverständnis, das wirtschaftliche Prozesse als komplex strukturierte Verständigungsprozesse zwischen Menschen verschiedener fachlicher und kultureller Herkunft begreift sowie verschiedenartige Szenarien des Managements demzufolge auf der Grundlage verhaltenswissenschaftlicher und psychologischer Konzepte modelliert. Zur Schärfung ihres Forschungsprofils zentrieren sich die

Fragestellungen der Managementforschung an der BSP unter drei interdisziplinär relevanten Forschungsthemen:

### Management und Psychologie

Der Erfolg wirtschaftlicher Gebilde (Unternehmen, Organisationen) ist davon abhängig, dass Menschen sich allein, in Beziehung zu anderen und auf die Arbeits- und Lebenskulturen der Gesamtgesellschaft definieren und einrichten. Forschung im Bereich »Management und Psychologie« setzt voraus, die Bedürfnisse, Einstellungen und Verhaltensweisen von Individuen einschätzen und in Beziehung setzen zu können, wie andererseits auch, Prozesse im Ganzen von Lebenswelten und Kulturen zu thematisieren und mit quantitativen und qualitativen Methoden wissenschaftlich zu analysieren.

### Innovations-, Infrastruktur- und Medienmanagement

Businessprozesse in digital und global strukturierten Märkten sind hochgradig geprägt von technologischen und Prozessinnovationen, von infrastrukturellen Voraussetzungen und von medialen bzw. kommunikativen Kompetenzen der Marktakteure. Neue Technologien, veränderte Umweltbedingungen, aber auch die Verknappung der Humanressourcen generieren in Unternehmen und Organisationen neue Produktbereiche, neue Organisationsformen, neue Managementprozesse, aber auch neue Kommunikationsstrukturen. Dies betrifft zunehmend auch kleine und mittelständische Unternehmen.

In der Reihe »BSP Forschungsberichte« werden zentrale Ergebnisse der hochschuleigenen Forschung dokumentiert. Damit werden aktuelle Entwicklungen des »Managements im Wandel« gegenüber der Öffentlichkeit, ihren Kooperationspartnern und der Scientific Community zur Diskussion gestellt. Wissenschaftler der Hochschule erhalten so Gelegenheit zur Stellungnahme im Bereich Management und Psychologie. Gleichzeitig wird der wissenschaftliche Nachwuchs zur Teilnahme am Forschungsdiskurs ermutigt. Die Reihe »BSP Forschungsberichte« ist als offene Reihe konzipiert und die Publikation erscheint unregelmäßig im HPB-Verlag.

Im vorliegenden Forschungsbericht dokumentiert Prof. Dr. Andreas Braun die Ergebnisse einer von ihm initiierten Forschungsreise mit Studierenden der BSP Business School Berlin, der MSB Medical School Berlin und der MSH Medical School Hamburg auf den Spuren des Jakobsweges nach Santiago de Compostela. Als Feldforschung mit und unter Pilgern folgen sie dem Geschäftsmodell Jakobsweg zwischen Kommerz und Spiritualität. Den aktuellen Reiz des »Ich bin dann mal weg!« beleuchten die Beiträge des Forschungsberichtes unter verschiedenen sozialwissenschaftlichen und psychologischen Fragestellungen mithilfe unterschiedlicher methodischer Settings.



Prof. Dr. Herbert Fitzek  
Prorektor

### Prof. Dr. Herbert Fitzek

Herbert Fitzek, Jahrgang 1957, ist Wirtschafts- und Kulturpsychologe und Prorektor an der BSP Berlin. Er hat nach dem Studium der Psychologie an der Universität zu Köln promoviert und sich über psychologische Forschungsmethoden habilitiert. Praktische Erfahrungen sammelte er in Projekten zur Organisationskulturanalyse, Organisationsberatung und Führungskräfteentwicklung von großen und mittleren Unternehmen (Daimler, Telekom, Siemens). Als approbierter Psychotherapeut engagiert er sich in Theorie und Praxis für tiefenpsychologische Modelle des Veränderungsmanagements in Unternehmen und Organisationen.





## Prof. Dr. Andreas Braun

Prof. Dr. Andreas Braun, Jahrgang 1975, ist studierter Diplomkaufmann und Studiengangsleiter Business Administration an der BSP Berlin. Er promovierte nach seinem Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Bergakademie Freiberg und der Central European University Business School Budapest an der Universität Potsdam zum Thema Open Innovation Management. Praktische Erfahrungen sammelte er als Tageszeitungsjournalist, Press Manager, Unternehmensberater und Leiter von Forschungsprojekten zu den Themen Open Innovation und Business Model Innovation.



## Magdalena Wottke



Magdalena Wottke ist Wirtschaftspsychologie-Studentin im 4. Semester an der BSP in Berlin. »Ich bin Jahrgang 1996 und stamme ursprünglich aus dem Münsterland, bevor es mich für mein Studium nach Berlin zog. Meine Motivation, das Forschungsprojekt zu begleiten, war auf jeden Fall die fachliche und körperliche Herausforderung auf dem Weg. Ich bin unsagbar froh, dass ich ein Teil des Projektes sein durfte und über meine eigenen (vor allem körperlichen) Grenzen hinauswachsen konnte. Besonders eindrucksvoll und bereichernd war der Kontakt mit den Pilgern in Interviews, aber auch während des Wanderns.«

## Natalie Helene von Stülpnagel

Natalie Helene von Stülpnagel studiert im 4. Semester Wirtschaftspsychologie an der BSP in Berlin. »Ich bin dann mal weg!« ist der Spruch von Hape Kerkeling, der meist relativ schnell mit dem Jakobsweg verbunden wird. Doch was steckt dahinter? Wieso gehen die Menschen diesen Weg? Wann legt man heutzutage noch solche Distanzen zu Fuß zurück? Als das Forschungsprojekt ausgeschrieben wurde, hat es sofort mein Interesse geweckt. Es war eine ausgezeichnete Möglichkeit, die Beweggründe anderer Pilger zu erforschen, sich selbst näher zu kommen und den Ablauf eines Forschungsprozesses kennenzulernen. Meine größte Erkenntnis auf dem Camino war, dass der Weg etwas »Bewegendes« hat. Man bewegt sich nicht nur täglich vorwärts, um seine Distanzen zurückzulegen, sondern das Seelische kommt ebenfalls in »Bewegung«. Die Vielfältigkeit des Jakobsweges durch die malerischen Landschaften, mit kleinen (teilweise verlassenen) Dörfern und den unterschiedlichen Personen hat mich während des Wanderns fasziniert. Der Rückblick auf unsere Forschungsergebnisse hat mich zu der erstaunlichen Erkenntnis gebracht, dass die Pilger aus unterschiedlichen Ländern viel gemeinsam haben. Ich würde jeden ermutigen, sich auf den Weg zu machen, um diese Erfahrung selbst zu erleben. In diesem Sinne: »Buen Camino!«



## Christine Kästel

Christine Kästel ist Psychologie-Studentin an der MSB im 3. Semester. »Unter dem Motto Der Weg ist das Ziel haben wir gemeinsam unsere Wanderung angetreten und nun, einige Zeit danach, zehre ich immer noch von meinen Erinnerungen. Einen kleinen Ausbruch aus dem Alltag zu finden war für mich ein klares Ziel und ich wollte beim Laufen den Kopf frei bekommen. Auf dem Jakobsweg habe ich nochmal ein ganz neues Gefühl für Zeit und Raum bekommen. Fern ab von der Großstadt in Berlin habe ich ein Land neu kennengelernt, Freiheit gespürt und neue Freundschaften geschlossen. Hinsichtlich meines Psychologie-Studiums hat mich der Weg auch sehr bereichert. Ich habe tolle Persönlichkeiten kennengelernt, viel mitgenommen und verstanden, was wirkliches Durchhaltevermögen bedeutet. Dazu gehört es, den Strapazen einer solchen Wanderung zu trotzen durch seinen Willen und die Widerstandsfähigkeit des eigenen Körpers. An manchen Tagen brachte mich der Camino an meine eigenen Grenzen und so bekam ich die Chance, über diese hinaus zu wachsen. Ich wurde definitiv vom Lauffieber angesteckt, und ich werde nicht das letzte Mal gesagt haben: Ich bin dann mal weg.«



## Vivien Chopurian



Vivien Chopurian ist Psychologie-Studentin im 5. Semester an der MSB. »Über meine Grenzen hinauszuwachsen, etwas Neues auszuprobieren und zwei intensive Wochen in einer unglaublichen Umgebung mit interessierten Menschen zu erleben, motivierte mich, mit dem Team von Andreas Braun auf den Jakobsweg zu gehen. Das Erlebnis war einmalig: Wir wuchsen als Forschungsgruppe eng zusammen, wir durften anderen Pilgern sehr nah kommen, und jeden Tag ein kleines Erfolgserlebnis verbuchen, indem wir eine neue Etappe geschafft zu haben. Für mich persönlich waren diese zwei Wochen, aufgrund der Möglichkeit seinen Gedanken nachzugehen, auch zwei Wochen der Ruhe. Jeden Tag nur die Aufgabe des Laufens und Wanderns zu haben, ließ mich wieder in Einklang mit mir selbst werden. Der Jakobsweg ist für jeden Pilger eine sehr persönliche Erfahrung, jeder nimmt sein ganz eigenes Souvenir mit: Ob den Stolz, jeden Tag 25 km gelaufen, in Kontakt mit fremden Menschen getreten zu sein; sich seinen Gedanken gestellt, sich anderen geöffnet oder seine körperlichen Grenzen ausgetestet zu haben. Der Weg gibt einem so viele Möglichkeiten, achtsam mit sich und der Umwelt zu interagieren und die »Leichtigkeit des Seins zu erleben.«



## 03 Ein persönliches Vorwort

von Andreas Braun

**»Wir sind dann mal forschen!« So verabschiedeten sich im April 2016 neun Studierende der BSP, der MSB und der MSH mit den Betreuern Prof. Dr. Andreas Braun und Dr. Alexander Trefz auf eine 14-tägige Forschungsreise nach Spanien. Unter dem Titel »Geschäftsmodell Jakobsweg zwischen Kommerz und Spiritualität« erwanderten und erforschten sie die letzten, knapp 300 Kilometer zwischen Astorga und Santiago de Compostela. Eine Auswahl der Forschungsergebnisse wird in diesem Forschungsbericht präsentiert.**

Meist ist der Jakobsweg näher als gedacht. Von meinem Büro in der BSP müsste ich nur ein paar Straßenzüge Richtung Süden gehen und nach drei, vier Kilometer wäre ich (wieder) auf dem Jakobsweg, der aus Richtung Polen kommt und weiter nach Spanien führt. Bis Santiago de Compostela sind es dann nur noch 3000 Kilometer. Was spricht eigentlich dagegen, den Rucksack zu packen, die Pilgermuschel umzuhängen, die Wanderschuhe zu schnüren, und einfach mal (wieder) loszulaufen... ?

Das Schöne am Jakobsweg ist, dass Pilger fast überall »einsteigen« können. Dieser Pilgerweg kennt keinen fest definierten Startpunkt, nur ein (mehr oder weniger gut) definiertes Ziel: Santiago de Compostela (siehe dazu auch: Sanchez-Carretero, 2015). Hinzu kommt, dass seit 30 Jahren das Netz aus mehr oder weniger historisch gesicherten Routen in Europa wächst. Nicht immer sind die ausgewiesenen Wege unumstritten unter Historikern, kommunalen Würdenträgern und Geschäftsleuten.

Ob der Weg direkt durch den Ort führt oder nur am Rand vorbei, wirkt sich signifikant auf die Zahl der verweilenden und übernachtenden Pilger aus. Mit jedem Schritt nach Santiago de Compostela wird deutlicher, dass der Jakobsweg auch ein Geschäft ist. Die Menschen entlang des We-

ges leben von und mit den Pilgern. Und das immer besser (siehe dazu auch: Fernandez et al., 2016; Lado-Sestayo et al., 2016).

Damit veränderte sich auch die Wahrnehmung der Bewohner entlang des Jakobswegs auf die Pilger. »Vor 30 Jahren waren das Penner für uns, ungepflegt und ein bisschen verrückt«, erzählt ein Herbergsvater, der seit fast 50 Jahren im galizischen Dorf O Cebreiro lebt. »Heute sind die Pilger gern gesehen, auch weil sie Geld bringen.«

In der Kathedrale von Santiago de Compostela liegen mutmaßlich die Gebeine des Apostels Jakobus, der 44 nach Christus in Judäa enthauptet wurde (z.B. Gitlitz/Davidson, 2000). Nach Galizien kam Jakobus, weil ihn seine Jünger – einer der unzähligen Legenden zufolge – in einem Schiff ohne Besatzung beisetzen, das später an der galizischen Atlantikküste angeschwemmt wurde. Durch Quellen gesichert ist, dass sich die Grabstätte in Santiago de Compostela ab dem Mittelalter neben Rom und Jerusalem zum Ziel christlicher Pilgerschaft entwickelte. 1987 wurde der Hauptweg, der Camino Frances, vom Europarat zur ersten europäischen Kulturstraße ernannt, und seit 1993 zählt er zum Weltkulturerbe der UNESCO (siehe dazu auch: Sanchez-Carretero, 2015).

Für Puristen ist Santiago nur eine Zwischentappe ins rund 90 Kilometer entfernte Finisterra (abgeleitet von lateinisch finis terrae für »Ende der Erde«) an der spanischen Atlantikküste. Am Cap Finisterra ist wirklich Schluss, außer der Pilger dreht auf dem Absatz um und wandert den entgegengesetzten Weg zurück nach Hause – was immer wieder mal vorkommen soll.

Interessant ist, dass der Weg nach Finisterra wohl schon in vorchristlicher Zeit als eine Art Initiationsritus existierte. Der Pilger ging als Jüngling ans Ende der Welt und kam als Mann nach Hause zurück. Die frühen Christen deuteten den heidnischen Ritus um und verpassten der Wanderung einen religiösen »Anstrich« (siehe dazu auch: Bohlman, 1996; Stopford, 1994).

Der Jakobsweg liegt im Trend (siehe dazu auch: Oviedo et al., 2014; Raj/Griffin, 2015). In Deutschland machte Hape Kerkeling den Camino Frances vom französischen Pyrenäendorf Saint-Jean-Pied-de-Port bis Santiago de Compostela mit seinem Buch »Ich bin dann mal weg« berühmt. Nach Erscheinen des wunderbaren Reiseberichts 2006 zogen die Deutschen ihre Wanderschuhe an und stapften los. Sie bildeten mit etwa 18.800 Pilgern jährlich, nach Spaniern (122.387) und Italienern (22.148), die drittgrößte Pilgergruppe (Oficina Peregrino, 2016).

Solche sprunghaften Anstiege – für Deutschland lässt sich zweifellos einen Kerkeling-Effekt feststellen – sind nicht neu: Paulo Coelho »O Diário de Um Mago« aus dem Jahr 1987 sorgte dafür, dass die Brasilianer den Rucksack packten. Brasilianer gehören – ebenso wie die Deutschen – inzwischen zum Stammpublikum. Neu sind die vergleichsweise vielen Süd-Koreaner, die sich auf den Weg machen. »Ihr Kerkeling« ist die Journalistin und Buchautorin Kim Hyo Sun, die eine Art Tagebuch über ihre Reise veröffentlichte (Sanchez-Carretero, 2015).

Bücher, Verfilmungen (wie zuletzt »The Way« aus dem Jahr 2010 und »Ich bin dann mal weg« aus dem Jahr 2015), Dokumentationen sowie Zeitungs- und Zeitschriftenartikel steigern den Bekanntheitsgrad des Wegs, erklären aber nur zum Teil, warum jedes Jahr mehr Pilger nach Santiago de Compostela wandern.

Die eigentlichen Promotoren für den Weg sind jene, welche ihn schon einmal wandernd erlebt haben – und anschließend nicht mehr davon loskommen. Diese Erfahrung habe ich auch gemacht: Schon auf dem Rückweg vom Flughafen zur Wohnung begann meine Marketing-Tour. In den schillerndsten Farben erzählte ich der Taxi-Fahrerin – der ersten Person, der ich nach meiner Rückkehr habhaft werden konnte – meine noch frischen Erlebnisse und Eindrücke. Zuhause und im Büro ging es weiter.

Erst im Laufe der Wochen nahm mein Sendungsbewusstsein allmählich ab. Wo immer sich freundliche Zuhörer

fanden, gelang es mir – manchmal durch kaum nachvollziehbare Gedankensprünge – binnen kürzester Zeit den Jakobsweg ins Spiel zu bringen, gefolgt von Geschichten über die Freuden und Leiden des Pilgerdaseins. Und jede Geschichte endete mit dem wohlmeinenden Rat, den Weg doch auch mal zu gehen.

