

gefördert von:



EUROPÄISCHE UNION
Investition in unsere Zukunft
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung

NORD
RHEIN
WEST
FALEN


TEUTOBURGERWALD



QUALITÄTSOFFENSIVE IM WANDERTOURISMUS

KONZEPT IM RAHMEN DES EFRE-PROJEKTES
„ZUKUNFTSFIT WANDERN“ IM TEUTOBURGER WALD

www.teutoburgerwald.de


TEUTOBURGER WALD
URLAUSREGION

Inhalt

1	Aufgabenstellung.....	1
2	Vorgehen, Methodik und Beteiligung	4
3	Rahmenbedingungen für den Wandertourismus im Teutoburger Wald	5
3.1	Wander-Nachfrage	5
3.2	Innerdeutsche Quellmärkte	6
3.3	Ausländische Quellmärkte	7
3.4	Entwicklungen im Wanderangebot in Deutschland.....	9
3.5	Präferenzen der Wanderer	10
3.5.1	Tagestouren und Mehrtageswanderungen	10
3.5.2	Erwartete Qualität eines Wanderangebotes	11
3.5.3	Bedeutung der Gastbetriebe für das Wanderangebot.....	13
3.5.4	Wandern und weitere Aktivitäten	16
3.5.5	Saisonalität.....	17
3.5.6	Digitalisierung im Wandertourismus	18
3.5.7	Barrierefreie Nachfrage	20
3.5.8	Wandern und Gesundheit	21
4	Wirtschaftliche Bedeutung des Wanderns	23
5	Qualitätsniveau Wandern im Teutoburger Wald	26
5.1	Qualität des Wanderangebotes im Teutoburger Wald (Bearbeitungsgebiet Zukunftsfit Wandern)	26
5.1.1	Qualität von Wegeangebot und -infrastruktur.....	26
5.1.2	Wegemanagement.....	28
5.1.3	Besucherdinformation und Routing	29
5.1.4	Wanderkundige Touristik	30
5.1.5	Wandergastgeber	31
5.1.6	Verpflegung am Weg.....	34
5.1.7	Informationsangebot.....	38
5.1.8	Familienfreundliches Wanderangebot	41
5.1.9	Barrierefreies Wanderangebot	42
5.1.10	Mobilität, Transfer, Shuttle	42
5.1.11	Ergänzende Angebote	45

5.2	Analyse der Angebots- und Service Qualität Wandern in den Kreisen von Zukunftsfit Wandern	47
5.2.1	Kreis Gütersloh.....	47
5.2.2	Kreis Höxter – Kulturland Kreis Höxter	52
5.2.3	Kreis Lippe – Land des Hermann.....	58
5.2.4	Kreis Minden-Lübbecke – Mühlenkreis	64
5.3	Analyse der Angebots- und Service Qualität Wandern in den Partnerkommunen von Zukunftsfit Wandern	69
5.3.1	Kreisfreie Stadt Bielefeld	69
5.3.2	Stadt Nieheim	75
5.3.3	Bad Driburg	80
5.3.4	Bad Salzuflen	82
5.3.5	Bartrup.....	83
5.3.6	Blomberg.....	84
5.3.7	Borgholzhausen.....	85
5.3.8	Horn-Bad Meinberg	86
5.3.9	Lügde.....	88
5.3.10	Porta Westfalica	89
5.3.11	Preußisch Oldendorf.....	90
5.3.12	Schieder-Schwalenberg	92
5.4	Position des Teutoburger Waldes im Markt.....	93
5.5	SWOT	95
6	Zielgruppen für das Wandern im Teutoburger Wald	98
6.1	Gelegenheitswanderer und ambitionierte Wanderer.....	98
6.1.1	Gelegenheitswanderer	98
6.1.2	Ambitionierte Wanderer.....	99
6.2	Zielgruppen für das Wandern im Teutoburger Wald.....	100
6.3	Weitere Zielgruppenbezüge.....	105
6.3.1	Menschen mit Handicaps (Barrierefreies Angebot)	105
6.3.2	Wandergruppen.....	106
6.3.3	Incoming: Niederländer	106
6.3.4	Geschäftsreisende/MICE-Markt.....	106
6.3.5	Pilgern	107
6.4	Räumliche Schwerpunkte der Quellmärkte für das Wandern im Teutoburger Wald	107

7	Maßnahmen zur Steigerung der Angebotsqualität	109
7.1	Entwicklung von Wegeangebot und -infrastruktur	110
7.1.1	Entwicklung des Wegeangebotes	110
7.1.2	Wegemanagement.....	114
7.1.3	Besucherinformation und Routing	116
7.2	Ausbau der Angebots- und Service-Qualität	117
7.2.1	Service-Lücken in der Nutzung des TEUTO_Navigators	117
7.2.2	Wanderkundige Touristik	120
7.2.3	Wanderkundige Gastbetriebe	124
7.2.4	Verpflegungsangebot entlang der Wege.....	124
7.2.5	Transfer-Leistungen	127
7.2.6	Barrierefreie Angebote	127
7.2.7	Familienfreundliche Angebote.....	128
7.2.8	Winterwandern.....	129
7.2.9	Angebot für niederländische Gäste.....	130
7.3	Schulung und Gewinnung von Qualitätsgastgebern	130
7.3.1	Bedarfsermittlung für Beratungen und Zertifizierungen von Unterkünften ...	132
7.3.2	Anreizsystem für Betriebe zur Teilnahme an qualitätsfördernden Maßnahmen und Zertifizierungen.....	135
7.4	Kooperationsmodelle.....	138
7.5	Vertrieb.....	141
8	Entwicklung von Alleinstellungsmerkmalen.....	142
9	Umsetzung - Maßnahmen zur Steigerung der Angebotsqualität	148
9.1	Kreisfreie Stadt Bielefeld	148
9.2	Stadt Nieheim	149
9.3	Bad Driburg	153
9.4	Bad Salzuflen	154
9.5	Barntrop.....	155
9.6	Blomberg.....	156
9.7	Borgholzhausen.....	157
9.8	Horn-Bad Meinberg	158
9.9	Lügde.....	159
9.10	Porta Westfalica	161
9.11	Preußisch Oldendorf.....	162
9.12	Schieder-Schwalenberg	163
	Literatur	165

Abbildungen

Abb. 1	Projektstruktur und Bearbeitungskonzept	4
Abb. 2	Wanderintensität der Deutschen, 2010 und 2014	5
Abb. 3	Wanderintensität nach Alter, 2014.....	6
Abb. 4	Quellmärkte für Wanderungen nach Bundesländern	6
Abb. 5	Top 15 Quellmärkte (International) für NRW nach Übernachtungen 2016 ...	7
Abb. 6	Interesse der wichtigsten Incoming-Quellmärkte an der Aktivität Wandern	8
Abb. 7	Entwicklung des Angebotes der Wander-Prädikate 2010 bis 2018	9
Abb. 8	Bevorzugte Wanderlandschaften	10
Abb. 9	Qualitäts-Ansprüche der Wanderer	11
Abb. 10	Beispiele attraktiver Wanderangebote	12
Abb. 11	TrustScore Werte von Betrieben unterschiedlicher Qualitätsstandards	14
Abb. 12	Bevorzugte gastronomische Einrichtung der Wanderer	15
Abb. 13	Beteiligung der Wanderer an anderen Outdooraktivitäten	16
Abb. 14	Saisonalität des Wanderns.....	18
Abb. 15	Informationsquellen zur Vorbereitung der Wanderung	19
Abb. 16	Tagesausgaben der Wanderer in den Zielgebieten, ohne An- und Abreise	23
Abb. 17	Jährliche Brutto-Umsätze im Wandertourismus in Deutschland.....	24
Abb. 18	Verteilung der Umsätze aus dem Wandertourismus vor Ort auf unterschiedliche Branchen (1. Umsatzstufe)	24
Abb. 19	Bestehende Qualitätswege im Projektgebiet, September 2018	27
Abb. 20	Qualitätsgastgeber im Projektgebiet	31
Abb. 21	Räumliche Verteilung zertifizierter Qualitätsgastgeber im Teutoburger Wald.....	33
Abb. 22	Übersichtskarte bestehende und potenzielle Qualitätsgastgeber	34
Abb. 23	Bestehende/potenzielle Qualitätsgastgeber sowie alternative Angebote	36
Abb. 24	Gelungene und beispielhafte Einbettung des TEUTO_Navigators in die Website Bad Driburgs	40
Abb. 25	Beispielgebende Einbettung des TEUTO_Navigators beim Wander- und Fahrrad-Hotel Havergoh	41
Abb. 26	Wanderziele im Kreis Gütersloh.....	48
Abb. 27	Wege nach Priorisierung und Wanderziele in Gütersloh	49
Abb. 28	Wegenetz mit Qualitätsgastgebern (bestehende und potenzielle) sowie alternative Versorgungsangebote in Gütersloh	50
Abb. 29	SWOT Kreis Gütersloh.....	51
Abb. 30	Wanderziele im Kreis Höxter	53
Abb. 31	Wege nach Priorisierung und Wanderziele in Höxter.....	54

Abb. 32	Wegenetz mit Qualitätsgastgebern (bestehende und potenzielle) sowie alternative Versorgungsangebote in Höxter	55
Abb. 33	SWOT Kreis Höxter	57
Abb. 34	Wanderziele im Kreis Lippe	59
Abb. 35	Wege nach Priorisierung und Wanderzielen im Kreis Lippe	60
Abb. 36	Wegenetz mit Qualitätsgastgebern (bestehende und potenzielle) sowie alternative Versorgungsangebote im Kreis Lippe	61
Abb. 37	Karte Touristik Linie 792 (Lippemobil)	62
Abb. 38	SWOT Kreis Lippe	63
Abb. 39	Wanderziele im Kreis Minden-Lübbecke	65
Abb. 40	Wege nach Priorisierung und Wanderziele in Minden-Lübbecke	66
Abb. 41	Wegenetz mit Qualitätsgastgebern (bestehende und potenzielle) sowie alternative Versorgungsangebote in Minden-Lübbecke	67
Abb. 42	SWOT Kreis Minden-Lübbecke	68
Abb. 43	Wanderziele der kreisfreien Stadt Bielefeld	70
Abb. 44	Wege nach Priorisierung und Wanderziele in der kreisfreien Stadt Bielefeld	71
Abb. 45	Wegenetz mit Qualitätsgastgebern (bestehende und potenzielle) sowie alternative Versorgungsangebote in der kreisfreien Stadt Bielefeld	73
Abb. 46	SWOT Kreisfreie Stadt Bielefeld	74
Abb. 47	Wege nach Priorisierung und Wanderziele in der Stadt Nieheim	77
Abb. 48	Wegenetz mit Qualitätsgastgebern sowie alternative Versorgungsangebote in der Stadt Nieheim	78
Abb. 49	Ungestützte/gestützte Bekanntheit deutscher Wanderdestinationen im Inland	93
Abb. 50	SWOT Wanderdestination	95
Abb. 51	Zielgruppenkonzept Teutoburger Wald-Tourismus	100
Abb. 52	Zielgruppenprofil Aktive Best Ager	101
Abb. 53	Zielgruppenprofil Bodenständige Best Ager	102
Abb. 54	Zielgruppenprofil Erwachsene Paare	103
Abb. 55	Zielgruppenprofil Familien	104
Abb. 56	Einzugsgebiete Teutoburger Wald (Reisezeit PKW)	108
Abb. 57	Übersicht A-, B- und C-Wege mit Wanderzielen, 2018	112
Abb. 58	Empfehlung zur Organisationsstruktur im Wanderwegemanagement Fehler! Textmarke nicht definiert.	
Abb. 59	Zielwerte zur Gastgeberberatung (Stand erster Workshops)	132
Abb. 60	geplante Beratungsgespräche mit Gastbetrieben (ohne bereits zertifizierte Gastgeber)	134
Abb. 61	Werbemedien für zertifizierte „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“	136

1 Aufgabenstellung

Die Bedeutung des Wanderns als Urlaubs- und Freizeitaktivität ist ungebrochen: Wandern ist eine der beliebtesten Outdoor-Freizeitaktivität der Deutschen und zählt zu den wichtigsten Themen im deutschen Tourismusmarkt. Der Nachfrage entsprechend ist der Wandermarkt von erheblicher wirtschaftlicher Bedeutung: Die Ausgaben der Wanderer in den Zielgebieten wird mit rd. 7,5 Mrd. Euro/Jahr hochgerechnet, die Wertschöpfung in den Zielgebieten liegt bei 3,6 Mrd. Euro/Jahr (vgl. Kap. 4).

Für zahlreiche Regionen und Produkte konnte nachgewiesen werden: Erfolgreiche Wanderangebote sind wirtschaftlich interessant, **Wandertourismus kann sich für die Regionen und die Leistungsträger lohnen.**

Wanderer erwarten Qualität: Routenangebote auf attraktiven Wegen, bedeutende Wanderziele und überzeugende Servicequalität. Die wachsende Zahl der wandertouristischen Angebote (rd. 75% der deutschen Destinationen bieten Wanderangebote in ihrem Portfolio an) führt zu einem wachsenden Konkurrenzdruck. Wanderangebote haben nur noch dann Aussicht auf Erfolg, wenn sie kundengerechte Qualität bieten, sich am Markt positionieren (Alleinstellung, Marke!) und professionell organisiert werden. Diese Verhältnisse wurden im Markt erkannt: Das Angebot an prädikatisierten Wegen und Qualitätsgastgebern wächst rasant.

Der Teutoburger Wald verfolgt mit dem Projekt „Zukunftsfit Wandern“ das Ziel, die Destination als Wandergebiet erfolgreicher zu machen.

Aktuell reiht sich der Teutoburger Wald zwar in die TOP-Wanderdestinationen in Deutschland ein, steht hier jedoch deutlich hinter dem Schwarzwald, Bayerischen Wald, Allgäu, Harz, Eifel, und Thüringer Wald, sowie hinter dem Erzgebirge und Fichtelgebirge auf Rang 25 (vgl. Grafik). Die Grafik zeigt die Ergebnisse bei gestützter Befragung.¹ Bei ungestützter Befragung („Nennen Sie Ihnen bekannte Wanderregionen“) erreicht der Teutoburger Wald nicht mehr die TOP 30.

Grundlage für eine Steigerung des Erfolges im Wandermarkt ist ein leistungsfähiges, den Bedarfen der Wanderer entsprechendes Angebot. Hier besteht im Teutoburger Wald Handlungsbedarf.

Bekanntheit deutscher Wanderdestinationen*

Destination

1	Bayern
2	Schwarzwald
3	Bayerischer Wald
4	Bodensee
5	Allgäu
6	Harz
7	Oberbayern
8	Ostsee
9	Erzgebirge
10	Lüneburger Heide
11	Eifel
12	Thüringer Wald
13	Mosel
14	Mecklenburgische Seenplatte
15	Schwäbische Alb
16	Thüringen
17	Nordsee
18	Insel Rügen
19	Ostsee (Mecklenburg-Vorpommern)
20	Fichtelgebirge
21	Sächsische Schweiz/Elbsandsteingebirge
22	Rheinland-Pfalz
23	Franken
24	Pfalz
25	Teutoburger Wald
26	Sachsen
27	Nordsee (Schleswig-Holstein)
28	Ostfriesland
29	Taurus
30	Mecklenburg-Vorpommern

¹ Quelle: PROJEKT M, 2014; gestützt Bekanntheit (= Abfrage von Bekanntheit aus einer Liste von Wanderdestinationen), Bezug: Deutsche Bevölkerung

Die Qualitätsoffensive benötigt die Entwicklung der erforderlichen Basis-Qualität für Wanderangebote. Dies ist Gegenstand eines vorlaufenden Auftrages „Infrastrukturentwicklung“. Hier stehen v. a. die Entwicklung von Qualitätsrouten, die Gewährleistung einer leistungsfähigen Markierung und die Zertifizierung geeigneter Wege als „Qualitätswege Wanderbares Deutschland“ im Fokus. Ergänzend zu den bereits zertifizierten Fernwanderwegen (u. a. Hermannsweg, Eggeweg, Hansaweg) sollen vorrangig kurze Tages- und Halbtagestouren sowie Rundwanderwege entwickelt werden.

Projektlayout Zukunftsfit Wandern



Quelle: OstWestfalenLippe GmbH, 2017

Die auf das Projekt „Infrastrukturentwicklung“ aufbauende „Qualitätsoffensive für Dienstleistungen im Wandertourismus Teutoburger Wald“ (kurz: „ServiceQualität Wandern“) zielt auf

- (1.) den Ausbau der Servicequalität im Wanderangebot sowie
- (2.) die Profilierung des Teutoburger Waldes als Pilotregion „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ mit der Gewinnung zusätzlicher Betriebe für die Zertifizierung ab.

Touristische Dienstleister, vor allem Gastronomie- und Unternehmensebetriebe, sollen durch Beratungen, Schulungen und infrastrukturellen Maßnahmen besser auf die Bedarfe der Wandertouristen vorbereitet werden.

Der hier vorgelegte Bericht liefert das Ergebnis zum Projektbaustein „ServiceQualität Wandern“ von Zukunftsfit Wandern:

- Analyse der Ausgangssituation
 - relevante Rahmenbedingungen für das Wandern im Teutoburger Wald
 - Analyse und Bewertung der aktuellen Angebots- und Service-Qualität
- Konzept
 - Zielgruppen
 - Handlungsschwerpunkte (thematisch und räumlich)
inkl. Konzept zur Gewinnung zusätzlicher „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“
- Maßnahmenvorschläge
 - für die Region Teutoburger Wald
 - differenziert für die im Projekt beteiligten Partnerkommunen im Bearbeitungsgebiet (siehe unten)

Bearbeitungsgebiet

Das Reisegebiet Teutoburger Wald liegt im nordöstlichen Teil des Bundeslandes Nordrhein-Westfalen und ist flächengleich mit dem Regierungsbezirk Detmold sowie der Region Ostwestfalen-Lippe. Das Gebiet hat eine Ausdehnung von ca. 118 km (Nord-Süd) und 82 km (West-Ost). Die Projektregion (= Bearbeitungsgebiet) umfasst den Kreis Minden-Lübbecke (regionale Schwerpunkte Preußisch Oldendorf und Porta Westfalica), den Kreis Gütersloh (regionaler Schwerpunkt Borgholzhausen), den Kreis Lippe (regionale Schwerpunkte Bad Salzuflen, Lügde, Barntrup, Schieder-Schwalenberg, Horn-Bad Meinberg, Blomberg), den Kreis Höxter (regionaler Schwerpunkt Bad Driburg) und die Städte Bielefeld und Nieheim (Kreis Höxter).

Der Westen und Norden sind aufgrund mehrerer Autobahnanschlüsse gut erschlossen. Hingegen wird im Süd-Osten die Verkehrslage schlechter, lediglich über Bundesstraßen sind beispielsweise Städte wie Detmold und Höxter zu erreichen. Die kreisfreie Stadt Bielefeld ist über ICE/IC-Verbindungen Berlin-Hannover-Ruhrgebiet ausgezeichnet angebunden. Viele Orte im Teutoburger Wald sind an das Bahnnetz angeschlossen.

Die Landschaft der Destination Teutoburger Wald ist vielfältig und kann in drei verschiedene Einheiten untergliedert werden: die östlichen Teile der Westfälischen Bucht, das südliche Gebiet des Westfälischen Tieflandes und - anteilmäßig am größten - das Weserbergland. Diese sind jeweils in weitere Einheiten gegliedert. Das Reisegebiet verfügt über eine große naturräumliche Vielfalt, welche für vielfältige Outdoor-Aktivitäten wie Wandern und Radfahren, aber auch zum Entspannen gut geeignet ist.

