



Bild: undp.org

Wie entwickeln wir unsere Qualitätswanderregion weiter? Welche Rolle spielt dabei das Thema ÖPNV?

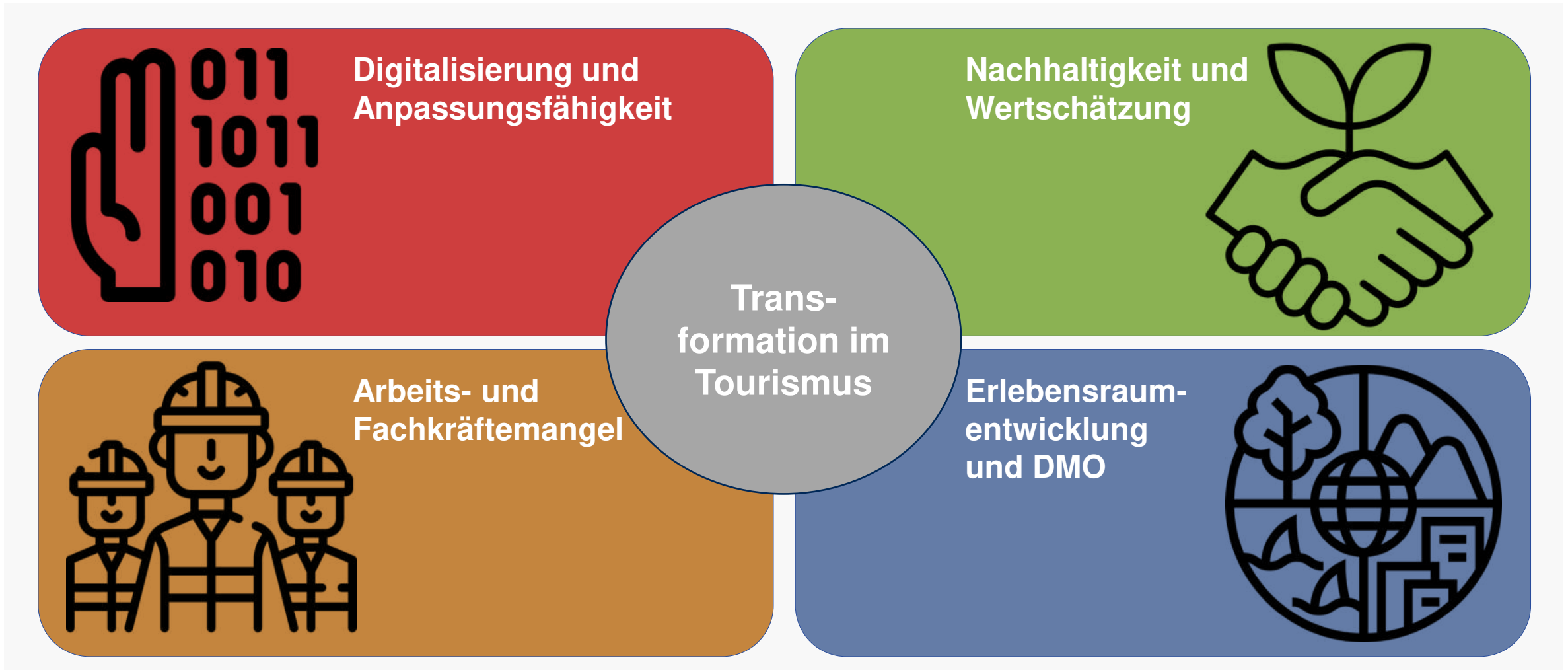
10. April 2024: Tourismustag Nördlicher Schwarzwald

Wanderregionen in der Transformation ...

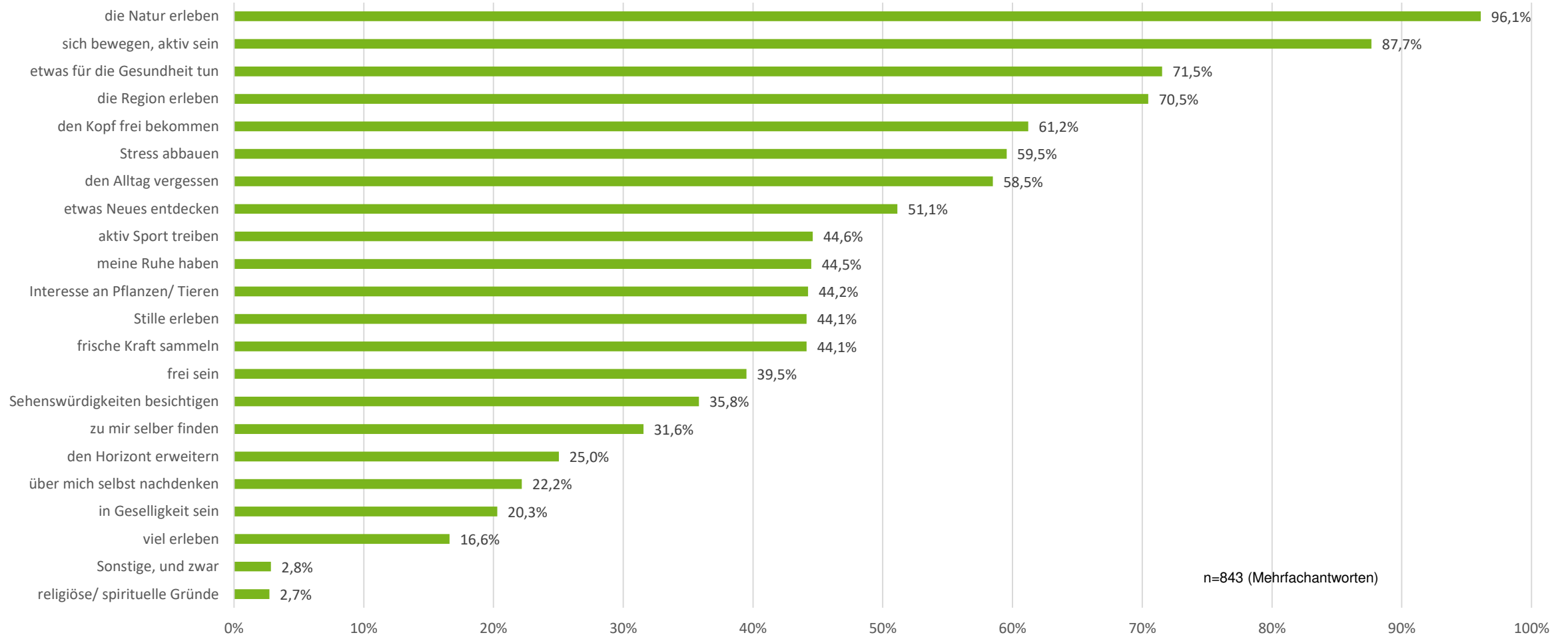
Was sind die wichtigsten Handlungsfelder?



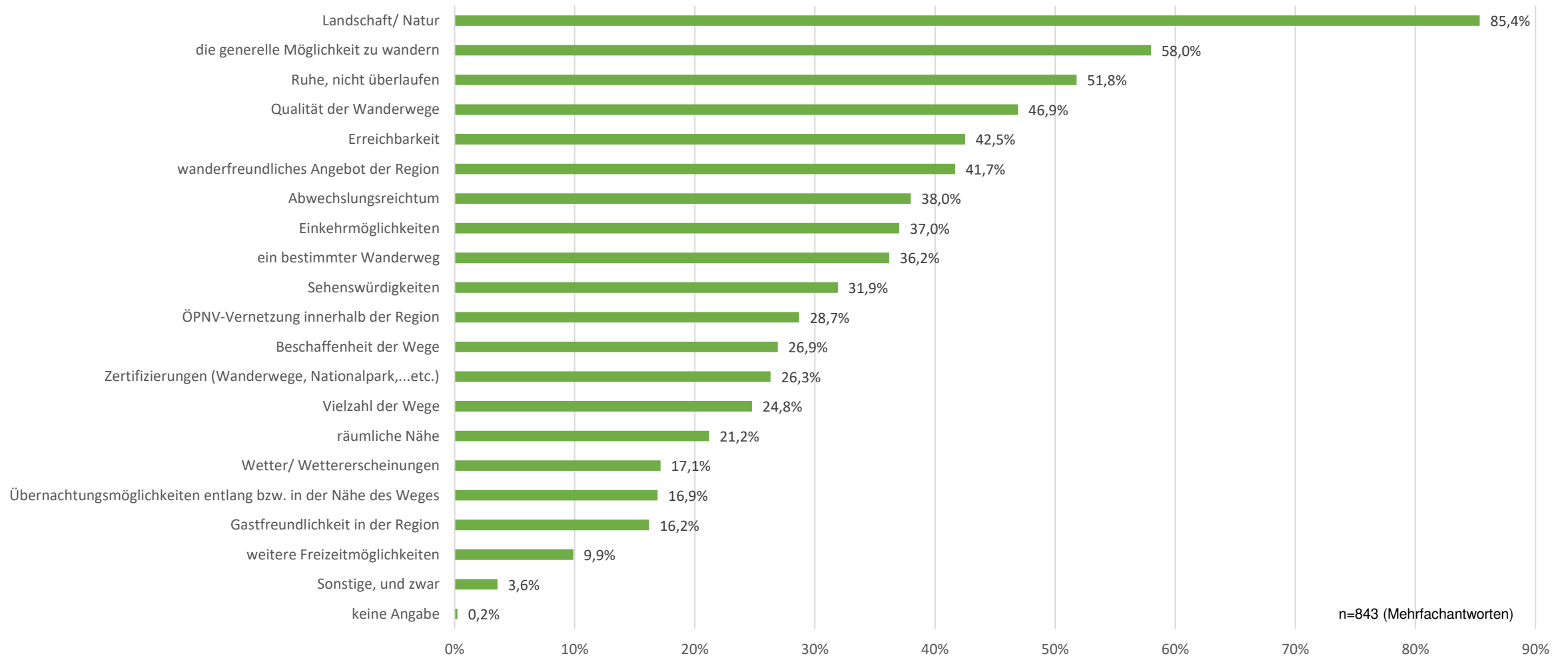
(Wander-)Tourismus in der Transformation: Die vier größten Handlungsfelder



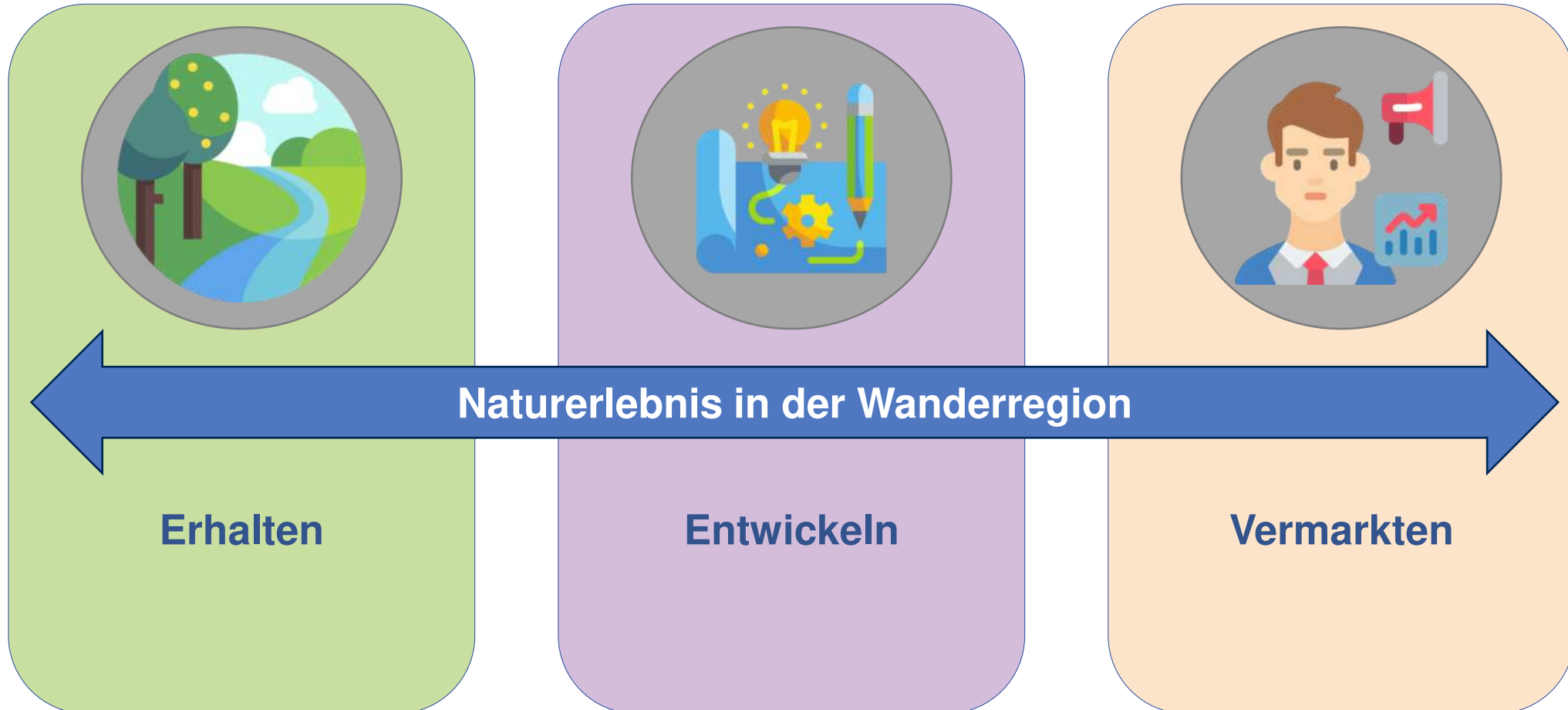
Natur erleben ist der wichtigste Wanderanlass...