Was charakterisiert eigentlich einen Pilger? Und was unterscheidet ihn von einem Touristen? Reicht es schon, sich auf einen Pilgerweg zu machen? Oder ist eine gewisse christliche oder spirituelle Grundhaltung notwendig? Muss der Weg gelaufen werden oder dürfen sich Pilger mit dem Bus chauffieren lassen? Ist es neben den offiziellen Herbergen auch erlaubt, den Luxus eines eigenen Bads in einer Privatunterkunft zu genießen (siehe dazu auch: Ambrosio, 2015; Courtney, 2013; Oviedo et al. 2014)?

Die Spanier haben für die scheinbar verschwimmenden Grenzen zwischen Pilger (»peregrino«) und Tourist (»turista«) den Neologismus »peregrista« geprägt. Der Begriff soll abwerten, klingt abschätzig, will ausgrenzen. Dabei gibt es nur ein wirkliches Unterscheidungsmerkmal zwischen Tourist und Pilger: die innere Einstellung. Der Spruch »Ein Tourist fordert, ein Pilger bittet!« an der Tür einer Herberge bringt es wohl am besten auf den Punkt.

Eins hat sich allerdings schon verändert: die Bitten bzw. die Erwartungen der Pilger. »Vor 20 Jahren fragten diese, ob es in unserer Herberge warmes Wasser gibt. Heute fragen sie, ob wir WiFi haben«, sagt ein Herbergsvater, der seit 30 Jahren ehrenamtlich am Jakobsweg arbeitet. Der Jakobsweg verändert sich mit den Menschen, die ihn gehen, und mit der wirtschaftlichen Entwicklung Spaniens. Die Vorstellung, nur durch mittelalterlich anmutende Dörfer und Städtchen, eingebettet in wildromantische Landschaften zu wandern, ist schlicht falsch. Der Jakobsweg schlängelt sich durch ein modernes Spanien, vorbei an trostlosen Industriegebieten und entlang vierspuriger Schnellstraßen. Weil das niemand fotografieren mag, bleiben diese Abschnitte für den Nicht-Pilger unsichtbar.

Die Annahme, Pilger und Gläubiger seien weitgehend deckungsgleich, speist sich aus unserer Wahrnehmung vom Mittelalter und den Motiven, die Menschen bewegen haben mögen, sich auf Pilgerschaft nach Rom, Jerusalem oder Santiago de Compostela zu begeben. Nicht ganz von der Hand zu weisen ist, dass für die Pilger auch andere Gründe – z.B. Abenteuerlust, Selbstfindung und Flucht aus dem Alltag – eine Rolle spielten (Ohler, 2010). Damit unterscheiden sich damalige Pilger nicht so sehr von den heutigen Pilgern (siehe dazu auch: Finney et al., 2009; Gamper/Reuter, 2012; Raj et al., 2015).

Eine zweite Komponente, die den zunehmenden Erfolg des Jakobswegs ausmacht, ist eine gute Portion Autosuggestion. Es gibt erstaunlich viele Wiederholungstäter, die den Weg schon 15 Mal zurückgelegt haben oder seit fast 30 Jahren ehrenamtlich als Hospitaleros die Herbergen entlang der Strecke bewirtschaften. Warum nur? Weil dieser Weg glücklich macht (siehe dazu auch Warfield et al. 2014). Trotz aller Anstrengungen. Trotz all der Blasen an den Füßen. Trotz des Regens und des Schnees im Frühjahr und Herbst. Trotz der Hitze und des Staubs im Hochsommer. Trotz der vereinzelt überfüllten, muffigen Herbergen mit schnarchenden Pilgern. Trotz der gefährlich großen, revierverteidigenden Hunde in Galizien.

Die (meisten) Pilger, sind unglaublich offen und aufgeschlossen – wahrscheinlich offener und aufgeschlossener als in ihrem gewöhnlichen Habitat. Deshalb fällt es leicht, wirklich gute, tiefe Gespräche zu führen. Ein freundliches »Buen Camino« – die Gruß- und Abschiedsformel unter den Pilgern – reicht, um ins Gespräch zu kommen. Und mehr als ein weiteres »Buen Camino« ist nicht nötig, um sich wieder zu verabschieden. Es ist ein zwangloses Ein- und Ausklinken. Das ist ein bisschen wie Fernseh-Zapping – nur mit echten Emotionen und wahren Geschichten.

Der Jakobsweg verändert – zumindest vorübergehend – das persönliche Koordinatensystem. Er reduziert! Er entschleunigt! Er macht achtsam! Er ist heilend und süchtig machend zugleich. Er lässt die Pilger die Konzentration auf

das Wesentliche erleben (siehe dazu auch: Gemzöe, 2014; Schnell/Pali, 2013). Was brauche ich wirklich zum Leben? Antwort: Was in meinen Rucksack passt – aber um Gotteswillen nicht mehr als sieben oder acht Kilo! Ein bisschen erinnert das an den Film »Up in the air« mit George Clooney. Sein Leben passt in einen Rucksack! Mehr ist nur Ballast, der am (Weiter- oder Weg-)Gehen hindert.

Trotz aller Vorsätze und Bemühen, all diese Einsichten nicht zu verlieren, sondern über die Reise hinaus in den Alltag zu retten, ist dies häufig ein unmögliches Unterfangen. Und genau deshalb möchten viele Wanderer immer wieder zurück!

**Ein besonderer Dank gilt Frau Ilona Renken-Olthoff, Geschäftsführerin der BSP Business School Berlin, der MSB Medical School Berlin und der MSH Medical School Hamburg, die das Jakobsweg-Projekt großzügig gefördert hat. Ein herzlicher Dank gilt meinen neun Studierenden, die sich auf das Wagnis, den Jakobsweg zu gehen und zu erforschen, eingelassen haben: »Ihr seid klasse!« Und zu guter Letzt gilt mein herzlicher Dank meinem Kollegen Dr. Alexander Trefz, der das Projekt unterstützt und begleitet hat: »Du bist mehr als nur Legendario!«**





## 04 Co-Creation auf dem Jakobsweg

### Wie Interaktion die persönliche Zufriedenheit befördert

von Andreas Braun

**Pilgern ist eine individuelle Erfahrung in einem kollektiven Erfahrungsraum, der durch verschiedene Akteure, wie Mitpilger, Herbergseltern und Einheimische, geformt und erlebt wird. Pilger sind im Sinne von Co-Creation damit sowohl Produzenten als auch Konsumenten. Ziel dieses Beitrags ist es, den Einfluss unterschiedlicher Akteure für diesen Interaktionsprozess auf die Zufriedenheit der Pilger auf dem Jakobsweg zu untersuchen. Die Ergebnisse der quantitativen Untersuchung mit 367 Pilgern legen den Schluss nahe, dass die Interaktion mit den Mitpilgern den höchsten Einfluss auf die individuelle Zufriedenheit der Pilger hat. Religiosität und Alter verstärken diesen Effekt.**

#### 1. Einleitung

Pine/Gilmore (1999) haben dem wissenschaftlichen Diskurs mit ihrem »Experience Economy«-Ansatz (im Deutschen: Erlebnis- oder Erfahrungsökonomie) in den vergangenen Dekaden eine neue Perspektive gegeben. Sie verknüpfen zwei im Kern divergierende Bedürfnisstrukturen: Zum einen den Wunsch des »modernen Konsumenten« (Binkhorst/Dekker, 2009, 312) nach einer kontext-basierten, authentischen, individuellen und personalisierten Konsumerfahrung, die dem Ausdruck bzw. der Formung seiner Persönlichkeit dient; zum anderem das Bestreben von Unternehmen, trotz zunehmender Güterhomogenität, mit neuen Formen der Differenzierung und Modula-

risierung eine Unique Selling Proposition zu sichern (Boswijk et al., 2007; Chathoth et al., 2016; Hwang/Seo, 2016; Vega-Vazquez et al., 2013).

Je stärker die Rivalität zwischen den Produzenten in einer Branche und je größer der Wunsch der Konsumenten nach Individualisierung sind – beispielsweise in der Tourismusindustrie – desto wichtiger wird die Einbindung bzw. Einbeziehung des Konsumenten in den Entwicklungs- und Produktionsprozess. Für diese Form des Dialogs zwischen Konsument und Unternehmen haben Prahalad/Ramaswamy (2004) den Begriff Co-Creation geprägt. Co-Creation meint die Interaktion zwischen Konsument und Unternehmen als gleichberechtigte Partner in einem gemeinsamen Innovationsprozess mit dem Ziel, bedeutsamen, individualisierten Mehrwert für den Konsumenten zu schaffen (Pralhad/Ramaswamy, 2004; Payne et al., 2008). Ort der Interaktion ist der so genannte »Experience Space«:

»In the experience space, the individual consumer is central and an event triggers a co-creation experience. The events have a context in space and time, and the involvement of the individual influences that experience. The personal meaning derived from the co-creation experience is what determines the value to the individual« (Pralhad/Ramaswamy, 2003, 14).

Dabei wird i.d.R. angenommen, dass der Erlebnisort intendiert, d.h. vom Produzenten bewusst für den Konsumenten geschaffen wird. Im Tourismus dagegen können Erlebnisort und Erlebnisprozess aufgrund des Einflusses unterschiedlicher Stakeholder vielschichtiger und komplexer und damit weniger planbar sowie steuerbar sein (Clarke/Raffay, 2015). Dies gilt auch für das Pilgern als Form des religiösen Tourismus aufgrund der großen geo-

grafischen Ausdehnung und der multiplen, permanent wechselnden Interaktionspotentiale.

Ziel dieses Beitrags ist es, am Beispiel von Pilgern auf dem Jakobsweg die Bedeutung unterschiedlicher Akteursgruppen, i.e. Mitpilger, Herbergseltern und Einheimische entlang des Wegs, auf die (Konsumenten-) Zufriedenheit der Pilger zu untersuchen. Dabei wird insbesondere der Fragestellung nachgegangen, wie die Erfahrungen mit unterschiedlichen Stakeholdern die Zufriedenheit formen und welche persönlichen Einflussfaktoren, z.B. Alter der Pilger und Religiosität, diesen Zusammenhang verstärken.

Der Beitrag ist dabei wie folgt aufgebaut: In Teil 2 werden die für diesen Text zentralen Begrifflichkeiten erklärt und zentrale Befunde im Kontext Co-Creation im Tourismus diskutiert. Das methodische Vorgehen der Datenerhebung und -auswertung wird in Teil 3 dargestellt. Anschließend werden in Teil 4 die Ergebnisse präsentiert und in Teil 5 diskutiert und interpretiert. Der Beitrag schließt mit Teil 6, der Fazit und Ausblick umfasst.

## 2. Eine konzeptionelle Verortung von Co-Creation

Der Begriff Co-Creation im Rahmen der »Experience Economy« hat seine Ursprünge in der Innovationsmanagement-Forschung (Payne et al., 2008, Prahalad/Krishnan, 2008). Das Konzept gründet auf der Annahme, dass Innovation und Wachstum das Ergebnis einer kontinuierlichen Interaktion zwischen Unternehmen und Kunden sind (siehe dazu auch den Open Innovation-Ansatz nach Chesbrough, 2003, 2006, 2011). Entsprechend definieren Prahalad/Ramaswamy (2004, 8) Co-Creation als Prozess, bei dem »the consumer and the firm are intimately invol-

ved in jointly creating value that is unique to the individual consumer and sustainable to the firm«. Damit ändert sich die Rolle des Unternehmens vom reinen Produzenten hin zum Anbieter einer »experience environment in which customers can have an active dialogue and co-construct personalized experiences« (Prahalad/Ramaswamy, 2004, 8). Ähnlich argumentiert Priem (2002) aus der Managementperspektive: Die zukünftige Aufgabe von Unternehmen besteht darin, »to aid consumers in maximizing the use value that is created and experienced during consumption. Consumers and firms can be viewed as partners in producing value during consumption« (Priem, 2002, 222).

Verschiedene, dem Innovationsmanagement benachbarte Disziplinen haben den Co-Creation-Ansatz übertragen bzw. adaptiert, u.a. das Marketing (Grönroos, 2006), das Strategische Management (Payne et al., 2008) und das Hospitality Management (Arsenault/Gale, 2004). Im Tourismussektor hat Co-Creation eine wichtige Funktion, weil zunehmend gut informierte Kunden Authentizität und Individualität im »Konsum« von Erlebnissen und Orten fordern (Binkhorst/Den Dekker, 2009; Hwang/Seo, 2016; Mehmetoglu/Engen, 2011):

Die Co-Creation-Forschung im Tourismussektor steckt nach Chathoth et al. (2016, 222) noch in den »Kinderschuh«. Bisherige Forschung ist vor allem konzeptioneller Natur, empirische Analysen fehlen hingegen (Hwang/Seo, 2016). Diskutiert wurde in den zurückliegenden Jahren vor allem das Binnenverhältnis zwischen Produzent und Konsument:

- Co-Creation wirkt sich – aus Produzentensicht – positiv auf Kundenzufriedenheit aus, wie u.a. Leung/Bai (2013) am Engagement von Gästen auf Facebook- und Twitter-Profilen von Hotels zeigen, und auf die Höhe der Reiseausgaben, wie Grissemann/Stokburger-Sauer (2012) in ihrer Studie über Reiseagenturen belegen. Voraussetzung ist, dass der Produzent einen Erfahrungsort in einem iterativen Co-Creation-Prozess formt (Sfandla/Björk, 2013) und über die Fähigkeit verfügt, die Ideen der Kunden zu erkennen, zu bewerten und zu integrieren (Shaw et al., 2011).
- Auch aus Konsumentensicht hat Co-Creation Vorteile. So weisen Prebensen/Foss (2011) beispielsweise nach, dass der Interaktionsgrad mit dem Produzenten das individuelle und kollektive Wohlbefinden von Touristen beeinflusst, und dies wiederum die subjektive Wahrnehmung auf das emotionale Image des Reiseziels formt. Zudem erhöht Co-Creation die Einprägbarkeit eines Reiseerlebnisses wie Campos et al. (2016) in ihrer Studie von Teilnehmern an »Swimming With Dolphins«-Events zeigen.

Bislang vergleichsweise wenig erforscht ist der Co-Creation-Ansatz in zwei Bereichen. Erstens, die Tourist-to-Tourist-Interaktion (T2T): Gemeint ist damit der Einfluss, den Touristen auf andere Touristen im Co-Creation-Ansatz haben (Yang, 2016). Zweitens, die soziale Umwelt. Darunter fallen auch lokale und soziale Milieus, in denen sich Touristen bewegen und mit denen Touristen interagieren (Suntikul/Jachna, 2016).

Auch gibt es bislang wenige Untersuchungen, die Co-Creation vor dem Hintergrund des religiösen Tourismus betrachten. Jüngst untersuchten Clarke/Raffay (2015)

die komplexe Interaktion unterschiedlicher Stakeholder bei der Eröffnung eines religiösen Tourismus-Informationszentrums in der ungarischen Stadt Veszprem. Warfield et al. (2014) kommen anhand einer qualitativen Untersuchung von zehn Pilgern auf dem Jakobsweg zu dem Ergebnis, dass die Interaktion mit sich selbst, den Mitpilgern und der Umgebung »elements of social therapeutic value« (Warfield et al., 2014, 868) ausweisen.

»Pilgrimage provides a connection to the past and a link to the future and embodies that which is authentic in our human existence. And, pilgrimage connects the beautiful souls within and between classes, religions, ethnicities, and genders« (Warfield et al., 2014, 873).

Vorliegender Beitrag greift den Ansatz von Warfield et al. (2014) auf und erweitert ihn, indem er die Fragen aufwirft, wie die Erfahrungen mit unterschiedlichen Stakeholdern die individuelle Zufriedenheit formen und welche persönlichen Einflussfaktoren, z.B. Alter der Pilger und Religiosität, diesen Zusammenhang verstärken. Zuletzt haben Kresic et al. (2013) eine Zufriedenheitsanalyse am Beispiel von Pilgern im Wallfahrtsort Medjugorje in Bosnien/Herzegowina vorgenommen. Und Maheshwari/Singh (2009) zeigen den Zusammenhang zwischen Glück, Religiosität und persönlicher Zufriedenheit in ihrer Untersuchung indischer Pilger. Untersuchungskontext dieses Beitrags ist der spanische Jakobsweg.

In der Literatur werden Mitpilger als wichtige Akteure der Interaktion identifiziert (Gemzöe, 2014; Schnell/Pali, 2013; Warfield et al., 2014). So zeigen Courtney (2013) und Schmidt (2009) die therapeutische Wirkung bzw. die transformativen Effekte von Pilgerschaft, u.a. vor dem Hintergrund des Gemeinschaftserlebnisses. Khan et al.

