

WANDERTOURISMUS IM DAHME-SEENLAND

EINE ANGEBOTS-, NACHFRAGE- UND ZIELGRUPPENANALYSE MIT HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN



© Nicola Schulz

Nicola Schulz

urn:nbn:de:gbv:519-thesis2013-0669-1

Neubrandenburg, 12. Juli 2013



WANDERTOURISMUS IM DAHME-SEENLAND

EINE ANGEBOTS-, NACHFRAGE- UND ZIELGRUPPENANALYSE MIT HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

Masterarbeit
zur Erlangung des akademischen Grades
Master of Science

Erstgutachter: Herr Prof. Dr. Behrens
Zweitgutachter: Herr Prof. Dr. Dehne

Hochschule Neubrandenburg

Fachbereich
Landschaftsarchitektur, Geoinformatik,
Geodäsie und Bauingenieurwesen

Studiengang
Landschaftsarchitektur und Umweltplanung

Studienschwerpunkt
Landschafts-/Umweltplanung

Nicola Schulz

Neubrandenburg, 12. Juli 2013

ZUSAMMENFASSUNG – ABSTRACT

Die vorliegende Master-These befasst sich mit der Ermittlung und Untersuchung des Wandertourismus im Dahme-Seenland. Das grundsätzliche Ziel der vorliegenden Arbeit ist eine erste Analyse der wandertouristischen Nachfrage und der Angebote. Ein besonderer Fokus liegt hierbei auf der Abgrenzung und Bestimmung des Nachfragevolumens. Zudem werden als zweiter Schwerpunkt die gesamt- und regionalwirtschaftlichen Effekte des Wandertourismus für das Dahme-Seenland untersucht. Aus der Analyse dieser Daten werden schließlich Handlungsempfehlungen mit Maßnahmen erarbeitet. Die Untersuchung liefert erste Ansätze und Empfehlungen für die Anbieter der Region, um nachfragegerechte Produkte zu schaffen. Dies zielt darauf ab, sowohl die wandertouristische Nachfrage im Dahme-Seenland zu intensivieren als auch dem Wandertourismus in der Region einen höheren Stellenwert zu verleihen.

This master thesis deals with the identification and analysis of hiking tourism in the Dahme-Seenland. The basic aim of the present paper is to analyze the hiking demand and offer. A special focus is placed on the classification of the demand volume and furthermore on the analysis of the total and regional economic effects for the Dahme-Seenland. Based on this analysis, recommended actions including appropriate measures are developed. The study presents first approaches and recommendations for regional providers on how to create demand-based services in order to both intensify the hiking demand and to boost the importance of hiking tourism in the region.

INHALTSVERZEICHNIS

INHALTSVERZEICHNIS	I
ABBILDUNGSVERZEICHNIS	III
TABELLENVERZEICHNIS	V
ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS	VII
1 HANDLUNGSBEDARF	1
1.1 ANLASS UND ZIELE DER STUDIE.....	1
1.2 METHODIK UND DATENBASIS.....	4
2 WANDERTOURISMUS IN DEUTSCHLAND	7
2.1 DEFINITIONEN DES WANDERNS UND DES WANDERTOURISMUS	7
2.2 WANDERWEGEARTEN	13
2.3 EXKURS: KENNZEICHNUNG VON WANDERWEGEN IN BRANDENBURG	15
2.4 GESCHICHTE DES WANDERNS.....	17
2.5 NACHFRAGEANALYSE	18
2.6 ZIELGRUPPENANALYSE	19
2.7 WIRTSCHAFTSFAKTOR WANDERN UND SEINE REGIONALWIRTSCHAFTLICHEN EFFEKTE	23
2.8 QUALITÄTSZEICHEN IM WANDERTOURISMUS.....	30
3 WANDERTOURISMUS IM DAHME-SEENLAND	34
3.1 ABGRENZUNG DER REGION.....	34
3.2 ANGEBOTSANALYSE FÜR DAS DAHME-SEENLAND	36
3.2.1 <i>Touristisches Angebot</i>	36
3.2.2 <i>Touristische Organisation und Marketing</i>	46
3.2.3 <i>Wandertouristisches Angebot</i>	55
3.3 NACHFRAGEANALYSE FÜR DAS DAHME-SEENLAND	65
3.3.1 <i>Touristische Nachfrage</i>	65
3.3.2 <i>Wandertouristische Nachfrage</i>	67
3.4 ZIELGRUPPENANALYSE	73
3.5 WIRTSCHAFTSFAKTOR WANDERN	82
3.6 KONKURRENZANALYSE	86

4	WANDERTOURISMUS ALS ENTWICKLUNGSCHANCE FÜR DAS DAHME-SEENLAND	88
4.1	TRENDS IM WANDERTOURISMUS.....	88
4.2	HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN MIT MAßNAHMEN.....	90
5	KRITISCHE ABSCHLUSSBETRACHTUNG UND FAZIT	94
ANHANG		VIII
	ABBILDUNGEN UND TABELLEN.....	VIII
	FRAGEBOGEN UND VISITENKARTE MIT ONLINE-LINK FÜR DIE WANDERER.....	XXXVII
	INTERVIEWS	XL
LITERATUR- UND QUELLENVERZEICHNIS		LXVI
EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG.....		LXXIV

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten für beiderlei Geschlecht.

Die vorliegenden Recherchen für den Abschnitt „Wandertourismus im Dahme-Seenland“ enthalten die in den Prospektmaterialien und Internet auffindbaren Informationen. Es wird jedoch kein Anspruch auf Vollständigkeit erhoben.

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

ABBILDUNG 1: THEMENBLÖCKE UND KERNINHALTE DER STUDIE 3

ABBILDUNG 2: EVALUIERUNG WANDERTOURISMUS IM DAHME-SEENLAND 6

ABBILDUNG 3: WANDERN UND ANDERE ARTEN DES GEHENS 7

ABBILDUNG 4: ARTEN DES WANDERNS..... 10

ABBILDUNG 5: BEZIEHUNGEN ZWISCHEN TOURISMUS UND WANDERN 11

ABBILDUNG 6: WANDERWEGE: RÄUMLICHE AUSBREITUNG..... 13

ABBILDUNG 7: GESCHICHTE DES WANDERNS..... 17

ABBILDUNG 8: GESAMTNACHFRAGE WANDERN IN DEUTSCHLAND 18

ABBILDUNG 9: SPONTANE ASSOZIATIONEN ZUM WANDERN 21

ABBILDUNG 10: WICHTIGKEIT VON INFRASTRUKTUREN 22

ABBILDUNG 11: DURCHSCHNITTLICHE AUSGABEN FÜR AUSTRÜSTUNG IN EURO..... 25

ABBILDUNG 12: SCHEMATISCHE DARSTELLUNG DER WIRTSCHAFTLICHEN EFFEKTE 29

ABBILDUNG 13: LOGO QUALITÄTSWEG WANDERBARES DEUTSCHLAND 30

ABBILDUNG 14: LOGO DEUTSCHES WANDERSIEGEL – PREMIUMWEG..... 31

ABBILDUNG 15: LOGO QUALITÄTSGASTGEBER WANDERBARES DEUTSCHLAND..... 32

ABBILDUNG 16: LOGO QUALITÄTSREGION WANDERBARES DEUTSCHLAND 33

ABBILDUNG 17: LAGE LANDKREIS DAHME-SPREEWALD..... 34

ABBILDUNG 18: WANDERTOURISTISCHE ANGEBOTSANALYSE 36

ABBILDUNG 19: WANDERAKTIVITÄT NACH MONATEN UND MODIFIZIERTER KURVENVERLAUF 69

ABBILDUNG 20: BESTIMMUNG DER WANDERER AUF DEN WANDERWEGEN DES DAHME-SEENLANDS 70

ABBILDUNG 21: WOLLEN SIE (AUCH) IN ZUKUNFT AUF DEN WANDERWEGEN DES DAHME-SEENLANDS WANDERN?..... 71

ABBILDUNG 22: ALTERSGRUPPEN DER WANDERER..... 73

ABBILDUNG 23: HERKUNFT DER WANDERER 74

ABBILDUNG 24: SIND SIE SCHON EINMAL AUF DEN WANDERWEGEN DES DAHME-SEENLANDS GEWANDERT? 75

ABBILDUNG 25: WOHER KENNEN SIE DIE WANDERWEGE IM DAHME-SEENLAND BZW. WO HABEN SIE ZUM ERSTEN MAL VON DEN WANDERWEGEN ERFAHREN?..... 76

ABBILDUNG 26: WAS HAT SIE DAZU BEWOGEN EINE WANDERUNG IM DAHME-SEENLAND ZU UNTERNEHMEN? 77

ABBILDUNG 27: IHRE LETZTE WANDERUNG IM DAHME-SEENLAND GESCHAH..... 79

ABBILDUNG 28: WELCHE AKTIVITÄTEN FÜHRTE SIE WÄHREND IHRER WANDERUNG IM DAHME-SEENLAND SONST NOCH DURCH? 79

ABBILDUNG 29: IHRE LETZTE WANDERUNG IM DAHME-SEENLAND GESCHAH IM RAHMEN..... 81

ABBILDUNG 30: SCHEMATISCHE DARSTELLUNG DER WIRTSCHAFTLICHEN EFFEKTE FÜR DAS DAHME-SEENLAND 83

ABBILDUNG 31: VERTEILUNG DER GESAMTUMSÄTZE AUF PRODUKTGRUPPEN..... 83

ABBILDUNG 32: KONKURRENZREGIONEN BRANDENBURG 86

ABBILDUNG 33: TRENDS IM WANDERTOURISMUS 88

ABBILDUNG 34: SERVICEKETTE IM TOURISMUS 90

ABBILDUNG 35: STANDPUNKTE DER WANDERERZÄHLUNG IX

ABBILDUNG 36: TOURISMUSREGIONEN DAHME-SEENLAND UND SPREEWALD..... XIV

ABBILDUNG 37: 19 WANDERWEGE IM DAHME-SEENLAND DES TV DAHME-SEEN XXIII

ABBILDUNG 38: GESCHLECHTERVERTEILUNG XXVII

ABBILDUNG 39: BERUFSGRUPPENVERTEILUNG XXVII

ABBILDUNG 40: POSTLEITZAHLEN IN DEUTSCHLAND XXVIII

ABBILDUNG 41: WAS HAT IHNEN AN DEN WANDERWEGEN AM BESTEN GEFALLEN? XXIX

ABBILDUNG 42: WAS HAT SIE BEI IHRER WANDERUNG IM DAHME-SEENLAND GESTÖRT? XXIX

ABBILDUNG 43: VISITENKARTE MIT ONLINE-LINK XXXIX

TABELLENVERZEICHNIS

TABELLE 1: BEGRIFFSABGRENZUNG WANDERN UND SPAZIERENGEHEN NACH DTV/DWV.....	9
TABELLE 2: KENNZEICHEN VON WANDERWEGEN IN BRANDENBURG	16
TABELLE 3: WANDERINTENSITÄT NACH ALTER	19
TABELLE 4: TYPOLOGIE DER LEBENSSTILGRUPPEN	20
TABELLE 5: AUSSTATTUNGSGRAD DER LEBENSSTILGRUPPEN.....	24
TABELLE 6: GESAMTAUSGABEN DER WANDERER FÜR	26
TABELLE 7: AUSGABEN NACH PRODUKTGRUPPEN.....	27
TABELLE 8: GEWERBLICHES BEHERBERGUNGSANGEBOT NACH GEMEINDEN 2012	37
TABELLE 9: ANZAHL BEHERBERGUNGSBETRIEBE IN WANDERWEGNÄHE.....	38
TABELLE 10: ANZAHL GASTRONOMIEBETRIEBE IN WANDERWEGNÄHE	40
TABELLE 11: BEWERTUNG DES BEHERBERGUNGS- UND GASTRONOMIEANGEBOTS.....	42
TABELLE 12: BEWERTUNG DER FREIZEITINFRASTRUKTUREN UND -ANGEBOTE	45
TABELLE 13: PROJEKTPLAN 2013 DES TV DAHME-SEEN	46
TABELLE 14: MITGLIEDER AUS DEM DAHME-SEENLAND IM TV DAHME-SEEN	47
TABELLE 15: TOURISTINFORMATIONEN	49
TABELLE 16: ONLINEMEDIENANALYSE	53
TABELLE 17: BEWERTUNG DER TOURISTISCHEN ORGANISATION UND MARKETING	54
TABELLE 18: BEWERTUNG DES WANDERTOURISTISCHEN ANGEBOTS.....	64
TABELLE 19: TOURISMUSERGEBNISSE IN DEN BEHERBERGUNGSBETRIEBEN DES LANDES BRANDENBURG NACH GEMEINDEN MÄRZ 2013	65
TABELLE 20: TOURISMUSINTENSITÄT NACH GEMEINDEN 2012	67
TABELLE 21: WANDERERZÄHLUNG	68
TABELLE 22: MODIFIKATION UND BESTIMMUNG DER WANDERER	69
TABELLE 23: VERKAUFTE STARTKARTEN DES IVV-WANDERWEGS IN KW	71
TABELLE 24: WANDERINTENSITÄT IM DAHME-SEENLAND NACH ALTER.....	76
TABELLE 25: GRÜNDE FÜR DAS WANDERN IM DAHME-SEENLAND NACH ALTER	78
TABELLE 26: ZUSÄTZLICHE AKTIVITÄTEN WÄHREND DER WANDERUNG NACH ALTER	80
TABELLE 27: AUSGABEN ÜBERNACHTUNGEN UND ABENDESSEN	84
TABELLE 28: AUSGABEN BEI WANDERUNGEN	85
TABELLE 29: WANDERTOURISTISCHE ENTWICKLUNGSRICHTUNGEN URLAUBS- UND FREIZEITMARKT.....	89
TABELLE 30: ÜBERSICHT DER BEFRAGUNGEN.....	VIII

TABELLE 31: ÜBERSICHT DER EXPERTENINTERVIEWS X

TABELLE 32: KRITERIEN QUALITÄTSWEG WANDERBARES DEUTSCHLAND..... XI

TABELLE 33: KERN- UND WAHLKRITERIEN QUALITÄTSGASTGEBER WANDERBARES DEUTSCHLAND XII

TABELLE 34: KERN- UND WAHLKRITERIEN QUALITÄTSREGION WANDERBARES DEUTSCHLAND..... XIII

TABELLE 35: ANZAHL VORHANDENER BEHERBERGUNGSBETRIEBE LAUT ON- UND OFFLINEMEDIEN UND INTERNER LISTE ... XV

TABELLE 36: ZERTIFIZIERTE BEHERBERGUNGSBETRIEBE..... XVI

TABELLE 37: KULTUR- UND WASSERTOURISTISCHE ANGEBOTE AN DEN WANDERWEGEN..... XVII

TABELLE 38: WEITERE FREIZEITINFRASTRUKTUREN UND -ANGEBOTE AN DEN WANDERWEGEN XVIII

TABELLE 39: MARKIERTE (RUND-)WANDERWEGE IM DAHME-SEENLAND XX

TABELLE 40: GEFÜHRTE TOUREN-WANDERVEREINE XXIV

TABELLE 41: GEFÜHRTE TOUREN-REISEANBIETER..... XXIV

TABELLE 42: GEFÜHRTE TOUREN-NATUR-, KULTUR- UND LANDSCHAFTSFÜHRER..... XXV

TABELLE 43: AURFUFE UND HERUNTERGELADENE STRECKEN IN UND UM KW XXVI

TABELLE 44: VERGLEICH BRANDENBURGISCHE WANDERREGIONEN XXX

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

- BANU Bundesweiter Arbeitskreises der staatlich getragenen Bildungsstätten im Natur- und Umweltschutz
- BbgNatschG Brandenburgisches Naturschutzgesetz
- BMWi Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie
- DTV Deutscher Tourismusverband e. V.
- dwif Deutsches Wissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e. V.
- DWV Verband Deutscher Gebirgs- und Wandervereine e. V.
- Fuss e. V. Fachverband Fußverkehr Deutschland
- GfK Gesellschaft für Konsumforschung
- KiEZ Kinder- und Erholungszentrum
- KW Königs Wusterhausen
- LTV Sachsen Landestourismusverband Sachsen e. V.
- LWaldG Waldgesetz des Landes Brandenburg
- MUGV Ministerium für Umwelt, Gesundheit und Verbraucherschutz
- MWE Ministerium für Wirtschaft und Europaangelegenheiten
- NABU Dahmeland Naturschutzbund Deutschland Regionalverband „Dahmeland“ e. V.
- PKW Personenkraftwagen
- TI Touristinformation
- TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH
- TV Dahme-Seen Tourismusverband Dahme-Seen e. V.
- ÖPNV öffentlicher Personennahverkehr
- ÖV öffentlicher Verkehr

1 HANDLUNGSBEDARF

1.1 ANLASS UND ZIELE DER STUDIE

Schon gegen Ende des 13. Jahrhunderts stellte der damalige italienische Dichter und Denker Dante Alighieri (*1265; † 1321) den Stellenwert des Wanderns heraus. Ein von ihm überlieferter Spruch hat bis heute seine Gültigkeit nicht verloren.

„Wanderst Du, so brauch nit nur Dein Füß’, sondern auch Dein Kopf, sondern auch Dein Herz.“
(WILHELM-MÜNKER-STIFTUNG 1985, S. 6)

Bis zum gegenwärtigen Zeitpunkt zählt das Wandern zu den wichtigsten und beliebtesten Freizeit- und Outdoor-Aktivitäten der Deutschen. „Fast 40 Millionen Deutsche wandern gerne, [...].“ (DWV 2010, S. 3) Diese Zahl und weitere Indizien deuten darauf hin, „dass das Wandern ein stabiler Trend ist.“ (BMWl 2010-A, S. 12)

Das Wandern wird nicht nur in den klassischen Wanderregionen ausgebaut, sondern auch in den kleineren, wenig bekannten und wandertouristisch erschlossenen Regionen wie dem **Dahme-Seenland**. Mit der Hoffnung, dass steigende Einnahmen aus dem Tourismus generiert werden können und eine regionale Entwicklung forciert wird, investieren zahlreiche öffentliche und private Akteure in den Wandertourismus.

Unklar ist jedoch, ob sich die Investitionen in die Wanderinfrastruktur rechnen und inwieweit die direkten und indirekten Effekte des regionalen Wandertourismus sich positiv auf die lokalen (touristischen) Akteure auswirken. Denn die Entwicklung und Umsetzung von wandertouristischen Angeboten und Projekten ist zeit- und kostenintensiv. Dabei kommt der angesprochenen hohen Qualität der Wanderwege ein besonderer Stellenwert zu.

Ziele der Studie

Der angelegte Forschungsansatz der Studie dient der Findung von Antworten auf folgende Fragestellungen:

- Welche Zielgruppen wandern im Dahme-Seenland bzw. kann eine genaue Zielgruppe bestimmt werden?
- Welches Marktvolumen, das heißt, welche genaue Größe, Verteilung und Struktur der Wanderer ist im Dahme-Seenland zu finden bzw. kann ein genaues Marktvolumen bestimmt werden?
- Wie und was fragen die Zielgruppen im Dahme-Seenland nach?
- Welche gesamt- und regionalwirtschaftlichen Effekte ergeben sich daraus für die Region?

Aus der Analyse der sich herausstellenden Daten, werden Handlungsempfehlungen mit Maßnahmen erarbeitet, die eine mögliche positive Entwicklung des Wandermarkts im Dahme-Seenland unterstützen.

Ein besonderer Fokus wird auf die Abgrenzung und Bestimmung des Nachfragevolumens gelegt. Dabei wurden nicht nur die touristisch motivierten Wanderer analysiert, sondern auch der Freizeitwandermarkt erfasst, der die Tagesausflügler umfasst.

Ein zweiter Schwerpunkt liegt auf der Analyse der wirtschaftlichen Effekte für das Dahme-Seenland. Hierbei wurden die potentiellen Ausgaben der Wanderer für Hotellerie, Gastronomie, Lebensmittel und Getränke, Verkehrsmittel, Eintrittsgelder und sonstigen Ausgaben vor Ort erfasst.

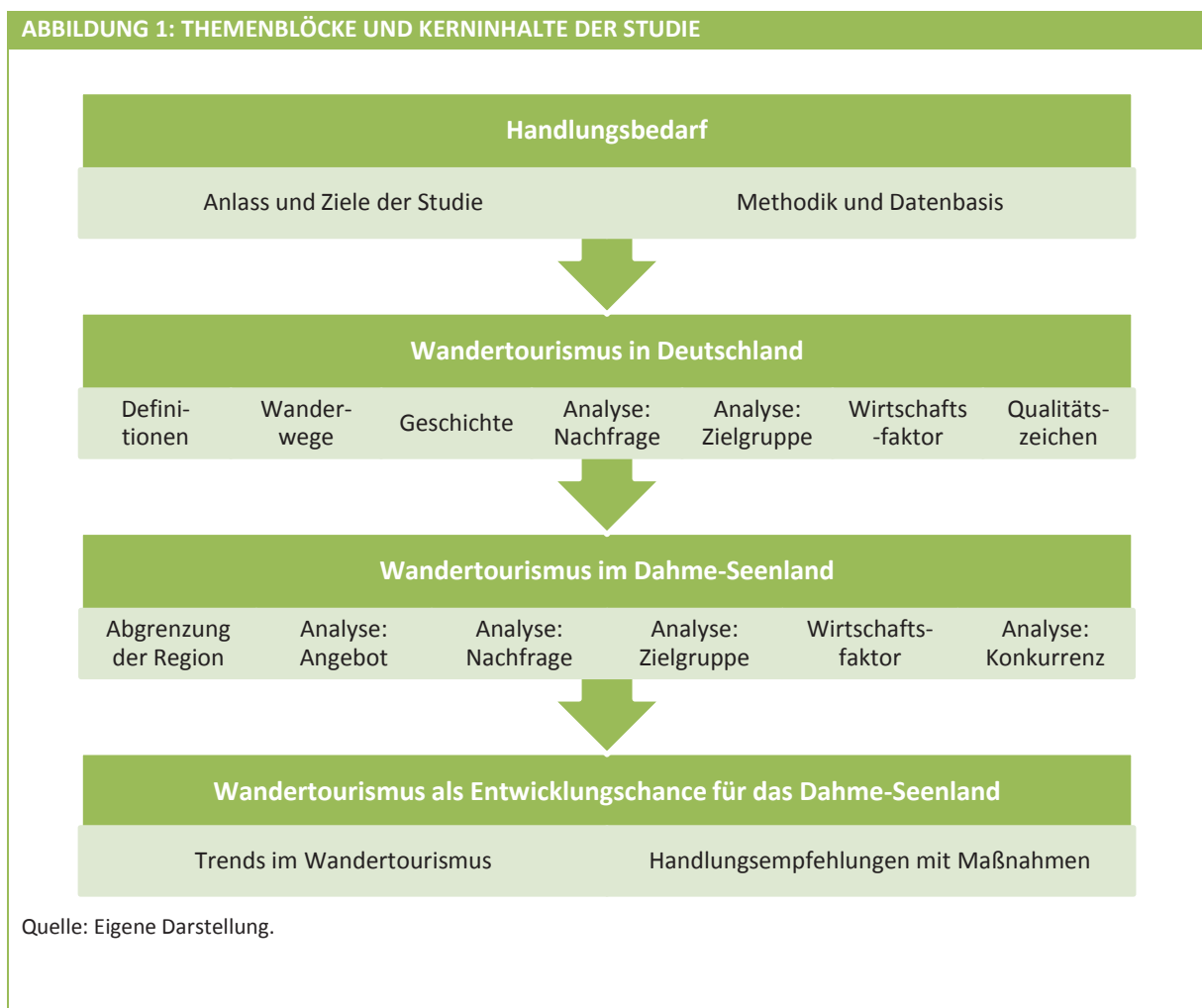
Da der Bereich einer Angebots- und Nachfrageanalyse nur z. T. für das Dahme-Seenland erforscht ist, liegt das grundsätzliche Ziel der vorliegenden Studie auf einer ersten Analyse der wandertouristischen Nachfrage und Angebote. Es wird somit ein erster Versuch gestartet die Forschungsdefizite mit dem vorliegenden Datenmaterial im Ansatz zu schließen.

Die Untersuchung gibt erste Ansätze und Empfehlungen für die Anbieter der Region, nachfragegerechte Produkte zu schaffen, um einerseits die wandertouristische Nachfrage im Dahme-Seenland zu intensivieren, andererseits dem Wandertourismus in der Region einen höheren Stellenwert zu verleihen. Dies ist vor allem aus den Motiven der Wanderer abzuleiten. Indem Übernachtungs- und Tagestourismus vereint dargestellt werden, entstehen eine Vielzahl an Ansatzpunkten, die zur Verstärkung der Nachfrage führen könnten.

Der Wandertourismus ist gemeinsam mit dem Rad- und Wassertourismus ein wichtiger Wirtschaftsfaktor, der zu einer aktiven Wirtschaftsentwicklung beitragen kann. Die für die Region entstehenden regionalwirtschaftlichen Effekte unterstreichen dabei die Bedeutung des Wanderns und können einen gezielten Auf- und Ausbau der notwendigen Infrastruktur mit sich bringen.

Fachlich begleitet wurde die Studie durch:

- den Tourismusverband Dahme-Seen e. V.
- den Wanderwegebeirat des Dahme-Seenlands
- weitere touristische Akteure der Region



1.2 METHODIK UND DATENBASIS

Die vorliegende Studie basiert auf dem Einsatz verschiedener empirischer Untersuchungen:

- persönliche vor-Ort-Befragung bei ausgewählten Wanderungen
 - insgesamt 38 persönliche Befragungen von teilnehmenden Wanderern im April und Mai (20. April 2013, 25. April 2013, 03. Mai 2013) sowie Befragungen einer externen Person an den Juniwochenenden (8.-9./15.-16./22.-23. Juni 2013; n=48 zur Abgrenzung des Marktpotentials. Die Stichprobengröße bietet zwar einen nicht repräsentativen Auswahlansatz, erlaubt jedoch sowohl die Darstellung von Anteilswerten als auch die Hochrechnung und damit quantitative Bestimmung der einzelnen Zielgruppen. (vgl. Tab. 30 Anhang S. VIII; vgl. Fragebogen Anhang S. XXXVII)
- Auslage des Fragebogens und Visitenkarten bei den regionalen Touristinformationen
 - insgesamt 26 vollständig ausgefüllte Fragebögen
 - teilnehmende Touristinformationen (TI): TI Dahme-Seen in Königs Wusterhausen (KW) (n=2), TI im Gemeindeamt Bestensee (n=0), Haus des Gastes in Motzen (n=0), Tourismusbüro im Amt Schenkenländchen in Teupitz (n=5), TI im Laden „Geschenk-Ideen“, Petra Neumann in Märkisch Buchholz (n=0), FVV „Tor zum Spreewald“ e. V. Märkisch Buchholz/Köthen-Kühns Gasthaus in Köthen (n=19) (vgl. Tab. 30 Anhang S. VIII)
- Online-Befragung von Wanderern und Visitenkarte mit Online-Link
 - insgesamt 33 vollständig ausgefüllte Online-Fragebögen (vgl. Tab. 30 Anhang S. VIII)
 - Der Online-Link wurde am 04. April 2013 an den Berliner Wanderverband und den Brandenburgischen Wandersport- und Bergsteiger-Verband sowie am 02. Mai 2013 an 21 kleinere Vereine in Berlin und Brandenburg per E-Mail geschickt.
 - Wanderer, die keine persönliche Befragung bevorzugten, hatten die Möglichkeit mittels einer Visitenkarte auf der der Online-Link stand, die Fragen von zu Hause zu beantworten. (vgl. Abb. 43 Anhang S. XXXIX)
- Wandererzählung an vier Standpunkten (vgl. Abb. 35 Anhang S. IX)
 - Wandern in Königs Wusterhausen (Bahnhof Königs Wusterhausen und auf den Rundwegen Klein Venedig und Tiergarten), Wandern in Schenkenländchen (Dorfplatz Köthen und auf dem Wanderweg Köthener Heideseen), Wandern in Bestensee auf dem Sutschketalwanderweg, Wandern in Heidensee (Kirche in Prieros) im Juni 2013

- persönliche Tiefeninterviews
 - mit vier Wanderwegebeiratsmitgliedern, zwei Vertretern aus dem Tourismussektor sowie vier Vertretern aus dem Bereich Landschafts- und Naturschutz. (vgl. Tab. 31 Anhang S. X, vgl. Interviews Anhang ab S. XL) Diese leitfadengestützten Gespräche dienten sowohl der Absicherung der Ergebnisse aus den empirischen Analysen als auch der Entwicklung von Handlungsempfehlungen.
- Veröffentlichungen, Pressemitteilungen, Literaturrecherche
 - Parallel zu den dargestellten Erhebungen wurden allgemeine Wanderliteratur, Wander- und Regionalstudien, Quellen, Publikationen und Pressemitteilungen ausgewertet.

Evaluation

„Die systematische Sammlung und Analyse von nicht routinemäßig verfügbaren Informationen über verschiedene Aspekte eines gegebenen Studienobjekts (wie z. B. eines spezifischen Projekts, Programms, einer Intervention usw.), um seine kritische Beurteilung zu ermöglichen.“ (PROEVAL, WWW)

Im Folgenden werden Aspekte und Zusammenhänge der Evaluation des vorliegenden Projekts dargestellt (vgl. Abb. 2):

Wozu? Ziel ist die Bestimmung der gesamt- und regionalwirtschaftlichen Effekte, der Zielgruppen und des Marktvolumens.

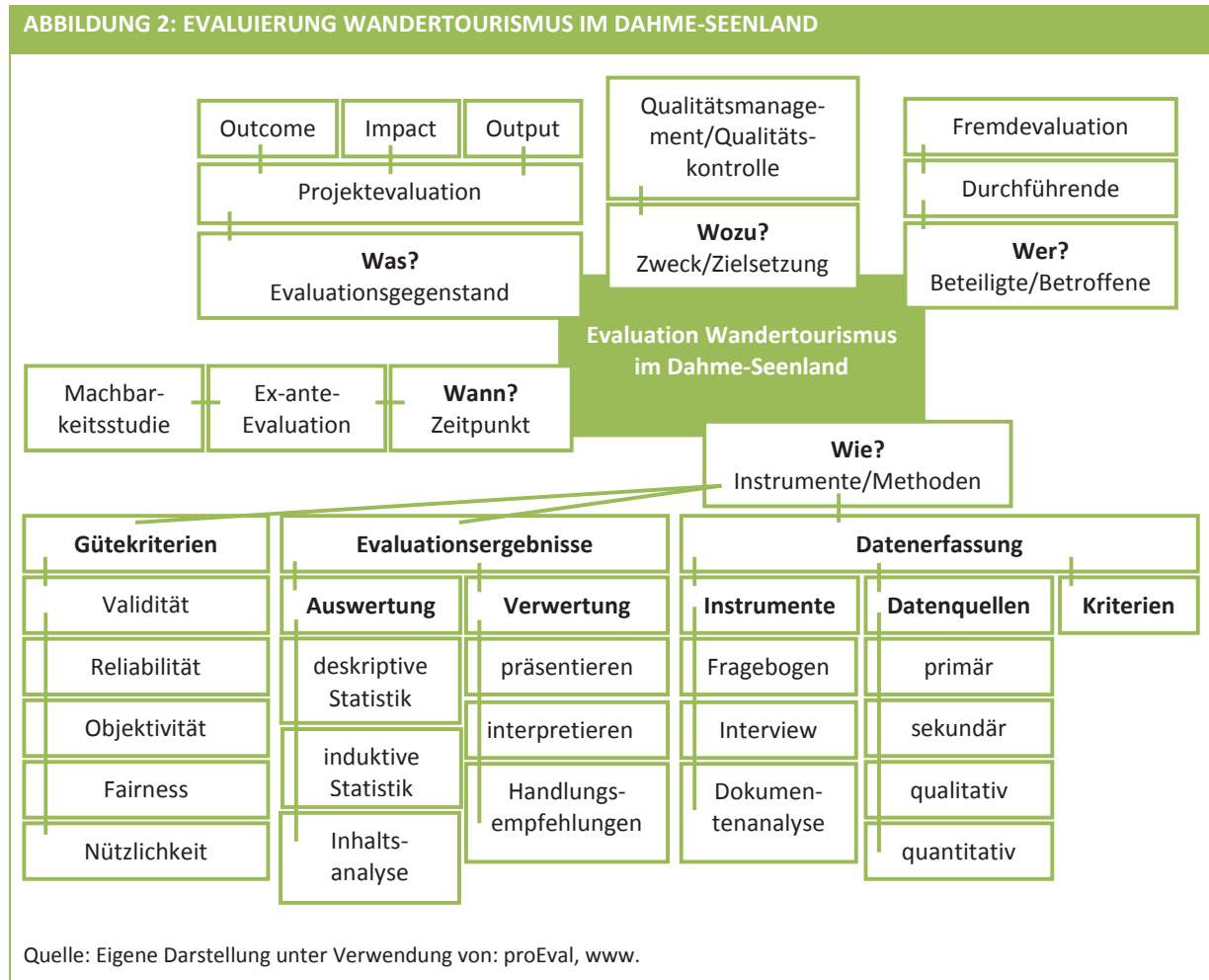
Wer? Die Evaluation wurde im Rahmen einer Abschlussarbeit durchgeführt. Ideengeber war der Tourismusverband Dahme-Seen e. V. Die Evaluierung wurde durch eine außenstehende, unabhängige und unvoreingenommene Person durchgeführt. Somit handelt es sich um eine Fremdevaluation.

Wann? Eine Ex-ante-Evaluation wird im Vorfeld eines Projekts durchgeführt. Bedarfserhebung, Zielgruppenbestimmung und Zielklärung sind das Ziel.

Was? Evaluationsgegenstand ist der Wandertourismus im Dahme-Seenland. Die Art der Evaluation wird hierbei als Projektevaluation gesehen. Als Outcome werden die Ergebnisse bzw. die Wirkungen, als Output die Aktivitäten, Maßnahmen, Dienstleistungen, Materialien und Produkte sowie als Impact die mittel- bis langfristigen Wirkungen eines Projekts bezeichnet.

Wie? Die Datenerfassung und -erhebung erfolgte anhand einer neuen Datenerhebung (Primärerhebung), da keine geeigneten Daten über den Wandertourismus im Dahme-Seenland existierten. Es wurden quali-

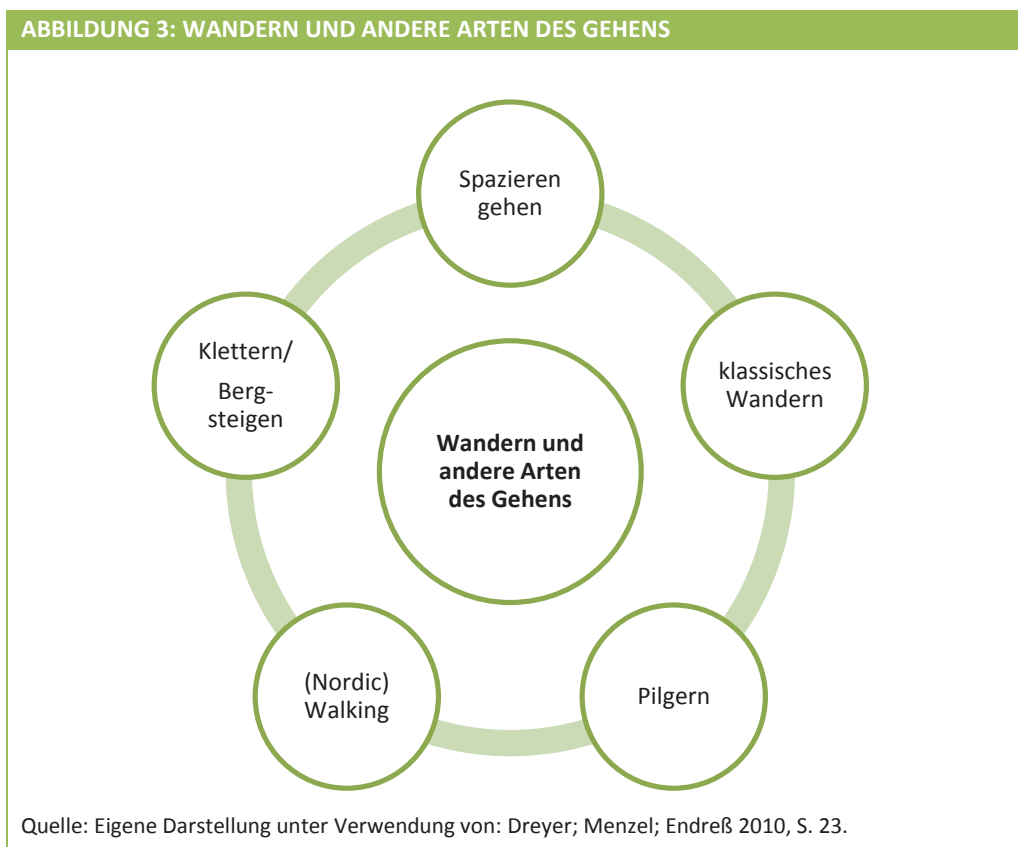
tative und quantitative Werte erhoben. Der Fragebogen, das Interview und die Dokumentenanalyse wurden als Instrumente zur Erhebung genutzt. Die Auswertung erfolgte anhand von deskriptiven und induktiven Statistiken sowie durch eine Inhaltsanalyse. Die Gütekriterien wurden mit in die Auswertung der Ergebnisse einbezogen. Die Sekundärerhebung erfolgte für den Wandertourismus in Deutschland.



2 WANDERTOURISMUS IN DEUTSCHLAND

2.1 DEFINITIONEN DES WANDERNS UND DES WANDERTOURISMUS

Was ist Wandern? Was ist Spazierengehen? Genaue Definitionen sind bislang nur sehr vage. Einerseits hängt dies ganz vom eigenen, individuellen Empfinden ab. Andererseits hat der Deutsche Wanderverband (DWW) in seinem Forschungsbericht „Grundlagenuntersuchung Freizeit- und Urlaubsmarkt Wandern“ zum ersten Mal eine genauere Definition gebildet, „die auf Grundlage des empirischen Befundes entwickelt [wurde] und als allgemeingültig angesehen werden kann.“ (BMWi 2010-A, S. 20)



Im Folgenden wird sich auf die Begriffsbestimmung des klassischen Wanderns und des Spazierengehens bezogen. Die Begriffe des Wanderns und des Spazierengehens wurden auf vielfältige Weise genutzt wie folgende Definitionen zeigen:

Die Wilhelm-Münker-Stiftung besagt, dass der Begriff des Wanderns in Gefahr ist, denn Wörter wie Radwandern oder Bootswandern gehören zum Alltag. Aus diesem Grund warnte Wilhelm Münker vor der Verfälschung des Worts. Für ihn bedeutet Wandern folgendes: „Wandern ist eine Gangart; beim

Gehen läßt sich der Wanderer Zeit und Muße, wiewohl er sich Zeit vornimmt; zum Wandern gehört, daß man von Zeit zu Zeit innehält, nicht nur um auszuruhen, sondern um in Muße zu schauen und nachzudenken.“ (WILHELM-MÜNKER-STIFTUNG 1985-A, S. 8) Weiterhin wird beschrieben, dass dem Wanderer nichts daran läge, von der Gesellschaft beachtet zu werden, ihn reize das stille Abseits, in dem es nicht Promenaden gibt, sondern schmale Pfade. (WILHELM-MÜNKER-STIFTUNG 1985-A, S. 11)

Das Spaziergehen wird wiederum durch die Wilhelm-Münker-Stiftung wie folgt definiert: „Für das Spazieren ist typisch, daß man sich eher in Kultur als in Naturzonen bewegt; Spazieren ist ein Akt der Kommunikation; der Spaziergänger rechnet immer damit, Bekannte zu treffen, sie zu sehen und von ihnen gesehen, beachtet, begrüßt zu werden. [...] Spazieren geht man im Park, in der Kunstnatur der Gärtnerherrschaft, auf großen Plätzen oder weitläufigen Alleen. Gammellook ist nicht gefragt, man putzt sich so vorteilhaft heraus wie eben möglich.“ (WILHELM-MÜNKER-STIFTUNG 1985-A, S. 11)

Das Brockhaus (2003, Bd. 25, S. 8190 F.) definiert das Wandern als „vielfältige Formen der aktiven Erholung zu Fuß, per Fahrrad, mit Boot, Skiern oder auf dem Pferd; es dient der Gesundheit, ist ein Naturerlebnis und wird aus sozialen und kulturellen Gründen betrieben.“

„Seit 2002 gilt als gängige Unterscheidung zwischen Wandern und Spaziergehen die Begriffsabgrenzung des DTV/DWV: Reduziert auf seinen Kern, wird unter Wandern die Fortbewegung zu Fuß verstanden. Nach Schumann (ZITIERT NACH MENZEL ET. AL 2008, S. 14), stellt Wandern eine erweiterte Form des Gehens dar, wobei sich Gehen von anderen Laufsportarten [...] unterscheidet, [...]. Wandern stellt nach Schumann weiterhin eine zielgerichtete und zweckorientierte Aktivität dar und wird dadurch von alltäglichen Bewegungsformen und Pflichtbewegungsformen wie dem Gang zur Arbeit abgegrenzt (MENZEL ET AL. 2008, S. 14).“ (ZITIERT NACH BMWI 2010-A, S. 20)

Eine weitere Übersicht des Deutscher Tourismusverband e. V. (DTV) und des Verbands Deutscher Gebirgs- und Wandervereine e. V. (DWV) erläutert die Begriffsabgrenzungen des Wanderns und des Spazierengehens. (vgl. Tab. 1) Jedoch ist eine genaue Abgrenzung des Markts eine Herausforderung, da die Übergänge von Spaziergehen und Wandern meist fließend sind.

TABELLE 1: BEGRIFFSABGRENZUNG WANDERN UND SPAZIERENGEHEN NACH DTV/DWV

Merkmal	Wanderung	Spaziergang
Zeit +/-	½ Tag	+/- 1 Stunde
Länge	+/- 13 km	wenige km
Geschwindigkeit	moderat bis zügig	gemächlich
Vorbereitung	Planung, Materialstudium	keine
Ausrüstung	Allwetterbekleidung, Gepäck, Verpflegung	Regenschirm, Mantel
Motive	Naturerlebnis, körperliche Herausforderung	Beine vertreten, frische Luft schöpfen
Aktionsraum	überwiegend ortsfrem	überwiegend ortsnah
Quelle: DTV/DWV 2002, S. 11		

weitere Motive des Wanderns:

- Wandern als Naturerlebnis
- Wandern als Sportaktivität
- Wandern als Erholung
- Wandern in Bezug auf Gesundheit
- Wandern als geselliges Erlebnis

Differenzierung des Wanderns nach seinen Arten

Da das Wandern unterschiedlich intensiv ausgeübt werden kann, „[...] haben sich mit der Zeit weitere Begriffe herausgebildet, die das Wandern beschreiben.“ (DREYER; MENZEL; ENDREß 2010, S. 31) Dabei lassen sich die Arten des Wanderns nach unterschiedlichen Aspekten differenzieren. (vgl. Abb. 4)



Eine weitere Differenzierung des Wanderns ist die Unterscheidung in Themenbereiche. Dazu gehören bspw.:

- geschichtliche Themen
- kulturelle Themen
- naturwissenschaftliche Themen
- zielgruppenbezogene Themen

Beziehungen zwischen Tourismus und Wandern

Laut dem Bertelsmann Lexikon Verlag (2001, S. 286) ist Tourismus (Fremdenverkehr) der „besuchsweise Aufenthalt von Personen an Orten, die nicht ihre ständigen Wohnsitze sind, zum Zweck der Erholung, der Kur, der Religionsausübung (Wallfahrt), der Bildung oder der Förderung geschäftlicher Verbindungen. Der Fremdenverkehr bildet die wirtschaftliche Basis für manche durch natürliche oder kulturelle Gegebenheiten bevorzugten Orte und Gebiete, besonders für Hotel- und Gaststättengewerbe, Verkehrsunternehmen, Reisebüros, Andenkenindustrie und -handel. Er ist auch bedeutsam als Faktor der zwischenstaatlichen Wirtschaftsbeziehungen.“

Eine der bekanntesten Definitionen des Tourismus ist die der Welttourismusorganisation von 1991. Diese besagt, dass „die Aktivitäten von Personen, die an Orte außerhalb ihrer gewohnten Umgebung reisen; sich dort zu Freizeit-, Geschäfts- oder bestimmten anderen Zwecken nicht länger als ein Jahr ohne Unterbrechung aufhalten“ dem Begriff des Tourismus entspricht. (ZITIERT NACH DWIF 2005, S. 11)

In der Abbildung 5 werden die Beziehungen zwischen Wandern und Tourismus dargestellt. Im weiteren Sinne lässt sich der Begriff des Wandertourismus als Überbegriff für alle Wanderaktivitäten nutzen. Im engeren Sinne wiederum muss das Wandern jedoch ein wichtiger Bestandteil des Ausflugs oder Urlaubs sein. Somit kann nur von einem Wanderurlaub gesprochen werden, wenn das Wandern ein Hauptgrund der Urlaubsreise ist.



Sonstige Begriffsdefinitionen

- Tagesausflug

Nach dem Deutschen Wissenschaftlichen Institut für Fremdenverkehr e. V. (dwif) zählt als Tagesausflug „jedes Verlassen des Wohnumfeldes [...], mit dem keine Übernachtung verbunden ist und das nicht als Fahrt von oder zur Schule, zum Arbeitsplatz, zur Berufsausübung vorgenommen wird, nicht als Einkaufsfahrt zur Deckung des täglichen Bedarfs dient [...] und nicht einer gewissen Routine oder Regelmäßigkeit unterliegt [...].“ (DWIF 2005, S. 13)

- Angebot

Angebot ist die „Gesamtheit der vom Verkäufer auf den Markt gebrachten Güter; die Angebotsmenge steigt theoretisch mit steigendem Preis.“ (BROCKHAUS 2003, Bd. 1, S. 223 F.-A)

- Nachfrage

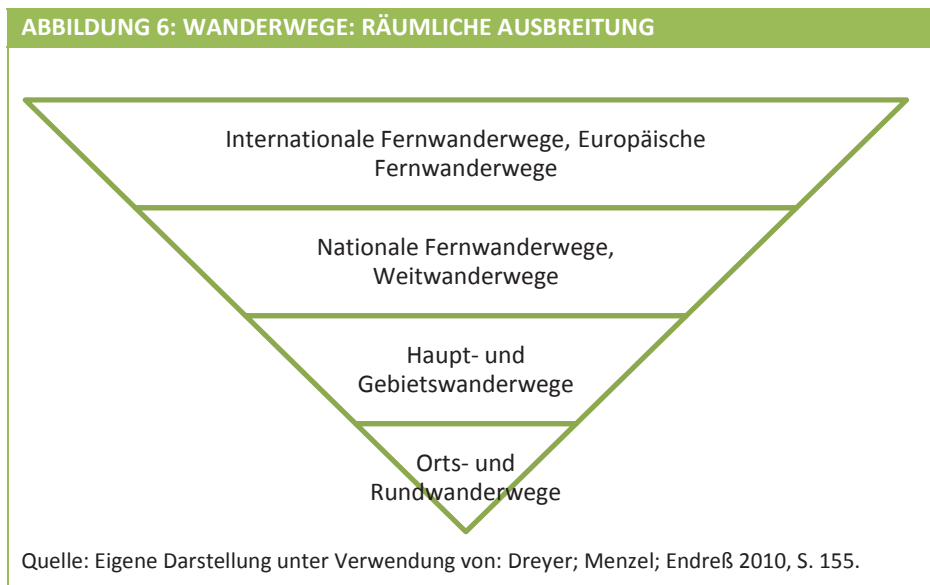
Nachfrage ist die „Gesamtmenge der Waren, Dienst- oder Faktorleistungen (z. B. Arbeitsnachfrage, Kapitalnachfrage), die die Käufer (Nachfrager) auf einem Markt abnehmen wollen. Die Nachfragemenge orientiert sich theoretisch gegenläufig zum Preis: Steigende Preise sind sinkende Nachfragemengen zugeordnet und umgekehrt; nur bei anormaler Nachfragerreaktion [...] ändert sich die Nachfragemenge gleichläufig mit.“ (BROCKHAUS 2003, Bd. 15, S. 5022-B)

2.2 WANDERWEGEARTEN

Es gibt in Deutschland unterschiedliche Arten von Wanderwege. Diese lassen sich nach folgenden Kriterien unterscheiden:

- räumliche Ausbreitung

„Die einzelnen Wanderwege lassen sich hierarchisch in unterschiedliche Ebenen einordnen.“ (DREYER; MENZEL; ENDREß 2010, S. 155.) Eine grobe Einteilung der in Deutschland verlaufenden Wanderwege zeigt die Abbildung 6.



- Wegeverlauf

„Im Folgenden werden auf Grundlage historischer und geographischer Aspekte die wesentlichen Unterschiede zwischen den drei ‚Wegetypen‘ aufgezeigt und somit eine Abgrenzung geschaffen.“ (DREYER; MENZEL; ENDREß 2010, S. 162.)

- Trampelpfade: Grundlage der Entstehung von Wegen und Straßen
- Wanderweg: markierte Fußwege, die zu attraktiven Zielen führen und dem Wanderer Zutritt zur Natur verschaffen
- Pfad: sehr schmaler und wenig verzweigter Weg, der relativ schwer in der Landschaft auszumachen ist und gelegentlich verwuchert oder bewachsen ist
- Steig: schmaler Weg, der durch alpines Gelände über steiniges und unebenes Gelände führt

- Schwierigkeitsgrad

„Je nach Verlauf und Lage eines Wanderweges im Gelände ist mit unterschiedlichen Belastungen des Herz-Kreislauf-Systems und des Bewegungsapparates zu rechnen. Der Wanderer ist unterschiedlichen Anforderungen an seine Ausdauer und Koordination sowie Wandererfahrung ausgesetzt.“ (DREYER; MENZEL; ENDREß 2010, S. 164.)

- (Spazier-)Wanderwege: leichte, allgemein zugängliche, in der Regel für Fußgänger bestimmte Wanderwege; gut und lückenlos markiert; Verlauf durchgängig und lückenlos
- Wander- und Bergwege: gut markiert, überwiegend schmal, oft steil angelegt
- alpine Routen: markiert, schmal, ganz oder teilweise steil angelegt; können Klettersteige enthalten

- Naturbezug

Neben der räumlichen Ausbreitung und dem Schwierigkeitsgrad wird der Charakter eines Wanderwegs auch durch die Wegeführung und durch natürliche Gegebenheiten bestimmt. (DREYER; MENZEL; ENDREß 2010, S. 168.)

- Höhenwege: meist Weit- oder Fernwanderwege, liegen meist in großen Höhen und verlaufen über bzw. parallel zu einem oder mehreren Gebirgskämmen
- Kammwege: häufig Weit- oder Fernwanderwege, verlaufen meist durch hohes Gelände, führen immer über einen oder mehrere Gebirgskämme
- Waldwege: „[...] Wege im Wald, die unbefestigt oder asphaltiert sein können. Zu Wald gehören dabei auch kahlgeschlagene Grundflächen, Lichtungen und Waldwiesen innerhalb eines Waldgebietes.“ (DREYER; MENZEL; ENDREß 2010, S. 169.)
- Winterwanderwege: Voraussetzungen: Vorhandensein von Schnee, einheitliche Beschilderung und Markierung; verlaufen häufig entlang von Loipen

2.3 EXKURS: KENNZEICHNUNG VON WANDERWEGEN IN BRANDENBURG

Gesetzliche Grundlage für die Markierung ist § 51 Abs. 1 des Brandenburgischen Gesetzes über Naturschutz und Landschaftspflege (BbgNatSchG). Satz 1 des Paragraphen legt fest, dass „(nur) die Landkreise oder Kreisfreien Städte oder von ihnen beauftragte Organisationen oder Personen Wanderwege markieren dürfen.“ Weiterhin wird festgesetzt, dass „Eigentümer und Nutzungsberechtigte das Anbringen oder Aufstellen von Markierungszeichen und Wegetafeln dulden müssen.“ Andere Nutzungen wie bspw. das Reiten oder das Befahren werden durch die Markierung von Wegen als Wanderwege nicht ausgeschlossen. (GESETZ ÜBER DEN NATURSCHUTZ UND DIE LANDSCHAFTSPFLEGE IM LAND BRANDENBURG (ZULETZT GEÄNDERT) 2010.)

Eine zweite wichtige gesetzliche Grundlage ist dabei der § 44 Abs. 2 BbgNatSchG. Dieser besagt, dass das Fahren mit motorisierten Fahrzeugen, außer land-, forst- und fischereiwirtschaftliche Verkehr, auf diesen Wegen verboten ist. Auf schmalen Wegen sowie Sport- und Lehrpfaden sind des Weiteren auch das Reiten und das Befahren mit Fahrzeugen verboten. (GESETZ ÜBER DEN NATURSCHUTZ UND DIE LANDSCHAFTSPFLEGE IM LAND BRANDENBURG (ZULETZT GEÄNDERT) 2010.)

Die §§ 15 bis 18 des Waldgesetzes des Landes Brandenburg (LWaldG) enthalten Bestimmungen für das Fahren mit Fahrzeugen. Grundsätzlich dürfen Waldwege nur dann Befahren werden, wenn waldwirtschaftliche Gründe vorgewiesen werden können. Weitergehende Befahrungsrechte können jedoch gestattet werden. Das Reiten bleibt auf nicht mehrspurigen Wegen verboten. Wenn Wege im Wald als Wanderwege markiert werden sollen, muss dies in Absprache mit dem jeweiligen Waldbesitzer (Privat, Forstbetrieb) geschehen. (WALDGESETZ DES LANDES BRANDENBURG (ZULETZT GEÄNDERT) 2009.)

Die **Wegarten** unterscheiden sich in Brandenburg in (MUGV o. J.):

- **Hauptwanderwege** oder **überregionale Wanderwege**, die in der Regel durch mehrere Landschaften bzw. Naturräume und Landkreise führen. Weiterhin können sie über die Landesgrenzen hinausreichen. Markiert werden sie mit lichtblauen Wegemarken.
- **Gebietswanderwege** oder **regionale Wanderwegen** führen durch eine Landschaft bzw. Naturraum. Diese können aber auch durch mehrere Landkreise führen. Markiert werden sie mit verkehrsroten Wegemarken.
- **Hauptwanderwege** oder **lokale Wanderwege** führen durch örtliche bis kreisliche Landschaften oder verbinden Haupt- und Gebietswanderwege. Markiert werden sie mit laubgrünen oder rapsgelben Wegemarken.

- **Rundwege** und **Lehrpfade** entsprechen den Nebenwanderwegen und werden durch Objekttafeln gekennzeichnet. Diese Tafeln enthalten Informationen über örtliche Gegebenheiten, geschichtliche Aspekte oder weitere wichtige Ereignisse aus der Region.
- **Sportfade** sind besonders geeignet für die Ausübung sportlicher Betätigung.
- **Thematische Wege** enthalten eine wichtige (über-)regionale Besonderheit und sind durch einen entsprechenden Namen gekennzeichnet.

TABELLE 2: KENNZEICHEN VON WANDERWEGEN IN BRANDENBURG	
Wegeart	Wegemarke
Hauptwanderwege	
Hauptrundwanderwege	
Gebietswanderwege	
Gebietsrundwanderweg	
Nebenwanderwege	 
Rundwege	 
Lehrpfade	 
	 
Themenwege	
Quelle: MUGV 0. J.	