- **Teutoburger Wald:** bis zu 380 m hoher Mittelgebirgszug mit unterschiedlichen Waldtypen, welcher bis nach Niedersachsen reicht. Der nördliche Teil gehört zum Naturpark TERRA.vita, im Süden schließt sich die Gebirgskette des **Eggegebirges** mit Höhen bis zu 468 m an. Teilbereiche gehören zum Naturpark Teutoburger Wald/Eggegebirge. Eine geologische Besonderheit sind die Externsteine bei Horn-Bad Meinberg. Der Teutoburger Wald beherbergt zahlreiche Quellen.
- **Weserbergland:** Übergangsregion zwischen der Mittelgebirgsschwelle und dem Tiefland mit Höhen zwischen 250 und 400 m, durch die Weser geprägt.
- **Lipper Bergland:** Teil des westlichen Weserberglandes mit Höhen bis etwa 350 m. Der Gipfel des Köterbergs bei Lügde bildet mit 497 m die größte Erhebung des Weserberglandes. Das sich anschließende Ravensberger Land ist eine relativ niedrige Mulde mit Höhen von nur 100 bis 150 m und ist durch sanfte Hügel geprägt.
- **Senne:** eine der ältesten Binnendünen Nordwestdeutschlands. Sie ist eines der bedeutendsten Biotope in Nordrhein-Westfalen mit Moor-, Sand- und Heideflächen sowie Wäldern. Das Gebiet reicht vom Teutoburger Wald bis in die Kreise Paderborn, Gütersloh und die Stadt Bielefeld. Das „Naturschutzgroßprojekt Senne und Teutoburger Wald“ befindet sich in der Trägerschaft des Naturparks Teutoburger Wald/Eggegebirge.
- **Wiehengebirge:** dicht bewaldetes Mittelgebirge mit Höhen bis 350 m mit Mooren und Heideflächen. Das Wiehengebirge ist Teilraum des Naturparks TERRA.vita und reicht bis nach Niedersachsen.
- **Paderborner Hochfläche:** größte Kalk- und Karstlandschaft Nordrhein-Westfalens mit Buchenwäldern und weiten kahlen Ebenen. Es gibt zahlreiche Quellen und Quellschwemmkegel.

2 Vorgehen, Methodik und Beteiligung

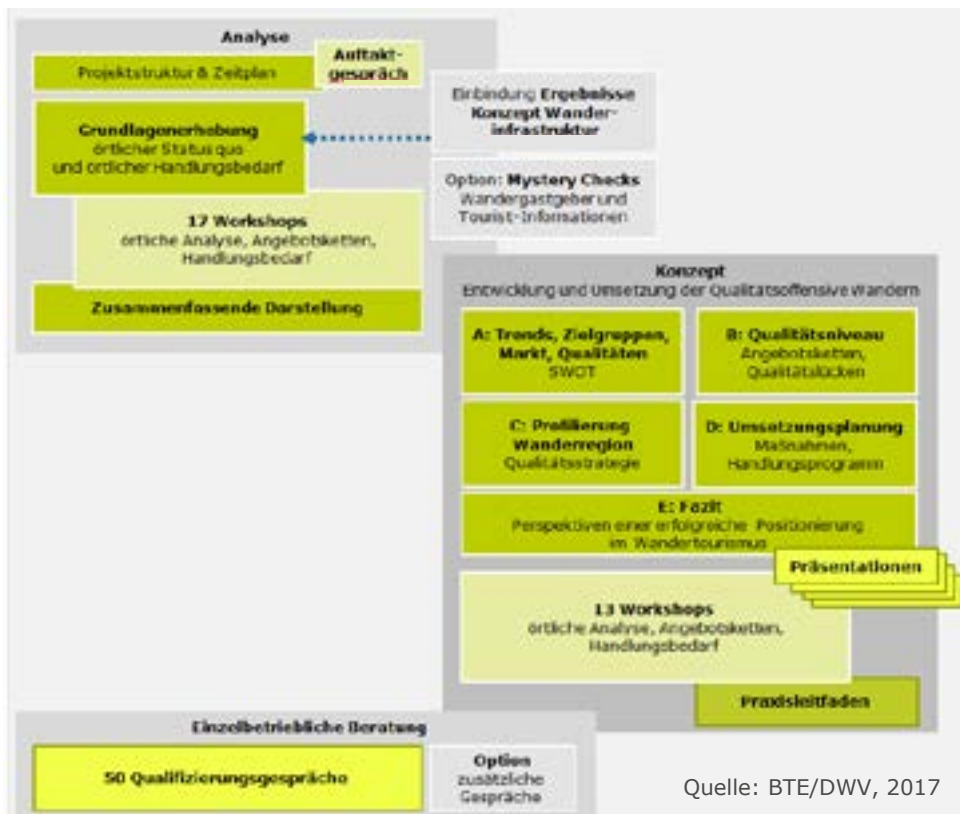
Das erarbeitete Konzept fußt auf den zur Verfügung stehenden Ergebnissen des vorlaufenden Infrastrukturkonzeptes. Dort wurden die zukünftigen Qualitäts-Wanderangebote festgelegt, die die Basis des Wanderangebotes bilden.

Innerhalb des großräumigen Projektgebietes entstehen demnach Cluster im Wanderangebot, die auch Schwerpunktgebiete für WanderService bilden sollten.

Die Ergebnisse der Qualitätsoffensive basieren auf:

- Desktop-Recherchen (Analysen, Konzepte, Print- und Internetinformationen zum Wanderangebot),
- strukturierten Abfragen zu Angebotsketten,
- Ortsterminen (Stichproben-Checks),
- Workshops mit Touristikern, Wanderexperten und Leistungsträgern zur Bewertung des Status quo, Handlungsbedarf und Entwicklungsmöglichkeiten,
- Gesprächen mit den in den Kreisen zuständigen Projektreferenten,
- Gesprächen mit Leistungsträgern, u. a. potenziellen zukünftigen Qualitätsgastgebern „Wanderbares Deutschland“.

Abb. 1 Projektstruktur und Bearbeitungskonzept



3 Rahmenbedingungen für den Wandertourismus im Teutoburger Wald

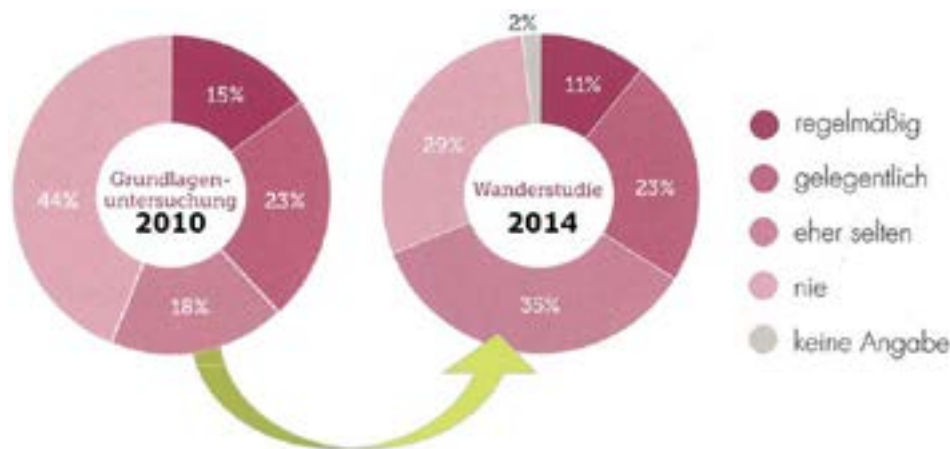
Nachfolgend werden die für den Teutoburger Wald relevanten Entwicklungen und Trends im Wandermarkt vorgestellt. Informationen und Beschreibungen zum Bearbeitungsgebiet und die naturräumliche Struktur der Destination Teutoburger Wald sind in Kap. 1 dargelegt.

3.1 Wander-Nachfrage

Nahezu jeder Gast im ländlichen Raum ist ein potenzieller Wanderer. Im Ergebnis der „Grundlagenstudie Freizeit- und Urlaubsmarkt Wandern“ (DWV, 2010) wird deutlich: Mehr als 40 Mio. Deutsche wandern zumindest „selten oder gelegentlich“, das Gesamtvolumen der Wanderungen der Deutschen in Freizeit und Urlaub addiert sich auf rd. 380 Mio. Wanderungen/Jahr bzw. 3,6 Mrd. gewanderte km/Jahr.

Die Fortschreibung der Wanderstudie (PROJEKT M, 2014) liefert Hinweise auf einen weiteren Zuwachs der Nachfrage nach Wandern (vgl. Abb. 2).

Abb. 2 Wanderintensität der Deutschen, 2010 und 2014



Quelle: verändert nach: PROJEKT M, 2014

Der Anteil der „selten-Wanderer“ hat zulasten der „nicht-Wanderer“ deutlich zugenommen: 35 % der Deutschen wandern selten, 30% wandern nicht.

Die Analyse der **Wanderintensität nach Altersgruppen** zeigt (vgl. Abb. 3):

- Es besteht eine weitgehend gleichmäßige Verteilung der Wanderer auf alle Altersgruppen, auch die Aussage „nicht-Wandern“ ist altersunabhängig: Die Beteiligung beim Wandern ist altersunabhängig.
- Ältere (60+) wandern häufig „regelmäßig“.
- Jüngere wandern eher „selten“.

Abb. 3 Wanderintensität nach Alter, 2014



Quelle: PROJEKT M, 2014

Konsequenz für das Wandern im Teutoburger Wald

70% der Deutschen wandern – das gilt mit Sicherheit auch für die Gäste im Teutoburger Wald.

- Wandern ist ein Querschnittsinteresse der Gäste und ist weitgehend unabhängig von soziodemografischen Merkmalen (wie Alter) oder Werten/Milieus.
- Tourist-Infos und Gastbetriebe sollten darauf vorbereitet sein, dass die meisten ihrer Gäste mindestens gelegentlich wandern, d. h. „auch einmal wandern wollen“. Diese Gäste wünschen sich informierte, kompetente Gastgeber und eine Auswahl geeigneter Wanderangebote.
- Die Gelegenheitswanderer haben erhebliche Bedeutung im Markt. In diesen Markt passen leicht zugängliche Produkte, deren Genuss weder Expertentum noch Spezialausrüstung braucht: gut markierte/beschilderte Rundrouten, die dem Gast Landschafts- und Naturerlebnisse bieten.

3.2 Innerdeutsche Quellmärkte

Wichtigster Quellmarkt für Wanderungen in Deutschland ist das bevölkerungsreiche NRW: Rd. 21% aller Wanderungen werden von den Einwohnern aus diesem Bundesland unternommen. Zusammen mit Bayern, Baden-Württemberg und Niedersachsen stehen die Einwohner aus NRW für rd. 60% des Wandermarktes (vgl. Abb. 4).

Abb. 4 Quellmärkte für Wanderungen nach Bundesländern

Bundesländer	Anzahl Wanderungen (in Tsd.)	Anteil in %	Wanderungen pro Einwohner
Nordrhein-Westfalen	80.295	20,6	5,2
Bayern	55.866	14,3	5,2
Baden-Württemberg	47.943	12,3	5,4
Niedersachsen	34.101	8,7	4,7
Rheinland-Pfalz	29.931	7,7	7,7
Sachsen	29.417	7,5	8,1
Hessen	28.422	7,3	5,6
Thüringen	20.394	5,2	9,4

Quelle: DWV, 2010: 29

Auffällig ist die unterdurchschnittliche Bindung der Nordrhein-Westfalen bei der Aktivität Wandern an ihr Bundesland: Nur 60% der Nordrhein-Westfalen bleiben für tages-touristische Wanderungen in NRW. 40% verlassen das Land für Wanderungen. Andere Bundesländer erreichen hier Werte um 75% (z. B. Thüringen, Baden-Württemberg) und bis zu 90% (Bayern) (DWV, 2010: 52).

Konsequenz für das Wandern im Teutoburger Wald

- Die bevölkerungsreichen Bundesländer bilden die Volumenmärkte für das Wandern.
- Neben **NRW** bilden die benachbarten Bundesländer **Niedersachsen** und **Hessen** weitere wichtige Quellmärkte für das Wandern im Teutoburger Wald.
- Die bisher unterdurchschnittliche Bindung der Bürger NRWs an das eigene Bundesland wird als Potenzial für Wanderungen der Einwohner im eigenen Land interpretiert. Gäste aus NRW werden als potenzielle Wandergäste im Teutoburger Wald gesehen.

3.3 Ausländische Quellmärkte

Die Jahre 2017 und 2018 sind gute Jahre für den Deutschlandtourismus. Gleichwohl werden mittelfristig nachlassende Zuwächse der innerdeutschen Tourismuskonsumnachfrage vorhergesagt.² Die Nachfrage aus dem Ausland zeigt demgegenüber überdurchschnittliche Wachstumsraten (DTV, 2016). Im Markt gewinnen die Gäste aus dem Ausland daher an Bedeutung. Deren Anteil ist in Nordrhein-Westfalen bereits überdurchschnittlich: Im Jahr 2016 kamen rd. 21% der Übernachtungsgäste und 22% der Ankünfte aus dem Ausland (IT.NRW, 2013–2017), deutschlandweit sind es rd. 18%.

Die DZT sieht Potenziale für das Wandern im Incoming: Wandern ist eine beliebte Urlaubsaktivität der Urlaubsgäste aus dem Ausland (DZT 2016b). In der Außendarstellung des Reiselandes Deutschland besitzt Wandern seit ca. 8 Jahren einen festen Platz.

Quellmarkt Niederlande

Die Niederländer bilden die mit Abstand wichtigste Gästegruppe im Incoming: 11,2 Mio. Übernachtungen in Deutschland, 2,5 Mio. Übernachtungen in Nordrhein-Westfalen im Jahr 2016 (vgl. Abb. 5).

Abb. 5 Top 15 Quellmärkte (International) für NRW nach Übernachtungen 2016



Quelle: Tourismus NRW e.V. nach IT NRW 2017 | Ausschnitt

² Resultat einer schrumpfenden Bevölkerungszahl bei gleichbleibender Reiseintensität; Quelle u. a.: Reiseanalysen der Forschungsgruppe Urlaub und Reisen

Der Teutoburger Wald hält mit rd. 166.000 Übernachtungen von Niederländern einen Marktanteil³ am niederländischen Markt von 1,5%, das ist ein Wert im Mittelfeld (zum Vergleich: die Eifel hält mit rd. 622.000 einen Marktanteil von 6% (DZT, 2016a).

Der Anteil der Übernachtungen der Niederländer an allen Übernachtungen im Teutoburger Wald (6,7 Mio. in 2016, IT.NRW 2017) liegt bei rd. 2,5%.

Wander-Interesse der Gäste aus den Niederlanden

Wandern ist bei Niederländern eine besonders beliebte Urlaubsaktivität (vgl. Abb. 6). Entsprechende Bedeutung bzw. Potenziale hat dieser Quellmarkt für den Teutoburger Wald, sowohl durch die räumliche Nähe als auch aufgrund des Zuschnitts des Angebotes, das Präferenzen der Niederländer bedient: Mittelgebirgslandschaft, Waldreichtum, historische Orts- und Stadtbilder/Fachwerk. Das Angebot im Teutoburger Wald ist auf Niederländer eingestellt: Niederländisches Infomaterial sowie Betriebe mit niederländischen Betreibern bilden eine wichtige Basis.

Abb. 6 Interesse der wichtigsten Incoming-Quellmärkte an der Aktivität Wandern



Quelle: DZT, 2016b

Konsequenz für das Wandern im Teutoburger Wald

Die Niederlande sind bedeutender Quellmarkt für das Wandern im Teutoburger Wald. Das erkannte Potenzial sollte stärker als bisher genutzt werden:

- Teutoburger Wald als Wanderlandschaft in räumlicher Nähe zum Quellgebiet
- hohes Interesse der Niederländer am Wandern
- Potenzial für Zuwachs: Aktuell dokumentiert die DZT für den Teutoburger Wald unterdurchschnittliche Zuwächse bei bescheidenem Marktanteil.

Angesichts der hohen Bedeutung der Niederländer für das Incoming im Teutoburger Wald empfehlen die Verfasser die Konzentration auf diesen Markt. Das bedeutet, dass begrenzte Mittel für Incoming auf den niederländischen Markt konzentriert werden sollen (Übersetzungen, Reisemessen, Anzeigen, Kooperationen, ...).

³ Bezug: Verteilung der Gäste aus den Niederlanden auf alle deutschen Reisegebiete

3.4 Entwicklungen im Wanderangebot in Deutschland

Wandern boomt: Mehr als 75% der deutschen Destinationen bieten Wanderangebote im Portfolio (PROJEKT M, 2014). Dabei wird deutlich: Qualität setzt sich durch. Die Zahl der entsprechend den Kriterien des DWV bzw. des Wanderinstituts zertifizierten Prädikatswanderwege ist deutlich gestiegen (vgl. Abb. 7). Der Teutoburger Wald beherbergt (Stand September 2018) zwölf Qualitätswege Wanderbares Deutschland, z. B. den Eggeweg und Hermannsweg.

Abb. 7 Entwicklung des Angebotes der Wander-Prädikate 2010 bis 2018

	Anzahl 2010	Anzahl Juli 2018	Zunahme von 2010 auf 2018
	62	200	+ 223%
	200	542	+ 171%
	1.300	1.571	+ 21%

Quelle: PROJEKT M, 2014, aktualisiert mittels www.wanderbares.deutschland.de; www.wanderinstitut.de (Stand 26.07.2018)

Auffällig ist: Das Angebot von Prädikatswegen wächst schneller als die Nachfrage. Flächendeckend entstehen hochwertige und profilierte Wanderangebote: Der Konkurrenzdruck steigt. BTE/DWV sind davon überzeugt, erfolgreiche Angebote müssen nicht nur „gut“ sein im Sinne einer hohen Wanderqualität, sondern darüber hinaus spezifisch in ihrem Angebot: eine besondere Attraktion, ein origineller Aufhänger, ein regionstypisches Thema, eine herausragende Story.

Die erforderliche Profilierung der Region allein über das Wandern wird nicht funktionieren. Eine erfolgreiche Wanderregion Teutoburger Wald ist auf Bekanntheit, Image und Anziehungskraft der Destination/der Marke angewiesen.

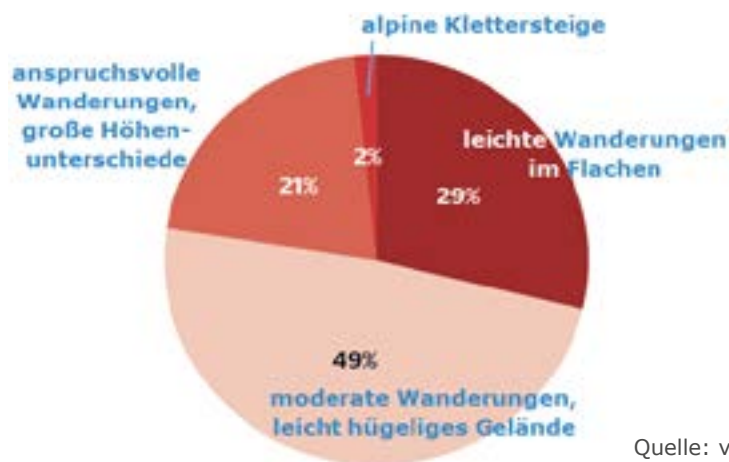
Konsequenz für das Wandern im Teutoburger Wald

- Prädikatswanderwege werden Basisqualität, die entsprechenden Standards werden vom Kunden erwartet (er findet sie überall).
- Gute Wanderwege allein reichen nicht mehr aus, um den Teutoburger Wald am Markt zu profilieren. Entscheidend werden Alleinstellungsmerkmale, herausragende Merkmale, Bekanntheit und Renommee.
- Es wird im Teutoburger Wald nicht genügen, in der Basisqualität Wandern voranzukommen. Wandern im Teutoburger Wald benötigt eine Spezifik, bevorzugt in Kombination mit einer wahrnehmbaren Region = regionale Marke.

3.5 Präferenzen der Wanderer

Die Marktforschung liefert Erkenntnisse über die Präferenzen der Wanderer und u. a. den Nachweis der Bevorzugung von „moderater Bewegung in leicht hügeligem Gelände“ (vgl. Abb. 8). Rd. 50% der Wanderer bevorzugen entsprechende Wanderlandschaften, rd. 30% bevorzugen Wanderungen im Flachland und rd. 20% mögen es steiler und anspruchsvoller.

Abb. 8 Bevorzugte Wanderlandschaften



Quelle: verändert nach DWV, 2010

Konsequenz für das Wandern im Teutoburger Wald

Die Mittelgebirgslandschaft des Teutoburger Waldes entspricht den Präferenzen zahlreicher Wanderer.

- Angebote sollten passend zu den unterschiedlichen Vorstellungen eingeordnet werden, z. B. in „anspruchsvoll“, „mittel“ oder „leicht“.

3.5.1 Tagestouren und Mehrtageswanderungen

Der mit Abstand größere Markt der Urlaubswanderungen sind Tagestouren: **Rd. 80% der Wanderungen im Urlaub werden als Tagestouren durchgeführt.** Die durchschnittliche Länge der Tagestouren beträgt 9,5 km (d. h.: hohe Bedeutung von Halbtagestouren), 87% der Tageswanderer wollen Rundwege (ab Wanderparkplatz, Anreise mit PKW).