(2016) untersuchen die Auswirkungen wahrgenommener Gruppenidentität von Teilnehmern eines Hindu-Fests. Vor dem Hintergrund bisheriger Studien wird folgende Hypothese formuliert:

H1: Je stärker die positiven Erfahrungen mit Mitpilgern sind, desto höher ist die individuelle Zufriedenheit der Pilger.

Von der Forschung bislang nicht bzw. kaum beachtet sind zwei andere Kategorien von Stakeholdern: die Herbergsbetreiber und die Einheimischen, die entlang des Wegs leben. Herbergseltern werden entsprechend der Unterkünfte, die sie leiten, in diesem Beitrag in zwei Kategorien unterteilt: Zum einen gibt es öffentliche, von Vereinen, Kommunen oder religiösen Institutionen betriebene und zum anderen private, meist von Privatpersonen geführte Herbergen. Gemäß dieser Einteilung unterscheidet der Beitrag zwischen Herbergseltern von öffentlichen und privaten Herbergen. Es wird angenommen, dass die Betreiber der öffentlichen Herbergen, die ihren Dienst oft religiös motiviert und ehrenamtlich verrichten, einen stärkeren Einfluss auf Pilger haben als die Betreiber von privaten Unterkünften, die einen eher transaktionalen Ansatz verfolgen (siehe dazu die Voluntarism- und Volontourism-Diskussion: Occhipinti, 2016; Lipford/Yandle, 2009; Smith/Font, 2014; Woosnam/Lee, 2011). Entsprechend werden folgende zwei Hypothesen formuliert:

H2: Je stärker die positiven Erfahrungen mit den Betreibern öffentlicher Herbergen sind, desto höher ist die individuelle Zufriedenheit der Pilger.

H3: Je stärker die positiven Erfahrungen mit den Betreibern privater Herbergen sind, desto höher ist die individuelle Zufriedenheit der Pilger.

Auch die Frage, wie die Umwelt den Erfahrungsraum beeinflusst, ist im Kontext des religiösen Tourismus bislang weitgehend unerforscht. Die Untersuchung von Clarke/Raffay (2015) lassen den Schluss zu, dass multiple Interaktionseffekte bestehen. In dieser Arbeit sollen vor allem die mannigfaltigen Interaktionen mit Einheimischen entlang des Weges untersucht werden, z.B. wenn Pilger nach dem Weg fragen, in Cafés oder Restaurants auf Einheimische treffen etc. Entsprechend wird folgende Hypothese formuliert:

H4: Je stärker die positiven Erfahrungen mit den Einheimischen entlang des Weges sind, desto höher ist die individuelle Zufriedenheit der Pilger.

### 3. Methodisches Vorgehen

Der vorliegende Beitrag untersucht im Kontext von Co-Creation den Einfluss unterschiedlicher Stakeholder-Interaktionen auf die Zufriedenheit von Pilgern auf dem Jakobsweg. Die Daten wurden in Form eines Paper-Pencil-Fragebogens in zwei Erhebungszeiträumen (11. bis 12. März und 03. bis 05. Juni 2016) in Santiago de Compostela erhoben.

Der Fragebogen wurde zuvor auf Basis der bestehenden Literatur zu den Themen Pilgerschaft, religiöser Tourismus und Co-Creation im Tourismus entwickelt. Er umfasste einen einleitenden Text mit einer Kurzbeschreibung zum Forschungsziel sowie u.a. Fragen (1) zur Person, (2) zur Strecke, (3) zu den Erfahrungen mit anderen Akteuren, (4)

zur Zufriedenheit und (5) zu den Motiven für die Pilgerreise. Ein Übersetzungsbüro übertrug den Fragebogen in die fünf Sprachen Englisch, Französisch, Italienisch, Portugiesisch und Spanisch. An beiden Datenerhebungen waren zehn Personen beteiligt, die Pilger auf dem Hauptplatz vor der Kathedrale und vor dem Pilgerbüro ansprachen. Insgesamt wurden auf diese Weise 398 ausgefüllte Fragebögen eingesammelt und später in eine Excel-Datei übertragen. 31 Fragebögen wurden eliminiert, da sie nur unzureichend ausgefüllt waren. Somit blieben 367 Datensätze. Es werden vier abhängige Variablen definiert: (1) Erfahrungen mit den Mitpilgern, (2) Erfahrungen mit den Be-

treibern öffentlicher Herbergen, (3) Erfahrungen mit den Betreibern privater Herbergen und (4) Erfahrungen mit den Einheimischen entlang des Wegs auf einer Sieben-Punkt-Skala. Als unabhängige Variable dient die Zufriedenheit der Pilger, gemessen auf einer 10-Punkt-Skala von »trifft nicht zu« bis »trifft voll zu« mit der Frage: »Ich werde den Jakobsweg Verwandten, Freunden und Bekannten weiterempfehlen.« Kontrollvariablen sind unter anderem das Alter, die Religiosität und die Zahl der Tage und die Länge der zurückgelegten Strecke. Tabelle 1 zeigt die deskriptive Auswertung.

Variables	Mean	Std.Dev.	Min	Max	02	03	04	05	06	07	08	09	10
01 Age	41,77	14,87	13	77	0,07	0,17	0,01	-0,05	-0,04	0,04	-0,10	0,05	-0,07
02 Gender	1,48	0,50	1	2		0,16	0,06	-0,02	0,03	0,13	0,03	0,07	-0,02
03 Religiosity	3,88	2,19	1	7			0,08	-0,01	0,06	0,09	0,01	0,10	0,01
04 Days	16,27	13,73	1	100				0,78	0,00	-0,02	0,07	0,03	-0,02
05 Distance	392,93	335,55	16	3200					0,07	0,00	0,07	0,07	-0,01
06 EXP_Host/Public	4,83	1,71	1	7						0,46	0,33	0,41	0,23
07 EXP_Host/Private	5,19	1,65	1	7							0,37	0,47	0,29
08 EXP_Pilgrams	5,59	1,59	1	7								0,44	0,75
09 EXP_Locals	5,75	1,39	1	7									0,24
10 Satisfaction	8,64	1,95	1	10									

Tabelle 1: Die deskriptive Auswertung

#### 4. Ergebnisdarstellung

Tabelle 2 gibt einen Überblick über die Ergebnisse der quantitativen Auswertung. Model 1 zeigt, dass die Erfahrung mit den Mitpilgern einen starken positiven Einfluss auf die individuelle Zufriedenheit hat (0,944). Damit kann Hypothese H1 angenommen werden: Je ausgeprägter die positiven Erfahrungen mit Mitpilgern sind, desto höher ist die individuelle Zufriedenheit der Pilger. Model 2 und 3 zeigen, dass es einen Zusammenhang zwischen den Erfahrungen mit Betreibern öffentlicher (0,272) und privater Herbergen (0,376) und der Zufriedenheit gibt. Auch dieser Zusammenhang ist hoch signifikant. Die Hypothesen H2 und H3 werden damit ebenfalls angenommen. Aus Model 4 wird deutlich, dass die Erfahrung mit den Einheimischen entlang der Strecke einen starken positiven Einfluss auf die individuelle Zufriedenheit hat

(0,358). Damit kann Hypothese H4 angenommen werden: Je ausgeprägter die positiven Erfahrungen mit den Einheimischen entlang des Weges sind, desto höher ist die individuelle Zufriedenheit der Pilger. Zusätzlich zu den aufgestellten Hypothesen wurden auch Interaktionseffekte untersucht: Model 5 und 6 zeigen, dass sowohl Alter als auch Religiosität einen moderierenden Effekt auf den Zusammenhang zwischen der Erfahrung mit den Mitpilgern und der individuelle Zufriedenheit hat (siehe auch Model 1). Für ältere Pilger (betrachtet wurden Pilger, die älter als 55 Jahre sind) bzw. sehr religiöse Pilger (aufgenommen wurden Pilger, die die Frage »Ich bin sehr religiös« mit »trifft voll zu« (=7) beantwortet haben) hat das Erlebnis mit den Mitpilgern eine besonders große Auswirkung auf die individuelle Zufriedenheit.

Model	Model 1		Model 2		Model 3		Model 4		Model 4		Model 5	
Dependent Variable	Satisfaction		Satisfaction		Satisfaction		Satisfaction		Satisfaction		Satisfaction	
Independent Variable	Parameter	S.E.	Parameter	S.E.	Parameter	S.E.	Parameter	S.E.	Parameter	S.E.	Parameter	S.E.
<b>Main Variables</b>												
EXP_Pilgrims	0,944***	(0,046)										
EXP_Host/Public			0,272***	(0,07)								
EXP_Host/Private					0,376***	(0,067)						
EXP_Locals							0,358***	(0,077)				
EXP_Pilgrims * Age (>55)									1,025***	(0,085)		
EXP_Pilgrims * Religiosity (>6)											1,047***	(0,120)
<b>Controls</b>												
Age	-0,002	(0,005)	-0,017**	(0,008)	-0,012	(0,008)	-0,014	(0,007)			0,001	(0,011)
Gender	-0,221	(0,146)	-0,228	(0,241)	-0,343	(0,225)	-0,179	(0,215)	-0,474	(0,333)	-0,427	(0,379)
Religiosity	0,027	(0,033)	0,032	(0,056)	0,010	(0,051)	0,014	(0,049)	0,020	(0,074)		
Days	-0,006	(0,008)	0,009	(0,015)	0,002	(0,012)	0,002	(0,012)	0,023	(0,030)	0,009	(0,026)
Distance	0,000	(0,000)	(0,000)	(0,001)	0,000	(0,000)	0,000	(0,001)	0,000	(0,002)	0,000	(0,001)
Constant	3,737***	(0,406)	7,936***	(0,601)	7,561***	(0,560)	7,355***	(0,601)	3,277	(0,861)	3,308	(1,097)
No. of Obs.	338		289		308		334		79		66	
R	0,753		0,270		0,319		0,266		0,829		0,776	
R squ.	0,568		0,073		0,102		0,071		0,688 ,688		0,602	

\* p<0.10, \*\* p<0.05, and \*\*\* p<0.01

Tabelle 2: Die statistische Auswertung

## 5. Ergebnisinterpretation

Die im vorangegangenen Abschnitt dargestellten Ergebnisse legen den Schluss nahe, dass Co-Creation im Tourismus ein multidimensionales Phänomen darstellt (Binkhorst/Den Dekker, 2009; Clarke/Raffay, 2015). Für die Untersuchung wurden vier verschiedene Stakeholder-Gruppen identifiziert und deren Einfluss auf die individuelle Zufriedenheit der Pilger untersucht. Dabei zeigt sich, dass das positive Erlebnis mit Mitpilgern einen sehr großen Einfluss auf die individuelle Zufriedenheit hat. Die Ergebnisse bestätigen u.a. Gemzöe (2014), die auf Basis eines qualitativen Ansatzes die Interaktion in einer schwedischen Pilgergruppe untersucht. Gleichmaßen scheinen aber auch andere Faktoren, d.h. andere Stakeholder, das Jakobsweg-Erlebnis zu bestimmen (Doi, 2011; Coleman, 2014).

Die Ergebnisse dieses Beitrags bestätigen Turners (1977, 1978) theoretische Verortung der Pilgerschaft entlang der beiden Dimensionen *Communitas* und *Liminalität*. Insbesondere *Communitas*, charakterisiert als die Bindung, die sich zwischen Menschen entwickelt, die gemeinsam ein Ritual oder einen transitionalen Zustand erleben, scheint ein wichtiger Faktor für die Pilgerzufriedenheit zu sein. Der Erlebnisort Jakobsweg wird im besonderen Maß von den Mitpilgern, aber auch von den Herbergseltern und den Einheimischen determiniert. Die Interaktionseffekte von Alter und Religiosität auf den Zusammenhang zwischen der Erfahrung mit den Mitpilgern und der individuellen Zufriedenheit zeigen zudem, dass persönliche Erfahrung und Eigenschaftsmerkmale wirksam sind. Co-Creation wird im Kontext religiösen Reisens somit durch die individuellen Eigenschaften der Akteure beeinflusst.

## 6. Zusammenfassung

Ziel des vorliegenden Beitrags war es, den Einfluss unterschiedlicher Stakeholder im Erlebnisraum Jakobsweg auf die individuelle Zufriedenheit der Pilger zu untersuchen. Im Sinne des Co-Creation-Ansatzes wirken Pilger dabei sowohl als Produzenten als auch Konsumenten. Dabei wird i.d.R. angenommen, dass der Erlebnisort intendiert, d.h. vom Produzenten bewusst für den Konsumenten geschaffen wird. Im Tourismus dagegen können Erlebnisort und Erlebnisprozess aufgrund des Einflusses unterschiedlicher Stakeholder vielschichtiger und komplexer und damit weniger planbar sowie steuerbar sein. Dieser Effekt ist noch stärker auf dem Jakobsweg: Durch die Wanderung entlang des Wegs verändern sich Erlebnisort und damit Erlebnisprozess (im wahrsten Sinne des Wortes) fortlaufend. Bisherige Beiträge zum Thema Co-Creation im Tourismus haben das Verständnis zum intendierten Erlebnisraum verbessert, den Einfluss der T2T-Interaktion und der physischen Umwelt dabei aber weitgehend ausgeklammert. Dieser Beitrag wollte diese Forschungslücke zum Teil schließen.

Ausgangspunkt dieser Studie war eine quantitative Befragung von 367 Jakobsweg-Pilgern am Zielort Santiago de Compostela. Die Ergebnisse legen den Schluss nahe, dass die Interaktion mit den Mitpilgern einen starken Einfluss auf die individuelle Zufriedenheit der Pilger hat. Religiosität und Alter verstärken diesen Effekt. Zugleich determinieren aber auch andere Akteure – Einheimische und die Betreiber der öffentlichen sowie privaten Herbergen – die individuelle Zufriedenheit der Pilger. In Anlehnung an Herzbergs (1959) Zwei-Faktorentheorie wirken die verschiedenen Akteure als Motivatoren, die mit zunehmend



als positiv wahrgenommener Interaktion die Zufriedenheit der Pilger verstärken.

Wie jede wissenschaftliche Arbeit so hat auch diese Limitationen: Erstens basiert die Arbeit ausschließlich auf quantitativen Ergebnissen. Für eine fundierte Interpretation wäre eine qualitative Nacherhebung von Vorteil gewesen. Zweitens konzentriert sie sich auf lediglich vier Akteursgruppen als Determinanten des Erlebnisraums: Zum einen sollten zukünftige Arbeiten eine stärkere Differenzierung, z.B. eine Unterscheidung von Mitpilgern nach eigener und fremder Pilgergruppe und eine Erweiterung der Akteursgruppen, z.B. um Freunde und Familien, die zuhause geblieben sind, vornehmen. Und drittens konzentriert sich diese Arbeit ausschließlich auf reale Akteure und vernachlässigt damit andere Einflussfaktoren, die ebenfalls Einfluss auf die individuelle Zufriedenheit haben können.



## Was ist das Heilende am Jakobsweg?

von Herbert Fitzek, Magdalena Wottke und Natalie Helene von Stülpnagel

**Ausgehend von der Überforderung der Menschen in der Gegenwartskultur wurden mithilfe morphologischer Methoden grundlegende Motive zum Aufbruch als Pilger auf dem Jakobsweg untersucht. Als Team mit kulturpsychologischem Verständnis befragten wir erstmalig Pilger auf dem Jakobsweg mit einem ganzheitlichen Konzept. Daraus ergab sich als das Heilende am Jakobsweg die Selbstbehandlung des Alltags.**

### 1. Einleitung

In einer Welt voller Möglichkeiten, wo dem Einzelnen keine Grenzen gesetzt zu sein scheinen, wird der Alltag zur Herausforderung. In der Lebenswelt von heute verlieren wir uns leicht in einer Vielzahl von Angeboten und geraten gleichzeitig unter den Druck einer alles umfassenden Forderung nach Effizienz und kontinuierlicher Verbesserung. Wie kommt es dazu, dass immer mehr Menschen aussteigen und den Jakobsweg wandern? Zwischen der Fülle der Möglichkeiten und dem Hamsterrad des Alltags kommt das Essentielle des Menschen zu kurz – auf dem Jakobsweg gerät es hingegen in Bewegung: Wer bin ich? Wo gehe ich hin? Mit wem gehe ich durch den Alltag? Als Navigationshilfe ermöglicht der Jakobsweg den Menschen, sich entschiedener auszurichten und die aus dem Takt gebrachten Bestandteile des Alltäglichen wieder in einen Rhythmus zu bringen. Die Forschungsreise mit der Fragestellung »Was ist das Heilende am Jakobsweg?« untersucht somit ein aktuelles Thema der heutigen Gesellschaft und gibt Aufschluss darüber, wie zentral das Thema derzeit ist, wie wichtig die Aufgabe erscheint,

uns wieder mit uns selbst in Kontakt zu bringen. Zu Recht lässt sich von einer Selbsthandlung sprechen, die von den Menschen meist unbewusst vollzogen wird, um für sich eine klare Ausrichtung zu finden. Durch zweistündige Tiefeninterviews, die in den Herbergen auf dem Jakobsweg geführt wurden, fanden sich zahlreiche Ergebnisse, die sich am besten mit dem morphologischen Hexagramm verorten lassen.