2.4 GESCHICHTE DES WANDERNS

„Das Wandern hat sich im Laufe der Jahrhunderte von einer notwendigen Fortbewegungsart hin zu einer beliebten Freizeitaktivität entwickelt.“ (BMW 2010-A, S. 16)

Zu Beginn des industriellen Zeitalters (ab dem 18. Jahrhundert in England) war Mobilität ein Luxus bis 1802 die erste Dampflokomotive von Richard Trevithick (* 1771; † 1833) erfunden wurde. Güter wurden weitestgehend zu Fuß transportiert. Bevor diese Erfindung die Mobilität der Menschheit veränderte, wurden Jagdgründe, Weideflächen für das Vieh oder bessere fruchtbare Gegenden zu Fuß erkundet. „Diesen ‚Wanderungen‘ lagen meist administrative, klimatische oder ökonomische Überlegungen zu Grunde.“ (BMW 2010-A, S. 16) Zu diesem Zeitpunkt kam der Gedanke des Freizeitwanderns noch nicht auf. Dieser bildete sich erst aus, als sich der Gedanke der „freizeitorientierte Mobilität“ (BMW 2010-A, S. 16) entwickelte. Ein kurzer, nicht vollständiger Abriss des Wanderns stellt die sich ändernden Motivationen dar:

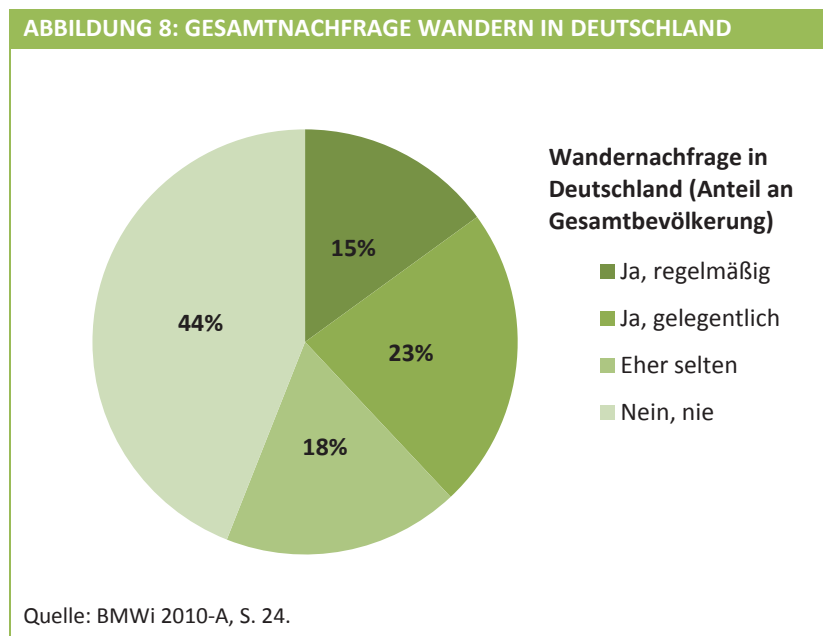
ABBILDUNG 7: GESCHICHTE DES WANDERNS	
500-1500	Pilgern: aus religiösen Gründen, zu primär wirtschaftlichen Erwägungen, zu Bildungseinrichtungen, als ästhetisches Erlebnis (= Wandern)
14. Jh.	Wandern als Wanderbrauch junger Handwerker
16. Jh.	Wandern als Wanderzwang junger Handwerker (Gesellenwanderung)
17./18. Jh.	der Blick für die Natur und Landschaft änderte sich (Bsp. Berge waren nicht mehr gefährlich, sondern majestätisch)
19. Jh.	„Goldene Zeitalter des Alpinismus“ (1. Schritt hin zum Massentourismus) Entwicklung des Eisenbahnnetzes brachte die Möglichkeit in kürzester Zeit weite Entfernungen zurückzulegen Entstehung von Gebirgs-, Wander- und Verkehrsvereine
1883	Verband-Deutscher-Touristen-Vereine
1901	Jugendbewegung „Wandervögel“
1912	Deutscher Wandertag (Hauptversammlung)
1933	staatliche Kontrolle der Wandervereine
1950	Verband Deutscher Gebirgs- und Wandervereine (Westdeutschland)
1957	Deutscher Wander- und Bergsteigerverband (Ostdeutschland)
1969	Europäische Wandervereinigung
nach 1989	Neugründung ehemaliger Wandervereine und Vereinigung west- und ostdeutscher Vereine
1997	Verabschiedung „Leitlinie 2000“
1998	Erster Deutscher Wanderkongress
2001	Initiative „Wanderbares Deutschland“ des Deutschen Tourismusverbandes

Quelle: Eigene Darstellung unter Verwendung von: BMW 2010-A, S. 16 ff.

2.5 NACHFRAGEANALYSE

Das Wandern ist ein wichtiger Markt, der hinsichtlich seiner quantitativen Ausmaße einen sehr hohen Stellenwert einnimmt. Die nachfolgenden Daten über die Größe, die Verteilung und Struktur der Wanderer, analysieren die Zielgruppe der Wanderer und ihr nachfrageorientiertes Verhalten. Alle folgenden Daten wurden der „Grundlagenuntersuchung Freizeit- und Urlaubsmarkt Wandern“ vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) (2010A, S. 24f.) entnommen, wenn nicht anders gekennzeichnet.

Fast 40 Mio. Deutsche (rund 56 %) bezeichnen sich als aktive Wanderer. 44 % der befragten Deutschen wandern nicht nach eigener Einschätzung. (vgl. Abb. 8)



Werden die persönliche Einschätzung zur Wanderintensität und die Frequenz des Wanderns zusammen gefasst, entsteht folgendes Bild: Zwei Drittel der regelmäßigen Wanderer unternehmen mehrmals im Monat eine Wanderung, ein Viertel von ihnen wandert fünf- bis sechsmal im Halbjahr. Wanderer, die nur gelegentlich wandern, sind mehrheitlich mindestens ein- bis zweimal im Jahr unterwegs, ein Drittel von ihnen wandert fünf- bis sechsmal im Halbjahr. Wanderer, die eher selten wandern, unternehmen mehrheitlich ein- bis zweimal pro Jahr eine Wanderung, ein Fünftel von ihnen wandert seltener als ein- bis zweimal jährlich. „Unter den aktiven Wanderern sind alle Bevölkerungsschichten vertreten. Jüngere wie ältere Menschen wandern. Mit zunehmendem Alter steigt die Bereitschaft zu wandern deutlich an [...]“ (vgl. Tab. 3)

TABELLE 3: WANDERINTENSITÄT NACH ALTER				
Alter	Ja, regelmäßig	Ja, gelegentlich	Eher selten	Nein, nie
16 bis 24 Jahre	5,3 %	21,2 %	27,4 %	46,2 %
25 bis 34 Jahre	9,2 %	18,4 %	26,4 %	46,0 %
35 bis 44 Jahre	12,3 %	21,9 %	19,4 %	46,4 %
45 bis 54 Jahre	16,2 %	28,3 %	16,3 %	39,2 %
55 bis 64 Jahre	19,1 %	28,9 %	15,6 %	36,5 %
65 bis 74 Jahre	28,4 %	20,5 %	11,8 %	39,4 %
75 Jahre und älter	6,2 %	10,3 %	9,2 %	74,4 %
Quelle: nach BMWi 2010-A, S. 25.				

„Die Lust am Wandern ist in Deutschland nicht in allen Regionen gleich stark ausgeprägt, sondern zeigt ein deutliches Süd-Nord-Gefälle. [...] Auch in Hamburg und Brandenburg beträgt der Anteil der Nicht-Wanderer deutlich über 50 %. [...] Überdurchschnittlich hoch ist die Wanderintensität in den Stadtstaaten Berlin und Bremen [...].“

2.6 ZIELGRUPPENANALYSE

Wanderer-Typologien

Im Rahmen der Untersuchung des DWV wurde der Lebensstilansatz der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) angewendet. Dieser Lebensstil-Forschungsansatz untergliedert Menschen nach ihren Werteorientierungen, Interessen und Aktivitäten. Daraus bilden sich acht verschiedene Lebensstile, die sich innerhalb von vier Polen einordnen.

- materialistische Pol (Bedürfnis Haben, Preisorientierung)
 - Träumer: Auf den eigenen Nutzen bedacht, nach Wohlstand strebend
 - Häusliche: Gesellschaftliche Anerkennung und Wohlstand
- hedonistischer Pol (Leidenschaft, Vergnügen)
 - Risikofreudiger-Abenteurer: Trend- und körperbewusst
- postmaterialistischer Pol (Bedürfnis Sein, Qualität)
 - Anspruchsvolle: Verantwortungsbewusstsein und Disziplin
 - Kritische: Bildung und Nachhaltigkeit
 - Weltoffene: Individualistisch und designorientiert
- puritanischer Pol (Sicherheit, Frieden)
 - Bodenständige: Harmonie- und sicherheitsbedürftig
 - Realisten: Umweltorientiert

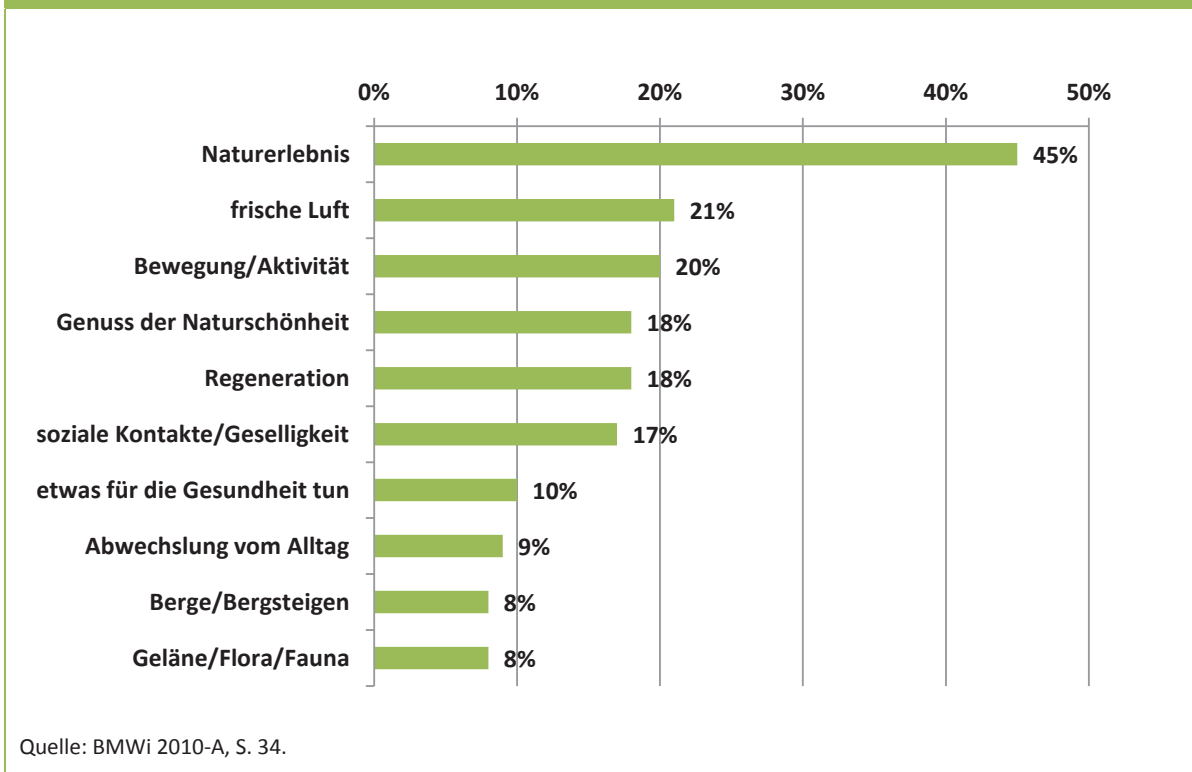
Diese Lebensstilgruppen haben unterschiedliche Anforderungen an das Thema Wandern. In der Tabelle 4 werden die jeweiligen Lebensstilgruppen anhand ihrer Motive, Wanderintensität und weiteren Anforderungen dargestellt.

TABELLE 4: TYPOLOGIE DER LEBENSSTILGRUPPEN			
Lebensstilgruppe	Motive	Dauer einer Wanderung	Gelände-anforderung
überdurchschnittliche Wanderaffinität			
Realisten	Erweiterung des Horizonts, Sammlung frischer Kraft, etwas für ihre Gesundheit tun, Stille erleben	2-4 Stunden (ganzjährig)	leichtes bis flaches Gelände
Weltoffenen	Sammlung neuer Eindrücke, Kennenlernen der Region, Stressabbau/Regeneration, Selbstfindung	3-4 Stunden (5 bis 6 Wanderungen pro Halbjahr)	Alpenvorland, Hochgebirge
Anspruchsvolle	religiöse Motive, Selbstfindung, Erweiterung des Horizonts, Sammlung von Kraft	kurze bis ausgiebige Tagestouren (v. a. im Herbst und Winter)	Mittelgebirgslandschaften
Kritische	Erweiterung des Horizonts, Neues entdecken, Selbstfindung, sportliche Bewegung, körperliche Herausforderung, Genuss von Naturschönheit	Ganztagestouren (v. a. im Herbst und Winter)	Hoch- und Mittelgebirge
durchschnittliche Wanderaffinität			
Abenteurer	wollen viel erleben, frei sein, Geselligkeit erleben, aktiv Sport treiben, Freizeitbeschäftigung in Verbindung mit Kultur und sozialen Kontakten	Ganztagestouren	Alpenvorland, Allgäu
unterdurchschnittliche Wanderaffinität			
Häuslichen	Wandern ist eher Spaziergehen, Spaß in der Gruppe haben, soziale Kontakte	1 bis 2 Wanderungen jährlich, Dauer: max. 2 Stunden	leichtes bis flaches Gelände
Träumer	soziale Kontakte, Stress abbauen, Alltag vergessen	geringe Wanderintensität, sehr unregelmäßige, aber zeitlich ausgedehnte Wanderungen	leichtes bis flaches Gelände
Bodenständige	Wandern ist eher Spaziergehen, gesundheitliches und spirituelles Motiv	zahlreiche, aber kurze (max. 2 Stunden) Wanderungen pro Jahr	leichtes bis flaches Gelände, Küstenregionen
Quelle: BMWi 2010-A, S. 43ff.			

Motive zum Wandern

„Was treibt die Wanderer in die Natur?“ Folgende Assoziationen stellten sich heraus (vgl. Abb. 9):

ABBILDUNG 9: SPONTANE ASSOZIATIONEN ZUM WANDERN



Aus den spontanen Assoziationen der befragten Wanderer lassen sich drei wesentliche Motive ableiten:

- „Wandern ermöglicht ein aktives Naturerlebnis.“
- „Wandern schafft Bewegung und die Möglichkeit der Regeneration.“
- „Wandern ermöglicht soziale Kontakte.“

In allen Altersklassen hat das Thema Natur „und der daraus abgeleitete stabile Trend hin zu einer aktiven Freizeitgestaltung in der Natur“ einen hohen Stellenwert. Ebenfalls die Themen Gesundheit und Abstand vom Alltag werden von allen Bevölkerungsgruppen vertreten. Alle weiteren Assoziationen variieren je nach Alter. Jüngere Wanderer interessieren sich eher für die bewanderte Region und setzen die sozialen Kontakte und Kommunikationsmöglichkeiten einen höheren Stellenwert bei, als die älteren Wanderer. Für diese stehen wiederum die Themen der Selbstbesinnung und der Ruhe im Vordergrund.

Begleitende Aktivitäten beim Wandern

Grundsätzlich steht für Wanderer die Aktivität des Wanderns im Vordergrund. Nur 22 % der Wanderer führen andere Aktivitäten während oder im direkten Anschluss an ihre Wanderung durch. Im Rahmen der Eintageswanderungen während eines Urlaubs kombinieren 27 % ihre Wanderung mit weiteren Aktivitäten. Am wenigsten unternehmen die Wanderer der Mehrtagestouren (18 %) und der Hochgebirgstouren (10 %).

Begleitende Aktivitäten:

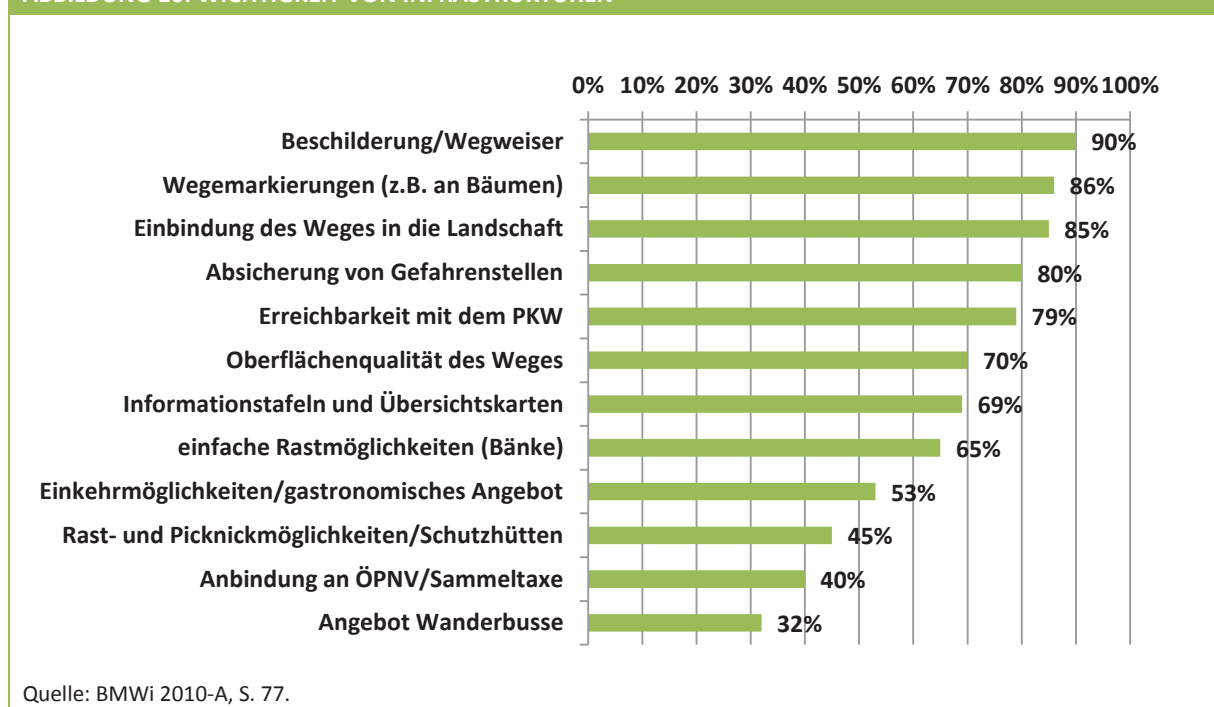
- Besichtigungen von kulturellen Einrichtungen (Denkmäler, Museen) (60 %)
- Besuch von Naturinformationszentren (22 %)

Folglich konzentrieren sich Wanderer fast ausschließlich auf ihre Wandertouren, denn der Anteil an weiteren Aktivitäten ist sehr gering.

Anforderungen der Wanderer

Die wesentlichen Ansprüche der Wanderer beziehen sich auf eine sichere und eindeutige Orientierung auf den Wegen. Dementsprechend werden die Beschilderung und die Wegemarkierungen als am wichtigsten eingestuft. Danach folgen weitere Aspekte, die die Wegequalität betreffen. (vgl. Abb. 10)

ABBILDUNG 10: WICHTIGKEIT VON INFRASTRUKTUREN



Je nach Altersgruppe differenzieren sich die jeweiligen Aussagen. Zwar sind für alle Altersstufen die informationsbezogenen Kriterien von hoher Bedeutung, doch „fallen bei den jüngeren Wanderern die Einstufungen deutlich geringer aus. Während nur ca. 43 % der bis 24 Jahre alten Wanderer gastronomische Angebote in unmittelbarer Nähe zu den Wanderwegen als wichtig einstufen, sind diese für mindestens zwei Drittel der älteren Wanderer ab 65 Jahre von großer Bedeutung.“ Weiterhin ist die Erreichbarkeit der Wanderwege mit dem Personenkraftwagen (PKW) besonders für Eintageswanderer, sei es vom Urlaubs- oder Wohnort, von großer Bedeutung.

2.7 WIRTSCHAFTSFAKTOR WANDERN UND SEINE REGIONALWIRTSCHAFTLICHEN EFFEKTE

Dass Wandertourismus fast ausschließlich in landschaftlich attraktiven Regionen stattfindet, steht außer Frage. Diese landschaftlich attraktiven Räume befinden sich meist in peripheren Regionen mit einer geringen Wirtschaftskraft. Somit kann der (Wander-)Tourismus für diese Regionen eine hohe wirtschaftliche Bedeutung entwickeln. Wichtig ist hierbei zu erwähnen, dass der Wandertagestourismus durch seine gewaltige Marktgröße eine ebenso hohe wirtschaftliche Bedeutung wie der Übernachtungstourismus entwickelt.

Die wirtschaftlichen Effekte treten nicht nur in den Zielgebieten, sondern auch in den Quellgebieten auf. Denn der Kauf von Ausrüstungsgegenständen, Kartenmaterial oder Wanderliteratur sowie die Ausgaben für Reiseplanung und -organisation geschehen meist in den jeweiligen Quellgebieten. Zusätzlich zu den Ausgaben der Wanderer entstehen hohe Investitionen für Pflege und Unterhalt der Wanderinfrastruktur, die wiederum wirtschaftliche Effekte hervorrufen. Ganz wichtige, aber nicht quantifizierbare Kosten, sind die der ehrenamtlichen Mitarbeiter der Wandervereine.

Ausrüstung der Wanderer

Für eine Wanderung wird nicht viel an Planung und Vorbereitung benötigt. Dies spiegelt sich auch in der Ausrüstung wider. Ein Paar wetterfestes Schuhwerk, wetterfeste Bekleidung und ein Rucksack, das sind die drei wichtigsten Ausrüstungsgegenstände.

Nicht nur die Wanderer sind gut ausgestattet, auch die Nicht-Wanderer verfügen über Equipment. 74 % der Nicht-Wanderer besitzen eine wetterfeste Jacke, „jeder zweite verfügt über einen Tages-Rucksack.“ Einen Gegenstand, entweder die wetterfeste Jacke oder einen Tages-Rucksack oder Wanderschuhe, besitzt jeder Wanderer. Eher unwichtig sind Schlafsäcke und Wanderkarten. Zur Orientierung nutzen 58 % der Wanderer eine Wanderkarte, 32 % einen Kompass und fast 18 % benutzen ein GPS-Gerät.

Einen wichtigen Einfluss auf den Ausstattungsgrad hat auch die Wanderer-Typologie. Die wanderaffinen Lebensstilgruppen weisen einen sehr hohen Ausstattungsgrad vor.

TABELLE 5: AUSSTATTUNGSGRAD DER LEBENSSTILGRUPPEN		
	Ausstattungsgrad	
	sehr gut ausgestattet mit:	weniger gut ausgestattet mit:
Weltoffenen und Anspruchsvollen	stark überdurchschnittlich	
	spezielle Wanderbekleidung wie Wanderhosen oder -hemden und Funktionswäsche	
Kritischen und Realisten	überdurchschnittlich ausgestattet	
	funktionalen Wanderbekleidung, haben aber keinen so hohen Anspruch wie die Weltoffenen und Anspruchsvollen	Schlafsäcke, Zelte, GPS-Geräte
Abenteurer	durchschnittlicher Ausrüstungsgrad	
	Schlafsäcke, Zelte, größere Rucksäcke, Kompass, GPS-Geräte	
Häusliche, Träumer, Bodenständige	unterdurchschnittlicher Ausrüstungsgrad	
	wetterfeste Jacken, Tages-Rucksäcke	
Quelle: BMWi 2010-A, S. 58f.		

Grundsätzlich hängt der Ausstattungsgrad von der Wanderintensität ab. Somit besitzen Wanderer, die sehr selten wandern, durchschnittlich 5,8 wanderspezifische Gegenstände. Wanderer, die gelegentlich wandern, ca. 7,0 Gegenstände und Wanderer, die häufig wandern, ca. 7,9 Gegenstände. Die Nicht-Wanderer besitzen ca. 3,5 Wanderausrüstungsgegenstände. (vgl. Tab. 5)

Wird die Häufigkeit des Besitzes der Ausrüstungsgegenstände gruppiert, entstehen drei Nutzungsgruppen:

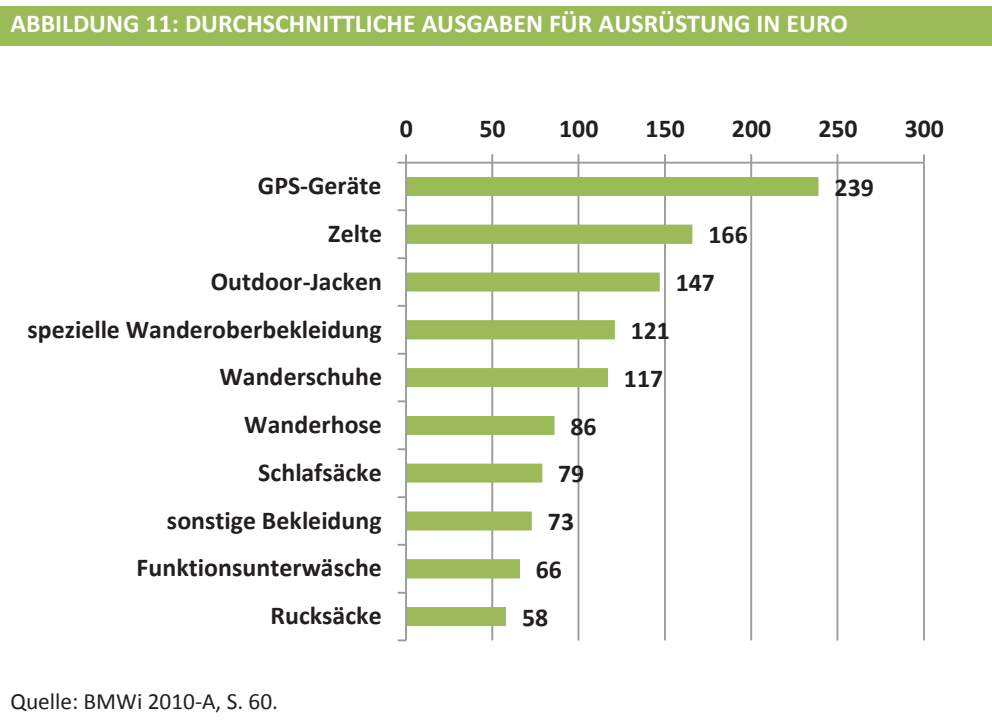
- Ausrüstungsgegenstände, die die meisten Wanderer und Nicht-Wanderer besitzen: wetterfeste Jacken, Tages-Rucksäcke, Wanderkarten und Wanderschuhe
- Ausrüstungsgegenstände, die zur erweiterten Basisausrüstung zählen: Bergstiefel, Wander- und Walking-Stöcke, spezielle Wanderhosen und -hemden, Funktionswäsche, Kompass, GPS-Geräte
- Ausrüstungsgegenstände, die von sehr wenigen genutzt werden: Rucksäcke, Schlafsäcke, Zelte

Durchschnittlich gibt jeder Wanderer, auch Wanderer, die keine Ausrüstungsgegenstände kauften, pro Jahr für wanderspezifische Ausrüstungsgegenstände ca. 92 Euro aus. Betrachtet man nur die Wanderer, die mindestens einen Gegenstand erwarben, steigt die Ausgabenstruktur auf ca. 216 Euro pro Jahr an. Hochgerechnet auf Deutschland entsteht ein Jahresvolumen von ca. 3,7 Mrd. Euro. In diesem Jahresvolumen fehlen dagegen die Ausgaben für wanderspezifische Ausrüstungsgegenstände der übrigen Bevölkerung. Somit liegt der Gesamtumsatz der Ausrüstungsgegenstände noch höher.

Mit zunehmender Wanderaffinität steigt auch die Ausgabenbereitschaft:

- Wanderer, die selten wandern: ca. 59,90 Euro
- Wanderer, die gelegentlich wandern: ca. 98,60 Euro
- Wanderer, die regelmäßig wandern: ca. 121,10 Euro

Im Durchschnitt werden die meisten Ausgaben für GPS-Geräte getätigt, die zwar am seltensten gekauft werden, aber in der Anschaffung sehr teuer sind. Weitere hohe Anschaffungskosten entfallen auf Zelte, Outdoor-Jacken und spezielle Wanderbekleidung. Nur 2 % der Wanderer erwarben im Jahr ein Zelt für durchschnittlich ca. 166 Euro. Wiederum 17 % der aktiven Wanderer erwarben eine Outdoor-Jacke für durchschnittlich ca. 147 Euro. Für spezielle Wanderbekleidung oder Wanderschuhe wird vergleichsweise wenig ausgegeben. (vgl. Abb. 11)



„Werden die Ausgaben für die einzelnen Ausrüstungsgegenstände kumuliert und auf die Gesamtzahl der aktiven Wanderer hochgerechnet, so entfallen“ auf:

TABELLE 6: GESAMTAUSGABEN DER WANDERER FÜR ...		
wanderspezifische Ausrüstungsgegenstände	ca. hochgerechnete Gesamtausgaben in Mio. Euro	ca. Anteil am gesamten Ausgabevolumen in %
Outdoor-Jacken/Wanderjacken	958,8	27
Wanderschuhe	781,28	22
Wanderoberbekleidung	418,57	12
Rucksäcke	270,54	8
GPS-Geräte	247,08	7
Funktionsunterwäsche	245,82	7
Wanderhose	227,13	6
sonstige Bekleidung	153,81	4
Zelte	114,24	3
Schlafsäcke	107,67	3
Kartensoftware	52,20	1
Gesamt	3.577,14	100

Quelle: BMWi 2010-A, S. 61.

Ausgabenstruktur der Wanderer vor Ort

Die Ausgaben der Wanderer vor Ort, je nach Übernachtungs- oder Tagesgast, werden in der Tabelle 7 dargestellt. Innerhalb der Summen fehlen jedoch die Kosten für An- und Abreise. Abgesehen von den Übernachtungskosten, die nur die übernachtenden Wanderer tätigen, entfallen die meisten Ausgaben auf Cafés und Restaurants. Grundsätzlich nutzen die Wanderer das gastronomische Angebot in der Region, haben aber auch eigenen Proviant dabei. Auffällig ist, dass vergleichsweise wenige Ausgaben auf weitere Aktivitäten und den Kauf von Lebensmittel entfallen. Somit steht die Aktivität des Wanderns bei den Wanderern im Vordergrund.

TABELLE 7: AUSGABEN NACH PRODUKTGRUPPEN		
Ausgaben pro Person/Tag in Euro für	übernachtende Wanderer	Tagesgäste/Ausflügler
Unterkunft	34,96	-
Cafés/Restaurants	14,79	10,55
Lebensmittel/Getränke	3,91	3,26
Verkehrsmittel/OV	1,98	1,00
sonstige Einkäufe	0,53	0,43
Eintrittsgelder/Unterhaltung/ Kultur/Sport	0,48	0,19
sonstige Dienstleistungen	0,20	0,11
Gesamt	ca. 59,85	ca. 15,54
Quelle: BMWi 2010-A, S. 62.		

In Abhängigkeit von der durchschnittlichen Länge einer Wanderung differenzieren sich unterschiedliche durchschnittliche Tagesausgaben. Einerseits tätigen die Wanderer, die vom Wohnort aus wandern, weniger Tagesausgaben (ca. 15,50 Euro), als die Wanderer, die im Rahmen eines Urlaubs wandern (ca. 22 Euro). Die meisten Tagesausgaben werden von den Wanderern getätigt, die Mehrtageswanderungen durchführen (28,80 Euro ohne Übernachtung).

Regionalwirtschaftliche Effekte

Die Umsätze der Anbieter von Dienstleistungen und Produkte wie Kartenmaterial oder Lebensmittel werden von den Ausgaben der Wanderer, die während ihrer Aufenthalte in der Wanderregion Dienstleistungen in Anspruch nehmen oder andere Güter kaufen, abgeführt. „Diese Umsätze werden wiederum von den Anbietern zum Einkauf von Vorleistungen bzw. zur Bereit- und Herstellung dieser Güter genutzt.“ Der Anteil, der nicht für diese Vorleistungen genutzt wird, wird wiederum für Löhne und Gehälter genutzt und stellt den unternehmerischen Gewinn dar. „Der Einkauf der Vorleistungen wiederum lässt auf einer nachgelagerten Wirtschaftsstufe weitere Löhne, Gehälter und unternehmerische Gewinne entstehen.“ Schlussfolgernd stellen die Löhne, Gehälter und Gewinne die Wertschöpfung dar.

Quantitatives Volumen: Ausflüge und Übernachtungen

„Insgesamt ergibt sich eine jährliche Anzahl von Tageswanderungen, die vom Wohnort gestartet werden in einer Spannweite zwischen 351,6 Mio. Tageswanderungen und 391,9 Mio. Wanderungen. Weiterhin werden ca. 8,7 Mio. Wanderurlauber bzw. Personen gezählt, die mindestens eine Wanderung im Urlaub durchführen.“ Durchschnittlich verweilen die Wanderer ca. 3,5 Nächte in Deutschland, das sind jährlich ca. 30,3 Mio. Übernachtungen.

Bruttoumsätze

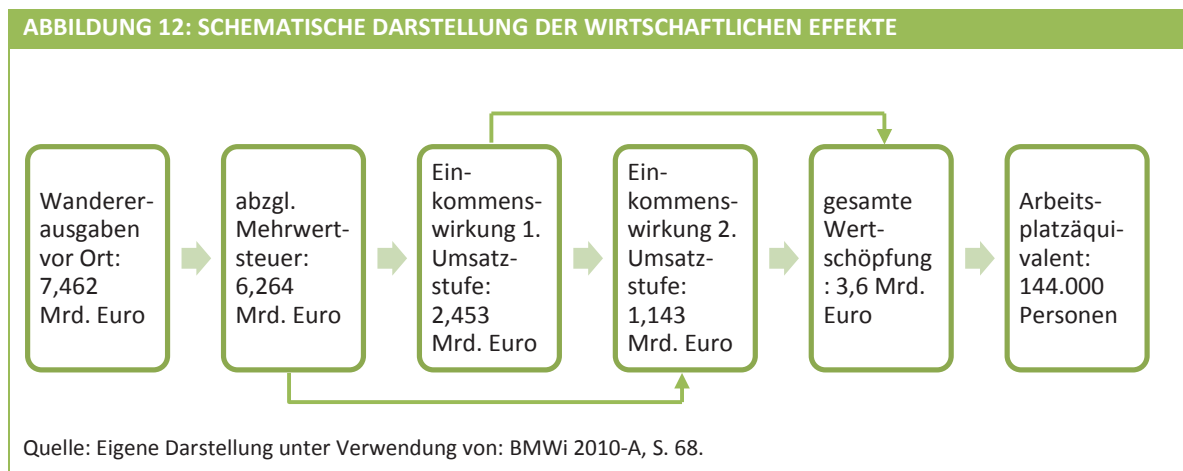
Die Bruttoumsätze ergeben sich, laut dem dwif, aus der Multiplikation der Tagesausgaben mit der Anzahl der Aufenthaltstage bzw. der Gesamtzahl der Tagesausflüge. Dadurch entsteht folgendes Ausgabevolumen:

- Wanderer, die einen Tagesausflug durchführen: 5,5 –6,1 Mrd. Euro
- übernachtende Wanderer: 1,7 Mrd. Euro
- Gesamtausgabevolumen: 7,2–7,8 Mrd. Euro

60 % des Gesamtausgabevolumens entfällt dabei auf die Cafés und Restaurants der Region, in der die Wanderungen durchgeführt werden. Weitere 18 % entfallen auf Lebensmittel und Getränke und 14 % auf die Unterkunft pro Tag. Die restlichen prozentualen Anteile verteilen sich auf Verkehrsmittel und den öffentlichen Verkehr (ÖV) (5,7 %), sonstige Einkäufe (2,3 %), Eintrittsgelder für Unterhaltung, Sport und Kultur (1,2 %) und sonstigen Dienstleistungen (0,6 %).

Einkommenswirkungen aus den Bruttoumsätzen

Das Einkommen (1. Umsatzstufe) ergibt sich aus dem Teil des um die Mehrwertsteuer reduzierten Bruttoumsatzes (=Nettoumsatz). Der Rest des Nettoumsatzes verbleibt für Vorleistungen für die Bereitstellung der konsumierten Waren und Dienstleistungen der Wanderer. (vgl. Abb. 12)



Noch hinzukommende zusätzliche Einnahmen bzw. Ausgaben, die jedoch nicht bezifferbar sind:

- Ausgaben der Wanderer für die Ausrüstungsgegenstände, die entweder primär zum Wandern angeschafft wurden oder aus anderen Gründen
- Aufwendungen für die Wegearbeiten, Beschilderung bzw. Markierungen und Neuanlage von Wanderwegen
- An- und Abreisekosten zu und von den Wanderungen

Weitere nicht genau definierbare monetäre Werte entstehen durch die Arbeit der Ehrenamtlichen aus den Wandervereinen und -verbänden. Die geleisteten Stunden können jedoch erfasst werden. Der DWV errechnete 2007, dass innerhalb eines Jahres alle Vereine ca. 2,3 Mio. Stunden ehrenamtliche Arbeit tätigten.

2.8 QUALITÄTSZEICHEN IM WANDERTOURISMUS

Der starke Konkurrenzdruck zwischen den touristischen Anbietern und die sich wandelnden Ansprüche der Wanderer machen eine Qualitätsorientierung in vielen touristischen Bereichen erforderlich. (DTV 2003, S. 4)

Um diesen Ansprüchen gerecht zu werden entstanden Qualitätszeichen, „die bei Erfüllung verschiedener Kriterien verliehen werden.“ (DTV 2003, S. 4) Es entstanden sowohl Qualitätszeichen für die Wanderinfrastruktur als auch für die Beherbergungen und Gastronomie.

Wegebezogene Qualitätszeichen

Der **Qualitätsweg Wanderbares Deutschland** wurde vom DWV entwickelt. Er deckt dabei vier Themenbereiche ab, die das Wandern beeinflussen:

- Wegeformat
- begleitende Naturlandschaft
- Sehenswürdigkeiten und Störungen
- Wanderleitsystem einschließlich der angebotenen Rastmöglichkeiten

„Für jedes dieser Themen werden 5 bis 6 Detailmerkmale formuliert, die die Wegequalität positiv oder negativ prägen.“ (DTV 2003, S. 4) Pro vier Kilometer-Abschnitt müssen mindestens 10 der nachfolgenden Kriterien erfüllt werden. (vgl. Tab. 32 Anhang S. XI)

ABBILDUNG 13: LOGO QUALITÄTSWEG WANDERBARES DEUTSCHLAND



Ziele sind:

- die Qualität der Wegeinfrastruktur in der Region nachhaltig zu verbessern
- Orientierungs- und Entscheidungshilfen für den Wandergast zu entwickeln
- Qualitätszeichen als Wettbewerbsvorteil

Ein zweites Siegel ist das **Deutsche Wandersiegel-Premiumweg**, welches vom ProjektPartner Wandern entwickelt und vom Deutschen Wanderinstitut umgesetzt wird. Hierbei geht es um die Auszeichnung von besonders nutzergerechten Angeboten.

„Das Wandersiegel verfügt über ein differenziertes Punktesystem mit 33 statt 22 Merkmalsgruppen und ermöglicht nicht nur eine horizontal differenzierte Beurteilung. Auch in der Vertikalen, also der Stufung der einzelnen Bewertungen, bietet es mehr Gewichtungsmöglichkeiten.“ (DTV 2003, S. 18)

ABBILDUNG 14: LOGO DEUTSCHES WANDERSIEGEL – PREMIUMWEG



Quelle: www.wanderinstitut.de Stand: 20. Februar 2013, um 12.31 Uhr

Qualitätszeichen in Beherbergung und Gastronomie

Wie auch bei der Infrastruktur ist eine Qualitätsorientierung innerhalb der Beherbergungen und Gastronomie notwendig, um sich dem Konkurrenzdruck innerhalb der Regionen zu stellen. Vorreiterrolle übernehmen dabei die Alpenländer, die „sich dort inzwischen ein richtiges Wanderhotelsegment entwickelt“ haben. (BMW 2010-A, S. 84 f.) Ziel der dortigen Hotelkooperationen ist es, „dem Gast eine definierte Angebotsqualität zu sichern, die auf Kriterienkatalogen beruht [...]“. (BMW 2010-A, S. 85)

Ebenfalls wie bei den wegebezogenen Qualitätszeichen hat der DWV 2005 einen **Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland** entwickelt.

ABBILDUNG 15: LOGO QUALITÄTSGASTGEBER WANDERBARES DEUTSCHLAND



Die Umsetzung dieses Konzepts erfolgt in Zusammenarbeit mit den jeweiligen Unterkünften, Gastronomiebetrieben und der jeweiligen Landesmarketingorganisationen. Dieses Zertifikat wird derzeit von ca. 1.300 Gastbetriebe vertreten, ist drei Jahre gültig und die zertifizierten Betriebe müssen danach einen erneuerten Qualitätsprozess durchlaufen.

Die Kriteriensammlung umfasst drei Rangstufen. (vgl. Tab. 33 Anhang S. XII)

- Stufe 1: umfasst 12 Kriterien, verbindlich für alle Betriebe
- Stufe 2: umfasst 24 Kriterien, gehobene Profilbildung
- Stufe 3: Anregungen für weitere Aufmerksamkeiten wie z. B. das Angebot von standortfest betreuten Mehrtagestouren, die Veranstaltung von kulinarischen Wanderevents, die Einrichtung einer Wanderhotline oder die Bereithaltung einer tragbaren Wanderapotheke

Qualitätszeichen für eine Region

Wanderer, die während ihrer Wanderungen Orte aufsuchen, werden „zukünftig insbesondere Regionen aufsuchen, in denen Wege, Ausschilderungen, Gastgeber aber auch die Tourist-Information höchsten Standards entsprechen und die Verkehrsanbindung geregelt ist. Um Wanderern bei ihrer Destination eine Entscheidungshilfe in die Hand zu geben, hat der Deutsche Wanderverband [...] eine weitere Qualitätsinitiative entwickelt [...].“ (DWV 2013, S. 1) Für die Bewertung der Region wurden 44 Kriterien entwickelt, die die Regionen erfüllen müssen, um das Prädikat zu erlangen. (vgl. Tab. 34 Anhang S. XIII)

ABBILDUNG 16: LOGO QUALITÄTSREGION WANDERBARES DEUTSCHLAND



Quelle: DWV 2013, o. S.

3 WANDERTOURISMUS IM DAHME-SEENLAND

3.1 ABGRENZUNG DER REGION

Das Dahme-Seenland liegt im Süd-Osten Brandenburgs, im Norden des Landkreises Dahme-Spreewald und grenzt südöstlich an Berlin. (vgl. Abb. 17) Mit einer Fläche von 771 km² ist es, verhältnismäßig zur Fläche, eine der wasserreichsten Reisedestinationen im Land Brandenburg. Über 80 km Wasserstraßen und ca. 70 Seen befinden sich im Wasserrevier Dahme-Seenland. Des Weiteren führen 250 km markierte Radwege (u. a. DahmeRadweg) durch die Region. Durch die Region führen ebenfalls die Autobahnen A 13 und A 10 sowie die Bundesstraßen B 246 und B 179. Darüber hinaus gibt es drei direkte Bahnverbindungen von Berlin nach KW mit der Ostdeutschen Eisenbahn GmbH und der Deutschen Bahn AG.



Das Dahme-Seenland beinhaltet zehn Ämter und Gemeinden mit ihren jeweiligen Ortsteilen (Eichwalde, Schulzendorf, Wildau, Zeuthen, Bestensee, Heidensee, Schönefeld, Amt Schenkenländchen) sowie zwei Städte (Mittenwalde, KW). (vgl. Abb. 36 Anhang S. XIV)

Die Tourismusdestination beginnt am Zeuthener See und Krossinsee. Über die Region KW, das Wasserkreuz Prieros, die Teupitzer Seen und das Schenkenländchen erstreckt sich die Region bis an den Unteren Spreewald. (TOURISMUSVERBAND DAHME-SEEN E. V., WWW)

Die Oberfläche der Destination gehört zum Jungmoränenland und ist durch eine Formenvielfalt abwechslungsreich gegliedert. Auf den dazwischen liegenden Grundmoränenplatten, insbesondere der Teupitzer Platte und den Dahme-Sandflächen, prägen ausgedehnte Kiefernwälder das Landschaftsbild. (LANDKREIS DAHME-SPREEWALD, WWW)

Mittelpunkt des Dahme-Seenlands ist der Naturpark Dahme-Heideseen, der ca. 50 % der Fläche der Reiserregion umfasst. Zwischen den Partnerregionen Seenland Oder-Spree, Fläming, Spreewald und Berlin-Köpenick besitzt das Dahme-Seenland eine Brückenfunktion. (TOURISMUSVERBAND DAHME-SEEN E. V., WWW)

3.2 ANGEBOTSANALYSE FÜR DAS DAHME-SEENLAND

In diesem Kapitel werden die Kernergebnisse der wandertouristischen Angebote vorgestellt. Dabei werden die Wegeinfrastruktur, die Gastgeber, die Vermarktung sowie die angebotenen Touren und Wanderungen dargestellt und mittels einer Stärken-Schwächen-Analyse bewertet. (vgl. Abb. 18)



3.2.1 Touristisches Angebot

Beherbergungsangebot

Im Februar 2013 waren 58 gewerbliche Beherbergungsbetriebe im Reisegebiet Dahme-Seenland geöffnet. Dies ist ein Rückgang von über 6 % zum Vorjahr. Die gewerblichen Beherbergungsbetriebe boten im selben Monat 5.007 verfügbare Betten an (ohne Campingplätze). Im Vergleich zum Vorjahr ist das ein Rückgang von über 2 %. (AMT FÜR STATISTIK BERLIN BRANDENBURG 2013, S. 12)

9.170 Gäste (15.873 Übernachtungen) besuchten im Februar 2013 die 13 Betriebe der Hotellerie mit mindestens 25 Gästezimmern. (AMT FÜR STATISTIK BERLIN BRANDENBURG 2013, S. 14)

Wiederum in der Statistik „Tourismusergebnisse in den Beherbergungsbetrieben des Landes Brandenburg nach Gemeinden März 2013“ ist nur von 55 gewerblichen Betrieben die Rede. (vgl. Tab. 8; AMT FÜR STATISTIK BERLIN BRANDENBURG, MÄRZ 2013-A)

TABELLE 8: GEWERBLICHES BEHERBERGUNGSANGEBOT NACH GEMEINDEN 2012		
Verwaltungsbezirk	Betriebe	Bettenangebot
Gemeinde Bestensee	4	.
Gemeinde Heidensee	9	1.265
Gemeinde Schönefeld	10	1.303
Gemeinde Groß Köris	6	159
Stadt Teupitz	3	103
Stadt Märkisch Buchholz	3	148
Gemeinde Halbe	4	1.197
Stadt KW	12	528
Stadt Mittenwalde	4	133
Gesamt	55	4.836

Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, März 2013-A.

Die Gemeinde Halbe verfügt zwar über eine geringe Anzahl an Betrieben, bietet aber mehr als 1.100 Betten. Die Gemeinden Heidensee und Schönefeld sowie die Stadt KW bieten die meisten gewerblich geöffneten Beherbergungsbetriebe in 2012.

Neben der Verarbeitung der statistischen Daten wurden Gastgeberverzeichnisse und Informationsmaterialien (Offlinemedien) ausgewertet sowie eine Internetrecherche (Onlinemedium) durchgeführt. Um die Recherche einzugrenzen, wurden die Gemeindefwebseiten analysiert. Dopplungen wurden dabei herausgenommen. Die Anzahl der Einrichtungen je Gemeinde ist in der nachfolgenden Tabelle 9 dargestellt.

Auffällig ist, dass von den 51 Hotels und Pensionen nur 29 %, von den 175 angeschriebenen Ferienwohnungen und -häuser nur 25 % und von den Campingplätzen nur 36 % im Gastgeberverzeichnis zu finden sind. Grundsätzlich weichen die Gesamtergebnisse nicht stark voneinander ab, außer beim Gesamtergebnis der Ferienwohnungen und -häuser. Werden die Auswertungen verglichen, fällt auf, dass in der Region fast doppelt so viele Ferienhäuser und -wohnungen vorhanden sind, als Hotels und Pensionen. Campingplätze, Feriensiedlungen und Jugendherbergen nehmen einen sehr geringen Stellenwert ein. (vgl. Tab. 35 Anhang S. XV)

Aus der Statistik des Urlaubscampings des Landes Brandenburg sind nur zehn geöffnete Campingplätze mit 530 angebotenen Stellplätzen (Juni 2012) dargestellt. Die Veränderungen gegenüber zum Vorjahr bei

den Ankünften (12,1 %) und Übernachtungen (8,8 %) zeigen einen deutlichen Zuwachs. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer (2,5 Tage) ist jedoch die niedrigste im Vergleich aller Reisegebiete. (AMT FÜR STATISTIK BERLIN BRANDENBURG 2012, S. 1)

Im Folgenden wird die interne Liste des Tourismusverbands Dahme-Seen e. V. (TV Dahme-Seen) als Grundlage genutzt, um die jeweiligen Anschriften der Beherbergungsbetriebe mit den Streckenverläufen der 19 Wanderwege zu vergleichen. Die 19 Wanderwege beziehen sich ausschließlich auf die Publikation des TV Dahme-Seen. Natürlich existieren noch viele weitere Wanderwege in der Region. Auffällig ist, dass sich rund 27 % der Betriebe an den Wanderwegen befinden. An neun Gemeinden und Städte führen 18 der 19 Wanderwege vorbei. (vgl. Tab. 9)

TABELLE 9: ANZAHL BEHERBERGUNGSBETRIEBE IN WANDERWEGNÄHE			
Verwaltungsbezirk	Beherbergungs- betriebe¹ ins- gesamt	Beherbergungs- betriebe am Wanderweg	vorbeiführende Wanderwege
Gemeinde Eichwalde	14	-	-
Gemeinde Schulzen- dorf	7	-	-
Gemeinde Wildau	3	1	Höllengrundwanderweg mit Dahme- Wanderweg
Gemeinde Zeuthen	26	1	Fontanewanderweg Etappe 1
Gemeinde Bestensee	7	3	Rundweg Tongruben Pätz/Gräbendorf, Rundweg Großer Tonteich, Sutschketalwanderung
Gemeinde Heidensee	29	10	Rundweg Huschtensee, Fontanewanderweg Etappe 3, 4 und 5, Rundweg Prieroser Heide,
Gemeinde Schönefeld	12	-	-
Stadt Märkisch Buch- holz	21	13	Wanderweg Köthener Heideseen, 66-Seen-Wanderweg Etappe 2 und 3, Stadtwanderung Märkisch Buchholz
Stadt Teupitz	17	2	Fontanewanderweg Etappe 6 und 7
Gemeinde Groß Köris	35	15	Rundwanderweg um den Klein Köriser See, Fontanewanderweg Etappe 4,5,6 und 7, 66-Seen-Wanderweg Etappe 1 und 2
Gemeinde Halbe	1	-	-

¹ Basis hierbei ist die Gesamtsumme der vorhandenen Hotels und Pensionen, Ferienwohnungen und -häuser, Campingplätze und Feriensiedlungen sowie Jugendherbergen.

TABELLE 9: ANZAHL BEHERBERGUNGSBETRIEBE IN WANDERWEGNÄHE

Verwaltungsbezirk	Beherbergungs- betriebe ¹ ins- gesamt	Beherbergungs- betriebe am Wanderweg	vorbeiführende Wanderwege
Gemeinde Münchehofe	2	-	-
Gemeinde Schwerin	13	-	-
Stadt KW	51	18	Wanderweg um den Zeesener See, Rundwanderweg Krüpelsee, Rundweg Klein Venedig, Stadtwanderung KW, Rundweg Funkerberg, Fontanewanderweg Etappe 1 und 2, Rundweg Großer Tonteich, Rundweg am Niederlehmer Luch, Rundweg Tiergarten
Stadt Mittenwalde	15	5	Fontanewanderweg Etappe 6, 7 und 8, Sutschketalwanderweg
Gesamt	252	68	

Quelle: Internetseiten der Gemeinden.; Lilienthal Verlagsgesellschaft 2013.; TMB, www.; Tourismusverband Dahme-Senn e. V., www-D.

Gastronomisches Angebot

Anhand der Auswertung von Informationsmaterialien (Offline) und der Internetseiten der Gemeinden sowie der Internetseite des TV Dahme-Seen (Online) wurden 179 gastronomische Betriebe unterschiedlichster Betriebsart und Kategorie im Reisegebiet erfasst. Hierbei reicht das Angebot von einfacher deutscher Küche, über unterschiedliche Nationalitäten-Restaurants bis hin zur gehobenen Gastronomie. Zusätzlich existiert ein Catering-Service für Veranstaltungen. Spezielle Angebote z. B. für Wanderer lassen sich nicht in den Speisekarten der Anbieter finden. Es sind bezüglich des Marketings, der Ausstattung und der Angebote kaum regionale Bezüge erkennbar.

Auch bei den Gastronomiebetrieben werden die angegebenen Streckenverläufe der 19 Wanderwege mit der jeweiligen Anschrift des Gastronomiebetriebs verglichen. Die 19 Wanderwege beziehen sich ausschließlich auf die Publikation des TV Dahme-Seen. Natürlich existieren noch viele weitere Wanderwege in der Region. Es führen 12 der Wanderwege direkt an einem gastronomischen Betrieb vorbei. Insgesamt befinden sich dennoch nur ca. 32 % der Gastronomiebetriebe direkt an einem Wanderweg. (vgl. Tab. 10)

TABELLE 10: ANZAHL GASTRONOMIEBETRIEBE IN WANDERWEGNÄHE			
Verwaltungsbezirk	Gastronomiebetriebe insgesamt	Gastronomiebetriebe am Wanderweg	vorbeiführende Wanderwege
Gemeinde Eichwalde	8	-	-
Gemeinde Schulzendorf	2	-	-
Gemeinde Wildau	20 (+ Gastronomie im A 10 Center)	3	Rundweg Funkerberg, Höllengrundwanderweg mit Dahme-Wanderweg, Fontanewanderweg Etappe 1
Gemeinde Zeuthen	16	1	Höllengrundwanderweg mit Dahme-Wanderweg
Gemeinde Bestensee	8	4	Rundweg Großer Tonteich, Sutschketalwanderung, Rundweg Tongruben Pätz/Gräbendorf
Gemeinde Heideseesee	25	5	Rundwanderweg Krüpelsee, Fontanewanderweg Etappe 2 und 3
Gemeinde Schönefeld	22	-	-
Stadt Märkisch Buchholz	4	3	Stadtwanderung Märkisch Buchholz, Wanderweg Köthener Heideseen, 66-Seen-Wanderweg Etappe 3
Stadt Teupitz	8	5	Rundwanderweg um den Klein Köriser See, Fontanewanderweg Etappe 4, 5, 6 und 7
Gemeinde Groß Köris	13	9	Rundwanderweg um den Klein Köriser See, Fontanewanderweg Etappe 4 und 5, 66-Seen-Wanderweg Etappe 1
Gemeinde Halbe	6	1	Fontanewanderweg Etappe 6 und 7
Gemeinde Münchehofe	2	-	-
Gemeinde Schwerin	3	3	Fontanewanderweg 6 und 7
Stadt KW	28	16	Rundweg Funkerberg, Sutschketalwanderung, Stadtwanderung KW, Rundweg Großer Tonteich, Rundweg Tongruben Pätz/Gräbendorf, Rundwanderweg Krüpelsee, Wanderweg um den Zeesener See, Fontanewanderweg Etappe 2
Stadt Mittenwalde	11	7	Fontanewanderweg Etappe 4, 5, 6, 7 und 8, Sutschketalwanderung
Gesamt	179	57	

Quelle: Internetseiten der Gemeinden.; Lilienthal Verlagsgesellschaft 2013.; TMB, www.; Tourismusverband Dahme-Senn e. V., www-D.

Zertifizierungen

Neben den Zertifizierungen der Ferienwohnungen und Privatzimmern, der Hotelklassifizierung, der Servicequalität Deutschland und der Brandenburgischen Gastlichkeit, die die Region vorweisen kann, ist jedoch keines der Betriebe nach dem Qualitätszeichen für Beherbergungen und Gastronomie des DWV klassifiziert. (vgl. Tab. 36 Anhang S. XVI)

Rund 9 % der Gastronomiebetriebe sind mit der Brandenburgischen Gastlichkeit des Brandenburgischen Hotel- und Gaststättenverbandes ausgezeichnet. Jedoch fehlt auch hier das Qualitätszeichen des DWV.