Der mit rd. **20% kleinere Teil des Marktes der Urlaubswanderungen sind Mehrtageswanderungen** (mit einer durchschnittlichen täglichen Etappenlänge von 18,7 km) (DWV, 2010). Gleichwohl haben Mehrtagestouren eine hohe Bedeutung: Fernwanderwege sind häufig „Leitprojekte“, die in Wandermagazinen stärkere Beachtung finden als Tagestouren und damit im Portfolio einer Wanderregion enthalten sein müssen. Auch zeigt die Marktforschung, dass bekannte und attraktive Fernwege gern im Rahmen von Tagestouren genutzt werden. Für die Produktentwicklung bedeutet dies, dass Fernrouten auch in Abschnitten, idealerweise im Format von Rundtouren, aufbereitet und angeboten werden sollten: ein Stück Fernwanderweg, dann weiter auf einer „Schleife“ zurück zum Ausgangspunkt.

Konsequenz für das Wandern im Teutoburger Wald

Das Angebot der Fernwanderwege (häufig Kammwege) sollte durch Tages- und Halbtagesrundwanderwege in hoher Qualität ergänzt werden.

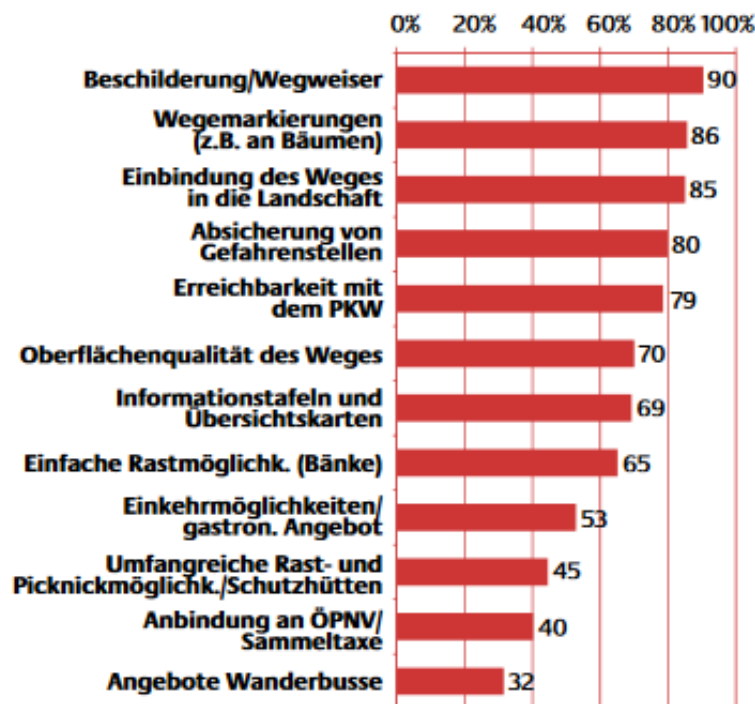
3.5.2 Erwartete Qualität eines Wanderangebotes

Die in Deutschland bestehenden Qualitätskriterien für Wanderwege (Qualitätsweg Wanderbares Deutschland und Premiumweg) entsprechen den von Wanderern erwarteten Qualitäten. Wanderer wünschen und erwarten v. a. (Quelle: DWV Service, 2015a):

- einen hohen Anteil naturnaher Wege: schmale, geschwungene Pfade, Erd- und Graswege,
- „schöne“ Landschaft, definiert als „waldreich“, „natürliche Stille, frische Luft“, attraktive Aussichten, frei von Störungen, z. B. durch Lärm oder sichtbare technische Bauwerke,
- Abwechslungsreichtum, wechselnde Landschaftsbilder, Wechsel der Wegeformate
- Einkehrmöglichkeiten an der Strecke,
- eindeutige und kontinuierliche Markierung, Beschilderung,
- Ausstattung mit Infrastruktur: Bänke, Rastplätze.

Die nachfolgende Abbildung gibt eine Übersicht über die Rangfolge der unterschiedlichen Qualitätsmerkmale.

Abb. 9 Qualitäts-Ansprüche der Wanderer



Quelle: DWV, 2010

Konsequenz für das Wandern im Teutoburger Wald

Entscheidend für die Qualität eines Wanderangebotes ist nach Überzeugung und Erfahrung der Verfasser das Zusammenspiel wesentlicher Komponenten:

- **attraktive Wanderwege**, gut markiert, in erlebnisreicher, möglichst abwechslungsreiche naturnaher Kulturlandschaft (Wald, Wiesen, Dörfer im Wechsel, Ausichten, ...)
- **attraktive Wanderziele**, bevorzugt Orte, deren Besuch einen Wunsch oder eine Sehnsucht der Wanderer berührt (Wandersehnsuchtsorte = Orte, die ein Wanderer erwandern möchte)
- guter Service am Weg: **Einkehr in attraktiven Gastbetrieben** in guter Lage am Weg, **Übernachtung** in charmantem, regional geprägten Betrieb

Die nachfolgenden Beispielbilder illustrieren diese Qualitäten (vgl. Abb. 10).

Abb. 10 Beispiele attraktiver Wanderangebote



Quelle: DWV/Erik Neumeyer; links oben: Wandergastronomie Baiersbronn (Schwarzwald), links unten: Markierung am Moselsteig, rechts oben: Blick auf Wandersehnsuchtsziel Wartburg (Thüringen), rechts unten: kleine Holzbrücke auf dem Nibelungensteig im Odenwald als Beispiel für kleine Wanderinszenierung

Eine sehr gute Basisqualität (Wege, Routen, Gastbetriebe) ist Grundvoraussetzung, Erfolg im Wandermarkt braucht mehr: Destination/Marke mit Bekanntheit und gutem Image, Wanderziele und Wanderrouten auf dem Niveau „Wandersehnsuchtsorte“.

Renommee und Bekanntheit einer Wanderdestination sind für die Reiseentscheidung der Wander-Gäste von entscheidender Bedeutung. Es gibt zahlreiche Wanderregionen am Markt, die durch interessante Entwicklungen, spektakuläre Bilder und Qualitätsnachweise Aufmerksamkeit generieren und Interesse wecken.

Wanderziele

Attraktive Wanderziele bilden Anker für Wandererlebnisse im Routenverlauf. Sie schaffen Belohnung für die Anstrengung der Wanderung. Es sind diese Wanderhöhepunkte, über die sich in Print und Online das Versprechen eines besonderen Wandererlebnisses transportieren lässt. Herausragende Wanderziele (und ihre Inszenierung) sind von hoher Bedeutung für Bekanntheit und Strahlkraft einer Route und damit auch für die Wanderregion.

Herausragende Wanderziele müssen über das Wanderwegenetz erschlossen und erreichbar werden. Auch attraktive Ausblicke können Wanderziele darstellen, z. B. der Anblick auf einen Bergsporn mit Burganlage (vgl. Abb. 10, Wartburgblick). Unmittelbare Erlebbarkeit ist ein Kriterium. Wichtig ist auch die Authentizität in Verbindung zum thematischen Aufhänger der Wanderung. Typische Wanderziele sind:⁴

- Naturattraktionen wie Seen, Schluchten, Bachtäler, Moore
- markante Gipfel, Aussichtstürme, Felsen,
- Kulturattraktionen wie Burgen, Schlösser, historische Städte
- Ortschaften mit schönem Ortsbild, Gastronomie und Unterkünften
- urige Gasthäuser außerhalb geschlossener Ortschaften

Touristische Ziele, die abseits des Wanderwegnetzes liegen, Museen, die Inhalte nach Eintritt und ausführlicher Beschäftigung erschließen, oder artifizielle Sehenswürdigkeiten gelten nicht als Wanderziele im engeren Sinn.

3.5.3 Bedeutung der Gastbetriebe für das Wanderangebot

Den Gastgebern (Unterkunfts- und Gastronomiebetrieben) kommt innerhalb der touristischen Leistungskette eine Schlüsselrolle zu: Mit Übernachtung und Verpflegung werden hier touristische Kernangebote erbracht. Laut Sparkassen Tourismusbarometer 2017 stellt die Qualität der Beherbergungsbetriebe und der Gastronomie den wichtigsten Faktor für die Gästezufriedenheit dar (dwif 2017). Dabei zeigte sich, dass Gastbetriebe, die Qualitätszertifikate wie z. B. „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ besitzen, Online besser bewertet werden (dem sog. TrustScore).

Der TrustScore ist ein kumulierter Index zur Darstellung von Online-Bewertungen und wird über das auf Sichtbarkeit und Bewertungsverbesserung spezialisierte Beratungs-

⁴ Modifiziert nach DWV Service (Deutscher Wanderverband Service GmbH) (2015b): Qualitätsregion Wanderbares Deutschland. Wandervergnügen garantiert

unternehmen Trustyou (www.trusty.com) angeboten, welches nach eigenen Angaben Millionen von weltweiten Hotelbewertungen analysiert.

Abb. 11 TrustScore Werte von Betrieben unterschiedlicher Qualitätsstandards



OSV/dwif 2017, TrustScore = kumulierter Index zu der Darstellung von Online Bewertungen

Standard „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“

Ein zertifizierter „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ ist mit den besonderen Ansprüchen der Wandergäste vertraut. Durch Serviceangebote wie das Vorhalten von wandertauglichen Lunchpaketen, die Organisation des Gepäcktransports zu der nächsten Unterkunft oder die Bereitstellung von Wandertipps fühlen sich Wanderer abgeholt und willkommen.

Angesprochen wird ein breites Spektrum an Unterkünfts- und Gastronomiebetrieben. Sowohl Hotels als auch Privatunterkünfte (Ferienwohnungen, Pensionen), Jugendherbergen und andere Gruppenunterkünfte sowie Campingplätze können sich der Überprüfung unterziehen. Das gewährleistet auch ein breites Angebot an potenziellen Unterkünften für die verschiedenen Zielgruppen unter den Wandergästen.

Für eine erfolgreiche Zertifizierung müssen Unterkuftsbetriebe aktuell 23 Kern- und 8 aus 18 Wahlkriterien erfüllen. Reine Gastronomiebetriebe werden hinsichtlich von 17 Pflichtkriterien überprüft.

Derzeit sind in Deutschland rd. 1.570 Betriebe als „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ zertifiziert.

Innerhalb der Wandersaison 2018 wurden die Kriterien aktualisiert, die ab dem 01.10.2018 wirksam sind.

Quelle: DWV, 2015

Einkehr am Weg

Die Bedeutung insbesondere des gastronomischen Angebotes beim Wandern hat der Wandermonitor 2017 jüngst herausgestellt: Danach spielt die Möglichkeit, am Wegesrand einzukehren, eine umso größere Rolle bei der Auswahl des Weges, je älter Wan-

derer sind (unter 30: 22%; über 50: 41%). Zwar haben viele Wanderer bei ihren Touren Proviant dabei, dennoch sind gut 70 %(!) der Wanderer aufgeschlossen gegenüber anderen Verpflegungsmöglichkeiten. Mit anderen Worten: Ein gutes Angebot verlockt zur Einkehr, selbst wenn Proviant mitgeführt wird.

Kehren Wanderer am Wegesrand ein, geben sie durchschnittlich etwa 14 Euro pro Person aus. Bevorzugt werden alkoholfreie Getränke (72,4%), Kaffee oder Tee (58,8%) sowie eine schnelle Brotzeit (56,6%).⁵

Für rd. ein Drittel der Wanderer ist die Einkehr am Weg ein entscheidendes Kriterium bei der Auswahl eines Wanderweges. Für ihre Einkehr bevorzugen Wanderer einfache Gastronomie und Außenplätze (vgl. Abb. 12).

Abb. 12 Bevorzugte gastronomische Einrichtung der Wanderer



Quelle: Ostfalia, 2018

Die Bereitschaft, für eine Einkehr Umwege zu gehen, endet bei einer zusätzlichen Wegelänge von rd. 1 km Umweg (Ostfalia, 2018). Voraussetzung für die Nutzung des Angebots abseits des Weges ist die Information über das gastronomische Angebot (Hinweisschilder, Wegweiser, QR-Code etc.).

Favorit für das „Gastronomische Angebot des perfekten Wanderweges“ ist ein regionales, saisonales Speisenangebot (Aussage von rd. 30% der Wanderer, Ostfalia, 2018)

Konsequenz für das Wandern im Teutoburger Wald

Leistungsfähige Wandergastgeber sind essentiell für die Wanderqualität:

- **wanderkundig:** Kenntnisse der Bedarfe der Gäste und der Angebote im Wandergebiet, Tippgeber für Wandergäste
- **vernetzt:** in das Wanderangebot (Informationsmaterial, TEUTO_Navigator, ...) eingebunden, Kooperationen mit Gästeführern, Shuttle, Gastronomie, ...
- **serviceorientiert:** Organisationshilfe (z. B. Transfers), Lunchpaket, ...

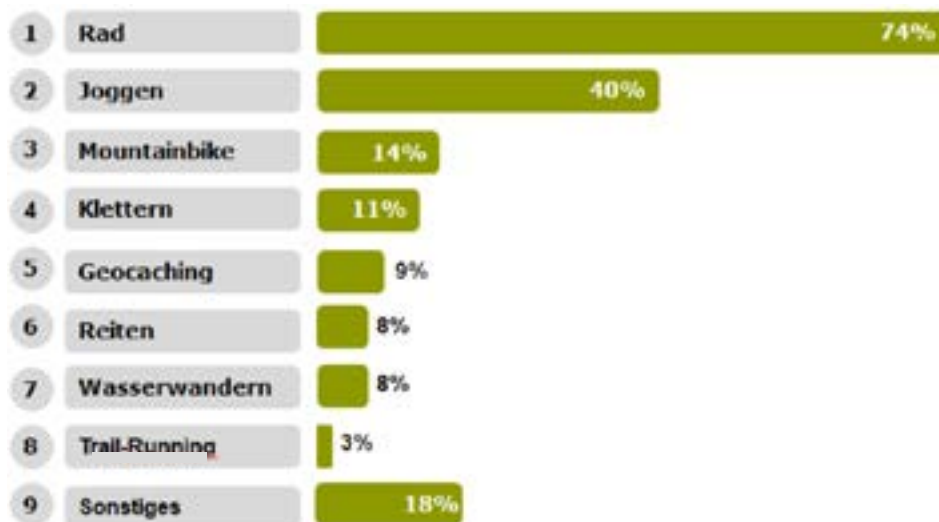
⁵ Quelle: 2018, Arbeitsgruppe Wandermonitor - wanderforschung@ostfalia.de

3.5.4 Wandern und weitere Aktivitäten

Da 70% der Deutschen wandern, verhalten sich Wanderer in vielerlei Hinsicht wie der Durchschnitt der deutschen Bevölkerung. Es gibt eine große Bandbreite an Interessen und Aktivitäten, denen Wanderer nachgehen.

Auffällig stark korrelieren Wandern und Radfahren: 74% der Wanderer fahren Rad (BTE/DWV, 2018, vgl. Abb. 13). Dies gilt auch andersherum: 57% der Radfahrer wandern (dwif/BTE, 2009). 66% der Fahrradausflügler bei Tagesausflügen geben an, im Urlaub auch zu wandern (ADFC - Travelbike - Radreiseanalyse 2018).

Abb. 13 Beteiligung der Wanderer an anderen Outdooraktivitäten



Quelle: BTE/DWV, 2018. Antworten auf die Frage: „Abgesehen vom Wandern: Welche Outdoor-Aktivitäten betreiben Sie zumindest gelegentlich?“, n = 1.026

Tagesausflugsgäste

15% aller Tagesausflüge der Deutschen beinhalten die Aktivität Wandern (BMW, 2014).

Ein Tagesausflug erlaubt per se weniger Möglichkeiten für Aktivitäten im Zielgebiet als ein mehrtägiger Aufenthalt. Wanderungen im Rahmen von Tagesausflügen unterscheiden sich deutlich von Wanderungen im Rahmen von Urlauben, u. a. in Länge, Dauer und Konstellation bzw. Größe der Wandergruppe. Die durchschnittliche Wanderung im Rahmen eines Tagesausfluges dauert drei Stunden und ist 9 km lang (BMW, 2010).

Wenn andere Aktivitäten unternommen werden, sind es vor allem Besichtigungen von kulturellen Einrichtungen wie Denkmälern, Museen oder ähnlichen Einrichtungen – auf sie entfallen ungefähr 60% der zusätzlichen Aktivitäten. Ebenfalls von Bedeutung ist der Besuch von Naturinformationszentren mit einem Anteil von rd. 22% an den zusätzlichen Aktivitäten.

Die Ergebnisse der Marktforschung legen nahe, dass eine Wanderung im Rahmen eines Tagesausflugs v. a. mit einer Einkehr und dem Besuch einer kulturellen Einrichtung verbunden werden kann.

Die durchschnittliche **Reisedistanz für Tagesausflüge** (einfache Entfernung) beträgt in Deutschland seit vielen Jahren rd. 70 km. Rd. 40 % der Tagesausflüge haben eine Distanz von max. 25 km, weitere 22% 26-50 km (BMW, 2014).

Urlauber

Rund 30% der im Urlaub wandernden Personen sehen tägliche Wanderungen als festen Bestandteil der Urlaubsaktivitäten (BMW, 2010). Für diese Gäste wird unterstellt, dass die Wanderqualität einer Region ein wichtiges Entscheidungskriterium bildet.

Rund 60% der Wanderer, die im Urlaub wandern, sehen Wandern *nicht* als Hauptaktivität im Urlaub. Wandern ist einer von vielen Bestandteilen der Urlaubsaktivitäten (BMW, 2010). Für diese Gruppe bilden die Wandermöglichkeiten eines Zielgebietes eines von mehreren Entscheidungskriterien.

Nur rd. 15% geben an, im Urlaub eher selten und unregelmäßig zu wandern.

Konsequenz für das Wandern im Teutoburger Wald

Die ideale Wanderung für Tagesgäste kombiniert eine halbtägige Wanderung mit dem Besuch einer Sehenswürdigkeit (idealerweise ist diese das Wanderziel) und der Einkehr in einem Gastbetrieb mit regionalem, einfachen Angebot und Außengastronomie.

Bei mehrtägigem Angebot wird Wandern in die Bandbreite der Urlaubsaktivitäten eingebunden. Aufgrund der deutlichen Schnittmengen von Wandern und Radfahren können Wander- und Fahrradangebote kombiniert werden:

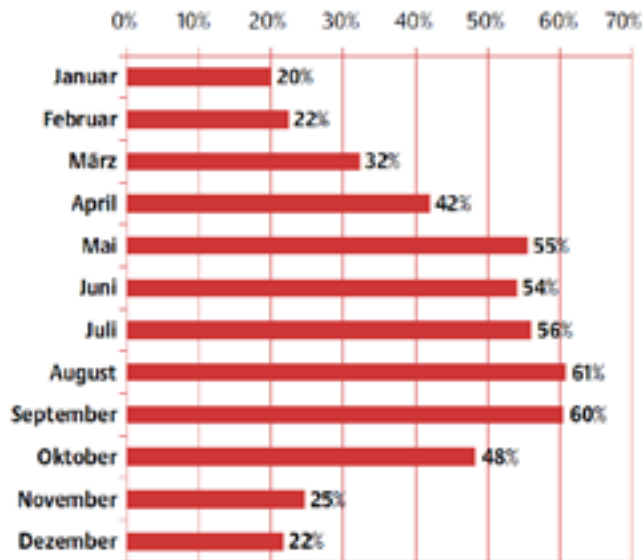
- Vielerorts im Teutoburger Wald berühren sich Wander- und Fahrradangebote, z. B. im Verlauf des Weserradwegs und an der Nordflanke des Wiehengebirges (Mühlengreis Minden-Lübbecke).
- Leihfahrräder (auch Pedelecs), Auflademöglichkeiten in den Betrieben und Werkstattservice sind gefragt. Für die Aufladung ist keine spezielle Infrastruktur erforderlich, es genügen Steckdosen in den Betrieben.
- Bett + Bike-Betriebe haben häufig das Potenzial zum Wandergastgeber.

3.5.5 Saisonalität

Schwerpunkt der Wanderaktivitäten ist der Sommer. Dennoch gilt: Auch im Winterhalbjahr wird gewandert (vgl. Abb. 14). Hier unterscheidet sich das Wandern deutlich von der zweiten bevorzugten Outdooraktivität der Deutschen: dem Radfahren. Beim Radfahren ist die Saisonalität sehr viel stärker ausgeprägt als beim Wandern.

Damit bietet sich Wandern als Angebot in der Wintersaison an – wenn das ergänzende Angebot stimmt, d. h. wenn die Quartiere „Wintergemütlichkeit“ bieten und wenn Gastbetriebe und touristische Attraktionen im Winter geöffnet haben. Dies ist in Zeiten des Fachkräftemangels im Tourismus zunehmend ein Problem.

