



Wandern als Natur- und Selbsterfahrung
Texte zum sanften Natursport

Wandertourismus in der Modernisierung

Rainer Brämer

wanderforschung.de

Modernisierung

3/2005

copyright rainer brämer 2005



So geht es nicht weiter (1)

Angebots- statt Nachfrageorientierung

Perpetuierung überholter Wanderklischees
Produktentwicklung durch Laien

Selbstdarstellung statt Kundenorientierung
Bauchgefühl statt Marktanalysen

Alter Wein in neuen Schläuchen
Billigkopien der Erfolgsprodukte

copyright rainer brämer 2005



So geht es nicht weiter (2)

Quantität statt Qualität

Wenige Premium-Routen sind besser als
XXL Kilometer unqualifizierter Wanderwege

**Das Gras
muss der Kuh
und nicht dem Bauern
schmecken**

Konkurrenz vor Kooperation

Wandergäste überschreiten Verwaltungsgrenzen
Durchschnittlicher Anreisradius zur Tagestour: 30 km

Heimatstolz vor Gästewunsch

Identifikation mit der Region ist unerlässlich,
aber entscheidend ist, was dem Gast gefällt

copyright rainer brämer 2005



Achtung Falle

Proporzwege

Einbeziehung aller Orte statt aller Schönheiten

Monstranzwege

Was der Gast sehen soll, aber nicht immer will

Bildungswege

den Gast belehren und ermahnen

Tellerrandperspektive

Die Wanderwelt endet an den Verwaltungsgrenzen

copyright rainer brämer 2005



Laue Angebote

Wanderkunden am Bündel

Detailversessene, vollgestopfte Programme
Pauschalen und Mehrtagestouren im Vordergrund
Den Gast ans Händchen nehmen: Geführte Touren

Konzentration auf organisierte Wandergruppen
Billig: Gleiche Wege für Radler und Wanderer
Bequem: Den Gast allein lassen mit Karten und GPS
Vernachlässigung der Tagesgäste und Gelegenheitswanderer

„Wandern ohne Gepäck“
Inbegriff des Fortschritts?

copyright rainer brämer 2005



Daran geht kein Weg vorbei

Pflege des Landschafts- und Wegepotenzials
Selbstkritische Stärken-Schwächen-Analyse
Innovations- und Investitionsbereitschaft

Klare Produktphilosophie
Zielgruppenbewusste Ansprache
Wandertouristische Personalschulung

Flexible Angebote im Modulsystem

Vororganisiert statt durchorganisiert
Angebote nach dem Buffetprinzip
Indoor- und Outdoorofferten
Kombiangebote

copyright rainer brämer 2005



Prospekte, Websites, Annoncen

Emotionale Ansprache

**Große Landschaftsbilder, Idyllen, Dramatik
Sehenswürdigkeiten im Bild: Natur vor Kultur
Protagonisten: Junge Menschen, Paare, Kleingruppen**

Kurze Texte: Appetizer, USP, knappe Sachinformation



Keine erfolgreiches Marketing ohne

Wandermarken

**Spitzenwanderwege auf allen Ebenen
(Leitwege überregional, regional, lokal)**

**Medien der Selbstdarstellung
Konzentration des Marketings**

**Qualitätsgarantie für den Gast
Verbreitung von Mund zu Mund**



Qualität auch an der Basis:

Konsolidierung des Wanderwegenetzes

Ausdünnung und Qualifizierung der lokalen Wege
Modifizierungen der Durchgangswanderwege
Einheitliche Markierungen und Wegweiser

copyright rainer brämer 2005



Wer soll das bezahlen?

Die Schaffung attraktiver Wanderwege ist

- eine Infrastrukturmaßnahme zum Wohl der Bürger wie Radwege und Bürgersteige
- ein Kernelement touristischer Wirtschaftsförderung mit hundertprozentiger regionaler Bindung

**Arbeitsplätze und Gewinn
bleiben vor Ort!**

copyright rainer brämer 2005



Beispiel

Bierdeckelrechnung

	Schwarzwald	Sauerland
Wertschöpfung Tourismus pro Jahr	5 Mrd.	2 Mrd.
Äquivalent Arbeitsplätze	140.000	55.000
Steuerrücklauf an die Kommunen	100 Mio	40 Mio

Anteil Wandern

¼ der Gäste wandern
im Schnitt alle 3 Tage

Wertschöpfung Wandertourismus	1200 Mio	500 Mio
Äquivalent Arbeitsplätze	35.000	14.000
Steuerrücklauf an die Kommunen	27 Mio	10 Mio

Hier können auch Kommunen
unternehmerisch kalkulieren !

copyright rainer brämer 2005



Wandern kreativ (1)

Winterwandern!

Grünes Wandern: Grüne Wälder, freie Sicht

Weißes Wandern: Schneeschuh, Schlitten, weiße Routen

Kuschel-Wandern: Lunchpakete heiß, doppelte Einkehr

Festlich Wandern: Persönliche und allgemeine Feiertage

copyright rainer brämer 2005



Wandern kreativ (2)

Schlechtwetter? **Wildwetter!**

Kühl ist gesund / Wildwetter schweiß zusammen

Frische Luft / Saubere Farben / Natürliche Stille

Sturmsafari / Nebelsteig / Wolkenbrecher

**Wildwetterklause / -suppe / -trunk / -klub
Und danach die große Wellness-Sause**

copyright rainer brämer 2005



Wandern kreativ (3)

Naturnahe Inszenierungen

Packtierweg
mit Esel oder Lama

Dschungelpfad
durch dichten Jungwald mit Balancieren, Hangeln

Irrgarten
durch Busch – und Staudenarrangements

Blumenweg
mit nach Jahreszeit blühenden Wildkräutern

Vorsicht: Wanderer wollen nicht pädagogisiert werden

Lehrpfade sind keine Wanderwege
Täuschungsverdacht: Umbenennung zu „Erlebnispfaden“

copyright rainer brämer 2005



Wandern kreativ (4)

Natur und Kultur

Malerweg

Wechselrahmen für die Gewinner eines Laienwettbewerbs

Weg der Klänge

Windharfen, Windpfeifen, Holzxylophone, Gongs, Klangskulpturen

Musikwald

Hochwaldpassage mit romantischer Barockmusik

Lichterpromenade

Nachtwanderweg mit roten Wegleuchten und Lichtevent

Seelensteig

Weg der Rätsel

Weg der Gedichte

Weg der Weisheiten

Weg der Geschichten

Beziehungskistenweg