### 2. Konzeptionelle Verortung

Aus kulturpsychologischer Sicht ist die heutige Zeit durch ein breites Angebot von Ausrichtungen, Ansprüchen und Entwürfen für ein gutes, eigenes Leben gekennzeichnet. Es ist unbehaglich, dass jederzeit alles aus uns werden kann oder sollte. In psychologischen Darstellungen der Gegenwartskultur zeigt sich, dass die Bildangebote »inflationär« geworden sind (Salber/Salber, 1997). Es ist, als sei nun alles gleichzeitig und nebeneinander erlaubt und verfügbar. Auf der einen Seite werden Festlegungen im Leben vermieden: Was bin ich? Und was bin ich nicht? Was ist mein Standpunkt? Wo will ich hin? Was schließe ich aus? Auf der anderen Seite befinden wir uns auf der Jagd nach lohnenden (Vor-) Bildern, Stars und Autoritäten. Die morphologische Kulturpsychologie hat in empirischen Analysen an der Gegenwartskultur aufgewiesen, wie das Nebeneinander von Bilderangeboten geradezu virtuos dafür eingesetzt wird, um unterschiedliche Formen und konturierte Bilder zu vermeiden, wie (andererseits) geradezu verzweifelt nach Bildern gesucht wird, die es festzuhalten und zu durchleiden lohnt. Als charakteristisches Problem hebt sie das »Ein- und Auskuppeln« in unterschiedliche Identitäten und Lebenswelten heraus, das den Lebensalltag heute charakterisiert (Fitzek, 1998). Um dem entgegen zu wirken, ergreift die Menschen der Gegenwartskultur eine Gegenbewegung, die der Vielfäl-

tigkeit und dem bunten Durcheinander etwas Einheitliches entgegenzusetzen sucht. Mit unserer Fragestellung machten wir uns auf die Suche nach den Erwartungen der Menschen an das »Ganzheitliche« auf dem Jakobsweg (das Englische bindet im Begriff »Whole«, »Ganzheit« und »Heil/Heilung« unmittelbar aneinander). Ihre Erwartungen und Erfahrungen untersuchten wir mit Hilfe von Aktionsforschung, indem wir uns sprichwörtlich mit den Pilgern auf den Weg machten und auf und zwischen den Stationen des Jakobsweges Feldbeobachtungen und Tiefeninterviews durchführten.

### 3. Methodisches Vorgehen

Für unsere Studie wählten wir den kulturpsychologischen Forschungsansatz, der die Menschen in ihrer Lebenswelt abholt, ihnen Gelegenheit gibt, sich das eigenen Erleben erzählend und reflektierend zu erschließen und Erwartungen an bzw. Erfahrungen mit dem Wandern auf dem Jakobsweg im Dialog zu vergegenwärtigen. Uns war wichtig, den seelischen und spirituellen Zusammenhang des Laufens und Sinnens in seinen verschiedenen Facetten kennen zu lernen und mit einem möglichst sensiblen und anpassungsfähigen Forschungsinstrument zu erfassen. Unser Zugang zum Feld sollte den Intentionen und Erfahrungen der Wandernden gerecht werden. Das ging nur, indem wir uns selbst ins Feld der Reise wagten und uns mit den Teilnehmern an unserer Untersuchungen auf dem Jakobsweg bewegten. Deshalb ist unser Material unterwegs entstanden, auf den Stationen des Jakobsweges, in einem oft mehrfachen Kontakt zu den Wandernden, denen wir an verschiedenen Stellen der Strecke und in unterschiedlichen Stimmungen ihres persönlichen Weges begegnet sind. Beim kulturpsychologischen Forschen liegt der Fokus nicht in der Erfassung möglichst vieler objektivierbarer Daten zum Zweck quantifizierbarer Aussagen, sondern

in einer möglichst sensiblen Erfassung der psychologisch relevanten Sinnzusammenhänge. Wir gehen davon aus, dass Handlungsmotive oftmals nicht offen erkennbar sind, sondern aus Ansichten, Erzählversionen und Stimmungsverhältnissen der Betroffenen herausgeschält werden müssen. Die psychologische Feldanalyse gleicht einer gemeinsamen Forschungsreise, die Muster und Strukturen Stück um Stück modelliert.

Vom Standpunkt einer Kulturpsychologie her resultieren die Zusammenhänge des Erlebens und Verhaltens nicht aus dem psychologischen Profil von Einzelpersonen (Individuum, Charakter), vielmehr aus der Beschaffenheit von personenübergreifenden Wirkungseinheiten. »Subjekt« des Geschehens ist nicht der Einzelne, sondern der Rahmen, der das Erleben und Handeln der Menschen von Fall zu Fall – hier auf dem Jakobsweg – bestimmt. Die Erwartungen an und die Erfahrungen mit dem Jakobsweg sind die »Wirkungseinheit«, die das Ziel der kulturpsychologischen Analyse bildet. Die morphologische Psychologie versteht »Wirkungseinheiten« als gestalthafte Sinngebilde, die über einen beschreibenden Zugang zugänglich gemacht werden können. Als »Gestalt- und Verwandlungslehre« orientiert sich die Morphologie – statt an der Sammlung und Zusammenfügung von persönlichen Erfahrungen – an der schrittweisen Herausarbeitung einer möglichst »dichten«, das Individuum übergreifenden Sinngestalt des Erlebens durch die verschiedenen (Einzel-)Perspektiven hindurch im Hinblick auf Analogien, Überschneidungen, Abweichungen und Drehgrenzen. Die Angemessenheit der Methode wird, weil sie den Gegenstand nicht als objektives Gebilde auffasst, auch nicht nach objektivierbaren Gütekriterien sichergestellt (Reliabilität und Validität), sondern durch die Sachgerechtigkeit des Vorgehens im Hinblick auf die untersuchte Wirkungseinheit (Wurden

die psychologisch bedeutsamen Aspekte erfasst?) und die Vollständigkeit der Beschreibung hinsichtlich der rekonstruierten Sinngestalt (Wird ein strukturelles Ganzes mit verschiedenen aufeinander verweisenden Aspekten deutlich?).

Die morphologische Datenerhebung geht immer vom Erleben aus und mustert die durchgeführten Einzelinterviews im Hinblick auf gemeinsame Sinngestalten. Die Interviews folgen nicht etwa einem festgelegten Fragenkatalog, sondern lassen Raum für die Entdeckungsreise von Interviewern und Befragten. Dazu dienen narrative und intensivierende Fragetechniken, die unbemerkte Aspekte des Untersuchungsgegenstandes mithilfe dehnender, variierender und gegensteuernder Fragetechniken über die Grenzen der Konvention ausdehnen. Für eine ganzheitlich-psychologische Darstellung des Gegenstands reicht eine verhältnismäßig geringe Anzahl von Tiefeninterviews aus (wir führten auf zwei Erkundungen insgesamt 8 Interviews mit Wandernden durch).

Bei der Datenauswertung werden die in den Tiefeninterviews aus dem konventionellen Selbstverständnis herausgebrochenen Sinnmomente nach ihrer psychologischen Ordnung zusammengestellt. Die Beschreibung erfolgt zunächst für jedes Einzelinterview getrennt, indem die gegenstandsspezifischen Aussagen und Tendenzen im Interview nebeneinander gestellt und in Beziehung gebracht werden. Im Anschluss werden die Einzelbeschreibungen im Hinblick auf eine gemeinsame Struktur der thematisierten Wirkungseinheit zusammengeführt. Die psychologische Beschreibung ist insofern von Anfang an mehr als nur eine kondensierte Bestandsaufnahme von Daten. Sie löst sich von den intendierten Meinungen und ordnet die Aussagen nach gestaltanalogen Verhältnissen – nach

dem, was jeweils zusammenpasst, was sich fortsetzt, wo sich Gegenläufe ankündigen und wo Widerspruch deutlich wird. Die Präsentation der Untersuchungsergebnisse in der alle Einzelbefunde vereinheitlichenden strukturierten Beschreibung geschieht vorzugsweise in der Form eines »Zitatenteppichs«, in dem Aussagen aus verschiedenen Tiefeninterviews ihrem Stellenwert im Gefüge des Ganzen entsprechend zusammengestellt sind.

Morphologische Untersuchungen arbeiten ihre Daten in mehreren »Versionen« von Beschreibung heraus. Dabei werden die übereinstimmenden Grundzüge der befragten Wirkungseinheit zunächst in einer gemeinsamen Grundqualität verdichtet. Im Anschluss wird ein Wirkungsraum aufgespannt, in dem in dem sich verschiedene Sinn dimensionen gegenseitig abstützen, ergänzen oder auch herausfordern. Das morphologische Hexagramm hat sich als nützliches Suchraster bewährt, nach dem der Wirkungsraum spezifischer Wirkungseinheiten kategorisiert werden kann. Es sortiert die Befunde im Hinblick auf wiederkehrende Tendenzen: des Habens und Haltens (»Aneignung«) und des Anders-Werdens (»Umbildung«), des Tuns und Machens (»Einwirkung«) und des Eingliederns (»Anordnung«), des Wünschens und Wollens (»Ausbreitung«) wie des Könnens und Sicherns (»Ausrüstung«). Sie werden im Hinblick auf konkrete Wirkungseinheiten jeweils spezifisch benannt (s.u.).

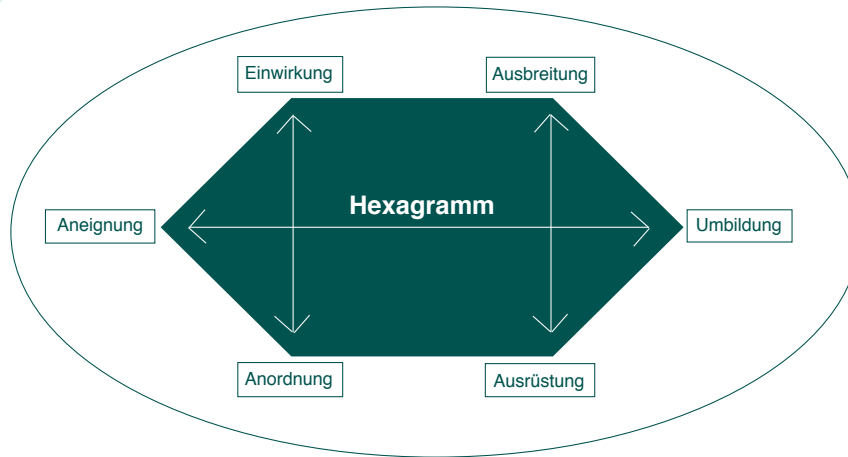


Abbildung 1: Allgemeine Tendenzen im Wirkungsraum (nach Salber, 2006)

## 4. Empirische Auswertung

### 4.1. Grundqualität: Alltags-Kompass

Wenn Menschen über Erwartungen an bzw. Erfahrungen mit dem Jakobsweg berichten, kommen sie über kurz oder lang auf ihr Leben zu sprechen. Viele erleben ihre Lebensumstände als wenig kongruent, scheinen Grundsätzliches aus dem Blick verloren zu haben. Im Chaos einer ungefügten Lebenswelt entsteht das Verlangen »wegzulaufen«, sich der Konfrontation der ungeklärten Verhältnisse zu entziehen. Gegenüber blinder Flucht erschließt sich mit dem Jakobsweg eine Alternative: Statt wegzulaufen, lässt sich hier ein »Weg laufen«, der positiven Sinn generiert. Der Lauf ist zentriert auf einen Anfang, eine Strecke, ein Ende, verschiedene, mehr oder weniger ausdehnbare Etappen, eine konstante Himmelsrichtung (am Ende meistens die sprichwörtliche Kompassrichtung Nord-Nord-West). Santiago ist mehr als ein geografischer

(oder spiritueller) Ort am Ende des Weges, symbolisch zeigt es an, dass dem Loslaufen ein Ziel entgegenkommt.

Wie ein roter Faden zieht sich der Gedanke durch die Tiefeninterviews, der Jakobsweg habe etwas vom Lebensweg. Ein Pilger beschreibt es so: »Der Camino ist wie das Leben. Wie ein Lebensbild. Wenn der Jakobsweg eine Person wäre, wäre sie herausfordernd, nimmt einen an die Hand und macht es einem aber auch nicht leicht« (IB7)\*. Wiederkehrende Analogien zum »Lebensweg« zeigen, dass die Ausrichtung über das Geschehen vor Ort hinaus Orientierung und Halt verspricht, die im Alltag verloren gegangen scheinen. Wie eine Person begleitet der Jakobsweg mit Anspruch, Zuspruch, Trost, gibt einem immer wieder »Hinweise«, »fordert« einen zur Leistung heraus. Weit über die Richtung des Weges erweist sich das Wandern auf dem Jakobsweg als Alltags-Kompass, der langfristige Orientierung und Halt verspricht.

\* Wörtliche Zitate aus den Interviewbeschreibungen=IB

## 4.2. Wirkungsraum: Psychologische Grundlagen des Umgangs mit dem Jakobsweg

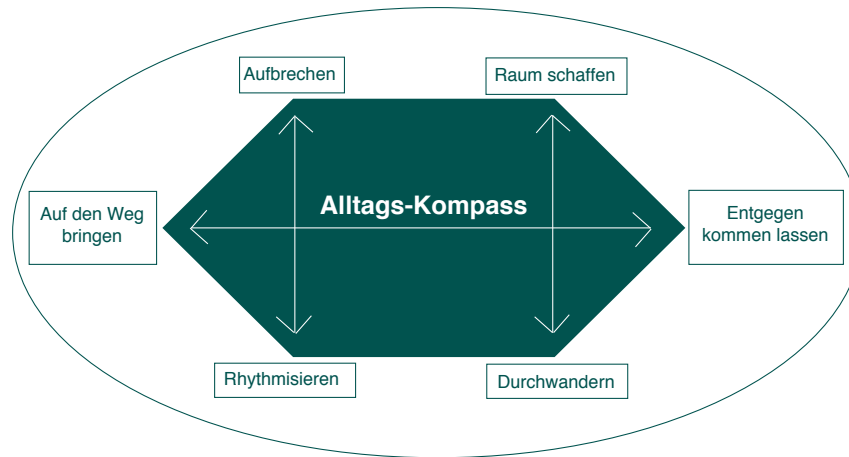


Abbildung 2: Spezifische Tendenzen der Wirkungseinheit »Jakobsweg«

### 4.2.1. Auf den Weg bringen

Wenn man sich auf den Weg begibt, geht es zunächst um die Frage, was dafür mitzunehmen ist. Quantität und Qualität des Mitgebrachten fallen je nach Belieben ganz unterschiedlich aus. Was bei manchen Pilgern eine langwierige Vorbereitung voraussetzt, fällt bei manch anderem eher spontan aus, es wird mitgenommen, auf was nicht verzichtet werden kann. Man packt seinen Rucksack mit all seinen sieben Sachen, die einem helfen sollen, die Reise ins Ungewisse möglichst reibungslos (wenn auch nur auf den ersten Blick) zu meistern. Mitgetragen werden aber auch Gedanken, Wünsche und auch Sorgen, die ebenfalls Platz im Rucksack finden.

Ein Wunsch macht sich breit, etwas auf dem Weg auszutragen. Das wandert sprichwörtlich in den Rucksack, man hat es dabei, es geht den Weg mit, drückt schwer oder wird allmählich abgeschüttelt. Während man die Landschaft um sich herum anschaut, wird auch die Seelenlandschaft durchwandert, wird betrachtet, was an Gedanken, Wünschen, Sorgen mitgenommen wird. In den Interviews zeigte sich, dass ausnahmslos jeder Proband und Pilger etwas ganz Eigenes mit auf den Weg nahm um es zu durchleben: »Die Angst vor Hunden steht für mich symbolhaft für die Angst vor dem Unvorhersehbaren im Alltag« (IB1). Die Angst vor dem Unvorhersehbaren wird hier sprich-

wörtlich auf den Weg gebracht. Mit ihr soll etwas passieren. Sie soll mit mir auf dem Weg ein Schicksal erleiden, erträglich werden, anders angeschaut werden können. Ist beim einen die Angst vor dem Ungewissen, Unvorhersehbaren im Gepäck, so meldet sich bei anderen die Furcht vor der bevorstehenden Selbstständigkeit oder die Trauer um den verstorbenen Sohn. Alle Pilger beschäftigt ein Thema, gelegentlich auch nur die Frage, was verarbeitet oder bearbeitet werden möchte.