Abb. 14 Saisonalität des Wanderns



Quelle: DWV, 2010

In der Abbildung dargestellt ist die Durchführung der Aktivität Wandern, nicht die Häufigkeit (*Lesehilfe*: 20% der Wanderer geben an, auch im Monat Januar zu wandern).

Die aktuelle Marktforschung belegt das hohe Interesse der Deutschen an Reisen im Winter. 25 % der Deutschen haben Interesse an Reisen im Winter im eigenen Land (der alpine Ski-Tourismus ist hier nicht enthalten, dessen Bedeutung sinkt) (DTV et al., 2016).

Die Präferenzen dieser Winterurlaubsreisenden sind klar ausgerichtet auf Genuss, Gemütlichkeit, Langsamkeit und Zeit für Familie/Freunde (Gemeinsames erleben). Herausragende Bedeutung haben Wärme und Licht, die über klare Wintertage und gemütliche Feuer vermittelt werden können. Die gesuchte „Winteratmosphäre“ braucht nicht unbedingt Schnee, aber Wintermotive wie Reif, Eis, klare Luft und blauen Winterhimmel (FUR, 2016).

Konsequenz für das Wandern im Teutoburger Wald

Im Teutoburger Wald bestehen Potenziale für Winterwander-Angebote. Dafür bedarf es der Kombination mit geeigneten Quartieren (gemütliche Stube/Küche, Kamin/Kachelofen, Platz zum Spielen, Sauna, ...), Gastronomie und weiteren Angeboten. Voraussetzung ist eine Beteiligungsbereitschaft der Leistungsträger und eine Öffnung der Angebote in der Wintersaison.

3.5.6 Digitalisierung im Wandertourismus

Die Digitalisierung der Gesellschaft hat den Tourismus und auch den Wandertourismus erreicht. Digitale Medien (Internetseiten, Apps, Bewertungsportale, Soziale Netzwerke) sind wichtige Impuls- und Informationsgeber im Wandertourismus. Wanderer nutzen digitale Medien für die Auswahl der Wandergebiete, die Routenplanung, die Buchung, die Orientierung während der Wanderung und die Nachbereitung (Teilen in sozialen Netzwerken) (BTE/DWV, 2018):

- Wichtigste **Inspirationsquelle für Wanderungen sind Freunde & Bekannte** (58%), auf Platz 2 folgt mit 42% das Internet. Dort sind es wiederum Freunde und Bekannte, die über Berichte in sozialen Netzwerken inspirieren sowie Bewertungs- und Routenportale.

Wichtige Portale sind u.a. Komoot, Outdooractive, GPSies, wanderbares-deutschland.de.

- Wichtigste **Informationsquelle für die Vorbereitung der Wanderung** ist mit 62% das Internet, dort v. a. die Website der Reiseregion und Wanderportale. 51% aller Wanderer nutzen die Webseite der Reiseregion für die Vorbereitung ihrer Wanderung.

Abb. 15 Informationsquellen zur Vorbereitung der Wanderung



Quelle: BTE/DWV, 2018

Orientierung während der Wanderung

Während der Wanderung wünscht die Mehrheit der Wanderer zuverlässige Beschilderungen und Markierungen (rd. 75%). Rund 50% nutzen Wanderkarten. Rund 40% der Wanderer verzichten bewusst auf die Nutzung des Smartphones, um die Natur zu genießen.

Auf der anderen Seite orientieren sich 25 % der Antwortenden ausschließlich oder maßgeblich per Smartphone/GPS-Gerät. 60% der Wanderer zeigen sich gegenüber digitaler Navigation interessiert und aufgeschlossen. Sie bekunden die Absicht, diese Technik zukünftig zu nutzen.



Foto: istock - svetlkd

18% erwarten für sich persönlich, zukünftig auf Markierungen an Wanderwegen verzichten zu können und sich *ausschließlich* über Smartphone/GPS-Gerät zu orientieren.

Voraussetzung für digitales Routing via Smartphone ist eine ausreichende Netzabdeckung.

Konsequenz für das Wandern im Teutoburger Wald

Die Digitalisierung hat das Wandern erreicht. Digitale Wanderservices entlang der Customer Journey spielen eine wichtige Rolle.

- 51% der Wanderer nutzen die regionale Webseite für die Vorbereitung der Wanderung. Diese hat dementsprechend eine hohe Bedeutung für die Gewinnung des Gastes.
- Routenportale werden für die Vorbereitung der Reise, zunehmend auch für die Orientierung während der Reise, stark genutzt. Die Destination hat mit dem TEUTO_Navigator ein wichtiges Werkzeug realisiert. Umso wichtiger ist es, dass der TEUTO_Navigator kommuniziert und genutzt wird und die erforderlichen Services bietet (vgl. Kap. 7.2.1).
- Die zahlreichen mobilen Zugriffe auf die Internetseiten der Destinationen erfordern eine entsprechende Nutzbarkeit auf dem Smartphone.
- Für den wachsenden Markt der „technikaffinen“ Wanderer sind weitergehende digitale Services ein Wettbewerbsvorteil: dynamisches Routing (themenorientiert, z. B. passend zu den spezifischen Qualitäten unterschiedlicher Jahreszeiten), Schnitzeljagd, Gewinnspiele, Entdeckungsreisen.
- Da rund die Hälfte der Wanderer mobile Dienste mindestens ergänzend für die Navigation nutzen, ist die Qualität dieser Dienste relevant. Wichtig ist die Durchgängigkeit und Konstanz der Systeme: Das mobile Routing muss frei von Widersprüchen mit dem in der Landschaft ausgewiesenen Routing sein.
- Die Netzabdeckung in der Landschaft ist von entscheidender Bedeutung. Der Gast sollte über die Netzabdeckung auf seiner geplanten Wanderung informiert werden. Bei fehlender Netzabdeckung sind Offline-Karten oder GPS-Geräte eine Alternative. Der Netzverfügbarkeit entsprechend könnte zwischen „klassischen“ und digitalen Routingangeboten unterschieden werden.
- **Trotz hoher Bedeutung der Digitalen Medien: Der überwiegende Teil der Wanderer wünscht eine leistungsfähige, eindeutige und kontinuierliche Markierung und Beschilderung der Wanderwege.**

3.5.7 Barrierefreie Nachfrage

Der demographische Wandel führt in eine Gesellschaft mit steigendem Anteil älterer Menschen, auch bei den Reisenden. Im Jahr 2020 werden mehr als 40% der Urlauber älter als 50 Jahre sein (ADAC 2010). Die „neuen Alten“ sind mobil, anspruchsvoll, qualitäts- und komfortorientiert und reisewillig (Sülbeck 2006) – aber nicht mehr so fit wie jüngere Zielgruppen.

8% der Deutschen haben eine schwere Behinderung, rd. die Hälfte dieser Gruppe unternimmt Reisen. 50% würden gern häufiger reisen, 37% reisen weniger, weil barrierefreie Angebote fehlen. 58% der Menschen mit schweren Behinderungen sitzen im

Rollstuhl (BMFSFJ 2003). Da Handicaps mit dem Alter zunehmen, wird der Anteil an Reisenden mit Handicaps in der Bevölkerung steigen.

„Barrierefreiheit ist für etwa 10% der Bevölkerung unentbehrlich, für 40% hilfreich und für 100% komfortabel“ (DSFT 2016). Damit ist gemeint, dass auch Personen ohne Behinderung diese Angebote gut nutzen können und somit eine (Wege-)Infrastruktur für eine sehr breite Zielgruppe geschaffen werden kann, die perspektivisch an Relevanz gewinnen wird.

Im Wandermarkt trifft die o.g. Aussage „für 100% komfortabel“ auf Grenzen: Ein für Menschen mit Gehbehinderungen barrierefreier Wanderweg mag komfortabel sein, entspricht aber nicht den Qualitätsansprüchen vieler Wanderer im Hinblick auf „Naturnähe“. Wanderer präferieren Abschnitte auf naturfesten Pfaden. Diese sind wiederum für Rollstuhl oder Rollator ungeeignet. Ein Qualitäts-Wanderangebot für Menschen ohne Handicap kann daher nicht gleichzeitig durchgängig barrierefrei sein.

Daraus folgt, dass „barrierefrei Wandern“ eine zusätzliche Auswahl geeigneter Angebote bieten sollte. Für ein solches Angebot spricht, dass „Barrierefreier Tourismus (...) eines der Wachstumssegmente im Tourismus mit hohem ökonomischen Potenzial bildet“ (DSFT 2016).

Konsequenz für das Wandern im Teutoburger Wald

Die wachsende Zielgruppe „Menschen mit Handicap“ (und ihre Angehörigen!) sollte bei der Entwicklung von Wanderangeboten berücksichtigt werden.

- Es sollten barrierefreie Möglichkeiten für Bewegung im Freien, Landschafts- und Naturerlebnisse geboten werden. Barrierefreies Wandern kann nicht flächendeckend für alle Handicaps gleichermaßen funktionieren. Ein geeigneter Ausschnitt der Angebote sollte barrierefrei sein. Für ein barrierefreies Angebot ist die übrige Infrastruktur zu berücksichtigen: Gastbetriebe, Attraktionen, Toiletten müssen bedarfsgerecht sein.
- Menschen mit Handicaps sind auch Teil von Familien und Reisegruppen. Barrierefreie Angebote sind geboten, um die gesamte Gruppe bzw. Familie im Teutoburger Wald begrüßen zu können.
- Die Gesundheitskompetenz einzelner Standorte im Teutoburger Wald bietet das Potenzial für die Entwicklung barrierefreier Wandercluster.

3.5.8 Wandern und Gesundheit

„Wandern ist gesund“ – das ist inzwischen in wissenschaftlichen Studien nachgewiesen: Menschen, die sich regelmäßig moderat bewegen, sind deutlich weniger anfällig für Infekte und sind damit seltener krank (vgl. AMAS 2000; AMAS II 2008). Dieser Effekt ist bei moderatem Ausdauertraining zu beobachten, so auch beim Wandern. Wandern ist eine gelenkschonende Form der Bewegung (vgl. Morris/Hardman 1997). Gleichzeitig sinkt das Risiko, an Herz-Kreislauf-Störungen zu erkranken (vgl. Manson et al. 1999). Positive Effekte des regelmäßigen Wanderns sind u. a. die Steigerung der Leistungsfähigkeit und Ausdauer (vgl. Merkel, Dicks 2015).

Die positiven körperlichen Effekte werden beim Wandern auch durch den sozialen Aspekt verstärkt. Menschen kommen beim Wandern schnell und unkompliziert in Kontakt. „Naturnahe Landschaften“, wie etwa Waldszenerien, unterstützen das psychische Wohlbefinden. Nach der Grundlagenuntersuchung Freizeit- und Urlaubsmarkt Wandern fühlen sich 82,7% der Wanderer nach der Wanderung „glücklich und zufrieden“ und 74% seelisch ausgeglichener (vgl. DWV, 2010 und Quack et al. 2015).

Wandern eignet sich für Therapie und Prävention. „Gesundheitswandern“ ist ein Angebot, bei dem Wandern mit Übungen für Koordination, Kraft, Ausdauer und Entspannung kombiniert wird. Die Vermarktung von gesundheitsorientierten Tourismusangeboten ist nicht immer einfach. Zu oft wird Gesundheit mit Krankheit verknüpft, was einer uneingeschränkt positiven Assoziation durch den potenziellen Gast im Weg stehen kann. Aktuell scheinen Vermarktungsansätze mit den Schwerpunkten Fitness, Wohlbefinden und vor allem Achtsamkeit (z. B. Waldbaden) in der Branche als vielversprechend angesehen zu werden (vgl. Merkel, Dicks 2015).

Konsequenz für das Wandern im Teutoburger Wald

- Mit den Routen der VitalWanderWelt verfügt der Teutoburger Wald bereits über ein Angebot von gesundheitsorientierten Wanderrouten, bei denen verschiedene Aspekte des Wohlbefindens thematisiert werden. Diese Routen wurden im Infrastrukturkonzept integriert. Ihre Pflege, Instandhaltung und eine nutzerfreundliche sowie beidseitige Markierung sind wichtiger Bestandteil des Angebots.
- Die Heilbäder im Teutoburger Wald (Bad Driburg, Bad Salzuflen, Bad Oeynhaus, Bad Meinberg etc.) mit entsprechender Ausstattung und Akteuren bieten Ansatzpunkte für die Kombination aus Wandern und Gesundheit. Hieraus ergeben sich auch Potenziale für gesundheitsorientierte Wellnessangebote.
- Das Angebot an zertifizierten Gesundheitswanderführern in der Region ist mit neun Personen derzeit vergleichsweise dünn. Um im Bereich der Prävention ein breiteres Angebot zu schaffen, ist Bedarf für mehr Gesundheitswanderführer, bevorzugt qualifiziert als Bewegungstherapeuten. Für diese Gruppe gilt eine Präventionsanerkennung nach Paragraph 20 SGB V. So ist eine Unterstützung für Angebote durch die Krankenkassen möglich, wie z. B. im Wipptal (Österreich) mit aktuellen Angeboten (vgl. www.wipptal.at/de/wipptal-erleben/gesundheitswandern/).
- Gesundheitswandern bietet auch eine weitere Möglichkeit für die Kooperation mit dem Teutoburger Wald Verband, Eggegebirgsverein, Sauerländischem Gebirgsverein und Wanderfreunde Bad Salzuflen, die jetzt schon über je eine/n zertifizierte/n Gesundheitswanderführer/-in verfügen.

4 Wirtschaftliche Bedeutung des Wanderns

Tourismus ist in Deutschland ein erheblicher Wirtschaftsfaktor. Der Anteil der touristischen Umsätze in den Zielgebieten am Bruttoinlandsprodukt wird mit rd. 4% errechnet, hinzukommen rd. 2% aus Verkehrsleistungen (dwif, 2010, 2013).

Der Volumenmarkt Wandertourismus hat daran einen bedeutenden Anteil. Die Grundlagenuntersuchung Freizeit- und Urlaubsmarkt Wandern (DWV, 2010) gibt einen Überblick über die Ausgaben der übernachtenden Wanderer und der Tagesausflugs-Wanderer (vgl. Abb. 16). Die Daten der Grundlagenuntersuchung werden aufgrund der enormen Repräsentativität für Deutschland hier als Grundlage herangezogen und werden durch neuere aber in der Regel nur regionale oder reine Online-Studien im Groben bestätigt.

Abb. 16 Tagesausgaben der Wanderer in den Zielgebieten, ohne An- und Abreise

Ausgaben pro Person/Tag in € für	übernacht- ende Wanderer	Tagesgäste/ Ausflügler
Unterkunft	34,96	-
Cafés/Restaurants	14,79	10,55
Lebensmittel/Getränke	3,91	3,26
Verkehrsmittel/ÖV	1,98	1,00
sonstige Einkäufe	0,53	0,43
Eintrittsgelder Unterhaltung/Kultur/ Sport	0,48	0,19
sonstige Dienstleistungen	0,20	0,11
Summe	56,83	15,54

Quelle: DWV, 2010

Eine Hochrechnung der wirtschaftlichen Bedeutung des Wanderns in Deutschland ermittelt die induzierten Bruttoumsätze aus Wanderaktivitäten mit rd. 7,5 Mrd. Euro/Jahr (vgl. Abb. 17).

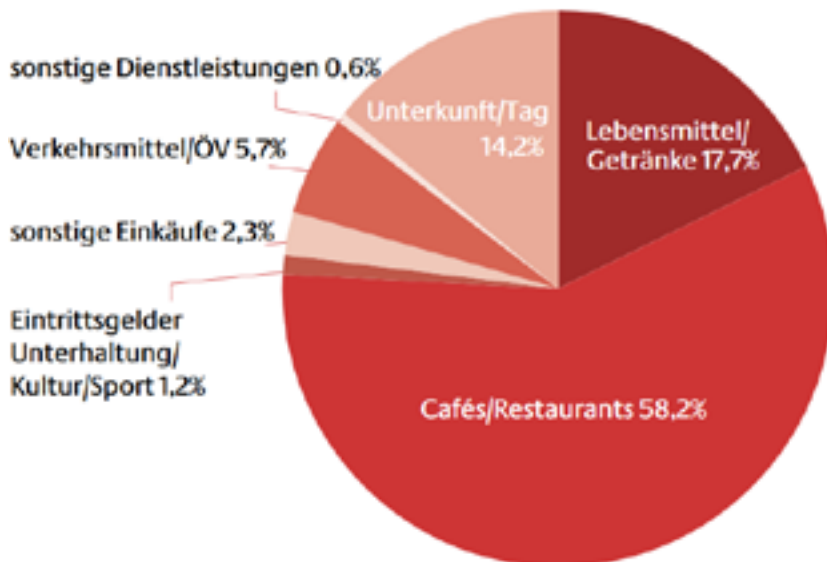
Abb. 17 Jährliche Brutto-Umsätze im Wandertourismus in Deutschland



Der **Beschäftigungseffekt** (Arbeitsplatzäquivalente) **aus den Ausgaben der Wanderer vor Ort** (1. und 2. Umsatzstufe) wird deutschlandweit mit rd. 144.000 Arbeitsplätzen ermittelt. Hinzu kommen Ausgaben für Ausrüstung und Verkehrsleistungen und die damit verbundenen wirtschaftlichen Effekte.

Die aus dem Wandertourismus vor Ort induzierten Umsätze verteilen sich auf unterschiedliche Branchen (vgl. Abb. 18). In der 2. Umsatzstufe ergeben sich zusätzlich namhafte Wirkungen für Zulieferer, Dienstleistung und Handwerk.

Abb. 18 Verteilung der Umsätze aus dem Wandertourismus vor Ort auf unterschiedliche Branchen (1. Umsatzstufe)



Quelle: DWV, 2010

Wirtschaftliche Bedeutung des Wanderns im Teutoburger Wald

Daten zur Wanderhäufigkeit der Gäste im Teutoburger Wald liegen nicht vor. Eine überschlägige Hochrechnung soll einen Eindruck zur Größenordnung vermitteln.

- dwif (2013:80) ermittelt für den Teutoburger Wald 63,9 Mio. Tagesreisen und 6,5 Mio. Übernachtungen.
- (Vorsichtige) Annahmen: 15% der Tagesausflüge und 10% der Übernachtungen sind mit Wandern verbunden. Dies entspricht dann:
9,6 Mio. wandermotivierten Tagesausflügen bzw. Tageswanderungen/Jahr und
0,65 Mio. wandermotivierte Übernachtungen/Jahr.
- Mit dieser Nachfrage nach Wanderungen wären im Teutoburger Wald folgende Umsätze⁶ verbunden:
9,6 Mio. Tagesauflüge von Wanderern x 15,54 € = rd. 149 Mio. €/Jahr
0,65 Mio. Übernachtungen von Wanderern x 56,83 € = rd. 37 Mio. €/Jahr
**Summe Umsätze (brutto) aus Wandern im Teutoburger Wald:
rd. 186 Mio. €/Jahr⁷**
- Diese Umsätze bringen einen **Einkommensbeitrag in Höhe von rd. 95 Mio. Euro/Jahr.**
- Bei einem Jahreseinkommen/Einwohner in NRW in Höhe von rd. 21.500 Euro (www.statistik.lwl.org/de/zahlen/einkommen) leben rechnerisch rd. 4.500 Einwohner vom Wandertourismus im Teutoburger Wald.
- Eine Steigerung der Wandernachfrage wäre mit entsprechenden wirtschaftlichen Effekten für Umsatz, Einkommen und Arbeitsplätzen verbunden.
- Wandertourismus bringt Umsätze in den ländlichen Raum und bewirkt Struktureffekte.

⁶ Berechnungsgrundlage: Marktforschung zum Ausgabeverhalten der Wanderer in Deutschland, Quelle: DWV, 2010

⁷ Zum Vergleich: Der Umsatz aus Tourismus im Teutoburger Wald wurde für das Jahr 2010 mit 2.560,72 Mio. Euro ermittelt, die Wertschöpfung mit 1.185,76 Mio. €. 52.500 Personen bestreiten ihr Einkommen aus dem Tourismus (PROJEKT M, 2011).

5 Qualitätsniveau Wandern im Teutoburger Wald

Aufgabe der Analyse ist die Ermittlung der Qualität des Wanderangebotes im Teutoburger Wald. Der Projektstruktur entsprechend erfolgt die Bearbeitung auf drei Ebenen:

1. Teutoburger Wald Zukunftsfit Wandern (vier Kreise und eine kreisfreie Stadt Bielefeld) in Kap. 5.1
2. differenziert für die vier Kreise in Kap. 5.2
3. differenziert für die beteiligten Partner-Städte und Kommunen in Kap.5.3

Im Anschluss liefert Kapitel 5.4 eine Einschätzung der aktuellen Position der Wanderregion Teutoburger Wald im Markt.