...und das wichtigste Auswahlkriterium der Wanderregion



Deshalb: Naturerlebnisse erhalten, entwickeln und vermarkten als Prio Nr. 1



Das Naturerlebnis **erhalten**

Nachhaltigkeit und Klimaneutralität als zentrale Handlungsfelder für Wanderregionen



Warum Klimaneutralität notwendig ist: Überlebenswichtig für uns alle

IPCC (Weltklimarat):





„In allen Regionen der Welt hat der vom Menschen beeinflusste Klimawandel schon heute erhebliche negative Folgen für Ökosysteme und Gesellschaften. Extremereignisse wie Hitzewellen oder Starkregen und vielfach gleichzeitig auftretende Klimafolgen führen zu schwerwiegenden, teilweise irreversiblen oder kaskadenartigen Folgen. Ein weiter fortschreitender Klimawandel kann zu Folgen führen, die deutlich schwerwiegender wären, als die bisher beobachteten“



Bild: Adelphi

Warum Klimaneutralität notwendig ist: Überlebenswichtig für uns alle

Gegenüberstellung ausgewählter Klimafolgen bei einem Anstieg der globalen Durchschnittstemperatur im Vergleich zum vorindustriellen Niveau um 1,5°C und 2°C

Bereich	Folgen		Temperaturanstieg um 1,5 °C	Temperaturanstieg um 2 °C
 Süßwasser	Dürre	Zusätzliche Stadtbewohner, die schwerer Dürre ausgesetzt sind	Etwa 350 ± 159 Mio.	Etwa 411 ± 214 Mio.
	Hochwasser	Zunahme der von Flusshochwasser betroffenen Bevölkerung (Vergleich zu 1976 bis 2005)	100 %	170 %
 Terrestrische Ökosysteme	Verlust an Biodiversität	Insekten, die mehr als die Hälfte ihres Lebensraums verlieren (Anteil)	Etwa 6 %	Etwa 18 %
		Pflanzen, die mehr als die Hälfte ihres Lebensraums verlieren (Anteil)	Etwa 8 %	Etwa 16 %
		Wirbeltiere, die mehr als die Hälfte ihres Lebensraums verlieren (Anteil)	Etwa 4 %	Etwa 8 %
 Ozeane	Meeresspiegelanstieg	Anstieg bis 2100	Um bis zu etwa 1 m*	Um etwa 10 cm höher als bei 1,5 °C*
	Meereisfreie arktische Sommer	Häufigkeit	Etwa alle 100 Jahre	Etwa alle zehn Jahre
	Verlust an tropischen Korallenriffen	Verlorener Anteil	70–90 %	> 99 %
	Sinkende Fischbestände	Rückgang der jährlichen Meeresfischereierträge	Etwa 1,5 Mio. t	> 3 Mio. t
 Küstengebiete	Folgen von Meeresspiegelanstieg und zunehmenden Stürmen	Betroffene Anzahl an Menschen (ohne Schutzmaßnahmen)	Etwa 128–143 Mio.	Etwa 141–151 Mio.
		Betroffene Anzahl an Menschen (mit Schutzmaßnahmen von 1995)	Jährlich etwa 2–28 Mio.	Jährlich etwa 15–52 Mio.

* Die Instabilität der polaren Eisschilde könnte außerdem einen Meeresspiegelanstieg um mehrere Meter über einen Zeitraum von hunderten bis tausenden Jahren zur Folge haben.

Warum Klimaneutralität notwendig ist: Überlebenswichtig für den Tourismus

- Der Klimawandel verläuft schneller und folgenschwerer als ursprünglich angenommen. Das „1,5-Grad-Ziel“ wurde 2023 bereits erreicht.
- Der Tourismus ist Leidtragender von durch Klimawandel bedingten Extremwetterereignissen, aber gleichzeitig auch Verursacher von Treibhausgasemissionen – auch im Binnentourismus
- Der Tourismus ist für circa acht Prozent der weltweiten CO₂-Emissionen verantwortlich
- Die aktuell gesteigerte Nachhaltigkeitssensibilität muss ein Hebel sein, den Klimaschutz im Tourismus voranzutreiben



Warum Klimaneutralität notwendig ist: Überlebenswichtig Destinationen!

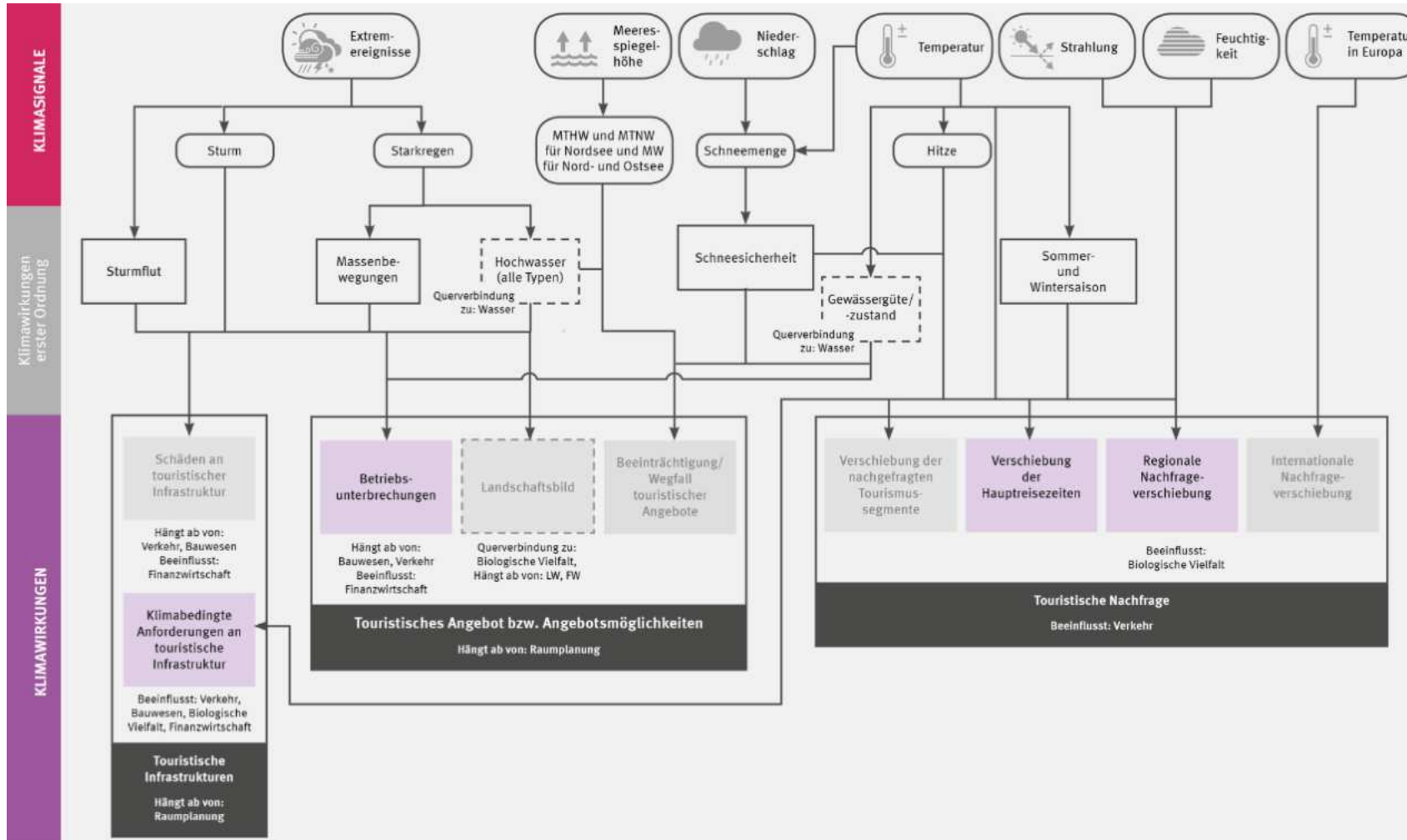
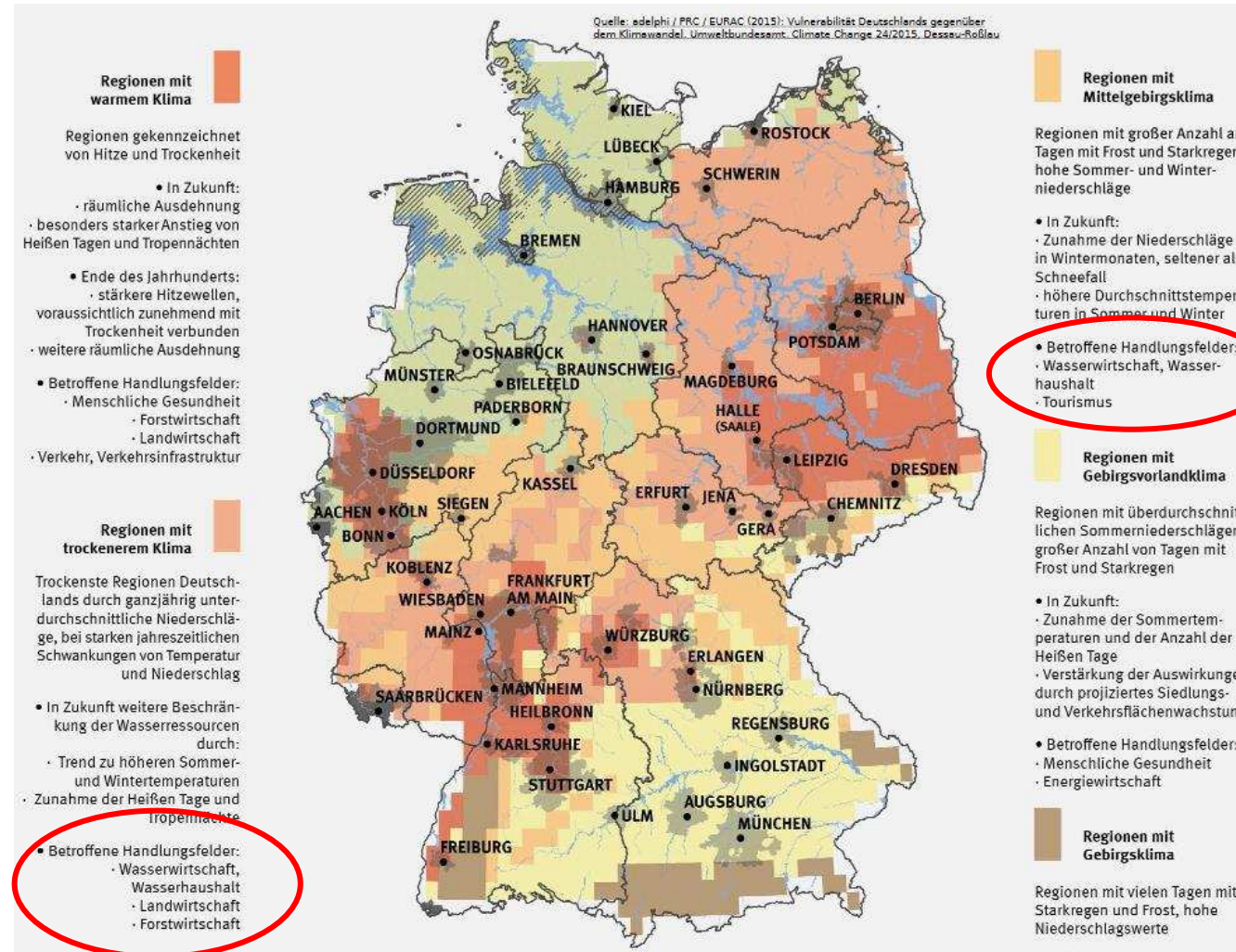