#### 4.2.2. Entgegen kommen lassen

Die Wanderer beschäftigt aber nicht nur das Mitgebrachte, sondern auch, was ihnen auf dem Weg entgegen kommt. Aktiv gehen die Pilger auf Orte, Dinge, Menschen zu und lassen sich zugleich vom Zufall des Entgegenkommenden überraschen. Sie lassen etwas auf sich zukommen, was sie auf der anderen Seite aber auch erwarten und anstreben. Sie möchten Neues entdecken und gleichzeitig möchten sie von Neuem entdeckt werden: »Das Laufen, die Begegnungen mit unterschiedlichen Menschen, dem Gegenwind, die Vielfältigkeit auf dem Camino und im Fokus die Heilung« (IB5).

Die Naturschönheit ist ein wichtiger Aspekt des Entgegenkommenden. Diese zeigt sich in unberührten Tälern, ehrfürchtigen Berglandschaften, einer Vielzahl an prachtvollen Blumenwiesen und dem (Mit- oder Entgegen-) Strömen von klaren Bächen. Ebenfalls kommt dem Pilger das festgelegte Ziel, wenn auch nur etappenweise, stetig näher. Das Entgegenkommende können aber genauso Begegnungen mit Menschen sein oder sogar mit sich selbst. Der Pilger möchte auch sich selbst ein Stück weit entgegen kommen und es sich zugleich nicht nehmen lassen, alles von ganz allein auf sich zukommen zu lassen. In der Begegnung mit sich selbst können Zukunftspläne manifestiert und Anregungen der Veränderung für den Alltag

herauskristallisiert werden. So entdeckte eine Probandin beispielsweise auf dem Weg eine fürsorgliche »Stimme in sich selbst«, die in einem liebevollen Ton zu ihr sprach und sie ermahnte, wenn sie zu viel von ihrem Körper verlangte und sie auch lobte, wenn sie einen schwierigen Anstieg gemeistert hatte. Diese Stimme, so beschreibt die Probandin, hat ihr »einen intensiveren Kontakt mit sich selbst ermöglicht« und zeigte ihr neue Seiten an sich, die sie immer schon gerne gesehen hätte (IB2).

#### 4.2.3. Aufbrechen

Der Aufbruch steht nicht einfach nur für das Loslaufen von einem Ort zum anderen. Nach Kafka bedeutet er immer schon ein »Weg-von-hier« (Kafka, 2012, 72), ein Aufmachen, Aktivieren im Hinblick des Weg-von bzw. Hin-zu. Die Entschiedenheit, die im Alltag oft fehlt, wird mit dem Aufbruch spürbar und konkret. Der Aufbruch ist aber auch ein Aufbrechen und Aufspalten des Alltages und der selbst auferlegten Konventionen, die ihn begleiten. Im Aufbruch werden Grenzen neu definiert, es wird entschieden, was zu tun ist, und es wird gehandelt: »Ich möchte nicht in den Zwang kommen mich nach jemandem richten zu müssen, was das Tempo angeht. Ungebunden, selbstbestimmt, keine Kompromisse eingehen müssen und nicht mit anderen planen müssen« (IB7).

Aufbruch verkörpert Stellungnahme und das »Sich Trauen« (IB2) auch Wagnisse einzugehen. Ein Wagnis bedeutet aber auch Verantwortung für die eigene Entscheidung zu übernehmen und sich durchzusetzen, wenn es gefragt ist. Wo sonst ein höflicher Auftritt angemessen ist, wird auf dem Jakobsweg eine Klärung der eigenen Position sichtbar. »Ich bin hier um es zu Ende zu bringen« (IB2) und »Ich bin stolz darauf, den Mann stehen gelassen zu haben« (IB1).

Die Äußerungen der Wandernden deuten nur an, welche Tragweite dem Aufbruch zukommen kann. Entscheidungen zu treffen, sich ständig zu fragen, wo und wie Stellung bezogen werden muss, das macht einen großen Teil des Jakobsweges aus. Und es macht diesen Weg durchaus nicht nur besinnlich. Zuweilen werden andere Pilger stehen gelassen, Meinungen laut geäußert, die sonst zurückgehalten worden wären, und es wird um den richtigen Weg gestritten, der sich trotz vorgegebener Strecke individuell gestaltet.

#### 4.2.4. Rhythmisieren

Wo der Alltagsrhythmus aus dem Takt gekommen ist, bietet der Jakobsweg dem Pilger Strukturierung und einen ganz neuen Takt. Das beginnt schon beim Tagesablauf, der die zu erledigenden Dinge klar vorgibt. So startet beinahe jeder Pilger in der Früh mit einem Frühstück, packt seinen Rucksack und begibt sich auf die anstehende Tagesetappe. Unterwegs können dann Bekanntschaften geschlossen, Pausen gemacht werden, und schlussendlich muss ein Bett in einer Unterkunft gesucht werden. Dort angekommen können die Wanderer sich dann die schweren Schuhe ausziehen und sich ganz der Ruhe nach dem anstrengenden Marsch widmen.

Wie aber genau die Verteilung dieser Aspekte aussieht, entscheidet jeder Pilger individuell. Jeder für sich testet aus, wie weit und wie schnell gelaufen wird. Dabei kann jeder sich so lange ausprobieren, bis der passenden und für sich richtigen Rhythmus gefunden ist. Der Pilger macht Erfahrungen mit dem Zu-schnell-laufen, mal zu viele, mal zu wenige Pausen gemacht werden, aber in der Regel findet sich schnell ein passendes Tempo. Wurde schließlich ein Rhythmus gefunden, dann lässt es sich vor dem Hintergrund des stetigen »Links, Rechts, Links, Rechts, Links,

Rechts« ganz den Gedanken und Träumereien hingeben oder auch dem Phänomen des meditativen Nichts-Denkens.

Der Rhythmus stellt ein Ordnungsgefüge bereit, mit dem es sich wohl fühlen lässt: »Vielleicht stolpere ich und mein Herz dann weniger« (IB2). Der neue Rhythmus soll möglichst den eigenen Alltag und sogar das eigene Herz regulieren. Durch die Möglichkeit einer neuen Geschwindigkeit und eines neuen Rhythmus scheint es vielen Probanden möglich, ihr Konstrukt des Alltags zu entschleunigen und somit sogar Probleme wie Herzstolpern oder Stress zu vermeiden.

#### 4.2.5. Raum schaffen

Im Alltag zu Hause ist es für die meisten eher ungewöhnlich, den ganzen Tag an der frischen Luft zu sein, die Freiheit zu haben, die Gedanken kreisen zu lassen und das in vollen Zügen zu genießen. Durch die Hektik im Alltag lassen es die Gegebenheiten kaum zu, Gedanken zu Enden zu denken, Entwürfe für das eigene Leben zu machen und sich selbst Freiraum zu geben. Der Tag des Pilgers spielt sich dagegen fast vollständig in der Natur ab, lässt ihn frei atmen und seine eigenen Räume gestalten.

Auf dem Jakobsweg wird ein Raum geschaffen, den es in dieser Art für viele nie zuvor gegeben hat, in dem völlig neue Probleme auftauchen oder Verbindungen mit einer Transzendenz, einer höheren Ebene gesucht werden, die durch diese Probleme hindurch hilft. Im Raumschaffen wird ein neuer Kontext zur eigenen Lebenslage gefunden. Der Pilger setzt sich mit Seiten und Facetten des Lebens auseinander, die nie zu Ende gedacht wurden, mit Gedanken und Gefühlen, mit denen sich zuvor nicht beschäftigt wurde oder konnte. Nach Wilhelm Salber wird beim



Wandern »eine Blase ausgebreitet« (Salber, 1991, 72), die schwere Gedanken sprichwörtlich nach oben ausweitet. Das kann bei manch einem Pilger die Suche oder die Intensivierung der Verbindung zu Gott sein. Bei anderen weitet sich der Dialog mit sich selbst: »Unter dem Begriff Selbsterfahrung verstehe ich mehr von mir zu sehen oder gezeigt zu bekommen und meine körperlichen Grenzen zu sehen« (IB1). Eine Pilgerin beschreibt die Tatsache, dass sich in ihrem Kopf zwei Parteien gebildet haben, die während des Laufens in Kontakt geraten: »So bin ich mit mir selbst im Dialog. Das Gespräch mit mir ordnet meine Dialoge ein Stück weit und liefert mir auch nachhaltig Stoff zum Nachdenken« (IB2). Es werden Fragen wie »Wer bin ich? Wo ist mein verstorbener Sohn, Colja jetzt? Ist das Bestimmung? Gibt es Gott überhaupt?« (IB5).

Der Raum, der geschaffen ist, bietet den Pilgern auf dem Weg Sicherheit, Verbundenheit mit sich selbst und einen Kontext, in dem man in einen intensiven Austausch gerät, ob nun mit der eigenen Person, mit einer höheren Macht oder mit seinen Problemen.

#### 4.2.6. Durchwandern

Die körperlichen Anstrengungen des Laufens, die zurückgelegte Strecke und die Last der Ausrüstung lassen die Pilger sehr deutlich ihren Körper spüren. »Es ist ein ständiges Kämpfen und Leiden müssen, denn wenn alles gut wäre, dann würden wir nicht über das Leben nachdenken« (IB7). Es fließt der Schweiß, es schmerzt an allen Stellen des Körpers, die Last wird bei jedem Meter schwerer und deutlich spürbarer: »Auf dem Jakobsweg ist die Anstrengung immer präsent« (IB7). Der Wanderer knickt um, bekommt Druckstellen, Blasen und andere Blessuren. »Das Zusammenspiel der Ausrüstung und der Last des Körpers sind für mich eine Art, mich zu erden und bodenständig

zu bleiben« (IB2), aber es kommt auch vor, dass die Last zu schwer wird und sich Angst breit macht, die Kraft könnte nicht reichen: »Ich stolperte heftig, sodass ich mein Knie aufschlug. Es war schon später Nachmittag und meine Kraft war ebenfalls ausgeschöpft. Ich hatte Angst, dass ich alleine im Wald übernachten muss. In dieser Situation war Angst meine größte Motivation« (IB7).

Der Aspekt des Durchwanderns greift eine dem »Raum Schaffen« entgegen gesetzte Tendenz auf, die Salber darin verortet, es sei nötig »die Blase vom Kopf in die Füße zu bekommen« (vgl. Salber, 1991, 72). Die Öffnung der Gedanken, Gefühle, Ängste »im Kopf« ist offenbar nur möglich, wenn die Probleme unter Schmerzen durchwandert werden. Die Blasen werden zu schmerzhaften Begleitern, die Probleme erlebbar machen. Sie schmerzen, sie drücken, sie werden in einer Intensität durchlitten, wie es mit den Problemen im Alltagskontext nie möglich (oder gewünscht) wäre.

Indem sich der Pilger den Schmerzen stellt, werden die Leiden aber auch bezwungen. Mit jedem Schritt werden sie ein Stück weiter überwunden. Der Interviewpartner mit der Angst vor Hunden drückt es so aus: »Es gibt mir ein gutes Gefühl jedes Mal wieder an den Hunden vorbeizugehen, auch wenn sie mir jedes Mal wieder Angst machen« (IB1).

### 5. Zusammenfassung

Was ist angesichts der gegenläufigen Wirkungszüge nun aber das Ganzmachende und Heilende am Jakobsweg? Im Überblick über die geführten Interviews stellte sich heraus, dass sich die Wandernden auf dem Jakobsweg wenn auch auf unterschiedliche Art allesamt neu ausrichten und die alltäglichen Gegebenheiten, die aus dem Takt

geraten sind, zusammenbringen wollen, damit es sich im Alltag wieder rund anfühlt. Dabei werden die Komfortzonen des bequemen Lebens bewusst verlassen, um über Anstrengungen und Stolpersteine in eine selbst bestimmte Gesamtordnung (Harmonie) zurückzufinden. Das Leben kann/soll wie ein Orchester zusammenklingen. Das Orchester des Alltags, mit seiner Vielzahl an Instrumenten und Einflüssen, wird auf dem Jakobsweg gleichsam neu gestimmt und lässt eine (bestenfalls) harmonische Melodie erklingen.

Den Misstönen und Disharmonien des Alltages setzt der Kompass des Jakobswegs eine klare Melodie entgegen. Sie soll im Kreuz und Quer des modernen Lebens einen erkennbaren Auftakt geben, ihn nachhaltig prägen. In ihr soll die Vielfalt der persönlichen Motive durch ein Leitmotiv zusammengehalten werden, das Start und Ziel, Aufbruch und Ankommen, Strapazen und Erholung zusammenbringt. »Ich möchte nicht in den Zwang kommen, mich nach jemanden richten zu müssen, was das Tempo angeht. Ungebunden, selbstbestimmend, keine Kompromisse eingehen müssen und nicht mit anderen planen müssen.« (IB7).

Diese Entschiedenheit wird in der zerfahrenen Gegenwartskultur wie eine Verheißung wahrgenommen, denn das »Aufbrechen« und »Ankommen« scheint im modernen Lebensalltag aus dem Takt gekommen zu sein. Das ständige »Ein- und Auskuppeln« in verschiedenen Lebensentwürfen und die Herausforderung, jederzeit alles sein zu können und leisten zu müssen, werden im Jakobsweg kontrastiert durch die Chance, dem inflationären Bildangebot zu entkommen und sich auf ein einzelnes konzentrieren zu können. Es wird ein symbolischen Raum geschaffen, der den (All-) Tag mit einem einheitlichen

Setting versorgt, mit wirklichen Anfängen und wirklichen Enden. Was alltäglich aus der Reihe tanzt, kann auf dem Jakobsweg in »Einklang« gebracht werden. Viele unterschiedliche Komponenten leisten dafür einen polyphonen Beitrag: »Dieser Fokus, den ich auf dem Jakobsweg besonders wahrnehme, entgleitet mir oft in meinem Alltag. Nachdem ich zurück zu Hause war, habe ich versucht den Fokus noch länger anhalten zu lassen, aber er rückt immer mehr in den Hintergrund, wenn der Alltag einen wieder einholt – ein Anlass, einen neuen Anlauf zu nehmen.« (IB7)





## 06 »Heilung braucht Zeit« – und andere Zusammenhänge auf dem Jakobsweg

### Eine Korrelationsstudie zur Erfassung von möglichen psychologischen Einflussfaktoren auf die Motivation der Pilger

von Vivien Chopurian und Christine Kästel

**»Der Weg ist das Ziel« – diese Aussage, so klischeehaft sie auch klingen mag, trifft auf eine bestimmte Gruppe von Pilgern besonders zu. Die bisherige Forschung spiegelt das Interesse am Jakobsweg wider und erlaubt ein grundlegendes Verständnis der Motive. Die Einflüsse des Selbstwertes, der Persönlichkeit, der Religiosität und der Dauer des Weges werden dabei wenig bis gar nicht berücksichtigt. Auf der Grundlage dieser Arbeit soll eine Spezifizierung interessanter Fragestellungen für die künftige Forschung und den Einsatz im klinischen Bereich ermöglicht werden. Ebenso steht eine Annäherung an den gemeinsamen Nenner von Auffassungen der Pilger im Vordergrund. Um dies zu betrachten, wurden die Selbstkonzepte von 196 Pilgern auf dem Jakobsweg mit quantitativen Methoden untersucht. Die Ergebnisse zeigen, dass der Prozess der Heilung oder Selbstfindung Zeit braucht – und dass intrinsische Religiosität keinen Zusammenhang zu anderen psychologischen Konstrukten hat.**

#### 1. Einleitung

Der Jakobsweg ist in Medien, Studien und auch in der Tourismusbranche ein immer wiederkehrendes Thema (Gamper, 2012; Nicolay, 2006; Schweizer, 2009). Berichte und Studien gibt es mittlerweile viele über den »Camino«,

doch die individuellen Eigenschaften der Pilger aus der Sicht von psychologischen Konstrukten stehen bisher weniger im Mittelpunkt. Die Forschung auf dem Jakobsweg ist losgelöst vom Alltag, von jeglichem Stress der Berufswelt, des typischen Familienlebens und auch von materiellen Gegenständen (Nicolay, 2006). Der Weg bietet somit die Chance, sich auf eine besondere Art und Weise mit sich selbst auseinanderzusetzen. Ob eine besondere Art der »Heilung« und Selbstfindung stattfindet und vor allem von welchen Faktoren dies beeinflusst wird, soll in dieser Studie erforscht werden.