In Kapitel 5.5 wird eine zusammenfassende Stärken-Schwächen-Analyse vorgelegt, die einen kompakten Überblick über die ermittelten Qualitäten und Potenziale gibt.

5.1 Qualität des Wanderangebotes im Teutoburger Wald (Bearbeitungsgebiet Zukunftsfit Wandern)

Als traditionelle Wanderregion blickt der Teutoburger Wald vor allem entlang der Kammregionen von Teuto-, Egge- und Wiehengebirge auf eine lange Wandergeschichte zurück. Das Wanderangebot hat sich lange einerseits vor allen an den Hauptwanderwegen der Gebirgs- und Wandervereine orientiert, andererseits an den in den 60er- und 70er-Jahren entstandenen örtlichen Rundwanderwegen. Letztere entsprechen zwar dem Anspruch der Wanderer nach kurzen Halbtages- und Tagestouren, haben aber häufig kein eigenes thematisches Profil ausgebildet. Ausnahmen stellen dabei u.a. die Angebote der im Projektgebiet aktiven Naturparke dar. Der Qualitätsgedanke ist Mitte der 2000er mit den Qualitätsinitiativen am Egge- und Hermannsweg (Herrmannshöhen) und den ersten Gastgeberinitiativen im Bereich Wandern aufgenommen worden.

5.1.1 Qualität von Wegeangebot und -infrastruktur

Wanderer stellen hohe Ansprüche an eine Wanderdestination (vgl. Kap. 3.5, Präferenzen der Wanderer). Die Basisqualität bilden die Qualitäten der Wanderwege sowie der begleitenden Infrastruktur.

Der Teutoburger Wald präsentiert sich als eine prädestinierte Wanderregion mit einem spannenden naturräumlichen Angebot. Dieses wird traditionell seit Jahrzehnten erwandert und mit zahlreichen Angeboten profiliert. Outdooractice.com führt über 1.200 Wanderungen und 80 Fernwanderwege in der Gesamtregion Teutoburger Wald, der TEUTO_Navigator listet 544 Wanderungen.⁸ Beispiele sind die traditionsreichen

⁸ Quelle: Abfrage als Kombination aus Touren mit dem Attribut Wandern am 24.09.2018

Kammwege wie der Wittekindsweg oder der Hermannsweg, der zusammen mit dem Eggeweg unter dem Titel „Hermannshöhen“ zu den „Top Trail of Germany“ gehört.⁹

Über diese o. g. Leitprodukte hinaus bietet die Region mehrere attraktive, allerdings weniger bekannte Streckenwege wie den Hansaweg oder kurze Qualitätstouren wie den Kaleidoskop-Wanderweg in Bad Driburg oder die „KlimaErlebnisRoute Velmerstot“ im Kreis Lippe. Hinzu kommen thematische Angebote wie die Wege der VitalWanderWelt oder die Routen des Projekts „Erlesene Natur“ im Kreis Höxter (vgl. Abb. 19).

Die Gesamtregion Teutoburger Wald verfügt im Frühjahr 2018 über sechs zertifizierte Qualitätswege im Standard „Wanderbares Deutschland“. Zwei große Europäische Fernwanderwege – der E1 und der E11 – kreuzen den Teutoburger Wald. Im Rahmen des Deutschen Wandertages im August 2018 werden zusätzlich sechs kurze Qualitätswege ausgezeichnet. Neben den Fernwegen existieren somit ab August 2018 zwölf Qualitätswege im Teutoburger Wald.

Abb. 19 Bestehende Qualitätswege im Projektgebiet, September 2018

Weg	Länge (km)	Thema
Hermannsweg	156	Langer QW
Eggeweg	70	Langer QW
Hansaweg	74	Langer QW
KlimaErlebnis Route Velmerstot	17	Traumtour
Leistruper Wald Route	5	Traumtour
Velmerstot Route	8	Traumtour
Aktiver Rucksack	5,8	Traumtour
Tönsbergblicke	6,8	Traumtour
Försterteiche-Staffpark	5	Traumtour
Kaleidoskopweg	6	Kulturerlebnis
Bärenstein Route	6,2	Naturvergnügen
Pivitker Wasserweg	5,8	Naturvergnügen

Quelle: DWV, Sachstand September 2018

Abseits der Kammlagen befinden sich Regionen, die sich bisher nicht als klassische Wandergebiete verstehen (z. B. Teile des Kreises Gütersloh, der Norden des Kreises Minden-Lübbecke). Dort werden bisher wenig touristisch relevante Wanderangebote vorgehalten. Teilweise bestehen dort gute Angebote für das Radfahren. Dies erlaubt die Kombination von Angeboten von Wandern und Radfahren. Dies ist von Bedeutung, da rd. 75% der Wanderer in ihrer Freizeit Radfahren (BTE/DWV, 2018).

⁹ Die TOP TRAILS bilden eine Werbegemeinschaft mit einem hohen Qualitätsanspruch. Die Beteiligung der Hermannshöhen ist ein Qualitätsversprechen.

Die begleitende Infrastruktur (z. B. vorhandene Rastmöglichkeiten) präsentiert sich dem Gast ebenso in einer sehr heterogenen Qualität. Es gibt zahlreiche Rastmöglichkeiten, jedoch befinden sich diese oft in einem schlechten Zustand. Auf der anderen Seite findet der Wandergast an den touristischen Routen häufig einen hohen Inszenierungsgrad mit Liegebänken und modernen Rastplätzen vor.

5.1.2 Wegemanagement

Grundlagen des Wegemanagements im Teutoburger Wald

Die Qualität von Wanderangeboten hängt im Allgemeinen wesentlich von einem funktionierenden Wegemanagement ab. Insbesondere die Organisation und Durchführung der Wegemarkierung ist ein wesentlicher Bestandteil davon. Im Teutoburger Wald wird die Markierung hauptsächlich von den Wander- und Heimatvereinen in der Region durchgeführt.

Dank des Landesnaturschutzgesetzes (LNatSchG) sowie der dazugehörigen Verordnung zur Durchführung des LNatSchG besteht in Nordrhein-Westfalen eine Duldungspflicht der Eigentümer für die Wegemarkierung. Zudem wird durch das Gesetz jeweils nur eine Organisation für ein bestimmtes Gebiet mit der Kennzeichnung von Wanderwegen ermächtigt und auch das zu verwendende Markierungszeichen vorgegeben. In NRW liegen damit gute organisationale Grundlagen für ein funktionierendes Wegemanagement vor, indem z. B. bereits von Landesseite durch genaue Vorgaben, Wege- und Markierungswildwuchs verhindert wird.

Beispiel Markierungsproblematik – eine Herausforderung für das Wegemanagement

In der Praxis zeigen sich oftmals Herausforderungen. Im Teutoburger Wald sind mehrere Organisationen markierungsbefugt, was die Koordination und auch die Qualität der Markierungsarbeiten negativ beeinflusst.

Zudem wurde in der Praxis die Kennzeichnungsbefugnis zwar oft nur an eine Organisation übertragen, z.B. den Teutoburger Wald Verband (TWV), intern wurden per Vertrag oder auch nur per mündlicher Absprache die tatsächlichen Markierungsarbeiten aber an andere Organisationen abgegeben. Derlei Absprachen können in bestimmten Fällen Sinn machen und gut funktionieren, wie z.B. im Kreis Minden-Lübbecke. Dort ist der TWV allein kennzeichnungsbefugt, der Wittekindsweg und Arminiusweg werden aber vom Wiehengebirgsverband Weser Ems markiert. Gleichmaßen verkomplizieren sie die Situation insbesondere im Wegemanagement, da z. B. ein zentraler Ansprechpartner fehlt und die Abrechnung der Markierungsarbeiten schwierig wird (weitere Informationen zur Besucherinformation und Routing vgl. Kap. 5.1.3).

Für wegeplanende und wegebetreuende Touristiker sind die bestehenden Strukturen sehr unübersichtlich und es sind oft mehrere Ansprechpartner für Wegemarkierung einzubeziehen.

Optimierungsbedarf: Zentrale Bündelung der Wegemanagement-Aufgaben

Neben der Markierungsproblematik als Teil des Wegemanagements fällt insbesondere das Fehlen eines Teutoburger Wald übergreifenden Ansprechpartners bzgl. des Wanderns auf. So gibt es derzeit z.T. auf Gemeinde- oder Kreisebene gut funktionierende

Lösungen hinsichtlich der Entwicklungs- und Qualitätssicherung von Wanderangeboten. Für den Hermannsweg existiert ein funktionierendes Wegemanagement - jedoch keine Instanz, die flächenübergreifend zur Entwicklung des Teutoburger Waldes als Wanderdestination beiträgt. Hier besteht Handlungsbedarf, um

- bestehenden Nutzerkonflikten vorzubeugen,
- die Ergänzung begleitender Infrastruktur (Schaffen von Wanderparkplätzen, Schutzhütten etc.) zu gestalten
- die Qualitätssicherung für die neu geschaffenen touristisch relevanten und zertifizierten Wege zu gewährleisten (vgl. Kap. 7.1.2 zur möglichen Organisationsstruktur eines zukunftsfähigen Wanderwegemanagements im Teutoburger Wald).

5.1.3 Besucherinformation und Routing

Im Projektgebiet gibt es derzeit rund 10.000 km markierte Wege¹⁰, von denen sich ein Großteil in nicht ausreichender Qualität präsentiert. Am Beispiel der Markierungszuständigkeiten lässt sich die Zergliederung des Teutoburger Waldes besonders deutlich ablesen. So existieren im Gegensatz zu vielen traditionellen Wanderregionen im Projektgebiet mehrere markierungsberechtigte Organisationen, die jeweils nur eigene Wege betreuen. D. h. eine Organisation betreut einen gesamten Wanderweg, unabhängig davon, ob dieser in ein Markierungsgebiet einer anderen zeichnungsberechtigten Organisation eintritt. Dabei kann es u.a. vorkommen, dass eine in der Landschaft liegende Trasse zu Markierungszwecken von mehreren Organisationen begangen wird, da jede Organisationen z. B. nur "ihre" Wanderroute auszeichnet.

Dies führt in der Praxis zu keinem einheitlichen Erscheinungsbild der Markierung mit negativen Folgen:

- unökonomische Arbeitsweise durch Mehrfachbegehung einer Trasse
- unterschiedliche Art und Weise der Markierung (Anbringungsverfahren, Höhe, Träger)
- oftmals keine befriedigende Besucherlenkung, z.B. auf Grund von Parallelmarkierung für touristische Gelegenheitswanderer



Foto: DWV, 2017

Professionelle Wegweisungssysteme finden sich, mit der Ausnahme Bad Driburg, nur an den zertifizierten Wanderwegen der Region. An einigen Ortswegen gibt es mit viel Herzblut und Handarbeit errichtete Wegweiser, für die sich heute jedoch keiner mehr zuständig fühlt und die eher ein unattraktives Bild entlang der Wanderwege abgeben.

Ebenso verhält es sich mit Informationstafeln. Im Laufe der Jahre wurden diverse Arten von Informationstafeln z. B. von den Naturparks oder im Rahmen von Projekten

¹⁰ Summe der Meldungen aller wegebetreuenden Organisationen im Projektgebiet

(z. B. VitalWanderWelt) aufgestellt. Nach der Umsetzung des Infrastrukturteils im Projekt wird ein Großteil auf Grund geänderter Wegeverläufe erneuerungsbedürftig sein.

5.1.4 Wanderkundige Touristik

Die **Tourist-Informationen in den Orten** und die **Gastgeber** als Leistungsträger sind die wichtigsten Informationsgeber für die Gäste (BTE/DWV, 2018). Bedeutung haben ebenfalls die im Internet und in Prospekten übermittelten Informationen.

Ausstattung, Anmutung und Wanderkompetenz der Tourist-Informationen und der Gastbetriebe im Teutoburger Wald präsentieren sich sehr unterschiedlich.

Im Teutoburger Wald gibt es keinen Standard bezüglich der **Wander-Informationen in den Tourist-Informationen** zu Art der Präsentation, Ausstattung sowie den Anforderungen an wanderkundiges Personal. Häufig ist die Darstellung auf die Marke des Kreises konzentriert, eine Präsentation mit Bezug zum Wandergebiet Teutoburger Wald ist die Ausnahme.

Sehr unterschiedlich präsentieren sich die **Gastbetriebe** im Hinblick auf Wanderinformationen. Einzelne Betriebe haben sich auf Wanderer spezialisiert und bieten dem Gast entsprechendes Beratungswissen.

Die Verfasser sehen zahlreiche Hinweise auf großflächig und verbreitet **geringe Wanderkompetenz und geringes Wanderengagement der Betriebe:**

- geringe Beteiligung bei Qualitätsbetrieben Wanderbares Deutschland (vgl. Kap. 5.1.5)
- geringe Beteiligung in den Workshops
- meist geringes Wissen über das Wanderangebot im Teutoburger Wald und die Wünsche und Erwartungen der Wanderer bei den in den Workshops beteiligten Betrieben (denen ein Interesse am Thema unterstellt wird)
- nur ein kleiner Teil der in den Workshops beteiligten Gastbetriebe nutzt den TEUTO_Navigator, um sich selbst (bzw. Mitarbeiter) zu informieren und Gäste beraten zu können
- vielen Betrieben ist der TEUTO_Navigator unbekannt

Wander Infotafel vor TI Bad Driburg



Wanderinfo-Ecke TI Hermannsdenkmal



Info-Ecke Hotel Havergoh



Bildquellen: Websites Bad Driburger Touristik, Lippe Tourismus Marketing, Hotel Havergoh

5.1.5 Wandergastgeber

Der Teutoburger Wald verfügt als traditionelle Wanderregion über Gastgeber, die Erfahrungen mit Wandergästen haben. Die wenigen Gastgeber, die ihre Wanderkompetenz durch die Profilierung als zertifizierter „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ sichtbar dokumentieren, sind bisher auf die Hermannshöhen konzentriert.

Im Jahr 2017 waren im Teutoburger Wald 18 Betriebe als „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ zertifiziert, sechs davon im aktuellen Projektgebiet Zukunftsfit Wandern. Bis Frühjahr 2018 ist diese Zahl auf 23 Betriebe gestiegen. Ein Schwerpunkt an zertifizierten Qualitätsgastgebern besteht entlang des Hermannsweges: Die einzigen zertifizierten Qualitätsgastgeber aus Bielefeld und einem Großteil aus dem Kreis Lippe befinden sich in einem maximalen Radius von 500 m entlang des Weges.

Mittlerweile (Stand September 2018) sind im Teutoburger Wald 40 Betriebe zertifiziert, davon 30 im Projektgebiet (siehe Abb. 20 und 21). Der Schwerpunkt ist der Kreis Lippe mit bisher 18 zertifizierten Betrieben. Schwerpunkte unter den Kommunen sind Schieder-Schwalenberg (sechs Qualitätsgastgeber) und Bad Driburg (fünf Qualitätsgastgeber).



Abb. 20 Qualitätsgastgeber im Projektgebiet

Betrieb	Ort
Gästehaus Steker	Bad Driburg
Hotel Egge Wirt	Bad Driburg
Jugendherberge Bad Driburg	Bad Driburg
Landhotel Der Schwallenhof	Bad Driburg
Pension Ethner	Bad Driburg
Ferienwohnung Meier-Althof	Bad Salzuflen
Tal-Residenz Nr.1, Nr. 2, Nr. 3 und Nr. 7	Bad Salzuflen
Ferienhaus Plän	Barntrop
Hotel Bielefelder Hof	Bielefeld
Restaurant Café im Bürgerpark	Bielefeld
Hotel Mercure Johannisberg Bielefeld	Bielefeld
Hotel Schloß Gehrden	Brakel-Gehrden
Elisabeth Hotel garni	Detmold
Ferienwohnung am Stemberg	Detmold
Landhaus Begatal	Dörentrop
Hotel zur Burg Sternberg	Extertal-Linderhofe
Gästehaus Havergoh	Horn-Bad Meinberg
Waldhotel Bärenstein GmbH	Horn-Bad Meinberg
Hotel Victoria	Hövelhof

... Fortsetzung auf der nächsten Seite

Fortsetzung Abb. 20: Qualitätsgastgeber im Projektgebiet

Betrieb	Ort
Ferienwohnung Amselnest	Lügde
Ferienwohnung Milan	Lügde
Hotel Mügge am Iberg	Oerlinghausen
Ferienwohnung Kuhnert	Schieder-Schwalenberg
Ferienwohnung Runte	Schieder-Schwalenberg
Landhaus Klusmann	Schieder-Schwalenberg
Landhaus Schieder	Schieder-Schwalenberg
Pension Haus Drei Tannen	Schieder-Schwalenberg
SchiederSee Freizeit-Feier-Vergnügen	Schieder-Schwalenberg
Hotel Germanenhof GmbH	Steinheim-Sandebeck
HK-Hotel Der Jägerhof	Willebadessen

Quelle: DWV, Stand September 2018

Von den Benchmarks der Wettbewerber ist der Teutoburger Wald noch weit entfernt: So beherbergt z. B. die Eifel 105 Qualitätsbetriebe, Nordhessen 101, das Sauerland 92, der kleinere Frankenwald 42.

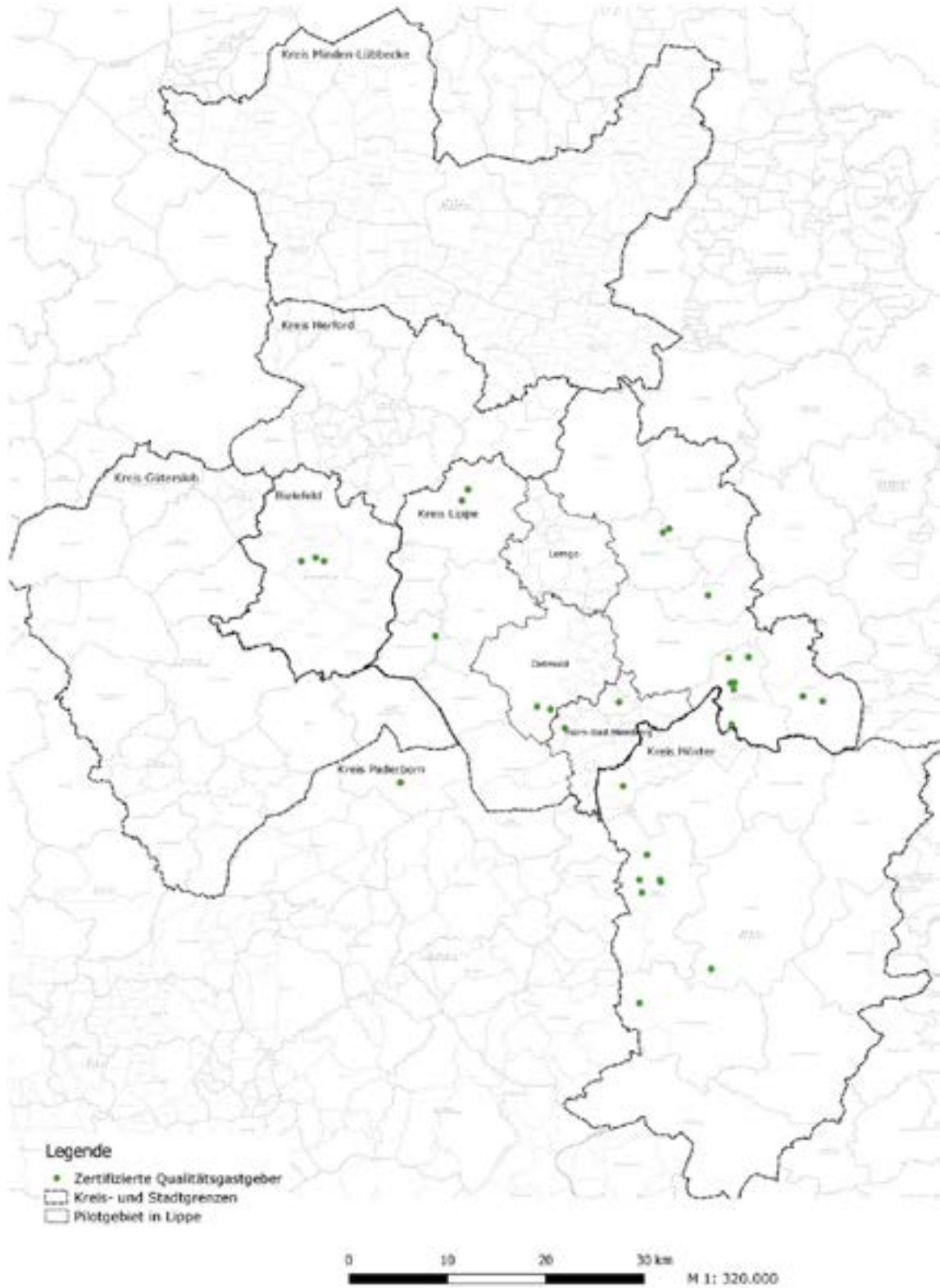
Eine Zertifizierung als „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ kann eine spürbare Qualitätsverbesserung auslösen. Leistungsträger mit dem Zertifikat „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ schneiden beim „TrustScore“ signifikant besser ab als nicht zertifizierte Betriebe (vgl. Abb. 11 3.5.3). Die Kunden bemerken eine bessere Leistung im Gastbetrieb bei zertifizierten Betrieben.