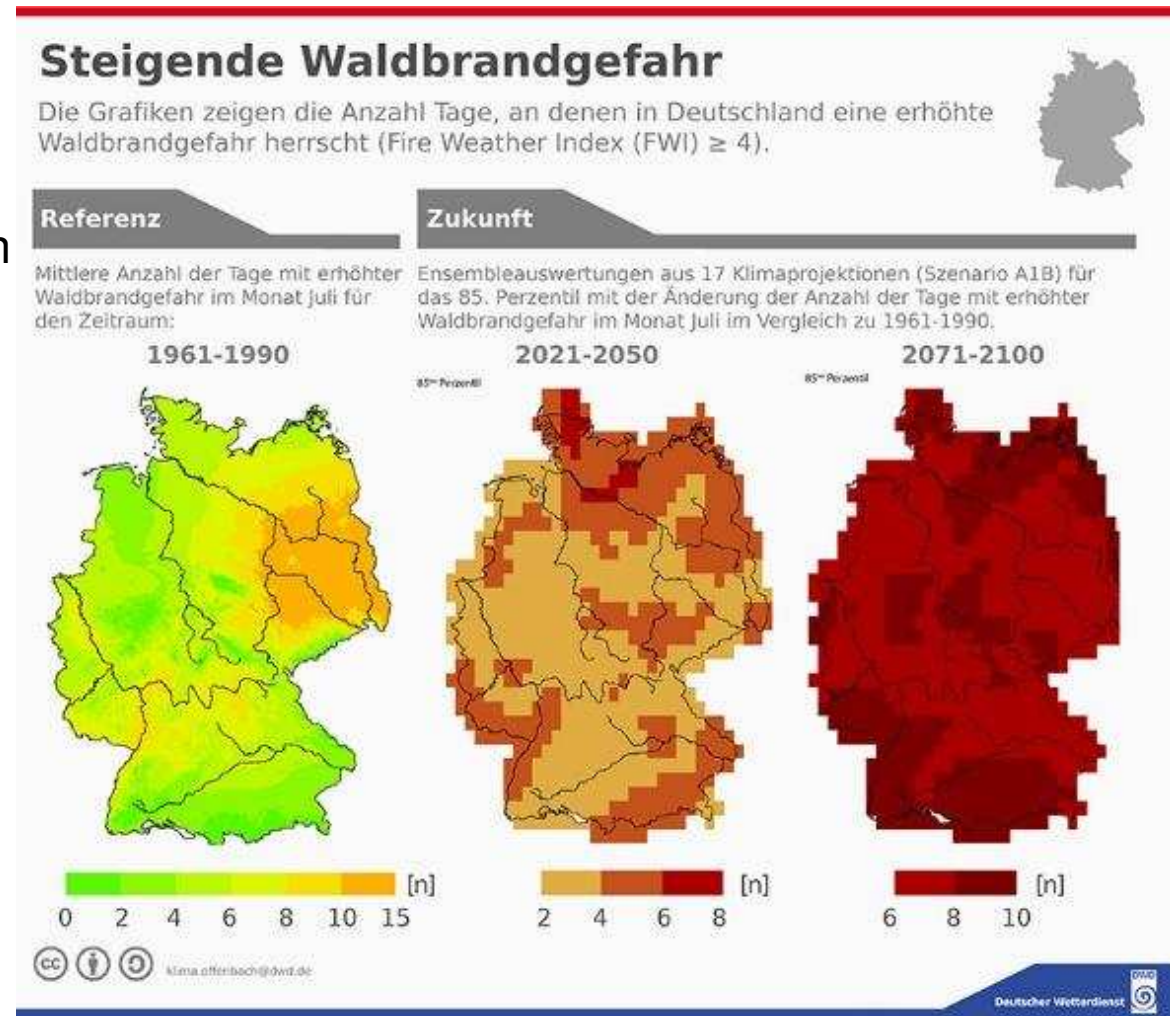
Bild: Wirkungsketten im Handlungsfeld „Tourismuswirtschaft“, Quelle: Umweltbundesamt

Warum Klimaneutralität notwendig ist: Überlebenswichtig für die Wanderinfrastruktur!



Warum Klimaneutralität notwendig ist: Überlebenswichtig für die Wanderinfrastruktur!

- Wälder sind durch Vegetationsschäden und steigende Waldbrandgefahr im Zuge des Temperaturanstiegs und langer Trockenperioden gefährdet
 - Höhere Niederschlagsmengen außerhalb der Vegetationsperioden führen tendenziell zu mehr Hochwasserereignissen und Erosionsschäden
 - Weitere Schäden durch weniger Frosttage, Stürme, Gewitter etc.
- Verschlechterung der Wegequalität und Einbußen beim Wandererlebnis
- Sicherheit von Wandernden und Gastgeberbetrieben gefährdet



Nachhaltigkeit und Klimaschutz sind gefragt

Politischer Wille



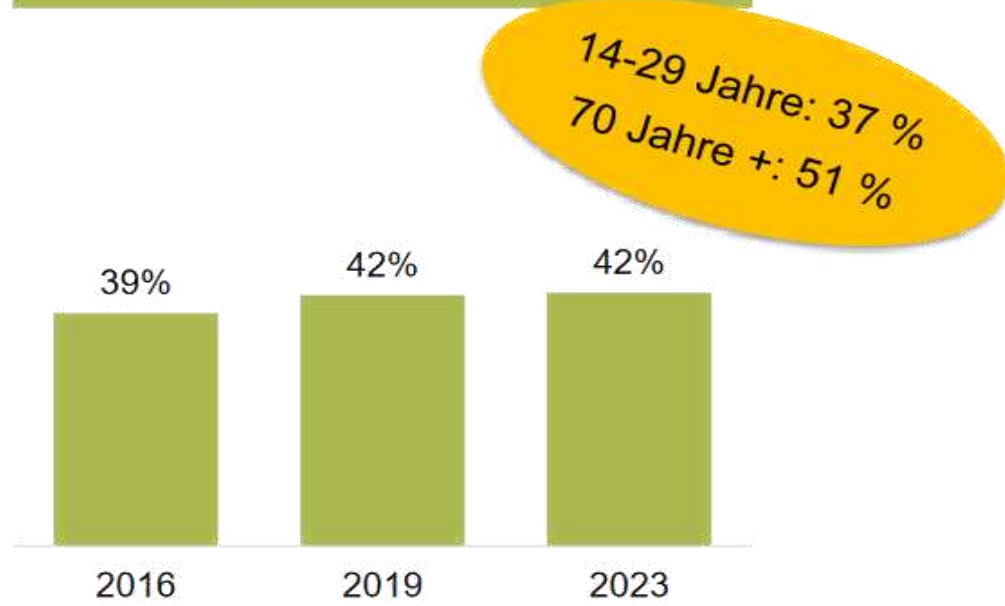
Gesteigerte Nachfrage



pixabay

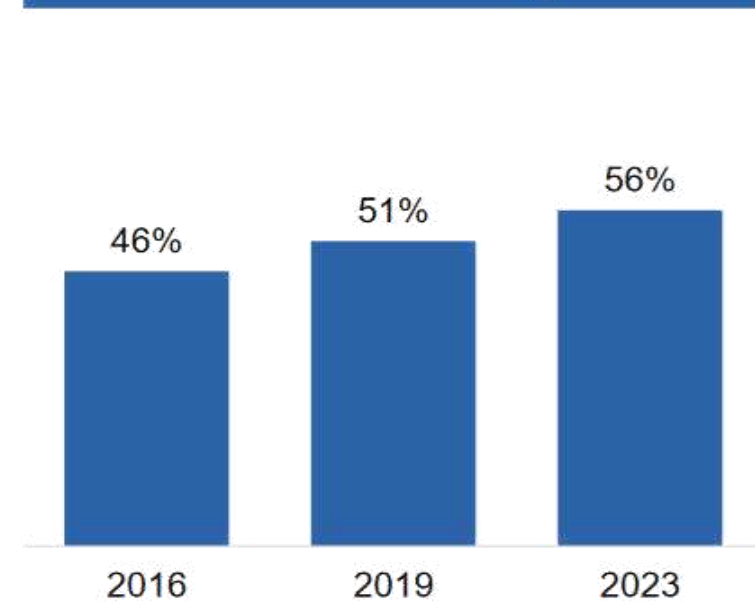
Nachhaltigkeit und Klimaschutz sind gefragt

Ökologische Nachhaltigkeit



Mein Urlaub soll möglichst ökologisch verträglich, ressourcenschonend und umweltfreundlich sein.

