



Marktnische Mehrtagestouren

2008 in Prozent

Vorliebe Mehrtagestouren	24
Mehrtagestouren 2-3 Tage	18
Mehrtagestouren eine Woche	9

**Tatsächliche
Mehrtageswanderquote**
am Tag der Befragung
10%

**Die
Wochenendtour
dominiert**

Deutsches Wanderinstitut e.V.

Copyright Rainer Brämer 2011

Touristischer Grundirrtum:

**Wandern heißt
von Ort zu Ort marschieren**

Konsequenz:

**Man ist besonders stolz auf möglichst lange Wanderwege
und wirbt vorrangig mit mehrtätigen Wanderpauschalen.**

Problem:

**Das Spektrum touristischer Fußwege ist größer.
Der Schwerpunkt des Marktes liegt woanders.**

Deutsches Wanderinstitut e.V.

Copyright Rainer Brämer 2011

Ebene 1

Fernwanderwege

Megatouren

im nationalen und internationalen Maßstab

Zum Beispiel	Aufwand	Vermarktung	Resonanz
Europäische Fernwanderwege	gering	gering	gering
Wanderweg der Deutschen Einheit	gering	gering	gering
Internationaler Bergwanderweg	gering	gering	gering
Hugenottenweg	mäßig	gering	gering
Via alpina	hoch	hoch	mäßig

Diffuse Verantwortung, randständige Zielgruppen

Deutsches Wanderinstitut e.V.

Copyright Rainer Brämer 2011

Ebene 2

Mehrtagestouren im Wochenformat

„Klassiktouren“

Klassischer Wanderurlaub

Grob geschätzt 300-400 Wege:

- Nahezu alle „Hauptwanderwege“ der Wandervereine
- Zertifizierte Leitwege in nahezu jeder Wanderdestination

Probleme:

- Bundesweit und oft auch regional erhebliches Überangebot
- Unzertifizierte „Hauptwanderwege“ werden kaum noch begangen
- Zertifizierte Mehrfachangebote in einer Region machen sich selber Konkurrenz

Deutsches Wanderinstitut e.V.

Copyright Rainer Brämer 2011

Ebene 3

Mehrtagestouren im Wochenendformat

„Regiotouren“

Kurzurlaub 3-4 Etappen

Probleme:

- Oft heimatstolze Rundwege um eine Verwaltungseinheit
- oder allzu spezielle Themenwege

Empfohlene Dramaturgie:

- Streckenwanderung: Start ≠ Ziel
- Suggestion der Ferne durch wechselnde Landschaftsformationen

Zum Beispiel „Leiterwege“:

Eifelleiter Rhein – Hohe Acht, Meißnerleiter Werra - Hoher Meißner, Rothaarleiter Bad Laasphe – Kahler Asten, Rhönleiter Fulda-Milseburg, Grindenleiter Bühl-Hornisgrinde, Belchenleiter Freiburg-Belchen, Taunusleiter Limburg-Feldberg, Arberleiter Cham - Großer Arber,....

Deutsches Wanderinstitut e.V.

7

Copyright Rainer Brämer 2011

Ebene 4

Markenwege im Tagestourenformat



- Von der Linie in die Fläche
- Die Region in all ihrer Vielfalt
- Lokale Leuchttürme für Wanderqualität
- Flexibler Einsatz in touristischen Programmen
- Chance für neue Wanderdestinationen

Pioniere Saarland und Rhein-Mosel-Eifel

Besuchernsturm, begeisterte Gastronomie
Wanderwege des Jahres, Mekka der Touristiker

Im Regional-Ensemble

erfolgreichste Dachmarke
der letzten Jahre
mit Selbstausbreitungseffekt

Deutsches Wanderinstitut e.V.

Copyright Rainer Brämer 2011

Ebene 5

Kurzstrecken

im Lokalformat

Zum Beispiel

Ortsrundwanderwege
Wanderparkplätze
Park- und Kurwege
Themenwege, Lehrpfade

Nachkriegs-
modelle
(oft ungepflegt)

Walkingtrassen

modernistische Variante

Tausende Wege unter „ferner liefen“

Spazieren Nebensache?

Wesentlicher Angebotsbestandteil ländlicher Urlaubsorte

- als Wohlfühlfaktor für 90% der Gäste
- als Medium emotionaler Standortbindung
- als Einstieg ins bzw. Ausgleich zum Wandern
- als Bewegungsangebot für Nichtwanderer (40% der Gäste)
- als Ausgleichofferte für mobile Reha-Patienten (80% gehen täglich)

93% der Deutschen spazieren, davon zwei Drittel mehrmals im Monat

Literatur- und Webrecherche:
Durchschnittliche Länge
von Spaziergängen
2 h <> 5 km

In Deutschland werden
mehr als 3x so viel
Spazier- wie Wander-Km
zurückgelegt

Resümee:

Das ganze Spektrum touristischer Fußwege

Megatouren	Hardcore für Trekker, Reiseschriftsteller, „Wanderelite“ Qualitätsansprüche kaum durchhaltbar, trotzdem optimieren + pflegen
Klassiktouren	Stolz der Wanderer und Touristiker Qualitätslabel setzen sich unaufhaltsam durch
Regiotouren	Für Mehrheit der Mehrtageswanderer Nachholbedarf an Zahl und Qualität
Extratouren	Für große Mehrheit der Wanderer Premium-Qualität als Selbstläufer
Minitouren	Für große Mehrheit der Bevölkerung Unterschätzt und vergessen! Absoluter Nachholbedarf