Die folgenden Kartendarstellungen bilden die Arbeitsstände im September 2018 ab. Die Wegedaten zeigen den Stand vor der Begehung und Auswertung der Begehungsdaten. Detailmodifizierungen im Projektfortgang sind zu erwarten.

Anders ist es im Kreis Lippe: Durch aktuelle Wegedaten des Kreises (Fachgebiet Geoinformation/Geodatenmanagement) sind die Wegeverläufe auch außerhalb des Kerngebietes bestätigt.

Die Karten zu den Qualitätsgastgebern, interessierten Betrieben und potenziellen alternativen Versorgungsmöglichkeiten befinden sich ebenfalls auf dem Stand September 2018. Inhaltliche Änderungen im Projektfortgang und die Art der Darstellung werden in den regionalen Wegekonzepten realisiert.

Abb. 21 Räumliche Verteilung zertifizierter Qualitätsgastgeber im Teutoburger Wald

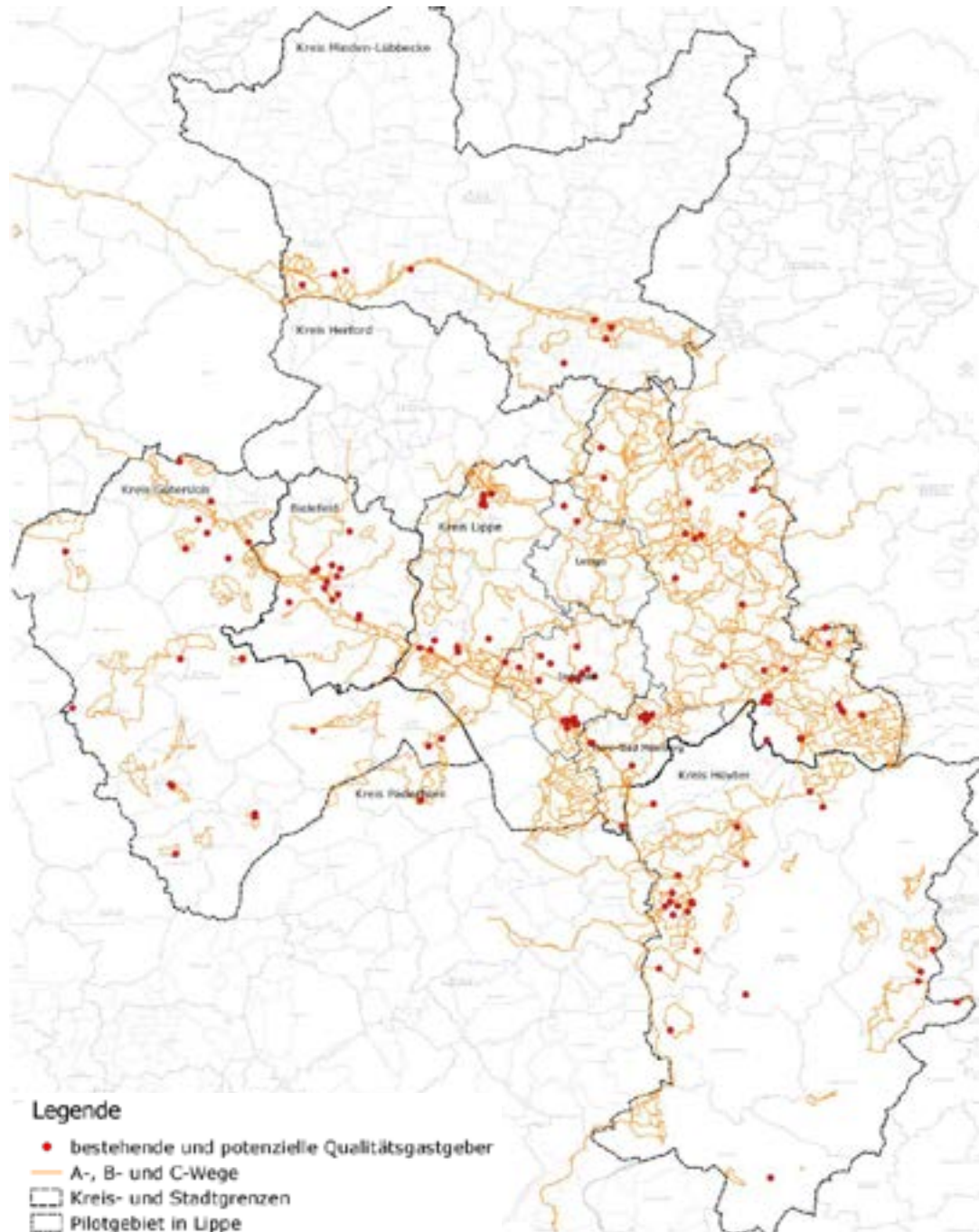


Quelle: DWV, Stand September 2018

5.1.6 Verpflegung am Weg

Einkehrmöglichkeiten entlang der Wege sind Wanderern wichtig (DWV, 2010, Ostfalia, 2018, vgl. Kap. 3.5.3). Oft ist ein Gastronomiebetrieb Einkehrmöglichkeit und attraktives Ausflugsziel zugleich. Nicht selten werden Tageswanderungen/-ausflüge zu einem Ausflugslokal geplant.

Abb. 22 Übersichtskarte bestehende und potenzielle Qualitätsgastgeber



Quelle: DWV, Stand Qualitätsgastgeber September 2018, Stand der Wege bis auf den Kreis Lippe vor Auswertung der Begehungsdaten (vgl. Text)

Die Betriebe, die aktuell im Teutoburger Wald als „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ zertifiziert sind, sind nahezu ausschließlich Unterkunftsbetriebe. Insbesondere im Kreis Lippe handelt es sich um Ferienwohnungen ohne gastronomisches Angebot (Stand Juli 2018). Entsprechend hoch ist der Nachholbedarf.

Noch wichtiger als die Verpflegung der Gäste im Qualitätsbetrieb ist es, dass überhaupt eine Verpflegungsmöglichkeit am Weg besteht.

In Abbildung 22 ist das Wegenetz mit bestehenden Qualitätsgastgebern, aber auch potenziellen Qualitätsgastgebern dargestellt, welche mit den Projektreferenten abgestimmt wurden. Bezogen auf die Gesamtheit dieses Angebots an den Wegen bestehen teils noch erhebliche Lücken. Entlang der Kammregion (Hermannshöhen) ist das Angebot deutlich dichter als in der Fläche mit Ausnahme von Teilen vom Kreis Lippe. Aber auch am Leitprodukt Hermannshöhen gibt es Lücken. Die Projektsteuerungsgruppe hat im Juni 2018 den Anspruch formuliert, die Versorgungssituation der Wanderer nicht alleine über das Angebot der potenziellen Qualitätsgastgeber zu bewerten.

Die nachfolgende Abbildung (Abb. 23) zeigt zusätzlich zu den interessierten Betrieben und zertifizierten Qualitätsgastgebern mögliche Alternativangebote an Gastronomie.

Dieses Alternativangebot setzt sich unabhängig von ihrem Zertifizierungspotenzial aus Unterkünften, Schnellimbissen, Bäckereien und Cafés zusammen. Als alleiniges Kriterium wurde definiert, dass die alternativen Betriebe an drei Tagen mindestens von 13 bis 19 Uhr geöffnet haben und somit eine Einkehr des Wanderers ermöglichen.

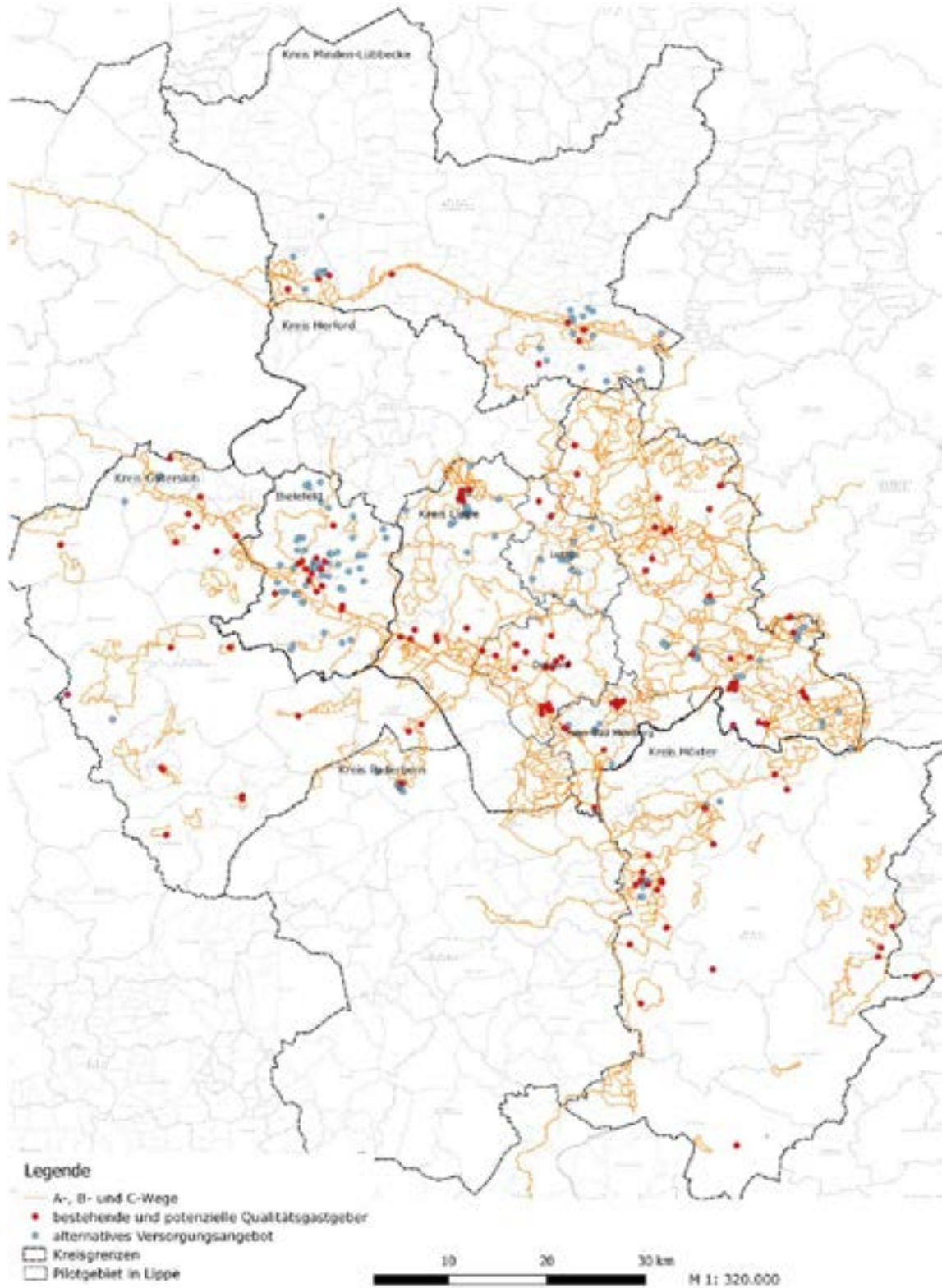
Durch eine räumliche Analyse und anschließende Recherche über die Öffnungszeiten wurden die hier aufgeführten alternativen Gastgeber identifiziert. Die im Folgenden dargestellten alternativen Versorgungsstellen haben keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Sie dienen vielmehr als Orientierung, wo es neben den Qualitätsgastgebern Versorgungsmöglichkeiten gibt. Insbesondere im Pilotgebiet Lippe wurden nur jene Alternativen berücksichtigt, welche sich in einer Entfernung von max. 500 m Luftlinie zum touristisch hervorgehobenen Wegenetz (B- und C-Wege) befinden.

Insgesamt ergänzen die alternativen Betriebe das Gastronomieangebot der bestehenden und potenziellen Qualitätsgastgeber recht gut. Größere Lücken zwischen den bestehenden Qualitätsgastgebern können dadurch überwunden werden (insbesondere in der Peripherie Nord-, Süd-Bielefeld, Lemgo, Preußisch Oldendorf und Porta Westfalica).

Doch auch mit diesem zusätzlichen Angebot existieren nach wie vor entlang der Wege teilweise größere Distanzen zwischen den Gastgebern:

- in Lemgo entlang des Hansawegs und im südlichen Bereich
- geringes Angebot im südlichen Bereich von Preußisch Oldendorf
- geringes Angebot in Lohfeld, Nammen, Wülpke, Eisenbergen (Ortsteile von Porta Westfalica)
- nördlicher Bereich von Hövelhof
- Süden und Süd-Osten von Horn-Bad Meinberg
- im Kreis Gütersloh vor allem an Rundwegen – ebenfalls wenige in Borgholzhausen
- im Kreis Höxter vor allem in den Randbereichen und an einzelnen Rundwegen

Abb. 23 Bestehende/potenzielle Qualitätsgastgeber sowie alternative Angebote



Quelle: DWV, Stand der Qualitätsgastgeber September 2018, Stand der Wege bis auf den Kreis Lippe vor Auswertung der Begehungsdaten (Detailmodifizierungen im Projektfortgang zu erwarten)

Die in der Analyse des Angebotes beteiligten Touristiker, Betriebe und Wanderexperten bewerten das **Verpflegungsangebot im Teutoburger Wald als „an den Wegen und tagsüber häufig lückenhaft“**. Die Situation wird als **besonders relevante Service-Lücke im Wanderangebot** des Teutoburger Waldes bewertet.

- Das Angebot in den Orten und am Abend erscheint „überwiegend gut“, allerdings bestehen Ausnahmen (z. B. Stadt Nieheim; Ortsteil Börninghausen, Preußisch-Oldendorf). Damit ist die Versorgung der Gäste *vor und nach* der Wanderung in den Orten überwiegend gewährleistet.
- Demgegenüber bestehen entlang der Wanderungen vielerorts Versorgungsengpässe.
- Neben gastronomischen Betrieben bieten z. B. Bäckereien, Kioske und Stehcafés dem Gast Verpflegungsmöglichkeiten. Laut Wandermonitor wird von den meisten Wanderern ein einfaches, regionales Angebot bevorzugt (77,9%). Dazu zählen u. a. Außengastronomie (57,7%), Café (41,9%) sowie Kiosk/Imbiss (24,9%).

Regionale Küche

Für viele Wanderer spielen regionale Speisen und Produkte eine wichtige Rolle (Ostfalia, 2018). Im Qualitätsstandard „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ sind hierfür Kriterien verankert.

Im Teutoburger Wald besteht ein Angebot an regionalen und lokalen Speisen und Erzeugnissen. Dazu zählen u. a.:

- Pumpnickel (langsam, bei niedriger Temperatur gebackenes Schwarzbrot)
- westfälischer Schinken
- regionale Produkte der Regionalmarke Höxter „Echte Originale“, u. a. Brot, Bier, Wurst, Käse-Spezialitäten, Obst und Gemüse
- Nieheimer Käse (als regionales Produkt von besonderer Bedeutung (Impulsgeber für Nieheimer Käsemarkt), Bestandteil der „Echten Originale“)
- regionales Bier (u. a. in Nieheim) und Steinhäger (Wacholderschnaps aus Steinhagen am Teutoburger Wald)
- Paderborner Landbrot
- Westfälischer Pickert (in der Pfanne ausgebackene Fladen aus Kartoffeln, Mehl, Eiern und Milch, serviert mit Speckstreifen/Schinken, Leberwurst oder Kompott, Honig oder Schmalz).
- Borgholzhausener Lebkuchen (örtliche Spezialität, regional nutzbar)

Die regionalen Erzeugnisse werden auf Destinationsebene dargestellt (OWL 2018: www.teutoburgerwald.de/reiseziele-kultur/kultur-events/essen-trinken.html). Ein konkretes Produkt „Wandern und regionaler Genuss“ wird dort bisher nicht herausgearbeitet.

Im Kulturland Kreis Höxter wurde mit „Echte Originale“ eine eigene Regionalmarke mit großer Produktpalette aufgelegt.

In den Workshops war nicht erkennbar, dass Wandern und regionale Spezialitäten im Wanderangebot des Teutoburger Waldes bisher systematisch kombiniert werden.

Absehbare Entwicklung des Angebotes der Gastbetriebe – Generationswechsel und Fachkräftemangel

Die Gastbetriebe im Teutoburger Wald stehen (genau wie in anderen Regionen Deutschlands) in einem **Strukturwandel**, der in hohem Maße vom demografischen Wandel, Stadt Land-Gefälle und dem damit einhergehenden sich verschärfenden Fachkräftemangel einhergeht. Ländliche Gastbetriebe sind häufig Familienbetriebe. Der Generationswechsel ist nur erfolgreich, wenn den Nachfolgern zeitgemäße Arbeitsbedingungen und angemessene Gehälter erzielbar erscheinen. Auch hier spielt der Fachkräftemangel hinein: Wenn es kein geeignetes Personal gibt, das in Gastbetrieben arbeiten möchte, kann eine breite Angebotspalette nicht aufrecht erhalten werden (die Betriebsinhaber können nicht alles selber machen). Diese Entwicklung verschärft sich aktuell und resultiert in Betriebsschließungen oder der Konzentration der Betriebe auf lukrative Produkte, z. B. Geschlossene Gesellschaften und Partyservice. In Wanderregionen wie dem Teutoburger Wald wird es immer schwerer, ein Verpflegungsangebot zu gewährleisten, wie es Wanderer wünschen.

Diese Entwicklung wird seit einigen Jahren diskutiert. Dehoga und IHKs versuchen Lösungen anzubieten, durchschlagende Erfolge in der Fläche sind nicht erkennbar. Offensichtlich ist die Konkurrenz der Betriebe um gutes Personal. In diesem Konkurrenzkampf sind einige ausgezeichnete Betriebe sehr erfolgreich, viele andere verlieren.

5.1.7 Informationsangebot

In der großen Region Teutoburger Wald bieten zahlreiche Akteure Informationen an, z. B. die Naturparke, die Kreise, Kommunen und Leistungsträger. Anlässlich des Deutschen Wandertages 2018 in Detmold präsentierten viele Partner der Region ihr Angebot. Angesichts der sehr zahlreichen Informationsmedien besteht für den Gast eine Herausforderung darin, die jeweils relevanten Informationen zu finden. Auffällig ist auch die Vielfalt der Gestaltungslinien: Die meisten Partner präsentieren ihre Informationen in eigenständigen Designs, häufig auch ohne Bezug zur Dachmarke Teutoburger Wald. Das Bild einer Urlaubsregion entsteht so nicht.

Viele Angebote sind fraktioniert. So legt der Naturpark Teutoburger Wald/Eggegebirge attraktive Angebote für Kinder und Familien unter seiner Marke und mit eigenständiger Produktlinie auf („oh! – Kindererlebniswelt Natur“). Unklar bleibt, inwieweit diese Angebote auf die Dachmarke Teutoburger Wald einzahlen und ob Gäste wie Gastgeber und Tourist-Informationen diese Angebote kennen und aufbauend empfehlen können.

Digitale Informationen

Das Internet bildet eine wichtige Entscheidungsgrundlage der Urlaubsplanung und ist ein wichtiges Informationsmedium (vgl. Kap. 3.5.6). Von besonderer Bedeutung sind (noch¹¹) die Auftritte der Reiseregion und der Orte.

www.teutoburgerwald.de/wandern-radfahren/wanderregion.html bietet dem Gast die gebündelten Informationen zum Wanderangebot des Reisegebietes. Allerdings pflegen die Kreise, Kommunen und Naturparke eigenständige Auftritte, sodass der Gast den Auftritt der Dachmarke möglicherweise nicht findet. Nicht immer ist der Teutoburger Wald zugeordnet bzw. verlinkt.