Ein wiederkehrendes Forschungsthema ist die Motivation der unterschiedlichen Pilger (Filipp, 2012; Gamper, 2012). Deskriptive Daten und Indikatoren der Religiosität werden in diesem Zusammenhang häufig miterfasst. Filipp (2012) beschäftigt sich außerdem mit den Veränderungen, die die Pilger während des Laufens erleben und damit, wie dies rückblickend das Wohlbefinden der Pilger beeinflusst hat. Hierbei wird betont, von welchem großen Interesse psychologische Konstrukte im Zusammenhang mit der Forschung auf dem Jakobsweg sind.

Ob es einen bestimmten Typ »Pilger« gibt, der mit speziellen Persönlichkeitseigenschaften oder Motiven in Beziehung steht, soll in dieser Studie näher beleuchtet werden. Welche Rolle die einzelnen Motive, die Religiosität und auch der Selbstwert bei dem Bestreiten des Weges spielen, ist ebenso von Interesse. Die Arbeit ist dazu wie folgt aufgebaut: Im nächsten Abschnitt werden die grundlegenden Begrifflichkeiten definiert, u.a. Motivation, intrinsische Religiosität, Persönlichkeit und Selbstwert. Aus diesem Überblick werden Hypothesen abgeleitet. Anschließend erfolgt die Beschreibung der Datenerhebung und -auswertung. Die Ergebnisse werden im nächsten

Abschnitt dargestellt und interpretiert. Die Arbeit schließt mit einer Zusammenfassung.

## 2. Konzeptionelle Verortung

Ziel des folgenden Abschnittes ist es zunächst, die für die Studie wichtigsten Begrifflichkeiten zu definieren und abzugrenzen. Dazu werden sowohl psychologische Konstrukte verwendet, als auch bereits bestehende Forschungsansätze bezüglich des Jakobsweges beleuchtet.

### Motivation

Motivationsforschung zum Jakobsweg hat eine lange Tradition. Viele Studien befassen sich mit den unterschiedlichen Tendenzen, den Weg zu beschreiten (Dähler, 2009; Gamper/Reuter, 2012; Krautwurst, 2008). Der Begriff Motivation hat seinen Ursprung im lateinischen Wort »movere« und bedeutet »sich bewegen, sich regen, sich rühren«. Es ist eine Kraft, die einen dazu bewegt zu handeln und gibt Anreize, zielgerichtetes Verhalten durchzuführen und aufrechtzuerhalten (Rudolph, 2008). Sowohl emotionale, volitionale als auch situative Merkmale sind daran beteiligt. Die aktuelle Motivation ergibt sich aus unterschiedlichen Motiven und situativen Aspekten. Motive bilden dabei zeitstabile Merkmale, überdauernde Vorlieben. Die Motivation hingegen ist der variable Aspekt der Handlungsbereitschaft und auf einen bestimmten Zeitpunkt fixiert (Stangl, 2016). Viele der Pilger wandern mehr als 14 Tage und bewältigen dabei viele hundert Kilometer. Es stellt sich die zentrale Frage, warum so viele Pilger diese Strapazen auf sich nehmen?

Vorbeck (2011, 22) befasst sich mit ebendieser Fragestellung: »In einer Welt voller vermeintlicher Freiheiten tut es gut, einen vorbestimmten Weg zu gehen mit festgelegten Stationen, auf denen innegehalten werden kann.«

Der Jakobsweg wird damit eine Leitlinie in einem sonst unruhigen Leben. Den Pilgern bietet er eine Auszeit vom Alltag und eine Loslösung von Rollenbildern. Auch spielt das gesteigerte Interesse des Individuums an sich selbst und seinen Gedanken eine Rolle. Laut einer Umfrage des Magazins P.M. Guide (2008) stimmen 45% der Befragten dem Motiv der Selbstfindung und 22% »Rat und Rettung aus einer Krisensituation« zu. Auch das Motiv »Gleichgesinnte kennenlernen« wird mit 57% bestätigt.

Neben Motiven wie »Abenteuer und Kultur erleben«, »einen Ausbruch aus dem Alltag finden« und »sich auf die Suche nach sich selbst begeben«, ist auch »das Ziel, Santiago zu erreichen« ein zentrales Motiv in vielen Studien (Dähler, 2009; Saamen, 2010). Bei Saamen (2010) wird »das Ziel« als grundlegende Motivation gesehen. Dieses Motiv sollte den nötigen Anreiz bieten, mit gesteigertem Ehrgeiz Santiago zu erreichen.

Neuere Forschungen betrachten die traditionellen Motive, die eng im Zusammenhang mit der Geschichte und Religion des Jakobsweges stehen, als eher bedeutungslos für die Pilger (Gamper/Reuter, 2012). Gamper/Reuter (2012) sprechen von einem Wandel zur »spirituellen Sinnsuche«. Knoblauch (2009, 110) beschreibt dies als »Vermischung religiöser und populärkultureller Elemente«.

### Intrinsische Religiosität

Durch den »Trend Pilgern« scheint die religiöse oder christliche Bedeutung des Jakobsweges in den vergangenen Jahren in den Hintergrund gerückt zu sein. Grundsätzlich nimmt der Anteil der Gläubigen ab, doch bleiben die kulturgeschichtlichen Hintergründe einiger religiös motivierter Pilger bestehen. Ein Beispiel dafür ist, dass das Grab des Apostels Jakobus nach wie vor als das Ziel

gesehen wird (Gamper/Reuter, 2012). Mit dem Begriff »Spiritualität« wird in psychologischer und medizinischer Literatur das heutige pluralistische Bild des Glaubens bezeichnet, das auch nicht-konfessionelle oder gar nichtreligiöse Haltungen umfasst und ihnen einen quasireligiösen existenziellen Mehrwert zuschreibt (Klein/Albani, 2007). Doch bestätigen Patientenbefragungen, dass daneben weiterhin »religiös« und »gläubig« in der westlichen Welt der gängige Begriff ist und der »Spiritualität« vorgezogen wird (Ostermann et. al., 2004), so dass der Schwerpunkt auf die Erfassung des Konstrukts »Religiosität« gelegt werden kann.

Der umfassende Gedanke hinter einer Begriffsklärung ist das unterschiedliche Ausleben von Religiosität. Unterschieden wird hier zwischen intrinsischer und extrinsischer Religiosität, wobei letztere religiös orientiertes Handeln, also zum Beispiel Gottesdienstbesuche meint. Hier stehen die Teilnahme in der Gemeinde, die Betonung der sozialen Unterstützung und nach außen vertretene, sichtbar gemachte religiöse Zugehörigkeit im Vordergrund. Allport/Ross (1967) dehnen den Begriff sogar so weit, dass laut ihrer »extrinsic religiosity scale« Menschen mit extrinsischer Motivation Religion als Mittel zum Zweck betrachten, um nichtreligiöse Ziele zu erreichen (z.B. im Wahlkampf) und sich selbst zu rechtfertigen (Albani et al., 2004). Intrinsische Religiosität umschreibt stattdessen eine innere Haltung ähnlich der »Spiritualität«, einer individuellen transzendentalen Erfahrung. Außerdem prägt sie die Lebensgestaltung durch einen tiefen Glauben an eine Gottheit (Fuchs, 2000).

Befunde von diversen Metanalysen zu Religiosität und Selbstkonzept zeigen ein eher heterogenes Bild: Während einige Korrelationsstudien schwach positive Zusammen-

hänge mit negativen Effekten auf das Wohlbefinden, wie Depressivität, Angst, Unsicherheit, Schuldgefühle, geringeres Selbstwertgefühl (Koenig/Larson, 2001) zeigen, gibt es ebenso Studien, die schwache positive Korrelationen mit positiven Einflüssen wie gesteigerte Hoffnung, Wohlbefinden und weniger Stress aufweisen (Fuchs, 2000).

Diese Ergebnisse lassen sich unter anderem durch die Vermischung von extrinsischer und intrinsischer Religiosität erklären, da eine höhere extrinsische Religiosität mit höherer Depressivität als bei nicht oder intrinsisch Religiösen einhergeht (Dörr, 1987). Ähnliche Zusammenhänge lassen sich bei Angststörungen aufzeigen (Koenig et al., 1993), welche sich ebenfalls über den christlichen Glauben hinaus an Buddhisten ausmachen ließen (Tapanya et al., 1997).

Klein/Albani (2007) heben hervor, dass bei einer positiven Glaubens- und Gottbeziehung Vertrauen, Liebe und ein förderlicher Einfluss auf den Selbstwert entstehen können, während es bei einer missglückten Beziehung zu einer Selbstabwertung und Misstrauen kommen kann. Albani et. al. (2004) finden einen positiven Zusammenhang zwischen Lebensalter und religiösen Überzeugungen und Handlungen, ebenso wie zwischen stärker ausgeprägter Religiosität und einer höheren Selbstwirksamkeit sowie Resilienz. So zeigen Personen mit gering ausgeprägter Religiosität mehr Selbstvertrauen, Unabhängigkeit, Anpassungsfähigkeit oder Toleranz.

### **Persönlichkeit**

Gamper/Reuter (2012) heben den Jakobsweg als einen überkonfessionellen Pilgerweg hervor, der sich durch ein sehr heterogenes, soziodemografisch gemischtes Publikum auszeichnet. Die verschiedensten Motive, wie zum

Beispiel »ein Abenteuer erleben«, »die spirituelle Atmosphäre genießen« oder »sich selber zu finden«, sorgen dafür, dass sich Menschen mit verschiedenen Persönlichkeitsausprägungen auf den Weg nach Santiago de Compostela begeben.

Für die wissenschaftliche Klärung von Persönlichkeitsmotiven dient als populärstes Konzept das »Big Five« Modell (Allport/Odbert, 1936) mit den fünf Faktoren Neurotizismus, Gewissenhaftigkeit, Extraversion, Verträglichkeit und Offenheit für Erfahrungen. Die Faktoren werden als Dimensionen betrachtet, die relativ individuell stabil über das Erwachsenenleben hinweg ausgeprägt bleiben. Diese Persönlichkeitsdimensionen haben sich in den vergangenen Jahren erfolgreich als Prädiktoren für verschiedene individuelle wie gesellschaftliche Prozesse erwiesen (Rammstedt et al., 2013).

Verschiedene Korrelationsstudien haben sowohl positive als auch negative Zusammenhänge zwischen Religiosität und Offenheit (Albani et al., 2004), sowie dem »Glauben« und Neurotizismus und Extraversion aufgezeigt (Maiello, 2007). Es gibt grundsätzlich einige Befunde zu den Zusammenhängen zwischen Religiosität und weiteren psychologischen Konstrukten, doch auch wenn sie signifikant sind, sind sie eher schwach und weisen einige Kausalitätsprobleme auf.

### **Selbstwert**

Der Selbstwert ist ein wichtiger Forschungsschwerpunkt im Bereich der Sportpsychologie (Fox, 2001). Es geht insbesondere darum, mehr Klarheit in die sportbetonte Selbstwertförderung zu bringen. Als körperliche Betätigung fällt das Pilgern durchaus in den Bereich des Ausdauersports. Durchschnittlich werden circa 25 Kilometer

zu Fuß bewältigt. Hinzu kommt die zusätzliche Gepäckbelastung von 10 bis 15 Kilogramm für den Pilger (Gamper/Reuter, 2012). Vor diesem Hintergrund ist es sinnvoll, im Folgenden den Selbstwert zu erfassen sowie weitere psychologische Konstrukte und deren zugrunde liegenden Motive, die erhoben wurden, zu vergleichen. Unter dem Selbstwertgefühl versteht Asendorpf (2007, 365) »[...] die subjektive Bewertung der eigenen Persönlichkeit, die Zufriedenheit mit sich selbst«. Eine positive Selbstwert-schätzung gilt als wichtige Gesundheitsressource und Schutzfaktor gegen schwierige Lebensumstände.

Mit den körperlichen Grenzen wird der Pilger bereits an den ersten Tagen der Pilgerreise konfrontiert. Gamper/Reuter (2012) nennen dabei zahlreiche körperliche Beschwerden und allgemeine Anstrengungen, die mit Witterungsverhältnissen und ungewohnten körperlichen Belastungen zusammenhängen. Auch Unfälle und Schlafmangel kommen gehäuft vor. Nach Stausberg (2010) entwickelt der Pilger erst mit der Zeit eine Art »körperlichen Lernprozess« zum Schutz des Körpers und des Geistes. Außerdem wird eine neue »Achtsamkeit« für den Körper entwickelt und die »Krisenerfahrung des Körpers« verstärkt den Prozess der Achtsamkeit noch zusätzlich (Strausberg, 2010, 59). Arbeiten von Brown (1991) weisen auf eine puffernde, schützende Funktion des Selbstwertgefühls auf Bedrohungen des psychischen Wohlbefindens hin. Auch Trautwein (2003, 8) verwendet in diesem Zusammenhang die Metapher, ein hohes Selbstwertgefühl sei ein »Airbag der Psyche«. Die positive Auswirkung des Pilgerns auf das Wohlbefinden wird vor allem in der sozialpsychologischen Studie von Krautwurst (2008) betont.

Im Umgang mit Problemen spielt der Selbstwert eine ebenso wichtige Rolle und auch in der Entwicklung der

eigenen Identität, der Entwicklung des »Selbst« (Gilich, 1993, 48). Unter Selbstwert ist mehr als nur »Selbstwertgefühl« zu verstehen. Selbstwert ist ein Wert, den sich die Person selbst zuschreibt und der auf kognitiven und rationalen Überlegungen basiert (Gilich, 1993). Er ist einer der drei Dimensionen des Selbstsystems einer Person, welches sich im Laufe der Kindheit entwickelt (Epstein, 1979). Der Selbstwert nimmt zusätzlich Einfluss auf zukünftige Lebenseinstellungen und die soziale Interaktion mit anderen Menschen.

Aufgrund dieser Ergebnisse, ergibt sich die Annahme, dass Pilger, die eine Krisensituation bewältigen oder etwas Erlebtes verarbeiten müssen, einen eher geringeren Selbstwert besitzen. Menschen in einer vulnerablen Situation schätzen ihr Selbstbild schlechter ein, als Menschen, die sich in einer gefestigten Situation befinden und grundsätzlich zufrieden sind.

Die erste Hypothese lässt sich wie folgt ableiten.

Hypothese 1: Pilger, die den Weg zur Selbstfindung laufen, haben einen geringeren Selbstwert, als Pilger, die den Weg aus anderen Motiven laufen.

Untersuchungsergebnisse langjähriger Forschung legen nahe, dass Pilger mit intrinsischer, religiöser Motivation, eher positive Gotterfahrungen erleben und diese sich positiv auf ihr Selbstbild auswirken. Daraus lässt sich folgende Hypothese ableiten:

Hypothese 2: Religiösere Menschen haben einen höheren Selbstwert als weniger religiöse Menschen.

Eine Frage, die schon die Antike beschäftigte, ist: Wer bin ich? Um diese Frage zu klären, beschäftigen sich Psychologen intensiv mit der Persönlichkeit und dem Selbstbild (Asendorpf/Neyer, 2012). Doch auch im Alltag begibt sich jede Person auf die Suche nach sich selbst. Der Prozess definiert sich dadurch, dass versucht wird, sich selbst in seinen Eigenheiten, Besonderheiten, und Zielen zu erkennen (Huber, 2011). Dass dieser Weg und außerdem das Bewältigen schwerwiegender Lebenserfahrungen kein schnelles Unterfangen ist, zeigen die Metaanalysen von Bassler et al. (1995; 1996). Sie stellen einen positiven Effekt der Psychotherapiedauer auf den Behandlungserfolg fest. Für die Pilger auf dem Jakobsweg würde das bedeuten, dass sich ihre wahre Motivation der Selbstfindung auch in der Dauer ihrer Reise widerspiegelt.

Hypothese 3: Pilger, die länger unterwegs sind, laufen eher zur Selbstfindung.

Der Grund, warum viele der Studien zur Religiosität bei einer älteren Stichprobe untersucht werden, liegt darin, dass sich in diesen Jahrgängen eher religiöse oder gläubige Menschen finden als bei den jüngeren Generationen (Tapanya et al., 1997; Albani et al., 2004). Dies lässt den Schluss zu, dass sich auch in der Pilgergemeinschaft dieses Bild widerspiegeln wird.

Hypothese 4: Ältere Menschen pilgern eher aufgrund religiöser Motive, während jüngere Pilger eher zur Selbstfindung laufen.



### 3. Verortung

Die Erhebung zur Studie fand im Zeitraum vom 30. März bis zum 11. April 2016 auf dem Streckenabschnitt zwischen Astorga und Santiago de Compostela statt. Es wurden 196 Fragebögen von den teilnehmenden Studierenden und den Betreuern des Projektes an Pilger auf dem Weg verteilt. Sie wurden auf dem Weg, bei der Rast und auch in den Herbergen ausgehändigt. Mehr als zwei Drittel der angesprochenen Pilger erklärten sich bereit, den Fragebogen anonym auszufüllen. Die folgenden Tabellen zeigen die deskriptive Verteilung der Pilger hinsichtlich Geschlechtes, Alter, Konfession und Gruppenverteilung.