Erwähnenswert sind die Betriebe, die als Stempelstellen für die 19 Wanderwege im Dahme-Seenland gelten. Die 19 Wanderwegen beziehen sich auf die Publikation des TV Dahme-Seen. Zu den Beherbergungen und Gastronomiebetrieben zählen:

- Zessener Hof in Zeesen
- Campingplatz D 66 in Prieros
- Kühn's Gasthaus „Zum Köthener See“ in Märkisch Buchholz
- Hotel Seenot Garni in Groß Köris
- Ferienanlage Waldfrieden am Teupitzsee in Teupitz
- Hotel Sophienhof in KW
- Nicos Hafen in KW
- Heider's Feinbäckerei in KW
- Taverna La Foresta in KW
- Strandhaus Krummensee in Mittenwalde
- Eiscafé Anschütz in Märkisch Buchholz
- Märkisch Buchholzer Stübchen
- Wirtshaus am See in Zeuthen

Zusätzliche Stellen existieren beim Sender- und Funktechnikmuseum in KW, in Märkisch Buchholz (Geschenk Ideen), in Teupitz (Strike Bowling) und im Wildorado in Wildau. Diese Stempelstellen sind Inhalt des **Wanderpasses des Dahme-Seenlands**. Mit dem Pass wird die Möglichkeit gegeben, die Touren zu dokumentieren und eine Erinnerung an die Wanderungen zu erhalten. Nach erfolgreichem Abschluss, das heißt, dass mindestens zehn wanderfreundliche Stempelstellen vorgezeigt werden müssen, wird dem Wanderer eine Urkunde und eine Anstecknadel geschenkt. (TOURISMUSVERBAND DAHME-SEEN E. V. 2009-A)

TABELLE 11: BEWERTUNG DES BEHERBERGUNGS- UND GASTRONOMIEANGEBOTS

Beherbergungsangebot	
Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> + Eine Vielzahl an Ferienwohnungen und -häusern sind im Reisegebiet vorhanden. + grundsätzlich breites Spektrum an Beherbergungen + vom TV Dahme-Seen herausgebrachtes und übersichtliches Gastgeberverzeichnis + Gemeinde Halbe verfügt über mehr als 1.100 Betten v. a. durch das Tropical Island. 	<ul style="list-style-type: none"> - Rückgang an Beherbergungsbetrieben - geringe Bettenauslastung - Unterkünfte des mittleren bis gehobenen Standards sind zu gering vorhanden - eine Verbindung zu wandertouristischen Themen durch Pauschalen ist die Ausnahme. - wandertouristische Beherbergungsbetriebe fehlen - Kooperationen der Beherbergungsbetriebe mit wandertouristischen Leistungsträgern sind ausbaufähig. - Trotz der teilweisen Profilierung über Qualitätssiegel, die ausbaufähig sind, fehlt jedoch das Qualitätszeichen des DWV. - im Gastgeberverzeichnis ist eine geringe Anzahl an Hotels/Pensionen und Ferienwohnungen und -häuser vertreten - wenig Betriebe befinden sich direkt an einem Wanderweg
Gastronomieangebot	
<ul style="list-style-type: none"> + Die Gaststätten bieten ein unterschiedliches Speisenangebot von traditioneller bis gehobener Küche. + Die Ausstattung entspricht dem jeweiligen Standard der Gaststätte. + Es existiert seit 2013 ein Gastronomie- und Freizeitführer. 	<ul style="list-style-type: none"> - wandertouristische Gastronomiebetriebe fehlen - zielgruppenorientierte Ausrichtung des Angebots fehlt - ausbaufähige Anzahl an Betrieben der Brandenburger Gastlichkeit - wenig Betriebe befinden sich direkt an einem Wanderweg
Chancen	
<p>Der Bedarf einer gezielten Investition in die Qualitätssiegel des DWV könnte eine wichtige Rolle in der Entwicklung der Wanderregion Dahme-Seenland übernehmen.</p>	
Fazit- Beherbergungsbetriebe	
<p>Das Reisegebiet kann ein breites Spektrum an Beherbergungsbetrieben, vor allem Ferienwohnungen und -häuser vorweisen. Durch dieses Angebot können unterschiedliche wanderspezifische Zielgruppen angesprochen werden. Qualitätssiegel und Gütezeichen sind eine wertvolle Hilfe für die Orientierung der Gäste. 80 % der Beherbergungskapazität im Reisegebiet sind Betriebe mit weniger als zehn Betten. Betriebe mit mehr als acht Betten sind bisher nur durch die Deutsche Hotelklassifizierung ausgezeichnet.</p> <p>Angebote, Ausstattung und Marketing richten sich noch zu wenig an die Wandertouristen. Einzelne</p>	

Betriebe kooperieren zwar mit bspw. dem Wanderwegebeirat oder sind Stempelstellen, jedoch finden Kooperationen der verschiedenen Leistungsträger nur punktuell statt. Neben der Ausrichtung auf den Wasser- und Fahrradtourismus sollte ebenfalls der Wandertourismus fokussiert werden, da dieser auch ein Teil des Aktivtourismus ist.

Fazit-Gastronomiebetriebe

In den letzten Jahren hat sich im Bereich der Gastronomie keine Veränderung ergeben. Die gastronomischen Betriebe haben fast alle, mit einigen Ausnahmen, ein ähnliches Erscheinungsbild. Die Unterschiede sollten noch mehr in den Vordergrund gestellt und herausgearbeitet werden. Zusätzliche wandertouristische Angebote könnten die einzelnen Betriebe stärken.

Regionale Produkte sollten noch mehr mit in die Angebotspalette aufgenommen werden. Innerhalb dieses Angebots sollten ebenfalls wandertouristische Wünsche mit aufgenommen werden. Auch hier sind Qualitätssiegel ein wichtiges Kennzeichen. Diese, vor allem das Siegel des DWV, sollten mehr aufgenommen und kommuniziert werden.

Best Practice Beispiel Gastronomiebetrieb im Wandertourismus: Kühn's Gasthaus „Zum Köthener See“

Der Familienbetrieb in 3. Generation ist seit 1990 wieder in Privatbesitz der Familie Kühn. Nachdem Christoph Bendzulla, ein gebürtiger Ostpreuße das Gasthaus kaufte und es mehrmals umbaute und erweiterte, wurde es während des 2. Weltkriegs als Notunterkunft, als Zwischenlager für Berliner Geschäftsleute und als Herberge für Aus- und Umsiedler genutzt. In den 80-iger Jahren wurde es als Kommissionsgeschäft des staatlichen Konsums genutzt. Günter Kühn (Inhaber des Gasthauses) und seine Frau führten das Gasthaus ab den 90-iger Jahren privat weiter und erhielten sein über Jahrzehnte gewachsenen Stil. Seitdem besuchten Gäste aus Deutschland, Österreich, Schweiz, Holland, Belgien, aus den Vereinigten Staaten, Südafrika, Frankreich, England, Australien, Irland, Schweden, Italien, Dänemark, Venezuela, Norwegen, Finnland und Irland das Gasthaus. Im April bis Oktober 2012 besuchten ca. 6.000 Gäste das Gasthaus. Neben den traditionellen Speisen bietet das Gasthaus zwei Gästeapartements. Die zwei Pauschalangebote „Wasser und Natur“ und „Bewegung und Natur“ bringen dem Gast die Gegend entweder per Rad oder zu Boot näher. Als wandertouristische Freizeitangebote werden Spaziergänge und Wanderungen rund um die Heideseen oder zum Wehlaberg angeboten. Familie Kühn kann ebenfalls viele weitere Tipps für die „besten“ Wege geben. (FAMILIE KÜHN, 2013; KÜHNS GASTHAUS, WWW)

Freizeitinfrastrukturen und -angebote

Anhand des Kartenmaterials des TV Dahme-Seen wurden im nachfolgenden die 19 Wanderwege nach Freizeitinfrastrukturen und -angeboten analysiert. Dabei wurden nur Angebote aufgenommen, die sich direkt an den Wanderwegen befinden. Viele dieser Wege starten bspw. am Bahnhof KW. Aus diesem Grund kommt es zu einer Doppelung der Angebote. Dennoch lässt sich anhand dieser Auswertung eine etwaige Richtung an Angeboten darstellen.

Bezüglich der **kulturtouristischen Angebote** (Museen, Kirchen, Schlösser) zeigt sich eine überwiegende Anzahl an Kirchen im Dahme-Seenland. In den Städten kommt es vereinzelt zu einer Konzentration von Museen. Die Zahl der Schlösser im Reisegebiet ist wiederum sehr gering. Hierbei handelt es sich um das Schloss KW, das Schloss in Teupitz und um das Guttschloss in Blossin. Eines der wichtigen touristischen Angebotssegmente im Dahme-Seenland ist der Wassertourismus. Dies spiegelt sich auch bei den **wasser-touristischen Angeboten** wider. Eine Vielzahl an Badestellen und Bootsverleihen befindet sich an den Wanderwegen. Das einzige Hallenbad, welches sich an drei Wanderwegen befindet, ist das Hallenbad Wildorado in Wildau. (vgl. Tab. 37 Anhang S. XVII)

Des Weiteren existiert eine Fülle an weiteren Freizeitinfrastrukturen und -angeboten an den Wanderwegen. Wer seine Wanderung mit einer anderen Fortbewegungsart kombinieren möchte, hat die Möglichkeit sich in zehn Städten und Orten ein **Fahrrad** oder in 15 Städten und Orten ein **Pferd** auszuleihen. Besonderheit ist die **Draisinenstrecke** von Mittenwalde über Motzen bis nach Töpchin. In KW und in Motzen besteht die Möglichkeit auf einer Mini-Golf-Anlage oder einem Golfplatz **Golf** zu spielen. **Kegel- und Bowlingbahnen** sind in sieben Orten zu finden (KW, Bestensee, Gussow, Teupitz, Löpten, Zernsdorf und Wildau). Zwei thematisch unterschiedliche **Kinos** sind in KW und Wildau zu finden. Der ehemalige Wasserturm in KW dient heute als **Aussichtsturm** und Café. Am Wehlaberg (Wanderweg Köthener Heide) befindet sich ein weiterer Aussichtsturm, der 2003 errichtet wurde. Zwei **Streichelzoos** befinden sich in Gussow und beim Kinder- und Erholungszentrum (KiEZ) Frauensee. (vgl. Tab. 38 Anhang S. XVIII)

TABELLE 12: BEWERTUNG DER FREIZEITINFRASTRUKTUREN UND -ANGEBOTE

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> + Es sind an 19 Wanderwegen Kirchen zu finden. + Für die unterschiedlichsten Aktivtouristen gibt es eine Vielzahl an Möglichkeiten. Die Kombination mit den wassertouristischen Angeboten ist gut ausgebaut. + Es gibt viele Fahrradausleihstationen und eine Besonderheit in der Region, das Movelo-Projekt. + Eine weitere Besonderheit ist die Draisine in Mittenwalde. + Wandernde Golftouristen finden in Motzen eine Unterkunft. 	<ul style="list-style-type: none"> - Es gibt verhältnismäßig wenig Angebote für Kinder. Es existieren nur zwei Streichelzoos, die sich an einer Stelle zentrieren. - keine einheitlichen Öffnungszeiten von kulturellen Angeboten - Die Fahrgastschiffahrt fährt nach Fahrplan. - Das Hallenbad hat eher eine lokale Bedeutung. - Es fehlen im Bereich der Aussichtstürme noch weitere Angebote. - Es fehlen Pauschalangebote mit den Freizeitinfrastrukturen.
Chancen	
<p>Mit dem möglichen Ausbau des Paul-Gerhardt-Wanderwegs könnte die Thematik der religiösen Wanderung bzw. einer Pilgerreise aufgenommen und für die Region ausgebaut werden. Die Verknüpfung des gesamten aktivtouristischen Angebots (Radfahren, Wasserwandern, Wandern) durch Pauschalangebote oder Events würde nicht nur dem Image des Wandertourismus zu Gute kommen.</p>	
Fazit	
<p>Ein breites Angebot an Freizeitinfrastrukturen mit zum Teil unterschiedlicher Lage und Ambiente unterstreichen den touristischen Stellenwert der Region. Die bedeutende kirchliche Historie sollte in den Einrichtungen der Region noch deutlicher herausgestellt werden. Die Potentiale sind hierbei noch nicht ausgeschöpft. Bezüglich der kleineren Kirchen sind die ortsspezifischen Geschichten nicht austauschbar.</p>	

3.2.2 Touristische Organisation und Marketing

Der TV Dahme-Seen, als zentrale Tourismusorganisation, mit Sitz in KW, zählt zu seinen Aufgaben die Förderung des Tourismus im Dahme-Seenland unter sozial- und umweltverträglichen Aspekten „und die damit verbundene wirtschaftliche und kulturelle Entwicklung der Region“. Zu den 133 Mitgliedern (Stand: 2013) zählen ein Landkreis, Kommunen, Vereine, natürlich Personen, privat- und gewerbliche Vermieter sowie touristische Dienstleister. (TOURISMUSVERBAND DAHME-SEEN E. V. O.J., S. 1)

Zu den Kooperationspartnern zählen die regionale Verkehrsgesellschaft Dahme-Spreewald mbH, Tourismus Marketing Brandenburg GmbH, der Landestourismusverband Brandenburg e. V., Wildau Ticket & more, der Tourismusverband Seenland Oder-Spree e. V. und Spreewald e. V., der Spreewaldverein e. V., der Tourismusverein Berlin Treptow-Köpenick e. V., der Naturpark Dahme-Heideseen, das Netzwerk „Aktiv in der Natur“ und das A10 Center Management in Wildau, der Förderverein „66-Seen-Wanderweg“ e. V., der Wirtschaftsverband Wasserport e. V., DEHOGA Brandenburg, Kulturbund Dahme-Spreewald e. V., die Wirtschaftsförderungsgesellschaft Dahme-Spreewald, die Volkshochschule Dahme-Spreewald, Tropical Islands Management GmbH, DB-Regio sowie der Fremdenverkehrsverein Storkow/Scharmützelsee e. V. (TOURISMUSVERBAND DAHME-SEEN E. V. O. J., S. 24)

In der Tabelle 13 werden die touristischen Themen in 2013 mit ihren Produkten und Angeboten dargestellt. Dieses Jahr stehen die Themen Rad-, Wasser- und Naturtourismus an vorderster Stelle der Schwerpunktthemen. Basisthemen sind der Wander- und Kulturtourismus. Weiterhin spielt die Qualitätssicherung in der Region eine bedeutende Rolle.

TABELLE 13: PROJEKTPLAN 2013 DES TV DAHME-SEEN		
Touristisches Thema	Arbeitsgruppe	Produkt/Angebot
Radtourismus	AG Rad LDS	Movelo-Region Dahme-Spreewald
Wassertourismus	AG WISO	Marketingkooperation „Märkische Umfahrt“
Wandertourismus	Wanderwegebeirat	Publikation „Wandern mit Bus und Bahn“
Naturtourismus		Kampagne Naturtourismus Land Brandenburg, Natur-, Kultur- und Landschaftsführer
Kulturtourismus		Kindheit in Brandenburg
Qualitätssicherung		DTV-Klassifizierung von Privatunterkünften, Deutsche Hotelklassifizierung, ServiceQualität Deutschland, Barrierefreier Tourismus, Brandenburger Gastlichkeit 2014/15, ADFC-Radwegzertifizierung, Qualitätswanderwege

Quelle: Tourismusverband Dahme-Seen e. V. o. J., S. 13ff.

Tabelle 14 stellt die Anzahl von Mitgliedern im TV Dahme-Seen in den einzelnen Gemeinden dar, unterschieden nach gewerblichen und privaten Vermietern, touristischen Dienstleistern und Vereinen. Der Landkreis Dahme-Spreewald ebenso wie die Gemeinden Heidensee, Bestensee, Zeuthen, Eichwalde, Wildau, die Städte Mittenwalde mit allen Ortsteilen und KW sowie das Amt Schenkenländchen sind Mitglieder beim TV Dahme-Seen. Diese Tabelle unterstützt die Aussage, dass es im Reisegebiet eine Vielzahl an Ferienwohnungen und -häusern gibt.

TABELLE 14: MITGLIEDER AUS DEM DAHME-SEENLAND IM TV DAHME-SEEN				
Verwaltungsbezirk	gewerbliche Vermieter	private Vermieter	touristische Dienstleister	Vereine
Gemeinde Eichwalde		5		
Gemeinde Schulzendorf		3	1	
Gemeinde Wildau		1	1	
Gemeinde Zeuthen		7		
Gemeinde Bestensee		3	1	
Gemeinde Heidensee	7	3	5	
Gemeinde Schönefeld				
Stadt Märkisch Buchholz				1
Stadt Teupitz	1		3	
Gemeinde Groß Köris	2			1
Gemeinde Halbe			1	
Gemeinde Münchehofe			1	
Gemeinde Schwerin		1	1	1
Stadt KW	1	26	1	2
Stadt Mittenwalde		2	4	
Gesamt	11	51	19	5

Quelle: Tourismusverband Dahme-Seen e. V. 2013.

Regionale und lokale Informationsstellen

Im Dahme-Seenland existieren unterschiedlich organisierte TI. (vgl. Tab. 15) In KW wird vom TV Dahme-Seen eine Informationsstelle betrieben. Diese gibt Auskünfte zu touristischen Angeboten in der Region und zur Stadt KW, verkauft Heimatliteratur, Souvenirs, Angelscheine, Tickets für Veranstaltungen und Tickets für Fahrgastschiffahrt in Berlin, bietet touristische Publikationen an, vermittelt Zimmer für das Dahme-Seenland, ist zugleich Akkuwechselstation für E-Bikes, gibt Empfehlungen für Reisen und Tagesausflüge in das Dahme-Seenland sowie für Nachbarregionen, vermittelt Schulungsräume im Bahnhof KW und ist ebenfalls Agentur der regionalen Verkehrsgesellschaft Dahme-Spreewald. (TOURISMUSVERBAND DAHME-SEEN, WWW-C)

Zwei der zehn TIs werden von GmbHS geführt. Zum einen die Kunden- und Touristinformation im A 10 Center in Wildau. Diese wird von ECE, einem „europäischen Marktführer auf dem Gebiet innerstädtischer Shopping-Center“, unterhalten. Diese Projektgruppe entwickelt und realisiert Verkehrsimmobilien, Logistikzentren, Firmenzentralen, Bürokomplexe, Hotels, Industrie- sowie weitere Spezialimmobilien. (ECE, www) Zum anderen die TI in Schönefeld, die von der Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH (TMB) betrieben wird. Die TMB führt das Landesmarketing des Landes Brandenburg durch. (TMB, www-A)

Die Touristinformationen in Bestensee, Heidesee, Teupitz und Mittenwalde werden wiederum von den jeweiligen Gemeindeämtern geführt. Die Fremdenverkehrsvereine „Tor zum Spreewald“ e. V. und Schenkenland Tourist e. V. leiten in der Stadt Märkisch Buchholz und in Groß Köris die TIs. Die Hauptaufgaben der Schenkenland-Tourist e. V. und des Fremdenverkehrsvereins „Tor zum Spreewald“ e. V. sind den regionalen Tourismus zu fördern durch „die Wahrnehmung der örtlichen Interessen des Tourismus gegenüber den Behörden [...]“, „die Koordinierung der örtlichen Leistungsträger [...]“, „die Durchführung der örtlichen Tourismusförderung [...]“, „die Gästeinformation und Betreuung“, „die Mitwirkung in Infrastrukturangelegenheiten“ und „die Aufklärung der örtlichen Bevölkerung über die Erfordernisse und die Bedeutung des Tourismus und Erholungswesen“. (SCHENKENLAND-TOURIST E. V., WWW; FREMDENVERKEHRSVEREINS „TOR ZUM SPREEWALD“ E. V. O. J., S. 2-A)

Petra Neumann führt den Laden „Geschenk-Ideen“ in Märkisch Buchholz. Sie bietet einerseits eine Vielzahl an Geschenkmöglichkeiten an, andererseits ist ihr Geschäft eine Informationsstelle. Es werden touristische Informationen und Ausflugstipps für die Regionen Dahme-Seenland, Spreewald, Scharmützelsee und Fläming angeboten, Kartenmaterial, Reiseliteratur, Ansichtskarten, Souvenirs und Spreewald-Erzeugnisse sowie Telefonkarten, Getränke und Snacks für unterwegs verkauft. (GESCHENK-IDEEN, WWW)

TABELLE 15: TOURISTINFORMATIONEN		
Verwaltungsbezirk	Tourist-Information	Träger
Gemeinde Wildau	Kunden- und Touristinformation im A 10 Center Chausseestraße 1 15754 Wildau	ECE Projektmanagement GmbH & Co. KG
Gemeinde Bestensee	Touristen-Information im Gemeindeamt Bestensee Eichhornstraße 4-5 15741 Bestensee	Gemeinde Bestensee
Gemeinde Heidensee	Tourismuszentrum Heidensee Prieroser Dorfstraße 18 a 15754 Heidensee OT Prieros	Gemeinde Heidensee
Gemeinde Schönefeld	Tourist-Information Berlin-Brandenburg Flughafen Berlin-Brandenburg 12529 Berlin-Schönefeld	Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH
Stadt Märkisch Buchholz	Touristinformation im Laden „Geschenk-Ideen“ Breite Straße 28 15748 Märkisch Buchholz FVV „Tor zum Spreewald“ e. V. Märkisch Buchholz/Köthen Dorfstraße 17 15748 Märkisch Buchholz OT Köthen	Petra Neumann Fremdenverkehrsverein "Tor zum Spreewald" e. V.
Stadt Teupitz	Tourismusbüro im Amt Schenkenländchen Markt 9 15755 Teupitz	Amt Schenkenländchen
Gemeinde Groß Köris	FVV Schenkenland Tourist e. V. Lindenstraße 23 15746 Groß Köris	Fremdenverkehrsverein Schenkenland Tourist e. V.
Stadt KW	Tourist-Information Dahme-Seen Bahnhofsvorplatz 5 15711 Königs Wusterhausen	Tourismusverband Dahme-Seen e. V.
Stadt Mittenwalde	Haus des Gastes Motzen Karl-Marx-Straße 1 15749 Mittenwalde OT Motzen	Stadt Mittenwalde

Quelle: Tourismusverband Dahme-Seen e. V. 2012, S. 33.

Von den zehn Informationsstellen sind die TI Dahme-Seen e. V. und die TI Berlin-Brandenburg mit dem bundesweit einheitlichen Qualitätssiegel des Deutschen Tourismusverbandes e. V. (DTV), der i-Marke, zertifiziert. Die weiteren Informationsstellen sind allgemeine Touristinformationen ohne Zertifikat. (TOURISMUSVERBAND DAHME-SEEN E. V., WWW-C)

Onlinemedienanalyse

Im Folgenden wird eine Onlinemedienanalyse für die Gemeinden und weiteren Akteure durchgeführt. Dabei werden die Internetseiten der Gemeinden und weiteren Akteure im Hinblick auf das Thema Wandern analysiert. Weiterhin werden soziale Netzwerke wie Facebook, Twitter, Flickr, Youtube oder Google+ nach dem Vorhandensein der Gemeinden untersucht (Stand: April 2013, vgl. Tab. 16).

Die Gemeinde **Eichwalde**, vertreten durch die Internetseite www.eichwalde.de, verfügt über einen Tourismus- und Kulturreiter. Im Untermenü dieses Reiters werden Cafés, Hotels und Pensionen aufgelistet. Des Weiteren wird der TV Dahme-Seen mit seinen Kontaktdaten präsentiert. Ein Beschreibungstext zur „Gartenidylle am Rande der Großstadt“ und viele Impressionen stellen die Gemeinde dar. Zu dem Thema Spaziergänge/Wanderungen stehen keine Dokumente zur Verfügung, obwohl dieser Reiter vorhanden ist.

Die Gemeinde **Schulzendorf**, www.schulzendorf.de, verfügt über keinen eigenen Tourismusreiter. Dementsprechend fehlen auch Vorschläge zu geführten Wanderungen, Wanderwege und sonstige Informationen wie Beherbergungen und Gastronomie.

Die Gemeinde **Wildau**, www.wildau.de, verfügt über einen Reiter „Lebensqualität“, der anhand des Themas „Naherholung“ den Kurpark, die Tonteiche/Lauseberge und die Ortsbegehung, die per Fahrrad durchgeführt wird, mittels Beschreibungstexten und Impressionen darstellt. Weiterhin wird die „Dahmewanderung“ mit Bildern dargestellt. In Kürze sollen eine Wegebeschreibung und Übersichtskarte folgen. Restaurants und Cafés werden unter dem Thema „Freizeit“ dargestellt. Es fehlt allerdings die Darstellung von Beherbergungsbetriebe.

Die Gemeinde **Zeuthen**, www.zeuthen.de, verfügt über einen Kultur-, Freizeit- und Tourismusreiter. Dieser Reiter vereint Informationen zu Vereinen und Verbänden, Veranstaltungstipps, Kulturkalender, Gaststätten, Unterkünfte, den öffentlichen Nahverkehr und einen Stadtplan. Hinter dem Thema Erkundungen verbirgt sich ein Wandervorschlag durch Zeuthen.

Die Gemeinde **Bestensee**, www.bestensee.de, hat ebenfalls einen Reiter zum Thema Kultur und Tourismus. Informationen, die sich dahinter verbergen: Quartiere, Veranstaltungstipps, Angeln, Baden, Bowling, Generationswald und Radfahren. Zum Thema Wandern gibt es sowohl Informationen über den Nordic Walking Pfad als auch eine Vielzahl an Wegbeschreibungen für die Orte Pätz, Bestensee, Gräbendorf, Körbiskrug, Mittenwalde, Halbe, Schenkendorf und Niederlehme.

Unter dem Reiter Freizeit und Tourismus der Gemeinde **Heidensee**, www.gemeinde-heidensee.de, lassen sich Informationen zu der TI in Prieros, zu Veranstaltungstipps für 2013, den Landkreis und zu Sehenswürdigkeiten finden. Weiterhin werden Verzeichnisse zu Vereinen, Straßen und Branchen aufgelistet. Hinter dem Branchenverzeichnis verbergen sich kategorisierte Daten zu den Gewerbetreibenden in der Region. Es fehlt jedoch die Darstellung von den Wanderwegen der Region.

Hinter dem Reiter „Gemeinde Schönefeld“ der **Gemeinde Schönefeld**, www.gemeinde-schoenefeld.de, werden Daten für den Tourismusbereich dargestellt. Hierzu zählen Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe sowie Sehenswürdigkeiten für Schönefeld, Berlin, Potsdam und den Spreewald. Wird der Suchbegriff Wandern eingegeben, erscheint lediglich ein Eintrag für den Spreewald.

Die Internetseite für **Märkisch Buchholz**, www.maerkischbuchholz.de, wird vom Fremdenverkehrsverein „Tor zum Spreewald“ e. V. geführt. Im Hauptmenü werden Informationen zu Unterkünften, Gastronomie, Sehenswertes, Ausflugsziele und vielen weiteren Themen dargestellt. Vier Rad- und Wanderwegvorschläge werden anhand von Impressionen und pdf-Dateien vorgestellt. Zum Thema Wandern zählen die Lesefährte Waldweisen, der Rundwanderweg Köthener Heideseen und die Stadtrundwanderung Märkisch Buchholz.

Die Stadt Teupitz und die Gemeinden Groß Köris, Halbe, Münchehofe und Schwerin werden einerseits durch den Internetauftritt des **Amts Schenkenländchen**, www.amt-schenkenlaendchen.de, vertreten. Diese Seite verfügt über einen Tourismusreiter. Dieser vereint Daten zum Tourismusbüro, Unterkünfte, Essen und Trinken sowie Sehenswertes. Ebenfalls werden unter dem Thema Rad- und Wanderwege 12 Touren angeboten. Diese stehen als pdf-Dateien zum Ausdruck zur Verfügung. Die Stadt **Teupitz**, www.teupitz.de, besitzt einen Tourismusreiter, der ebenfalls sechs Vorschläge zu Rad- und Wanderwegen darstellt. Die Gemeinden **Groß Köris** und **Halbe** sind nur durch den Internetauftritt des Amts Schenkenländchen vertreten. Die Gemeinde **Münchehofe**, www.muenchehofe.de, dagegen besitzt einen eigenen Internetauftritt. Zum Thema Tourismus werden Restaurants oder Landgaststätten, Ferienunterkünfte, Campingplätze, Pensionen und Hotels vorgestellt. Als Untermenü folgt die Darstellung von Sehenswürdigkeiten, Naturtourismus und Wanderwege. Kartenmaterialien, als pdf-Datei, über die Gemeinde Münchehofe, zum Naturpark Dahme-Heideseen, zu dem Wanderweg Lesefährten Waldweisen und zum Wanderweg am Miethsluch stehen zur Verfügung. Des Weiteren werden acht Gemeinden und Ortsteile mit Abbildungen und kurzen Beschreibungstexten präsentiert. Die Gemeinde **Schwerin**, www.gemeindeschwerin.de, verfügt zwar über einen Internetauftritt, jedoch fehlen Informationen zum Thema Wandern.

Die Internetseite der Stadt **Königs Wusterhausen**, www.koenigs-wusterhausen.de, verfügt über einen Freizeit- und Tourismusreiter. Inhalte sind: Events, Freizeitangebote, Vereine, Sport, Rundfunkgeschichte, Tourismusverband und Wandern. Das Thema Wandern wird durch einen kurzen Einleitungstext und einige Bilder dargestellt. Mit Hilfe eines Links gelangt der Benutzer zu dem Internetauftritt des TV Dahme-Seen. Des Weiteren wird die Aufgabe der Wanderwegwarte kurz vorgestellt. Für die Stadt KW sind Herr und Frau Rentmeister zuständig. Es fehlt jedoch die Darstellung bzw. die Verlinkung zu Beherbergungs- und Gastronomiebetrieben für die Region.

Ebenso wie die Stadt KW verfügt die Stadt **Mittenwalde**, www.mittenwalde.de, über einen Freizeit- und Tourismusreiter. Die Themen Gastgeber, Freizeit, Wellness und Erholung, örtliche Vereine und Interessengemeinschaften sowie ein Kulturkalender sind unter diesem Thema zu finden. Ebenso werden die aktuellen Wanderwege und -routen mit einer Karte und Bildern dargestellt. Detailpläne zu den Wanderwegen Rundweg Tonsee, Sutschketal, Fontaneweg und E 10 stehen zum Herunterladen bereit.

Neben der Internetseite des Amtes Schenkenländchen, führt der **Fremdenverkehrsverein Schenkenland Tourist e. V.** eine weitere Internetseite unter www.schenkenland-tourist.de. Es werden touristische Informationen zu Beherbergung, Gastronomie, Ausflugstipps und Anreisemöglichkeiten gegeben. In der Rubrik Rad- und Wanderwege sind jedoch keine Einträge vorhanden.

Der **Tourismusverband Dahme-Seen e. V.**, www.dahme-seen.de, bietet eine Vielzahl an touristischen Informationen. Das Thema Wandern und Nordic Walking wird unter dem Hauptmenü Erlebnis Dahme-Seenland behandelt. Tourenvorschläge, Nordic Walking-Wege und Lamawanderungen werden unter weiterführende Links dargestellt. Weiterhin wird die Internetseite der Natur-, Kultur- und Landschaftsführer verlinkt.

Wie die Tabelle 16 zeigt, sind keine Gemeinden und weiteren Akteure in einem sozialen Netzwerk vertreten. Dies stellte auch Christian Möbus, Kreisvorsitzender und KWer Stadtverordnete fest. „Als Einstieg soll laut Möbi[u]s der Internet-Kurznachrichtendienst Twitter genutzt werden. [...] Das könne auch für das Stadtmarketing genutzt werden.“ (MÄRKISCHE ALLGEMEINE 2013, S. 11)

TABELLE 16: ONLINEMEDIENANALYSE

Verwaltungsbezirk/Akteure	Internetseite	Tourismus- reiter	Thema Wan- dern	soziales Netz- werk
Gemeinde Eichwalde	www.eichwalde.de	✓	✓	✗
Gemeinde Schulzendorf	www.schulzendorf.de	✗	✗	✗
Gemeinde Wildau	www.wildau.de	✗	✓	✗
Gemeinde Zeuthen	www.zeuthen.de	✓	✓	✗
Gemeinde Bestensee	www.bestensee.de	✓	✓	✗
Gemeinde Heidensee	www.gemeinde-heidensee.de	✓	✗	✗
Gemeinde Schönefeld	www.gemeinde-schoenefeld.de	✗	✗	✗
Stadt Märkisch Buchholz	www.maerkischbuchholz.de	✓	✓	✗
Amt Schenkenländchen	www.amt-schenkenlaendchen.de	✓	✓	✗
Stadt Teupitz	www.teupitz.de	✓	✓	✗
Gemeinde Groß Köris	-	-	-	✗
Gemeinde Halbe	-	-	-	✗
Gemeinde Münchehofe	www.muenchehofe.de	✓	✓	✗
Gemeinde Schwerin	www.gemeindeschwerin.de	✗	✗	✗
Stadt KW	www.koenigs-wusterhausen.de	✓	✓	✗
Stadt Mittenwalde	www.mittenwalde.de	✓	✓	✗
weitere Akteure				
Fremdenverkehrsverein Schenkenland Tourist e. V.	www.schenkenland-tourist.de	✓	✓	✗
Tourismusverband Dahme- Seen e. V.	www.dahme-seen.de	✓	✓	✗
Quelle: Eigene Darstellung unter Verwendung von: Internetseiten der Gemeinden/Akteure.				

TABELLE 17: BEWERTUNG DER TOURISTISCHEN ORGANISATION UND MARKETING

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> + Das Dahme-Seenland verfügt über zehn Anlaufstellen für Gäste. Die TI in KW ist zentral am Bahnhof gelegen. Der Gast kann Informationsmaterialien, Souvenirs und Ansichtskarten erwerben. + Ein zentrales Buchungssystem ist auf der Internetseite www.dahme-seen.de vorhanden. + Ein Logo wird für Werbematerialien und andere Vermarktungsprodukte einheitlich genutzt. + Die Informationsmaterialien haben eine gewisse Bandbreite. + Das Marketing der Region findet über den Veranstaltungskalender (im Internet und Prospektform), Plakate in der TI, Veranstaltungshinweise in der regionalen Presse und auf Messen in Berlin und Brandenburg statt. + Das Besucherleitsystem bzw. das Wanderwegeleitsystem wurde erweitert. Wichtige Sehenswürdigkeiten, Einrichtungen und landschaftliche Reize werden somit verbunden. + Es existiert seit 2013 ein Gastronomie- und Freizeitführer. + Thematische Ausrichtungen, z. B. Flyer und Kartenmaterial zum Thema Wandern existieren. 	<ul style="list-style-type: none"> - Der Wandertourismus ist nur Basisthema. - Nur zwei TIs sind mit dem Qualitätssiegel Service Q zertifiziert. - Die Öffnungszeiten der TIs sind sehr unterschiedlich und nicht touristenfreundlich. - Es werden keine Onlinemedien wie Facebook oder Twitter genutzt. - Auf den Internetseiten der Gemeinden wird das Thema Wandern nur gering behandelt. - Die Gemeinden werben nicht mit dem Logo des TV Dahme-Seen. - Ein Corporate Design fehlt. - Die Internetseiten sind z. T. unübersichtlich und sprechen wenig die Zielgruppe der Wanderer an. - Die Zahl der ausgefüllten Fragebögen ist v. a. bei den TIs sehr gering. - Thematische Ausrichtungen, z. B. Flyer zum Thema Wandern mit entsprechenden Pauschalangeboten existieren bisher nicht. - Die Vermarktungschance über Kooperationen mit verschiedenen Leistungsträgern wurde noch nicht umgesetzt. Eine Zusammenarbeit mit Reiseveranstaltern wie Wikinger Reisen findet noch nicht statt.
Chancen	
<p>Die Entwicklung eines Corporate Designs, welches auch die Gemeinden übernehmen sollten, würde den Wiedererkennungswert erhöhen. Kooperationsvereinbarungen mit wandertouristischen Reiseanbietern und anderen Leistungsträgern könnte das Marketing und die regionalwirtschaftlichen Effekte erhöhen.</p>	
Fazit	
<p>Das Dahme-Seenland hat ein hohes Niveau im Bereich Besucherinformation/Service. Die Überarbeitung der Internetseite und die mögliche Entwicklung eines Corporate Designs sind als sehr positiv zu bewerten. Für ein erfolgreiches Wandermarketing müssen alle Akteure und Kräfte im Tourismus an einem Strang ziehen. Kooperationen verschiedener Leistungsträger finden bislang zu wenig bis gar nicht statt. Somit bleiben viele Chancen in der Region ungenutzt. Wichtig ist eine Weiterentwicklung und Intensivierung des Vertriebskanals Internet.</p>	

3.2.3 Wandertouristisches Angebot

Wanderwegeinfrastruktur

Laut der Landestourismuskonzeption Brandenburg des Ministeriums für Wirtschaft und Europaangelegenheiten (MWE) aus dem Jahr 2011 ist der Wandertourismus für das Land Brandenburg von geringer Bedeutung. Erste, regional gute Ansätze sind im Fläming, der Uckermark, dem Ruppiner Land und dem Schlaubetal als Teilregion des Seenlands Oder-Spree zu finden. Innerhalb des Landes Brandenburg existieren fünf vom DWV zertifizierte Wanderwege. (MWE 2011, S. 87 ff.)

Jedoch befindet sich keiner dieser zertifizierten Wanderwege im Dahme-Seenland. Problem ist, laut Herrn Reschke, vom Landkreis bestellter Wegewart, dass bestehende Wanderwege zwar orientierungssicher sind, aber bezüglich des Services auf der Strecke Mängel aufweisen. „Rastplätze, gestaltete Aussichtsstellen, andere Punkte in der Landschaft, die als Erlebnispunkte die Wanderung bereichern, fehlen hier weitgehend [...]“ (RESCHKE, M., 2013)

Weiterhin unterstreicht der Wegewart, dass das Wandern im Dahme-Seenland bisher kein Thema hinsichtlich touristischer Angebote, [...], war bzw. ist. Im Sinne touristisch relevanter Maßnahmen im Vergleich mit Anderen ist die Destination unterentwickelt. Jedoch ist die Region hinsichtlich der erlebbaren Landschaftspotentiale sehr attraktiv. „Alle Bedingungen, die Wandergäste im Flachland, also ohne anstrengende Bergwege suchen, sind reichlich vorhanden. Die Wanderwegqualitätskriterien wünschen Wald, Wasser, Naturwege, Ruhe, Gastronomie, Verkehrsanbindungen, kulturelle Sehenswürdigkeiten, idyllische Orte, Natursehenswürdigkeiten (Haus des Waldes). Alles was ein Wanderherz erfreut ist im Gebiet vorhanden.“ Zwar war die wandertouristische Entwicklung im Dahme-Seenland bisher nur auf ein Mindestmaß beschränkt, aber „die Situation kann sich [...] im Verbund mit Nachbarn, in Kooperation zwischen Naturpark, Forstbehörden und Tourismusverband und einem Qualitätswanderweg grundlegend ändern, [...]“ (RESCHKE, M., 2013)

Durch das Dahme-Seenland führen ca. 400 km markierte Wanderwege. 19 unterschiedliche Wander- und Rundwege mit einer etwaigen Länge von 300 km werden in der Publikation „Wandern...südlich von Berlin“ mittels Flyern grafisch und textlich dargestellt und vom TV Dahme-Seen vermarktet. Es handelt sich dabei um Routen mit einer Länge von fünf bis 22 km. Je nach Lage des (Rund-)Wanderwegs beginnen diese meist an Bahnhöfen (Bahnhof KW, Niederlehme oder Bestensee) oder zentral gelegenen Orten (Kirche Prieros, Dorfplatz Märkisch Buchholz). (vgl. Tab. 39 Anhang S. XX, vgl. Abb. 37 Anhang S. XXIII)

- Rundweg Am Niederlehmer Luch
- Wanderlehrpfad um den Wernsdorfer See
- Rundwanderweg Krüpelsee
- Rundweg "Klein Venedig"
- Rundweg Tiergarten
- Rundweg Funkerberg
- Stadtwanderung KW
- Wanderung um den Zeesener See
- Sutschketalwanderung
- Rundweg Tongruben Pätz/Gräbendorf
- Rundweg Großer Tonteich
- Rundweg Huschtesee
- Rundweg Prieroser Heide
- Stadtwanderung Märkisch Buchholz
- Wanderweg Köthener Heide
- Rundwanderweg um den Klein Köriser See
- Fontanewanderweg
- Europäischer Fernwanderweg E 10
- 66-Seen-Wanderweg rund um Berlin
- Höllengrundwanderweg mit Dahme-Wanderweg

Entstehung der Wanderwege

Die derzeitig 19 zu vermarktenden Wanderwege des TV Dahme-Seen basieren auf bestehende Wege vor der Wende. Aus verschiedenen Kombinationen wurden die heutigen Wanderwege konzipiert. Beginnend in den 90-iger Jahren mit dem Vier-Wege-Projekt, einem Gemeinschaftsprojekt des TV Dahme-Seen und dem Tourismusverein Berlin Treptow-Köpenick e. V., wurde versucht Wasser-, Rad-, Wander- und Reitwege zu finden und ein Wegenetz aufzubauen. Über mehrere Jahre wurde diese Maßnahme fortgesetzt, nicht nur mit der Konzeption der Wege, sondern auch mit der Umsetzung und der Ausschilderung. Am Hölzernen See wurde extra für dieses Projekt eine Schilderwerkstatt eingerichtet. Bis Ende der 90-iger Jahre wurde das Projekt gefördert. Danach kamen immer wieder kleinere Wege und Wegeideen von den Wanderwegebeiratsmitgliedern hinzu. Die Umsetzung übernahm federführend der TV Dahme-Seen in Abstimmung mit den Wanderwegewarten, den Kommunen und Grundbesitzern. Von dort an übernahmen die Wanderwegewarte die Pflege und Unterhaltung der Wanderwege. Besonderheit der Wanderwege ist, dass einige von ihnen mit QR-Codes ausgestattet sind und im Internet, durchgeführt durch Herrn Rentmeister (WWW-Kw), auf www.gpsies.com aufruf- und herunterladbar sind. (KLAUS, D., 2013)

Best Practice Beispiel: Wanderwegebeirat

Seit Ende der 90-iger Jahre ist der Wanderwegebeirat im Dahme-Seenland tätig. Beginnend mit Herrn Reschke, dem vom Landkreis berufenen, ehrenamtlichen Wanderwegewart und Frau Thien, Geschäftsführerin des TV Dahme-Seen, entstanden ganz konkrete Wanderwege. Im Späteren folgten ehrenamtliche Mitglieder aus den Kommunen, die ihre Ideen mitbrachten. So entstanden die heutigen Wanderwege, die der TV Dahme-Seen vermarktet. Das professionelle Vermarkten war ab diesem Zeitpunkt eine neue Qualität. Derzeitig kümmern sich Herr Reschke und 12 ehrenamtliche Mitglieder um die Wanderwege der Region. Zu deren Aufgaben gehören das Vorschlagen von neuen Routenführungen, das Erarbeiten von Unterlagen für die Genehmigungsverfahren, das Beantragen von Mitteln für die Beschilderung sowie die Begehung, Überwachung und Instandhaltung der bestehenden Wege, die Anbringung von Schildern an bestehenden Pfosten und die Übermittlung der Mängel an die zuständige Stelle. Zur Standardausrüstung eines Wegewarts gehören Spezialfarben, Pinsel, Baumschaber, Schablonen und der offizielle Ausweise als anerkannter Wegewart. Die Kriterien für den Erhalt der Ehrenamtskarte des Landes Brandenburg (240 Stunden jährlich ehrenamtliche Arbeit in 3 Jahren bzw. 120 Stunden jährlich in 5 Jahren) erfüllen die Wegewarte sehr wahrscheinlich. Diese Karte dient als kleine Anerkennung für die Arbeit der Wegewarte und als Rabattkarte in allen teilnehmenden Unternehmen und Institutionen. Ende 2012 wurden die Wegewarte vom Landkreis Dahme-Spreewald für ihre Arbeit ausgezeichnet.

(THIEN, S., 2013; RESCHKE, M., 2013; WANDERWEGEBEIRATSTREFFEN, 2013; BLICKPUNKT 2012, S. 10; WOCHENSPIEGEL 2011, S. 9-A; MÄRKISCHE ALLGEMEINE 2012, S. 16-C)

In der Publikation „Wandern im Schenkenländchen zwischen Teupitz und Münchehofe“ werden (Rund-)Wanderwege anhand von Karten und deskriptiven Texten dargestellt. Zu dem Fontanewanderweg, dem Europawanderweg E10, dem 66-Seen-Wanderweg, dem Rundweg um den Klein Köriser See, dem Rundwanderweg Köthener Heide und der Stadtwanderung Märkisch Buchholz werden zusätzlich noch der Rundwanderweg Tornower See und Briesensee (13 km), der Schweriner Rundwanderweg (11 km), der Rundwanderweg um den Tütschensee (3 km) und der Rundwanderweg Miethsluch bei Münchehofe (7,5 km) dargestellt. Ebenfalls wird der Wanderweg Lesefährte Waldweisen abgebildet.

Zusätzlich zu den vermarkteten Wanderwegen in Märkisch Buchholz werden weitere Wanderwege in der Publikation „Willkommen in Märkisch Buchholz“ vom Fremdenverkehrsverein „Tor zum Spreewald“ e. V. Märkisch Buchholz/Köthen beschrieben. (FREMDENVERKEHRSVEREIN TOR ZUM SPREEWALD E. V. O. J, S. 25 F.)

- Rund um die Stadt
- Mahningsee/Dahmetal
- Dahmetal nordwärts
- Heidesee mit Aufstieg zum Wehlaberg und Aussichtsturm
- Heidesee-Tropical Island
- Kleine Tour Schibbingsee-Märchensee-Umwanderung
- Heideseen-Rundwanderweg

Drei weitere Besonderheiten der Region sind:

1. Auf den Spuren von Paul Gerhardt

Dieser Wanderweg soll als Würdigung für den evangelisch-lutherischen Theologen und Kirchenlieddichter Paul Gerhardt (* 1607, † 1676) entwickelt werden. Dabei sollen seine Hauptwirkungsstätten die Nicolaikirche in Berlin, die St.-Moritz-Kirche in Mittenwalde und die Paul-Gerhardt-Kirche in Lübben miteinander verbunden werden, um eine touristische Einheit für Wanderer und Busreisen darzustellen. Die Idee, diese Route auf bereits vorhandenen Wegen zu initiieren, ist angedacht, jedoch fehlt bis dato ein weiteres Vorgehen. (WANDERWEGEBEIRATSTREFFEN, 2013)

2. Lesefährten Waldweisen

Gemeinsam mit dem Landesbetrieb Forst Brandenburg konzipierte der österreichische Künstler Wolfgang Georgsdorf das Konzept „Lesefährten Waldweisen“. Zusammen mit der Oberförsterei Hammer wurde das Konzept verwirklicht. Auf 20 km Wegstrecke mit vier Start- und Endpunkten in den Wäldern und Fluren des Schenkenländchens können Wanderer auf Lesepulten Gedichte und Prosa der Weltliteratur zum Thema Wald, von Goethe, Alighieri, Shakespeare, den Gebrüdern Grimm, Humboldt, Baudelaire, Nietzsche oder Eichendorff nachlesen. (LANDESBETRIEB FORST BRANDENBURG, 2011)

3. Permanenter IVV-Wanderweg in KW

Permanente Wanderwege sind Rundwege in besonders reizvollen Gegenden mit Streckenlängen von fünf bis 42 km. Die ersten Rundwege entstanden in Deutschland ca. 2005. Der im Dahme-Seenland gelegene 1. Permanente IVV-Wanderweg (Internationaler Volkssportverband) befindet sich in und um KW und wurde 2009 eingeweiht. Die Streckenlängen von sechs, 12 und 22 km befinden sich auf den bereits gekennzeichneten Wanderwegen. Ziel dieser Strecken ist es, eine sportliche Wanderung zu absolvieren. (PETERS, A., 2013) Der Ablauf einer solchen Wanderung geschieht wie folgt:

- Startkarte in der TI Dahme-Seen abholen
- während der Wanderung die Zahlen und Buchstaben bei den Selbstkontrollstellen eintragen
- Ausgabe des IVV-Stempels, bei erfolgreichem Nachweis aller Selbstkontrollstellenstempel, in der TI Dahme-Seen

Naturpark Dahme-Heideseen

Aus den Veröffentlichungen des Naturparks Dahme-Heideseen ergeben sich weitere wandertouristische Angebote:

Der Rundwanderweg „Entdeckungen am Miethsluch“, der mit einem gelben Punkt markiert und circa 7,5 km lang ist, verläuft von Münchehofe in Richtung Luch und Birkholz durch Kiefernforst und Birken zum Miethsluch. Ein Aussichtspunkt an der Westkante des Luchs (Slawisch: sumpfige Landschaft, feuchte Wiese) bietet einen Überblick über das gesamte Luch. Von dort gelangt man vorbei an bewachsenen Senken und sandigen Hügeln wieder zurück nach Münchehofe. (STIFTUNG NATURSCHUTZFONDS BRANDENBURG 2012)

Der „Wander- und Naturführer Naturpark Dahme-Heideseen“ von Bettina Klaehne und Carsten Rasmus von 1999 beschreibt Ausflüge zu Fuß und mit dem Rad zwischen KW, Storkow und Märkisch Buchholz. Dabei werden einzelne Fußwanderungen anhand von Verkehrs-, Park-, Bade-, Rast- und Einkehrmöglichkeiten, der Streckenlänge, der Wanderzeit, den Höhenunterschieden und durch eine kurze Tourenbeschreibung dargestellt. Die beschriebenen Fußwanderungen werden nach Wandergebieten (das Wandergebiet um Storkow wird hierbei nicht erwähnt, da es zum Landkreis Oder-Spree gehört) eingeteilt und haben folgende Betitelungen (KLAEHNE, RASMUS 1999, S. 44 FF.):

- Wandergebiet um KW, Teupitz und Prieros
 - Knorrige Bäume auf den Radebergen und am Pätzer Hintersee; Um das Haus des Waldes am Frauensee; Steinreiches Land um Stegen; Eindrucksvolles Bachtal und Quellen um Tornow; Macht seinem Namen alle Ehre: Der Krummensee
- Wandergebiet um Märkisch Buchholz
 - Wo die Dahme noch naturnah fließt; Zum höchsten Gipfel über den Heideseen

Von den drei beschriebenen Spaziergängen im Naturpark Dahme-Heideseen, die anhand derselben Kriterien dargestellt werden wie die Fußwanderungen, befindet sich nur eine im Dahme-Seenland. Diese trägt den Titel „Viel Wasser um Prieros“. (KLAEHNE, RASMUS 1999, S. 64 FF.)

Der Erlebnisführer Naturparks in Brandenburg von 2000, ebenfalls von Carsten Rasmus und Bettina Klaehne, beschreibt eine weitere Wanderung um Märkisch Buchholz mit dem Titel „Mit der Dahme nach Märkisch Buchholz. (KLAEHNE, RASMUS 2000, S. 71 FF.)

Im „JahreBuch 2011“ des Naturschutzbunds Dahmeland (NABU Dahmeland) wird die Wanderung „Klingespring und Mittelmühle-Eine Wanderung zwischen Teupitz, Tornow und Neuendorf“ beschrieben. (NABU DAHMELAND 2011, S. 90) In dem „JahreBuch 2013“ des NABU Dahmeland wird ein weiterer Rundweg vorgestellt. Dieser Rundweg nennt sich „Eine Wanderung um den Streitberg“ und verläuft von Streganz Dorf, über Gras- und Ackerlandschaften, durch kiefernbewachsene Wälder in Richtung Streitberg, der „von einem großen Findling gekrönt ist.“ (NABU DAHMELAND, NATURPARKBESUCHERZENTRUM 2012, S. 62 F.)

Wanderbahnhöfe

„abgefahren. losgewandert. ist ein Service für Wanderinnen und Wanderer. [Es] [...] wird ein Überblick über Wanderwege in ganz Brandenburg gegeben, die mit Bahn und Bus erreichbar sind.“ Dieses Projekt wird vom Fachverband Fußverkehr Deutschland e. V. (Fuss e. V.) betrieben. Ziel dieses Projekts ist die Verknüpfung von Wanderwegen mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Begonnen in 2002 als Modellprojekt, existieren in 2013 über 1.300 km verknüpfte Wanderwege. Im Dahme-Seenland existieren zwei Wanderbahnhöfe: Groß Köris und Halbe. Diese zwei Bahnhöfe sind durch einen Abschnitt des E 10 miteinander verbunden. Der Bahnhof Halbe ist außerdem ein Wanderbahnhof des 66-Seen-Rundweges. (FUSS E. V., [www](http://www.fuss-e.v.de))

Wandern mit Bus und Bahn

Ein noch nicht veröffentlichtes, aber im Marketingplan 2013 des TV Dahme-Seen erwähntes Printmedium, wird das Thema Wandern mit Bus und Bahn für die Region thematisieren. Das vom Landkreis Dahme-Spreewald mit den Tourismusverbänden herausgegebene Werk beinhaltet Tourenvorschläge für Wanderwege im Landkreis Dahme-Spreewald mit den entsprechenden Anbindungsmöglichkeiten der öffentlichen Verkehrsmittel.

Geführte thematische Wanderungen und Touren

■ der Wandervereine

Neben den individuell geplanten Touren, bietet bspw. der Berliner Wanderverband e. V. Vorschläge zum Mitwandern an. Aus seiner Publikation für das Jahr 2013 werden in der Tabelle 40 (vgl. Anhang S. XXIV) beispielhafte Wanderungen für das Dahme-Seenland mit den jeweiligen Wandervereinen aufgezeigt.

Die Wanderauftaktveranstaltung für die Stadt KW, geführt von Hans und Christiane Rentmeister, beides Wegewarte für die Stadt KW, fand am 20. April 2013 ab 10 Uhr statt. Beginnend am Bahnhof in KW, führte die 10 km Wanderung, Richtung Streuobstwiese, zum Tiergarten, nach Klein Venedig und Neue Mühle zurück zum Bahnhof.

Weitere Wanderungen, die durch die lokale Presse publiziert wurden:

- 27. April 2013, 15 Uhr: Försterwanderung zum Tag des Baumes im Haus des Waldes Gräbendorf (KAWE-KURIER 2013, S. 13)
- 30. April 2013, 19 Uhr: „Dubrow bei Nacht“-eine märchenhafte Nachtwanderung im KiEZ Hölzerner See (KAWE-KURIER 2013, S. 13)
- 04. Mai 2013, 8.30 Uhr : Frühlingsmarsch für Jung und Alt mit dem Feuerwehrverein Pätz (WOCHENSPIEGEL 2013, S. 2)
- 05. Mai 2013, 10 Uhr: Frühlingswanderung nach Pätz (KAWE-KURIER 2013, S. 13)
- 25. Mai 2013, 14 Uhr: Rundgang mit Försterin. Auf Motzens Kahlberg gibt es Kaffee und Kuchen (MÄRKISCHE ALLGEMEINE-DAHME-KURIER 2013, S. 12-A)
- 25. Mai 2013, 10 Uhr: Wanderungen zum Miethsluch (MÄRKISCHE ALLGEMEINE-DAHME-KURIER 2013, S. 14-B)
- 01. Juni 2013, 14 Uhr: Wanderung „Lesefährten Waldweisen“ (MÄRKISCHE ALLGEMEINE-DAHME-KURIER 2013, S. 14-D)

■ der Reiseanbieter

Eine Vielzahl an Reiseanbietern innerhalb von Deutschland bieten die unterschiedlichsten geführten Wanderungen als Pauschalreiseangebote an. Einige Spezialisten sind Wikinger Reisen, Reise Karhu, Kleins Wanderreisen, Lupe Reisen, Studiosus, Heideker und andere, die Wanderreisen als Nebenprodukt anbieten. Generell bieten diese Unternehmen entweder sehr bekannte, großräumige Gebiete an oder fertige Produkte wie bekannte Wanderwege. Jedoch bieten bislang nur der Verband Deutscher Gebirgs- und

Wandervereine e. V. und die cG Touristic GmbH Wandertouren im Dahme-Seenland an. (vgl. Tab. 41 Anhang S. XXIV)

Best Practice Beispiel Reiseanbieter im Wandertourismus: Wanderreisen Pierolt

Seit 2005 ist Wanderreisen Pierolt als Aktivreiseveranstalter im Bereich Wanderreisen tätig. In 2012 wurden etwa 20 Gäste verzeichnet. Im Jahr davor beinahe 50 Gäste. Im Angebot sind Wanderreisen in Deutschland. Besonderheit sind die Fernwanderreisen nach Madeira und China, da Herr Pierolt, Wanderleiter und Geschäftsführer von Wanderreisen Pierolt, vor Ort jeweils direkte und kompetente Beziehungen hat, die preiswerte Angebote ermöglichen. Des Weiteren besteht die Möglichkeit individuell geplante Touren zu buchen. Dies ist jedoch nur im Spreewald möglich, da die Touristinformation in Burg sehr kooperativ ist. Bei diesen individuellen Touren bekommen die Gäste alles organisiert. Das heißt, dass Herr Pierolt ihnen eine detaillierte Wegbeschreibung und eine persönliche Einweisung gibt sowie den Koffertransfer organisiert. Danach laufen die Gäste in Gruppe oder alleine ohne eine Wanderführung. Für alle anderen Zielregionen ist dies bisher noch nicht möglich. Dahingehend müssten die Touristinformationen besser mit Wanderreisen Pierolt zusammen arbeiten.