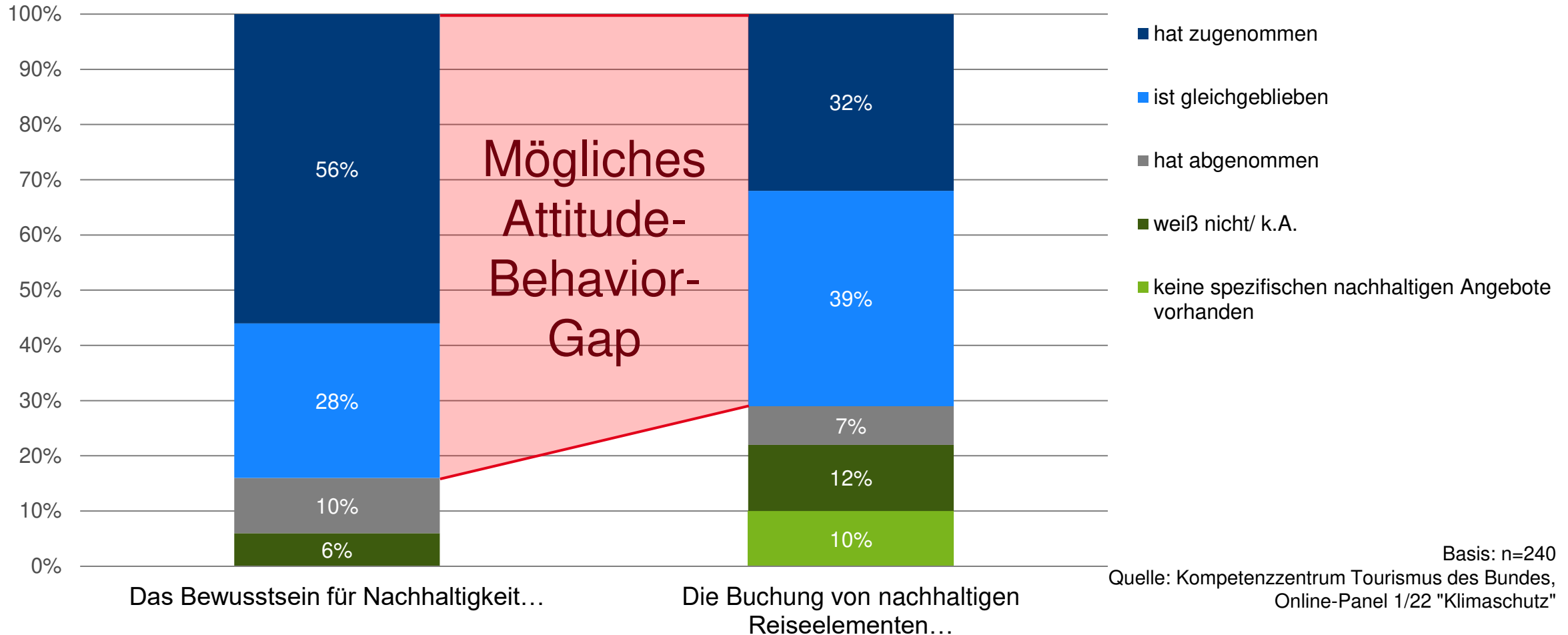
Soziale Nachhaltigkeit



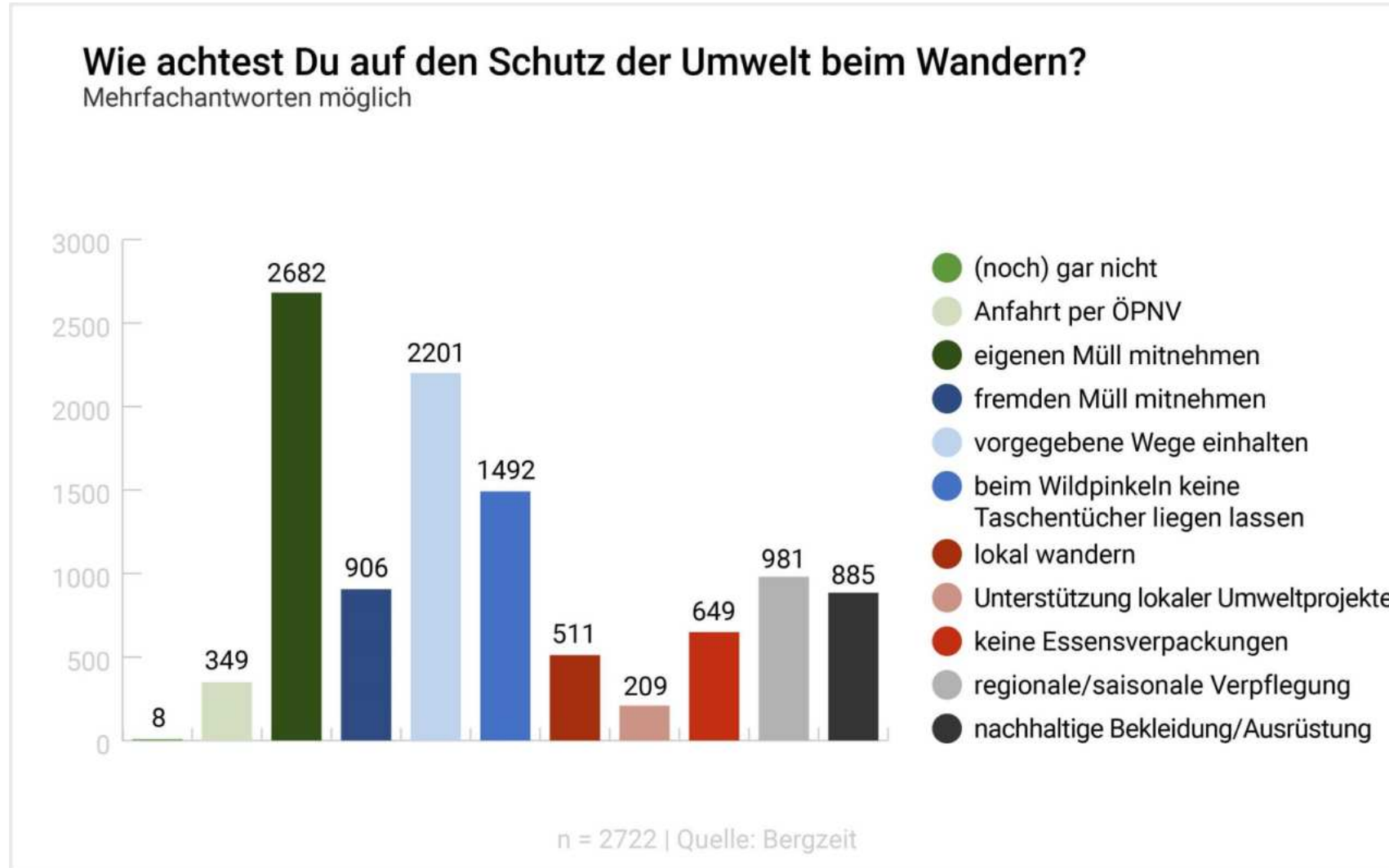
Mein Urlaub soll möglichst sozialverträglich sein (d.h. faire Arbeitsbedingungen und Respektieren der Bevölkerung).

Basis: Deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren; Werte für „1 = stimme voll und ganz zu“ und „2 = stimme zu“ auf einer 5er Skala in %
Quelle: RA 2016 bis 2023 *face-to-face*

Das Bewusstsein für Nachhaltigkeit hat stark zugenommen, die tatsächliche Buchung nachhaltiger Reiseelemente jedoch nicht so deutlich.



Wandernde achten auf die Umwelt ...



Aber verursachen auch Schäden

- Hockett et al. fanden heraus, dass 70,3% der Wandernden aus egoistischem Antrieb Wege verlassen
 - 50,7% für bessere Aussichten oder Fotogelegenheiten
 - 45,4% zum Umgehen oder Überholen anderer Wandernder
 - 43% wegen schlechter Wegequalitäten
- Durch Schutzmaßnahmen und Verweise auf Umwelt lassen sich diese Zahlen signifikant verringern
- „Wanderer, die mehr über die Auswirkungen von Wanderungen abseits der Wege wussten, wanderten seltener abseits der Wege als diejenigen, die weniger darüber wussten.“ (Hockett et al. 2018, IX)

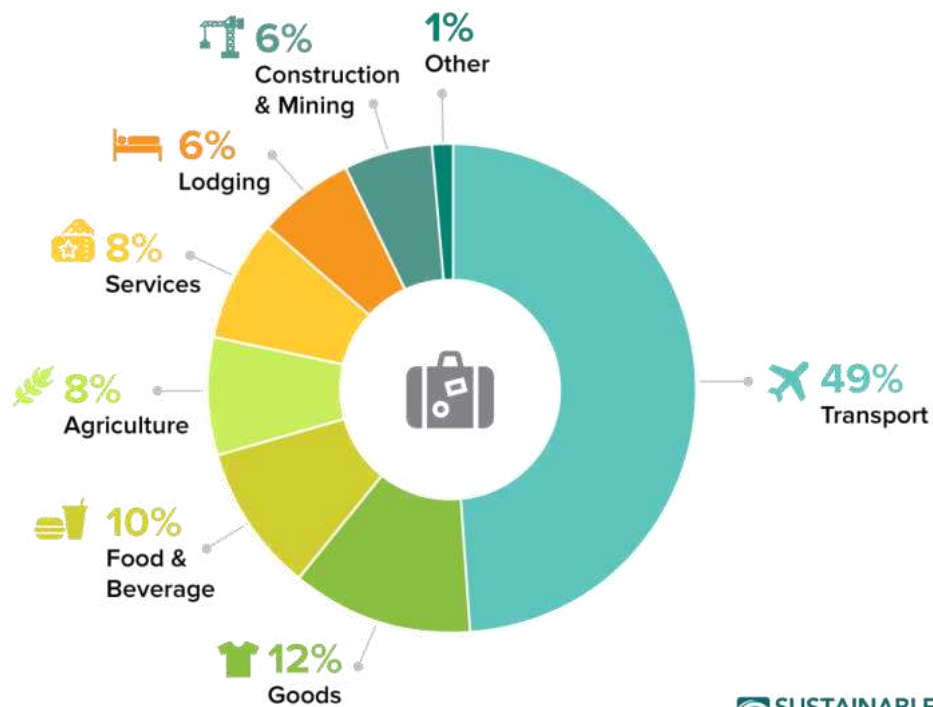


**Nachhaltigkeit ist nur bedingt
intrinsisch verankert.**

Klima und Lebensraumentwicklung

Der Tourismus ist für circa acht Prozent der weltweiten CO₂-Emissionen verantwortlich. Ca. die Hälfte der CO₂ Emissionen im Tourismus entfällt auf Transport. Mobilität ist das wichtigste Handlungsfeld!