Geschlecht und Alter	Männlich	Weiblich	<18	18-30	31-40	>40
Anzahl (insg. 196)	93	103	1,50%	27%	20%	51,50%

Tabelle I. Geschlecht und Alter

Konfession	katholisch	evangelisch	konfessionslos	andere
Anteil in %	50%	15%	25%	10%

Tabelle II. Konfession

Der Fragebogen enthielt neben soziodemografischen Fragen vier Skalen, deren Aussagen mittels einer fünfstufigen Likert-Skala beantwortet werden konnten. Die Skalierung galt von »trifft überhaupt nicht zu« (1) bis »trifft voll und ganz zu« (5). Ein Schwerpunkt der Erhebungen waren die Motive der Pilger. Diese wurden mit Hilfe von 18 vorgegebenen Aussagen erfasst, die aus der Literatur abgeleitet wurden. Mit Hilfe einer Faktorenanalyse wurden die folgenden drei Hauptmotive gefunden: religiöse Motivation, Selbstfindung sowie die Erfahrung der Natur und Abenteuer.



Gruppe der religiösen Motivation:

Ich gehe den Weg ... »aus religiösen Gründen«,  
 »um die Stille zu genießen«,  
 »um Buße vor Gott zu tun«,  
 »um die spirituelle Atmosphäre zu genießen«,  
 »um Teil der Pilgergemeinschaft zu sein«,  
 »um das Ziel (Santiago) zu erreichen« und  
 »um einen christlichen Ort aufzusuchen«.

Das Motiv der Selbstfindung:

Ich gehe den Weg ... »um mich selber zu finden«,  
 »um Ausklang aus dem Alltag zu finden«,  
 »um eine Lebenskrise zu verarbeiten«,  
 »um die spirituelle Atmosphäre zu genießen«.

Motiv der Natur und des Abenteuers:

Ich gehe den Weg ... »um ein Abenteuer zu erleben«,  
 »um die Natur zu genießen«,  
 »um Menschen aus anderen Kulturen kennenzulernen«,  
 »um schöne Landschaften zu genießen«,  
 »um das Ziel (Santiago) zu erreichen«,  
 »um mit anderen Leuten zu feiern«.

Auffallend ist, dass das Item »Ich laufe den Weg, um Santiago zu erreichen« sowohl bei den religiösen Motiven als auch bei den Abenteuer-Motiven vorkommt, bei dem Motiv der Selbstfindung jedoch nicht.

Neben den Motiven, den soziodemografischen und wirtschaftlichen Daten wurden auch psychologische Variablen erfasst. Dies waren zum einen die Persönlichkeitseigenschaften (Big Five), die mit der Kurzskala BFI-10 nach Rammstedt et al. (2013) untersucht wurden. Die Skala besteht aus zehn Items, den Befragten steht eine fünfstufige Ratingskala von »trifft überhaupt nicht zu« (1) bis »trifft voll und ganz zu« (5) zur Beantwortung zur Verfügung.

Zur Erfassung des globalen Selbstwertes wurde eine zehnstufige Skala von Rosenberg (1965) genutzt. Die intrinsische Religiosität der Befragten wurde auf einer fünfstufigen Skala von Batson et al. (1967) erfasst.

#### 4. Ergebnisdarstellung und -interpretation

Im Folgenden sollen die zentralen Ergebnisse der Befragung mithilfe der bivariaten Korrelation nach Pearson dargestellt und interpretiert werden.

Hypothese 1: Pilger, die den Weg zur Selbstfindung laufen, empfinden einen geringeren Selbstwert als Pilger, die den Weg aus anderen Motiven laufen.

Eine Faktorenanalyse der erhobenen Daten bestätigt die Annahme, dass es drei große Motivationstypen gibt: den religiös motivierten Pilger, den Pilger, der auf der Suche nach einem Abenteuer ist, und den Pilger, der sich selber finden möchte.

Die Korrelationsanalyse des Motivs Selbstfindung und der Skala Selbstwert bestätigen die Hypothese. Der schwache negative Zusammenhang zwischen den beiden Konstrukten beträgt  $r = -.30$  und ist auf einem Niveau von  $p < .01$  signifikant.

Im Zuge der Erforschung von Einflussfaktoren gab es in der untersuchten Population auch einen positiven Zusammenhang zwischen dem Selbstwert und der Extraversion von  $r = .24$  ( $p < .01$ ), Selbstwert und Gewissenhaftigkeit  $r = .22$  ( $p < .01$ ) und einen negativen Zusammenhang zwischen Selbstwert und Neurotizismus  $r = -.35$  ( $p < .01$ ). Der Selbstwert gilt als Schutzfaktor. Es scheint in der Dynamik des Menschen zu liegen, diesen Selbstwert wieder aufzubauen. Einige der Pilger greifen zur Bestätigung von außen, andere versuchen diese Hürde mit sich selbst auszumachen. So ist es sinnvoll, den Jakobsweg zu gehen, um

ein Problem zu bearbeiten und sich selbst bewusster zu werden. Häufig fehlt im Alltag die Zeit, Gedanken durchzuarbeiten, auf dem Weg findet sich sowohl die Zeit als auch die Umgebung, dies zu tun.

Der Zusammenhang zwischen Persönlichkeit und Selbstwert lässt sich dadurch erklären, dass es Prädiktoren gibt, die sich sowohl auf die Extraversion als auch auf den Selbstwert positiv auswirken. Ebenso gibt es Faktoren, die sich negativ auf den Selbstwert auswirken und damit auch einen erhöhenden Einfluss auf Neurotizismus haben. Eine Trennung kann sich zum Beispiel sowohl negativ auf den Selbstwert als auch auf die Persönlichkeit auswirken – welches davon der Prädiktor für welche Variable ist, bleibt hier ungeklärt.

Hypothese 2: Religiösere Menschen haben einen höheren Selbstwert als weniger religiöse Menschen.

Diese Hypothese konnte nicht bestätigt werden. Es wurde kaum ein Zusammenhang zwischen der intrinsischen Religiosität und den anderen Konstrukten gefunden. Der geringe Einfluss der intrinsischen Religiosität kann darauf zurückgeführt werden, dass ein methodischer Fehler vorliegt, da die Fragen das Konstrukt nicht ausreichend erfassen und eine Revision dieser Fragen notwendig wäre.

Ein anderer Grund könnte sein, dass die Fragen ein sehr verinnerlichtes und intimes Phänomen widerspiegeln, welches abgesondert von anderen Wahrnehmungen einen Platz im Selbstbild der Pilger einnimmt. Auffällig ist die multimodale Verteilung in dieser Stichprobe. Diese Verteilung lässt sich besonders bei der geringen intrinsischen Religiosität beobachten: So sind immerhin 20% der Pilger nicht intrinsisch religiös orientiert, doch der Großteil scheint den einzelnen Aussagen teilweise zuzustimmen.

Hypothese 3: Pilger, die länger unterwegs sind, laufen eher zur Selbstfindung.

Diese Hypothese konnte bestätigt werden: Es gibt einen positiven Zusammenhang von  $r = .33$  ( $p < .05$ ) zwischen der Dauer der Reise und der Motivation Selbstfindung.

Besonders hervorzuheben ist das Ergebnis der Faktorenanalyse, nach der sowohl für die Pilger mit religiösen Motiven als auch für solche mit Abenteuer-Motiven die Aussage »Ich gehe den Weg, um Santiago de Compostela zu erreichen« zutrifft, während diese Aussage bei den Pilgern mit dem Motiv der Selbstfindung nicht bestätigt wurde. Das kann bedeuten, dass Pilger eher einen kürzeren Weg gehen, um zügiger an ihr Ziel zu kommen – sie fangen vielleicht später an oder nehmen sich grundsätzlich weniger Zeit für einen Teilabschnitt. Pilger auf dem Weg zur Selbstfindung haben buchstäblich den »Weg als Ziel« und gehen den Weg langsamer, da ihre Gedanken und die Begegnung mit anderen im Vordergrund stehen.

Hypothese 4: Ältere Menschen pilgern eher aufgrund religiöser Motive, während jüngere Pilger eher zur Selbstfindung laufen.

Diese Hypothese konnte ebenfalls bestätigt werden, hier finden sich die signifikanten Ergebnisse, dass Alter signifikant positiv mit den religiösen Motiven korreliert ( $r = .32$ ,  $p < .01$ ), und signifikant negativ mit dem Selbstfindungsmotiv ( $r = .39$ ,  $p < .01$ ).

Die sogenannte Generation Y begibt sich immer öfter auf den Weg, um sich selbst zu finden. Zu überflutend seien der technische Fortschritt und die eigenen Gefühle, für die im Alltag keine Zeit bleibt, um diese mit sich selbst zu vereinen (Würzburger, 2016). Die älteren Pilger, die bei

dieser Befragung deutlich in der Überzahl sind, begeben sich eher noch aus den traditionellen, kulturgeschichtlichen Hintergründen auf den Jakobsweg. Dies kann vor allem durch den Kohorten-Effekt erklärt werden.

In weiteren Analysen kam heraus, dass das Geschlecht hingegen keine signifikante Rolle bei den psychologischen Konstrukten gespielt hat.

### 5. Zusammenfassung

Ein Anliegen dieser Studie war, sich an interessante Aspekte und Zusammenhänge der Natur der Pilger auf dem Jakobsweg heranzutasten. So sollte es möglich gemacht werden, den Grundstein für weitere Projekte zu legen und in Zukunft konkreteren bzw. adaptierten Fragestellungen nachzugehen. Im Folgenden werden diese Anstöße aufgenommen und es wird ein Blick auf mögliche zukünftige Untersuchungen gewagt. Was alle Pilger gemeinsam haben, lässt sich mithilfe der deskriptiven wie auch inferenzstatistisch ausgewerteten Ergebnisse hingegen nicht zuverlässig ergründen. Bei den Korrelationen gibt es gewisse Tendenzen, doch sind diese eher schwach ausgeprägt (Gamper/Reuter, 2012).

Überraschend war die Feststellung, dass intrinsische Religiosität keinen signifikanten Zusammenhang mit dem Selbstwert oder der Persönlichkeit aufweist. Die Literatur gibt hier Korrelationen in beide Richtungen vor (Fuchs, 2000). Bei der untersuchten Population scheint die Religiosität hingegen keinen Einfluss auf die untersuchten Konstrukte zu haben, mit Ausnahme des Alters als Prädiktor für intrinsische Religiosität und religiöse Motivation. An dieser Stelle wird deutlich, dass es für die Forschung problematisch zu klären ist, was Religiosität qualitativ umfasst. Hiermit ist die Art und Weise der Gottesbeziehung

oder Glaubensvorstellung gemeint, welche vor die Frage stellt, ob ein Patient/Proband gläubig ist (Klein/Albani, 2007). Die quantitative Abfrage danach, ob und wie stark ein Pilger intrinsisch religiös motiviert ist, erlaubt es nicht, in diese Weiten der Religion einzutauchen und sie mit all ihren Einflussfaktoren zu erfassen.

Es wird deutlich, dass sich Religiosität über den christlichen Glauben hinaus in unserer Gesellschaft zu einer pluralistischen, individuellen und vielfältigen Spiritualität entwickelt, die vielleicht schon bald wenig mit der konventionellen Auffassung von »Glaube« zusammenpasst. Hier wäre weitere Forschung zum modernen Gottesbild oder Glaubensbild ein interessanter Ansatzpunkt, der sich gut über Studien zum Jakobsweg untersuchen lässt.

Deutlich ist, dass die Beschäftigung mit dem Selbstwert eine entscheidende Rolle bei der Motivation der Pilger und auch bei der Dauer der Wanderung spielt. Selbstfindung ist ein gebräuchlicher Begriff in der »Generation Y« (Würzburger, 2012). So ist es nicht erstaunlich, dass sich zunehmend jüngere Pilger auf diesen Weg begeben und dass ihr Selbstwert negativ mit dieser Motivation zusammenhängt. Suchen ältere Generationen Vertrauen in Gott, so müssen die jungen Kohorten stärker selbstflexibel sich selbst akzeptieren lernen und ihren Lebensweg aus einer Vielzahl an Möglichkeiten herausfinden. Oft ist Selbstfindung auch der Begriff, der verwendet wird, um nach einem besonders schwerwiegenden Lebensereignis, wie dem Verlust eines nahen Verwandten, wieder zurück in den Alltag zu finden.

Heilung braucht Zeit – dass die Pilger sich auf dem Weg intensiv mit sich selbst beschäftigen, zeigt deutlich, dass die Verarbeitung von Erfahrungen und der Selbstfindung ein langwieriger Prozess ist: Für viele ist das Ziel des Jakobsweges im Gegensatz zu den religiös oder abenteuer-motivierten Pilgern nicht, Santiago de Compostela zu erreichen, sondern viel mehr sich selbst. Hieraus lassen sich bedeutsame Handlungsanweisungen für Therapie und Forschung ableiten. Das Gesundheitssystem verlangt danach, den Patienten dann zu entlassen, wenn er sich stabilisiert hat. Doch häufig reicht diese Zeit nicht aus, um eine wirkliche Veränderung zu vollziehen. Es sollte im Anliegen der Therapeuten, Sozialarbeiter und des Gesundheitssystems sein, für Patienten, die noch nicht bereit sind, den Alltag ohne Hilfe zu meistern, kreative Lösungen zu entwickeln, die Selbstfindung und Heilung als Prozessgeschehen (Stichwort: »Durchlaufen«) zu ermöglichen.

Für weitere Forschungen auf dem Gebiet mit der speziellen Population bieten sich folgende Fragen an: Wie verändert sich der Selbstwert vor, während und nach dem Jakobsweg? Geht es den Pilgern am besten, die am längsten laufen? Haben sie das Gefühl ihre Probleme bewältigt zu haben?

Der Einfluss der Persönlichkeit auf den Selbstfindungsprozess während des Pilgerweges wurde kurz angeschnitten, aber nicht umfangreich genug betrachtet. Die heterogene Zusammensetzung und die letztlich schwachen Zusammenhänge unterstützen das Bild, das sich in dieser Studie ergeben hat: Es gibt nicht »den Pilger« und auch nicht »die Pilgertypen«. Der Jakobsweg bietet aber dennoch die einmalige Gelegenheit, Untersuchungen hinsichtlich konventioneller Konstrukte, die dem Wandel der Zeit unterliegen, durchzuführen. Und dies an einer Stichprobe,

die eine umfangreiche Auswahl von unterschiedlichen und interessanten Menschen bietet. Es lohnt sich, genauer hinzuschauen und das Heilende des Jakobsweges und den gemeinsamen Nenner der Pilger in ihrer Vielfältigkeit zu suchen.





## Literaturverzeichnis

- Albani, C.; Gunzelmann, T.; Bailer, H.; Grulke, M.; Geyer, M.; Brähler, E. (2004) Religiosität und Spiritualität im Alter. *Zeitschrift für Gerontologie und Geriatrie*, 37(1), 43–50.
- Allport, G.; Odbert, H. (1936) Trait-Names: A psycho-lexical study. *Psychological Monographs*, 47(1), 1–171.
- Allport, G.; Ross, J. (1967) Personal religious orientation and prejudice. *Journal of Personality and Social Psychology*, 5(4), 432–443.
- Ambrosio, V. (2015) Sacred Pilgrimage and Tourism as Secular Pilgrimage, in: Raj, R.; Griffin, K. (Hrsg.) *Religious Tourism and Pilgrimage Management: An International Perspektive*. Boston: CAB International, 130–145.
- Arsenault, N.; Gale, T. (2004) Defining Tomorrow's Tourism Product: Packaging Experiences. Research Report No. 2004–7, The Canadian Tourism Commission, Online: <http://publications.gc.ca/collections/Collection/C86-197-2004E.pdf> (abgerufen: 15.10.2016)
- Asendorpf, J. (2007) *Psychologie der Persönlichkeit*. Berlin: Springer.
- Batson, D. (1982) *Religion and the Individual*. New York: Oxford University Press.
- Binkhorst, E.; Den Dekker, T. (2009) Agenda for co-creation tourism experience research. *Journal of Hospitality and Marketing*, 18(2), 311–327.
- Bohlman, P.V. (1996) Pilgrimage, Politics and the Musical Remapping of the New Europe. *Ethnomusicology*, 40(3), 375–412.
- Boswijk, A.; Thijssen, T.; Peelen, E. (2007) *The experience economy, a new perspective*. Amsterdam: Pearson.
- Brown, J.D. (1991) Accuracy and bias in self-knowledge, in: Snyder, C.; Forsyth, R. (Hrsg.) *Handbook of social and clinical psychology: The health perspective*. Elmsford: Pergamon Press, 158–178.
- Campos, A.C.; Mendes, J.; do Valle, P.O.; Scott, N. (2016) Co-Creation Experiences: Attention and Memorability. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(9), 1309–1336.
- Chathoth, P.K.; Ungson, G.R.; Harrington, R.J.; Chan, E. W. (2016) Co-creation and higher order customer engagement in hospitality and tourism services. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(2), 222–245.
- Chesbrough, H.W. (2003) *Open innovation. The new imperative for creating and profiting from technology*. Boston: Harvard Business School.
- Chesbrough, H.W. (2006) *Open business models: How to thrive in the new innovation landscape*. Boston: Harvard Business School Press.
- Chesbrough, H.W. (2011) *Open Services Innovation: Rethinking Your Business to Grow and Compete in a New Era*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Cohen, W.M.; Levinthal, D.A. (1990) Absorptive Capacity: A New Perspective on Learning and Innovation. *Administrative Science Quarterly*, 35(1), 128–152.
- Coleman, S. (2009) On Mirrors, Masks and Traps: Ambiguity, Risk and ‚Lateral Participation‘ in Ritual. *Journal of Ritual Studies*, 23(2), 43–52.
- Courtney, M. (2013) New opportunities for occupational therapy through the occupation of contemporary pilgrimage. *British Journal of Occupational Therapy*, 76(6), 292–294.