(PIEROLT, F., 2013; PIEROLT, WWW)

- der Umweltbildungseinrichtungen und privaten Anbietern

Im Herbst 2011 wurden erstmalig bundesweit anerkannte **Natur-, Kultur- und Landschaftsführer** im Dahme-Seenland von den Bildungsstätten im Natur- und Umweltschutz (BANU) ausgebildet. (STADT KÖNIGS WUSTERHAUSEN 2011) Diese 18 Tourenbegleiter bieten anhand von unterschiedlichen Schwerpunkten Touren per Rad, zu Fuß, per Kanu oder mit dem Lama im Wald, auf dem Wasser oder durch Orte und Landschaften an. (GSG MBH 2012) Die Tabelle 42 im Anhang S. XXV listet die derzeitigen Touren der Tourenbegleiter auf, die ihre wanderspezifischen Touren nach Vereinbarung anbieten.

Best Practice Beispiel private Anbieter im Wandertourismus: Märkischer Lamahof

Seit 2009 existiert der Märkische Lamahof in Mittenwalde (OT Schenkendorf). Ein sehr umfangreiches Angebot rund um Lamas und Alpakas wird dem Besucher geboten. Zu den Angeboten zählen neben dem Verkauf von Lamas und Alpakas, ein Hofladen, der Rohwolle und Garn, Bekleidung und Accessoires, Kunst und Souvenirs, Wollwaschseife, Lamadünger, Literatur, Auftragsmalereien nach Foto und Verschiedenes für die Arbeit mit den Tieren anbietet. Viele dieser Produkte sind ebenfalls über den Internetshop erhältlich. Weiterhin gibt es die Möglichkeit Patenschaften für eines der Tiere zu übernehmen oder sein eigenes Tier in der Tierpension zu beherbergen. Besondere Angebote:

Im September 2010 wurde der Lamahof als Partner für den Barrierefreien Tourismus in Brandenburg erhoben und qualifiziert. Einige der Tiere haben die **Therapiebegleitprüfung** abgelegt.

Die **Wanderungen mit Lamas und Alpakas** können als Schnupperwanderung, Saison- oder Halbtages-tour durchgeführt werden. Daneben gibt es ebenfalls verschiedene Sonderveranstaltungen wie bspw. der Lama- (oder Landschafts-)Malkurs nach der Bob-Ross-Methode. Spinn-, Färbe- und Filzkurse werden zu einem späteren Zeitpunkt angeboten. Diese unterschiedlichen Angebote lockten im Kalenderjahr 2012 ca. 1.800 bis 2.200 Besucher zum Lamahof. Allein dieses Jahr (Januar bis Mai 2013) besuchten ca. 1.000 Gäste den Lamahof. Abgesehen von der Kooperation mit der TMB, die jedoch, laut Frau Selig-Smith (Inhaberin des Märkischen Lamahofes) nur einen sehr geringen Anteil an Besuchern akquiriert, arbeitet sie mit regionalen Akteuren und diversen Internetportalen (Familienpass, Ferienspaß, Groupon, Dailydeals, mydays.de) zusammen. (SELIG-SMITH, A., 2013; ZADIK-LAMAS, WWW)

Zusätzlich zu den Wanderungen des KIEZ Frauensee bietet dieses ebenfalls, nicht im Rahmen der zertifizierten Natur-, Kultur- und Landschaftsführer, eine weitere Wanderung an: Dubrow bei Nacht-Wanderung. (TOURISMUSVERBAND DAHME-SEEN E. V., WWW-A)

„Seit sechs Jahren laden die **Ranger-ErlebnisTouren** zu allen Jahreszeiten dazu ein, Brandenburgs Naturschätze auf eine ganz besondere Weise zu entdecken.“ Die Ranger-ErlebnisTour Nr. 8 wird von der Naturwacht Dahme-Heideseen angeboten. Hierbei handelt es sich um eine Wanderung, die das Überleben von Flora und Fauna in Extremlebensräumen darstellt. (STIFTUNG NATURSCHUTZFONDS BRANDENBURG O. J., S. 3, 12)

Eine weitere Umweltbildungseinrichtung ist das **Haus des Waldes** in Gräbendorf. Es setzt in Zusammenarbeit mit der Märkischen Schutzgemeinschaft Deutscher Wald die forstliche Dienstaufgabe Waldpädagogik um. (B. RADESTOCK, WWW) Für das Jahr 2013 stehen nachfolgende Wanderungen an:

- Spuren- und Fährtenwanderung
- Försterwanderung zum Tag des Baums
- herbstliche Märchenwanderung

TABELLE 18: BEWERTUNG DES WANDERTOURISTISCHEN ANGEBOTS

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> + Die Landschaft der Region bietet unterschiedliche Waldtypen, Gewässer, Wiesen und idyllische Orte. + Es existiert ein beschildertes Wanderwegenetz z. T. mit QR-Codes. Mit dem Wanderpass wurde ein erlebbares Angebot geschaffen. + Die Anbindung an überregionale Wanderwege ist gegeben. + Besonderheiten der Region sind die Wanderwege „Lesefährten Waldweisen“ und der „IVV Permanente Wanderweg“. + Als wichtige Umweltbildungseinrichtung für Familien mit Kinder steht das Haus des Waldes. + Wanderbahnhöfe existieren. + Zertifizierte Natur-, Kultur- und Landschaftsführer bieten zum Teil nur auf Anfrage Wanderungen an. Ein Alleinstellungsmerkmal der Region ist der Märkische Lamahof. + Für das gesamte Dahme-Seenland kümmert sich der Wanderwegebeirat um die Instandhaltung der Wege. 	<ul style="list-style-type: none"> - Es gibt keinen zertifizierten Qualitätswanderweg. - An den Wanderwegen mangelt es am Service, gestaltete Aussichts- und Rastplätze sowie Erlebnispunkte. - Führungen finden z. T. nur auf Anfrage statt. Spezielle Wanderungen finden nur sehr wenig statt. Es gibt zu wenig geführte Wanderungen in der Region (meist nur von Berliner Vereinen durchgeführt). - Ein Wanderverein für die Region fehlt vollständig. - Zu wenig Reiseanbieter bieten Wanderreisen für das Dahme-Seenland an. - Die Wanderbahnhöfe werden noch nicht vermarktet.
Chancen	
<p>Mit der Entwicklung der QR-Codes für die Wanderwege wird eine neue Zielgruppe angesprochen. Des Weiteren könnten durch die entsprechenden Werbemaßnahmen (insbesondere im Internet) und die Erarbeitung von Pauschalangeboten eine große Zielgruppe an Wanderern angesprochen werden. Die Zertifizierung eines Qualitätswanderwegs würde, wie auch die Zertifizierungen von Hotellerie und Gastronomie den Stellenwert der Region als Wanderregion erhöhen.</p>	
Fazit	
<p>Der Bereich aktiv in der Natur wird durch die Themen Wasser und Rad schon in den Fokus gerückt. Ergänzend dazu, um ein Triathlon anzubieten, fehlt es an wandertouristischen Angeboten. Dieser Triathlon müsste dann dementsprechend vermarktet und zielgruppengerecht angeboten werden. Eine Vernetzung und abgestimmte Angebotsentwicklung der touristischen Akteure der Region ist notwendig. Notwendig ist ebenfalls die Verbesserung des Reiseangebots für Berliner durch die Entwicklung von Pauschalangeboten oder Angebotsbausteinen.</p>	

3.3 NACHFRAGEANALYSE FÜR DAS DAHME-SEENLAND

3.3.1 Touristische Nachfrage

Von den 199.469 Besuchern des Landes Brandenburg besuchten im Februar 2013 rund 14 % das Reisegebiet (Veränderung zum Vorjahr -0,7 %) und verweilten dabei rund zwei Tage. Von den gesamten 90.978 Übernachtungen des Reisegebiets wurden 7.635 Übernachtungen im Dezember getätigt (Veränderung zum Vorjahr -3,6 %). (AMT FÜR STATISTIK BERLIN BRANDENBURG 2013, S. 10)

Die über 5.000 angebotenen Betten der gewerblichen Beherbergungsbetriebe waren im Februar 2013 nur zu 33 % ausgelastet. Insgesamt für die Monate Januar und Februar lag die Auslastung der Betten bei 31 %. (AMT FÜR STATISTIK BERLIN BRANDENBURG 2013, S. 12)

9.170 Gäste (15.873 Übernachtungen) besuchten im Februar 2013 die 13 Betriebe der Hotellerie mit mindestens 25 Gästezimmern. Die durchschnittliche Zimmerauslastung lag dabei bei rund 38,4 %. Insgesamt für die Monate Januar und Februar lag die durchschnittliche Zimmerauslastung bei über 38,3 % mit über 32.870 Übernachtungen und über 21.542 Gästen. (AMT FÜR STATISTIK BERLIN BRANDENBURG 2013, S. 14)

TABELLE 19: TOURISMUSERGEBNISSE IN DEN BEHERBERGUNGSBETRIEBEN DES LANDES BRANDENBURG NACH GEMEINDEN MÄRZ 2013				
Verwaltungsbezirk	Ø Bettenauslastung	Ankünfte Beherbergungsbetriebe	Übernachtungen	Ø Aufenthaltsdauer
Gemeinde Bestensee	·	94	260	2,8
Gemeinde Heidensee	26,2 %	3.782	9.987	2,8
Gemeinde Schönefeld	33,9 %	8.020	13.688	1,7
Gemeinde Groß Köris	31,3 %	652	1.545	2,4
Stadt Teupitz	17,2 %	268	548	2,0
Stadt Märkisch Buchholz	12,2 %	284	560	1,6
Gemeinde Halbe	71,8 %	16.167	26.636	1,6
Stadt KW	31,5 %	2.243	5.151	2,3
Stadt Mittenwalde	42,1 %	930	1.735	1,9
Gesamt	33,3 %	32.440	60.110	2,1

Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, März 2013-A.

Die Gemeinden Halbe, Heidesee und Schönefeld verzeichnen die höchsten Gästeübernachtungen. Zusammen erreichen sie rund 84 % der gesamten Gästeübernachtungen im Reisegebiet. Die niedrigste Übernachtungsquote ist in der Gemeinde Bestensee zu finden. Die Gemeinden Heidesee und Bestensee verzeichnen die höchste durchschnittliche Aufenthaltsdauer mit rund drei Tagen. Die niedrigste durchschnittliche Verweildauer (1,6 Tage) registrieren die Gemeinde Halbe und die Stadt Märkisch Buchholz. (vgl. Tab. 19; AMT FÜR STATISTIK BERLIN BRANDENBURG 2013-A)

Die Gemeinden Heidesee (9 Betriebe) und Schönefeld (10 Betriebe) sowie die Stadt KW (12 Betriebe) bieten die meisten gewerblich geöffneten Beherbergungsbetriebe im März 2013. Deren durchschnittliche Bettenauslastungen liegen zwischen 26 % und 34 %. Die Stadt Märkisch Buchholz verzeichnet die niedrigste durchschnittliche Bettenauslastung mit 12,2 %. Die höchsten durchschnittlichen Bettenauslastungen sind in der Gemeinde Halbe und in der Stadt Mittenwalde zu finden, obwohl sie nur jeweils vier gewerblich geöffnete Betriebe vorweisen. (vgl. Tab. 19; AMT FÜR STATISTIK BERLIN BRANDENBURG 2013-A)

Mit Hilfe der **Tourismusintensität** (Gästeübernachtungen je 1000 Einwohner) wird die absolute Gästezahl ins Verhältnis zur Größe einer Gemeinde gesetzt. Auf diese Weise können unterschiedlich große Städte und Gemeinden hinsichtlich ihrer touristischen Attraktivität bzw. Bedeutung verglichen werden. Bedingt durch das Tropical Island weist die Gemeinde Halbe mit 231.366 Übernachtungen je 1.000 Einwohner eine außerordentliche Hohe Tourismusintensität auf. Die gesamte Reiseregion liegt bei der Tourismusintensität über dem Durchschnitt des Landes Brandenburg. Dies verweist auf die große Bedeutung des Tourismus im Dahme-Seenland. (vgl. Tab. 20)

TABELLE 20: TOURISMUSINTENSITÄT NACH GEMEINDEN 2012			
Verwaltungsbezirk	Einwohner (Stand: 31. Juni 2012)	Übernachtungen	Tourismusintensität
Gemeinde Eichwalde	6.227	k. A.	-
Gemeinde Schulzendorf	7.647	k. A.	-
Gemeinde Wildau	9.852	k. A.	-
Gemeinde Zeuthen	10.525	k. A.	-
Gemeinde Münchehofe	491	k. A.	-
Gemeinde Schwerin	633	k. A.	-
Gemeinde Bestensee	6.859	9.154	1.335
Gemeinde Heidensee	6.915	225.025	32.542
Gemeinde Schönefeld	13.637	187.050	13.716
Gemeinde Groß Köris	2.223	30.812	18.861
Stadt Teupitz	1.835	13.317	7.257
Stadt Märkisch Buchholz	783	20.707	26.446
Gemeinde Halbe	2.184	231.366	105.937
Stadt KW	34.182	76.713	2.244
Stadt Mittenwalde	8.749	27.465	3.139
Gesamt Dahme-Seenland	112.742	821.609	7.288
Gesamt Land Brandenburg	2.492.503	11.480.860	4.606

Quelle: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg 2012, S. 8-A; Amt für Statistik Berlin-Brandenburg März 2013-A.

3.3.2 Wandertouristische Nachfrage

Die Wandererzählung

Eine exakte Bestimmung der Wanderer auf den Wanderwegen des Dahme-Seenlands wäre nur durch eine Vollerhebung/Zählung möglich. Dies ist aber aufgrund fehlender technischer Geräte wie Lichtschranken oder Tritt-Sensoren nicht umsetzbar. Weiterhin ist anzumerken, dass die Wanderer ihre Wanderung nicht nur an den angegebenen Startpunkten beginnen.

Die Wandererzählung erfolgte anhand von Strichlisten am Wochenende vom 15.-16. Juni 2013 von 8-12 Uhr. Die Temperatur an diesen beiden Tagen lag bei 20 °C und es regnete nicht. Zählungen erfolgten am Bahnhof KW und auf den Rundwegen Klein Venedig und Tiergarten, in Bestensee auf dem Sutschketalwanderweg, am Dorfplatz in Prieros sowie am Dorfplatz in Köthen und auf dem Wanderweg Köthener Heideseen. Diese vier Standpunkte repräsentieren die jeweiligen Regionen: Wandern in KW, Wandern in Bestensee, Wandern in Heidensee sowie Wandern im Schenkenländchen. (vgl. Abb. 35 Anhang S. IX) Ein Einwohner aus Bestensee, der Abschnitte des Sutschketalwanderwegs mindestens einmal am Tag läuft, erzählte, dass ihm nie oder sehr selten ein Wanderer bis jetzt auf diesem Weg begegnet ist.

Weiterhin auffällig ist, dass an den beiden Tagen fast vierfach so viele Radfahrer wie Wanderer die Region befuhren.

TABELLE 21: WANDERERZÄHLUNG		
	Bahnhof KW und Umgebung	Bestensee
Samstag, 15. Juni (8-12 Uhr)	15	6
	Dorfplatz Köthen	Dorfplatz Prieros
Sonntag, 16. Juni (8-12 Uhr)	9	8
Quelle: Eigene Darstellung.		

Die durchgeführte Zählung, die nur Tendenzen wieder gibt, ergab, dass einige der Regionen mehr frequentiert sind, als Andere. An den zwei Befragungstagen wurden 38 Wanderer gezählt. (vgl. Tab. 21) Daraus leitet sich ein durchschnittlicher Wert von 19 Wanderern pro Wochenende pro Region im Monat Juni ab. Die Hochrechnung ergibt (19 Wanderer pro Wochenende x 19 Wanderwege) 361 Wanderer auf allen Wegen im Juni pro Wochenendtag. Der Juni 2013 bestand aus zehn Wochenendtagen. Das heißt 3.610 Wanderer wären an den Juni-Wochenendtagen auf den 19 Wanderwegen des Dahme-Seenlands unterwegs.

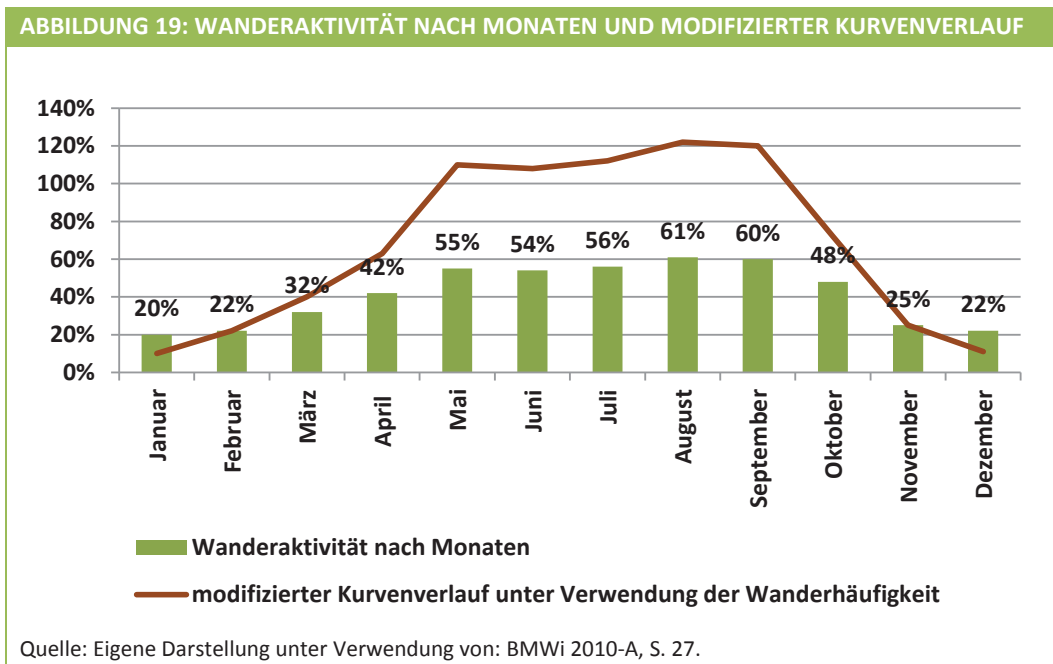
Laut des dwif finden „mehr als die Hälfte der Ausflüge (53,9 %) [...] an Samstagen sowie Sonn- und Feiertagen statt.“ (DWIF 2005, S. 89) Somit ergibt die Hochrechnung bei einem Prozentsatz von 54 % rund 7.220 Wanderer auf allen Wanderwegen des Dahme-Seenlands für den Juni 2013.

Aus den Wandererzahlen im Juni lassen sich die Zahlen auf das gesamte Jahr hochrechnen. Das BMWi hat in seiner Studie die Wanderaktivität nach Monaten gegliedert. Erkennbar ist, dass einerseits in den Früh- bis Spätsommermonaten die Aktivität nicht unter 50 % sinkt, andererseits die Wanderaktivität in den Wintermonaten immer über 20 % bleibt. Folglich wandern die Wanderer in den wärmeren Monaten mehr, als in den Wintermonaten. Das BMWi gibt zwar an, in welchen Monaten die Wanderer wandern und wann nicht. Es fehlt jedoch die Darstellung der Häufigkeit der durchgeführten Wanderungen eines Wanderers in einem Monat. Laut der Studie „Regionalökonomische Effekte des Wanderns-Evaluierung von Wandertourismus-Projekten am Beispiel der Traumpfade im Rhein-Mosel-Eifel-Land“ von E. Stiebitz und M. Behrens-Egge wurde festgelegt, dass die Wintermonate halbiert und die Monate in der Wanderhochsaison verdoppelt wurden. (vgl. Tab. 22; BTE 2012, S. 40f.)

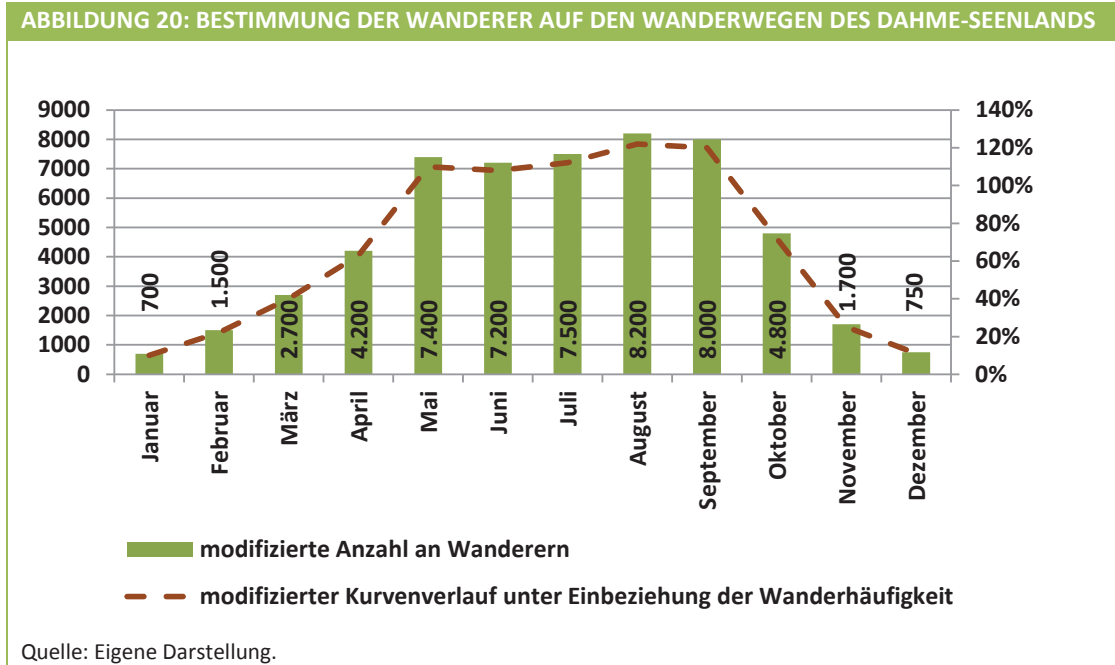
TABELLE 22: MODIFIKATION UND BESTIMMUNG DER WANDERER			
Monat	BMWi-Wert (%)	Modifikation des BMWi-Werts	modifizierter Wert (%)
Januar	20	/ 2	10
Februar	22	keine Modifikation	22
März	32	x 1,25	40
April	42	x 1,5	63
Mai	55	x 2	110
Juni	54	x 2	108
Juli	56	x 2	112
August	61	x 2	122
September	60	x 2	120
Oktober	48	x 1,5	72
November	25	keine Modifikation	25
Dezember	22	/2	11

Quelle: Eigene Darstellung.

Die Hochrechnung bzw. das dafür verwendete Modell ist nicht genau, sondern nur eine grobe Hochrechnung zur Bestimmung der Anzahl an Wanderern, um einen Eindruck der Größenordnung zu gewinnen. Dies wäre bei einer nicht durchgeführten Modifikation der Daten nicht möglich gewesen. In der nachfolgenden Abbildung 19 werden das Modell des BMWi und der modifizierte Kurvenverlauf unter Einbeziehung der Wanderhäufigkeit dargestellt.

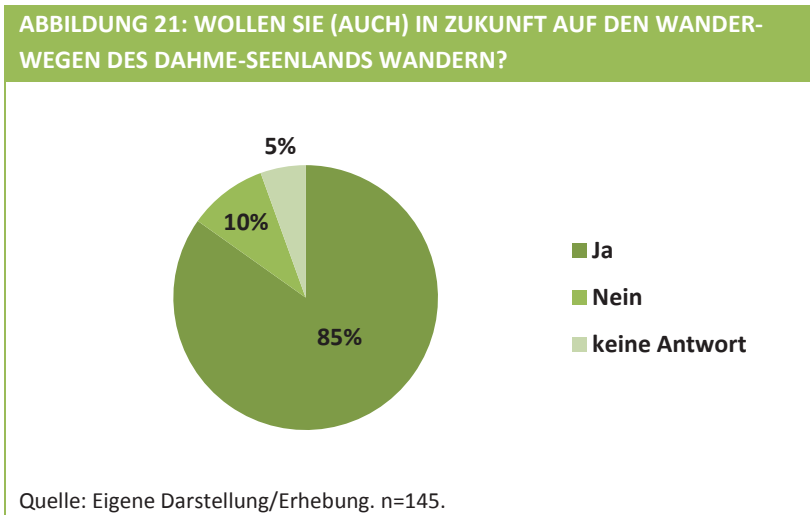


Im Ergebnis ermittelt die Hochrechnung auf das gesamte Jahr eine Wanderaktivität von rd. 55.000 Wanderern auf den 19 Wanderwegen des Dahme-Seenlands. (vgl. Abb. 20)



Entwicklung der Wanderaktivität

Im Jahr 2013 rd. 55.000 Wanderer auf den Wanderwegen des Dahme-Seenlands unterwegs. Von den befragten Wanderern gaben 85 % an, dass sie auch in Zukunft auf den Wanderwegen des Dahme-Seenlands wandern möchten. (vgl. Abb. 21) Dieser Teil der Wanderer konnte mit Hilfe der Wanderwege und der natürlichen Gegebenheiten der Region für die Region gewonnen werden.



Exkurs: Wandertouristische Nachfrage – Permanenter IVV-Wanderweg in KW

Der Permanente IVV-Wanderweg wurde im Jahr 2012 von 402 sportlichen Wanderern benutzt. Die Meisten liefen auf der 12 km Strecke, 167 Wanderer auf der 22 km Strecke und 65 Wanderer auf der 6 km Strecke. Wird die Zahl der verkauften Startkarten bis zum 09. Dezember 2012 verglichen, fällt auf, dass 28 Wanderer sich eine Karte kauften, jedoch nicht wanderten. (vgl. Tab. 23)

TABELLE 23: VERKAUFTE STARTKARTEN DES IVV-WANDERWEGS IN KW

Verkäufer	verkaufte Karten
TV Dahme-Seen	333
Andreas Peters	61
Horst Zander	36
Gesamt	430

Quelle: Wanderwegebeiratstreffen 2013.

Exkurs: Wandertouristische Nachfrage – www.gpsies.com – Wanderwege um KW

Auf www.gpsies.com können zehn Wanderwege und Wandertouren angesehen und heruntergeladen werden. Diese sind:

- Fontane-Wanderweg (Teil KW)
- Funckerberg
- Klein Venedig
- Tiergarten
- Krüpelsee
- Niederlehmer Luch
- Sutschketal
- Wernsdorfer See
- Zeesener See
- Stadtwanderung KW

Die nachfolgenden Daten sind noch eine Urform. Die Zeitabstände der Erfassung sind nicht exakt. Für einige Strecken reichen dem Einheimischen das Betrachten und die Beschreibung. Folglich lädt er sich diese nicht herunter. Auch sind nicht alle Strecken zur gleichen Zeit ins Netz gestellt worden. Einige Strecken waren auf der Webseite des TV Dahme-Seen, Andere aber nicht. Seit ca. einem Monat (ab März 2012) sind alle Strecken in und um KW als Link auf der Webseite der Stadt KW. Ab diesem Zeitpunkt stiegen auch die Zahlen der Aufrufe stark an. Die QR-Codes werden von Herr und Frau Rentmeister immer dann an den Strecken angebracht, wenn sie systematisch die ganze Strecke und nicht nur partielle Stellen pflegen. Aber die Anbringung des QR-Codes hat Einfluss auf den Internetzugriff. Komplett mit QR-Codes sind der Tiergarten und Wernsdorf ausgestattet. Die meisten Aufrufe verzeichnen die Wanderwege Klein Venedig, Tiergarten und Sutschketal. Grund hierfür sind möglicherweise die Bezeichnungen der Wanderwege, die das Interesse der Benutzer und Wanderer wecken. Da die Wanderwege Tiergarten und Klein Venedig Teile der Stadtwanderung KW sind, entsteht ein Gesamtaufruf von 3.149, fast 50 % der Gesamtaufrufe aller Wanderwege und -touren. Im September 2012 und Februar 2013 wurden keine Strecken herunter geladen. Die Zugriffe von März bis Mai sind kontinuierlich angestiegen. Die meisten heruntergeladenen Strecken sind ebenfalls Klein Venedig und Sutschketal. Mit diesmal nur 33 % wurde die Stadtwanderung KW incl. Tiergarten und Klein Venedig herunter geladen. Nicht nachvollziehbar ist jedoch, ob die herunter geladenen Strecken auch von den Wanderern bewandert wurden. (vgl. Tab. 43 Anhang S. XXVI)

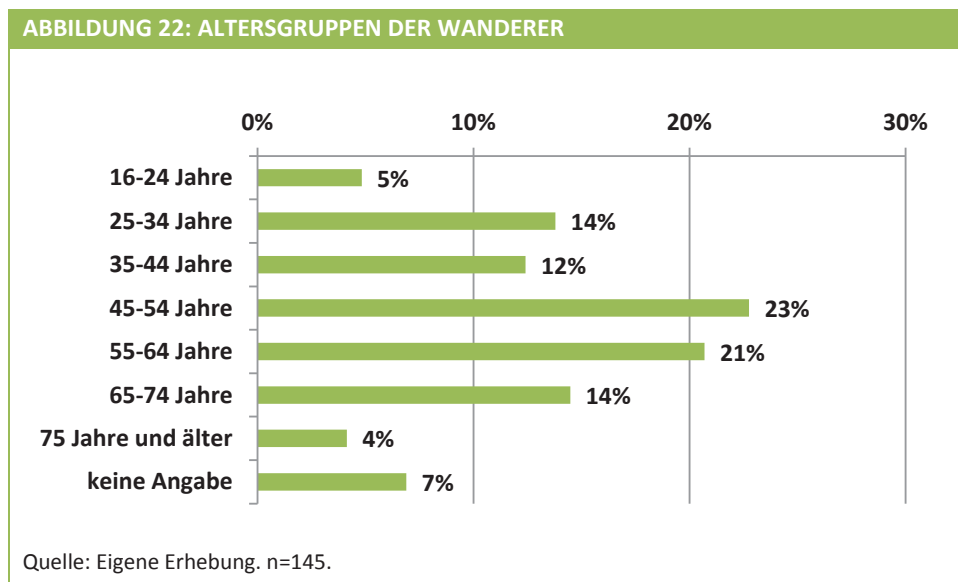
3.4 ZIELGRUPPENANALYSE

Demografie und Herkunft

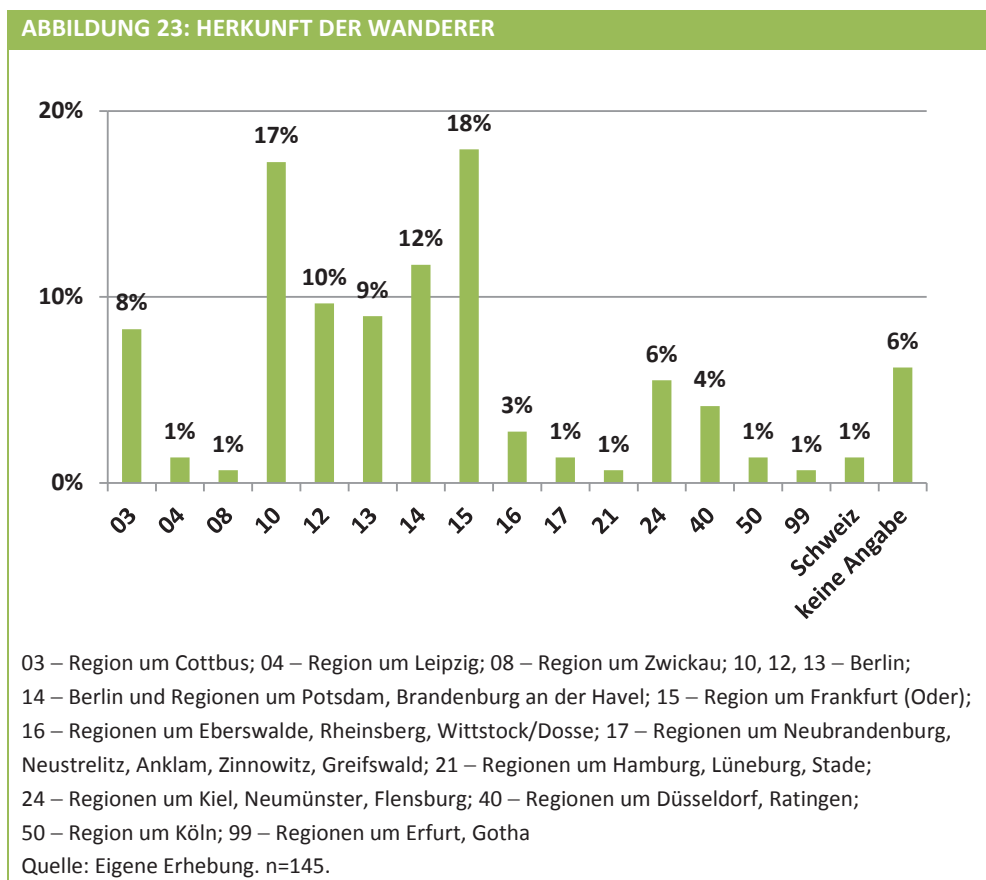
Das Verhältnis zwischen männlichen und weiblichen Wanderern ist nicht ganz ausgeglichen. Tendenziell wurden mehr Frauen als Männer erfasst. Im Rahmen der Erfassung beträgt der Anteil wandernder Frauen 52 %, wandernder Männer 41 % sowie 6 %, die keine Angabe zu ihrem Geschlecht machten. (vgl. Abb. 38 Anhang S. XXVII)

50 % der befragten Wanderer stehen in einem Arbeitnehmer- bzw. Angestelltenverhältnis. Nur ein Viertel der Befragten sind Rentner. Somit wird das Vorurteil, dass nur Rentner wandern, widerlegt. Mit jeweils 6 % waren Schüler/Studenten/Auszubildende und Selbstständige/Freiberufler, Hausfrauen, Beamte und Personen in Altersteilzeit mit 4 % und Arbeitssuchende mit 2 % vertreten. Keine Angaben tätigten 7 %. (vgl. Abb. 39 Anhang S. XXVII)

Gewandert wird in fast allen Altersklassen. Der überwiegende Teil befindet sich jedoch in den Altersgruppen von 45-54 (23 %) und 55-64 (21 %). Rund 20 % der Wanderer im Dahme-Seenland sind älter als 65 Jahre. Im Durchschnitt sind die aktiven Wanderer ca. 51 Jahre jung, die Nicht-Wanderer mit 50 Jahren nur unwesentlich jünger. Auch das Durchschnittsalter der mehrmaligen Wanderer (51 Jahre) und der einmaligen Wanderer (50 Jahre) unterscheidet sich nur geringfügig. Unterschiede zwischen den Geschlechtern zeichnen sich nicht ab. (vgl. Abb. 22)

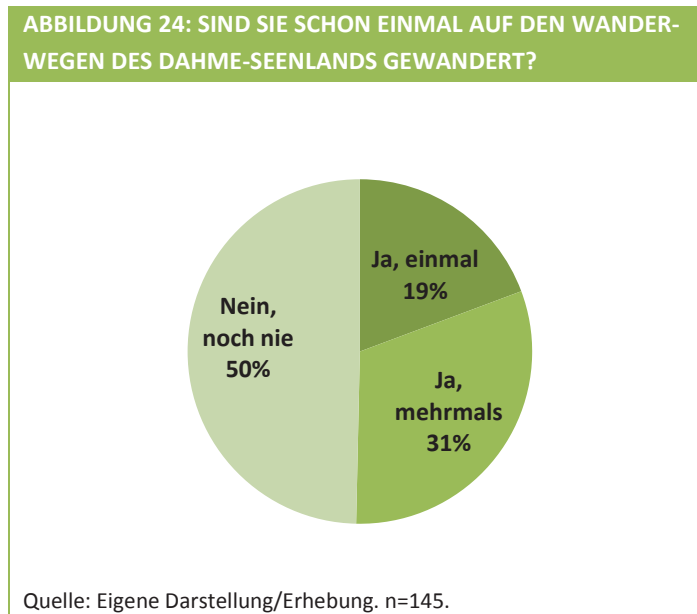


Fast 50 % der befragten Wanderer kamen aus dem Raum Berlin. Dies unterstreicht die Aussage, dass das Dahme-Seenland das „traditionelle Naherholungsgebiet der Großstädter“ ist. (TMB, www-D) Wanderreisen Pierolt führte Wanderer aus den Regionen um Düsseldorf und Köln durch das Dahme-Seenland. Grundsätzlich fällt auf, dass aus fast allen Regionen Deutschlands Besucher bzw. Wanderer im Dahme-Seenland unterwegs waren und dieses auch ein weiteres Mal besuchen würden. Lediglich zwei Besucher aus der Schweiz gaben an, dass sie aufgrund der Entfernung nicht widerkehren würden. Eine Abbildung (40) zu den Postleitzahlen in Deutschland befindet sich im Anhang S. XXVIII.



Kenntnis der Region

Insgesamt sind 73 der 145 befragten Wanderer ein- bis mehrmals auf den Wanderwegen des Dahme-Seenlands gewandert. 50 % der Befragten kennen die Wanderwege nicht bzw. sind noch nie auf diesen gewandert. (vgl. Abb. 24)



Gründe für das Nicht-Wandern auf den Wanderwegen:

- Ich wusste nicht, dass es im Dahme-Seenland Wanderwege gibt (fehlendes Informationsmaterial). (40 %)
- fehlende Angebote (14 %)
- keine Zeit (13 %)
- Ich wandere nicht gerne im Flachland. (13 %)
- sonstiges (Sportfest der Finanzämter des Landes Brandenburg, wohne nicht in der Region) (10 %)
- Ich wandere lieber in anderen Wanderregionen Brandenburgs. (7 %)
- Wasserwanderer/Radsportler (3 %)
- kein Wanderer (3 %)

Unter den aktiven Wanderern, die schon ein- bis mehrmals im Dahme-Seenland gewandert sind, sind alle Bevölkerungsschichten vertreten. Jüngere wie ältere Menschen wandern in der Region. Die Intensität des Wanderns ist jedoch stark abhängig vom Alter. Bei den Wanderern, die mehrmals in der Region

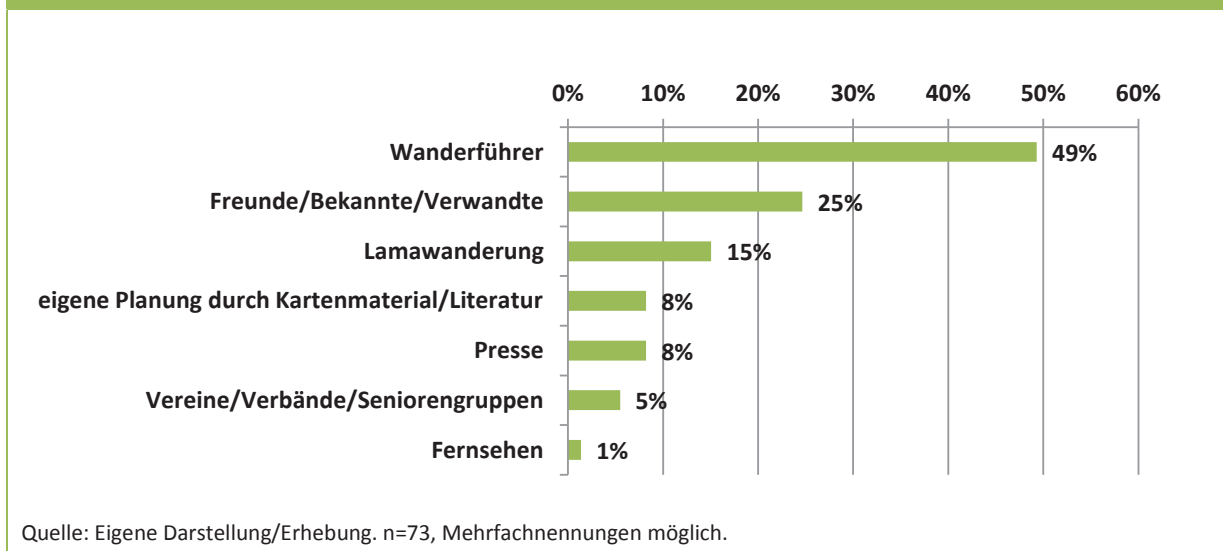
unterwegs waren, ist die Altersgruppe der 45–54-Jährigen und der 55–64-Jährigen mit 8 % am höchsten. Der Anteil der Nicht-Wanderer ist mit 10 % bzw. 11 % in denselben Altersklassen ebenfalls am höchsten. Die Bereitschaft zu Wandern ist bei den Altersklassen von 16–24 sowie 75 und älter am geringsten.

TABELLE 24: WANDERINTENSITÄT IM DAHME-SEENLAND NACH ALTER			
Altersgruppe	Ja, mehrmals.	Ja, einmal.	Nein, noch nie.
16-24 Jahre	0 %	3 %	2 %
25-34 Jahre	1 %	5 %	8 %
35-44 Jahre	3 %	2 %	7 %
45-54 Jahre	8 %	5 %	10 %
55-64 Jahre	8 %	2 %	11 %
65-74 Jahre	4 %	1 %	10 %
75 Jahre und älter	2 %	0 %	2 %
keine Angabe	5 %	2 %	0 %

Quelle: Eigene Erhebung. n=73.

Durch die Wanderführer (49 %), Freunde/Bekannte/Verwandte (25 %) und durch Frau Selig-Smith (Lamawanderung 15 %) werden die Wanderwege der Region nach außen vermarktet. Einen sehr geringen Prozentsatz übernehmen bei der Vermarktung der Wanderwege die Presse (8 %), verschiedene Vereine und Verbände (5 %) oder das Fernsehen ein (1 %). (vgl. Abb. 25)

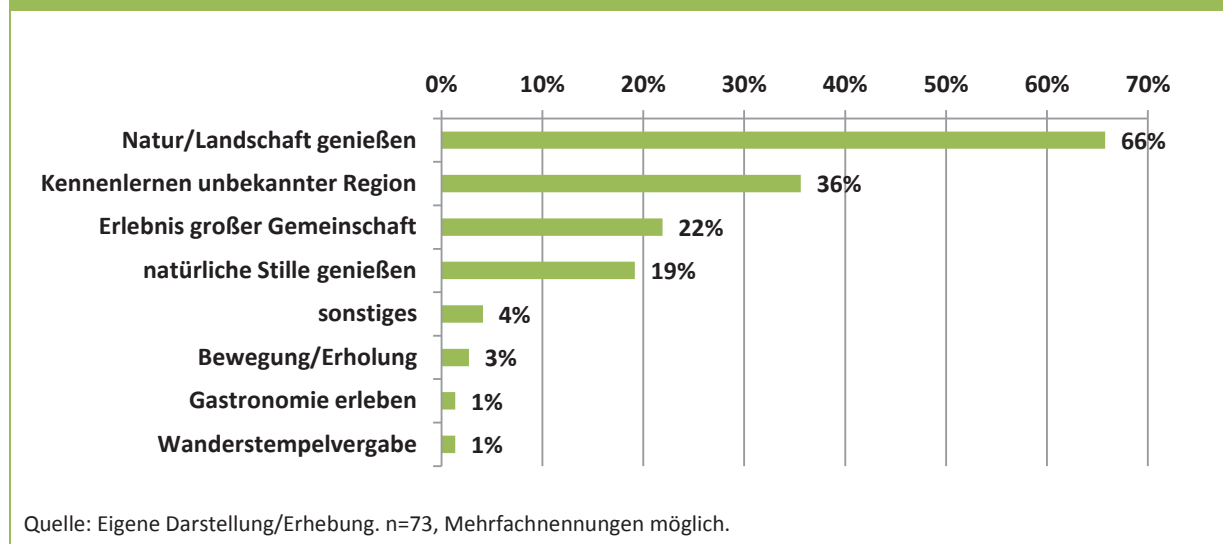
ABBILDUNG 25: WOHER KENNEN SIE DIE WANDERWEGE IM DAHME-SEENLAND BZW. WO HABEN SIE ZUM ERSTEN MAL VON DEN WANDERWEGEN ERFAHREN?



Wandermotive

Grundsätzlich sind Wanderer aus mehreren Motiven gleichzeitig unterwegs. Dies spiegelt sich auch in der nachfolgenden Abbildung 26 wider. Laut Dreyer ist der „bedeutendste Beweggrund für das Wandern [...] der Naturgenuss, dicht gefolgt vom Entspannungs- und Gesundheitsmotiv.“ (DREYER, A.; MENZEL, A.; ENDREß, M. 2010, S. 80) Über die Hälfte der Befragten gaben an, dass sie die Natur/Landschaft genießen wollen. Weitere 36 % möchten eine für sie unbekannte Region kennenlernen. Doch obwohl sich das Dahme-Seenland direkt vor den Toren Berlins befindet, möchten nur 19 % der Befragten die natürliche Stille genießen. Zu den sonstigen Angaben zählen das Sportfest der Finanzämter Brandenburgs und die Angabe des Stichworts „Projekt“.

ABBILDUNG 26: WAS HAT SIE DAZU BEWOGEN EINE WANDERUNG IM DAHME-SEENLAND ZU UNTERNEHMEN?



Die 16–24-Jährigen und 25–34-Jährigen möchten mit jeweils 6 % eine für sie unbekannte Region kennenlernen und die Landschaft/Natur genießen. Die Natur/Landschaft genießen (7 %), das Erlebnis großer Gemeinschaft (5 %) und der Genuss der natürlichen Stille (3 %) sind für die 35–44-Jährigen Gründe für eine Wanderung im Dahme-Seenland. Die Altersgruppen der 45–54-Jährigen und 55–64-Jährigen sind sich in ihren Aussagen relativ ähnlich. Für beide Altersgruppen steht der Genuss der Natur/Landschaft an erster Stelle. Nachfolgend sind für beide Altersgruppen das Kennenlernen einer unbekannt Region, das Erlebnis einer großen Gemeinschaft und der Genuss der natürlichen Stille wichtig. Für die 65–74-Jährigen und 75-Jährigen und Älteren sind sowohl der Genuss der Landschaft/Natur als auch das Kennenlernen einer unbekannt Region bedeutend. Sonstige Angaben sind: Lamawanderung, Bewe-

gung/Erholung, Sportfest der Finanzämter des Landes Brandenburg, Gastronomie kennenlernen, Wanderstempelvergabe. (vgl. Tab. 25)

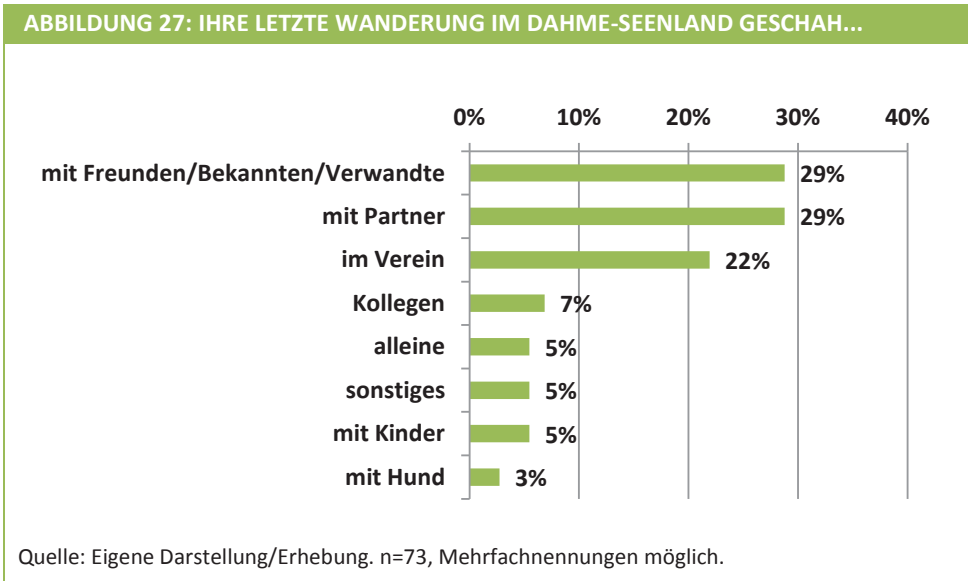
TABELLE 25: GRÜNDE FÜR DAS WANDERN IM DAHME-SEENLAND NACH ALTER					
Alter	Kennenlernen unbekannter Region	Natur/Landschaft genießen	Erlebnis großer Gemeinschaft	natürliche Stille genießen	sonstiges
16-24 Jahre	3 %	3 %	0 %	0 %	4 %
25-34 Jahre	3 %	3 %	0 %	0 %	7 %
35-44 Jahre	0 %	7 %	5 %	3 %	3 %
45-54 Jahre	5 %	19 %	7 %	7 %	10 %
55-64 Jahre	7 %	15 %	4 %	7 %	4 %
65-74 Jahre	7 %	8 %	4 %	0 %	1 %
75 Jahre und älter	3 %	4 %	1 %	3 %	0 %

Quelle: Eigene Erhebung. n=73, Mehrfachnennungen möglich.

Ansprüche, Erwartungen und Vorlieben

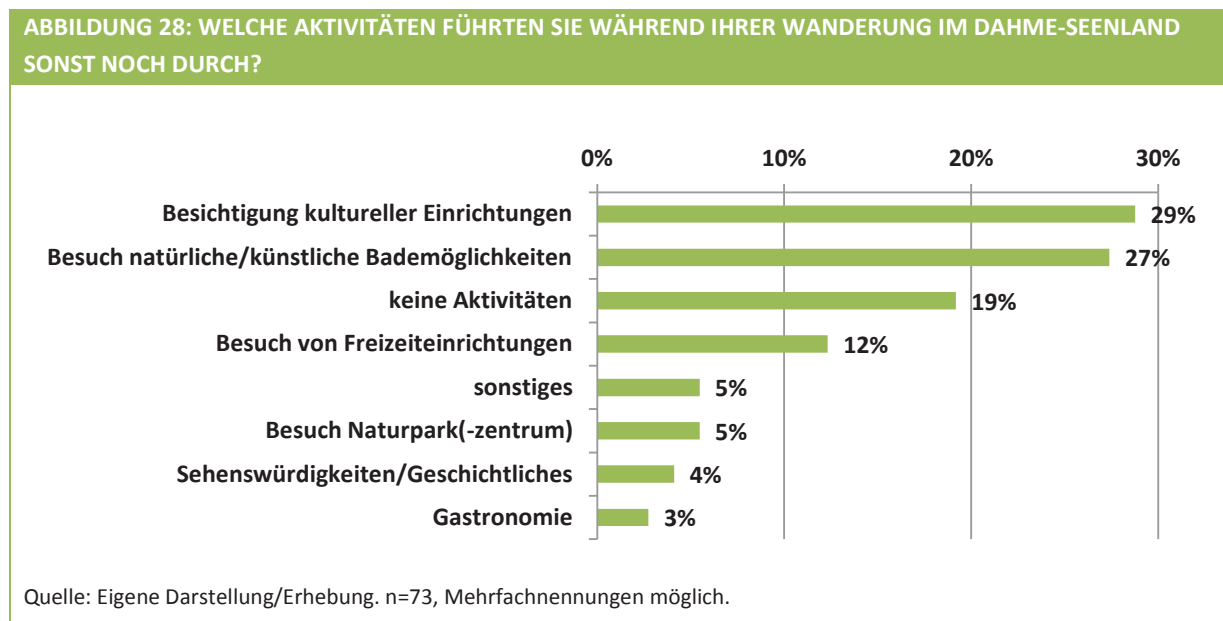
Rund 85 % der befragten Wanderer gaben an, dass die Landschaft/Natur ihnen am besten gefallen hat. Die 66 %, die aufgrund der Natur/Landschaft eine Wanderung im Dahme-Seenland unternommen haben, gaben ebenfalls an, dass diese ihnen am besten gefiel. Über ein Viertel der Befragten sprachen die Vielseitigkeit/Abwechslung der Wege an. Auf die Beschilderung/Markierung an den Wanderwegen wird weniger Wert gelegt. (vgl. Abb. 41 Anhang S. XXIX) Erstaunlicherweise gaben 41 % der befragten Wanderer an, dass sie nichts zu kritisieren hätten, 16 % störte der Autoverkehr an den Wanderwegen und 10 % die Reiter. Mit jeweils 8 % werden fehlerhafte Wanderkarten, zugewachsene Aussichten und irreführende Wegweisungen bemängelt. Herumliegender Abfall und Mücken störten nur noch 7 %. (vgl. Abb. 42 Anhang S. XXIX)

Bevorzugt gewandert wird Freunden/Bekanntem/Verwandten (29 %) oder mit dem Partner (29 %). In größerer Gemeinschaft, also mit dem Wanderverein auf Wandertour zu gehen, wird von 22 % favorisiert. 7 % waren mit ihren Kollegen unterwegs im Dahme-Seenland. (vgl. Abb. 27)



Zusätzliche Aktivitäten während der Wanderung

Über ein Viertel der befragten Wanderer besichtigten kulturelle Einrichtungen und besuchten v. a. natürliche Bademöglichkeiten oder besuchten verschiedene Freizeiteinrichtungen (12 %). Für 19 % stand der Hauptaspekt – das Wandern – im Vordergrund. Zu den sonstigen Angaben (5 %) zählten bspw. die Teilnahme am Sportfest der Finanzämter Brandenburgs oder eine Wanderung mit einem Lama oder Alpaka. Weitere 5 % besuchten den Naturpark bzw. das Naturparkzentrum in Prieros. Sehenswürdigkeiten oder Geschichtliches sind bei einer Wanderung von nachrangiger Bedeutung. (vgl. Abb. 28)



Werden die zusätzlichen Aktivitäten während der Wanderung nach dem Alter ausgewertet, werden v. a. die kulturellen Einrichtungen von den Altersgruppen der 45–74-Jährigen besucht. Der Besuch des Naturparks bzw. des Naturparkzentrums sowie der Besuch von Freizeiteinrichtungen liegt bei allen Altersgruppen zwischen 0 %-1 %, außer bei den 35–44-Jährigen. Künstliche oder natürliche Bademöglichkeiten werden besonders von den 45–54-Jährigen (11 %) und den 55–64-Jährigen (8 %) besucht. Für weitere 10 % der 45–54-Jährigen stand die Wanderung im Vordergrund. 14 % konnten nicht in die Auswertung aufgenommen werden, da die Altersangabe fehlte. Zu den sonstigen Angaben zählen das Sportfest der Finanzämter des Landes Brandenburg, Sehenswürdigkeiten/Geschichtliches, Gastronomiebesuche und Lamawanderungen.

TABELLE 26: ZUSÄTZLICHE AKTIVITÄTEN WÄHREND DER WANDERUNG NACH ALTER

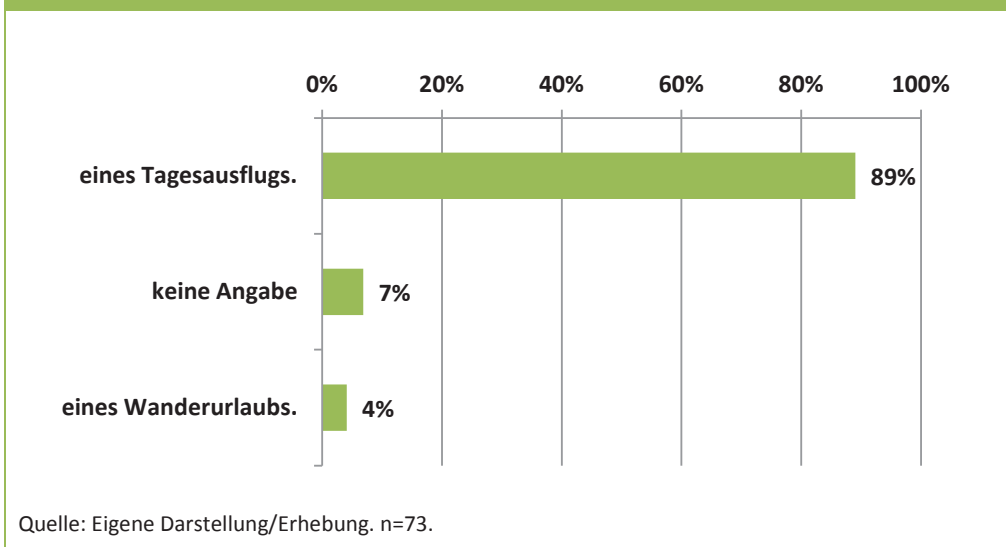
Alter	Besichtigung kultureller Einrichtungen	Besuch Naturpark (-zentrum)	Besuch von Freizeiteinrichtungen	Besuch von natürlichen/künstlichen Bademöglichkeiten	keine Aktivitäten	sonstiges
16-24 Jahre	0 %	0 %	1 %	1 %	1 %	3 %
25-34 Jahre	1 %	1 %	0 %	1 %	3 %	7 %
35-44 Jahre	1 %	0 %	4 %	1 %	1 %	4 %
45-54 Jahre	7 %	0 %	1 %	11 %	10 %	4 %
55-64 Jahre	5 %	1 %	1 %	8 %	3 %	8 %
65-74 Jahre	7 %	1 %	0 %	1 %	0 %	3 %
75 Jahre und älter	4 %	0 %	1 %	0 %	0 %	1 %

Quelle: Eigene Erhebung. n=73, Mehrfachnennungen möglich.