Carbon Footprint of Global Tourism

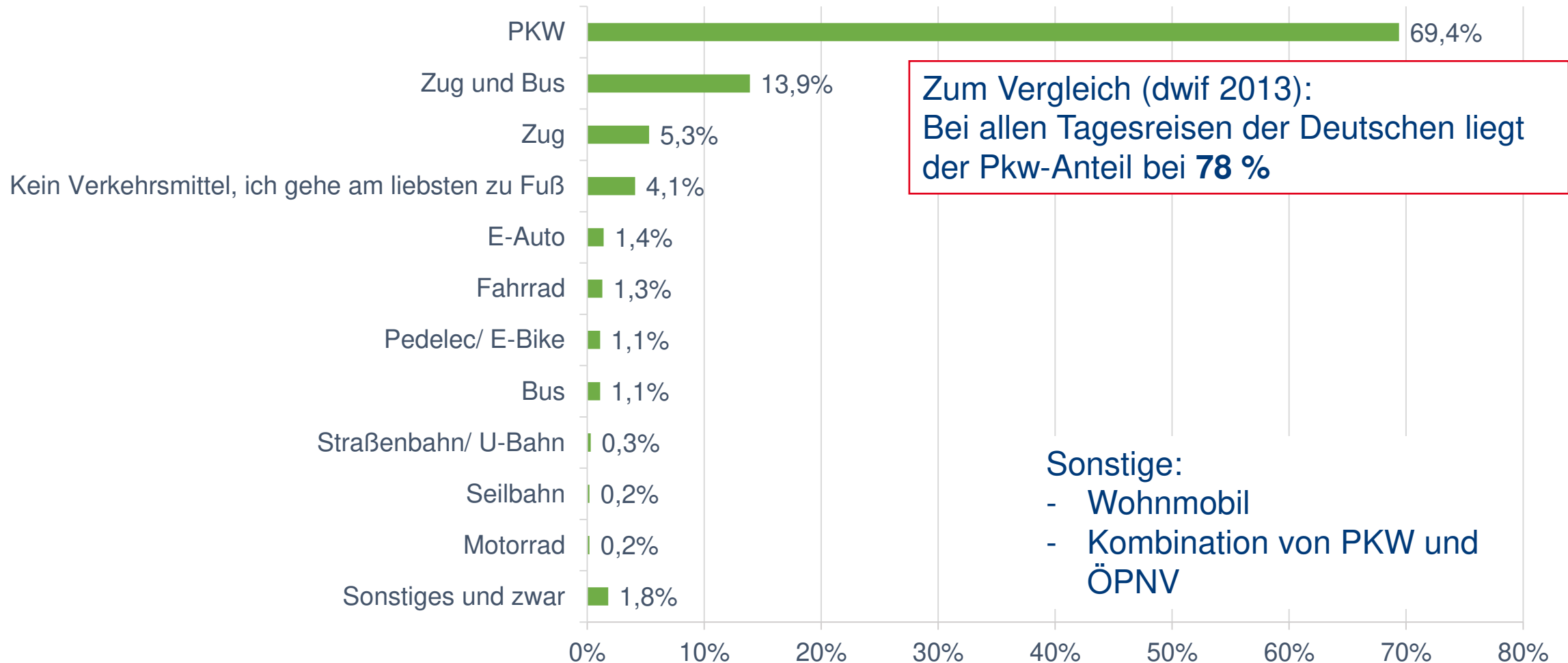


Gesamtemissionen



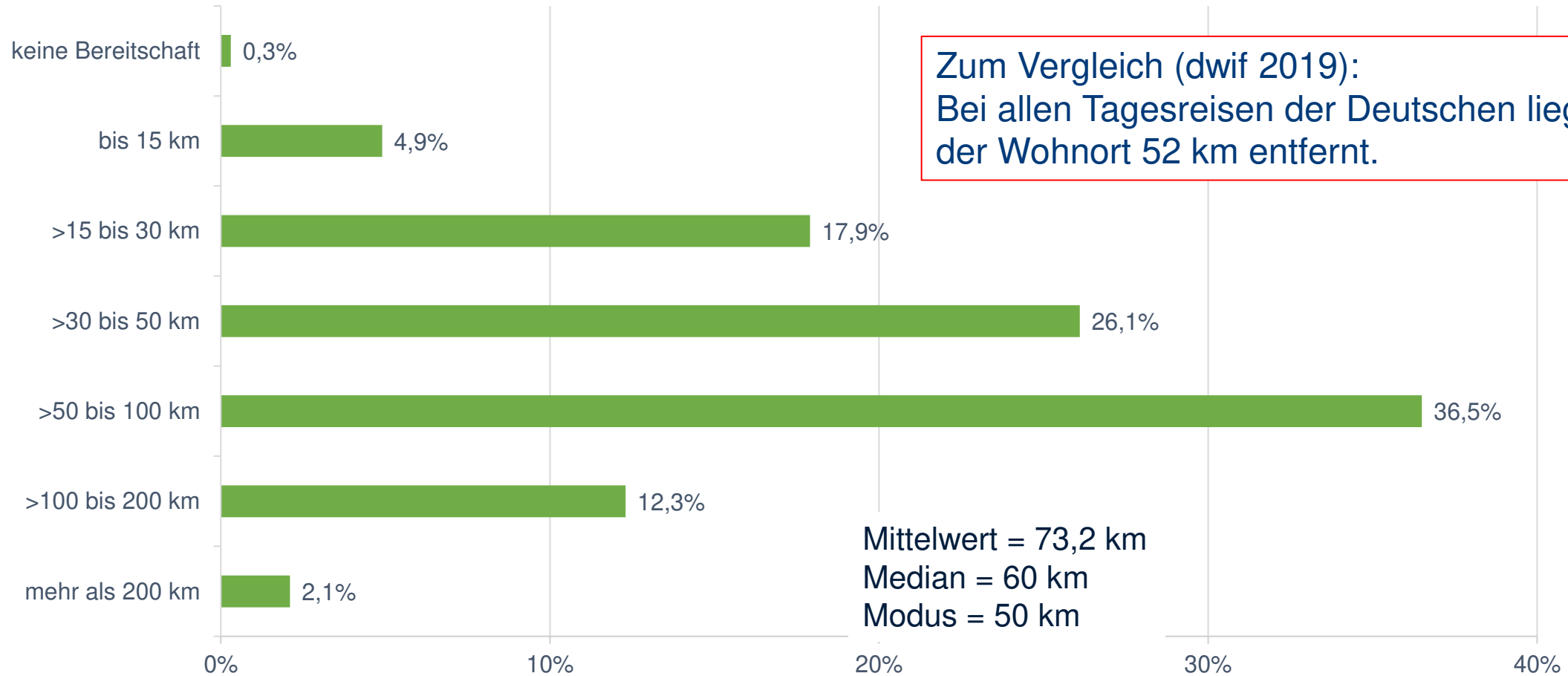
Quelle: https://kompetenzzentrum-tourismus.de/media/leitfaden_science-based_targets_sbts_imtourismus_final.pdf

Der private Pkw ist auch bei Wanderreisen das wichtigste Verkehrsmittel

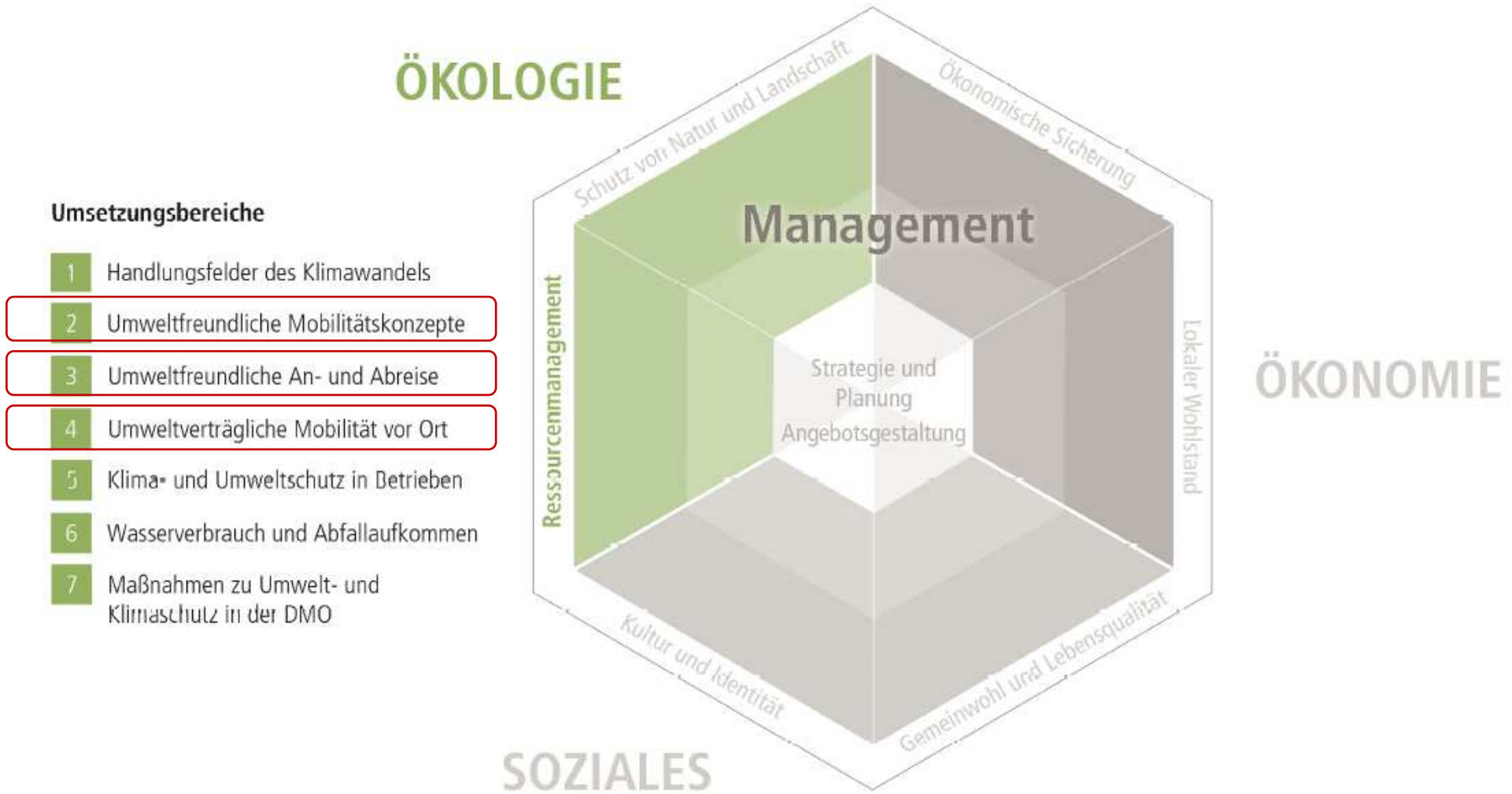


Quelle: Arbeitsgruppe Wandermonitor 2022, n=1.270

Bei wandertouristischen Tagesausflügen werden maximal 60 km zurückgelegt



Handlungsfelder der DMO im Bereich Ökologie



Mobilitätskonzepte: Ganz vorne unter den Top-Maßnahmen

TOP 10: Erfolgversprechende Maßnahmen zur Minimierung negativer Effekte



Quelle: Onlinebefragung: Bewertung der Erfolgsaussichten aus Destinationsperspektive, Angaben in %, Top-2-Box Werte (n = 615)

Umsetzungs-Bereiche in den Destinationen

Positionspapier des DTV (Auszug der Positionen)

- Verbesserung der Verkehrsinfrastruktur
- Mehr Bahn in die Regionen!
- ÖPNV profitiert vom Tourismus!
- Fahrradtourismus: zwei Räder, viel Potenzial!
- Wandern: eine Massenbewegung!
- Intermodale Mobilität: Anspruch an Qualität und Angebot
- Nachhaltige Mobilität: Energieeffizienz rauf – Emissionen runter!
- Zukunftsmarkt Elektromobilität für den Tourismus nutzbar machen!
- Geht's auch ein bisschen leiser? – Kampf dem Verkehrslärm!
- Digitale Mobilität

POSITIONSPAPIER

Wir machen den Deutschlandtourismus mobil!

Positionen – Mobilität und Tourismus in Deutschland



Tourismus ist ohne Mobilität nicht denkbar! Reisen ist ein Grundbedürfnis jedes Einzelnen. Diesem Grundbedürfnis gerecht zu werden, ist die Herausforderung für die nächsten Jahre. Die Erreichbarkeit per Straße, Schiene, Luft und Wasser ist für den Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit insbesondere auch vor dem Hintergrund des weiter zunehmenden internationalen Wettbewerbs der Tourismusdestinationen von existenzieller Bedeutung. Durch steigende Gästezahlen und die weiter anhaltende sinkende Aufenthaltsdauer der Touristen nimmt die Belastung der Verkehrsnetze weiter zu. Dies erfordert im Zusammenspiel mit wachsenden Qualitätsansprüchen und den – insbesondere auch für den Kurzreisesektor – notwendigen schnellen Verbindungen ein stringentes Planen und Handeln von Politik, Verwaltung, Verbänden und Wirtschaft.

Das vorliegende Positionspapier enthält ausschließlich Kernforderungen. Es ist knapp aber differenziert und wurde mit den DTV-Mitgliedern aus Verkehr und Tourismus sowie den kommunalen Spitzenverbänden abgestimmt.

Das Papier richtet sich an

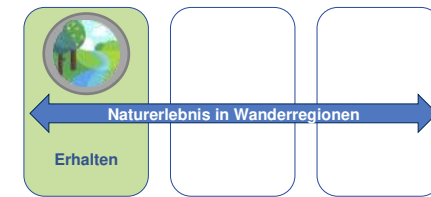
- Mitglieder des Deutschen Bundestages,
- Mitglieder der Landtage,
- Bundes- und Landesministerien,
- Kommunen,
- Tourismuspartner auf allen Ebenen,
- Fachverbände /-organisationen.




Notwendigkeit 1: Mobilität im Fokus




Notwendigkeit 2: Sensibilisierung

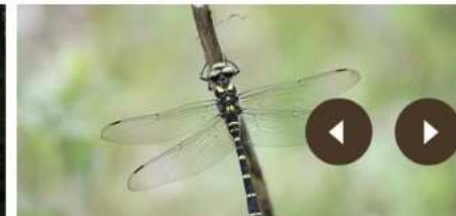


#1 
Bleibe bitte immer auf den
markierten Wanderwegen.

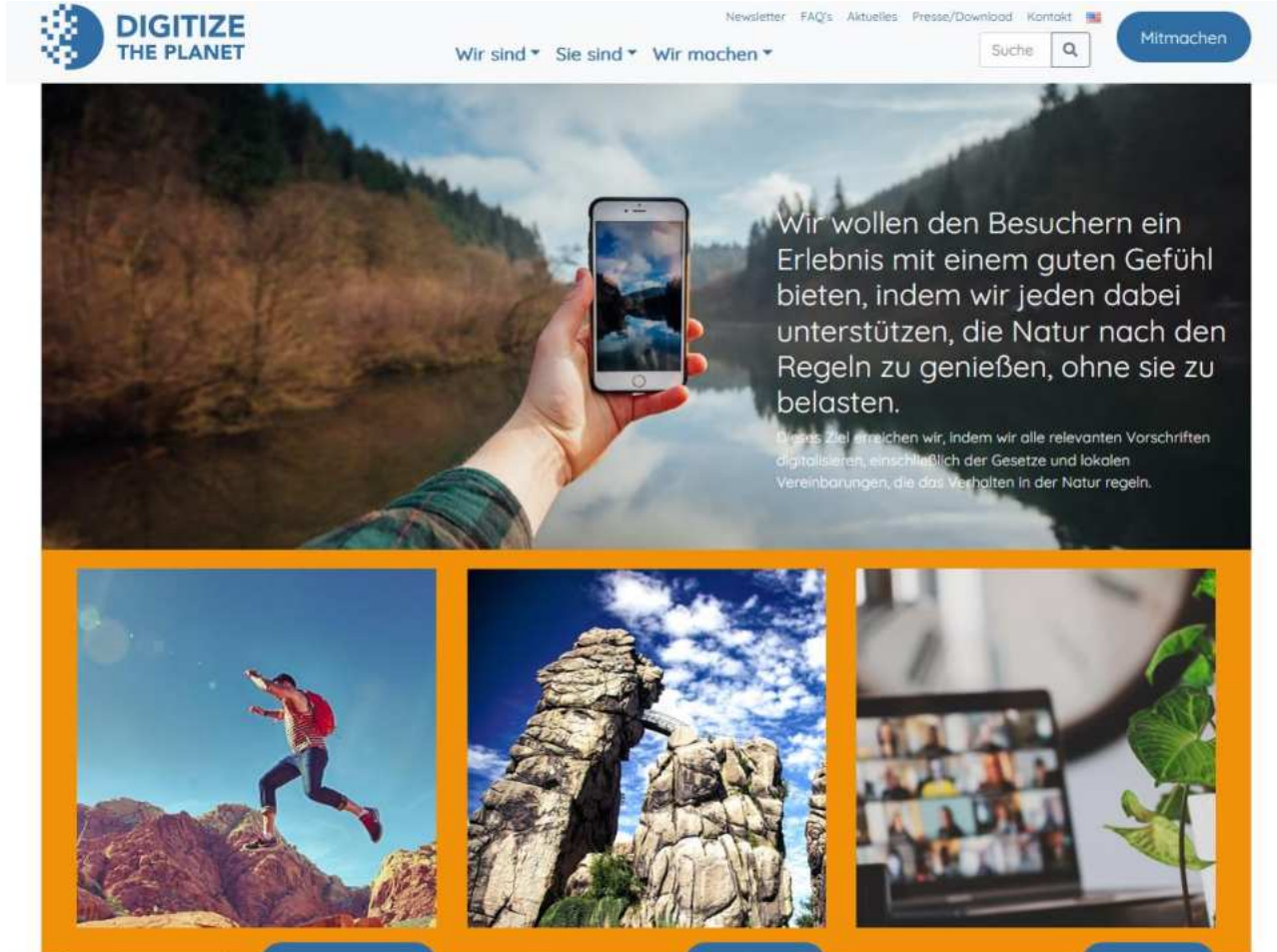
#2 
Meide Dämmerung und
Nachtzeiten, um die Tiere
nicht zu stören.