Der **TEUTO_Navigator** ist das zentrale, gemeinsame Routenportal der Region. Der Service dieses Portals wird nahezu durchgängig genutzt.

■ Einbettung des TEUTO_Navigators in die Internetseiten der Region

- Die **Internetseiten der Kreise** sind relevant, wenn diese als Destination wahrgenommen werden. Die Kreise bieten ein eigenständiges Angebot in einem eigenständigen Design, der TEUTO_Navigator ist als Tourenportal jeweils eingebettet.
- Nicht kundenorientiert erscheint die Lösung, die Darstellung des TEUTO_Navigators nur auf das eigene Kreisgebiet zu begrenzen (wie im Deeplink auf der Seite des Kreises Höxter). Die Angebote des Teutoburger Waldes außerhalb des Kreisgebietes werden so nicht angezeigt. Die Eingrenzung lässt sich ausschalten.
- Die **Internetseiten der Orte** sind bei Reiseentscheidungen der Gäste nachweislich von Bedeutung (BTE/DWV 2018). Idealerweise unterfüttern und konkretisieren die Auftritte der Orte das Angebot der Region auf örtlicher Ebene. Die Einbettung des Navigators auf den örtlichen Seiten sollte die Regel sein, ist es aber leider nicht (s.u.).

Eine perfekte Lösung zeigt Bad Driburg (vgl. Abb. 25). Hier ist der TEUTO_Navigator vollständig und als Deeplink in die Webseite integriert, sodass der Besucher unmittelbar nach dem Start ins Gemeindegebiet zoomt.

Diese gute Lösung ist in den Kommunen des Teutoburger Waldes die Ausnahme.

Aktuell hat die Deeplink-Funktion des TEUTO_Navigators allerdings den Nachteil, dass nur die Angebote auf der Fläche der Gebietskörperschaft dargestellt werden. Die Eingrenzung lässt sich ausschalten.

- Viele Orte integrieren den TEUTO_Navigator in Form eines Links. Das ist die zweitbeste Lösung. Auch der Link kann unmittelbar in den Kartenausschnitt des Ortes zoomen (Beispiel Borgholzhausen). Schlechter ist es, den Link auf die Startseite des TEUTO_Navigators zu schalten (Beispiel Preußisch Oldendorf). So besteht die erste Aufgabe nach Start des Systems darin, überhaupt den richtigen Ort zu finden.

¹¹ Soziale Netzwerke, Bewertungsportale und „Big Data“-getriebene KI-Systeme gewinnen dramatisch an Bedeutung. Experten sagen einen Bedeutungsverlust touristischer Internetseiten zugunsten von Portalen voraus.

- Nicht überzeugend erscheint die Lösung, auf den TEUTO_Navigator hinzuweisen, aber keinen Link anzubieten (z. B. in der Stadt Nieheim). In Porta Westfalica unterbleibt sogar jeglicher Hinweis auf den TEUTO_Navigator, möglicherweise aufgrund der Zugehörigkeit zum Touristikzentrum Westliches Weserbergland.

Abb. 24 Gelungene und beispielhafte Einbettung des TEUTO_Navigators in die Website Bad Driburgs



Quelle: <https://bad-driburg.teutoburgerwald.de/wandern-radfahren/wanderregion.html>

■ **Einbindung des TEUTO_Navigators bei den Gastbetrieben**

- Nur wenige Gastbetriebe nutzen die Möglichkeiten des TEUTO_Navigators voll aus. Vielen der im Laufe der Bearbeitung eingebunden Betriebe war das Angebot des Navigators unbekannt. Nur wenige nutzen das Angebot für die eigene Arbeit (Information über das Wanderangebot der Region, Information der Mitarbeiter, Information der Gäste). Hier besteht erhebliches Verbesserungspotenzial.
- Der TEUTO_Navigator kann in die Darstellung des eigenen Betriebes eingebunden werden, um die Gäste zu informieren und das Angebot des Navigators bekannter zu machen (vgl. Abb. 25).
- Der TEUTO_Navigator sollte von den Betrieben auch genutzt werden, um über das aktuelle Wanderangebot informiert zu sein, Mitarbeiter zu schulen und die Gäste zu informieren (gemeinsamer Blick mit dem Gast in das System, Einbindung des Systems auf eigener Internetseite).

Abb. 25 Beispielgebende Einbettung des TEUTO_Navigators beim Wander- und Fahrrad-Hotel Havergoh



Quelle: <https://www.havergoh.de/touristisches/naturwandern.html>

- **Darstellung der Gastbetriebe im TEUTO_Navigator**
 - Nur ein Bruchteil der Gastbetriebe im Teutoburger Wald nutzt bisher die kostenpflichtige Möglichkeit, sich im TEUTO_Navigator darzustellen. Das ist bedauerlich, denn die Kombination von Route und Gastbetrieb, den der TEUTO_Navigator bietet, entspricht dem Bedarf des Gastes.
 - Das Angebot im TEUTO_Navigator erscheint leistungsfähig: Der Betrieb wird im TEUTO_Navigator mit Piktogramm angezeigt, per Mouse Over (Schnellinformation) wird der Name eingeblendet, per Mausklick öffnet sich ein Anzeigefenster, bei erneutem Klick wird der Betrieb ausführlich dargestellt.
 - Vorbildlich präsentiert sich Bad Holzhausen. Hier sind die relevanten Gastbetriebe im TEUTO_Navigator vertreten.
 - Die bislang geringe Nutzung entwertet die Möglichkeiten des Systems: Nur ein Bruchteil der Betriebe wird dargestellt. So bietet das System keine Übersicht und nur eingeschränkten Kundennutzen. Hier besteht Handlungsbedarf!
- **Darstellung der „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ auf www.teutoburgerwald.de und im TEUTO_Navigator**
 - Alle Qualitätsgastgeber werden kostenfrei auf www.teutoburgerwald.de/wandern-radfahren/wanderregion/qualitaetsgastgeber-wanderbares-deutschland.html gelistet.
 - Auf der entsprechenden Seite werden aktuell 32 zertifizierte Qualitätsgastgeber im Einführungstext genannt, es werden aber nur 20 in der Suche (Filter) gefunden. Laut Zertifizierungsunterlagen des DWV liegt die aktuelle Zahl der Qualitätsgastgeber im Teutoburger Wald (Gesamtregion) bei 40 Anbietern.
 - Einen Wegebezug/Verortung für die Gastgeber ist über die Hermannshöhen gegeben, allerdings nicht etappenbezogen:
<https://hermannshoehen.teutoburgerwald.de/gastgeber/uebernachten.html>

5.1.8 Familienfreundliches Wanderangebot

Von einem familienfreundlichen (und damit kindgerechten) Wanderangebot kann gesprochen werden, wenn die Wege kurze Touren ermöglichen (2-5, max. 10 km) und kindgerechte Attraktionen bieten: geschlängelte Wege, Dinge am Wegesrand entdecken, ein Belohnungssystem (Schnitzeljagd, Stempel sammeln, Rätsel lösen), am Ende der Tour ein Eis als Belohnung.

Aktuell liefert der TEUTO_Navigator Informationen zu den familienfreundlichen Ausflugszielen, die im System hinterlegt sind. Informationen zum familienfreundlichen

Wanderangebot bietet der TEUTO_Navigator bei Aktivierung des Schalters „Suche verfeinern“. Den Verfassern erscheint diese Funktion nicht selbst-erklärend und damit fraglich, ob das familienfreundliche Wanderangebot von interessierten Betrachtern gefunden wird.

Zahlreiche Angebote finden sich südlich der Linie Bad Salzuflen-Almena. Nördlich dieser Linie zeigt der TEUTO_Navigator nur ein Angebot in Minden. Der Norden sowie der Raum um Lemgo besitzen dieser Darstellung nach entsprechend kein familienfreundliches Wanderangebot.

Von einem familienfreundlichen Angebot kann erst dann gesprochen werden, wenn die Palette der Infrastruktur ein schlüssiges Gesamtpaket bilden: also kinder-/familienfreundliche Unterkünfte, Gastronomie und Erlebnispartner (Bad, Streichelzoo, ...). Insofern liefern die per TEUTO_Navigator aufgerufenen Informationen nur Teilantworten.

Die Entwicklung familienfreundlicher Wanderangebote sollte auf Teilräume konzentriert werden, deren Angebot bereits grundsätzlich für Familien geeignet ist. Dies scheint südlich der Linie Bad Salzuflen-Almena der Fall zu sein.

5.1.9 Barrierefreies Wanderangebot

Aktuell liefert der TEUTO_Navigator Informationen zu barrierefreien Ausflugszielen (bzw. zu der Auswahl der POIs, die im System hinterlegt sind). Das Angebot ist denkbar schmal: ein Angebot in Detmold, fünf im Kreis Höxter: Bad Driburg, Brakel, Marienmünster. Dieses Angebot signalisiert einen niedrigen Stellenwert im Portfolio des Teutoburger Waldes.

Im Hinblick auf barrierefreies Wandern liefert der TEUTO_Navigator Informationen, wenn der etwas versteckte Button „Suche verfeinern“ gedrückt und dann das entsprechende Angebot selektiert wird. Das aktuell auffindbare Angebot ist überschaubar: An 5 Orten im Teutoburger Wald werden barrierefreie Wanderangebote gezeigt.

Von einem barrierefreien Angebot kann erst dann gesprochen werden, wenn die Palette der Infrastruktur ein schlüssiges Gesamtpaket bilden: Ein barrierefreies Wanderangebot ist sinnlos ohne barrierefreie Gastbetriebe, Ausflugsziele und Toiletten. Insofern liefern die per TEUTO_Navigator aufgerufenen Informationen nur Teilantworten. Ergänzend liefern die „TOP-Tipps barrierefrei“ Hinweise auf barrierefreie Angebote. Bad Driburg und Bad Salzuflen zeigen hier jeweils mehrere Angebote.

Die Materie ist allerdings komplex, Handicaps und die damit einhergehenden Bedarfe sind vielschichtig.

5.1.10 Mobilität, Transfer, Shuttle

87% der Tageswanderer reisen mit dem Auto an (DWV, 2010). Rd. 70% der Eintageswanderer, die ihre Wanderung vom Urlaubsort starten (Stern-Wanderer), reisen mit dem Auto zum Startpunkt. Auch bei Mehrtageswanderungen ist die Anreise mit dem PKW relevant. Wanderer, die mit dem PKW anreisen, benötigen Rundwege oder, bei One-way-Strecken, Transferleistungen zurück zum Ausgangspunkt.

Transferbedarf besteht darüber hinaus auch bei vorzeitiger Rückkehr (Schlechtwettereinbruch, Krankheit, Verlaufen, ...) sowie für den Gepäcktransfer bei „Wandern ohne

Gepäck". Letzteres ist bei Fernwegen relevant. Der ÖPNV ist für Wanderer v. a. bedeutend für die Routenplanung, z. B. Transfer zum Einstiegspunkt oder vom Zielpunkt zurück zum Einstieg.

Der Teutoburger Wald ist durch die **Autobahnen** A2, die A33 und A44 in Teilen gut erschlossen. Der Kreis Höxter ist überwiegend autobahnfern.

Zahlreiche Orte im Teutoburger Wald sind an das **Schienennetz** angeschlossen, Gäste mit Präferenz für eine Bahnreise werden bedient (vgl. Abbildung: NRW-Regionalverkehrsplan¹²).

Von besonderer Bedeutung ist Bielefeld als Einstieg in den Teutoburger Wald mit exzellentem ÖV-Anschluss (ICE Bahnhof auf der Hauptstrecke Berlin – Hannover – Dortmund – Köln). Zahlreiche weitere Wanderzentren der Region sind ausgezeichnet an das Schienennetz angebunden, z. B. Porta Westfalica, Preußisch Oldendorf, Bad Driburg Herford (Hansaweg).

Das Schienennetz hat jedoch Lücken: Nicht jeder wichtige Wanderort verfügt über einen guten Bahnanschluss, dies gilt z. B. für die Stadt Nieheim.

Bei entsprechender Planung und Auswahl der Reiseziele erlaubt das Schienennetz zahlreiche attraktive Touren.

Acht Wanderangebote mit Nutzung der Bahnverbindungen wurden vom Verkehrsverbund OstWestfalenLippe (VVOWL) und dem Teutoburger Wald Tourismus/OstWestfalenLippe GmbH ausgearbeitet („8 Wege – die will ich gehen!“). Diese (Stand 21.09.2018: sieben von acht) werden Im TEUTO_Navigator BahnWanderungen mit guter ÖPNV-Anbindung beworben. Das Angebot findet sich unter „besondere Themenwege“. In der Ausgabe 2018 von „Wunderbar wanderbar unser NRW“ werden über busse-und-bahnen.nrw.de werden zwei Angebote zum Wandern mit ÖPNV aus dem Projektgebiet präsentiert¹³. Die moBiel GmbH bietet mit „Auf ins Grüne - Mit Bus und StadtBahn zu Bielefelds beliebtesten Wanderwegen“ ein eigenes Wanderführerprodukt



¹² Quelle: <http://www.kcitf-nrw.de/service/dokumente/pdf/regionalverkehrsplan.pdf>

¹³ <https://busse-und-bahnen.nrw.de/aktionen/wunderbar-wanderbar/wunderbar-wanderbar-2018/wunderbar-wanderbar-touren-2018/?L=oqernqkrcpklipaz%27> (Stand 21.09.2018)

zum Kauf an. Einzelne Wandertipps mit Buslinien werden per PDF zur Verfügung gestellt.

Darüber hinaus liefert der TEUTO_Navigator Hinweise und Links auf Fahrpläne sowie auf eine elektronische Fahrplanauskunft. Die Verhältnisse in der Region sind aufgrund unterschiedlicher Verkehrsverbünde (OWLV, NPH, Naturparkbus, ...) komplex.

Wanderer nutzen bevorzugt den eigenen PKW (Tageswanderungen) oder Bahn/Shuttle für Mehrtageswanderungen.

Im Teutoburger Wald bestehen vielerorts **Bus-Verbindungen** - vor allem in der Woche. Nach Aussage der im Projekt beteiligten Touristiker wird dieses Angebot von Wanderern bisher wenig genutzt, auch wird es als wenig leistungsfähig angesehen (häufig geringe Taktdichte).

Die im Arbeitsprozess beteiligten Vertreter des ÖV gaben Hinweise auf zahlreiche für Wanderer nutzbare Bus-Verbindungen, z.B. gute Busverbindungen im Kreis Minden-Lübbecke und in der Stadt Bielefeld. Die für Wanderangebote nutzbaren Busverbindungen waren den Touristikern nicht immer bekannt, offenbar besteht Informationsbedarf.

Einzige touristische Buslinie ist die Touristik Linie 792 (Naturparkbus) im Kreis Lippe, die zwischen Detmold und Bad Pyrmont im Stundentakt gerade am Wochenende in der Wandersaison mehrere Sehenswürdigkeiten und Wanderziele verbindet.

Der mancherorts guten Anbindung stehen Defizite im ÖV-Angebot entgegen:

- Das Hermannsdenkmal wird nur am Wochenende direkt durch die Touristiklinie 792 angefahren (unter der Woche nur Busse bis Hiddesen).
- Die Externsteine sind nur ab Detmold mit dem Bus erreichbar.
- Vielerorts fehlt die Anbindung der Kammwege, v. a. am Eggeweg.
- Die Stadt Nieheim besitzt zwar einen Busanschluss, dieser ist aber mit sehr langen Anreisezeiten von den nächsten überregionalen Bahnhöfen zu erreichen.
- Positivbeispiele sind u.a. die Orte mit Stadtbussystemen, z. B. in Bad Salzuffen oder Lemgo, wo viele Wanderangebote per Stadtbussystem erreichbar sind.

Das **Taxi- und Shuttle-Angebot** im Teutoburger Wald wird von den im Projekt beteiligten Touristikern als „überwiegend gut“ beschrieben. In den Workshops gab es keine Hinweise auf signifikante Lücken im Angebot von Taxen bzw. Transportunternehmen, die von Wanderern gebucht werden können.¹⁴ Die Übernachtungsbetriebe kooperieren mit diesen Betrieben, z. T. werden eigene Shuttle-Dienste angeboten, insbesondere, wenn kein regionales Transportunternehmen verfügbar ist. Kleinräumig werden Defizite genannt, so in Lügde und Schieder-Schwalenberg. Hier besteht eine ausgezeichnete Anbindung an die S-Bahn Hannover/Hameln – Paderborn, aber ein wenig attraktives Taxi-Angebot für Transfers: Die weite Anfahrt der Taxen führt zu hohen Preisen. Dies

¹⁴ Im Workshop verwies ein Veranstalter auf Schwierigkeiten in der Verlässlichkeit beim Gepäcktransfer entlang des Hermannsweges. In Höxter wurde deutlich, dass die Anbieter an Wochentagen durch Krankenfahrten teilweise ausgelastet sind und demnach nicht immer zur Verfügung stehen.

kann durch frühzeitige Vorbuchung vermieden werden - eine Möglichkeit, die v. a. für vorgeplante Gruppen-Angebote nutzbar ist.

In den zahlreichen Kurorten und Klinikstandorten bieten Taxiunternehmen Transferdienste an. Bei spontanen Buchungen durch Wanderer besteht das Risiko, das die Taxis aufgrund von Krankenfahrten ausgebucht sind.

5.1.11 Ergänzende Angebote

Die hohe Beteiligung der Bevölkerung am Wandern macht diese Aktivität zu einem Querschnittsthema: Wandern ist Teil des typischen Aktivitätsmusters der meisten Gäste und wird zwangsläufig durch zahlreiche Angebote ergänzt. Den Vorlieben der Gäste entsprechend können dies Gesundheits-/Wellnessangebote, Kultur, Kulinarik oder andere Aktivitäten sein, z. B. Radfahren oder Wassersport.

Anders herum ist Wandern mit anderen Aktivitäten bzw. Reiseanlässen kombinierbar. So könnten bei einem starken Tagungsstandort wie Bielefeld Wanderungen im Rahmenprogramm berücksichtigt werden. Kulinarische Freuden lassen sich sehr gut mit Bewegung in der Landschaft ergänzen und viele Bildungsangebote erschließen sich entlang einer Wanderung. Eine Aufarbeitung der Palette dieser nahezu endlosen Möglichkeiten würde den Rahmen des hier vorgelegten Konzeptes sprengen. Ausgewählte Aspekte werden nachfolgend hervorgehoben:

Radfahren

Der Teutoburger Wald bietet neben dem Wandergebot ein breitgefächertes Fahrradangebot. Im Mittelpunkt stehen zahlreiche Radfernwege, u. a. der Weserradweg, der Europaradweg R1 und die Römer Lippe Route. Nördlich des Wiehengebirges bildet die norddeutsche Tiefebene eine ideale Fahrradlandschaft. Das Mittelgebirge ist Raum für Mountainbiketouren, alternativ erleichtern Pedelecs die Tour.

Wander- und Radfahr-Qualitäten des Teutoburger Waldes erlauben die Kombination von Angeboten. Aufgrund dieser hohen Schnittmenge von Wandern und Radfahren erscheint eine Verbindung dieser Angebote empfehlenswert.

Gesundheitsvorsorge, Wellness

Die Heilbäder im Teutoburger Wald (im Projektgebiet sind es Bad Driburg, Bad Oeynhaus, Bad Salzuflen, Bad Meinberg und Bad Holzhausen) und Kliniken bilden Schwerpunkträume für Reha und Therapie. Ein Bewegungsangebot (Terrainwege) ist in der Regel Teil des Therapieangebotes der Kliniken. Starke Schnittmengen von Therapie und Wandern sehen die Verfasser nicht.

VitalWanderWelt

Die VitalWanderWelt bildet ein Angebot ausgewählter Touren im Rahmen von Kurzurlauben an der Schnittstelle von Therapie (unter ärztlicher Betreuung) oder Wohlbefinden/Fitness.

Die VitalWanderWelten bieten einen zusätzlichen Einstieg in das Wanderangebot im Teutoburger Wald mit Schwerpunkt in den Heilbädern.

Thermen

Die Thermen im Projektgebiet (Bad Driburg, Bad Salzuflen, Bielefeld, Gütersloh) bilden eine attraktive Ergänzung des Wanderangebotes: Nach der Wanderung locken Wärme, Sauna, Sprudelbad und „verwöhnen lassen“.