Wandern im Urlaub und als Tagesausflug

Laut dem BMWi ist „Wandern [...] eine Aktivität, die sowohl in der Freizeit als auch im Urlaub durchgeführt wird. [...] Quantitativ findet das meiste Volumen allerdings im Tagesausflug statt.“ (BMWi 2010, S. 50-A) Für das Dahme-Seenland trifft diese Aussage zu, denn fast 90 % der Befragten führten ihre Wanderung innerhalb eines Tagesausflugs durch. Nur 4 % der befragten Wanderer besuchten das Dahme-Seenland innerhalb eines Wanderurlaubs. (vgl. Abb. 29) Während ihrer Wanderungen besuchten sie ebenfalls die natürlichen und künstlichen Bademöglichkeiten in der Region und besichtigten kulturelle Einrichtungen. Durchschnittlich verweilten die übernachtenden Wanderer ca. 2 Tage auf Campingplätzen/Feriensiedlungen oder bei Freunden/Bekanntem/Verwandten der Region. Die Ausgaben für die Unterkunft, Cafés/Restaurants, Lebensmittel/Getränke, Verkehrsmittel/ÖPNV, Eintrittsgelder für Unterhaltung/Kunst/Kultur/Sport und Sonstiges der übernachtenden Wanderer können aufgrund fehlender Angaben nicht ausgewertet werden.

ABBILDUNG 29: IHRE LETZTE WANDERUNG IM DAHME-SEENLAND GESCHAH IM RAHMEN...



3.5 WIRTSCHAFTSFAKTOR WANDERN

Im folgenden Kapitel werden die wirtschaftlichen Effekte (Umsatz, Einkommen, Arbeitsplatzeffekte) der Wandererzählung dargestellt sowie der Wirtschaftsfaktor anhand eines Angebots aus dem Katalog Ferienwandern 2012 berechnet. Eine Auswertung der Frage „Wie viel Geld haben sin in etwa pro Person an einem Tag während ihres Aufenthalts im Dahme-Seenland ausgegeben?“ des Fragebogens ist nicht möglich, da die Angaben der befragten Wanderer zu gering ausfielen.

wirtschaftliche Effekte der Wandererzählung

Die ca. 55.000 Wanderer werden entsprechend des Verhältnisses Tagesreisen pro Übernachtung aufgeteilt. Für das Dahme-Seenland (incl. Oder-Spree-Seengebiet) liegt das Verhältnis bei 11,9 Tagesreisen pro Übernachtung. (DWIF 2007, S. 72) Dementsprechend sind ca. 4.260 Aufenthaltstage von Übernachtungsgästen und 50.740 Tagesgäste zu kalkulieren. Ein wandernder Tagesausflügler gibt pro Tag 15,54 Euro und ein übernachtender Wanderer pro Tag 59,85 Euro aus. (BMW 2010-A, S. 62)

Auch hier können die Ausgaben der Wanderer für die Ausrüstungsgegenstände, die entweder primär zum Wandern angeschafft wurden oder aus anderen Gründen, die Aufwendungen des Wandererwegeberats sowie An- und Abreisekosten zu und von den Wanderungen nicht beziffert werden.

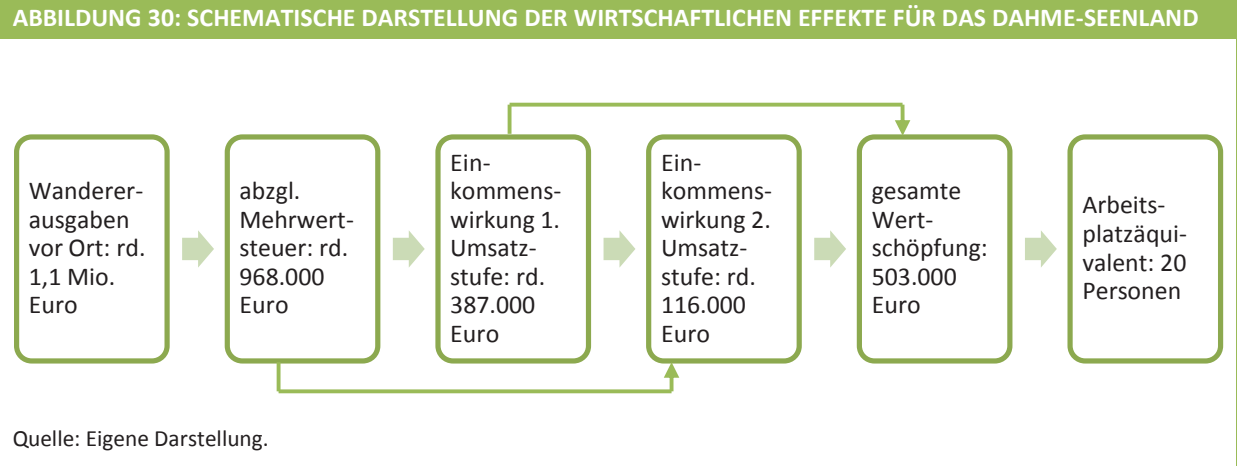
Anhand der Werte ergibt sich für die Wanderwege für das Jahr 2013 ein Gesamtumsatz von ca. 1.067.440 Mio. Euro (rd. 1,1 Mio. Euro) (ca. 811.840 Euro aus dem Bereich der Tagesausflügler und 255.600 Euro aus dem Bereich der übernachtenden Wanderer). Bereinigt um den durchschnittlichen Mehrwertsteuersatz von rd. 12 %² entsteht ein Nettoumsatz von rd. 968.000 Euro. Dieser Umsatz bewirkt Einkommenseffekte in Höhe von rd. 387.000 Euro (1. Umsatzstufe 40 %) und rd. 116.000 Euro (2. Umsatzstufe 30 %). Die Gesamtwertschöpfung entspricht somit 503.000 Euro. (vgl. Abb. 30)

Auf Basis der berechneten Gesamtwertschöpfung von 503.000 Euro kann die Zahl der Beschäftigten, die direkt oder indirekt vom Tourismus leben näherungsweise ermittelt werden. Eine exakte Berechnung ist nicht möglich, da der Tourismus eine Querschnittsbranche ist. Für eine realistische Berechnung der Vollzeitarbeitsplätze wird die Gesamtwertschöpfung durch das durchschnittliche Pro-Kopf-Volkseinkommen (rd. 25.000 Euro) eines Brandenburgers³ geteilt. (AMT FÜR STATISTIK BERLIN-BRANDENBURG 2013-B, S. 10)

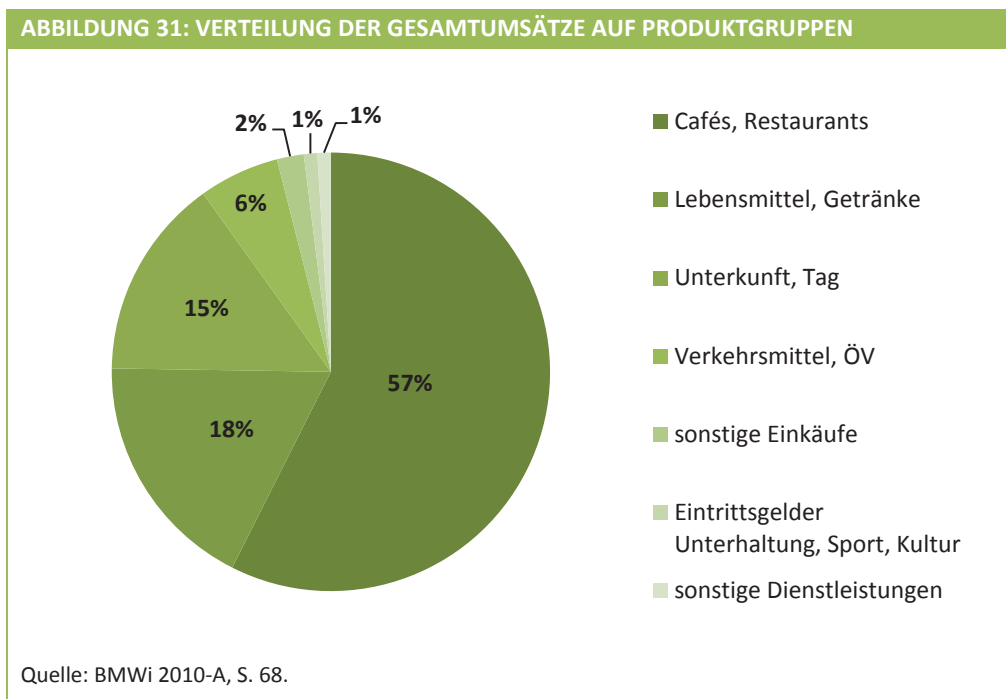
² Berechnet auf Grundlage der durchschnittlichen Mehrwertsteuersätze des dwif.

³ Da speziell für die Tourismusbranche keine Werte ermittelbar waren, wurden die Daten aus dem Bereich Handel, Verkehr, Gastgewerbe, Information und Kommunikation entnommen.

Somit können rd. 20 Personen (rechnerisch) ihr Einkommen aus dem über die Wanderwege induzierten Umsatz beziehen. (vgl. Abb. 30)



Von den Umsätzen profitieren laut BMWi zu fast 60 % die Cafés und Restaurants. Am geringsten verteilen sich die Gesamtumsätze auf die Eintrittsgelder und sonstige Dienstleistungen. (vgl. Abb. 31)



Gegenüberstellung der Kosten

Den ermittelten Umsätzen stehen jährlich Marketingkosten des TV Dahme-Seen von 40.000 Euro (7.000 Euro für Messen) gegenüber. Laut Frau Frank, Abteilung Marketing, kann das Thema Wandern mit keinem genauen Prozentsatz beziffert werden. (FRANK, J., 2013)

Urlaubsbeispiel „Auf dem 66-Seen-Weg und im Spreewald“

Dieses Angebot mit dem Titel „Auf dem 66-Seen-Weg und im Spreewald“ wurde von Herrn Reschke geplant und durchgeführt. (DWV 2012, S.38) Er berechnete ebenfalls die entstehenden Einnahmen durch diese Wanderwoche, die vom 28. April bis 06. Mai 2012 (=acht Übernachtungen mit Frühstück) durchgeführt wurde. Insgesamt nahmen zehn Gäste aus verschiedenen Bundesländern Deutschlands teil. Sieben Personen schliefen im Sophienhof in KW, zwei Personen in einem anderen Hotel und eine Person in einem Privatzimmer. Werden nachfolgend die Übernachtungen mit Frühstück mit den geschätzten bzw. recherchierten Übernachtungspreisen multipliziert, entstehen Einnahmen in Höhe von rund 6.000 Euro. Zu den Einnahmen aus den Übernachtungen kommen zusätzlich noch Einnahmen durch die Abendessen (inklusive Getränke). Hierbei wird ein Wert von 20 Euro pro Essen festgesetzt (=1.600 Euro). Folglich ergibt sich ein Gesamtwert von über 7.600 Euro. (vgl. Tab. 27)

TABELLE 27: AUSGABEN ÜBERNACHTUNGEN UND ABENDESSEN					
Unterkunft	Anzahl Personen	Anzahl Übernachtungen	Gesamt-übernachtungen	Ausgaben Übernachtung in Euro Doppelzimmer (geschätzt) ⁴	Gesamte Einnahmen in Euro
Hotel Sophienhof	7	8	56	ca. 79	4.424
anderes Hotel	2	8	16	ca. 79	1.264
Privatzimmer	1	8	8	ca. 30	240
Gesamt Übernachtungen	10		80		5.928

Quelle: Eigene Darstellung.

Weiterhin fanden sieben Wanderungen, eine Spreewaldkahnfahrt, eine Schifffahrt ab Teupitz, eine Schifffahrt ab Bad Saarow und eine Bustaxifahrt mit dem Unternehmen Palm aus Halbe statt. Die gesamten Kosten wurden umgelegt und mit allen Gästen abgerechnet.

⁴ Einige Male wurden zusätzlich noch Lunchpakete bestellt.

Zu den Übernachtungsgästen kamen 37 Tagesgäste zu den jeweiligen Wanderungen hinzu.

- 11 Personen am 29. April 2012 KW – Krummer See – KW (incl. Einkehren)
- 8 Personen am 30. April 2012 Wendisch-Rietz – Bad Saarow + Schifffahrt
- 7 Personen am 01. Mai 2012 Wendisch-Rietz – Neuendorf + Spreewaldkahnfahrt
- 0 Personen am 02. Mai 2012 Parks in Potsdam
- 0 Personen am 03. Mai 2012 Heideseen, Oderin – Köthen + Einkehren
- 0 Personen am 04. Mai 2012 Briesetal ab Birkenwerder
- 11 Personen am 5. Mai 2012 Schenkenländchen um Teupitz+ Schifffahrt

Bei den Wanderungen am 29. April 2012 und 3. Mai 2012 wurde eingekehrt und bei den Schifffahrten zusätzliches Geld ausgegeben.

TABELLE 28: AUSGABEN BEI WANDERUNGEN			
	Anzahl Personen	Ausgaben in Euro	Gesamte Ausgaben in Euro (ca.)
Einkehren Übernachtungsgäste	10	4	40
Einkehren Tagesgäste	30	10	300
Essen und Getränke für unterwegs			700
Spreewaldkahnfahrt Tagesgäste	8	15	120
Schifffahrt, Bussonderfahrt Tagesgäste	8	25,63	205
Fahrgelder Tagesgäste	37	7 (Tageskarte ABC)	259
Gesamt (ohne Fahrgelder Tagesgäste)			1.365
Gesamt Übernachtungen und Abendessen			7.528
Gesamt			8.893
Quelle: Eigene Darstellung.			

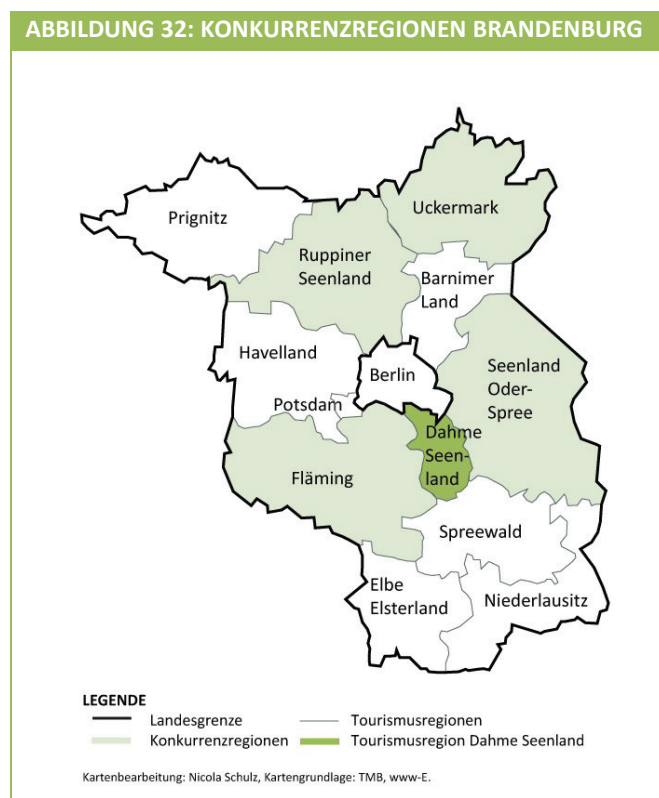
Es entsteht somit ein Gesamtwert von rund 9.000 Euro, wenn noch die zusätzlichen Bedarfsgegenstände wie Postkarten, Souvenirs und Kleinbedarf hinzugezogen werden. Dieser Wert kommt der Tourismusdestination zu Gute. Weiterhin zahlte jeder Wandergast an den Wanderleiter, Herr Reschke, eine Teilnahmegebühr von 3 Euro (107 Gesamtzahl der Teilnahmen x 3 Euro = 321 Euro). (vgl. Tab. 28)

Der Wanderleiter erzielte 321 Euro Einnahmen durch die sieben Wanderungen, die er in Eigenregie und ohne Beanspruchung von weiteren Kosten realisierte und gleichzeitig der Region Einnahmen von ca. 9.000 Euro vermittelten. Zusätzliche Werbeeffekte für die Region sind dagegen nicht monetär fassbar.

3.6 KONKURRENZANALYSE

In Deutschland gibt es eine Vielzahl an Wanderregionen. „Mit annähernd 200.000 Kilometern markierten Wanderwegen bietet das Reiseland Deutschland unzählige Varianten zum Genusswandern, für die sportliche Herausforderung, zu Begegnungen mit der Natur und für Kulturerlebnisse.“ (DZT 2011, S. 1) Die räumliche Verteilung dieser Regionen ist sehr unterschiedlich. Von den Küstenregionen über das Mittelgebirge bis hin zu den Hochgebirgen sind Wanderregionen anzutreffen.

In Brandenburg gibt es, laut dem Wandermagazin, sieben Wanderregionen. Dazu zählen der Barnim mit dem Oderbruch, der Fläming mit Zauche und Teltow, das Havelland, die Niederlausitz mit dem Spreewald, die Prignitz, das Ruppiner Land und die Uckermark mit der Schorfheide. (vgl. Abb. 32; W&A MARKETING & VERLAG GMBH, WWW) Ende des Jahres 2012 veröffentlichte das Wandermagazin einen Pocketguide im dem vier Wanderregionen, das Ruppiner Seenland, der Fläming, das Seenland Oder-Spree und die Uckermark, anhand von 24 Wandertipps präsentiert werden. (W&A MARKETING & VERLAG GMBH 2012) Diese vier Regionen werden als Konkurrenzdestinationen für das Dahme-Seenland gesehen und auf ihre allgemein touristischen Angebote und Nachfrage sowie auf ihre wandertouristischen Angebote hin untersucht. Dabei werden die zugesandten wandertouristischen Informationsmaterialien und die entsprechenden Internetseiten analysiert. (vgl. Tab. 44 Anhang S. XXX)



Das Dahme-Seenland, der Fläming, das Ruppiner Seenland und das Seenland Oder-Spree grenzen direkt an Berlin. Jedoch ist das Dahme-Seenland „[...] das traditionelle Naherholungsgebiet der Großstädter.“ (TMB, www-D) Alle Reiseregionen bieten eine Vielzahl an Gewässern, Wäldern, Wiesen und Feldern. Die Erreichbarkeit aller Regionen in Brandenburg ist durch die Autobahn oder den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) gesichert. Alle Destinationen befinden sich in einer abwechslungsreichen Landschaft in Naturparke, mitunter in Nationalparke und Biosphärenreservate. Ebenfalls bieten alle Regionen kulturelle und historische Stadtgeschichten.

Hinsichtlich der offiziellen Touristinformationen bietet das Dahme-Seenland vergleichsweise wenig Informationsstellen. Zwei Stellen sind mit dem Qualitätssiegel Service Q zertifiziert. Ebenfalls gibt es vergleichsweise wenig gewerbliche Beherbergungsbetriebe. Dennoch weist die kleinste Reiseregion, das Dahme-Seenland, im Vergleich zu allen Reiseregionen im Februar 2013 mehr Gäste und Übernachtungen auf. Jedoch hat das Dahme-Seenland die niedrigste durchschnittliche Verweildauer.

Hinsichtlich der Sehenswürdigkeiten verfügen die Regionen über eine Vielzahl an thematisch unterschiedlichen Angeboten mit jeweils abwechselnden Schwerpunkten. Das Dahme-Seenland verfügt über keinen historischen Stadtkern der Arbeitsgemeinschaft „Städte mit historischen Stadtkernen“ des Landes Brandenburg.

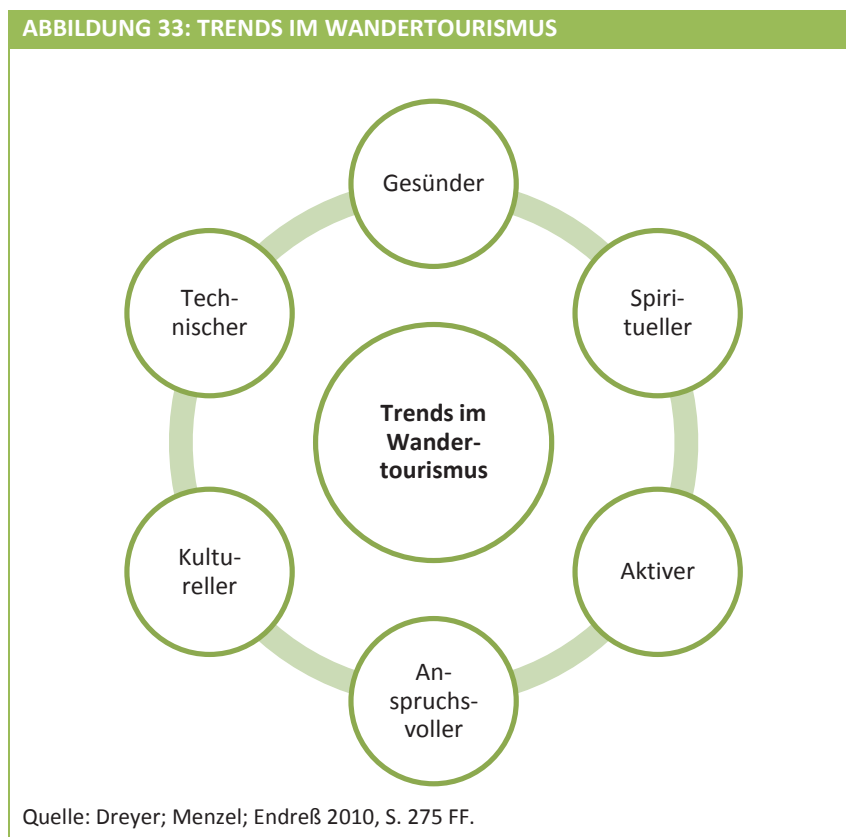
Alle Regionen verfügen über eine Vielzahl an vermarkteten regionalen und überregionalen Wanderwegen, ebenso wie über geführte Wanderungen und Veranstaltungen mit unterschiedlich thematischen Schwerpunkten. Doch nur der Fläming, das Seenland Oder-Spree und die Uckermark verfügen über zertifizierte Wanderwege. Als einzige Region verfügt die Uckermark über zertifizierte Gastgeber. Im Internet auffindbare Pauschalangebote gelten für den Fläming und die Uckermark. Das Ruppiner Seenland, der Fläming und das Seenland Oder-Spree besitzen Wandervereine.

4 WANDERTOURISMUS ALS ENTWICKLUNGSCHANCE FÜR DAS DAHME-SEENLAND

4.1 TRENDS IM WANDERTOURISMUS

Durch die globale wirtschaftliche Situation, den demografischen Wandel und die Auswirkungen des Klimawandels, aber auch durch die Veränderung der Arbeitswelt, die sich auf das Konsum- und Zeitbudget der Menschen auswirkt, beeinflussen die touristische Attraktivität einer Region. (DREYER; MENZEL; ENDREß, 2010, S. 269 F.)

Neben den wichtigsten Reisebedürfnissen wie Bequemlichkeit, Sicherheit, Luxus versus Discount-Angebote, Klimafreundlichkeit, Gesundheit, Erlebnis, Individualität, Spontaneität und Sinnorientierung darf die Entwicklung des Wandertourismus nicht unabhängig von den Tourismustrends begutachtet werden. (vgl. Abb. 33; DREYER 2009, S. 21) Neben den zuvor genannten Bedürfnissen dürfen sieben weitere Trends nicht außer Acht gelassen werden. Aus diesen Trends ergeben sich neue Herausforderungen für die Region, die eine Segmentierung ihres Wandermarkts, anhand von Themenmarketing und Zielgruppenansprache, durchführen sollten. (DREYER; MENZEL; ENDREß 2010, S. 274 FF.)



Anhand dieser Trends lassen sich Entwicklungsrichtungen für den zukünftigen wandertouristischen Urlaubs- und Freizeitmarkt ableiten. Dies schlüsselt das BMWi wie folgt auf:

TABELLE 29: WANDERTOURISTISCHE ENTWICKLUNGSRICHTUNGEN URLAUBS- UND FREIZEITMARKT				
Marktsegment	Entwicklungsrichtung		Zielgruppenänderung	Schwerpunkte
	kurz- und mittelfristig	langfristig		
Wanderungen im Rahmen von Tagesausflügen	Wachstum	Stagnation und Schrumpfung	45-bis 65-Jährige: moderates Wachstum 60 plus: stärkeres Wachstum	wohnnortnahe Erholungsformen, Gesundheit mit hoher Bedeutung, Naturerlebnis
Wanderungen im Rahmen von Kurzurlauben	leichte Zunahme, bei Senioren stärkere Zunahme	Stagnation und Schrumpfung	bis 45 Jahre: rückläufige Tendenz 60 plus: zunehmende Tendenz	Auslandsdestinationen gewinnen an Bedeutung: Gesundheit, Komfort, Naturerlebnis
Wanderungen im Rahmen von längeren Urlauben	leichte Steigerung zu Lasten anderer Urlaubsformen, bei Senioren stärkere Zunahme	-	leichtes Nachfrageplus bei allen Zielgruppen, Bedeutungszuwachs bei Senioren	Auslandsdestinationen mit steigenden Marktanteilen, weniger Streckenwanderungen, Gesundheit, Kultur, Natur als Schlüsselthemen, Komfort

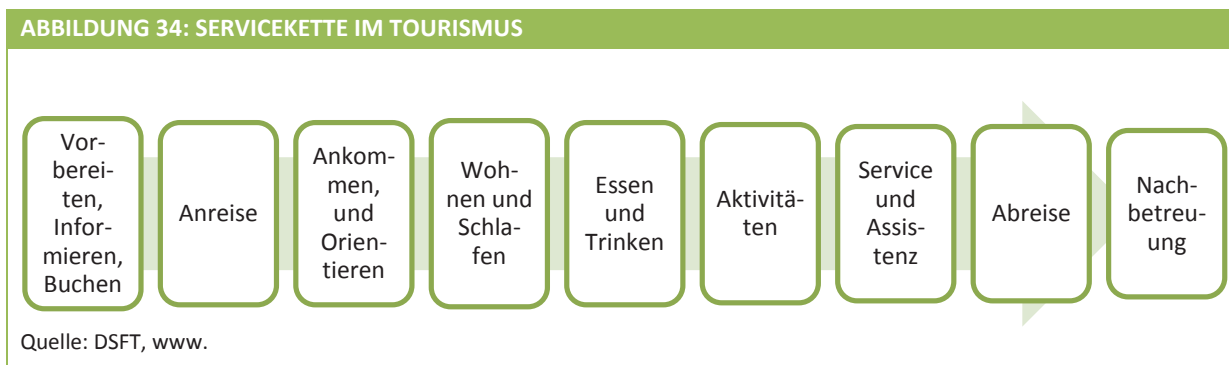
Quelle: BMWi 2010-A, S. 131.

Wie auch schon Herr Reschke feststellte, ist „die älter werdende, aber rüstige Gesellschaft [...] ein Potential [an] zahlungswilligen und zahlungskräftigen Touristen[...] Es ist generell so, dass mit zunehmendem Alter auch eine zunehmende Bequemlichkeit einhergeht. Man zahlt gern für Qualität und verzichtet eher auf billige Fernreisen zugunsten anspruchsvoller Reisen in der Nähe. Personen, die immer in den Bergen gewandert sind, suchen im Alter bequeme, leicht wanderbare, aber die gewohnte Qualität bietende Wandersituation.[...] Wandern in Deutschlands Flachlandgebieten ist im Aufwind begriffen, aber nur dort, wo Qualität geboten wird, wandert man und empfiehlt weiter.(RESCHKE, M., INTERVIEW)

4.2 HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN MIT MAßNAHMEN

Unter Berücksichtigung der Stärken und Schwächen ergeben sich verschiedene Aufgaben, die im Folgenden aufgelistet werden.

Für die Entwicklung einer Wandertourismusregion ist einerseits eine gute Qualität entlang der Servicekette notwendig, andererseits benötigt der Wandertourismus „einen ‚Leuchtturm‘ in Form eines außergewöhnlichen Wanderangebots“. (DREYER; MENZEL ENDREß 2010, S. 229) Dieses Wanderangebot kann bspw. „ein thematisch inszenierter Wanderweg sein, der mit attraktiven Aussichten, kulturellen Sehenswürdigkeiten und Einkehrmöglichkeiten inhaltlich und emotional ‚aufgeladen‘ werden kann.“ (DREYER; MENZEL; ENDREß 2010, S. 229 F.).



Die Handlungsfelder für das Dahme-Seenland im Bereich des Wandertourismus umfassen insbesondere die Qualifizierung der Information, der Verpflegung, Unterkunft und wandertouristischen Aktivitäten. (vgl. Abb. 34)

Aufgrund eines steigenden Konkurrenzdrucks gewinnt die Frage nach **Qualität** im Tourismus immer mehr an Bedeutung. „Im allgemeinen Sinne umfasst Qualität eine Gesamtheit von Eigenschaften und Merkmalen eines Produktes oder einer Dienstleistung, die sich auf deren Eignung und Erfüllung festgelegter oder vorausgesetzter Erfordernisse beziehen. Heute jedoch hat sich die relative Qualitätsdefinition durchgesetzt; d.h., die Qualität einer Dienstleistung ist abhängig von den Erwartungen der Gäste. Der Gast evaluiert und bestimmt, was Qualität ist.“ Somit reicht es heute nicht mehr nur die Erwartungen der Gäste zu erfüllen, sondern die Erwartungen zu übertreffen und die Gäste zu überraschen. (LTV Sachsen, www) Um die Erwartungen des Gasts zu erreichen, etablieren sich immer mehr Klassifizierungs- bzw. Zertifizierungssysteme, Qualitätslabels oder Wettbewerbe. Drei Komponenten bestimmen die Qualität: **Servicequalität** (ServiceQualität Deutschland), **Produktqualität** (DTV-Klassifizierung, DEHOGA-Klassifizierung,

i-Marke etc.) und die **Qualifizierungsoffensiven für das Personal** (Seminare der Industrie- und Handelskammer, Deutsche Seminar für Tourismus etc.).

Maßnahmen zur wandertouristischen Entwicklung

Im Folgenden werden Beispiele an Maßnahmen aufgezeigt, die die Entwicklung des Wandertourismus im Dahme-Seenland positiv beeinflussen bzw. dem Wandertourismus einen höheren Stellenwert verleihen können. Die Maßnahmen sind untergliedert nach den Thematiken „Wandertourismus“ und der „touristischen Organisation und Marketing“. Für diese Oberbegriffe wurden Ziele mit den jeweiligen Maßnahmen definiert, die sich hauptsächlich aus den Experteninterviews sowie aus der durchgeführten Analyse ergeben haben.

Wandertouristisches Angebot

- (wandertouristische) Qualifizierung der touristischen Fachkräfte und der TIs
 - Motivation und Schulung der Fachkräfte für die unterschiedlichen Bedürfnisse eines Wandergasts
 - Qualifizierung der Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe mit dem Siegel „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“, aber auch anderen Zertifizierungen
 - weitere Qualifizierung der Touristinformationen mit dem Siegel der i-Marke oder Service Q
 - Anreize zur Zertifizierung schaffen (Leistungsvorteile für qualifizierte Betriebe)
- Erweiterung des wandertouristischen Angebots
 - Einrichtung von Shuttleservice/Gepäcktransport, Rufbusse
 - Initiierung und Zertifizierung eines Qualitätswegs
 - Ausbau des Services an den Wanderwegen bspw. durch Aussichtspunkte, Rastplätze etc.
 - mehr zielgruppenspezifisch, geführte Wanderungen anbieten
 - Gründung eines Wandervereins
 - Kooperationen mit wandertouristischen Reiseanbietern
 - Findung von Sponsoren für wandertouristische (Groß-)Veranstaltungen, Bsp.: Krankenkasse, Rotes Kreuz, Sparkasse, Bausparkasse
 - Einführung einer „Dahme-Seen Wandernadel“ in Anlehnung an die Harzer Wandernadel
 - Entwicklung von jährlich stattfindenden Großveranstaltungen wie bspw. der BZ-Wandertag in 2011 oder Einführung einer Olympide oder eines Triathlons
 - Ausweitung des Speisenangebotes vor allem für Wanderer

- Vermarktung regionaler Produkte
 - Angebot von regionaltypischen Speisen
 - Speisekarten mit regionaler Geschichte
 - Erstellung von Programmen mit anderen touristischen Leistungsträgern bspw. „Dahme-Seenland kocht!“ in Anlehnung an „Plau kocht“
- Profilierung der Leistungsträger über wandertouristische Angebote
 - Entwicklung von zielgruppenspezifischen Pauschalangeboten, Kurzurlaubs- und Wochenendangebote, Tagesangebote
 - Orientierung aller an den spezifischen Bedürfnissen der Wandertouristen (Angebote von spezieller Kost, Shuttleservice, Rufbusse)
 - Ausrichtung der Öffnungszeiten der Gastronomiebetriebe, Kultureinrichtungen und TIs
- zielgruppenübergreifende Angebote
 - Qualifizierung und Zertifizierung der Angebote
 - thematische, zielgruppenspezifische Pauschalangebote auch in Verknüpfung mit anderen Aktivangeboten (Wasser, Rad)
 - regelmäßiger Informationsaustausch zwischen dem Wanderwegebeirat, den Leistungsträgern, der Forst etc.

Touristische Organisation und Marketing

- Ausbau des wandertouristischen Marketings
 - weitere wandertouristische Prospektmaterialien und Kampagnen erstellen
 - Vermarktung des Wanderpasses mit den entsprechenden Stempelstellen
 - thematische Sortierung der buchbaren Angebote
 - Werbematerialien der Gemeinden und Städte mit Corporate Design des TV Dahme-Seen versehen
 - mehr Leistungsträger in das Gastgeberverzeichnis und in die Publikation Gastronomie und Freizeit im Dahme-Seenland eintragen
 - Ausbau der Idee und bessere Vermarktung der Tourentaler Deutschland
- Verbesserung der Kommunikation über das Internet
 - übersichtlichere Internetseite mit Unterscheidung nach Themen bzw. Zielgruppen
 - Nutzung und Verlagerung von Daten und Inhalten nach soziale Netzwerke

- Anwendung eines Corporate Designs (vor allem die Internetseiten der Gemeinden des Dahme-Seenlands)
- touristische Akteure und Partnerseiten verweisen auf die jeweiligen anderen Seiten
- Entwicklung einer Wanderer-Onlineplattform für die Region
- Intensivierung der Zusammenarbeit mit den umliegenden Tourismusverbänden und anderen wandertouristischen Leistungsträgern
 - Leistungsträger in das Gastgeberverzeichnis der Tourismusverbände eintragen
 - Kooperationen mit wandertouristischen Leistungsträgern eingehen

5 KRITISCHE ABSCHLUSSBETRACHTUNG UND FAZIT

Kritische Abschlussbetrachtung

Eine erste Erfassung des Urlaubs- und Freizeitmarkts Wandern für das Dahme-Seenland sowie die Findung erster Erkenntnisse zu folgenden Fragestellungen waren das Ziel der vorliegenden Arbeit.

- Welche Zielgruppen wandern im Dahme-Seenland bzw. kann eine genaue Zielgruppe bestimmt werden?
- Welches Marktvolumen, das heißt, welche genaue Größe, Verteilung und Struktur der Wanderer ist im Dahme-Seenland zu finden bzw. kann ein genaues Marktvolumen bestimmt werden?
- Wie und was fragen die Zielgruppen im Dahme-Seenland nach?
- Welche gesamt- und regionalwirtschaftlichen Effekte ergeben sich daraus für die Region?

Die Findung von Antworten auf diese vier Ausgangsfragen geschah durch eine Wanderbefragung und -zählung. Eine kritische Abschlussbetrachtung der Wanderbefragung zeigt, dass

- die Auslage der Fragebögen bei den TIs eine sehr geringe Rücklaufquote erzielte. Dies könnte einerseits an der zu geringen Zahl an Wanderern in der Region liegen oder daran, dass sich die Wanderer in der Region auskennen und keine Informationen benötigen, andererseits wurde möglicherweise zu wenig auf die ausgelegten Fragebögen hingewiesen. Wiederum zeigte sich, dass eine persönliche Befragung der Wanderer eine höhere Resonanz erlangte. Dies zeigte sich auch bei der Ausgabe der Fragebögen bei den Lamawanderungen, die von Frau Selig-Smith durchgeführt wurden. Eine weitere Zusammenarbeit mit weiteren Natur-, Kultur- und Landschaftsführern wäre von Vorteil gewesen. Jedoch war der Fragebogen für eine mündliche Befragung bei den Wanderungen zu lang.
- Innerhalb des Fragebogens einige missverständliche Formulierungen auftraten wie bspw. die Eingrenzung der Region oder dass die letzte durchgeführte Wanderung beschrieben werden sollte und nicht die Wanderung, die die Wanderer am Tag der Befragung durchführten. Trotz eines Vortests konnten diese Fehler nicht vermieden werden. Ebenso schwierig war die Auswertung der Frage „Wie viel Geld haben Sie in etwa pro Person an einem Tag während Ihres Aufenthaltes im Dahme-Seenland ausgegeben?“. Da eine zu geringe Datenmenge zusammen getragen werden konnte, konnte diese Frage nicht ausgewertet werden.

- der Online-Fragebogen eine ebenso geringe Rücklaufquote erlangte. Problem hierbei war es, diesen an wandertouristische Dienstleister, Vereine und Verbände weiter zu leiten, da es wenig Informationsmaterial zu diesen gibt.
- die Anzahl der 145 befragten Wanderer sehr niedrig ist, um absolut aussagekräftige Ergebnisse über die Gesamtheit aller Wandergäste im Dahme-Seenland zu erhalten.

Eine kritische Abschlussbetrachtung der Wandererzählung und die dazu gehörige Hochrechnung zeigt, dass

- die Auswahl der Wanderwege, die Auswahl der Standorte an den Wanderwegen und die Auswahl des Zeitraums keine gehaltvolle Wanderzahl erbrachte. Eine direkte Vergleichbarkeit der einzelnen Wege ist daher nur bedingt möglich.
- die Hochrechnung bzw. das dafür verwendete Modell nicht genau ist, sondern eine grobe Hochrechnung zur Bestimmung der Anzahl an Wanderern auf den Wanderwegen im Dahme-Seenland, um einen Eindruck der Größenordnung zu gewinnen.

Weiterhin fehlten sowohl grundsätzliche Daten zur Auswertung der wandertouristischen Nachfrage als auch regionale wandertouristische Studien. Das grundsätzliche Verständnis für die Thematik Wandertourismus ist in der Region vorhanden, aber noch ausbaufähig.

Fazit

In der vorliegenden Arbeit wurden sowohl die (wander-)touristischen Angebote, die Nachfrageseite als auch die Zielgruppen für das Dahme-Seenland präsentiert und analysiert. Aufbauend auf den theoretischen Ausführungen zum Wandertourismus in Deutschland wurde der Wandertourismus im Dahme-Seenland abgebildet.

Wandertourismus im Dahme-Seenland unter dem Aspekt der Angebots-, Nachfrage- und Zielgruppenorientierung hat gezeigt, dass es bezüglich der angebotenen Wanderinfrastruktur, v. a. Gastronomie und Hotellerie noch einige Schwachstellen gibt, die im Bereich der Basisleistungen liegen. In Bezug auf die Wanderwegeinfrastruktur mit der entsprechenden Ausschilderung incl. der QR-Codes besteht nur ein sehr geringer Handlungsbedarf. Für die Zielgruppe der Wanderer müssen zielgruppengerechte und nutzerfreundliche Angebote geschaffen werden. Das Qualitätsprofil der Destination liegt ganz klar in der natürlichen Umgebung und dem landschaftlichen Wechsel zwischen Wiese, Wald und Gewässer. Dieses muss durch eine nachhaltige und umweltschonende Nutzungsweise geschützt und erhalten werden. Die Gründung eines Gremiums, bspw. eines Wandervereins aus verschiedenen regionalen Vertretern bietet ausgezeichnete Voraussetzungen für eine gemeinsame Arbeitsgrundlage und schafft Informationsdefizite und Kommunikationsschwierigkeiten ab. Grundsätzlich erbringt der Wandertourismus im Dahme-Seenland schon jetzt wirtschaftliche Effekte. Dies muss nur noch mehr herausgearbeitet werden. Die Wanderbefragung deckte sowohl Missstände als auch viele positive Ansätze einer qualitativen Entwicklung auf. Denn, wenn das Wandern im Dahme-Seenland in Zukunft touristisch attraktiv und wettbewerbsfähig werden soll, ist erforderlich, dass von Seiten des Landkreises ein Verständnis bei den touristischen Dienstleister geschaffen wird und die Bemühungen mit einem entsprechenden finanziellen Etat unterstützt werden. Doch die Situation kann sich erst im Verbund mit den Nachbarreiseregionen, dem Naturpark, den Forstbehörden, dem TV Dahme-Seen und einem Qualitätsweg grundlegend ändern. Denn die Destination kann nur entweder mit einem Qualitätswanderweg interessanter gestaltet werden oder sollte sich einem der beiden Nachbardestinationen als Teil dessen Wandergebiets anschließen. (nach RESCHKE, M., INTERVIEW) Der Erfolg des Wandertourismus in der Region ist davon abhängig, inwieweit die Erwartungen der Wanderer (über-)erfüllt werden.

ANHANG

ABBILDUNGEN UND TABELLEN

zu 1.2 Methodik und Datenbasis

Die nachfolgende Tabelle bietet einen Überblick über die drei Befragungen:

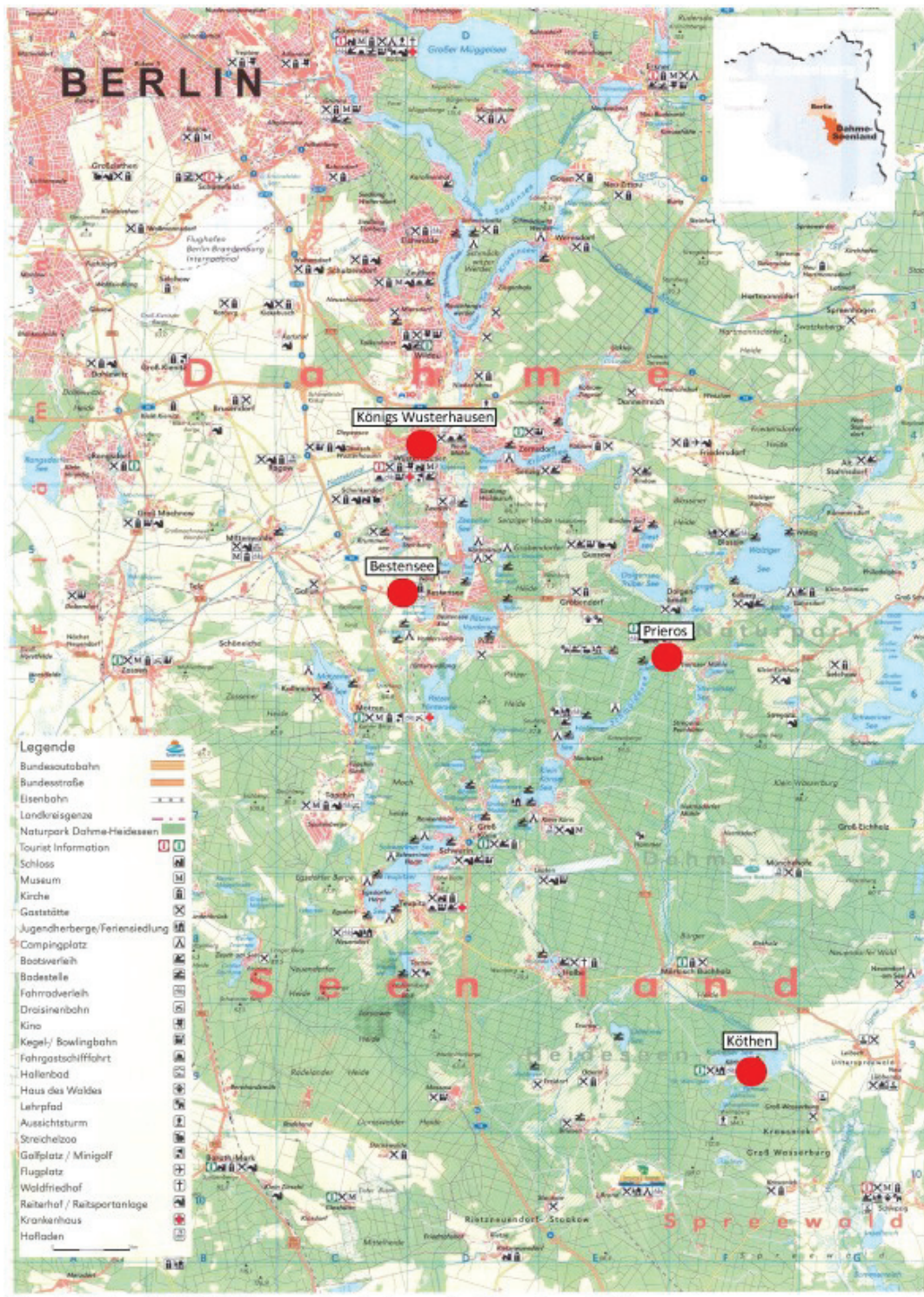
- vor-Ort-Befragung bei ausgewählten Wanderungen
- Online-Befragung
- Auslage des Fragebogens bei den regionalen TIs

TABELLE 30: ÜBERSICHT DER BEFRAGUNGEN					
Art der Befragung	Ort der Befragung	Zeitpunkt der Befragung	Anzahl der Befragten	Befragungsinstrument und -technik	Auswertungsprogramm
vor-Ort-Befragung bei ausgewählten Wanderungen	KW	20. April 2013, 25. April 2013, 03. Mai 2013 8.-9./15.-16./ 22.-23. Juni 2013	n=86	Fragebogen/Visitenkarte/ persönliches Interview	Microsoft Excel Microsoft Word
Online-Befragung	im Internet auf: www.umfrageonline.com	04. April 2013 bis 25. Juni 2013	n=33	Online-Fragebogen	
Auslage des Fragebogens bei den regionalen TIs	KW, Bestensee, Motzen, Teupitz, Märkisch Buchholz, Köthen	15. Mai 2013 bis 25. Juni 2013	n=26	Fragebogen/Visitenkarte	

Quelle: Eigene Darstellung.

zu 1.2 Methodik und Datenbasis

ABBILDUNG 35: STANDPUNKTE DER WANDERERZÄHLUNG



Kartenbearbeitung: Nicola Schulz, Kartengrundlage: Tourismusverband Dahme-Seen e. V. 2012

zu 1.2 Methodik und Datenbasis

Die nachfolgende Tabelle gibt einen Überblick über die durchgeführten Experteninterviews.

TABELLE 31: ÜBERSICHT DER EXPERTENINTERVIEWS			
Name	Institution	Zeitpunkt	Ort
Herr Reschke	Wegewart	22. Februar 2013	KW
Herr und Frau Rentmeister	Wegewarte	18. März 2013	KW
Herr Heyne, Herr Sonnenberg	Naturpark Dahme-Heideseen	25. März 2013	Prieros
Herr Peters	Wegewart	27. März 2013	KW
Frau Thien	TV Dahme-Seen	12. April 2013	KW
Frau Klaus	TV Dahme-Seen	15. Mai 2013	KW
Frau Schmidt Herr Mertke	Naturwacht Dahme-Heideseen	29. Mai 2013	Prieros
Quelle: Eigene Darstellung.			

zu 2.8 Qualitätszeichen im Wandertourismus

TABELLE 32: KRITERIEN QUALITÄTSWEG WANDERBARES DEUTSCHLAND		
Wegeformat		
naturnahe Wege (min. 1.000 m)	befestigte Wege mit Feinabdeckung (neutrale Wertung)	schlecht begehbare Wege (höchstens 300 m)
Verbunddecke (höchstens 500 m)	Pfade (min. 500 m)	auf befahrenen Straßen (höchstens 500 m)
neben befahrenen Straßen (höchstens 300 m)		
Natur/Landschaft		
Abwechslung min. 3 Formationswechsel	besonders attraktive Naturlandschaften min. 1 (mehr zählt doppelt)	natürliche Gewässer min. 1 (mehr zählt doppelt)
punktueller Naturattraktionen min. 1 (mehr zählt doppelt)	eindrucksvolle Aussichten min. 1 (mehr zählt doppelt)	natürliche Stille (min. 1.000 m am Stück)
Kultur/Zivilisation		
gefällige Ortszenen (min. 1) (mehr zählt doppelt)	lokale Sehenswürdigkeiten (min. 2)	überregionale Sehenswürdigkeiten (min. 1) (mehr zählt doppelt)
intensiv genutztes Umfeld (höchstens 300 m)	Gasthäuser (min. 1)	Haltepunkte für ÖPNV, PKW (min. 1)
Rastmöglichkeiten (min. 2)		
Wanderleitsystem/Besucherlenkung		
Vernetzung min. 2	nutzerfreundliche Markierung lückenlos, fehlerfrei, eindeutig	Wegweiserstandorte min. 2
<p>Die Kernkriterien müssen mit Bezug auf die gesamte Wegelänge auf jeden Fall folgende Bedingungen erfüllen:</p> <p>naturnahe Wege: mindestens 35 % der Gesamtstrecke schlecht begehbare Wege: höchstens 5 % der Gesamtstrecke, höchstens 1.500 m am Stück Verbunddecke: höchstens 20 % der Gesamtstrecke, nicht mehr als 3.000 m an einem Stück auf befahrenen Straßen: höchstens 3 % der Gesamtstrecke, höchstens 300 m an einem Stück neben befahrenen Straßen: höchstens 10 % der Gesamtstrecke, höchstens 3.000 m an einem Stück nutzerfreundliche Markierung: 100 % der Gesamtstrecke Abwechslung: mindestens 2 Formationswechsel auf 8 km Erlebnispotential: mindestens 4 Punkte auf 8.000 m aus den Wahlkriterien 13-19 intensiv genutztes Umfeld: höchstens 10 % der Gesamtstrecke, höchstens 3.000 m an einem Stück</p>		
Quelle: DWV 2011, o. S.		

zu 2.8 Qualitätszeichen im Wandertourismus

TABELLE 33: KERN- UND WAHLKRITERIEN QUALITÄTSGASTGEBER WANDERBARES DEUTSCHLAND		
Kernkriterien		
ein wanderfreundlicher Gastgeber muss 12 Kernkriterien erfüllen:		
ruhige Lage in schöner Landschaft	geringe Entfernung zum Wanderwegenetz	familiär-freundliche Atmosphäre
wanderkundiger Mitarbeiter	vielfältiges, gesundes Frühstück	regionale Küche
Aufnahme für eine Nacht	gutes Kartenmaterial der Region	Wandervorschläge und Tourenberatung
Informationen zu Sehenswürdigkeiten	Wetterstation und aktuelle Wetterinfos	Prospektständer
Wahlkriterien		
zusätzlich zu den Kernkriterien 1-12 müssen weitere 12 Wahlkriterien erfüllt werden:		
Nähe zu Natur-, Nationalpark oder Biosphärenreservat	regionale Themenwanderwege	geräumte Winterwanderwege
geführte Wanderungen	Wanderwochen	Kombitouren Fuß/Rad/Boot
Schlechtwetterangebote	Hotelklassifizierung	umweltbewusste Betriebsführung
wandertouristische Weiterbildung	regionaltypische Architektur	Sauna, Schwimmbad oder Massage
leichte Tageskarte	Lunchpakete, Thermofrühstück	vegetarische bzw. Vollwertgerichte
Bereithaltung von Fahrplänen	Hol- und Bringendienste	Gepäcktransport
schwarzes Brett für Wanderinfos	Vorträge über die Region	Verleih und Verkauf von Wandierzubehör
Ablegeschalen für Wanderschuhe	Trocken- und Putzmöglichkeiten	Säuberungsmöglichkeiten
Quelle: DTV 2003, S. 22f.		

zu 2.8 Qualitätszeichen im Wandertourismus

TABELLE 34: KERN- UND WAHLKRITERIEN QUALITÄTSREGION WANDERBARES DEUTSCHLAND		
Qualitätskriterien Wege/Besucherlenkung		
Wanderwegenetz (Vernetzung nach Innen)	Wanderwegenetz (Vernetzung nach außen)	Wanderwegenetz: Abdeckung der Region
Wanderwegenetz: Wanderfreundliches Wegeformat	einheitliches Wege- und Beschilderungskonzept	Vernetzung mit Wegweisern
wanderfreundliche Markierung	Ausgangspunkt Qualitätsregion: Abdeckung der Region	Ausgangspunkte Qualitätsregion: Ausstattung
Ausgangspunkte Qualitätsregion: Anbindung Gastronomie	Ausgangspunkte Wanderwege: Ausstattung	Qualitätstouren
Prädikatswanderweg		
Qualitätskriterien Gastgeber		
Bandbreite Angebot	Verteilung in der Fläche	Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland
Wanderkompetenz Gastgeber: Weitervermittlung	Wanderkompetenz Gastgeber: Newsletter Wandern	Wanderkompetenz Gastgeber: Fortbildung
Qualitätskriterien Service für Wanderer		
Angebotsvielfalt	Wanderkarte	Wanderbroschüre
Imagebroschüre	Internetpräsenz: Wandern	interaktive Wanderkarte
Mobilität	Wanderausrüstung	geführte Wanderungen
Wanderpauschalen		
Qualitätskriterien Tourist-Information		
Tourist-Informationen: Abdeckung der Region	Lage	wanderkompetente Mitarbeiter
Präsenz des Themas Wanderns	Auslage Wandern	aktuelle Informationen
Verkauf Infomaterial	telefonische Erreichbarkeit	
Organisation		
Rahmenvereinbarung	Vereinbarung Betreuung Wanderwege & Wanderwegebeschilderung	Naturschutz & Nachhaltigkeit
Regelung bei Wegsperrungen	Regelung Rettungsdienst	digitale Wegeverwaltung
Ansprechpartner Wandern		
Quelle: DTV 2013, o. S.		

zu 3.1 Abgrenzung der Region

ABBILDUNG 36: TOURISMUSREGIONEN DAHME-SEENLAND UND SPREEWALD



LEGENDE

Grenzen	Tourismusdestination
— Landkreisgrenze Dahme-Spreewald	■ Dahme-Seenland
— Gemeinde-, Stadt- und Amtsgrenzen	■ Spreewald
— Ortsteilgrenzen	

Kartenbearbeitung: Nicola Schulz, Kartengrundlage: Google Maps - © 2013 Google

zu 3.2.1 touristisches Angebot – Beherbergungsangebot

TABELLE 35: ANZAHL VORHANDENER BEHERBERGUNGSBETRIEBE LAUT ON- UND OFFLINEMEDIEN UND INTERNER LISTE

Verwaltungsbezirk	Hotels/Pensionen		Ferienwohnung/ Ferienhäuser/Privat		Campingplätze/ Feriensiedlungen		Jugendherbergen	
	On- und Offline	Interne Liste ⁵	On- und Offline	Interne Liste	On- und Offline	Interne Liste	On- und Offline	Interne Liste
Gemeinde Eichwalde	2	2 (1)	7	12 (4)	-	-	-	-
Gemeinde Schulzendorf	-	1	1	5 (1)	-	1	-	-
Gemeinde Wildau	-	-	-	3	-	-	-	-
Gemeinde Zeuthen	4	3 (2)	18	22 (7)	1	-	-	-
Gemeinde Bestensee	1	1 (1)	5	5 (4)	2	1 (1)	-	-
Gemeinde Heideseen	3	5 (2)	10	14 (3)	4	8 (4)	1	2
Gemeinde Schönefeld	11	8	4	4	-	-	-	-
Stadt Märkisch Buchholz	4	4 (2)	16	16 (1)	3	-	1	1
Stadt Teupitz	2	3	11	9	5	5 (2)	-	-
Gemeinde Groß Köris	6	7 (1)	17	23 (2)	1	4	1	1
Gemeinde Halbe	3	1	1	-	-	-	-	-
Gemeinde Münchehofe	-	-	2	2	-	-	-	-
Gemeinde Schwerin	2	1 (1)	9	12 (2)	-	-	-	-
Stadt KW	7	9 (3)	19	39 (18)	2	3 (1)	-	-
Stadt Mittenwalde	8	8 (2)	5	6 (2)	-	-	1	1
Gesamt	53	53 (15)	125	172 (44)	18	22 (8)	4	5

Quelle: Tourismusverband Dahme-Seen e. V. 2012.; Internetseiten der Gemeinden.