#3 
Halte unsere wunderschöne
Natur sauber und nimm
deshalb deinen Abfall mit.

„DIE NATUR DANKT ES DIR VON GANZEM
HERZEN.“



Notwendigkeit 3: Digitale Daten



DIGITIZE
THE PLANET

Newsletter · FAQ's · Aktuelles · Presse/Download · Kontakt

Wir sind ▾ Sie sind ▾ Wir machen ▾

Suche 🔍 Mitmachen


Wir wollen den Besuchern ein Erlebnis mit einem guten Gefühl bieten, indem wir jeden dabei unterstützen, die Natur nach den Regeln zu genießen, ohne sie zu belasten.

Dieses Ziel erreichen wir, indem wir alle relevanten Vorschriften digitalisieren, einschließlich der Gesetze und lokalen Vereinbarungen, die das Verhalten in der Natur regeln.


Zu den Aufgaben von Digitize the Planet zählt die Sammlung und digitale Aufbereitung von Informationen über Regelungen zum Verhalten in der Natur. Zu diesen Informationen zählen:

- Beschreibungen von Schutzgebieten,
- Regeln,
- Verhaltenshinweise,
- Vereinbarungen und
- Naturschutzrichtlinien

Notwendigkeit 4: Digitale Besucherlenkung




zurück



URLAUBS-KOMPASS




Merken




Menü


Wandertouren




Wiesensteig in Bad Peterstal-Griesbach...



Himmelssteig in Bad Peterstal-Griesbach...



Der Teufelskanzelsteig in Bad Peterstal-Griesbach...




Schwarzwaldsteig in Bad Peterstal-Griesbach...


Besucheraufkommen an den Wanderwegen



Wanderampel Wiesensteig



Wanderampel Teufelskanzelsteig



Wanderampel Schwarzwaldsteig




Wanderampel Himmelssteig


Interessante Punkte




Wanderparkplatz Weiherplatz



Sophienquelle



mehr



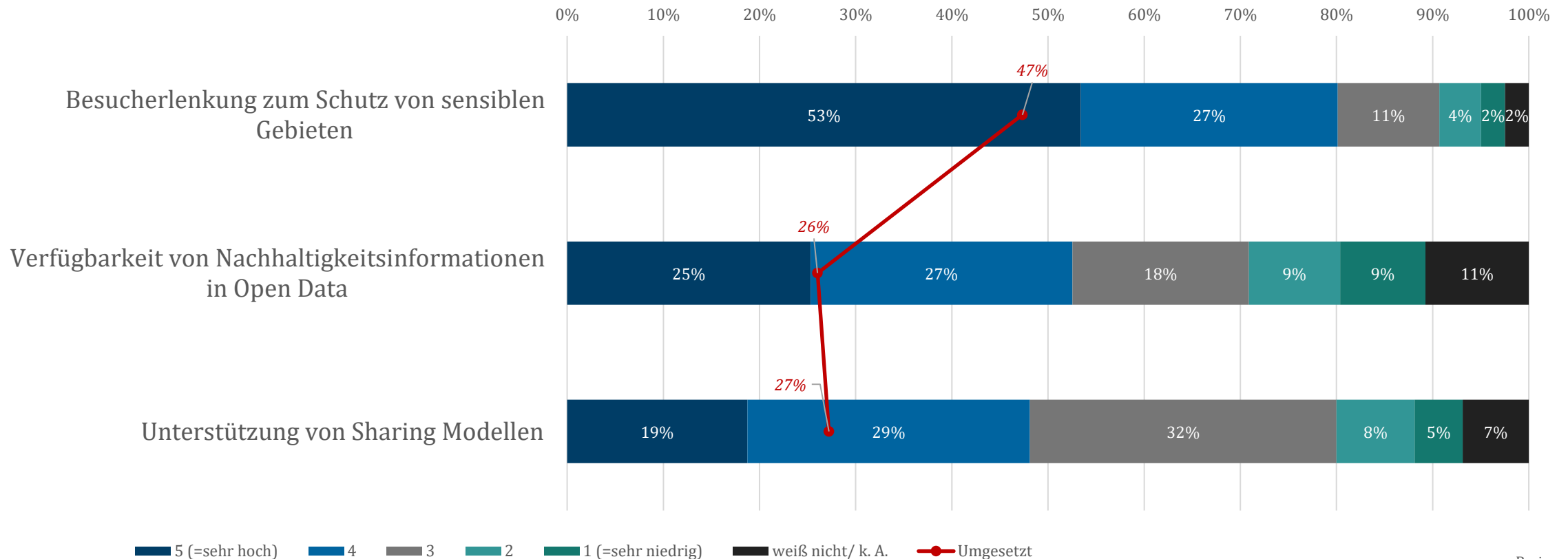
mehr



mehr

Besucherlenkung erscheint als wichtigste technische Innovation im Klimaschutz.

Welche Relevanz ordnen Sie den folgenden Klimaschutzmaßnahmen/-instrumenten aus dem Bereich "Technologie und Digitalisierung" im Tourismus zu?



Basis: n=161
Quelle: Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes, Online-Panel 1/22 "Klimaschutz"

Verantwortungsvoller und nachhaltiger Tourismus

Maßnahmen und Angebote

Den Gast aufklären

- Sichtbarkeitskampagne für verantwortungsvolles/nachhaltiges Reisen
- Aktive Förderung zur Verbesserung der Informationsbasis der Presse
- Verhaltenstipps/Empfehlungen für Gäste

Infrastruktur und Standortgestaltung sichern

- Lösung für Verkehrsprobleme
- Erhalt des (traditionellen) Stadt-/Dorfbildes
- Digitale, innovative Lösungen zur Regulierung und Steuerung von Besucherströmen

Die Nachfrage lenken

- Schaffung von Nebensaisonanreizen
- Gezielte Vermarktung/Ausrichtung auf ausgewählte Zielgruppen
- Schaffung neuer Attraktionen in weniger besuchten Gebieten
- Räumliche Entzerrung

Den Gastzutritt regulieren

- Verbot unerwünschter touristischer Aktivitäten, Begrenzung von Besucherzahlen/Einführung von Kapazitätsgrenzen
- Verhaltensregeln/Vorgaben für Gäste (z. B. Zutrittsverbote)
- Einführung einer Tourismus-/Übernachtungssteuer, Preiserhöhung für touristische Produkte
- Selektive Bau- oder Eröffnungsverbote für Hotels/Souvenirläden
- Unterlassung von Marketingaktivitäten

Tourismuserfolg neu denken: Etablierung neuer Kennzahlen zur Erfolgsmessung

Das Naturerlebnis **entwickeln**

Entwickeln





Die Wanderentscheidung

- Ist Wandern verträglich für das Zielgebiet?
- Gibt es Infrastruktur für den Aufenthalt im Zielgebiet?
- Wie wirkt sich meine Wanderung auf die Bevölkerung vor Ort aus?



Die Anreise

- Welches Verkehrsmittel wird gewählt?
- Welche Infrastruktur gibt es dafür in der Zielregion?
- Wie weit muss gereist werden?



Das Equipment

- Welches Equipment ist zwingend nötig? Was ist nur ein nettes add-on?
- Wo stammt das Equipment her?
 - Welche Materialien? Welche Produktionsbedingungen? Welche Qualität?
- Konsum zur Wanderung oder Wanderung zum Konsum?
- Wie wird navigiert?
- Kann durch den Konsum die lokale Wertschöpfung gefördert werden?
- Wird Müll hinterlassen?



Der Weg

- Reguläre Wanderwege oder „Wildwandern“?
- Wird auf den Wegen geblieben oder werden diese verlassen?
- Wie viel Einfluss wird auf die lokale Natur genommen?
- Unterstützt die Wegeführung lokale Wertschöpfung?
- Gibt schützenswerte Flora & Fauna?

Best Practices - Nationalparkbuslinie im Nationalpark Unteres Odertal



- Mit der Nationalparkbuslinie, welche simultan als rollende Touristinformation dient, werden die Nationalparkeingänge an das ÖPNV-Netz angeschlossen
- Signifikante Steigerung der Besucherzahlen
- Klimafreundliche, rollende Infozentren, die für Werbung und Bildungszwecke genutzt werden
- Multimediale Erfahrbarkeit des Nationalparks schon bei der Fahrt mit dem Bus
- Einbindung der Nationalparkstädte und Gemeinden sowie touristischer Anbieter in einem gemeinsamen und adaptierbaren Konzept

LINIE 468 ANGERMÜNDE <> SCHWEDT WIRD DER ERSTE PLUSBUS MIT WASSERSTOFFANTRIEB

Die Buslinie 468 verbindet die beiden Mittelzentren Angermünde und Schwedt.

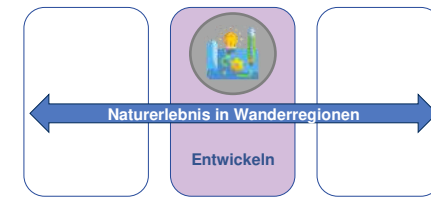
Folgende Qualitätsmerkmale zeichnet unsere **PlusBus** Linie aus:

- ganz tägiger Stundentakt von 5:00 bis 21:00 Uhr (Mo-Fr)
- ausgeweitete Wochenend- bzw. Feiertagsbedienug im Zweistundentakt (mind. 6 Fahrten/Tag)
- kurze Umstiege zur Regionalbahn
- touristische Ziele, wie der Nationalpark Unteres Odertal
- 100% barrierefrei

Zum Fahrplanwechsel im Dezember 2021 wird die PlusBus-Familie im VBB-Land weiterwachsen. In der Uckermark wird nun die zweite PlusBus-Linie des Landkreises eingeführt. Nach der erfolgreichen Umsetzung des PlusBus Uckermark auf der Linie 403 Prenzlau <-> Schwedt im Jahre 2019 wird im Dezember 2021 die Nationalparklinie 468 von Angermünde über Ciewen und das dortige Nationalparkzentrum nach Schwedt zum PlusBus aufgewertet und fortan unter dem Namen „PlusBus Nationalparklinie“ fahren.

Mit dieser Linie geht eine neue PlusBus-Linie an den Start, auf der neben konventionellen Bussen ab Januar erstmals auch wasserstoffbetriebene Busse zum Einsatz kommen. Damit nimmt nunmehr die 33. PlusBus-Linie im VBB-Land Fahrt auf. Das Erfolgsprodukt PlusBus wird in Brandenburg weiter vorangetrieben und ausgebaut. Schon in elf der vierzehn Landkreise sind die PlusBusse unterwegs.





Best Practice – Belohnungen im Biosphärenreservat Bliesgau

🔍 SUCHE

Biosphäre Bliesgau

☰ MENU



[Home](#) > [Die Biosphäre Bliesgau](#) > [Nachhaltig Reisen](#) > [Säckchen füll dich](#)

Aktion "Säckchen füll dich"

Belohnung für klimafreundliche Anreise ins Biosphärenreservat Bliesgau.