- Dähler, S. (2009) Berner Erhebung zum Jakobspilgern in der Schweiz, Online: <https://www.camino-europe.eu/fr/meta-fr-CH/media/studien/berner-studie-zum-jakobspilgern-in-der-schweiz-2009/> (abgerufen: 15.10.2016).
- Doi, K. (2011) Onto emerging ground: Anticlimactic movement on the Camino de Santiago de Compostela. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 59(3), 271–285.
- Dörr, A. (1987) *Religiosität und Depression. Eine empirisch-psychologische Untersuchung*. Weinheim: Deutscher Studien-Verlag.
- Epstein, S. (1979) Berner Erhebung zum Jakobspilgern in der Schweiz, in: Filipp, S.-H. (Hrsg.), *Selbstkonzeptforschung: Probleme, Befunde, Perspektiven*. Stuttgart: Klett-Cotta, 228–240.
- Fernandez, B.M.C.; Gonzalez, R.C.L.; Lopez, L. (2016) Historic city, tourism performance and development: The balance of social behaviours in the city of Santiago de Compostela (Spain). *Tourism & Hospitality Research*, 16(3), 282–293.
- Finney, R.Z.; Orwig, R.A.; Spake, D.F. (2009) Lotus-Eaters, Pilgrims, Seekers, and Accidental Tourists: How Different Travelers Consume the Sacred and the Profane. *Services Marketing Quarterly*, 30(2), 148–173.
- Fitzek, H. (1998) Trends, Moden, Zeiterscheinungen. *Kulturpsychologie als Psychologie der Gegenwartskultur. Zwischenschritte*, 17(1), 25–53.
- Fox, K. (2001) The effects of exercise on self-perception and self-esteem, in: Biddle, S. (Hrsg.) *Physical activity and psychological well-being*. London: Routledge, 88–117.
- Freud, S. (1907/2000) *Zwangshandlungen und Religionsübungen*, in: Mitscherlich, A.; Richards, A.; Strachey, J. (Hrsg.) *Sigmund Freud*. Frankfurt am Main: Fischer, 11–21.
- Fuchs, B. (2000) Religiosität und psychische Gesundheit im Alter, in: Bäurle, P.; Radebold, H.; Hirsch, R.S.; Schmid-Furstoss, U.; Struwe, B. (Hrsg.) *Klinische Psychotherapie mit älteren Menschen. Grundlagen und Praxis*. Bern: Hans Huber, 235–243.
- Gamper, M.; Reuter, J. (2012) Searching for „sense per pedes“. *Pilgrimage as a physical challenge and spiritual experience. Sozialwissenschaften & Berufspraxis*, 35(1), 30–47.
- Gemzöe, L. (2014) Every Minute Out There: Creating Ritual among Swedish Pilgrims to Santiago de Compostela. *Journal of Ritual Studies*; 28(2), 65–75.
- Gilich, G. (1993) *Sebst, Selbsttätigkeit, Selbstständigkeit: Analyse pädagogischer Grundbegriffe als Beitrag zu einer Theorie von Selbstunterricht*. Frankfurt am Main: Lang.
- Gitlitz, D.M.; Davidson, L.K. (2000) *The Pilgrimage Road to Santiago: The Complete Cultural Handbook*. New York: St. Martin's Griffin.
- Gregory, A.M.; Parsa, H.G. (2013) Kano's Model: An Integrative Review of Theory and Applications to the Field of Hospitality and Tourism. *Journal Of Hospitality Marketing & Management*, 22(1), 25–46.
- Grissemann, U.S.; Stokburger-Sauer, N.E. (2012) Customer co-creation of travel services: The role of company support and customer satisfaction with the co-creation performance. *Tourism Management*, 33(6), 1483-1492.
- Grönroos, C. (2006) Adopting a Service Logic for Marketing. *Marketing Theory*, 6(3), 317–333.
- Heckhausen, H. (1963). *Hoffnung und Furcht in der Leistungsmotivation*. Meisenheim: Anton Hain.



- Heckhausen, H.; Schmalt, H. (1985) Motivation. Wuppertal.
- Herbers, K. (2006) Geschichte und Kultur einer Pilgerfahrt. München: C.H. Beck.
- Hitrec, T. (2010) Religious tourism. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, Vol 58(2), 185–187.
- Hwang, J.; Seo, S. (2016) A critical review of research on customer experience management. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(10), 2218–2246.
- Kafka, F. (2012) *Gesammelte Werke*, Köln: Anaconda.
- Klein, C.; Albani, C. (2007) Religiosität und psychische Gesundheit. Eine Übersicht über Befunde, Erklärungsansätze und Konsequenzen für die klinische Praxis. Stuttgart: Georg Thieme.
- Knoblauch, A. (2009) Populäre Spiritualität oder: Wo ist Hape Kerkeling, in: Bertelsmann Stiftung (Hrsg.) *Woran glaubt die Welt? Analysen und Kommentare zum Religionsmonitor*. Gütersloh: Verlag Bertelsmann Stiftung, 725–746.
- Koenig, H.; Ford, S.; George, L.; Blazer, D.; Meador, K. (1993) Religion and anxiety disorder: An examination and comparison of associations in young, middle-ages, and elderly adults. *Journal of Anxiety Disorders*, 7(4), 321–342.
- Koenig, H.; Larson, D. (2001) Religion and mental health: Evidence for an association. *International Review of Psychiatry*, 13(2), 67–78
- Krautwurst, K. (2008) Pilgern auf dem Jakobsweg: Eine retrospektive Untersuchung zu Veränderungserleben und subjektiven Wohlbefinden unter Berücksichtigung der religiösen Orientierungen und Beweggründe der Pilger. Trier.
- Kühne, D. (2006) *Wallfahrten in der europäischen Kultur*. Frankfurt am Main: Peter Lang.
- Lado-Sestayo, R.; Otero-Gonzalez, L.; Vivel-Bua, M.; Martorell-Cunill, O. (2016) Impact of location on profitability in the Spanish hotel sector. *Tourism Management*, 52(1), 405–415.
- Lipford, J.W.; Yandle, B. (2009) The determinants of purposeful voluntarism. *The Journal of Socio-Economics*, 38(1), 72–79.
- Maiello, C. (2007) *Messung und Korrelate von Religiosität*. Münster: Waxmann.
- Mehmetoglu, M.; Engen, M. (2011) Pine and Gilmore's Concept of Experience Economy and Its Dimensions: An Empirical Examination in Tourism. *Journal of Quality Assurance In Hospitality & Tourism*, 12(4), 237–255.
- Nicolay, M. (2006). Nehmt nichts mit auf euren Weg!: Von den Erfahrungen der Pilger und derer, die sich um sie bemühen. Online: <http://sjb-trier.de/downloads/tpf1online.pdf> (abgerufen: 15.10.2016).
- Occhipinti, L. (2016) Not Just Tourists: Short-term Missionaries and Voluntourism. *Human Organization*, 75(3), 258–268.
- Oficina Peregrino (2016) *La Peregrinación a Santiago en 2015*. Online: <https://oficinadelperegrino.com/en/statistics/> (abgerufen: 20. August 2016).
- Ohler, N. (2010) *The Medieval Traveller*. Woodbridge: Boydell.
- Ostermann, T.; Büssing, A.; Matthiessen, P. (2004) Pilotstudie zur Entwicklung eines Fragebogens zur Erfassung spiritueller und religiöser Einstellung um des Umgangs mit Krankheit. *Forschende Komplementärmedizin und klassische Naturheilverfahren*, 11(6), 346–353.
- Oviedo, L.; de Courcier, S.; Farias, M. (2014) Rise of Pilgrims on the Camino to Santiago: Sign of Change or Religious Revival? *Review of Religious Research*, 56(3), 433–442.

- Payne, A.; Storbacka, K.; Frow, P. (2008), Managing the Co-creation of Value. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 36(1), 83–96.
- Pine, B.J.; Gilmore, J.H. (1999). *The experience economy, work is theatre and every business a stage*. Boston: Harvard Business School Press.
- Prahalad, C.K.; Krishnan, M.S. (2008) *The New Age of Innovation: Driving Co-created Value through Global Networks*. New York: NY: McGraw Hill.
- Prahalad, C.K.; Ramaswamy, V. (2003) The new frontier of experience innovation. *MIT Sloan Management Review*, 44(4), 12–18.
- Prahalad, C.K.; Ramaswamy, V. (2004) *The future of competition: Co-creating unique value with customers*. Boston: Harvard Business School Press.
- Prebensen, N.K.; Foss, L. (2011) Coping and co-creating in tourist experiences. *International Journal of Tourism Research*, 13(1), 54–67.
- Priem, R.L. (2002) A Consumer Perspective on Value Creation. *Academy of Management Review*, 32(1), 219–335.
- Raj, R.; Griffin, K. (2015) Introduction to Sacred and Secular Journeys, in: Raj, R.; Griffin, K. (Hrsg.) *Religious Tourism and Pilgrimage Management: An International Perspektive*. Bosten: CAB International, 1–17.
- Raj, R.; Griffin, K.; Blackwell, R. (2015) Motivations for religious tourism, pilgrimage, festivals and events, in: Raj, R.; Griffin, K. (Hrsg.) *Religious Tourism and Pilgrimage Management: An International Perspektive*. Bosten: CAB International, 103–117.
- Rammstedt, B.; Kemper, C.; Klein, M.; Beierlein, C.; Kovaleva, A. (2013) Eine kurze Skala zur Messung der fünf Dimensionen der Persönlichkeit. *Methode, Daten, Analysen*, 7(2), 233–249.
- Reuter, J. (2007) *Megaparty Glaubensfest*. Wiesbaden: VS Verlag.
- Richards, G.; Wilson, J. (2006) Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture? *Tourism Management*, 27(6), 1209–1223.
- Rihova, I.; Buhalis, D.; Moital, M.; Gouthro, M. (2015). Conceptualising Customer-to-customer Value Co-creation in Tourism. *International Journal of Tourism Research*, 17(4), 356–363.
- Rudolph, U. (2003) *Motivationspsychologie*. Berlin: Beltz.
- Saamen, C. (2010) *Der Weg ist das Ziel? Eine Untersuchung über die Motivation zur Wallfahrt nach Santiago de Compostela*. Online: <http://www.uni-kiel.de/prof-bobert-projekte/ExamnsarbeitDerWegistdasZiel.pdf> (abgerufen: 20.12.2016).
- Salber, W. (1991) *Gestalt auf Reisen. Das System seelischer Prozesse*. Bonn, Bouvier
- Salber, W. (2006) *Wirkungseinheiten*. Bonn: Bouvier.
- Salber, W.; Salber, D. (1997) Woher und wohin?. *Zwischenschritte*, 16(2), 4–19.
- Sanchez-Carretero, C. (2015) To Walk and to Be Walked . . . at the End of the World, in: Sanchez-Carretero, C. (Hrsg.) *Heritage, Pilgrimage and the Camino to Finisterre: Walking to the End of the World*, Heidelberg: Springer, 1–22.
- Schnell, T.; Pali, S. (2013) Pilgrimage today: the meaning-making potential of ritual. *Mental Health, Religion & Culture*, 16(9), 887–902.

- Schweizer, G. (2011) Pilgerorte der Weltreligionen: Auf Entdeckungsreise zwischen Tradition und Moderne. Ostfildern: Patmos.
- Sfandla, C.; Björk, P. (2013) Tourism Experience Network: Co-creation of Experiences in Interactive Processes. *International Journal of Tourism Research*, 15(5), 495–506.
- Shaw, G.; Bailey, A.; Williams, A. (2011) Aspects of service-dominant logic and its implications for tourism management: Examples from the hotel industry. *Tourism Management*, 32(2), 207–214.
- Stangl, W. (2016) *Lexikon für Psychologie und Pädagogik*.
- Stausberg, M. (2010) *Religion im modernen Tourismus*. Berlin: Verlag der Weltreligionen.
- Stopford, J. (1994) Some Approaches to the Archaeology of Christian Pilgrimage. *World Archaeology*, 26(1), 57–72.
- Suntikul, W.; Jachna, T. (2016) The co-creation/place attachment nexus. *Tourism Management*, 52276–286.
- Tapanya, S.; Nicki, R.; Jarusawad, O. (1997) Worry and intrinsic/extrinsic religious orientation among Buddhist (Thai) and Christian (Canadian) elderly persons. *International Journal of Aging and Human Development*, 44(1), 73–83.
- Trautwein, U. (2003) *Schule und Selbstwert. Entwicklungsverlauf, Bedeutung und Kontextfaktoren auf der Verhaltensebene*. Münster: Waxmann.
- Turner, V. (1977). *Secular Ritual*. Assen: Van Gorcum.
- Turner, V. (1978). *Image and Pilgrimage in Christian Culture: Anthropological Perspectives*. New York: Columbia University.
- Vega-Vazquez, M., Revilla-Camacho, M. Á., & Cossío-Silva, F. J. (2013) The value co-creation process as a determinant of customer satisfaction. *Management Decision*, 51(10), 1945–1953.
- Vorbeck, M. (2011). Pilgern - wenn der Weg das Ziel ist. *Arzt & Wirtschaft*, 78.
- Warfield, H.A.; Baker, S.B.; Foxx, S.B.P. (2014) The therapeutic value of pilgrimage: a grounded theory study. *Mental Health, Religion & Culture*, 17(8), 860–875.
- Woosnam, K.M.; Lee, Y.J. (2011) Applying social distance to voluntourism research. *Annals of Tourism Research*, 38(1), 309–313.
- Würzburger, T. (2016). *Key Skills für die Generation Y*. Wiesbaden: Springer.
- Yan, Y.; Xiaoming, L.; Fengjie, J.; Jun, L. (2014) How Does Perceived Value Affect Travelers' Satisfaction and Loyalty? *Social Behavior & Personality: An International Journal*, 42(10), 1733–1744.
- Yang, F.X. (2016) Tourist Co-Created Destination Image. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(4), 425–439.
- Zapponi, E. (2010) Le pèlerinage vers Saint-Jacques-de-Compostelle. *Archives de Sciences Sociales des Religions*, 55(149), 73–87.

»Wir sind dann mal forschen!« So verabschiedeten sich im April 2016 neun Studierende der BSP Business School Berlin und Hamburg sowie der MSB Medical School Berlin und der MSH Medical School Hamburg mit den Betreuern Prof. Dr. Andreas Braun und Dr. Alexander Trefz auf eine 14-tägige Forschungsreise nach Spanien. Unter dem Titel »Geschäftsmodell Jakobsweg zwischen Kommerz und Spiritualität« erwanderten und erforschten sie die letzten, knapp 300 Kilometer zwischen Astorga und Santiago de Compostela. Eine Auswahl der Forschungsergebnisse wird in diesem Forschungsbericht präsentiert.

Die Beiträge befassen sich mit der Interaktion von Pilgern, Einheimischen und Geschäftsleuten, den ausdrücklichen und unausdrücklichen Motiven des Aufbruchs auf den Pilgerweg, den Erwartungen an eine heilsame Wirkung der Reise und bringen dafür quantitative und qualitative Methoden aus Psychologie und Sozialforschung in Ansatz. Für die »jüngere Generation« bietet das Pilgern heute zunehmend einen Zufluchtsort der Selbstfindung.

BSP-Forschungsberichte dokumentieren aktuelle Projekte der Hochschule aus Lehre und Forschung. Programmatisch ist die Zusammenarbeit von Professoren und Studierenden – Forschung geschieht nach dem Selbstverständnis der BSP im Kontext der Disziplinen und Generationen.