⁵ Bei der internen Liste handelt es sich um die angeschriebenen Beherbergungsbetriebe für das Gastgeberverzeichnis 2012/2013. Die Zahl in der Klammer ist die Zahl derer, die im Gastgeberverzeichnis 2012/2013 letztendlich zu finden sind.

zu 3.2.1 touristisches Angebot – Zertifizierung

TABELLE 36: ZERTIFIZIERTE BEHERBERGUNGSBETRIEBE				
	Deutsche Hotel- klassifizierung	Zertifizierung Ferienhäuser und -wohnungen⁶	Service Qualität Deutschland	Brandenburger Gastlichkeit
Gemeinde Eichwalde		2		
Gemeinde Schulzen- dorf		1		
Gemeinde Wildau		3		2
Gemeinde Zeuthen		5	1	2
Gemeinde Bestensee	1	3		1
Gemeinde Heidensee	1	7	3	
Gemeinde Schönefeld	2		1	2
Stadt Märkisch Buch- holz				
Stadt Teupitz				
Gemeinde Groß Köris		4		
Gemeinde Halbe				
Gemeinde Münchehofe				
Gemeinde Schwerin		1		
Stadt KW	1	31	1	4
Stadt Mittenwalde	1	1		1
Gesamt	6	58	6	12

Quelle: DTV, www.; DEHOGA, www.; Servicequalität Deutschland, www.; DWV, www.

⁶ Diese zertifizierten Ferienhäuser und -wohnungen wurden einer internen Übersicht des Tourismusverbands Dahme-Seenland e. V. festgestellt. Werden diese Angaben mit sterneferien.de, dem Portal des DTV, verglichen, ist auffällig, dass keines der Betriebe durch das Portal aufgeführt wird.

zu 3.2.1 touristisches Angebot – Freizeitinfrastrukturen und -angebote

TABELLE 37: KULTUR- UND WASSERTOURISTISCHE ANGEBOTE AN DEN WANDERWEGEN							
Rund- und Wanderwege	kulturtouristisches Angebot			wassertouristisches Angebot			
	Schloss	Museum	Kirche	Bootsverleih	Badestelle	Fahrgastschifffahrt	Hallenbad
Am Niederlehmer Luch			1	1		1	
Wanderlehrpfad um den Wernsdorfer See			2				
Krüpelsee			1	3	3	1	
"Klein Venedig"				1		1	
Tiergarten				1		1	
Funkerberg			1	1		1	1
Stadtwanderung KW	1	1	2	1		2	
Um den Zeesener See				1	1	1	
Sutschketal	1	1	3	1	1	2	
Tongruben Pätz/Gräbendorf			2	2	2		
Großer Tonteich			1		2		
Huschteese		1	1	1	1	1	
Prieroser Heide		1	1	1	1	1	
Stadtwanderung Märkisch Buchholz			1				
Köthener Heideseen					1		
Um den Klein Köriser See		1	1	1	5		
Fontanewanderweg (Wanderabschnitt in der Region Dahme-Seen)	3	7	12	9	18	5	1
Europäischer Fernwanderweg E10 66-Seen-Wanderweg rund um Berlin		3	4	1	5		
Höllengrundwanderweg mit Dahme-Wanderweg		1	3	1	1	1	1
Gesamt	5	16	36	26	41	18	3

Quelle: Eigene Darstellung unter Verwendung von: Tourismusverband Dahme-Seen e. V. 2009.

zu 3.2.1 touristisches Angebot – Freizeitinfrastrukturen und -angebote

TABELLE 38: WEITERE FREIZEITINFRASTRUKTUREN UND -ANGEBOTE AN DEN WANDERWEGEN										
Rund- und Wanderwege	Reiterhof	Fahrradverleih	Kegel- /Bowling- bahn	Kino	Golfplatz/ Minigolf	Aussichts- turm	Draisine	Streichelzoo		
Am Niederlehmer Luch										
Wanderlehrpfad um den Wernsdorfer See										
Kröpelsee			1							
"Klein Venedig"										
Tiergarten										
Funkerberg	1		1	1						
Stadtwanderung KW	1	1	2	1	1	1				
Um den Zeesener See										
Sutschketal	2	2	2	1	1	1				
Tongruben	2	2	2						2	
Pätz/Gräbendorf										
Großer Tonteich	1	1	1							
Huschtese	1	1								
Prieroser Heide	1	1								
Stadtwanderung Mär- kisch Buchholz										
Köthener Heideseen	1	1				1				
Um den Klein Köriser See	1									
Fontanewanderweg (Wanderabschnitt in der Region Dahme-Seen)	9	9	4	2	2	1	3			
Europäischer Fernwan- derweg E10 66-Seen-	3	3			1		2			

TABELLE 38: WEITERE FREIZEITINFRASTRUKTUREN UND -ANGEBOTE AN DEN WANDERWEGEN

Rund- und Wanderwege	Reiterhof	Fahrradverleih	Kegel- /Bowling- bahn	Kino	Golfplatz/ Minigolf	Aussichts- turm	Draisine	Streichelzoo
Wanderweg rund um Berlin								
Höllengrundwanderweg mit Dahme-Wanderweg	2		1	1				
Gesamt	25	21	14	6	5	4	5	2

Quelle: Eigene Darstellung unter Verwendung von: Tourismusverband Dahme-Seen e. V. 2009.

zu 3.2.3 wandertouristisches Angebot – Wanderwegeinfrastruktur

TABELLE 39: MARKIERTE (RUND-)WANDERWEGE IM DAHME-SEENLAND		
Bezeichnung	Kurzcharakteristik	Kennzeichnung
Wandern in KW		
Rundweg Am Niederlehmer Luch	„Das Niederlehmer Luch ist ein naturkundliches Kleinod. Mit Schautafeln, Bänken und einer kleinen Badestelle wird zum Verweilen eingeladen.“ Kombinierbar mit einem Restaurantbesuch oder einer Schifffahrt.	
Wanderlehrpfad um den Wernsdorfer See	Am Oder-Spree-Kanal entlang führt der Lehrpfad über zwei Fußgängerbrücken, wenig Siedlungsgebiet, viel Wald- und Naturlandschaften wieder zurück Richtung Schleuse Wernsdorf.	
Rundwanderweg Krüpelsee	„Die Strecke führt durch große Siedlungsgebiete, zum Teil an den Ufern des Krüpel- und Krimnicksees entlang, mit Bademöglichkeiten, historischen Sehenswürdigkeiten [...] und Erkundungsmöglichkeiten.“	
Rundweg „Klein Venedig“	„Eine [...] Wohn- und Parklandschaft mit kleinen Teichen und Kanälen.“	
Rundweg Tiergarten	„Der Weg führt größten Teils an den Ufern der Staabe und des Krimnicksees auf gut befahrbaren Waldwegen entlang.“	
Rundweg Funkerberg	„Der Rundweg Funkerberg verbindet landschaftlich reizvoll die Stadt KW mit dem Ort Wildau und der A10 Einkaufs- und Erlebniswelt.“	
Stadtwanderung KW	Die Sehenswürdigkeiten KWs werden mit den Naturräumen, der Einkaufsstraße, den gastronomischen Einrichtungen, den Verweilplätzen sowie den Stadt- und Uferwege verbunden.	
Wanderung um den Zeesener See	„Eine sportliche Wandertour mit Ausblicken auf den Zeesener See, mehreren Badestellen, Siedlungsgebieten, [...] und des Naturschutzgebietes Senziger Luch.“	
Wandern in Bestensee		
Sutschketalwanderung	Eine Wanderroute, die „die Innenstadt von KW mit dem Krumpfen See, dem Natur-	



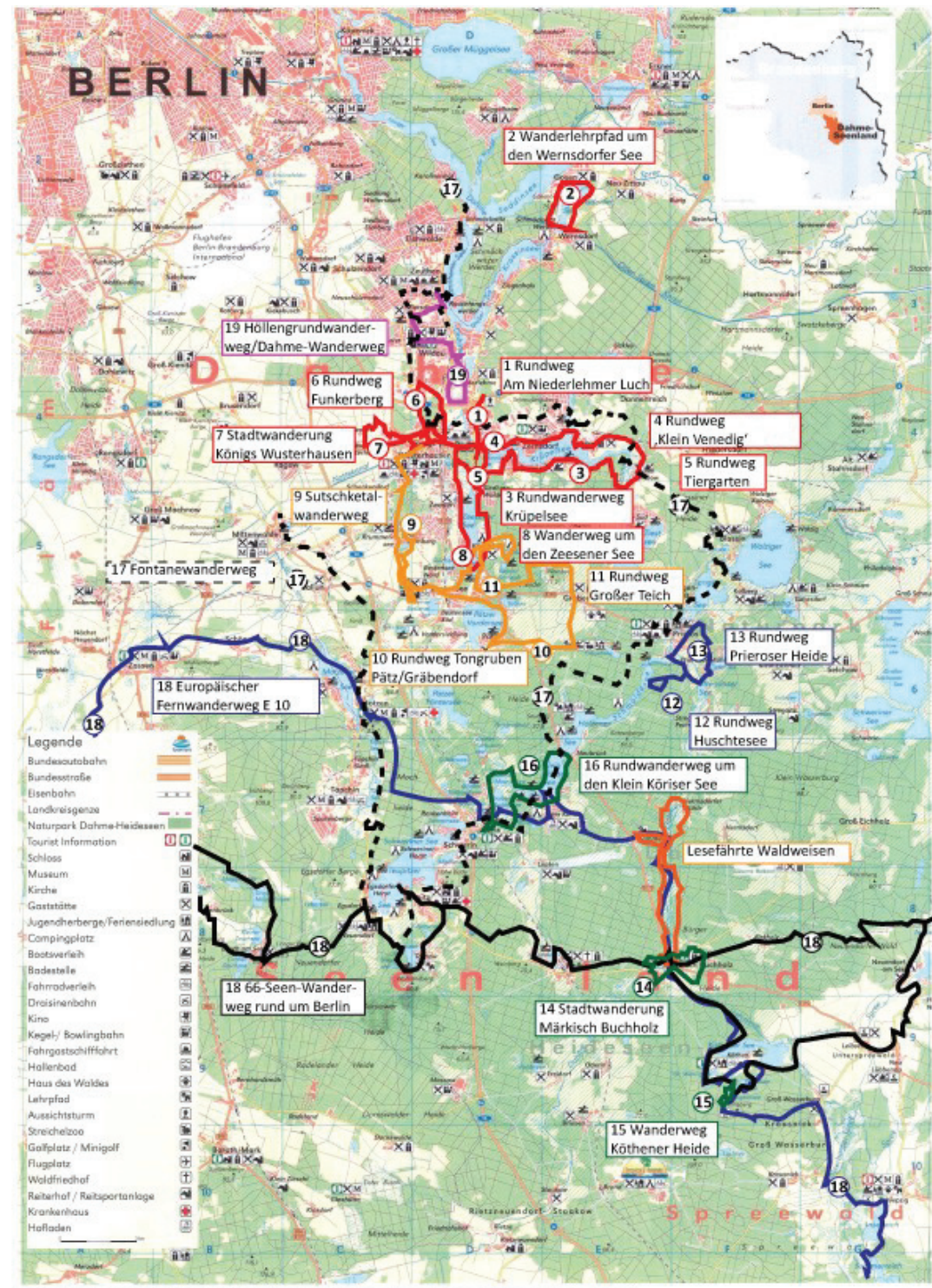
TABELLE 39: MARKIERTE (RUND-)WANDERWEGE IM DAHME-SEENLAND		
Bezeichnung	Kurzcharakteristik	Kennzeichnung
	schutzgebiet Sutschketal und dem Ort Bestensee verbindet.“	
Rundweg Tongruben Pätz/Gräbendorf	Ein Rundweg, der den Pätzer Vordersee, den Ort Pätz, die Dubrow, den Ort Gräbendorf sowie den Ort Bestensee verbindet.	
Rundweg Großer Tonteich	Dieser Weg führt vorbei an drei Seen: Todnitzsee, Kleiner und Großer Tonteich.	
Wandern in Heideseen		
Rundweg Huschtesee	„Die Strecke führt an den Ufern von Schmölde und Huschtesee entlang. Der Rundweg liegt inmitten des Naturparks Dahme-Heideseen [...].“	
Rundweg Prieroser Heide	Dieser Rundweg führt durch das Dorf Prieros mit seinen Sehenswürdigkeiten wie bspw. dem Biogarten, dem Botanischen Garten und dem Gestüt Prieros.	
Wandern im Schenkenländchen		
Stadtwanderung Märkisch Buchholz	„Eine Wanderung durch die Kleinstadt Märkisch-Buchholz, die auch als ‚Tor zum Spreewald‘ bezeichnet wird.“	
Wanderweg Köthener Heideseen	„Eine anspruchsvolle Route für landschaftlich und geologisch interessierte Wanderer [mit einem Höhenunterschied von über 100 m].“	
Rundwanderweg um den Klein Köriser See	„Die Wanderroute führt um den Großen und Kleinen Moddersee und um den Klein Köriser See.“	
Fernwanderwege im Dahme-Seenland		
Fontanewanderweg (Wanderabschnitt in der Region Dahme-Seen)	Der Wanderabschnitt des Fontanewanderwegs führt von Berlin nach KW, Bindow, Prieros, nach Neubrück und Groß Köris, Richtung Teupitz und Motzen bis nach Mittenwalde.	
Europäischer Fernwanderweg E10/ 66-Seen-Wanderweg rund um Berlin	„Der E10 lässt sich mit den örtlichen Wanderwegen und dem 66-Seen-Wanderweg kombinieren.“ Der Dahme-Seen-Abschnitt des 66-Seen-Wanderwegs, führt durch Motzen nach Groß Köris über Märkisch Buchholz Richtung Köthen.	

TABELLE 39: MARKIERTE (RUND-)WANDERWEGE IM DAHME-SEENLAND

Bezeichnung	Kurzcharakteristik	Kennzeichnung
Wandern zwischen Berlin und KW		
Höllengrundwanderweg mit Dahme-Wanderweg	Dieser Wanderweg führt durch das Naturschutzgebiet Höllengrund. Der Streckenverlauf ähnelt teilweise dem Fontanewanderweg.	 und Beschilderung Dahme-Wanderweg auf Holzschildern
Quelle: Tourismusverband Dahme-Seen e. V. 2009.		

zu 3.2.3 wandertouristisches Angebot – Wanderwegeinfrastruktur

ABBILDUNG 37: 19 WANDERWEGE IM DAHME-SEENLAND DES TV DAHME-SEEN



zu 3.2.3 geführte thematische Wanderungen und Touren in 2013 – der Wandervereine

TABELLE 40: GEFÜHRTE TOUREN-WANDERVEREINE		
Monat	Titel der Wanderung	Wanderverein
Januar	Erlebnisswelt Fischerei Köllnitz Nach Schmöckwitz	Cöpenicker Wanderfreunde SV Empor Berlin e. V., Abt. Wandern
Juni	Wünsdorf-Waldstadt - Teupitz	SV Empor Berlin e. V., Abt. Wandern
Juli	Teupitz – Bestensee Bestensee – Friedersdorf	SV Empor Berlin e. V., Abt. Wandern
August	Friedersdorf – Storkow Von Halbe nach Neuendorf am See Sutschketal Unbekanntes Dahme-Seen-Gebiet	SV Empor Berlin e. V., Abt. Wandern Berliner Wanderclub e. V. Cöpenicker Wanderfreunde Märkischer Wanderverband Fläming Havelland
September	Von Halbe nach Märkisch Buchholz Quer durch Berlin	Berliner Wanderclub e. V. Berliner Wanderverband e. V.
November	Nach Zeuthen	SV Empor Berlin e. V., Abt. Wandern
Quelle: BWV im Landessportbund Berlin e. V. 2012.		

zu 3.2.3 geführte thematische Wanderungen und Touren – der Reiseanbieter

TABELLE 41: GEFÜHRTE TOUREN-REISEANBIETER			
Reisekatalog	Herausgeber	Titel des Angebots	Kosten pro Person
Ferienwandern Bewegen- Erleben- Genießen	Verband Deutscher Gebirgs- und Wan- dervereine e. V.	Auf dem 66-Seen-Weg und im Spreewald	380 Euro/Doppelzimmer 480 Euro/Einzelzimmer
wandern.de	cG Touristic GmbH	Wandern in Branden- burg-Spree, Wald und Seen	595 Euro/Doppelzimmer 140 Euro/ Einzelzimmerzu- schlag
Quelle: Deutscher Wanderverband 2012, S. 38., cG Touristic GmbH, www.			

zu 3.2.3 geführte thematische Wanderungen und Touren in 2013 – der Umweltbildungseinrichtungen und privaten Anbieter

TABELLE 42: GEFÜHRTE TOUREN-NATUR-, KULTUR- UND LANDSCHAFTSFÜHRER		
Natur-, Kultur- und Landschaftsführer	Institution	Titel des Angebots
R. Thiemann	privat	Eine Stadtführung durch KW. Geschichte in der Gegenwart.
J. Stiefel	KiEZ Hölzerner See	Spielend die Natur entdecken. Mit der Moorhexe Mimi unterwegs.
A. Selig-Smith	Märkischer Lamahof	Andentiere im Süden von Berlin. Wanderung mit Lamas & Alpakas.
M. Seibold	KiEZ Hölzerner See	Eine abendliche Wanderung mit Spiel, Spaß und Action. Zu Gast bei Eichelhähern, Fledermäusen & Co.
S. Ruiter	privat	Fernblicke und Einblicke in gegensätzliche Landschaften. Auf dem Salzweg nach Philadelphia. (Landkreis Oder-Spree)
L. Rhode	privat	Geschichten der Landschaft am Dahmelauf um Oderin. Von Buchen, geheimnisvollen Wichteln und Korallen.
G. Loboda	privat	Der Geburtstags – Familien – Event –Tag im Grünen. Die Qigong-Erlebnis-Wandertour.
H. Krüger	KiEZ Frauensee	Wanderung durch den Märchenwald.
T. Klenk	privat	Wanderung zu längst vergessenen Orten des Tiergartens.
G. Hinnenkamp	privat	Verführungen zwischen Dahme und Spree. Vom Juschwink zur Bugker Sahara. (Landkreis Oder Spree)
K. Heidler	privat	Literarische Wanderung auf der Lesefährte Waldweisen. Waldwispeln – wenn Bäume sprechen.
H. Hause	privat	Von Wodan, Wichteln und Wildschweinen. Waldgeisterrallye durch die Dubrow.
F. Geister	Der Rankenhof	Naturerlebniswanderung für Kinder und Familien. Eine Wald- und Wasserwelt voller Schätze.

Quelle: Blickfang Mediendesign, www.

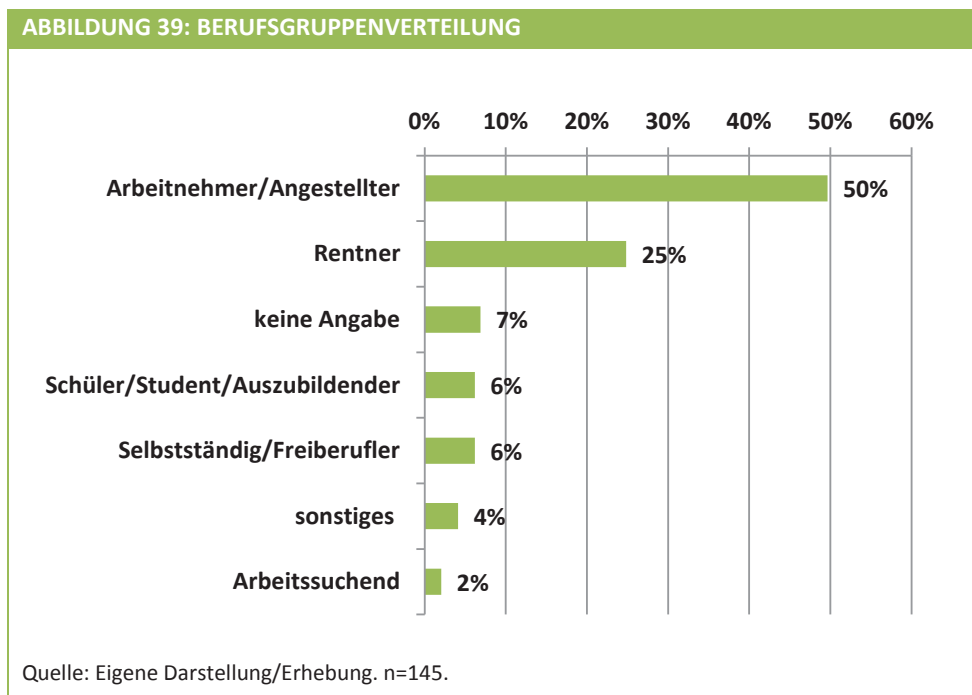
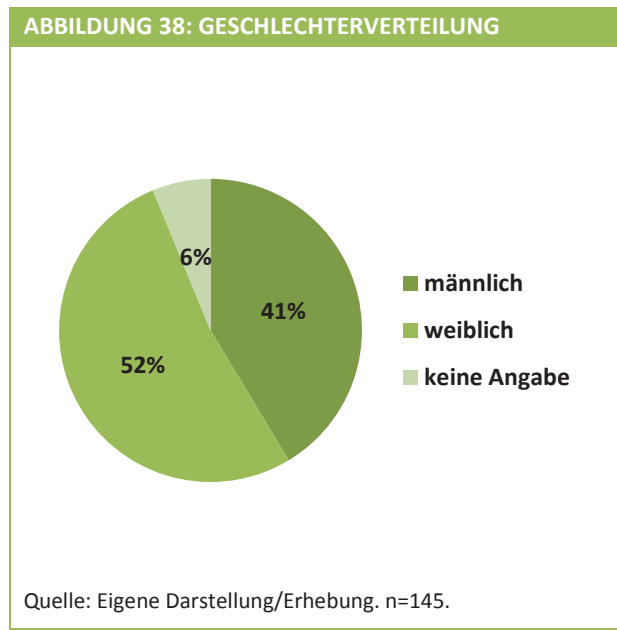
zu 3.3.2 wandertouristische Nachfrage - Exkurs: www.gpsies.com – Wanderwege um KW

TABELLE 43: AURUFJE UND HERUNTERGELADENE STRECKEN IN UND UM KW													
Wanderweg/-tour	27. September 2012		09. Februar 2013		23. März 2013		16. April 2013		12. Mai 2013		28. Mai 2013		
	Aufruf	Heruntergeladen	Aufruf	Heruntergeladen	Aufruf	Heruntergeladen	Aufruf	Heruntergeladen	Aufruf	Heruntergeladen	Aufruf	Heruntergeladen	
Fontane-Wanderweg ⁷	-	-	-	-	30	10	34	10	65	14	85	17	
Funkerberg	-	-	24	-	31	14	34	15	57	16	79	19	
Klein Venedig ⁸	79	-	222	-	268	26	329	31	401	39	446	42	
Tiergarten	66	-	126	-	163	18	193	20	242	26	287	33	
Kröpelsee	-	-	55	-	83	19	100	19	167	30	206	33	
Niederlehmener Luch	-	-	52	-	88	13	105	14	124	18	143	20	
Sutsketal	66	-	132	-	151	22	175	22	226	30	267	47	
Wernsdorfer See	-	-	10	-	-	9	19	19	36	22	62	24	
Zeesener See	27	-	85	-	123	19	148	21	208	30	248	34	
Stadtwanderung KW	28	-	31	-	45	11	59	11	78	15	86	16	

Quelle: Rentmeister 2013-A.

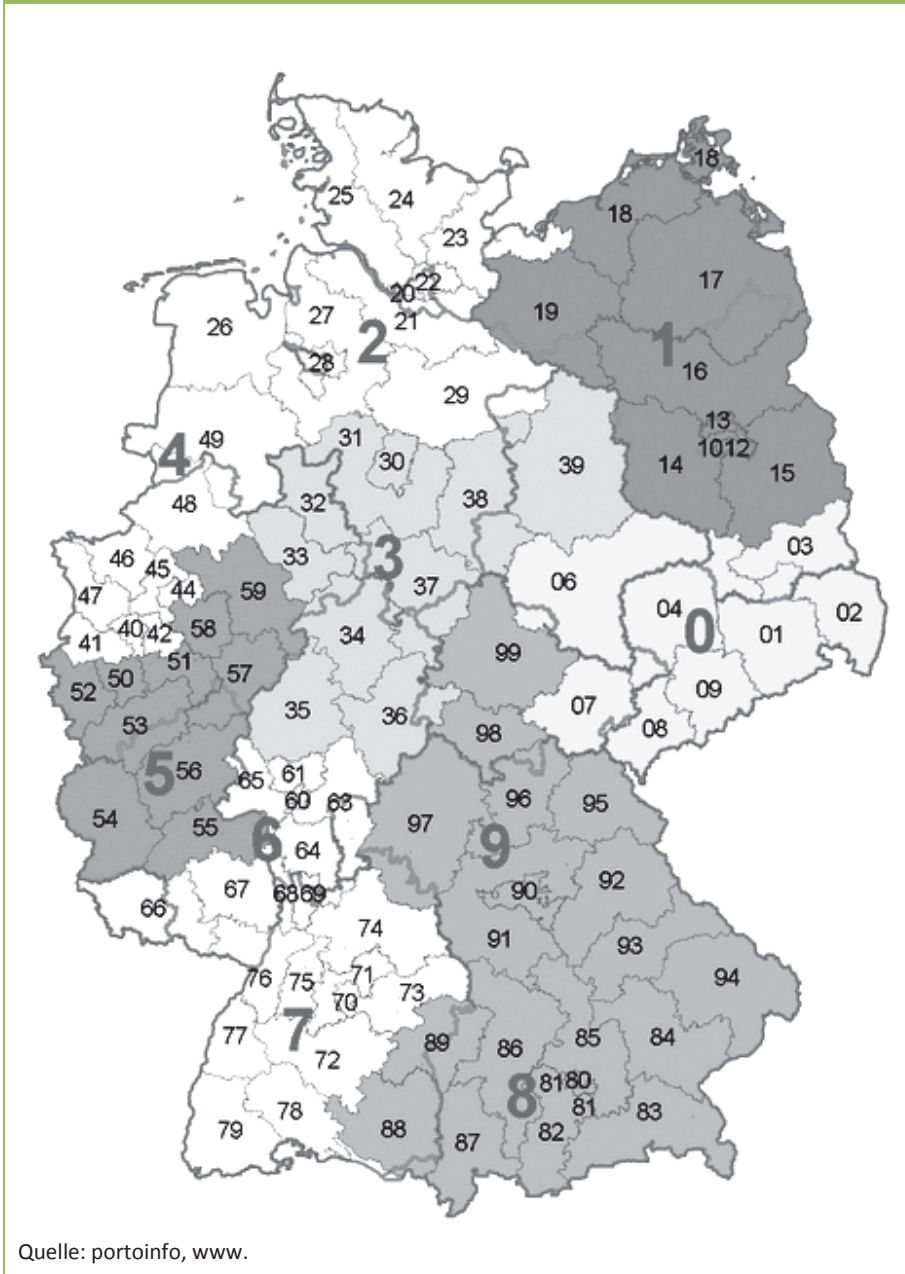
⁷ Teil Königs Wusterhausen⁸ Klein Venedig und der Tiergarten sind ebenfalls Abschnitte aus der Stadtwanderung Königs Wusterhausen.

zu 3.4 Zielgruppenanalyse – Demografie und Herkunft



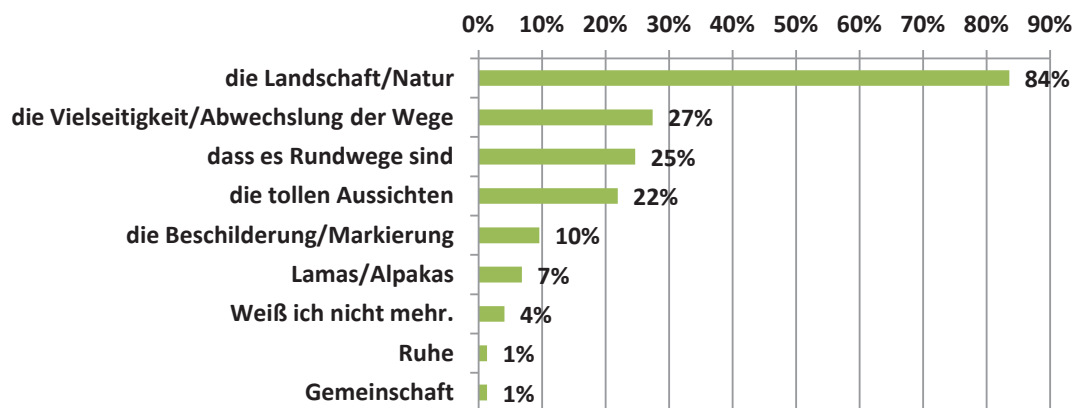
zu 3.4 Zielgruppenanalyse – Demografie und Herkunft

ABBILDUNG 40: POSTLEITZAHLEN IN DEUTSCHLAND



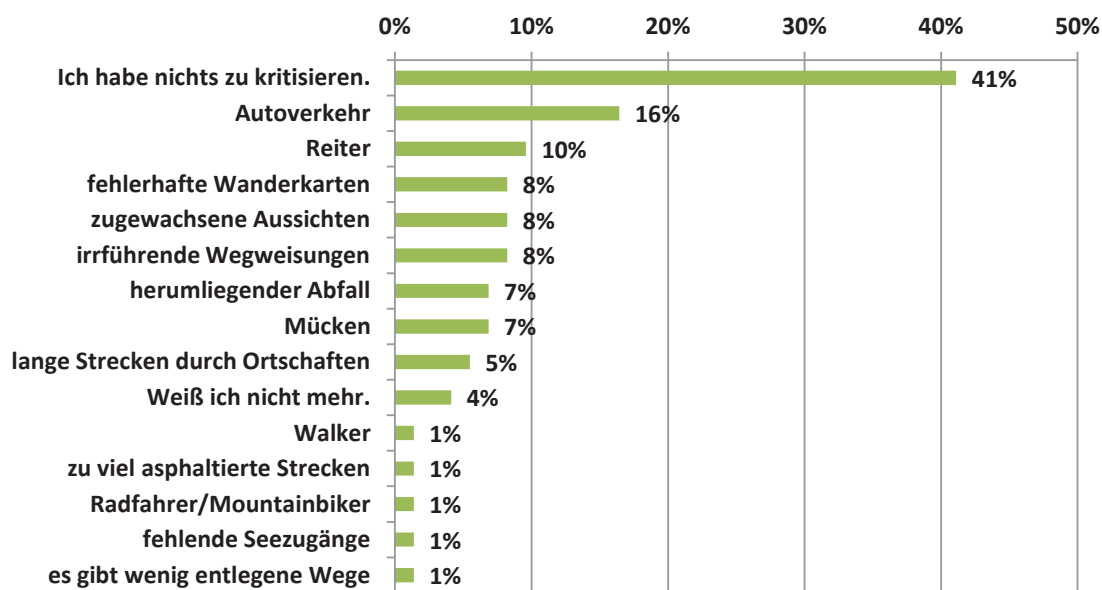
zu 3.4 Zielgruppenanalyse – Ansprüche, Erwartungen und Vorlieben

ABBILDUNG 41: WAS HAT IHNEN AN DEN WANDERWEGEN AM BESTEN GEFALEN?



Quelle: Eigene Darstellung/Erhebung. n=73, Mehrfachnennungen möglich.

ABBILDUNG 42: WAS HAT SIE BEI IHRER WANDERUNG IM DAHME-SEENLAND GESTÖRT?



Quelle: Eigene Darstellung/Erhebung. n=73, Mehrfachnennungen möglich.

zu 3.5 Konkurrenzanalyse

TABELLE 44: VERGLEICH BRANDENBURGISCHE WANDERREGIONEN					
	Dahme-Seenland	Ruppiner Seenland	Fläming	Seenland Oder-Spree	Uckermark
Allgemeines					
Größe in km²	771	3.800	Brandenburg: 4.000 Sachsen-Anhalt: 2.000	4.393	3.058
Lage	südlich Berlins, Vielzahl an märki- schen Gewässern und Wäldern, Naturpark Dahme- Seenland	nördlich Berlins, Vielfalt von Seen, Mooren, Wäldern und Wiesen, im Naturpark Stechlin- Ruppiner Land	südwestlich Berlins, Vielfalt an Wälder, Wiesen und Felder, im Naturpark Hoher Fläming, Nuthe- Nieplitz und Fläming	östlich Berlins, Vielzahl an Seen, kleinen Fließgewässern, Sumpf- gebieten, Wiesen, Wäl- dern, im Naturpark Schlaubetal, Märkische Schweiz, angrenzend am Naturpark Dahme- Heideseen	nördlich Berlins, Vielzahl an Seen , Söl- len, Flussläufen und Mooren, ausgedehnte Wälder, Felder und Wiesen, im Nationalpark Unte- res Odertal, Biosphä- renreservat Schorfheide-Chorin, Naturpark Uckermärkische Seen
Anreise	Bahn: ab Berlin S 46, RB 36, RE 2 Auto: A 10, A 12, A 13	Bahn: ab Spandau RE 6 Auto: A 10, A 24	Bahn: ab Wannsee RE 7 Auto: A 10, A 9	Bahn: ab Berlin RE 1, ab Lichtenberg OE 25/ OE 60/ NE 26 Auto: A 10, A 11, A 12, A 13	Bahn: RE 3, RB 66 Auto: A 11, A 20
TIs mit i-Marke DTV	2	9	5	20	5
TIs mit Service Q- Siegel	2	6	2	14	2

TABELLE 44: VERGLEICH BRANDENBURGISCHE WANDERREGIONEN

	Dahme-Seenland	Ruppiner Seenland	Fläming	Seenland Oder-Spree	Uckermark
	touristische Angebote und Nachfrage				
Gewerbliche Beherbergungsbetriebe ⁹	58	177	148	218	90
Bettenangebot ¹⁰ (Stand: Feb 2013)	5.007	9.855	7.914	13.934	4.623
Gäste Übernachtungen	5.105	974	3.745	1.570	318
Ø Aufenthalt in Tage (Stand: Feb 2013)	8.680 1,7	2.350 2,4	8.655 2,3	5.191 3,3	663 2,1
Auswahl an kulturellen Sehenswürdigkeiten	Schloss KW, Sender- und Funktechnikmuseum KW, Dahmlandmuseum, Heimatstube Zeuthen, Heimatmuseum Mittenwalde, Heilmuseum Motzen im Haus des Gastes, Heimathaus Prieros, Museumsdorf Baruther Glashütte, Bauernmuseum	Schloss Oranienburg, Storchendorf Linum, Kloster ruine Himmel pfort, Deutsche Tonstrasse, Klostergalerie Zehdenick, Schiffermuseum Zehdenick, Matmuseum Motzen im Haus des Gastes, Schloss Freyenstein, Museum des Todesmarsches Below, Klosterstift Heili-	Museum Burg Eisenhardt, Museumsdorf Baruther Glashütte, Spargelmuseum, Museum Kloster Zinna, Mönchenkloster Jüterbog, Burg Rabenstein, Museum des Teltow, Burg Eisenhardt, Schloss Wiesenburg, Bischofsresidenz Burg	Binnenschiffahrtsmuseum Oderberg, Oderlandmuseum, Bad Freienwalde, Brandenburgisches Freilichtmuseum Altranft, Storchmuseum, Stadtmuseum Wriezen, Internationales Fledermausmuseum Julianenhof, Film museum Golzow, Kirche St. Nikolai., Schinkel-Kirche in Neuhausen	Kulturhistorisches Museum Prenzlau, Binnenschiffahrtsmuseum Oderberg, Feuerwehrmuseum Kunow, Bauernmuseum Wittstock, Ackerbürgermuseum Gartz (Oder), Museum für Stadtgeschichte Tempelin, Stadtmuseum Schwedt, Heimatstuben Fürstenwerder,

⁹ Im Berichtsmonat geöffnete Betriebe.

¹⁰ Ohne Campingplätze.

TABELLE 44: VERGLEICH BRANDENBURGISCHE WANDERREGIONEN

	Dahme-Seenland	Ruppiner Seenland	Fläming	Seenland Oder-Spree	Uckermark
	Schlepzig	Enggrabe, Tier- und Freizeitpark Germendorf, Patent-Papierfabrik Hohenofen	Ziesar, Wasserburg Gommern, Schloss Wiepersdorf, Schloss Stülpe	Burg Beeskow, Burg Storkow (Mark)	Dominikanerkloster Prenzlau - Kulturzentrum und Museum Modelisenbahnausstellung, Tabakmuseum Vierraden, Museum Wasserburg Gerswalde
Städte mit historischem Stadtkern (AG „Städte mit historischen Stadtkernen“ des Landes Brandenburg)	-	Granssee, Kremmen, Rheinsberg, Wusterhausen	Beelitz, Bad Belzig, Dahme/Mark, Jüterbog, Treuenrietzen, Ziesar	Bad Freienwalde, Alt Landsberg, Beeskow	Templin, Angermünde
wandertouristisches Angebot					
Wanderwege	Rundweg Am Niederlehmer Luch, Wanderlehrpfad um den Wernsdorfer See, Rundwanderweg Krüppelsee, Rundweg "Klein Venedig", Rundweg Tiergarten, Rundweg Funkenberg, Stadtwanderung KW, Wanderung um den Zeesener See,	Ruppiner-Land-Rundwanderweg Stechlinsee-Rundweg, Von Moor zu Moor, Wanderung um den Stechlin bei Neuglobsow, Einmal um den Wutzsee bei Lindow, Wanderung durch das Briesetal bei Oranienburg, Wanderung um die	Wandern rund um die Burg Rabenstein, Burgenwanderweg, Wandern rund um die Burg Eisenhardt Bad Belzig, Internationaler Kunstwanderweg Hoher Fläming, Wandern rund um das Schloss Wiesenburg, Wandern rund um die Burg Ziesar,	Oderlandweg, Naturparkroute Märkische Schweiz, Schlaubetal-Wanderweg, Turmwanderweg, Wandertour in den Rauener Bergen, Schwielochseewanderung, Wandertour Dorchetal, Salzweg Storkow, Naturlehrpfad Beeskow, Schmelting Rundwanderweg, Buckow-Gut	Uckermärker Landrunde, Märkischer Landweg, Wolletzseerundweg, Woblitzrundweg, Stübnitzrundweg, Gerswalde – Potzlow, Stiernseerundweg, Sechs-Seen-Rundweg, Am Schumellensee, Boitzenburg-Naugarten, Pinnow - Schwedt/Oder,

TABELLE 44: VERGLEICH BRANDENBURGISCHE WANDERREGIONEN

	Dahme-Seenland	Ruppiner Seenland	Fläming	Seenland Oder-Spree	Uckermark
	Suttschketalwanderung, Rundweg Tongruben Pätz/Gräbendorf, Rundweg Großer Tonteich, Rundweg Huschtesee, Rundweg Priorer Heide, Stadtwandeurung Märkisch Buchholz, Wanderweg Köthener Heide, Rundwanderweg um den Kleinköriser See, Fontanewanderweg, Europäischer Fernwanderweg E 10, 66-Seen-Wanderweg rund um Berlin, Höllengrundwanderweg mit Dahme-Wanderweg, IVV-Wanderweg	Seen im Kyritzer Seengebiet, Rundum den Stolpsee, Wanderung um den großen Zechliner See, NORDIC-WALKING-Tourennetz in Summt, Wanderung durch das Teichland Linum, Wanderung entlang des Ruppiner Sees von Karwe nach Neuruppin, 66-Seen-Wanderweg	Europawanderweg E 11 / E 10, Töpferwanderweg, Findlingswanderweg, Grüne Rummelwanderweg, Bergmolchwanderweg, Panorama-wanderweg, Bodengeweg, 66-Seen-Geo-Pfad zwischen Gipsbrüchen und Tongruben, Flämingradweg, 66-Seen-Wanderweg	Hirschau, Ost- und Westufer Scharmützelsee, Naturerlebnispfad Köllnitz, Herzwanderweg, Neuhardenberg, Europawanderweg E 11, Theodor-Fontane-Wanderweg, 66-Seen-Wanderweg	Flemsdorfer Wald, weitere Tourenvorschläge: Wandern in Boitzenburg und Umgebung, Wandern durch Wald und Flur, Lenné Park Görlsdorf, Schlosspark-Rundweg (Boitzenburg)
zertifizierte Wanderwege	-	-	Burgenwanderweg	Naturparkroute Märkische, Schweiz, Oderlandweg, Schlaubetal-Wanderweg	Märkischer Landweg
zertifizierte Gastgeber	-	-	-	-	Ferienhaus am großen Plunzsee, Hotel Weiss,

TABELLE 44: VERGLEICH BRANDENBURGISCHE WANDERREGIONEN

	Dahme-Seenland	Ruppiner Seenland	Fläming	Seenland Oder-Spree	Uckermark
Pauschalangebote	-	-	Wander- Wochenende in Trebbin	-	Hof Kokurin, Ferien- haus Petra Dahlke, Seerestaurant Am Kap, Hotel Döllnsee- Schorfheide "Auf Schusters Rappen durch die Schorfheide"- 5 Tage Wandern ohne Ge- päck, "Wandern auf dem Märkischen Landweg"-8 Tage Wandern ohne Ge- päck, Aktiv um den Döllnsee, Der doppel- te Boitzenburger - Wandern in der Zerwliner Heide, Moorwanderung, Na- turparktour-Wandern ohne Gepäck, Wild- nis ³ , Kulinarische Wanderung durch die Uckermark, Wochen- tour-Eselwandern im Herzen der Ucker- mark, Fasten & Wan- dern

TABELLE 44: VERGLEICH BRANDENBURGISCHE WANDERREGIONEN

	Dahme-Seenland	Ruppiner Seenland	Fläming	Seenland Oder-Spree	Uckermark
Auswahl an geführten Wanderungen/Veranstaltungen (Mai-Dez 2013)	Dubrow bei Nacht Wanderung, Mai- wanderung mit La- mas und Alpakas, Schnupperwande- rung mit Lamas und Alpakas, Begleitete Tour: Lesefährte und Gläserne Molkerei in Münchehofe, Entland der Dahme—per pedes und per Kanu,	Laufveranstaltung "Kremmen läuft", 9. Stechlinseeurlaub, Wanderung Land- schaft mit Seen, Fließ und Wasser- mühle, 3. Zehdenicker Stadt- sportfest, Wanderung - Auf Vater Schinkels Spu- ren, Aktiv durch das Ruppiner Seenland - Barrierefrei Wan- dern, Laufen, Rad- fahren, Hubertus- wanderung, Rangererlebnistour Kanunacht und Fo- relle am Lagerfeuer, Gut be- Hutet oder wer kommt in den Korb?	112. Deutscher Wandertag, 8. Na- turparkwanderfest Sternwanderung zum Bahnhof am Park Wiesenburg, Anwandern im Ho- hen Fläming: Zur Millionenbrücke, Kinderwanderwoche in der Brandtsheide, Auf dem Burgen- wanderweg den Fläming mit allen Sinnen genießen, Wanderung zur fast vergessenen Krä- henrummel bei Pflügkuff, Geoco- ching-Schatzsuche im Fläming, Nackt- wanderung im Wild- gehege Glauer Tal	Adoniswanderung, Deut- scher Walking-Tag, Waldwanderung in Dahmsdorf, 11. Deut- scher Walking-Tag in Buckow , 11. Weltwan- dertag , Klang-Viefalt - Wanderung durch die Klangräume der Märki- schen Schweiz, Ornitho- logische Abendwande- rung, Von Wanderern, Legenden und Erbschlei- chern , Öffentlicher Stadtrundgang durch Beesow , geführte Wanderung in Reitwein, Weihnachtswanderung zu Lug ins Land, Wasser- fall und Froschmaul , GPS-Wanderung und Schatzsuche , Auf dem Fontane Höhenweg, Wandern, Radeln und Kultur- das ganze Jahr Erholung pur	2. Uckermärker Wan- dertag, Boitzenburger Wandertag, Wande- rung "Entdeckungen am Quellpfad. Wie kommt der Alpenstru- delwurm in die Uckermark?"
Wandervereine	-	Ruppiner Wander- freunde e. V.	Märkischer Wan- derbund Fläming-	Die NaturFreunde Regi- onalgruppe Oberbarnim-	

TABELLE 44: VERGLEICH BRANDENBURGISCHE WANDERREGIONEN

	Dahme-Seenland	Ruppiner Seenland	Fläming	Seenland Oder-Spree	Uckermark
Broschüren und Publikationen	Wandern...südlich von Berlin, Flyer 1. Permanente IVV-Wanderweg in KW, Buch 66-Seen-Wanderung	"Ruppiner-Land-Rundwanderweg", Sans Souci Auszeit im Ruppiner Seenland 2013 (Gastgeberverzeichnis, Rad- und Wanderkarten, Veranstaltungen)	Havelland c/o Tourismusverband Fläming e. V. Wandern rund um die Burg Rabenstein, Veranstaltungen Naturpark Hoher Fläming, Wandern rund um die Burg Ziesar, Wandern rund um das Schloss Wiesenburg, Internationaler Kunstwanderweg Hoher Fläming, Wandern rund um die Burg Eisenhardt Bad Belzig, Burgenwanderweg im Naturpark Hoher Fläming mit Kunstwanderweg, 8. Naturparkwanderfest, Wanderfibelfest, Die schönsten Wandertouren im Hohen Fläming	Oder-land/„Wanderfalken“ e. V. Wandern im Seenland Oder-Spree ...mit Märkische Schweiz und Schlaubetal, Ferien im Seenland Oder-Spree Gastgeberverzeichnis	Veranstaltungen und Ausflugsziele Angermünde 2013, Ferien in der Uckermark Urlaubskatalog 2013, Wandern in der Uckermark Uckermärker Land-runde Märkischer Landweg, Wandern in der Uckermark Märkischer Landweg & Co, Raus aufs Land...mehr erfahren, Gastgeberverzeichnis 2013 Uckermärkische Seen Templin & Lychen

Quellen: Broschüren und Publikationen, TMB, www-B; TMB, www-C; TMB, www-D; Amt für Statistik Berlin-Brandenburg 2010.; Tourismusverband Ruppiner Seenland e. V., www.; Tourismusverband Fläming e. V., www.; Tourismusverband Seenland Oder-Spree e. V., www.; tmu, www.; DWV, www-A.; W&A Marketing & Verlag GmbH 2012.; Arbeitsgemeinschaft „Städte mit historischen Stadtkernen“ des Landes Brandenburg, www.

FRAGEBOGEN UND VISITENKARTE MIT ONLINE-LINK FÜR DIE WANDERER

Wandern ist im Kommen-Wandertourismus im Dahme-Seenland

Liebe Wanderfreunde,

im Rahmen meiner Abschlussarbeit für den Masterstudiengang 'Landschaftsarchitektur und Umweltplanung' an der Hochschule Neubrandenburg möchte ich Ihre Meinung und Ihre Erfahrungen mit den Wanderwegen im Dahme-Seenland erfragen. Bitte beurteilen Sie möglichst alle Fragen spontan. Mich interessiert nur Ihre ganz persönliche Meinung. Es gibt keine falschen oder richtigen Antworten. Bitte füllen Sie den Fragebogen in der angegebenen Reihenfolge der Fragen komplett aus. Selbstverständlich bleiben Ihre Angaben anonym.

1. Sind Sie schon einmal auf den Wanderwegen des Dahme-Seenlands gewandert?

- Ja, mehrmals. (Bitte weiter mit Frage 3) Ja, einmal. (Bitte weiter mit Frage 3) Nein, noch nie. (Bitte weiter mit Frage 2)

2. Warum sind Sie noch nicht im Dahme-Seenland gewandert? (max. 2 Antworten-weiter mit Frage 14 und Folgende)

- Ich wusste nicht, dass es im Dahme-Seenland Wanderwege gibt (fehlendes Informationsmaterial).
 Ich wandere lieber in anderen Wanderregionen Brandenburgs (Bsp. Fläming, Uckermark).
 Ich wandere nicht gern im Flachland.
 Weder noch, sondern: _____

3. Woher kennen Sie die Wanderwege im Dahme-Seenland bzw. wo haben Sie zum ersten Mal von den Wanderwegen erfahren? (max. 2 Antworten)

- Presse Internet Wanderführer Freunde/Bekannte/Verwandte
 Von/aus: _____

4. Was hat Sie dazu bewogen eine Wanderung im Dahme-Seenland zu unternehmen? (max. 3 Antworten)

- Kennenlernen unbekannter Region Natur/Landschaft genießen Erlebnis großer Gemeinschaft natürliche Stille genießen
 Weiterhin: _____

5. Was hat Ihnen an den Wanderwegen am besten gefallen? (max. 3 Antworten)

- die Landschaft/Natur die Vielseitigkeit/Abwechslung der Wege die Beschilderung/Markierung
 die tollen Aussichten dass es Rundwege sind Weiß ich nicht mehr.
 Etwas anderes, und zwar: _____

6. Was hat Sie bei Ihrer Wanderung im Dahme-Seenland gestört? (max. 3 Antworten)

- herumliegender Abfall Reiter Autoverkehr
 lange Strecken durch Ortschaften fehlerhafte Wanderkarten irreführende Wegweisungen
 Radfahrer, Mountainbiker zugewachsene Aussichten Ich habe nichts zu kritisieren.
 Weiß ich nicht mehr. Weiterhin: _____

7. Welche Aktivitäten führten Sie während Ihrer Wanderung im Dahme-Seenland sonst noch durch? (max. 3 Antworten)

- Besichtigung kultureller Einrichtungen Besuch Naturpark(-zentrum) Besuch von natürlichen/künstlichen Bademöglichkeiten
 Besuch von Freizeiteinrichtungen Weiterhin: _____

8. Ihre letzte Wanderung im Dahme-Seenland geschah im Rahmen...

- eines Tagesausflugs. (Bitte weiter mit Frage 12.) eines Wanderurlaubs.
 Weder noch, sondern: (Bitte weiter mit Frage 12.) _____

9. Wie viele Nächte hielten Sie sich in der Region auf? _____ Nächte

10. In welcher Wanderunterkunft sind Sie während Ihres Wanderurlaubs untergekommen?

- Hotel Pension Ferienwohnung/ Ferienhaus
 Freunde/Bekannte/Verwandte Jugendherberge/ Jugendgästehaus Gästehaus
 Campingplatz/Feriansiedlung Weder noch, sondern: _____

11. War es eine Wanderunterkunft innerhalb des Dahme-Seenlands?

- Ja Nein

12. Ihre letzte Wanderung im Dahme-Seenland geschah...

- alleine mit Partner/in im Verein
 mit Hund mit Freunden/Bekanntem/Verwandten mit Kindern
 Weiterhin: _____

13. Wie viel Geld haben Sie in etwa pro Person an einem Tag während Ihres Aufenthaltes im Dahme-Seenland ausgegeben?

Unterkunft	Euro
Cafés/Restaurants	Euro
Lebensmittel/Getränke	Euro
Verkehrsmittel/ÖPNV	Euro
Eintrittsgelder Unterhaltung/Kunst/Kultur/Sport	Euro
sonstige Ausgaben	Euro

14. Wollen Sie (auch) in Zukunft auf den Wanderwegen des Dahme-Seenlands wandern?

- Ja Nein, weil: _____

Routineangaben

15. Ihr Alter: _____ Jahre

16. Ihr Geschlecht: männlich weiblich

17. Welcher Berufsgruppe gehören Sie derzeit an?

- Schüler/Student/Auszubildender
 Selbständig/Freiberufler
 Rentner

- Arbeitnehmer/Angestellter
 Arbeitssuchend
 Sonstiges: _____

18. Bitte geben Sie die ersten zwei Zahlen der Postleitzahl Ihres Wohnortes an: _____

ABBILDUNG 43: VISITENKARTE MIT ONLINE-LINK



3. Wie schätzen Sie die Entwicklung des Wandertourismus in den letzten Jahren im Dahme-Seenland ein?

Wandern war im Dahme-Seenland bisher kein Thema hinsichtlich touristischer Angebote und ist deshalb im Sinne touristisch relevanter Maßnahmen im Vergleich mit anderen unterentwickelt.

4. Wie schätzen Sie die wandertouristische Attraktivität des Dahme-Seenlands ein? Wo liegen besondere Stärken?

Die Region ist hinsichtlich der erlebbaren Landschaftspotentiale sehr attraktiv. Alle Bedingungen, die Wandergäste im Flachland, also ohne anstrengende Bergwege suchen, sind reichlich vorhanden. Die Wanderwegqualitätskriterien wünschen Wald, Wasser, Naturwege, Ruhe, Gastronomie, Verkehrsanbindungen, kulturelle Sehenswürdigkeiten, idyllische Orte, Natursehenswürdigkeiten (Haus des Waldes). Alles was ein Wanderherz erfreut ist im Gebiet vorhanden.

5. Wo liegen aus Ihrer Sicht besondere Schwächen?

Es gibt keine Qualitätswanderwege. Bestehende Wanderwege sind zwar orientierungssicher, aber hinsichtlich Service auf der Strecke mangelhaft. Die sehr gut wanderbaren Wege bieten keinen Wanderservice unterwegs und sind damit generell deutlich schlechter als Wanderwege in anderen Regionen Brandenburgs, die man im überregionalen Vergleich mindestens als durchschnittlich, meistens aber als gut bis sehr gut einordnen kann. (Rastplätze, gestaltet Aussichtsstellen, andere Punkte in der Landschaft, die als Erlebnispunkte die Wanderung bereichern, fehlen hier weitgehend und gehören neben Orientierungssicherheit zur Mindestausstattung einer Wanderregion. „Waldweisen“ ist die einzige, aber unbekannte und abgelegene Ausnahme.)

6. Wo sehen Sie weitere mögliche Stärken/Schwächen sowie Chancen/Risiken für den Wandertourismus im Dahme-Seenland? (z. B. Organisation, Produkte, Angebote, Kooperationen, Marketing, Finanzen, etc.)

Stärken	-
Schwächen	-
Chancen	-
Risiken	<p>Risiken für Wandertourismus gibt es weder hier noch anderswo. Es werden von Tourismusregionen Risiken erfunden, die nachweislich falsch sind.</p> <p>Finanzielle Risiken: Wegebau und kostenintensive Wegeunterhaltung ist nicht erforderlich, weil Wanderer Naturwege suchen und die Begehbarkeit durch die Nutzung und durch Forstbetriebe aus deren Notwendigkeit erhalten bleibt. Überwachung und Anbringung von Wegemarkierungen geschieht ehrenamtlich. Spezieller Wanderkostenwerbeaufwand ist dann nicht erforderlich, wenn die Region orientierungssicher erlebbar wird. Es gibt für die Reiseregion diverse kostenlose Werbemöglichkeiten, die genutzt werden können, wenn Wanderqualität, also mindestens die ehrenamtlich realisierbare Orientierungssicherheit gegeben ist. Diese sind: Wanderliteratur der Verlage und Wanderkartenhersteller, Publikationen und Internet der Wandervereine, die für Wanderungen und attraktive Gebiete werben. Eigenwerbung von Wanderreiseveranstaltern, die mit eigenen Tages- oder Mehrtagesreisen automatisch auch Werbung für Gebiete betreiben. Wenn zum Beispiel Beherbergungsbetriebe fertige Wanderangebote erarbeiten und eigenständig im Rahmen ihres Hauses dafür werben oder als Angebotspaket an Reiseveranstalter geben und jene werben, entstehen keinerlei finanzielle Risiken für das Gebiet. Beispiele dieser Art gibt es deutschlandweit in Unmengen und auch in Brandenburg. [...]</p> <p>Weitgehend unterschätzt wird folgende Verhaltensweise von Wanderern: Man sucht Wanderangebote in Vereinspublikationen, also auch im Vereinsinternet ohne Mitglied zu sein, achtet auf Zeitungshinweise, auf Ausflugstipps, auch Werbung von Wanderführern, die diese selbst finanzieren und nimmt deren Angebote nur als ein Hinweis auf attraktive Wanderziele, die man selber dann individuell aufsucht. Überregional wird die Internetpräsentation des Deutschen Wanderverbandes genutzt, um attraktive Ziele zu finden, wobei Qualitätswanderwege kostenlos beworben werden. Der Kostenaufwand</p>

zur Schaffung von Qualitätswanderwegen ist derartig gering, dass er als finanzielles Risiko niemals gewertet werden kann, denn er ist geringer als Werbung und zieht nachweislich immer Gäste in die Region und führt immer auch zur Nutzung der regionalen Bevölkerung, die dadurch in der eigenen Region zur Nutzung und damit zum Geldausgeben animiert wird.