Wie kann ich anreisen? ▾

Wo erhalte ich mein Säckchen? ▾

Womit ist mein Säckchen gefüllt? ▾

Wofür kann ich das Säckchen nutzen? ▾



Der Weg: Wegesicherung und Besucherlenkung

- Rechtzeitig planen und umsetzen: Wo früher bspw. einige Holzpfosten und Stämme für die Absicherung eines Serpentinwegs reichten, sind mitunter weitere Maßnahmen und andere Materialien erforderlich
- Optische und haptische Eindrücke von Naturwegen erhalten, z.B. mit Knüppeldämmen/Stegen
- Wegführung und Beschilderung kontinuierlich überprüfen
- Hotspots, Cold Spots und Geheimtipps identifizieren
- Echtzeitinformationen zur Belegung von Wanderparkplätzen und –wegen (aktuelle Sperrungen, Umleitungen z.B. aufgrund von Extremwetterereignissen oder Baumfällarbeiten)



Quelle: Klaus Erber, DWI



Die Verpflegung

- Wird Verpflegung mitgebracht oder vor Ort bezogen?
 - Was für Verpflegung ist es? Vegetarisch? Vegan? Fleisch? Saisonal?
 - Entsteht Müll?
- Wird die lokale Wirtschaft unterstützt?
- Gibt es Trinkwasserquellen am Weg? Wie ist die Wasserqualität?
- Gibt es am Weg Nahrungsquellen? Allmendegut oder Privatbesitz?



Die Erlebnisse

- Sind Orte für die Nutzung als Erlebnisort ausgelegt?
- Gibt es externe Anbieter die Erlebnisse fördern?
- Naturerlebnis oder künstlicher Erlebnischarakter?
- Nachnutzung oder Neubau? z.B. Aussichtstürme
- Beeinflussung der Landschaft und Auswirkung durch Nutzung (z.B. Lärm)?



Die Reflektion

- Wie wird das Erlebnis geteilt und zugänglich gemacht?
- Hat sich das Umweltbewusstsein gesteigert?
- Positive und negative Erfahrungen?
- Wie groß war das Einwirken auf Natur, Region, Wirtschaft und Menschen?
- Gab es eine attitude-behaviour-gap?
- Wie kann das Wandern nachhaltiger gestaltet werden?

Die Verpflegung: Regionale Spezialitäten „To Go“



Quelle: <https://wandern.albverein.net/events/naturkuehlschrank-hausacher-bergsteig/>



Quelle: <https://geotouren-schwarzwald.de/schnapsbrunnen/>; <https://www.sol.de/saarland/in-waldhoelzbach-gibt-es-jetzt-den-regionat-mit-spezialitaeten-der-region,38205.html>



Die Erlebnisse: Entdeckungen, Spaß und Lernen



[Region entdecken](#)

[Natur erleben](#)

[Gesundheit genießen](#)

[Reise planen](#)



[Teutoburger Wald](#) > [Natur erleben](#) > [Wanderregion](#) > [... mehr Wandern](#) > [Natur Themenwege](#) > [KlimaErlebnisRouten](#)

KLIMAERLEBNISROUTEN

Wanderungen in die Klimageschichte

Entlang der KlimaErlebnisRouten des Naturparks Teutoburger Wald / Eggegebirge werden die faszinierenden Wechselwirkungen von Klima, Natur und menschlicher Gesundheit im Teutoburger Wald sichtbar und erlebbar gemacht.

Anknüpfungspunkt: Waldbadezimmer (Bad Wildbad) – Natur erlebbar machen



Quelle: <https://www.bad-wildbad.de/de/waldbaden/>

Anknüpfungspunkt: Moor – Klimaschutz erlebbar machen



Quelle: <https://www.schwarzwald-tourismus.info/attraktionen/gersnbach-kaltenbronn-hochmoorseen-1d48a0ebda>

Partizipation zur Erhöhung der Tourismusakzeptanz

Maßnahmen und Angebote

Für (Wander-)Tourismus sensibilisieren

- Aufklärungskampagne zum Tourismus
- Sichtbarkeitskampagne
- Marketingkampagne zur Wertschätzung der Einheimischen
- Botschafter/-innen-Kampagne für Einheimische

Über das eigene Angebot informieren

- Informationsmaterial über touristisches Angebot für Zugezogene und vor Ort für Schüler/-innen
- Aktive Förderung des Dialogs zwischen Touristiker/-innen und Schüler/-innen
- Informationsangebot zum Tourismus Newsletter für Einheimische

Einheimische bewusst integrieren

- Möglichkeiten der Mitbestimmung an touristischen Plänen
- Aktive Förderung des Dialogs zwischen Einheimischen und Tourist/-innen
- Informationsabende, -tage/Round Tables für Einheimische
- Interaktive Plattformen für Touristiker/-innen und Einheimische

Tourismuspotenziale gemeinsam nutzen

- Branchenübergreifende Entwicklung von Tourismuspotenzialen
- Exklusive Angebote/Vergünstigungen für Einheimische
- Aktive Förderung des Dialogs zur Bewusstseins-schaffung der Presse

Mit Hilfe von „Community Building“

- Erst durch die die Begegnungen und Interaktionen der verschiedenen Community-Mitglieder (Einheimische, Zweitheimische, Gäste sowie Arbeitnehmende und Arbeitgebende) lebt eine Destination
- Das stellt die Grundlage für eine individuelle Ausstrahlung mit entsprechend positiver Auswirkung auf die Attraktivität des Lebens- und Tourismusraumes dar (Pechlaner, 2019).
- Interaktionen und Begegnungen sind zentral für das Wohlbefinden und können daher positive Auswirkung auf die Attraktivität eines Lebens- und Tourismusraumes haben.
- Die Bildung resilienter Communities bilden einen Ansatz, um saisonale Schwankungen in Alpinen Destinationen zu mindern und gleichzeitig Tourismus- und Lebensraum zu verbinden.

Quelle: Andermatt Swiss Alps AG, Fachhochschule Graubünden, Bregaglia Engadin Turismo



Bild: geralt auf pixabay

Das Naturerlebnis **vermarkten**

Zielgruppen und zeitgemäße Inspiration



Bild: geralt auf pixabay

Milieu- und Lebensweltforschung

Verstehen statt beschreiben

- › Zwei Frauen
- › Beide in den 50er Jahren geboren
- › Leben in Deutschland
- › Blonde, mittellange Haare, vollschlank
- › Keine Kinder
- › Beruflich erfolgreich und im öffentlichen Rampenlicht
- › Höheres Einkommen

Milieu- und Lebensweltforschung



Zielgruppe Wanderer in den SINUS-Milieus (März 2024): Vor allem in der Oberschicht

Welche der folgenden Aktivitäten haben Sie in den vergangenen Jahren im Rahmen eines Tagesausflugs oder Urlaubs ausgeübt oder planen Sie in diesem Jahr auszuüben?

Kumulierte Antwortmöglichkeit "Wandern"

Ø = 63%

Soziale Lage



Oberschicht /
Obere Mittelschicht

Mittlere
Mittelschicht

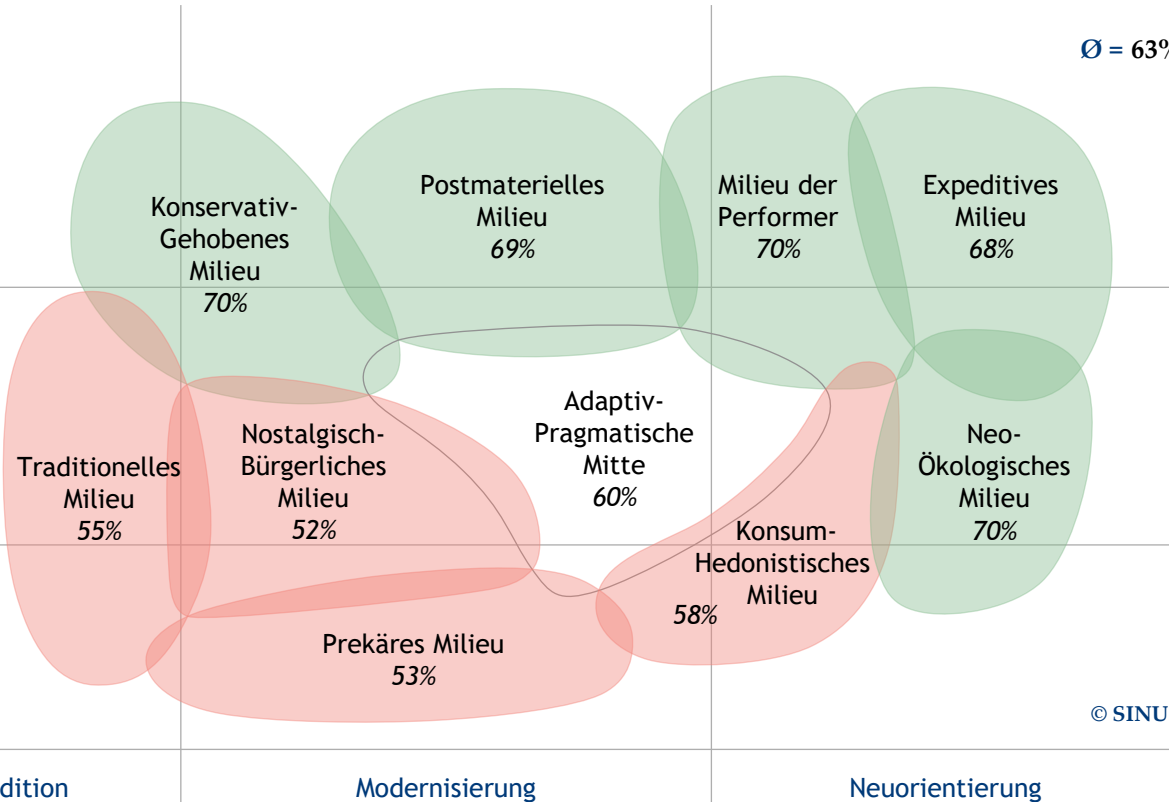
Untere Mittelschicht /
Unterschicht

Grundorientierung →

Tradition

Modernisierung

Neuorientierung



© SINUS

Basis: n = 2.064; alle Befragten
Angaben in %

Überdurchschnittlich
Durchschnittlich

Unterdurchschnittlich

Milieuspezifische Wandermotive



Konservativ-Gehobenes Milieu

Zu mir selber finden
Religiöse oder spirituelle
Gründe



Postmaterielles Milieu

Sich bewegen, aktiv sein
Interesse an Pflanzen/Tieren
Die Region erleben
Die Natur erleben
Den Alltag vergessen



Milieu der Performer

Sehenswürdigkeiten
besichtigen
Stress abbauen
Die Region erleben
In Geselligkeit sein



Expeditives Milieu

In Geselligkeit sein
Etwas für die Gesundheit tun
Aktiv Sport treiben
Die Region erleben
Den Horizont erweitern



Neo-Ökologisches Milieu

Den Kopf freibekommen
Etwas Neues entdecken
Den Alltag vergessen
Interesse an Pflanzen/Tieren
Frische Kraft sammeln