Müll in der Landschaft: Wandergäste verunzieren die Natur nicht, sondern sind Naturliebhaber und schützen sie. Müll in der Landschaft, den Wanderer verursachen, findet sich auf keinem Wanderweg Europas. Das ist eine überall in Europa erkennbare und europaweit bekannte Tatsache [...]. Der Grundsatz, den jeder Wanderer bzw. Naturliebhaber [...] beherrscht und danach handelt lautet: Was ich gefüllt von zu Hause mitgenommen habe, kann ich auch leer wieder mitnehmen. Und man hat entsprechende Proviantbehältnisse, die keinen Müll ergeben. Deshalb erübrigen sich Abfallbehälter auf Wanderwegen. Diese gibt es nirgends auf Wanderwegen und wenn an Autorastplätzen [...] Müllbehälter gefüllt sind, dann sorgen Wildschweine, Krähen und der Wind dafür, dass deren Inhalt in der Landschaft verteilt wird. [...]

Störungen der Naturschutzgebiete und des Wildes: Seit etwa 1960 wurde der Nachweis erbracht, dass das nicht stimmt. [...] Im Übrigen bestätigen das auch Jäger anderer Regionen, dass das Wild sehr genau weiß, wo es Ruhe findet. Hinweis: Geocoaching ist ein Sonderthema und kein Wandertourismus. Dass sich Pilzbesucher und andere unreguliert im Wald bewegen, wird durch fehlende Wanderwegemarkierungen nicht verhindert, sondern das genaue Gegenteil wird von Wandergästen in allen Wandergebieten bestätigt. [...]

Verkehrssicherungspflicht als Risiko: Dass das nicht stimmt, beweisen die Alpenregionen seit hundert Jahren. Ohne angelegte und markierte Wege entstehen die Gefahren und nicht mit diesen. Der Aufenthalt in der Natur geschieht immer auf eigene Gefahr. Ob eine Markierung oder ein Wegweiser den Weg weist oder nicht, ergibt hinsichtlich der Verkehrssicherungspflicht keinen Unterschied. [...] Verkehrssicherungspflicht entsteht immer nur dann, wenn eine bauliche Maßnahme erfolgt ist und zwar nur für dieses und zwar auch dann, wenn dort keine Wegweisung erfolgt.

7. Wie wichtig schätzen Sie die Bedeutung von touristischen Qualitätssiegeln und Zertifizierungen im Wandertourismus ein? (1=sehr wichtig, 2=wichtig, 3=teils/teils, 4=weniger wichtig, 5=unwichtig)

Qualitätssiegel sind extrem wichtig!!!! Etablierte Wanderregionen und bekannte Wege benötigen sie dann nicht, wenn dieses als empfehlenswert allgemein bekannt ist. [...] Keine neue, keine unbekanntes Wanderregion wird in Zukunft Erfolg haben ohne Qualität. Die Schaffung von Qualitätswegen vor etwa 12 Jahren war erforderlich, da damals und bis heute sehr häufig die Tourismuswerbung nicht dem entspricht, was Wanderer erwarten können. Tourismuswerbung ist beim Wandertourismus im Hinblick auf wenig bekannter Gebiete nur noch dann erfolgreich, wenn Qualität angeboten wird.

8. Welches Siegel erachten Sie im Wandertourismus als sinnvoll und warum?

Die Qualitätswanderwege des Deutschen Wanderverbandes sind aus Sicht der Region deshalb wesentlich empfehlenswerter als die Konkurrenz, da diese automatisch und ohne Werbungsaufwand in der Internetpräsentation des Deutschen Wanderverbandes als Qualitätswege angezeigt werden. [...] Die Premiumwege des Wanderinstitutes haben eine eigene Werbung und keine oder nur regionale Verbindung zu Wandervereinen. Der Werbeaufwand, um diese bekannt zu machen, ist für die Region dadurch wesentlich kostenintensiver, denn sie werden vom Wanderverband nicht mittels kostenloser Werbung unterstützt.

9. Gibt es einen existierenden Wanderweg im Dahme-Seenland, den man nach Kriterien eines Siegels ausbauen könnte? Wenn ja, welchen?

Die Frage kann man nicht mit ja oder nein beantworten. Qualitätswanderwege müssen eine Mindestlänge haben, entsprechende Wege gibt es nicht. Jedoch gibt es diverse Wege, die miteinander verbunden werden können. Dadurch kann ein Qualitätswanderweg geschaffen werden. Ideen für verschiedene erfolgsversprechende Varianten gibt es bereits.

10. Sehen Sie Probleme in der Vermarktung des Wandertourismus im Dahme-Seenland? (auch auf finanzielle und personelle Ressourcen) Wenn ja, welche?

Ja, die Begründung ergibt sich aus anderen Aussagen. Das hängt nicht mit Finanzmitteln für Werbung sondern fehlender Qualität zusammen.

11. Haben Sie ein Budget für die Instandhaltung/Pflege der Wanderwege? Wenn ja, wie viel?

Für Pflege etwa 600 Euro pro Jahr, für Materialkosten und Arbeitsaufwand 1.400 Euro pro Jahr Aufwandsentschädigung. Pro Tag kann man etwa 6 km bis 10 km Wanderwege prüfen und pflegen. Instandhaltung kann und darf ehrenamtlich nicht erfolgen. Pflege kann und darf sich nur auf Arbeiten beschränken, die mittels Gartenschwere und Malerwerkzeug erledigt werden können.

12. Wie viel Personal wird derzeit für die Instandhaltung/Pflege der Wanderwege in der Region eingesetzt?

Etwa 10 Personen ehrenamtlich, also ohne Verpflichtung irgendetwas zu tun. Es kann keine Garantie für einwandfreie Betreuung gegeben werden.

13. Welche Aufgaben übernehmen Sie als Wegewart?

Bestehende Wege begehen, Markierungen und Schilder an bestehende Pfosten anbringen, Mängel an die zuständige Stelle melden.

14. Welchen Handlungsbedarf (bspw. Infrastruktur, Marketing, etc.) sehen Sie für eine bessere Profilierung der Region im Wandertourismus?

Wanderwegequalität fehlt und ist herzustellen, Vernetzung mit Nachbarn, Verbindung mit den Zielmärkten über den Deutschen Wanderverband in Form eines Wandervereins und einem Qualitätswanderweg. Marketing ohne diese Basis ist vergeblich.

15. Sollten die wandertouristischen Themen/Angebote besser miteinander vernetzt werden? Wenn ja, in welcher Form?

Ja unbedingt. Die parallele bzw. fast schon als Konkurrenz erkennbare Handlungsweise einerseits des Naturparks mit seinen Naturparkführern und des Tourismusverbandes und unabhängiger Wanderanbieter ohne Verbindung zu Wandervereinen behindert generell den Erfolg im Wandertourismus. Angebote bündeln, Wanderverein oder Ortsgruppe gründen, der überregional Aufmerksamkeit erzeugt und kostenlos in Wanderpublikationen Angebote einstellen kann.

16. Wie schätzen Sie die Kooperationen der Akteure im Wandertourismus in der Region ein? Kooperiert der Wanderwegebeirat selbst mit anderen Akteuren? Wenn ja, wie schätzen Sie die Zusammenarbeit ein? Welche Akteure sind das?

Der Wanderwegebeirat ist für Wegeüberwachung zuständig, nicht mehr. Ich, also vom Landkreis bestellter Wegewart praktiziere darüber hinaus, zu dem was ich hier gerade mache: Unterstützung, Beratung, Hilfe bei der Weiterentwicklung des Wandertourismus im Dahme-Seenland.

Kooperationen mit anderen war mehrfach angestrebt, wird aber weitgehend abgelehnt. Insbesondere ist die Forstbehörde im Gegensatz zu allgemein übliche und von den obersten Forstbehörden Brandenburgs ausdrücklich gewünschte Zusammenarbeit mit dem Ziel, der Weiterentwicklung des Wandertourismus, hier nicht bereit.

17. Existiert eine Wanderer-Online-Plattform, auf der sich Wanderer der Region austauschen? Wenn ja, welche?

Existiert im gefragten Sinne nicht und ist nicht üblich. Wanderer tauschen Erfahrungen unterwegs aus, in Gaststätten, bei Wanderungen, bei Vereinstreffen, im Bekanntenkreis, also generell im persönlichen Gespräch. Es gibt Internetbewegungen von Wanderwegen oder Gaststätten und diverse Erlebnisberichte im Internet [...]

Entwicklungsperspektiven

18. Welche Trends werden Ihrer Einschätzung nach den Wandertourismus zukünftig beeinflussen?

Die älter werdende, aber rüstige Gesellschaft ist ein Potential zahlungswilliger und zahlungskräftiger Touristen. Jüngere erkennen folgende Tatsachen nicht: Es ist generell so, dass mit zunehmendem Alter auch eine zunehmende Bequemlichkeit einhergeht. Man zahlt gern für Qualität und verzichtet eher auf billige Fernreisen zugunsten anspruchsvoller Reisen in der Nähe. Personen, die immer in den Bergen gewandert sind, suchen im Alter bequeme, leicht wanderbare, aber die gewohnte Qualität bietende Wandersituation. Bei Wandersenioren, die immer zahlreicher werden, ist das deutlich erkennbar. Wandern in Deutschlands Flachlandgebieten ist im Aufwind begriffen, aber nur dort, wo Qualität geboten wird, wandert man und empfiehlt weiter.

19. Welche Erwartungen haben Sie im Hinblick auf die wandertouristische Entwicklung im Dahme-Seenland?

Keine Erwartungen. Wandertourismus muss von Seiten des Landkreises gewollt sind und alle Beteiligten müssen dazu eine unterstützende Position beziehen und zusammen arbeiten. Das ist nicht der Fall. Wandertourismus findet derzeit nur durch den Tourismusverband als Nebenprodukt statt, seitens des Landkreises gibt es keine Sachmittel für Qualitätswanderwege. Teilweise wird Wandertourismus sogar dort, wo er ohne zusätzlichen Kostenaufwand möglich wäre, bewusst verhindert.

20. Worin sehen Sie mögliche Risiken in der wandertouristischen Entwicklung?

Siehe Antwort zu Frage 6.

Das Dahme-Seengebiet ist weder jetzt noch wird es jemals in Zukunft eine eigene Wanderdestination sein können. Gegenwärtig ist es fast ausschließlich ein Teil des Wandergebietes der Berliner unter der Rubrik: "Wandern in Brandenburg". Als Ziel von Wandergästen von weit her ist das Gebiet absolut unbekannt und gegenwärtig nur im Zusammenhang mit dem Spreewald oder der Region Brandenburg oder "Wandern um Berlin" oder mit dem Titel "66- Seen- Weg " interessant. Das hat nichts mit der Attraktivität der Landschaft zu tun, sondern mit der zu geringen Größe des Gebietes. Die Nachbarlandkreise haben sich jeweils zu zweit zu großen Wanderdestinationen mit Qualitätswanderprodukten zusammen geschlossen und selbst damit sind sie im Reigen der Wandergebiete noch klein. Im Norden kooperiert man sogar mit Mecklenburg als Wandergebiet, der Fläming mit Potsdam Mittelmark, Teilen des Havellandes und den Randgebieten Sachsen - Anhalts.

Das Dahme- Seen- Gebiet kann nur entweder mit einem Markenprodukt, also einem Qualitätswanderweg interessant sein oder muss sich zwingend einem der beiden Nachbarn als Teil dessen Wandergebietes anschließen. Alle anderen Ideen sind absolut unrealistisch.

Und noch etwas Wichtiges: Die wirklich wunderschöne Landschaft des Dahme- Seen- Gebietes entspricht der Mecklenburgischen Seenplatte und der Landschaft "Masuren" und in Brandenburg der Uckermark und dem Ruppiner Seenland. Alle vier sind etablierte und bekanntere Gebiete als das Dahme-Seenland. Mit diesen im Alleingang konkurrieren zu wollen ist ein aussichtsloses Unterfangen.

21. Haben Sie weitere Anmerkungen und Hinweise? Können Sie mir weitere wichtige Ansprechpartner nennen? Würden Sie ebenfalls einen weiteren Fragebogen ausfüllen, der für die Wanderer bestimmt ist?

Die wandertouristische Entwicklung im Dahme-Seenland war bisher nur auf ein Mindestmaß beschränkt, das ein Negativimage der Region vermeiden bzw. das teilweise vorhandene Negativimage der Region verbessern sollte, ist gelungen. Wenn das Wandern touristisch attraktiv und wettbewerbsfähig werden soll, ist erforderlich, dass von Seiten der Landkreisregierung ein Bewusstsein bei allen Beteiligten geschaffen wird und die Bemühung dazu auch mit einem finanziellen Etat für die Schaffung und Unterhaltung der Wanderwege untermauert wird. [...] Die Situation kann sich aber im Verbund mit Nachbarn, in Kooperation zwischen Naturpark, Forstbehörden und Tourismusverband und einem Qualitätswanderweg grundlegend ändern, aber nur so!

Leitfaden für Gespräche im Zuge der Master-Thesis ‚Wandertourismus im Dahme-Seenland‘

- Wanderwegewarte -

Name und Position des Gesprächspartners: Herr und Frau Rentmeister, Wanderwegewarte für KW
Datum: 18. März 2013 **Ort:** Königs Wusterhausen, Tourismusverband Dahme-Seen e. V.

Status quo

1. Welches sind Ihrer Ansicht nach die 3 schönsten Wanderwege im Dahme-Seenland?

Frau und Herr R.: Sutschketalwanderung, Klein Venedig, Heideseen, Tiergarten

2. Wie bewerten Sie verschiedene Aspekte des Wandertourismus im Dahme-Seenland bezüglich folgender Aspekte? (1= sehr gut, 2=gut, 3=befriedigend, 4=ausreichend, 5= mangelhaft)

Element	Bewertung	Begründung
touristische Produkte (z. B. Pauschalangebote)		Frau R.: nichts, was direkt aus der Region kommt, Anbieter aus Berlin bietet Wochenreise an für die Region, vor Ort ist uns nichts bekannt, weil es keinen Wanderverein gibt
Interne Kommunikation (zu den Akteuren der Region)		Frau R.: mit der Stadt Königs Wusterhausen und Tourismusverband sehr gute Zusammenarbeit (Saisoneroöffnungswanderung) Herr R.: Wir haben zu etlichen Personen (Partei, Förster, Volkshochschule) Kontakt.
Externe Kommunikation (zu den Kunden, z. B. Broschüren)		Frau R.: Kunden haben wir in dem Sinne nicht, Broschüren/Internet vom TV sind reichlich
Kooperationen (z. B. Sponsoren)		Frau R.: Sind uns nicht bekannt
Bedeutung für die Wirtschaftsleistung		Frau R.: Es hätte eine Bedeutung, wenn die Leute vor Ort es verstehen würden, dass jeder davon partizipiert und sich da auch mehr öffnet. Ich muss als Tourist erst einmal auf die Region kommen. Die Einwohner schätzen nicht was sie haben und sind nicht so aufgeschlossen, begreifen die Wechselwirkung nicht.

3. Wie schätzen Sie die Entwicklung des Wandertourismus in den letzten Jahren im Dahme-Seenland ein?

Frau R.: Ich denke, dass da eine Entwicklung zu sehen ist, aber es fehlen Zahlen. Konkret wüsste ich nicht dass es an einem bestimmten Tag/Zeitraum eine Zählung gibt. Wer kommt hier an, wieso sind sie auf die Region gekommen.

Herr R.: In Bezug auf die Schaffung der Infrastruktur gibt es eine positive Entwicklung. In den letzten Jahren ist was geschehen, primär durch die Wanderwegewarte und den Wanderwegebeirat. Es ist alles ein Stochern im Nebel, weil es keine Zahlen über die Entwicklung gibt.

4. Wie schätzen Sie die wandertouristische Attraktivität des Dahme-Seenlands ein? Wo liegen besondere Stärken?

Frau R.: Diese liegt in den vielen Seen und Wald, gute Erreichbarkeit durch S-Bahn und Regionalverkehr. Mit wenigen Mitteln kann ich mir einen schönen Tag machen.

Herr R.: Herausarbeitung des Besonderen, Anpreisen wie die Berge im Gebirge
 Für alle zehn Wanderwege der Stadt Königs Wusterhausen habe ich die QR-Codes machen lassen. Den Tiergarten haben wir mit QR-Codes versehen. Zugriff ist im Internet erschienen. Alle zehn Wanderwege sollen mit QR-Codes versehen werden.

Die Stärken sind Wasser, Wald, Heide, Natur. Das ist das Prägende hier. Das wäre das, was man annehmen

muss, nicht als Normalität sondern als Besonderheit zu anderen. Wir haben eine Wanderung konzipiert mit dem Titel Märkische Heide-Märkisches Land. Manchmal macht der Titel was.

5. Wo liegen aus Ihrer Sicht besondere Schwächen?

Frau R.: nicht genügend Aufgeschlossenheit zum Tourismus und das auch von den Schulen das Umland nicht genügend genutzt wird, bspw. einen Wandertag zu machen, sondern eine Wandertour innerhalb der Region zu machen. Dass die Kinder an das Wander herangeführt werden. Schulklassen machen Sachkundeunterricht bei der Streuobstwiese.

Herr R.: Hier würde ich noch anmerken zur Attraktivität, bislang kaum gemacht, spielt aber in der Region eine Rolle, ist die Historie. Ein weiteres Problem ist die Besiedlung. Wenn ich naturnahe Wanderwege machen will, habe ich immer Städte dazwischen. Das ist bei der Zertifizierung ein Problem. Die Maßstäbe stimmen nicht für die Wanderwege unserer Region. Wenn ich streng danach gehe, kann ich keinen zertifizierten Wanderweg machen, denn ich habe keinen Thüringer Wald. Ich muss hier immer durch Besiedlung durch.

6. Wo sehen Sie weitere mögliche Stärken/Schwächen sowie Chancen/Risiken für den Wandertourismus im Dahme-Seenland? (z. B. Organisation, Produkte, Angebote, Kooperationen, Marketing, Finanzen, etc.)

Stärken	-
Schwächen	Frau R.: Es fehlen Produkte, wie es auch in anderen Regionen gibt, z. B. Wochenendtrip in Verbindung mit KiEZ Frauenseen, was nicht teuer ist. Der Mangel ist, dass die die Schulklassen weiter wegfahren als in der Region zu bleiben.
Chancen	Herr R.: Qualitative Verbesserung des Wegenetzes, (1) ob mancher Weg, so wie er ist noch sein muss. Alle Wege gehen am Bahnhof los. Ob das sinnvoll ist, ist die Frage. (2) Vernetzung des Wanderwegenetzes über die Kommunen hinweg bis runter zum Spreewald. Dass man sich eine Route zusammen stellen kann, mit Etappen, mit Rastplätzen, Campingplätze, Zeltplätze, Tropical Island. Über diesen Weg könnte man überlegen, wie man langfristig einen Qualitätswanderweg aufbaut. (3) Ein qualitativer Gewinn wäre, wenn man die bestehenden Wege qualifiziert. Stichwort: Wegebeschilderung mit Plastiken/Figuren Bsp. Husareneck- Husare aus Holz, Spuckbrücke: auf dem Wasser eine Hexe mit Besen. Informationsgehalt und Ausstattung der Wege erhöhen. (4) Kombination Wandern, Fußwandern, Wasser und Rad
Risiken	Frau R.: Dass die Region weiter hinten anhängt. Das man nichts tut. Herr R.: Wir jagen alle paar Jahre eine neue „Sau durchs Dorf“. Das war erst Nordic-Walking. Überall wurden Nordic-Walking Markierungen hinzugefügt. Die, die es machen, permanent, wissen wo sie laufen müssen, den interessieren die Beschilderungen nicht. Als zweites folgt das Radfahren. Als nächstes kommen die Wassergeschichten. Die Aktionen müssen Kontinuität und Stetigkeit haben. Wenn eins gemacht wird, fällt das Andere hinten runter. Die Stadt KW hat keine Tourismuskonzeption, nur Kulturtourismuskonzeption.

7. Wie wichtig schätzen Sie die Bedeutung von touristischen Qualitätssiegeln und Zertifizierungen im Wandertourismus ein? (1=sehr wichtig, 2=wichtig, 3=teils/teils, 4=weniger wichtig, 5=unwichtig)

Frau R.: Wer nur so in die Region kommt, den interessiert das Siegel nicht. Aber ein Siegel ist wichtig für die Außenwirkung. Ich laufe nicht nach Siegel, aber ich werde als Wanderer auf die Region aufmerksam gemacht.

Herr R.: Die Zertifizierung ist nichts anderes als ein Werbeakt. Da geht's um die Zielgruppe. Die Zertifizierung ist wichtig für die Werbung. Die Kernfrage ist, welche Route wird wo, wann, wie beworben. Das macht ihre

Nutzung aus, nicht die Zertifizierung. Wenn ich eine Strecke hochpushe, ist es egal, ob sie zertifiziert ist oder nicht. Damit man sich selber nicht ins Bein schießt, muss die Strecke schon ein bestimmtes Niveau haben. Die Zertifizierung ist nicht die goldene Lösung.

8. Welches Siegel erachten Sie im Wandertourismus als sinnvoll und warum?

-

9. Gibt es einen existierenden Wanderweg im Dahme-Seenland, den man nach Kriterien eines Siegels ausbauen könnte? Wenn ja, welchen?

Frau und Herr R.: Sutschketalwanderweg-den könnte man als Qualitätswanderweg ausbauen. Tiergarten/Klein Venedig wäre zu kurz, müsste man zu viel Stadt laufen.

10. Sehen Sie Probleme in der Vermarktung des Wandertourismus im Dahme-Seenland? (auch auf finanzielle und personelle Ressourcen) Wenn ja, welche?

Frau R.: Wenn nichts da ist, kann ich auch nichts vermarkten. In der Region muss mehr passieren muss samt Öffnungszeiten von Restaurants/Gaststätten/Imbiss. Doch das Verständnis dafür fehlt in der Region. Wo ich erfahren kann, wo ich nachts übernachten kann- Anleitung für Anbieter fehlt/Runder Tisch um Verständnis zu entwickeln, sind aber schon versucht worden. Haben nicht so viel gebracht. Man muss nach neuen Wegen suchen-bspw. offensiv auf Anbieter zu gehen und mit ihnen sprechen zu den grundsätzlichen Problemen im Tourismus. Man muss wissen, was man den Anbietern anbieten kann, ihren Vorteil klarmachen. Sie sehen nur die Forderung, jedoch nicht ihren Vorteil.

Liste mit anderen Anbietern parat haben um den Gast die Möglichkeit zu geben, falls meine Pension voll ist, bei einem anderen zu übernachten.

Herr R.: Gewinnung des riesigen Potentials in Berlin. Ich muss Wege finden, wie ich dieses Potential in Berlin anspreche, als Region. Da sehe ich Defizite. Ich weiß, dass einiges gemacht wird, aber es müsste aggressiver geschehen. Defizitär ist hier die Werbung für einfache Übernachtung. Wir haben keinen Zeltplatz, erst in Köris. Senzig hatte einen, der ist platt gemacht worden nach der Wende. Wir versuchen eine Kompensation mit der Seebrücke zu finden. Weiterhin müssen die Mandatsträger und Einheimischen überzeugt werden. Das Bewusstsein für den Tourismus schaffen. Tourismuskonzept entwickeln!
In den Kommunen fehlen Fachleute für die touristische Infrastruktur.

11. Haben Sie ein Budget für die Instandhaltung/Pflege der Wanderwege? Wenn ja, wie viel?

Frau R.: Ist uns nicht bekannt von der Stadt. Bisher haben wir das Geld für Material beantragt und es wurde von der Stadt finanziert.

12. Wie viel Personal wird derzeit für die Instandhaltung/Pflege der Wanderwege in der Region eingesetzt?

Frau R.: Für die engere Region ist der Beirat zuständig. Wenn man davon ausgeht, dass die Stadt Pflichten hat, macht sie über Betriebshof auch etwas. Bspw. Brücken defekt, organisiert die Stadt die Reparatur oder setzt die Pfosten.

Herr R.: Wir zwei sind für über 100 km zuständig.

13. Welche Aufgaben übernehmen Sie als Wegewart?

Frau R.: Strecken vorschlagen, markieren, Pflege der Strecken, Kontrolle der Wege durch Ablaufen, Schäden melden und auch Assistenz beim Anbringen von Schildern, Digitalisierung via Internet. Aufwand kann man schlecht hochrechnen. Stunden spielen keine Rolle.

Herr R.: Es hängt mit den Aufgaben zusammen. (Malern, reparieren, Sauberkeit, entästen, Qualifizierung, Verbesserung und Vernetzung der Wege, konzeptionelle Arbeit für die Stadt)

Zu den formalen Aufgaben: eine Woche bis 10 Tage

Letztes Jahr wurde das gesamte Wegenetz beschildert: Erarbeitung des Projektes (wo Schild hin muss, was drauf stehen soll, welche Richtung das Schild haben muss) über 4-6 Wochen, Absprachen vor Ort mit dem Bauhof wird jeder Standort durchgegangen (mit Bild und Koordinaten festgehalten), bei der Aufstellung wie-

der Treffen vor Ort

Bsp. Krüpelsee (22 km): Entwicklung, Planungs- und Genehmigungsreife, Markierung Ablauf: Wegabgehen, Absprachen mit Förstern, Privaten, dann wird erst gemalert: eine Farbmarkierung am Baum: 1. Tag glätten, und weißen Untergrund anbringen, 2. Tag: Deckfarbe auftragen, 3. Tag: Markierung anbringen. Die Schablonen bauen wir selber. Ich hatte die Idee, dass man daraus einen Verdienst machen könnte- Wanderwegebedarf. Die Erwartungen am Umsatz haben sich nicht rentiert.

14. Welchen Handlungsbedarf (bspw. Infrastruktur, Marketing, etc.) sehen Sie für eine bessere Profilierung der Region im Wandertourismus?

Herr R.: Formen finden, wie man Jugendliche an das Wandern heranführt. Wir wünschen uns, dass das Wandern mit einem gewissen Stellenwert behandelt wird. Wenn man was erreichen will, nicht nur im Wandern, dann muss es von den Kommunen und dem Tourismusverband entsprechend personell und finanziell abgesichert werden. Es müssen die Ressourcen da sein.

15. Sollten die wandertouristischen Themen/Angebote besser miteinander vernetzt werden? Wenn ja, in welcher Form?

Frau R.: Woanders wird sportlicher Triathlon gemacht. Hier wäre es möglich einen touristischen Triathlon zu machen. 20 km Fahrrad, 6 km Wandern, ankommen im KiEZ Frauensee mit Übernachtung und nächsten Tag werden Bote zur Verfügung gestellt.

16. Wie schätzen Sie die Kooperationen der Akteure im Wandertourismus in der Region ein? Kooperiert der Wanderwegebeirat selbst mit anderen Akteuren? Wenn ja, wie schätzen Sie die Zusammenarbeit ein? Welche Akteure sind das?

Frau R.: Zur Stadt fehlt der kurze Weg, dass man schnell seine Anliegen vortragen kann. Irgendeiner in der Stadt muss sagen, der Tourismus ist wichtig, somit müsste einer aus der Stadt sich intensiv mit dem Thema beschäftigen und nicht nur als zusätzlichen Rucksack rüber geschmissen bekommen. Die Einstellung zum Tourismus fehlt z. T. in der Stadt.

Von der Volkshochschule werden Wanderungen angeboten, Natur-Kultur- und Landschaftsführer, jeder wuselt rum, ich stoße immer nur durch Zufall drauf, wer was anbietet, es fehlt die Vernetzung.

Herr R.: mit Wandervereine, mit der Bürgerinitiative Senzig, regionale Politiker

17. Existiert eine Wanderer-Online-Plattform, auf der sich Wanderer der Region austauschen? Wenn ja, welche?

Herr R.: Sowas wie Facebook haben wir nicht. Bei gpsies.com habe ich alle Wege digitalisiert. Problem ist, dass es noch nicht in dem Stand ist, wie es sein sollte. Eigentlich müssten auf der Seite der Stadt Königs Wusterhausen alle zehn Links der Wanderwege stehen.

Entwicklungsperspektiven

18. Welche Trends werden Ihrer Einschätzung nach den Wandertourismus zukünftig beeinflussen?

Frau R.: Ich denke, dass das ökologische Denken zu nimmt, dass viele per pedes unterwegs sein werden.

Modeerscheinung: Geo-Caching, QR-Codes um Jüngere anzusprechen

Über Großwandertage werden durch Zeitungen angeboten. Dahingehend könnte mehr gemacht werden.

Angebote für Ältere fehlen. Es fehlt ein Wanderverein, der das steuert.

Herr R.: Erholungswert für Einheimische, wir sind eine Wachstumsregion, die Leute brauchen den Auslauf, das muss man sich bewusst machen und danach gestalten. Die Versuche eine Wandergruppe aufzustellen ist in den Jahren gescheitert. Bei Nordic-Walking gibt es wiederum stabile Gruppen.

19. Welche Erwartungen haben Sie im Hinblick auf die wandertouristische Entwicklung im Dahme-Seenland?

Herr R.: Ich will das Geocaching, vor allem Multi-Caches probieren.

Geschichtswanderwege.

Man muss über Berlin hinaus überlegen, wie man Touristen aus Bergländern hierher lockt.
 Wandern mit Hund: Nicht nur das Spazieren gehen, aber man kann auch Etappen laufen. Die Frage ist, wo man unter kommt, denn wer nimmt mich mit Hund. (Wanderung mit Hund: KW-Spreewald)

20. Worin sehen Sie mögliche Risiken in der wandertouristischen Entwicklung?

Frau R.: Wenn man nichts dafür tut, keine Verbündete sucht und die Infrastruktur nicht verbessert. Sponsoren finden (La Foresta, Zur Eiche sind sehr interessiert)

21. Haben Sie weitere Anmerkungen und Hinweise? Können Sie mir weitere wichtige Ansprechpartner nennen? Würden Sie ebenfalls einen weiteren Fragebogen ausfüllen, der für die Wanderer bestimmt ist?

Herr R.:

(1)Tagestourismus ist Hauptteil der Touristen (Übernachtungen zeigt sich diese Zahl nicht). Es fehlen jedoch Zahlen darüber. Eine Erfassung, die ich seit Jahren fordere. Es wird über etwas geschwätzt, was man nicht kennt, aber es sind nicht Dauerübernachtungen. Tagestouristen aus Berlin, die ständigen Besucher, Wochenendler, Königs Wusterhausen als Startpunkt für Unternehmungen.

(2) Wanderungen/Spaziergänge der Einheimischen- diese gehen ständig wandern.

(3) Mehrtagestouren, wo man KW als Quartier nimmt

Zielgruppen: Leistungswanderer, Familien, Aktionen-bewerben bei Sendern, Firmen, Redaktionen

Hier wird Potential verschenkt.

Bsp. Familienwanderung zu Ostern bspw. an Karfreitag: 100 Eier färben, gesponsert von einer Firma und vll. Zeitungen als Werber suchen

Meinungswandel vollziehen durch die Einbindung der Neuhinzugezogenen

Bürgerinitiative Seebücke Senzig: größte Binnenseebrücke, eignet sich für Wasser-, Radsport, als Stützpunkt, als Zentrum, als Ausgangspunkt- aktuell Kampf um B-Plan

Frau R.: Wen man einen Wanderweg für Blinde und Sehbehinderte anlegt. Der erfordert spezielle Dinge.

Man müsste sich an Partner wenden. Das Ende vom Lied war kein Interesse. Ein überregionales Angebot schaffen.

Leitfaden für Gespräche im Zuge der Master-Thesis ‚Wandertourismus im Dahme-Seenland‘

Name und Position des Gesprächspartners: Herr Heyne, Leiter des Naturparks und Herr Sonnenberg, Öffentlichkeitsarbeit/Naturschutz/Planung/Umweltbildung

Datum: 25. März 2013

Ort: Sitz des Naturparks Dahme-Heideseen, Prieros

Status quo

1. Welches sind Ihrer Ansicht nach die 3 schönsten Wanderwege im Dahme-Seenland?

Fontanewanderweg , Miehtsluch, (Salzweg, Wanderwege Briesensee)

2. Wie bewerten Sie verschiedene Aspekte des Wandertourismus im Dahme-Seenland bezüglich folgender Aspekte? (1= sehr gut, 2=gut, 3=befriedigend, 4=ausreichend, 5= mangelhaft)

Element	Bewertung	Begründung
touristische Produkte (z. B. Pauschalangebote)		keine Erfahrungen, denn Pauschalangebote werden speziell erarbeitet. Idee ist, Tagestouren anbieten. Naturpark schafft Grundlagen führt keine Vermarktung durch.
Interne Kommunikation (zu den Akteuren der Region)		Kommunikation/Werbung: Grüne Woche, Tag der offenen Tür der Bundeswehr, Aktionstage-Museumstag, Tag des Denkmals, meist in Kooperationen
Externe Kommunikation (zu den Kunden, z. B. Broschüren)		Ist vorhanden, aber ausbaufähig. Wir arbeiten mit dem Tourismusverband zusammen. Es kommen Anfragen

		zu Wanderwege bei Naturpark an und werden dann weiter geleitet.
Kooperationen (z. B. Sponsoren)		-
Bedeutung für die Wirtschaftsleistung		für Naturpark hat es keine wirtschaftliche Partizipation, allgemein ist es aber sehr wichtig; am Wochenende sind viele unterwegs, Naturpark ist nur Dienstleister

3. Wie schätzen Sie die Entwicklung des Wandertourismus in den letzten Jahren im Dahme-Seenland ein?

Der Wandertourismus nimmt zu, Individual (Pärchen, Kleingruppen) nimmt zu, aber nachgelassen haben Wandervereine und Wanderprogramme. Die Generation wird älter bzw. lebt nicht mehr. Wichtig sind auch die Kombinationen mit dem Wandern, Rad, Boot. Für die Natur- und Landschaftsführer gibt es keine Auswertungen. Der Naturpark hat sie ausgebildet und bildet weiterhin fort. Die Tendenz zu wandern steigt, es fehlt aber ein Anlaufpunkt, wo sich alle die Informationen holen. Internetportal für die Region fehlt, die alle Informationen sammelt.

4. Wie schätzen Sie die wandertouristische Attraktivität des Dahme-Seenlands ein? Wo liegen besondere Stärken?

Ruhe finden, Wälder, Seen, abwechslungsreiche und attraktive Landschaft ist das Typische (nicht das Besondere). Wandern in ruhigen Landschaften mit viel Wald, ab und zu Seen drin, mit offenen Bereichen, ein paar schönen Dörfern, aber es ist mehr oder weniger eine gediegene Landschaft. Es gibt zwar einige schöne Ausichten, aber es ist nicht spektakulär. Es zählen nicht nur die Wanderungen sondern auch die authentische Geschichten dazu, Entstehung der Gewässer, Historie der Forst, Naturschutzbedeutung, Geologie, Tongruben, Rohstoffnutzungen, Waldnutzung. Die Landschaft und Natur erklären, in Kombination mit Kultur und Entwicklung der Nutzung der Region.

5. Wo liegen aus Ihrer Sicht besondere Schwächen?

Keine einfache Erreichbarkeit der Region/des Wanderausgangspunktes. Die Erreichbarkeit von Königs Wusterhausen ist noch gut, alles was weiter weg ist, ist schwer zu erreichen, wenn man nicht mit Auto anreisen möchte. Wenn man mit Auto anreist, ist man gezwungen eine Rundwanderung durchzuführen, da haben es die Streckenwanderer schwer. Die ÖPNV -Zeiten sind schlecht (Bsp. Rufbus).

egoistische/rechtliche Eigentumsfaktoren: Bei der Ausweisung von Wanderwegen entstehen Schwierigkeiten. Der Verbau von Gewässern/Gewässerufern durch bspw. Ferienheime (Prieros): An die Dahme kommt man an zwei Punkten ran, am Tiefensee gibt es einen Einstiegspunkt. Eine andere Entwicklung ist nicht sichtbar, nur wenn die Kommune rechtliche Regelungen schafft. Schutzgebiete haben eine untergeordnete Rolle. In der Region ist die Versorgungsinfrastruktur „unterbelichtet“. Es herrscht eine kulinarische Wüste. Es fehlen geöffnete Restaurants/Läden (Bsp. Angebotspakete am Flaming Skate).

6. Wo sehen Sie weitere mögliche Stärken/Schwächen sowie Chancen/Risiken für den Wandertourismus im Dahme-Seenland? (z. B. Organisation, Produkte, Angebote, Kooperationen, Marketing, Finanzen, etc.)

Stärken	-
Schwächen	-
Chancen	genügend Unterstützer müssen da sein (Kommune), finanzielle Mittel/Polster müssen vorhanden sein, Aufwandsentschädigungen müssen gegeben sein. Wenn das nicht gewährleistet wird, fällt es weg. Man muss sich auch für Zielgruppen öffnen, die das traditionelle, spießige Wandern nicht toll finden, für „Generation Smartphone“. Neue Techniken sind ausbaufähig, es muss nachhaltig sein, aber man sollte nicht allem hinter her rennen. Bsp.: QR-Codes auf einer Internetplattform
Risiken	Verbau der Landschaft Bei vielen fehlt das Verständnis für das Allgemeinwohl Bsp.: Der Wald ist nicht nur für Produktion gut, sondern auch Erholung und Naturschutz. Meist kommt es aber zu einer negative Besucherlenkung. Bsp.: „Lesegeführte Waldweisen“ zeigt positiv was man machen kann, wenn sich alle be-

teiligen und dafür sind.

7. Wie wichtig schätzen Sie die Bedeutung von touristischen Qualitätssiegeln und Zertifizierungen im Wandertourismus ein? (1=sehr wichtig, 2=wichtig, 3=teils/teils, 4=weniger wichtig, 5=unwichtig)

Für die, die sich in der Materie auskennen, ist es werbungsrelevant. Die Masse wird das kaum einschätzen können. Siegel bringen mir ein Versprechen, dass ich als Wanderer bestimmte Dinge erwarten kann. Ich kann dadurch mehr Leute dafür interessieren, es macht neugierig.

Alle Wege die überregionale Bedeutung haben. Bsp.: Europawanderweg, Fontaneweg, 66-Seen-Wanderweg Waldweisen/Salzweg. Diese haben alle das gewisse Etwas.

8. Sehen Sie Probleme in der Vermarktung des Wandertourismus im Dahme-Seenland? (auch auf finanzielle und personelle Ressourcen) Wenn ja, welche?

-

9. Welchen Handlungsbedarf (bspw. Infrastruktur, Marketing, etc.) sehen Sie für eine bessere Profilierung der Region im Wandertourismus?

Die Stärken herausstellen, die gute Qualität der Wege sichern, bei den Realitäten bleiben an den Schwächen arbeiten.

10. Sollten die wandertouristischen Themen/Angebote besser miteinander vernetzt werden? Wenn ja, in welcher Form?

Zwischen den Tourismusverbänden bspw. Dahme-Seen und LOS. Den Wanderer interessiert es nicht welche Tourismusverbände zusammenarbeiten. Bsp. Radweg Selchow-Groß Eichholz, an einer Stelle geht der Weg durch den Landkreis Dahme-Spreewald. An dieser Stelle fehlt die Qualität. Dies führt zu einer negativen Mundpropaganda. Der öffentliche Personennahverkehr sollte nicht nur auch Schülerbeförderung ausgerichtet sein (Bsp.: Flaming Skate-Rufbus, Kleinstbusse).

11. Wie schätzen Sie die Kooperationen der Akteure im Wandertourismus in der Region ein? Welche Akteure sind das?

Die, die was wollen kommen zum Naturpark. Es läuft mit denen, die was wollen, mit den Kümmerern. Es wäre mehr möglich mit weiteren Wegewarten zusammen zu arbeiten

Entwicklungsperspektiven

12. Welche Trends werden Ihrer Einschätzung nach den Wandertourismus zukünftig beeinflussen?

Die langsame, vorsichtige Öffnung Richtung mobile Versionen/Internet. Bzgl. der Infrastruktur: Wandern zusammen mit anderen Angeboten, (einfach) Übernachten, einzukehren, Strecken selber zusammen zu bauen. Eine zielgerichtete Förderung sollte das Ziel sein. Bsp.: Der Dahmeradweg wurde gut beworben, aber es fehlen weitere Infrastrukturen.

13. Welche Erwartungen haben Sie im Hinblick auf die wandertouristische Entwicklung im Dahme-Seenland?

Der Staat zieht sich aus Verantwortlichkeiten zurück. Es wird Personal verlagert und outgesourct.

14. Worin sehen Sie mögliche Risiken in der wandertouristischen Entwicklung?

-

15. Haben Sie weitere Anmerkungen und Hinweise? Können Sie mir weitere wichtige Ansprechpartner nennen? Würden Sie ebenfalls einen weiteren Fragebogen ausfüllen, der für die Wanderer bestimmt ist?

**Leitfaden für Gespräche im Zuge der Master-Thesis ‚Wandertourismus im Dahme-Seenland‘
- Wanderwegewarte -**

Name und Position des Gesprächspartners: Herr Peters, Wanderwegewart

Datum: 27. März 2013

Ort: Königs Wusterhausen, Tourismusverband Dahme-Seen e. V.

Status quo

1. Welches sind Ihrer Ansicht nach die 3 schönsten Wanderwege im Dahme-Seenland?

Sutschketalwanderweg, Rund um Köriser See, Fontanewanderweg

2. Wie bewerten Sie verschiedene Aspekte des Wandertourismus im Dahme-Seenland bezüglich folgender Aspekte? (1= sehr gut, 2=gut, 3=befriedigend, 4=ausreichend, 5= mangelhaft)

Element	Bewertung	Begründung
touristische Produkte (z. B. Pauschalangebote)		Herr Reschke als einziger Anbieter bietet geführte Wanderwochen an für 66-Seen Wanderweg. Sonst gibt es keine Angebote. Man muss sich alles selbst erarbeiten.
Interne Kommunikation (zu den Akteuren der Region)		sehr gut, siehe Kontrollstellenunternehmen. Es gibt kurze Wege der Kommunikation und ein zuverlässiges Personal.
Externe Kommunikation (zu den Kunden, z. B. Broschüren)		Tourenplaner sind vorhanden. Wunsch: Coupons in diesen Heften. "Wer nicht wirbt hat schon verloren."
Kooperationen (z. B. Sponsoren)		Sponsorengibt es keine. "Wäre aber eine super Sache" (Wurzelpeter ist Sponsor für Wanderverband-DVV) Bsp.: Krankenkasse, Deutsche Kreuz, Rote Kreuz als Partner, Sparkasse, Bausparkasse
Bedeutung für die Wirtschaftsleistung		-

3. Wie schätzen Sie die Entwicklung des Wandertourismus in den letzten Jahren im Dahme-Seenland ein?

Vereine nahmen ab, geringe Anzahl an Teilnehmer bei Veranstaltungen. Die Saisoneroöffnung (BZ-Wandertag) mit geführten Wanderungen brachte 2.000 Wanderer/Besucher in die Region. Donnerstag werden geführte Wanderungen auf Permanent Wege angeboten.

4. Wie schätzen Sie die wandertouristische Attraktivität des Dahme-Seenlands ein? Wo liegen besondere Stärken?

sehr attraktive Landschaft und Markierungen sind sehr gut. Es war eine gute Entwicklung in den letzten Jahren.

5. Wo liegen aus Ihrer Sicht besondere Schwächen?

Nötig ist ein Wanderverein für das Dahme-Seenland.

6. Wo sehen Sie weitere mögliche Stärken/Schwächen sowie Chancen/Risiken für den Wandertourismus im Dahme-Seenland? (z. B. Organisation, Produkte, Angebote, Kooperationen, Marketing, Finanzen, etc.)

Stärken	-
Schwächen	-
Chancen	Berlinnähe! Wie bekommt man die Leute auf die Wege Idee: Wandernadel (Stempelpass, Gaststätten anwandern, Stempel holen, Urkunde beim Tourismusverband abholen) Harzer Wandernadel (222 Stempelstellen im Harz) Aufzugsflyer bei den Kundencentren der S-Bahn Tourentaler Deutschland
Risiken	-

7. Wie wichtig schätzen Sie die Bedeutung von touristischen Qualitätssiegeln und Zertifizierungen im Wandertourismus ein? (1=sehr wichtig, 2=wichtig, 3=teils/teils, 4=weniger wichtig, 5=unwichtig)

Ohne einen Weg kommt man nicht aus. Die Werbung ist wichtig. Man wird nicht wahrgenommen, wenn man nichts hat.

8. Welches Siegel erachten Sie im Wandertourismus als sinnvoll und warum?

-

9. Gibt es einen existierenden Wanderweg im Dahme-Seenland, den man nach Kriterien eines Siegels ausbauen könnte? Wenn ja, welchen?

Sutschketalwanderweg Problem: Gaststätten, Bänke, sollten sich an der Vermarktung beteiligen

10. Sehen Sie Probleme in der Vermarktung des Wandertourismus im Dahme-Seenland? (auch auf finanzielle und personelle Ressourcen) Wenn ja, welche?

Es fehlen Sponsoren.

11. Haben Sie ein Budget für die Instandhaltung/Pflege der Wanderwege? Wenn ja, wie viel?

Es gibt eine Aufwandsentschädigung von 112 Euro. Es gibt nur Nischenanbieter für Aufkleber (0,80 Euro) Farben Schablonen etc.

12. Wie viel Personal wird derzeit für die Instandhaltung/Pflege der Wanderwege in der Region eingesetzt?

-

13. Welche Aufgaben übernehmen Sie als Wegewart?

-

14. Welchen Handlungsbedarf (bspw. Infrastruktur, Marketing, etc.) sehen Sie für eine bessere Profilierung der Region im Wandertourismus?

Man muss Sponsoren suchen. Durch Messen, offensiver für Wandern werben in Kombination mit Wasser und Rad. Großveranstaltung (Olympiade) planen: Radfahren, Schwimmen Wandern (dieses Jahr Südtirol, in 2 Jahren in China). Alle 2 Jahre ist die Europiade im Grenzgebiet zu Italien. Das müsste ein festes Angebot sein, wo man selber aussuchen kann, wo man unterkommt.

15. Sollten die wandertouristischen Themen/Angebote besser miteinander vernetzt werden? Wenn ja, in welcher Form?

Themen/Angebote: Olympiade-Wasser, Wandern, Rad verbinden

Wandertag-Triathlon

Wanderonlineplattform (Nuthe-Nieplitz)

Social Media

16. Wie schätzen Sie die Kooperationen der Akteure im Wandertourismus in der Region ein? Kooperiert der Wanderwegebeirat selbst mit anderen Akteuren? Wenn ja, wie schätzen Sie die Zusammenarbeit ein? Welche Akteure sind das?

Der Landkreis müsste mehr mitarbeiten. Die Arbeit mit dem Tourismusverband ist gut.

17. Existiert eine Wanderer-Online-Plattform, auf der sich Wanderer der Region austauschen? Wenn ja, welche?

-

Entwicklungsperspektiven

18. Welche Trends werden Ihrer Einschätzung nach den Wandertourismus zukünftig beeinflussen?

Es kommt zum Gaststättensterben. Edelgastronome wollen nicht mit Wanderern zu tun haben.

Facebook, Twitter

GPS, Geocaching um die jungen Leute anzulocken

mit Schulen zusammen arbeiten (Schulwandertage einrichten)

19. Welche Erwartungen haben Sie im Hinblick auf die wandertouristische Entwicklung im Dahme-Seenland?

Qualitätsbetriebe entwickeln. In 5-10 Jahre sterben die Vereine aus/Sportwandertourismus. Vieles wird eher individuell.

20. Worin sehen Sie mögliche Risiken in der wandertouristischen Entwicklung?

-

21. Haben Sie weitere Anmerkungen und Hinweise? Können Sie mir weitere wichtige Ansprechpartner nennen? Würden Sie ebenfalls einen weiteren Fragebogen ausfüllen, der für die Wanderer bestimmt ist?

Erkner: schönster Wanderweg in Deutschland. Wanderwochen Schlaubetal, Bad Saarow. Mehr Werbung zum Wandern machen.

Europawandertag bis an die Oder-Brücke--> vereinigt mit polnische Wanderer 49 Mitglieder Wanderverein Spandau

Permanenter Wanderweg: seit 2005 in Deutschland. 1. War der Spandau-Zitadellenwanderweg und Dahlewitz. In 2009 wurden in der Region gesucht nach passenden Wegen (kurzer-, mittelfristiger und längerer Weg) gesucht. Sie hängen sich an die vorgefertigten Wege von Familie Rentmeister an. Der lange Weg wurde etwas abgeändert/eingekürzt. Mit eigenen Markierungen versehen und Streckenbeschreibungen verfasst.

Ablauf: Startkarte abholen im Tourismuszentrum, dann wandern und selber abstempeln bzw. an Stempel(Kontroll)stellen (Bindower Dorfkrug, Seerestaurant Körbiskrug) und dann wieder zurück zur Touristinformatioin.

Dauer der Wegeeinrichtung: 3 Wochen, Genehmigungsverfahren:2 Monate (Beantragung, Prüfung, Ausmessung mit Google) Das Hauptproblem waren die örtlichen Akteure.

Leitfaden für Gespräche im Zuge der Master-Thesis ‚Wandertourismus im Dahme-Seenland‘

- Tourismusakteure -

Name und Position des Gesprächspartners: Frau Thien, Geschäftsführerin Tourismusverband Dahme-Seen e. V.

Datum: 12. April 2013

Ort: Königs Wusterhausen

Status quo**1. Welches sind Ihrer Ansicht nach die 3 schönsten Wanderwege im Dahme-Seenland?**

Persönlich: Region Märkisch Buchholz und Köthen

Tourismusverband: Sutschketal, Weg um Kleinköriser See

2. Wie wurden die existierenden Wanderwege geplant? (Vorgehensweise, Zeithorizont)

Mitte der 90-iger Jahre wurde sich dem Thema zugewandt. Bis zu diesem Zeitpunkt fehlten Radwege, diese Investitionen waren kommunal nicht verfügbar. Um ein Aktivangebot vorhalten zu können, wurde sich dem Thema Wandern zugewandt. Unser Impuls kam zustande durch Manfred Reschke, der sich an den Tourismusverband wandte. Er stellte sich als Profiwanderer vor. Er übernahm in Kürze die Funktion des Wanderwegebeiratsmitgliedes. Er wurde vom Landkreis berufen, dann gab es eine Pause in seiner Tätigkeit, dann stieg er nochmal ein. Mit ihm entstanden dann ganz konkret die Wege. Z. B. Klein Köriser See, diese Idee kam vom zuständigen Förster (Herr Ness), Herr Reschke hat es aufgegriffen, hat den Weg abgelaufen und dann begann der bürokratische weg, den der Tourismusverband übernommen hat. Dabei wurden Kommunen,

Untere Naturschutzbehörde, Landkreis etc. beteiligt. In den Jahren, bis Frau Klaus eingestiegen ist, lief es so weiter. Der Anschluss der ehrenamtlichen Wegewarte kam später. Zu Anfang war Herr Reschke und ich (Frau Thien) da. Im Späteren folgten die Ehrenamtlichen aus den Kommunen, die ihre Ideen mitbrachten und so entstanden die Wanderwege, die der Tourismusverband vermarktet. Vorher gab es auch schon Wanderwege in den Kommunen, die vermarktet wurden, z. B. in Prieros. Das professionelle Vermarkten war eine neue Qualität. Momentan sind die 19 Wege gesetzt, es wird aber kein Break gemacht. Es sollte nicht überdimensioniert werden. Jeder Weg bedeutet Aufwand in der Ausweisung, Markierungen und in der Pflege. Aus diesem Grund gibt es eine Grenze des Machbaren.

Wanderverein: keine Vereinsgründungen geplant. Der ehrenamtliche Wegebeirat wird im Moment nicht durch einen Verein ergänzt. Märkischer Wanderbund-Zusammenfassung aller Vereine für Brandenburg, überregionaler Verband für das Land Brandenburg- bisher wurde es nur einmal besprochen. Es gibt noch keine weitere Entwicklung.

3. Wie bewerten Sie verschiedene Aspekte des Wandertourismus im Dahme-Seenland bezüglich folgender Aspekte? (1= sehr gut, 2=gut, 3=befriedigend, 4=ausreichend, 5= mangelhaft)

Element	Bewertung	Begründung
touristische Produkte (z. B. Pauschalangebote)		Pauschalangebote vorhanden, sehr viele Angebote der Natur-, Kultur- und Landschaftsführer, Kiez Hölzerner See bietet Touren an, „Wir sind nur noch nicht ganz oben gelandet.“
Interne Kommunikation (zu den Akteuren der Region)	1	Der Tourismusverband wird angesprochen vom Naturpark, in die jeweiligen Prozesse integriert, sehr gute Kommunikation, auch durch die Wegewarte, die in den Kommunen unterwegs sind und Informationen zum Tourismusverband tragen
Externe Kommunikation (zu den Kunden, z. B. Broschüren)		-
Kooperationen (z. B. Sponsoren)		Reschke und ich (Frau Thien) waren bei der Volksbank, die mit dem Slogan wirbt „Wir machen den Weg frei“. Dies erschien sehr passend für das Wandern. Der Versuch wurde gestartet, ist leider noch nicht geglückt. Das Thema Wandern bedienen wir mit markierten Wanderwegen. Es ist jedoch kein professionelles Leitsystem für Wanderwege vorhanden, aufgrund fehlender finanzieller Mittel. Markierungen und Publikationen bieten ein sehr gutes Angebot, wenn wir aber als Wanderregion wahrgenommen werden wollen, dann müssen wir in Zukunft ein professionelles Leitsystem vor Ort installieren. Ziel sollte ein Premiumweg sein.
Bedeutung für die Wirtschaftsleistung		-

4. Wie schätzen Sie die Entwicklung des Wandertourismus in den letzten Jahren im Dahme-Seenland ein?

Wir haben zeitig mit dem Thema angefangen, haben gemerkt, dass das Thema „sich in der Natur aufhalten“, „sich bewegen“ schon immer vorhanden war. Ich glaube, dass die Potentiale höher sind als wir sie momentan ausschöpfen können. Die Region als Wanderregion wird noch nicht wahrgenommen, weil wir bestimmte infrastrukturelle Defizite haben und auch durchaus nach oben noch Luft ist, was das Marketing betrifft.

5. Wie schätzen Sie die wandertouristische Attraktivität des Dahme-Seenlands ein? Wo liegen besondere Stärken?

Die Zielgruppe der Berliner ist „direkt vor der Tür“. Viele Indikatoren sprechen dafür, dass die Leute nicht so weit fahren wollen, das Bedürfnis nach Entschleunigung, nach Naturerlebnis wird steigen, die Welt wird hektischer, immer mobiler, zukünftig wird die Nachfrage nicht abreißen. Regional eine sehr attraktive Natur

vor den Toren der Hauptstadt.

6. Wo liegen aus Ihrer Sicht besondere Schwächen?

Ich sehe eher eine Schwäche des Spreewalds. Die dortigen Wege werden von verschiedenen Nutzergruppen gleichzeitig genutzt, weil nicht genug Fläche da ist, um für alle ausreichend Wegeangebote zur Verfügung zu stellen. Wir haben genug Platz, sind auch sehr bemüht keine Nutzerkonflikte aufkommen lassen. Das Marketing benötigt mehr Geld, aber das hatte ich schon gesagt.

7. Wo sehen Sie weitere mögliche Stärken/Schwächen sowie Chancen/Risiken für den Wandertourismus im Dahme-Seenland? (z. B. Organisation, Produkte, Angebote, Kooperationen, Marketing, Finanzen, etc.)