Milieu der Adaptiv-Pragmatischen
Mitte

Sehenswürdigkeiten
besichtigen
Über mich selbst nachdenken
Viel erleben



Konsum-Hedonistisches Milieu

*Keine überdurchschnittlichen
Nennungen*



Prekäres Milieu

Meine Ruhe haben
Stille erleben
Zu mir selber finden



Nostalgisch-Bürgerliches Milieu

Den Alltag vergessen
Meine Ruhe haben
Stille erleben
Frei sein
Die Natur erleben

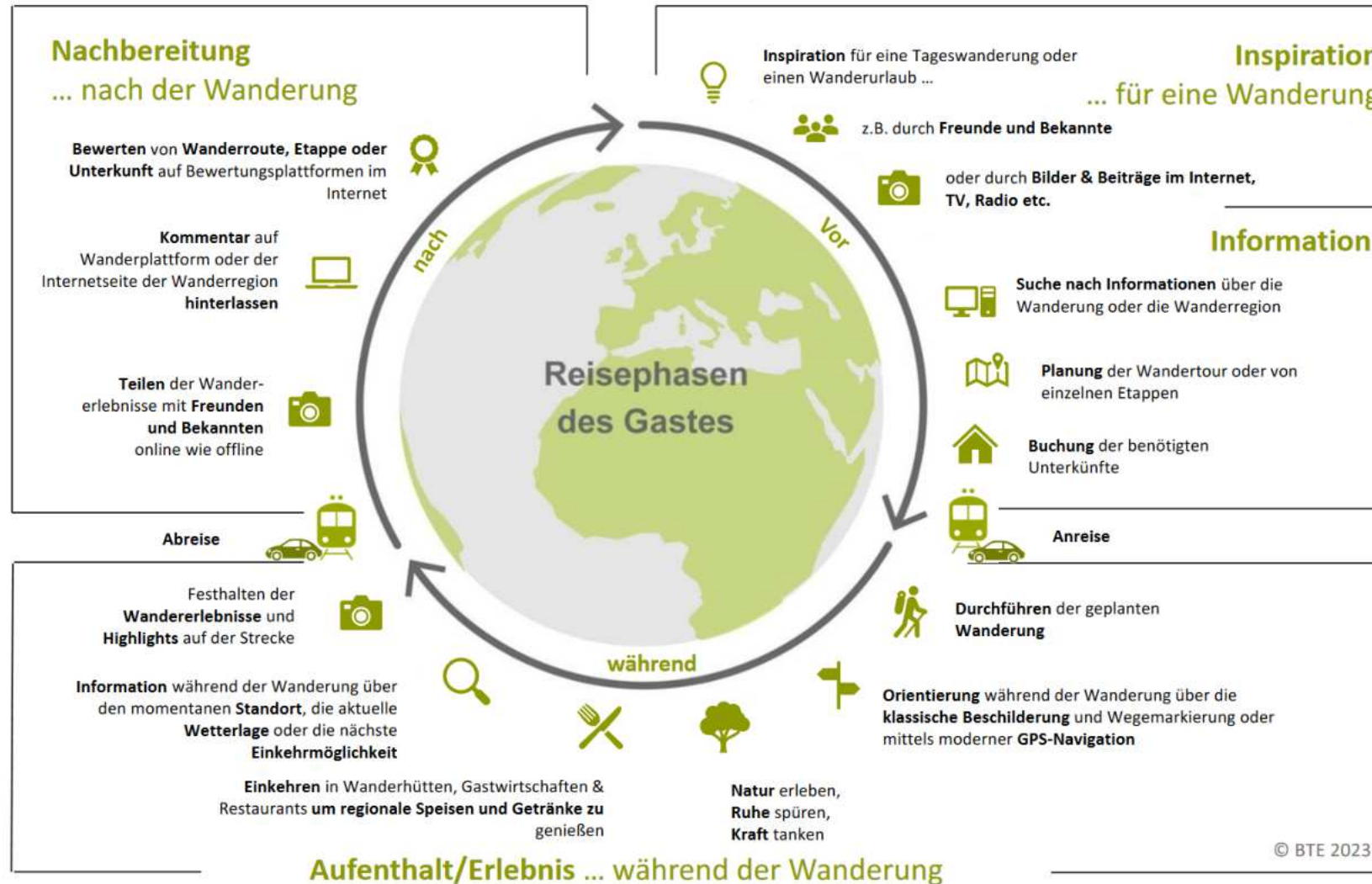


Traditionelles Milieu

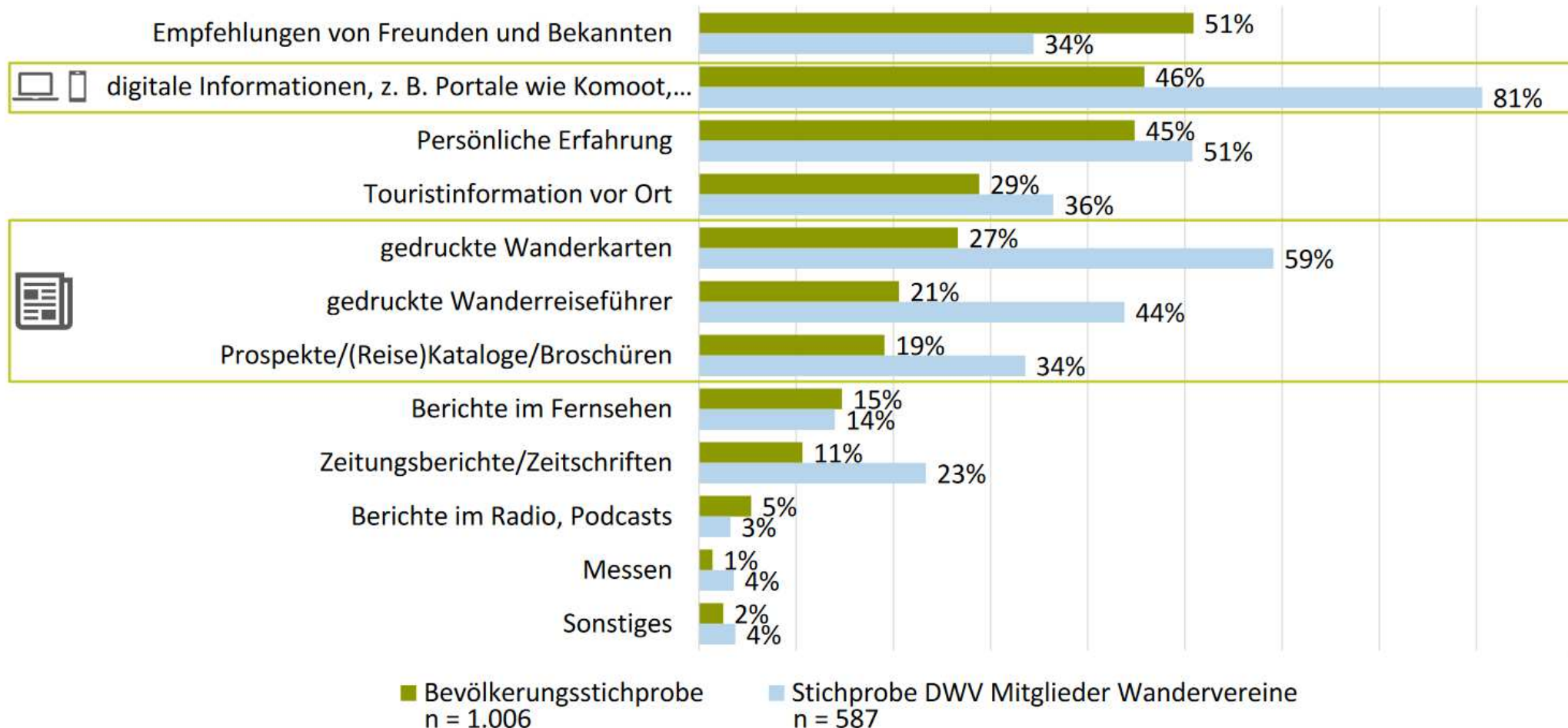
Frei sein
Zu mir selber finden
Stille erleben
Etwas für die Gesundheit tun
Die Natur erleben

Basis: n = 1.296; alle Befragten, die Wandern als Aktivität
genannt haben; Angaben in %
Gereiht nach Top %-Abweichung zu % Bev

Digitales Marketing und Information in allen Phasen der Customer Journey



Informationsquellen: Digitale Infos insb. für Wandernde mit Erfahrung wichtig



© BTE in Kooperation mit Deutscher Wanderverband 2023; Frage: Welche Informationsquellen nutzen Sie hauptsächlich bei der Vorbereitung/Planung der Wanderung?; Vorschlagsliste; Mehrfachnennungen möglich

Digitale Informationsquellen: Best Practices aus Baden-Württemberg

Karlsruhe: regiomove-App

Die regiomove-App liefert den kompletten Überblick über alle örtlichen Mobilitätsangebote – klassische Nahverkehrsmittel wie Bus und Bahn sowie moderne Sharing-Diensten wie KVV.nextbike und Stadtmobil. Nutzer können Fahrten im Verkehrsmix **planen, buchen und gebündelt zahlen.**



Quelle: Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg

Wie funktioniert's?

So ein **beispielhaftes Leuchtturmprojekt** ist keine One-Man-Show. An Planung, Umsetzung und Förderung haben sich zahlreiche Akteure beteiligt.

- Karlsruher Institut für Technologie (KIT), Hochschule Karlsruhe – Technik und Wirtschaft und FZI Forschungszentrum Informatik
- raumobil GmbH, PTV Group sowie INIT GmbH
- Stadtmobil CarSharing GmbH & Co. KG, Regionalverband Mittlerer Oberrhein, Landkreis Rastatt und der Stadt Karlsruhe

Gefördert wird die App außerdem durch das Land Baden-Württemberg und den Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE).



[KVV regiomove App für iOS](#)

[KVV regiomove App für Android](#)

So kommt die regiomove-App an:

Wer es praktisch findet, Fahrrad, Auto, Bus und Bahn über ein und dieselbe App zu buchen und sich gerne übers Smartphone mit KVV-News versorgen möchte, wird wohl zu regiomove greifen.

Karlsruhepuls,
<https://karlsruhepuls.de/regiomove/> [31.08.2021]

Mit seiner neuen App „regiomove“ für Smartphones mache der Karlsruher Verkehrsverbund (KVV) einen entscheidenden Schritt hin zum Mobilitätsverbund.

Die Rheinpfalz [26.11.2020]
Quelle: https://www.rheinpfalz.de/lokal/karlsruhe_artikel,-suchen-buchen-und-bezahlen-kvv-app-regiomove-_arid_5138576.html



Wandern als Mobilität verstehen: App SchweizMobil

- Landeskarten von swisstopo bis zum Massstab 1:10'000 (die Besten)
- 32'000 km signalisierte **Langsamverkehrsrouten** (national, regional und lokal)
- gesamtes signalisiertes **Wanderwegnetz** (60'000 km)
- 600 Routen für Winter-Aktivitäten
- **25'000 öV Haltestellen verknüpft mit dem SBB-Fahrplan (nie war das Planen einer Tour mit dem ÖV einfacher)**
- 4'500 Points of Interest-Inhalte für unterwegs wie Übernachtungsmöglichkeiten, **Veloservice-Stationen** etc.
- Standortbestimmung und Kompassfunktion (Sie wissen immer, wo Sie sind)
- Kartenausrichtung (die Karte dreht und bewegt sich in Blickrichtung)



Zeitgemäße Kommunikation

- Zeitgemäße Kommunikationsinitiativen binden die Handlungsfelder ein, welche DMOs aktuell bewegen: Nachhaltigkeit, Lebensraummanagement, Digitalisierung (und evtl. Fach- und Arbeitskräftemangel)
- Ein Beispiel ist die Kampagne „Natürlich Sommer“ nach dem F.U.N-Prinzip des Deutschen Alpenvereins DAV:
 - F – sei freundlich!
 - U – handle umsichtig!
 - N – schon die Natur!



Zeitgemäße Kommunikation

Kampagne #WanderlustGermany (DZT)

- Die Kampagne nimmt den Trend zu naturnahen und aktiven Urlaubsformen auf, die dem aktuell wachsenden Bedürfnis nach Sicherheit, Qualität und Nachhaltigkeit entsprechen.
- Digital durch Programmatic Advertising und Social Media-Aktivitäten in insgesamt 13 europäischen Nahmärkten
- Kampagne mit «Social-First-Ansatz» sowie einem crossmedialen Mix an Marketingaktivitäten
- Reichweitenstarke Bewerbung in Social Media-Kanälen, Themen-Newslettern und Programmatic Marketing auf Online-Travel-Plattformen



Fazit: Die Transformation meistern durch Digitalität¹

*Das Naturerlebnis ist nach wie vor und offensichtlich das wichtigste Motiv der Wandernden und damit die wichtigste Ressource der Region.
Es muss **erhalten, entwickelt und vermarktet** werden ...*



- ➔ Förderung einer nachhaltigen touristischen Entwicklung bedeutet, wandertouristische Angebote zu fördern und die Mobilität stärker in den Blick zu nehmen.
- ➔ Klimaschutz ist ein zentrales Anliegen der Nachfrage und der Politik. Bei der Erhaltung des Naturerlebnisses spielt die nachhaltige Mobilität die wichtigste Rolle. Eine bessere Nutzung der ÖPNV-Angebote, innovative und intermodale Mobilitätskonzepte und (digitale) Besucherlenkung sind die zentralen Handlungsfelder
- ➔ Diese Mobilitätsaspekte müssen in die Entwicklung der Naturerlebnisses eingebracht werden. Die Angebote müssen entlang der gesamten Customer Journey auf Nachhaltigkeit geprüft und verbessert werden
- ➔ Eine zielgruppenspezifische Kommunikation für Wandernde ist am besten persönlich und digital. Nachhaltigkeit muss hervorgehoben werden.



1) Digitalität meint die Verbindung von Mensch und Technik und damit den nächsten Schritt – die Weiterentwicklung von Digitalisierung: die Vernetzung von digital und analog, Tradition und Innovation. (Quelle: <https://xn--digitalitt-und-identitt-37bn.de/>) © Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack | www.prof-quack.com

Vielen Dank und bis bald!

Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften
– Hochschule Braunschweig/Wolfenbüttel
Karl-Scharfenberg-Straße 55–57 · 38229 Salzgitter