Stärken	-
Schwächen	-
Chancen	-
Risiken	-

8. Wie schätzen Sie das wandertouristische Angebot im Dahme-Seenland im Vergleich zu anderen Wanderregionen ein? Warum?

Ich würde das Land Brandenburg generell zweiteilen. Es gibt die Regionen, die sich explizit als Wanderregionen aufstellen und zertifizierte Wanderwege haben, die auch in die überregionale Vermarktung kommen. Das sind der Fläming, die Uckermark und auch das Seenland Oder-Spree. Diesen Qualitätssprung haben wir noch nicht gemacht. Wir gehören also zu der zweiten Gruppe von Reiseregionen im Land Brandenburg, wo Wandertourismus noch nicht diesen Stellenwert gewonnen hat. Wir sind klassisch eine Ausflugsregion, insbesondere für die Berliner. Natürlich gibt es in der Wanderercommunity bestimmte Bedarfe. Das Flachlandwandern ist noch nicht 100 Jahre am Markt. Es kommt erst mit dem Thema Gesundheitstourismus sehr viel stärker in den Fokus. Da müssen sich die Flachlandregionen erst einmal profilieren. Der Wanderer erwartet schon Natur pur, im Sinne von keine Geräusche, möglichst unbetretene Waldgebiete. Wir sind lebendiger als bspw. die Uckermark oder das Schlaubetal. Wir werden uns trotzdem mit unseren speziellen Angeboten aufstellen. Man muss trotzdem den Unterschied wissen. Neben den jetzt schon zertifizierten Wegen in den schon profilierten Wanderregionen, kommt der 66-Seen-Wanderweg hinzu, der die Regionen verbindet. Diese bieten ein homogenes Angebot. Man wird uns über diesen Weg mit wahrnehmen. Gehen wir davon aus, wir haben einen zertifizierten Weg, dann haben wir ein anderes Profil als Uckermark und Schlaubetal.

9. Wie wichtig schätzen Sie die Bedeutung von touristischen Qualitätssiegeln und Zertifizierungen im Wandertourismus ein? (1=sehr wichtig, 2=wichtig, 3=teils/teils, 4=weniger wichtig, 5=unwichtig)

-

10. Sehen Sie Probleme in der Vermarktung des Wandertourismus im Dahme-Seenland? (auch auf finanzielle und personelle Ressourcen) Wenn ja, welche?

Ressourcen für eine verbesserte Vermarktung gibt es immer. Es fängt schon bei der Landesvermarktung an. Das Thema Wandern ist im landesweiten Marketing nicht gleichwertig aufgestellt, wie die Themen Wasser und Rad. Man nimmt es wahr, auch durch den Wandertag im Fläming. Dieses Thema muss noch stärker in den Fokus gestellt werden. Hängt immer davon ab, wie viel Angebote vorhanden sind und welche Qualität diese haben. Hat noch Nachholebedarf.

11. Wie hoch ist das Gesamtbudget Ihrer Organisation für den Tourismus? Welches Budget setzen Sie derzeit für die wandertouristische Vermarktung ein?

Das Budget „Marketing“ ist nicht in Themen untergliedert. Es gibt ein gesamtes Budget „Marketing“, welches jährlich mit dem Haushaltsansatz festgeschrieben wird. In diesem Jahr wird das Thema Onlinemarketing sehr viel stärker in den Fokus gerückt und wird auch mehr Geld verbrauchen. Heißt, es ist weniger Geld für andere Themen dar.

12. Welche Personalressourcen setzen Sie derzeit für die wandertouristische Vermarktung ein und was

sind deren Aufgaben? (Trennung Vollzeitkräfte, fördermittelfinanzierte und Teilzeitkräfte)

Wanderwegebeirat und Frau Klaus. Damit glaube ich, sind wir im Vergleich zu anderen Regionen sehr gut aufgestellt. Im Netzwerk Aktiv wurde der Tourismusverband immer als Beispiel genannt. Denn ein Mitarbeiter der nur für Infrastruktur und Qualität zuständig ist, ist ein gewisser Luxus. Wir sind froh, dass der Landkreis diese Notwendigkeit erkannt hat, dass man das nicht so an eine Marketingstelle anbinden kann, denn ist ein sehr umfangreiches Gebiet, mit der Notwendigkeit der Zusammenarbeit mit den Kommunen. Es ist sehr zeitaufwendig.

13. Nutzen Sie Kennzahlen, um Vertriebs- und Marketingaktivitäten zu überprüfen? Wenn ja, welche? Gibt es Kennzahlen, die den Beitrag des Wandertourismus zur gesamten touristischen Entwicklung der letzten Jahre darstellen?

Diese detaillierte Analyse, unterschieden nach Aktivtouristischen Gruppen gibt es nicht.

14. Welchen Handlungsbedarf (bspw. Infrastruktur, Marketing, etc.) sehen Sie für eine bessere Profilierung der Region im Wandertourismus?

Für mich ist der Ansatzpunkt, der guten Aufstellung personeller Ressourcen, mit dem Wegebeirat und Frau Klaus, eine gute Ausgangssituation. Wenn wir uns als Wanderregion auch überregional aufstellen wollen, brauchen wir Qualitätswanderwege, zertifizierte Wanderwege, die man dann auch in überregionale Publikationen, deutschlandweite Publikationen mit einbringen kann. Was ich als Handlungsbedarf für die nächsten Jahre sehe, dass wir uns aktiv einbringen im Land Brandenburg in die Fortführung des Netzwerkes Aktiv. Dieses Netzwerk war sehr erfolgreich. Träger war der Landestourismusverband. Bis zum jetzigen Zeitpunkt war dieses Netzwerk finanziell sehr gut gefördert über das Wirtschaftsministerium des Landes Brandenburg und hatte auch eine eigene personelle Ausstattung. Diese Förderung ist weggefallen und die Regionen und er LTV haben sich dazu bekannt, dieses Netzwerk mit eigenen Mittel fortzuführen. Ich denke das ist unsere Aufgabe in diesem Netzwerk mitzumachen. Generell ist es für meinen Verband und meine Region immer wieder wichtig, dass man die Aufgaben nur erfüllen kann, wenn man Kooperationsbeziehungen einget. Die Finanzierung ist da dann doch nicht ausreichend, dass man diese Themen alleine bearbeiten kann.

15. Sollten die wandertouristischen Themen/Angebote besser miteinander vernetzt werden? Wenn ja, in welcher Form?

-

16. Wie schätzen Sie die Kooperationen der Akteure im Wandertourismus in der Region ein? Mit welchen anderen Akteuren des Wandertourismus kooperiert der TV? Wenn ja, wie schätzen Sie die Zusammenarbeit ein?

-

Entwicklungsperspektiven

17. Welche Trends werden Ihrer Einschätzung nach den Wandertourismus zukünftig beeinflussen?

Es bedarf immer mehr der Ausweisung von Wegen, die Natur und Ruhe als Angebot beinhalten. Es gab den Trend, dass es mehr in die sportliche Richtung geht. Als dieser Trend aufkam, haben wir versucht einen Nordic-Walking-Park aufzubauen. Wir haben heute noch ausgewiesene Strecken und Publikationen, die diese Strecken ausweisen. Dieser Trend hat sich nicht verstärkt. Es gibt immer noch Leute, die das betreiben. Es wird keinen direkten Trend geben. Für uns ist wichtig, dass wir unsere Lage nutzen. Wir haben noch den Luxus gegenüber anderen Brandenburger Regionen, was Bahn und Bus-Angebote betrifft, wenn wir auch natürlich mit dem ÖPNV nicht zufrieden sind. Wir könnten uns vorstellen, dass die Busse viel öfter und mehr fahren, aber wir können von den Bahnhöfen sehr viele schöne Wegeangebote machen und das muss auch unser Ziel sein, dass wir die Leute in Berlin abholen- mit unserem ÖPNV. Die Idee der Rufbusse wird durch die Regionale Verkehrsgesellschaft Dahme-Spreewald realisiert im südlichen Raum, Schwielochsee, Straupitz, Lübben. Die Umstellung auf diese Variante des ÖPNV, die wird in Zukunft viel stärker bedacht werden müssen. Für die Nord-Region des Landkreises stehen derzeit keine kleine Fahrzeuge zur Verfügung.

18. Welche Erwartungen haben Sie im Hinblick auf die wandertouristische Entwicklung im Dahme-

Seenland?

Das Thema Wandern nimmt immer stärker zu. Auf der einen Seite, die die es durchführen wollen, auf der anderen Seite, die es anbieten wollen. Ich wüsste nicht warum diese Gruppen nicht zueinander finden sollen.

19. Worin sehen Sie mögliche Risiken in der wandertouristischen Entwicklung?

Wenn sich gesetzliche Bedingungen ändern würden bzgl. des Betretungsrechtes. Risiken sind auch immer lärmintensive Ansiedlungen, aber da kann ich mir nicht vorstellen, dass es flächendeckend über die gesamte Region erfolgen würde. Sowas behindert oftmals touristische Entwicklungen oder schließt sich gegenseitig aus.

20. Haben Sie weitere Anmerkungen und Hinweise? Können Sie mir weitere wichtige Ansprechpartner nennen? Würden Sie ebenfalls einen weiteren Fragebogen ausfüllen, der für die Wanderer bestimmt ist?

**Leitfaden für Gespräche im Zuge der Master-Thesis ‚Wandertourismus im Dahme-Seenland‘
- Tourismusakteure -**

Name und Position des Gesprächspartners: Frau Klaus, Bereich Infrastruktur und Qualitätsmanagement, stellv. Geschäftsführerin Tourismusverband Dahme-Seen e. V.

Datum: 15. Mai 2013

Ort: Königs Wusterhausen

Status quo

1. Welches sind Ihrer Ansicht nach die 3 schönsten Wanderwege im Dahme-Seenland?

Lesefährte Waldweisen, Wanderung Köthener Heideseen und Sutschketalwanderung

2. Wie wurden die existierenden Wanderwege geplant? (Vorgehensweise, Zeithorizont)

Die, die jetzt existieren und vermarktet werden, basieren auf bestehende Wege vor der Wende und Kombinationen die daraus gemacht wurden. Es ging in den 90-iger Jahren los mit diesem Vier-Wege-Projekt. Es war ein Gemeinschaftsprojekt vom Tourismusverband Dahme-Seen und Tourismusverein Köpenick, wo es darum ging für Wasser, Wandern, Rad und Reiten Wege zu finden, ein Wegenetz aufzubauen. Es wurde alles gesucht, was es schon gibt, wo es noch Defizite gibt, wo sind schöne Touren machbar etc. Über mehrere Jahre gab es eine Arbeitsmaßnahme, wo viele Leute beschäftigt waren, nicht nur mit der Konzeption der Wege und der Abstimmung mit den Kommunen, sondern auch mit der Umsetzung, der Ausschilderung. Es gab extra eine Schilderwerkstatt am Hölzernen See, wo die Schilder per Hand mit Schablone gemalt wurden und im Wald aufgestellt wurden. Es war ein gefördertes Projekt, was bis Ende der 90-iger Jahre lief. Das ist der Grundstock auf dem wir heute aufbauen. Dazu kamen immer wieder kleinere Wege, Wegeideen, die von den Wegebeiratsmitgliedern noch hinzugefügt wurden. Das Prozedere führte federführend der Tourismusverband, in Abstimmung mit Wegewarten, Kommunen und Grundbesitzern. Pflege und Unterhaltung haben dann die Wegewarte übernommen. Schaffung der touristischen Infrastruktur nicht originäre Aufgabe eines Tourismusverbands.

3. Wie bewerten Sie verschiedene Aspekte des Wandertourismus im Dahme-Seenland bezüglich folgender Aspekte? (1= sehr gut, 2=gut, 3=befriedigend, 4=ausreichend, 5= mangelhaft)

Element	Bewertung	Begründung
touristische Produkte (z. B. Pauschalangebote)	5	Pauschalangebote gibt es so gut wie gar keine. Es gab Anfänge (Paul-Gerhard-Pauschale). Es gibt nichts und das was es gibt, ist qualitativ nicht ausreichend. Es fehlen die Anbieter (Hotel, Reiseveranstalter, die sich speziell auf die Wanderer konzentrieren).
Interne Kommunikation (zu den Akteuren der Region)	4-5	Es gibt eine Kommunikation und wir bemühen uns diese aufzubauen. In dem kleinen Kreis Wegebeirat ist die sehr gut, aber wir stellen immer wieder fest, es gibt

		so viele Leute, die sich damit beschäftigen, aber es wird nicht richtig zusammen geführt. Es fällt uns immer wieder auf, dass die Strukturen Wegebeirat/Wegerat noch nicht bekannt und anerkannt werden.
Externe Kommunikation (zu den Kunden, z. B. Broschüren)	3	-
Kooperationen (z. B. Sponsoren)	5	Gibt es keine und weil es viel zu wenig Produkte gibt mit denen man an den Markt gehen könnte.
Bedeutung für die Wirtschaftsleistung	5	Es kann nicht nachgewiesen werden, wie viel Leute unterwegs sind.

4. Wie schätzen Sie die Entwicklung des Wandertourismus in den letzten Jahren im Dahme-Seenland ein?

Kann ich nicht beantworten. Mein subjektives Gefühl würde sagen, dass es ein wenig zu genommen hat, aber da es keine Zahlen gibt, ist es schwierig zu kategorisieren. Im Vergleich zu Wasser, was relativ gleich geblieben ist, siehe Schleusungszahlen und Rad, was rapide angestiegen ist.

5. Wie schätzen Sie die wandertouristische Attraktivität des Dahme-Seenlands ein? Wo liegen besondere Stärken?

Sehr hohe Attraktivität. Sehr gute ÖPNV-Anbindung-Wandern mit Bus und Bahn, wenn ich weiß, wo ich hin muss, komme ich sehr gut mit ÖPNV aus. Dicht am Quellmarkt Berlin, habe trotzdem eine vielfältige, kleinteilige Landschaft. Ich habe Wasser, Wald, nette kleine Ortschaften mit einem kleinen gastronomischen Angebot, die Qualität ist eine andere Frage. Die Wanderwege sind sehr schön, sind zum Teil Rundwanderwege, Halbtagestouren, überregionale Wanderwege.

6. Wo liegen aus Ihrer Sicht besondere Schwächen?

Insgesamt ist die Region nicht auf Wandertouristen ausgerichtet. Es fehlt das Bewusstsein bei den Leistungsträgern, es fehlen Kleinigkeiten „Hallo Wanderer hier bist du Willkommen“. Es fehlen Sitzbänke, Picknickbänke, Übersichtstafeln der Wanderwege, es fehlt die durchgängige Zielwegweisung mit Kilometrierung (Ort, Kilometeranzahl). Viel zu wenig bekannt und beworben. Die Frage ist, wie stark mache ich das Marketing für ein Angebot, das noch nicht perfekt ist. Ein Weg wäre, ein paar wenige Spitzenwege nach vorne zu stellen und zu vermarkten- die Region dadurch mitzunehmen. Ein Weg perfekt machen, hier findet der Wanderer, was er sucht.

7. Wo sehen Sie weitere mögliche Stärken/Schwächen sowie Chancen/Risiken für den Wandertourismus im Dahme-Seenland? (z. B. Organisation, Produkte, Angebote, Kooperationen, Marketing, Finanzen, etc.)

Stärken	-
Schwächen	-
Chancen	Entwicklung Sutschketalwanderweg als Spitzenwanderweg. Aus dem unbekanntem Brei der Angebote in die Liga der „Aha-in der Region gibt es was“, um dann in die bundesweiten Portale wie Wanderbares Deutschland herein zu kommen. Als Name in das Bewusstsein der Wanderer und Anbieter zu kommen.
Risiken	Da wir auf einem sehr niedrigen Level sind, sehe ich das Risiko, dass wir keine Fortschritte machen. Was ich aber nicht glaube, weil wir Konkurrenzfähig sind mit anderen Regionen Brandenburgs und bundesweit.

8. Wie schätzen Sie das wandertouristische Angebot im Dahme-Seenland im Vergleich zu anderen Wanderregionen ein? Warum?

Das wandertouristische Angebot ist unterrepräsentiert, viel zu wenig präsent, zu wenig Produkte, Pauschalen und Anbieter.

9. Wie wichtig schätzen Sie die Bedeutung von touristischen Qualitätssiegeln und Zertifizierungen im

Wandertourismus ein? (1=sehr wichtig, 2=wichtig, 3=teils/teils, 4=weniger wichtig, 5=unwichtig)

Sehr wichtig, vor allem für das Innen- und Außenmarketing. Innenmarketing, um die Anbieter zu sensibilisieren und für außen, um die Vergleichbarkeit mit anderen Regionen zu gewährleisten.

10. Sehen Sie Probleme in der Vermarktung des Wandertourismus im Dahme-Seenland? (auch auf finanzielle und personelle Ressourcen) Wenn ja, welche?

Bei den finanziellen und personellen Ressourcen sehe ich keine großen Probleme, weil ich denke, dass Wandern den gleichen Stellenwert bekommt wie Wasser und Rad. Hat es aber bisher nicht, wegen der Nachfrage- und Angebotsseite. Es gibt inzwischen sehr viel, aber es wurde, auch vom Land jahrelang stiefmütterlich behandelt. Das Thema Wandern hat nie eine Rolle gespielt. Es wurde durch verschiedene Projekte in der Region und durch den Tourismusverband nicht so auf die Ebene gehoben wie die anderen Themen Rad (extrem gepusht durch das Land) und Wasser (EXPO-Projekt). Seit 2009 ist 60-70 % meiner Arbeitszeit mit dem Thema Rad verbunden, weil es vom Landkreis gefordert wurde und auch weil wir in den Regionen das liefern mussten für das Landesmarketing. Natürlich hatten wir für das Thema Rad sehr viel Nachholebedarf. Nichts desto trotz bekommt das Thema Wandern, vor allem wenn ich mich um den Paul-Gerhard-Weg kümmere durchaus einen hohen zeitlichen und finanziellen Stellenwert. Natürlich wollen alle mehr Geld und Personen haben, aber letztendlich ist es eine Frage der Gewichtung.

11. Wie hoch ist das Gesamtbudget Ihrer Organisation für den Tourismus? Welches Budget setzen Sie derzeit für die wandertouristische Vermarktung ein?

Auflistung Marketing.

12. Welche Personalressourcen setzen Sie derzeit für die wandertouristische Vermarktung ein und was sind deren Aufgaben? (Trennung Vollzeitkräfte, fördermittelfinanzierte und Teilzeitkräfte)

Frau Klaus (Infrastruktur, Qualitätsmanagement), Frau Frank (Marketingleiterin), Frau Förster (Marketing), Frau Keil (Veranstaltungsservice, Datenerfassung für Online-Eventdatenbank und Printversionen des Veranstaltungskalenders, Sekretariat), Frau Wolf und Frau Kettlitz (Tourist-Information, RVS-Agentur, Informations- und Buchungsservice)

13. Nutzen Sie Kennzahlen, um Vertriebs- und Marketingaktivitäten zu überprüfen? Wenn ja, welche? Gibt es Kennzahlen, die den Beitrag des Wandertourismus zur gesamten touristischen Entwicklung der letzten Jahre darstellen?

Diese detaillierte Analyse, unterschieden nach Aktivtouristischen Gruppen, gibt es nicht.

14. Welchen Handlungsbedarf (bspw. Infrastruktur, Marketing, etc.) sehen Sie für eine bessere Profilierung der Region im Wandertourismus?

Beschilderung mit Zielwegweisern, Wandertouristische Angebote: Picknickbänke, Übersichtstafeln mit den Wanderwegen, kostenlose Flyer mit Wandertouren, Geld für überregionale Werbung in Fachzeitschriften, generell die verbesserte Darstellung des Themas im Internet (wird nächstes Jahr umgesetzt)

15. Sollten die wandertouristischen Themen/Angebote besser miteinander vernetzt werden? Wenn ja, in welcher Form?

Manche wissen nicht, was wir machen, wir wissen nicht, was die Anderen machen. Da steht an erster Stelle die Kommunikation-bessere Kommunikation miteinander.

16. Wie schätzen Sie die Kooperationen der Akteure im Wandertourismus in der Region ein? Mit welchen anderen Akteuren des Wandertourismus kooperiert der TV? Wenn ja, wie schätzen Sie die Zusammenarbeit ein?

Wegewarte, Wanderführer, Natur-, Kultur- und Landschaftsführer, einzelne Anbieter (bspw. Herr Kühn), eher Kooperation mit dem Naturpark. Mit der Naturwacht geringe Kooperation. Zusammenarbeit gibt es, aber nicht ausreichend.

Entwicklungsperspektiven

17. Welche Trends werden Ihrer Einschätzung nach den Wandertourismus zukünftig beeinflussen?

Wandern mit Navi, Smartphone-Welle, wird aber nicht die Schilder ersetzen. Der demografische Wandel, ältere Leute, die kürzere Touren durchführen, mehr Sitzgelegenheiten benötigen, mehr Gaststätten haben möchten. Wellness-Gesundheit-Präventionen und Naturtourismus fördern das Wandern.

18. Welche Erwartungen haben Sie im Hinblick auf die wandertouristische Entwicklung im Dahme-Seenland?

Das Wandern so viel Bedeutung bekommt wie die Themen Wasser und Rad. Das mehr Anbieter sich auf das Thema Wandern spezialisieren.

19. Worin sehen Sie mögliche Risiken in der wandertouristischen Entwicklung?

Übervölkert von Wanderern werden wir nicht. Sonst keine weiteren Risiken.

20. Haben Sie weitere Anmerkungen und Hinweise? Können Sie mir weitere wichtige Ansprechpartner nennen? Würden Sie ebenfalls einen weiteren Fragebogen ausfüllen, der für die Wanderer bestimmt ist?

Paul-Gerhard-Weg, was uns erheblichen Aufwind bringt. Es ist ein überregionales Thema.

Name und Position des Gesprächspartners: Frau Schmidt; Herr Mertke

Datum: 29. Mai 2013

Ort: Sitz der Naturwacht, Prieros

Status quo

1. Welches sind Ihrer Ansicht nach die 3 schönsten Wanderwege im Dahme-Seenland?

Frau Schmidt: Ich habe gerade das Faltblatt zum Miethsluch gemacht. Das finde ich ist ein toller Wanderweg und mit der Länge von 7,5 km, ist das auch ein Spaziergang, wo die Leute abschalten können. Dann ist ein sehr schöner Wanderweg, den bedienen wir zwar nicht, aber ich weiß, dass er sehr gut angenommen wird, um die Tonteiche in Körbiskrug. Wenn ich wandern gehen will, möchte ich keinen Ortsrundgang machen. Oderiner See wurde damals von der Gemeinde nicht mehr erwünscht, jetzt ist die Idee, dass wieder ins Leben zu rufen. Die Natur verändert sich so schnell. Da sind Faltblätter nicht immer aktuell.

Herr Mertke: Dazu der Salzweg, der ist von der Sache her sehr eintönig. Es gibt viele um die Seen herum. Wanderung um den Pätzer Hintersee, da habe ich jemanden getroffen, der nicht mehr zurück fand. Ich finde Kossenblatt ganz schön, mit den Seen, den Schleusen, dem Schloss. Wir wollen was erlebbar machen. Selbst wenn die Schilder nicht stehen, kann jeder eine Karte lesen. Schilder würden einer ständigen Wartung unterliegen. Das ist aber nicht unsere Aufgabe, sondern die, der Wegewarte vom Tourismusverein. Nur die machen es auch nebenbei.

2. Wie bewerten Sie verschiedene Aspekte des Wandertourismus im Dahme-Seenland bezüglich folgender Aspekte? (1= sehr gut, 2=gut, 3=befriedigend, 4=ausreichend, 5= mangelhaft)

Element	Bewertung	Begründung
touristische Produkte (z. B. Pauschalangebote)		Frau Schmidt: Wir entwickeln keine Produkte in dem Sinne. Das Einzige, was wir entwickelt haben als Naturwacht insgesamt, sind die Rangertouren. Da geht es nicht ausschließlich um Wandern. Herr Mertke: Weitere Wanderungen haben wir in unserem Führungsangebot, bspw. Salzstellenwanderung, die geführt wird. Veranstaltungskalender ist das JahreBuch. Ich sehe auch, dass dieses Gebiet nicht so sehr wandertouristisch erschlossen ist. Der Bedarf hält sich in Grenzen.
Interne Kommunikation (zu den Akteuren der Region)		Frau Schmidt: Die besteht schon, aber nur dann, wenn was anliegt.

		Herr Merke: Mit dem Naturpark sind wir dicht zusammen. Zum Tourismusverband haben wir unsere Verbindung, nicht unbedingt regelmäßig. Die Ansprechpartner kennen wir. Wir kennen die Wanderwegewarte in der Region. Kommunikation ist da.
Externe Kommunikation (zu den Kunden, z. B. Broschüren)		Frau Schmidt: Vieles läuft übers Internet. Wir machen Befragungen der Besucher woher haben die Leute, die Informationen. Aber auch das JahreBuch ist ganz gut und Presse, wenn es klappt, kann auch mal gut sein. Herr Mertke: Die meisten kommen durch Broschüren, die wenigstens haben gesagt, dass sie aufgrund eines Presseartikels gekommen.
Kooperationen (z. B. Sponsoren)		Herr Mertke: Faltblätter entstanden mit pro agro. Sponsoring an sich haben wir nicht. Frau Schmidt: Ich muss die Faltblätter auch mit den Förstern absprechen, aber finanzielle Mittel spielen keine Rolle.
Bedeutung für die Wirtschaftsleistung		-

3. Wie schätzen Sie die Entwicklung des Wandertourismus in den letzten Jahren im Dahme-Seenland ein?

Herr Mertke: Ich denke, der Wandertourismus hat sich zum Teil entwickelt, früher war es weniger, aber solange die Infrastruktur bei uns in der Region nicht stimmt, kann sich nicht viel mehr entwickeln. Es gibt Ortschaften, da gibt es keine Gastronomie.

Frau Schmidt: Wenn ich wandern gehe, dann nehme ich alles mit. Aber was mir fehlt ist ein Rastplatz, eine Sitzgelegenheit. Beim Wanderweg am Miethsluch stehen drei Bänke, aber das war schon ein Kampf. Selbst wenn ich mein Wasser dabei habe, an einem schönen Aussichtspunkt zu verweilen, geht nicht.

4. Wie schätzen Sie die wandertouristische Attraktivität des Dahme-Seenlands ein? Wo liegen besondere Stärken?

Herr Mertke: Dubrow ist ein sehr schönes Gebiet. Potential ist da. Man kann sehr lange abgeschieden laufen, mit Wasser, mit Wald. Denke schon, dass sowas ausbaufähig wäre. Wir sind abwechslungsreich, lange Zeit aus dem Trubel raus.

Frau Schmidt: Die Natur, das Wasser, die Landschaft. Wenn ich wandern will, finde ich immer eine Möglichkeit.

5. Wo liegen aus Ihrer Sicht besondere Schwächen?

Frau Schmidt: Im Prinzip braucht der Wanderer einen Rundweg. Wenn er bspw. die Dahme runter läuft bis nach Märkisch Buchholz, dann brauche ich einen Bus der mich wieder hoch fährt. Wenn ich mir die Fahrpläne am Wochenende ansehe oder bspw. der Naturpark erstreckt sich über zwei Landkreise, dieser bezirksübergreifende Bus fährt im Sommer 2x in der Woche.

Herr Mertke: Dann gibt es noch den Zug. Von Königs Wusterhausen oder der Zug nach Storkow, aber Queranbindung nach Kossenblatt gibt es nicht. Es gibt zwar gute Wanderkarten, aber zum Teil auch sehr veraltete Wanderkarten. Da fehlt die Kontrolle. Zwischen Neubrück, Münchehofe, wenn ich mich einmal verfranzt habe als Wanderer und nach zwei Stunden wieder Land erreiche, dann gehe ich in diesem Gebiet nie mehr wandern. Dass man sagt, wenn ich solche großen Waldgebiete habe, sollte man versuchen, den Weg mit Punkten auf einer Karte nach zu vollziehen.

6. Wo sehen Sie weitere mögliche Stärken/Schwächen sowie Chancen/Risiken für den Wandertourismus im Dahme-Seenland? (z. B. Organisation, Produkte, Angebote, Kooperationen, Marketing, Finanzen, etc.)

Stärken	-
Schwächen	-

Chancen	Frau Schmidt: Ich glaube, die Leute, die wandern gehen wollen hier, die machen es meistens von selbst. Eine Wanderung muss ich gar nicht so anbieten. Wofür die Naturwacht mehr steht dass man etwas Besonderes anbietet, was die Leute alleine nicht machen können bspw.: wir untersuchen bestimmte Pflanzen oder Keschern im Wasser.
Risiken	Frau Schmidt: Risiken sind auch solche Sachen wie Eichenprozessionsspinner. Dass die Leute teilweise Angst haben in den Wald zu gehen. Das ist aber eine eigene Ermessenssache. Die Wege, die da sind müssen gepflegt werden. Dann gibt es die Förster, die sagen, hört bloß auf mit den Wanderwegen, überall Punkte, Schilder, Leute. Die Jäger sind die nächsten. Bloß keinen Wanderweg.

7. Wie wichtig schätzen Sie die Bedeutung von touristischen Qualitätssiegeln und Zertifizierungen im Wandertourismus ein? (1=sehr wichtig, 2=wichtig, 3=teils/teils, 4=weniger wichtig, 5=unwichtig)

Herr Mertke: Es ist was, was uns auch bei unserer Arbeit hilft, wenn man einen gezielten Weg hat. So ein zertifizierter Weg kann viel für die Region bringen. Potential sehe ich viel, aber man muss die Leute dazu bekommen. Man kann keinem was überstülpen. Aber solange die Leute das Potential nicht sehen, hat so ein Weg keine Chance.

Frau Schmidt: Wenn es so ein Weg gäbe, würde dieser Besucher bringen. Im Moment wüsste ich aber keinen Weg den man so einem Siegel geben könnte.

8. Sehen Sie Probleme in der Vermarktung des Wandertourismus im Dahme-Seenland? (auch auf finanzielle und personelle Ressourcen) Wenn ja, welche?

Frau Schmidt: In dem Moment, wo es ein Faltblatt gibt, wird es ausgelegt an verschiedenen Stellen. Es wird auch mitgenommen, aber was dann damit passiert, wissen wir nicht. Wie groß die Nutzung der mitgenommenen Artikel ist, lässt sich sehr schwer nachzuvollziehen.

Frau Schmidt: Selbst von Schulkassen fehlt die Nachfrage. Keine Anfragen von Schulklassen für Projektwochen. Man schätzt meist das nicht, was vor der Haustür liegt.

9. Welchen Handlungsbedarf (bspw. Infrastruktur, Marketing, etc.) sehen Sie für eine bessere Profilierung der Region im Wandertourismus?

Frau Schmidt: Bessere Ausschilderung, Verknüpfung von Gastronomie-Rastmöglichkeiten-Verkehrsverbindungen.

Herr Mertke: Zwischenziele schaffen bei den Wanderwegen. Anziehungspunkte schaffen. Bis jetzt wandere ich nur von A nach B. Wenn ich einen Kiefernwald habe und eine Aussicht habe, bringt das ein Zugpferd. Das Erleben mit der Wanderung in Verbindung bringen. Wenn man bspw. an der Dahme ein Rohr reinlegt, um den Untergrund zu sehen, das wäre ein kleiner Höhepunkt.

10. Sollten die wandertouristischen Themen/Angebote besser miteinander vernetzt werden? Wenn ja, in welcher Form?

-

11. Wie schätzen Sie die Kooperationen der Akteure im Wandertourismus in der Region ein? Welche Akteure sind das?

-

Entwicklungsperspektiven

12. Welche Trends werden Ihrer Einschätzung nach den Wandertourismus zukünftig beeinflussen?

Frau Schmidt: Deswegen sind diese elektronische Medien (GPS) besser, weil die schneller aktualisiert werden können. Unsere Zeit ist schnelllebig. Zeitlang war es der Gesundheitstrip (Nordic-Walking). Der Gesundheitsstandpunkt könnte ein Trend sein.

Herr Mertke: Dafür brauche ich mein ausgebautes Netz, ich bin draußen und nicht im Studio. Diese Entwicklung von Walking-Routen, das ist durch. Was in den letzten Jahren ziemlich stark geworden ist, ist das Geo-Caching. Jeder hat jetzt sein Handy, wenn dieses Netz ausgebaut wird, dass die Routen aktuell im Netz sind,

kann sich ein ziemlich dichtes Netz entwickeln, was individuell abgelaufen werden kann.

13. Welche Erwartungen haben Sie im Hinblick auf die wandertouristische Entwicklung im Dahme-Seenland?

Frau Schmidt: Wenn mehr Leute auch zur Naturwacht kämen und ihre Wanderung mit uns verknüpfen, mehr Möglichkeiten, wo man anhalten kann.

14. Worin sehen Sie mögliche Risiken in der wandertouristischen Entwicklung?

-

15. Haben Sie weitere Anmerkungen und Hinweise? Können Sie mir weitere wichtige Ansprechpartner nennen? Würden Sie ebenfalls einen weiteren Fragebogen ausfüllen, der für die Wanderer bestimmt ist?

Auszug aus dem Protokoll Wanderwegebeiratssitzung 28. Februar 2013 in der Geschäftsstelle des TV Dahme-Seen

Begrüßung durch Herrn Reschke

Herr Reschke begrüßt alle, die sich für das Ehrenamt des Wanderwegewartes interessieren und gibt allgemeine Infos über dieses Amt. Er betont, dass der Fokus darin liegen soll, bereits bestehende Wege zu pflegen und nicht zwingend neue Wege zu finden. Es ist sehr kompliziert neue Wege als Wanderwege genehmigen zu lassen. Weiter merkt Herr Reschke an, dass Gäste in manchen Landkreisen nicht sonderlich erwünscht sind und eher als störend angesehen werden.

Der Landkreis Dahme –Spreewald gilt als Vorbild in Sachen Wanderwegbetreuung im gesamten Land, da sich hier viele Anwohner zu diesem Amt bereiterklären. Im Dahme –Seenland sind bereits ca. 400km Wanderwege markiert und genehmigt. Für geringe Sachkosten wie Farbe, Pinsel, Schablonen und teilweise auch Fahrkosten kann den Wegewarten ein kleiner Etat bereitgestellt werden.

Herr Jaschen [...]

Bei dem Projekt „Paul-Gerhardt-Weg“ handelt es sich um einen Wanderweg, der die Wirkungsstätten Gerhardts (Nikolaikirche Berlin, Mittenwalde und Lübben) als touristische Einheit verbinden soll. Herr Reschke hat gemeinsam mit Herrn Traube bereits eine Route ausgearbeitet, die von Berlin aus durchgängig auf bestehenden Wegen verläuft. Eine Wegemarkierung auf Berliner Gebiet ist vorerst nicht geplant, da schwer realisierbar.

Frau Klaus betont, dass zu dem Projekt noch viel Klärungsbedarf zu den Zuständigkeiten, zur Pflege und der Trägerschaft besteht.

Abschließende Erläuterungen und Dialog mit den neuen Interessenten

Frau Klaus erläutert, dass im Idealfall der Bürgermeister der jeweiligen Kommune die Wegewarte ins Ehrenamt beruft. In Königs Wusterhausen gibt es für dieses Amt sogar eine kleine Aufwandsentschädigung.

Weiter stellt Frau Klaus den neuen Interessenten den Wanderwege –Ausweis vor, welcher eine Legitimation für Aktivitäten, wie das Ankleben oder Ausbessern von Schildern ist.

Die Kriterien für den Erhalt der Ehrenamtskarte des Landes Brandenburg(240 Stunden jährlich ehrenamtliche Arbeit in 3 Jahren bzw. 120 Stunden jährlich in 5 Jahren) würden die Wanderwegewarte sehr wahrscheinlich erfüllen.

Diese Karte würde als kleine Anerkennung für die Arbeit der Wegewarte dienen und zusätzlich wie eine Art Rabattkarte in allen teilnehmenden Unternehmen und Institutionen dienen.

LITERATUR- UND QUELLENVERZEICHNIS

Literatur

- Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (Hrsg.): *Statistischer Bericht. G IV 1 - m 02/13. Gäste, Übernachtungen und Beherbergungskapazität im Land Brandenburg*. Februar 2013. Potsdam 2013.
- Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (Hrsg.): *Tourismusergebnisse in den Beherbergungsbetrieben des Landes Brandenburg nach Gemeinden März 2013*. Potsdam 2013-A.
- Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (Hrsg.): *Tourismusstatistik Land Brandenburg. OT_G4.7 j 12. Ausgewählte Tourismusergebnisse für Urlaubscamping im Land Brandenburg 2012*. Potsdam 2012.
- Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (Hrsg.): *Statistischer Bericht. A I 2 – hj 1 / 12. Bevölkerung der Gemeinden im Land Brandenburg 30.06.2012*. Potsdam 2012-A.
- Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (Hrsg.): *Statistischer Bericht. A I 4 – j / 09. A V 2 – j / 09. Bevölkerungsentwicklung und Flächen der kreisfreien Städte, Landkreise und Gemeinden im Land Brandenburg 2009*. Potsdam 2010.
- Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (Hrsg.): *Statistischer Bericht. P I 2 – j / 12. Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen Arbeitnehmerentgelt, Bruttolöhne und -gehälter und Arbeitnehmer im Land Brandenburg nach Wirtschaftsbereichen 1991 bis 2012*. Potsdam 2013-B.
- Bertelsmann Lexikon Verlag GmbH (Hrsg.): *Das grosse wissen.de Lexikon*. Gütersloh/München 2011.
- BWV – Berliner Wanderverband e. V. im Landessportbund Berlin e. V. (Hrsg.): *Vorschläge zum Mitwandern*. Berlin-Brandenburger Wanderplan 2013. Berlin 2012.
- BMWi - Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hrsg.): *Forschungsbericht. Grundlagenuntersuchung Freizeit- und Urlaubsmarkt Wandern*. Langfassung. Kassel 2010-A.
- Brockhaus GmbH (Hrsg.): *Brockhaus Universallexikon. A-Z in 26 Bänden*. Bd. 25. Augsburg 2003.
- Brockhaus GmbH (Hrsg.): *Brockhaus Universallexikon. A-Z in 26 Bänden*. Bd. 25. Augsburg 2003.-A
- Brockhaus GmbH (Hrsg.): *Brockhaus Universallexikon. A-Z in 26 Bänden*. Bd. 15. Augsburg 2003.-B
- Dreyer, A.; Menzel, A.; Endreß, M.: *Wandertourismus. Kundengruppen. Destinationsmarketing. Gesundheitsaspekte*. Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, München 2010.
- Dreyer, A.: *Tourismus 2025. Quo vadis Urlaub?*, in: Bastian, H.; Dreyer, A.; Groß, S.: *Tourismus 3.0. Fakten und Perspektiven*, Hamburg 2009, S. 15-22.
- DTV - Deutscher Tourismusverband e.V. (Hrsg.): *Wanderbares Deutschland. Qualitätsoffensive Wandern. Empfohlene Gütekriterien für Wanderwege, wanderfreundliche Gastgeber und Wanderprospekte*. Bonn 2003.

- DTV/DWV (Hrsg.): *Wanderbares Deutschland. Praxisleitfaden zur Förderung des Wandertourismus*. 2. Auflage, Bonn/Meckenheim 2002.
- dwif - Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e.V.: *Tagesreisen der Deutschen*. Schriftenreihe Nr. 50/2005, München 2005.
- dwif - Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e.V.: *Tagesreisen der Deutschen Teil 3*. Schriftenreihe Nr. 52/2007, München 2007.
- DWV – Deutscher Wanderverband (Hrsg.): *Qualitätsweg Wanderbares Deutschland*. Kassel 2011.
- DWV – Deutscher Wanderverband (Hrsg.): *Qualitätsregion Wanderbares Deutschland*. Kassel 2013.
- DWV – Deutscher Wanderverband (Hrsg.): *Ferienwandern. Bewegen-Erleben-Genießen*. Kassel 2012.
- DWV - Deutscher Wanderverband (Hrsg.): *Dokumentation. Zukunftsmarkt Wandern. Erste Ergebnisse der Grundlagenuntersuchung Freizeit- und Urlaubsmarkt Wandern*. 1. Auflage, Kassel 2010.
- DZT-Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (Hrsg.): *Wanderbares Deutschland. Qualitätswanderwege und regionale Routen*. Frankfurt/Main 2011.
- BTE-Tourismus- und Regionalberatung (Hrsg.): *Regionalökonomische Effekte des Wanderns- Evaluierung von Wandertourismus-Projekten am Beispiel der Traumpfade im Rhein-Mosel-Eifel-Land*. Band 2, Hannover 2012.
- Fremdenverkehrsverein „Tor zum Spreewald“ e.V. (Hrsg.): *Willkommen in Märkisch Buchholz/Köthen*. Tor zum Spreewald. Märkisch Buchholz o. J.
- Fremdenverkehrsverein „Tor zum Spreewald“ e.V. (Hrsg.): *Satzung des Fremdenverkehrsvereins „Tor zum Spreewald“*. Märkisch Buchholz o. J.
- GSG mbH (Hrsg.): *Natur-, Kultur- und Landschaftsführer laden ein zu verführungen zwischen Dahme und Spree*. 1. Auflage, Königs Wusterhausen 2012.
- Klaehne, B., Rasmus, C. (Hrsg.): *Wander- und Naturparkführer Dahme-Heideseen: Ausflüge zu Fuß und mit dem Rad zwischen Königs Wusterhausen, Storkow und Märkisch Buchholz*. KlaRas Verlag. Berlin 1999.
- Klaehne, B., Rasmus, C. (Hrsg.): *Erlebnisführer Naturparks in Brandenburg*. KlaRas Verlag. Berlin 2000.
- Landesbetrieb Forst (Hrsg.): *Lesefährten Waldweisen. Eine Lesefährte durch den Wald*. Potsdam/Hammer 2011.
- Lilienthal Verlagsgesellschaft (Hrsg.): *Gastronomie & Freizeit im Dahme-Seenland*. Schönefeld 2013.
- Menzel, Anne; Endreß, Martin; Dreyer, Axel: *Wandertourismus in deutschen Mittelgebirgen. Produkte- Destinationsmarketing-Gesundheit*. Schriftenreihe Dienstleistungsmanagement, 6, Hamburg 2008.

- MUGV - Ministerium für Umwelt, Gesundheit und Verbraucherschutz (Hrsg.): *Hinweise zur Markierung von Wanderwegen im Land Brandenburg*. o. O. o. J.
- MWE - Ministerium für Wirtschaft und Europaangelegenheiten des Landes Brandenburg (Hrsg.): *Landestourismuskonzeption Brandenburg 2011– 2015*. Potsdam 2011.
- NABU Dahmeland-Naturschutzbund Deutschland-Regionalverband Dahmeland e. V., Landesamt für Umwelt, Gesundheit und Verbraucherschutz Brandenburg, Naturpark Dahme-Heideseen (Hrsg.): *JahreBuch 2011*. Prieros 2011.
- NABU Dahmeland-Naturschutzbund Deutschland-Regionalverband Dahmeland e. V., Naturparkbesucherzentrum Burg Storkow (Hrsg.): *JahreBuch 2013*. Prieros/Storkow 2012.
- Stiftung NaturSchutzFonds Brandenburg (Hrsg.): *Entdeckungen am Miethsluch*. 1. Auflage. Potsdam 2012.
- Stiftung NaturSchutzFonds Brandenburg (Hrsg.): *31 x Brandenburgs Naturlandschaften für Entdecker. Ranger-ErlebnisTouren 2013*. Potsdam o. J.
- Tourismusverband Dahme-Seen e.V.: *Dahme-Seenland. Marketingplan 2013*. Königs Wusterhausen o. J.
- Tourismusverband Dahme-Seen e.V.: *Dahme-Seenland Mitgliederliste 2013*. Königs Wusterhausen 2013 (nicht veröffentlicht).
- Tourismusverband Dahme-Seen e.V. (Hrsg.): *Dahme-Seenland Gastgeber*. Königs Wusterhausen 2012.
- Tourismusverband Dahme—Seen e.V.: *Wandern...südlich von Berlin*. Königs Wusterhausen 2009.
- Tourismusverband Dahme-Seen e.V.: *Wanderpass Region Dahme-Seen*. Königs Wusterhausen 2009-A.
- W&A Marketing & Verlag GmbH (Hrsg.): *Brandenburg aktiv. 24 Wandertipps*. Niederkassel 2012.
- Wilhelm-Münker-Stiftung (Hrsg.): *Wandern – Werden, Wesen und Bedeutung*. Heft 9, Siegen 1985.
- Wilhelm-Münker-Stiftung (Hrsg.): *Vom Sinn des Wanderns*. Heft 11, 3. Auflage, Siegen 1985-A.

Internet

- Arbeitsgemeinschaft „Städte mit historischen Stadtkernen“ des Landes Brandenburg (Hrsg.): www.ag-historische-stadtkerne.de, Stichwort: 31 Stadtkerne, Stand: 30. April 2013.
- B. Radestock: www.haus-des-waldes.info, Stichwort: Ziele, Stand: 26. März 2013.
- Blickfang Mediendesign: www.verfuehrungen-dahme-spreewald.de, Stichwort: Wanderangebote, Stand: 26. März 2013.
- cG Touristik GmbH: www.wandern.de, Stichwort: geführte Wanderungen: Europa, Stand: 26. März 2013.
- DEHOGA - Deutscher Hotel- und Gaststättenverband e.V. (Hrsg.): www.hotelsterne.de, Stichwort: Region Dahme-Seen, Stand: 07. April 2013.
- DSFT-Deutsches Seminar für Tourismus Berlin e. V. (Hrsg.): www.deutschland-barrierefrei-erleben.de, Stichwort: Das Projekt, Stand: 06. Mai 2013.
- DTV – Deutscher Tourismusverband (Hrsg.): www.sterneverferien.de, Stichwort: Ferienunterkünfte Dahme-Seengebiet, Stand: 07. April 2013.
- DWV – Deutscher Wanderverband (Hrsg.): www.wanderbares-deutschland.de, Stichwort: Gastgeber, Stand: 07. April 2013.
- DWV – Deutscher Wanderverband (Hrsg.): www.wanderbares-deutschland.de, Stichworte: Gastgeber, Wanderwege, Stand: 29. April 2013-A.
- ECE Projektmanagement G.m.b.H. & Co. KG (Hrsg.): www.ece.de, Stichwort: Wir über uns, Stand: 15. April 2013.
- Fuss e.V.- Fachverband Fußverkehr Deutschland (Hrsg.): www.wander-bahnhoefe-brandenburg.de, Stichwort: Projektidee, Stand: 16. April 2013.
- Geschenk-Ideen: www.geschenkideenmb.de, Stichwort: Touristinformation, Stand: 15. April 2013.
- Kühns Gasthaus: www.kuehns-gasthaus.de, Stichwort: Gastronomie, Gästezimmer, Freizeitangebote, Stand: 02. Juni 2013.
- Landkreis Dahme-Spreewald: www.dahme-spreewald.de, Stichwort: Landkreis-Historie, Stand: 04. März 2013.
- LTV Sachsen – Landestourismusverband Sachsen e.V. (Hrsg.): <http://ltv-sachsen.de>, Stichwort: Qualität, Bildung & Innovation, Stand: 28. Mai 2013.
- Pierolt, F.: www.wanderreisen-pierolt.de, Stand: 23. Mai 2013.
- Portoinfo: www.portoinfo.de/images/postleitzahlen-deutschland.gif, Stand: 27. Juni 2013.

- proEval - Gesellschaft zur Förderung von professioneller Evaluation:
www.proeval.com/downloads/Fachbegriffe-der-Evaluation.pdf, Stand: 25. Mai 2013.
- Schenkenland-Tourist e.V.: www.schenkenland-tourist.de, Stichwort: Unser Verein, Stand: 15. April 2013.
- ServiceQualität Deutschland (Hrsg.): www.servicequalitaet-deutschland.de, Stichwort: Q-Betriebe, Stand: 07. April 2013.
- TMB – Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH (Hrsg.): www.reiseland-brandenburg.de, Stichwort: Brandenburger Gastlichkeit, Stand: 08. April 2013.
- TMB-Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH (Hrsg.): www.reiseland-brandenburg.de, Stichwort: Wir über uns, Stand: 15. April 2013-A.
- TMB-Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH (Hrsg.): www.reiseland-brandenburg.de, Stichwort: Reiseziele, Stand: 29. April 2013-B.
- TMB-Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH (Hrsg.): www.reiseland-brandenburg.de, Stichwort: Veranstaltungen, Stand: 29. April 2013-C.
- TMB-Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH (Hrsg.): www.reiseland-brandenburg.de, Stichwort: Reiseziele, Stand: 30. April 2013-D.
- TMB-Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH (Hrsg.): www.barrierefrei-brandenburg.de, Stichwort: Startseite, Stand: 05. Mai 2013-E.
- tmu Tourismus Marketing Uckermark GmbH (Hrsg.): www.tourismus-uckermark.de, Stand: 29. April 2013.
- tmu Tourismus Marketing Uckermark GmbH (Hrsg.): www.wandern-uckermark.de, Stand: 29. April 2013-A.
- Tourismusverband Dahme-Seen e.V.: www.dahme-seen.de, Stichwort: Region Dahme-Seenland, Stand: 04. März 2013.
- Tourismusverband Dahme-Seen e.V.: www.dahme-seen.de, Stichwort: Veranstaltungen, Stand: 26. März 2013-A.
- Tourismusverband Dahme-Seen e.V.: www.dahme-seen.de, Stichwort: Kooperationspartner, Stand: 11. April 2013-B.
- Tourismusverband Dahme-Seen e.V.: www.dahme-seen.de, Stichwort: Service, Stand: 15. April 2013-C.
- Tourismusverband Dahme-Seen e.V.: www.dahme-seen.de, Stichwort: Erlebnis Dahme-Seenland, Stand: 22. Mai 2013-D.
- Tourismusverband Fläming e. V. (Hrsg.): www.reiseregion-flaeming.de, Stand: 29. April 2013.

- Tourismusverband Ruppiner Seenland e.V. (Hrsg.): www.ruppinerreiseland.de, Stand: 29. April 2013.
- Tourismusverband Seenland Oder-Spree e.V. (Hrsg.): www.seenland-os.de, Stand: 29. April 2013.
- W&A Marketing & Verlag GmbH (Hrsg.): www.wandermagazin.de, Stichwort: Wanderregionen, Stand: 27. April 2013.
- wkarte: <http://wkarte.de/karte/855/>, Stand: 18. Juni 2013.
- Zadik-Lamas Märkischer Lamahof: www.zadik-lamas.de, Stand: 31. Mai 2013.

Internetseiten der Gemeinden (Stand: 2013)

- Bestensee www.bestensee.de
- Eichwalde www.eichwalde.de
- Groß Köris www.amt-schenkenlaendchen.de
- Halbe www.gemeinde-halbe.de, www.amt-schenkenlaendchen.de
- Heidesee www.gemeinde-heidesee.de
- Königs Wusterhausen www.koenigs-wusterhausen.de
- Mittenwalde www.mittenwalde.de
- Märkisch Buchholz www.maerkischbuchholz.de
- Münchehofe www.muenchehofe.info
- Schönefeld www.gemeinde-schoenefeld.de
- Schulzendorf www.schulzendorf.de
- Schwerin www.gemeinde-schwerin.de
- Teupitz www.teupitz.de
- Wildau ww.wildau.de
- Zeuthen www.zeuthen.de

Interviews

- Familie Kühn: E-Mail-Kontakt, geführt vom Verfasser. Mai/Juni 2013.
- Heyne, G.; Sonnenberg, H.: persönliches Interview, geführt vom Verfasser. Prieros, 25. März 2013.
- Klaus, D.: persönliches Interview, geführt vom Verfasser. Königs Wusterhausen, 15. Mai 2013.
- Peters, A.: persönliches Interview, geführt vom Verfasser. Königs Wusterhausen, 27. März 2013.
- Pierolt, F.: E-Mail-Kontakt, geführt vom Verfasser. Mai 2013.

- Rentmeister, Ch.; Rentmeister, H.: persönliches Interview, geführt vom Verfasser. Königs Wusterhausen, 18. März 2013.
- Rentmeister, H.: E-Mail-Kontakt, geführt vom Verfasser. Mai/Juni 2013-A.
- Reschke, M.: persönliches Interview, geführt vom Verfasser. Königs Wusterhausen, 22. Februar 2013.
- Selig-Smith, A.: E-Mail-Kontakt, geführt vom Verfasser. Mai 2013.
- Thien, S.: persönliches Interview, geführt vom Verfasser. Königs Wusterhausen, 12. April 2013.
- Wanderwegebeiratstreffen: Gesprächsnotiz und mitgeschnittene Tondatei. Königs Wusterhausen, am 28. Februar 2013.
- Frank, J.: E-Mail-Kontakt, geführt vom Verfasser. Juni 2013.

Gesetze

- Gesetz über den Naturschutz und die Landschaftspflege im Land Brandenburg
 - (Brandenburgisches Naturschutzgesetz- BbgNatSchG) in der Fassung der Bekanntmachung vom 26. Mai 2004 (GVBl.I/04, [Nr. 16], S.350), zuletzt geändert durch Artikel 2 des Gesetzes vom 15. Juli 2010 (GVBl.I/10, [Nr. 28]). ab dem 1. Juni 2013 ersetzt durch das Brandenburgische Ausführungsgesetz zum Bundesnaturschutzgesetz.
- Waldgesetz des Landes Brandenburg (LWaldG)
 - Vom 20. April 2004 (GVBl.I/04, [Nr. 06], S.137), zuletzt geändert durch Artikel 3 des Gesetzes vom 27. Mai 2009 (GVBl.I/09, [Nr. 08], S.175, 184)

Zeitung

- Blickpunkt: Dahme-Spreewald ist Wanderregion mit Potenzial. Bilanz des Tourismusausschusses des Landkreises. Blickpunkt Verlag GmbH & Co. KG, Königs Wusterhausen, 01. Dezember 2012.
- KaWe-Kurier (Nr. 17, 24. Jahrgang): Litfaß-Säule/Fortsetzung von Seite 12. Elro Verlagsgesellschaft mbH, Königs Wusterhausen 24. April 2013.
- Märkische Allgemeine-Dahme Kurier: Gemeinden sollen twittern. Vorschlag für Bürgerbeteiligung im Internet. Märkische Verlags- und Druck-Gesellschaft mbH Potsdam, Königs Wusterhausen, 22. April 2013.
- Märkische Allgemeine-Dahme-Kurier: Rundgang mit Försterin. Auf Motzens Kahlberg gibt es Kaffee und Kuchen. Märkische Verlags- und Druck-Gesellschaft mbH Potsdam, Königs Wusterhausen, 22. Mai 2013-A.
- Märkische Allgemeine-Dahme-Kurier: Wanderung zum Miethsluch. Märkische Verlags- und Druck-Gesellschaft mbH Potsdam, Königs Wusterhausen, 25./26. Mai 2013-B.
- Märkische Allgemeine-Dahme-Kurier: Ausgezeichnete Arbeit. Landkreis dankt ehrenamtlichen Wegewarte. Märkische Verlags- und Druck-Gesellschaft mbH Potsdam, Königs Wusterhausen, 16. November 2012-C.
- Märkische Allgemeine-Dahme-Kurier: Entlang der „Lesefährte Waldweisen“. Die Volkshochschule Dahme-Spreewald lädt zu poetischen Wanderungen ein. Märkische Verlags- und Druck-Gesellschaft mbH Potsdam, Königs Wusterhausen, 30. Mai 2013-D.
- Stadt Königs Wusterhausen (Hrsg.): Mit Amtsblatt für die Stadt Königs Wusterhausen. Rathaus aktuell. Jg. 22, Nr. 6, Königs Wusterhausen 2011.
- Wochenspiegel (Ausgabe 18): Termine. Wochenspiegel Verlagsgesellschaft mbH Potsdam & Co. KG, Königs Wusterhausen, 02. Mai 2013.
- Wochenspiegel: Markierte Routen. Orientierung beim Wandern. Wochenspiegel Verlagsgesellschaft mbH Potsdam & Co. KG, Königs Wusterhausen, 20. Juli 2011-A.

EIDESSTATTLICHE ERKLÄRUNG

Hiermit versichere ich, dass ich die vorliegende Abschlussarbeit mit dem Titel „Wandertourismus im Dahme-Seenland – Eine Angebots-, Nachfrage- und Zielgruppenanalyse mit Handlungsempfehlungen“ selbstständig verfasst und keine anderen als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel benutzt habe, alle Ausführungen, die anderen Schriften wörtlich oder sinngemäß entnommen wurden, kenntlich gemacht sind und die Arbeit in gleicher oder ähnlicher Fassung noch nicht Bestandteil einer Studien- oder Prüfungsleistung war.

Ort, Datum

Unterschrift