Gästeführungen

Die Region bietet ein starkes, örtlich spezialisiertes Angebot an Gästeführungen. Nahezu flächendeckend gibt es qualifizierte, ortskundige, spezialisierte Gästeführer. Diese werden z. T. über die Tourist-Informationen vermittelt oder direkt gebucht. In Einzelfällen bestehen Kooperationen mit Gastbetrieben, z. B. die Kombination von Kräuterführung und kulinarischem Angebot.

An zahlreichen Orten bestehen Führungen zu spezifischen Qualitäten, historischen Begebenheiten und kulturellen Sachverhalten. Ganz sicher bestehen weitergehende Möglichkeiten zur Entwicklung weiterer Angebote in Kooperation unterschiedlicher Partner.

Mehrsprachigkeit

Dem Quellmarkt Niederlande kommt eine hohe Bedeutung zu. Zwar können Niederländer häufig gut Deutsch (und Englisch) sprechen, dennoch ist eine interkulturelle Kompetenz der Gastgeber, auch eine Sprachkompetenz, erforderlich. Niederländer haben sehr wohl spezifische Neigungen und Präferenzen.

Die Region bietet zahlreiche niederländische Services: Der TEUTO_Navigator kann auf niederländische und englische Sprache umgeschaltet werden. Die Routenbeschreibungen werden wie andere Details außer Rubriküberschriften jedoch ausschließlich in deutscher Sprach ausgegeben.

Die Internetseite www.teutoburgerwald.de bietet ebenfalls niederländische und englische Sprachversionen. Bei den Internetauftritten der Kreise und Orte ist dieser Service aktuell noch eine Ausnahme (Beispiel: Horn-Bad Meinberg oder Kulturland Höxter mit einer Teilübersetzung der Internetseiten).

Zur Wirksamkeit der Zweisprachigkeit von Informationsmedien liegen den Verfassern keine Kenntnisse vor. Es gilt als gesichert, dass englisch- und niederländisch-sprachige Gäste eine Ansprache in ihrer Muttersprache begrüßen. Erfolge bei der Gewinnung von Gästen aus dem Ausland sind Indiz für den Erfolg von Angebotsentwicklung und Marketing. Allein die Zweisprachigkeit von Informationsmedien wird nicht ausschlaggebend für diesen Erfolg sein können.

5.2 Analyse der Angebots- und Service Qualität Wandern in den Kreisen von Zukunftsfit Wandern

Das nachfolgende Kapitel liefert einen weitergehenden Blick in die im Projekt Zukunftsfit Wandern beteiligten Kreise. Hervorgehoben werden Sachverhalte, die von den in Kapitel 5.1 für das Projektgebiet getroffenen Aussagen abweichen.

Aussagen zur kreisfreien Stadt Bielefeld folgen in Kapitel 5.3.1. Aussagen zu den in Zukunftsfit Wandern engagierten Partnergemeinden schließen sich in Kapitel 5.3.2ff an.

5.2.1 Kreis Gütersloh

Der Kreis Gütersloh empfiehlt sich v. a. für Wanderungen und Radtouren (vgl. www.kreis-guetersloh.de/kreis/120/sr_seiten/112180100000002195.php, www.erfolgskreis-gt.de/freizeitkultur/wandern/).

Wanderangebot, -potenziale

Das bisherige Wanderangebot des Kreises ist auf den im Nordosten verlaufenden Hermannsweg konzentriert. Etappenorte sind Dissen und Halle. Zwischen Bad Iburg und Dissen lädt Borgholzhausen mit der Burg Ravensberg ein.

Schwerpunkte im Wanderangebot bilden Borgholzhausen, Halle, Steinhagen und Werther (Kammregion). Im Osten des Kreises findet sich schwerpunktmäßig Schloß Holte-Stukenbrock (Furlbachtal und Senne).

Eine thematische Differenzierung des Wanderangebots besteht nicht (z.B. Kulinarik, oder Gesundheit).

Radfahren bildet im Kreis Gütersloh einen Angebotsschwerpunkt. In der Senne entspringt die Ems. Der begleitende Emsradweg, einer der bedeutenden Radfernwege Niedersachsens und NRWs, durchquert das Kreisgebiet. Hier bestehen Potenziale in der Kombination von Wandern und Radfahren.

Wanderinfrastruktur

Im Rahmen des Projektes wird es im Süden künftig viele singuläre Wege geben, darunter zwei zertifizierbare Stadtwanderungen. Voraussichtlich sechs bis acht Wege können bis 2019 zertifiziert werden.

Wanderziele

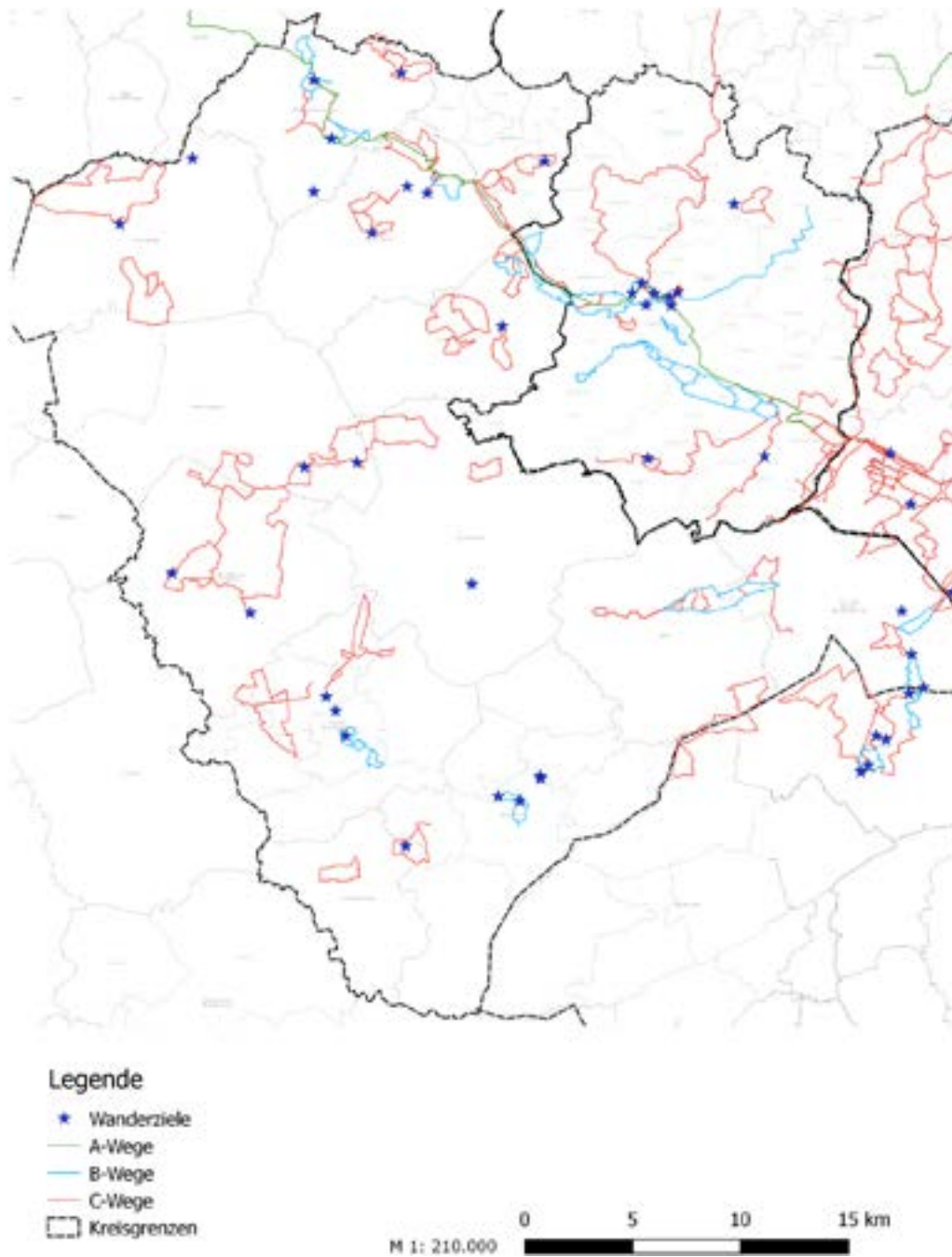
Die Wanderziele im Kreis Gütersloh sind in der nachstehenden Übersicht dargestellt.

Abb. 26 Wanderziele im Kreis Gütersloh

Ziel	Erlebnis	Einkehr	Sonstiges
Bibeldorf Rietberg	Bildungseinrichtung, Darstellung biblischer Themen	Ja	keine Hunde erlaubt
Boeckstiegelhaus	Künstlerhaus in ruraler Gegend	Nein	
Botanischer Garten Guetersloh	vielseitiger Garten mit acht Themengebieten (Bsp. Arzneipflanzen), zeitgenössische Kunstwerke	Ja	kostenfreier Eintritt
Burg Ravensberg	mittelalterliche Burg	Ja	Lage in Naturschutzgebiet, Fauna-Flora-Habitat; Führungen, Veranstaltungen und Konzerte
Dorfkern Bockhorst	historischer Dorfkerne mit ausgeprägter Fachwerkkunst	Nein	Heimathaus nahebei
Ems-Erlebnisswelt	interaktive Ausstellung über die Geschichte des Flusses mit Erlebnissgarten	Ja	kostenfreier Eintritt
Flora Westfalica Park	blumenprächtiger innenstädtischer Park	Ja	ausgiebiger Spielbereich für Kinder
Gartenschaupark Rietberg	Park mit Freizeit- und Erholungsmöglichkeiten	Ja	barrierefrei, keine Hunde/ Fahrräder erlaubt, Kneippbecken, Klimapark, Spiel-/ Sportbereiche, Übernachtung im Park
Gerry-Weber-Stadion	Multifunktionsarena	Ja	Events, Konzerte
Gut Geissel	Denkmalgeschütztes Fachwerkhaus mit Kunstgalerie	Nein	
Haller Herz - Halle Wesfalen	Städtebaulich und historisch bedeutsamer sowie friedlicher Kirchplatz	Ja	
Historischer Stadtkern Rietberg	„Stadt der schönen Giebel“, Gärten und kleinen Ateliers	Ja	
Historischer Stadtkern Wiedenbrueck	enge Gassen und kleinteilige Parzellen im historischen Stadtkern	Ja	
Kirchplatz Steinhagen	sehenswertes Platzensemble	Ja	Ort bekannt durch „Steinhäger“ (Wachholderschnaps)
Klimapark Rietberg	Informations- und Technologiepark zu Klima- und Umweltschutz	Nein	Energieberatung, themenbezogene Veranstaltungen
Kloster Marienfeld - Harsewinkel	Zisterzienserkloster mit eigener Brauerei, Klostergarten und Klosterladen	Ja	individuelle Führungen auf Anfrage
Klostergarten Clarholz	Entspannung in Kultur und Gartenedylle	Nein	Führung nach telefonischer Anmeldung
Klostergarten Herzebrock	idyllische Gartenanlage	Nein	Führung nach telefonischer Anmeldung
Luisenturm	Aussichtsturm am Hermannsweg	Ja	
NSG Huehnermoor	Rückzugsraum für typische Moorvegetation	Nein	
Safaripark Zoo Stukenbrock	Kombination aus Zoo und Freizeitpark	Ja	
Schloss Brincke - Wasserschloss	ehemaliges Wasserschloss mit Herrenhaus, Schlosskapelle, zwei Torhäusern, Wirtschaftsgebäude	Nein	TERRA.vita Hörstandort (Geschichten per Handy abrufbar)
Schloss Holtfeld - Wasserschloss	Herrenhaus mit Renaissance-Fassade, Wassergraben, Torhäusern	Nein	Besichtigung nicht möglich (in Privatbesitz)
Schloss Rheda - Wasserschloss	fürstliches Residenzschloss	Ja	privat bewohnt, historische Räume und Kutschenmuseum für Führungen geöffnet
Stadtpark Versmold	Grünfläche	Ja	Barfußpfad, Spielplatz, saisonale Veranstaltungen
Wasserschloss Tatenhausen	Von Gräften und alten Baumgruppen umgebenes Wasserschloss am NSG	Ja	

Quelle: Teilnehmer im Auftaktworkshop zur Wanderinfrastruktur – evtl. unvollständig

Abb. 27 Wege nach Priorisierung und Wanderziele in Gütersloh



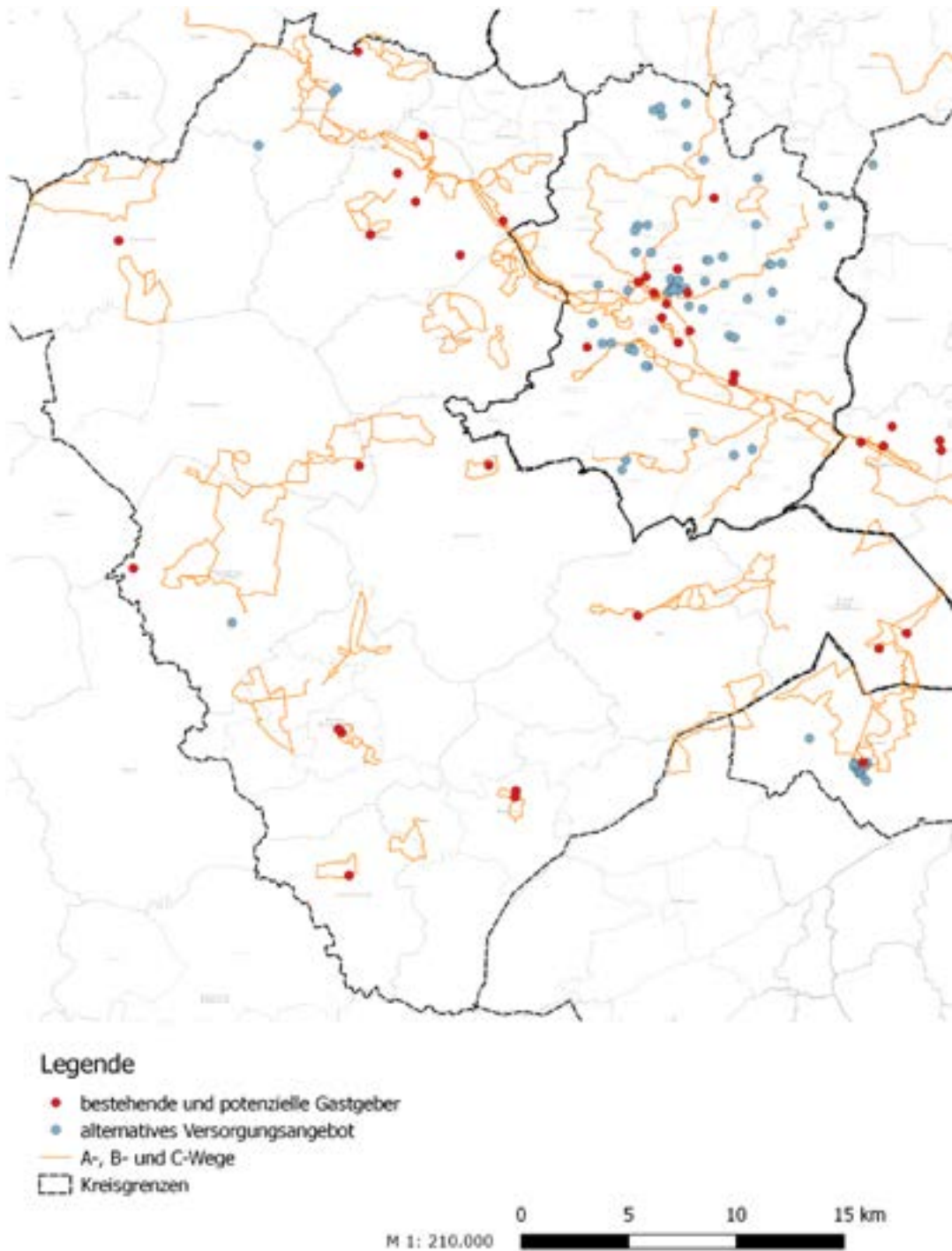
Quelle: DWV, Wanderziele auf Basis der Auftaktworkshops, 2018, Stand der Wege vor Auswertung der Begehungsdaten (Detailmodifizierungen im Projektfortgang zu erwarten)

Wandergastgeber

Die Versorgung mit Wandergastgebern ist mit Ausnahme der Kammregion recht dünn. Gut: Es sollen gezielt auch Gastronomie-Betriebe für die Wanderer gewonnen werden. Entlang der Kammregion am Hermannsweg gibt es Versorgungslücken mit Qualitätsgastgebern.

Laut Abfragebogen zu den Angebotsketten gibt es im Kreis Gütersloh einen Gastgeber mit Service-Qualität und zwölf DEHOGA-Klassifizierungen.

Abb. 28 Wegenetz mit Qualitätsgastgebern (bestehende und potenzielle) sowie alternative Versorgungsangebote in Gütersloh



Quelle: DWV, Stand der Qualitätsgastgeber September 2018, Stand der Wege vor Auswertung der Begehungsdaten (Detailmodifizierungen im Projektfortgang zu erwarten)

Verkehrliche Anbindung

Wanderer sind auf das allgemeine Busangebot angewiesen. Für sie besteht kein eigenes Busangebot (z.B. Wanderbus, gezielte Taktung am Wochenende).

Wandern im Online-Angebot

Internetseite: Auf der Einstiegsseite des Kreises wird das Thema Wandern nicht direkt ersichtlich (<https://www.kreis-guetersloh.de/index.php>). Erst über den Reiter „Unsere Region“ und den Unterpunkt „Freizeit & Tourismus“ kommt der Webseitenbesucher mit dem Thema in Kontakt. Von hier aus ist es möglich, auf das externe Portal Erfolgskreis Gütersloh (<https://www.erfolgskreis-gt.de/freizeitkultur/>) zuzugreifen, welches sich näher mit dem Freizeitangebot beschäftigt. Das Portal kann auch auf englischer Sprache aufgerufen werden.

Soziale Medien: Zusätzlich ist der Kreis Gütersloh in den sozialen Medien Facebook und Twitter vertreten. Dabei wird das Thema Wandern nicht explizit beworben.

Sonstiges

Das Netz bestehender Tourist-Informationen weist Lücken auf. Die Orte Rheda-Wiedenbrück, Rietberg und Gütersloh besitzen eine eigene Tourist-Information, allerdings wird die Aufmachung und Präsenz des Themas Wandern in den bestehenden Tourist-Informationen von den beteiligten Touristikern (laut Angebotsfragebogen) als stark verbesserungsfähig bewertet.

SWOT Kreis Gütersloh

Die an dieser Stelle dargestellte SWOT des Kreises Gütersloh ergänzt die strukturierte SWOT für die Wanderregion Teutoburger Wald (vgl. Kap 5.5).

Abb. 29 SWOT Kreis Gütersloh

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ■ mindestens sieben Qualitätswanderwege (möglich sind bis zu neun) ■ viele kürzere Wege für Gelegenheitswanderer ■ historische Stadtkerne, attraktive Stadtkerne, Klöster, Schlösser, Burgen, Parkanlagen (ehemalige Landesgartenschauen) ■ Borgholzhausen mit regionalem Produkt/Spezialität: Lebkuchen ■ alle potenziellen Gastgeber liegen nah am Wanderwege-Netz und in der Nähe von Top-Wanderzielen ■ Ems als verbindender, bekannter Fluss ■ alle Zuständigkeiten geregelt, gute Vernetzung, große Akzeptanz bei Touristikern, Wandervereinen, Naturschutz 	<ul style="list-style-type: none"> ■ „weiße Flecken“ im Wanderangebot <ul style="list-style-type: none"> ▪ Borgholzhausen mit profiliertem Wanderangebot, aber schwachem Angebot an Gastbetrieben ▪ südlicher Teil: v. a. Radfahr-, nicht Wanderregion, (→ Potenzial: als Ergänzung des Wanderangebotes) ▪ schwache ÖPNV-An-/Verbindung ■ Kreis Gütersloh bisher nicht als Wanderregion profiliert ■ an einigen Wegen fehlt die Gastronomie gänzlich ■ Versorgungslücke mit Qualitätsgastgebern am Hermannsweg zwischen Dissen und Halle ■ viele „singuläre“ Wege (ohne Anbindung an übriges Wanderangebot) ■ viele asphaltierte Wege
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> ■ Naturpotenziale: Senne, Furlbachtal ■ Burg Ravensberg als (potenziell) starker Produktpartner ■ Kombinationsangebote Wandern/Rad: Halbtagestouren verknüpfen mit anderen Highlights/Aktivitäten 	

5.2.2 Kreis Höxter – Kulturland Kreis Höxter

Der Kreis Höxter liegt im Osten des Teutoburger Waldes, nach Osten angrenzend ans Weserbergland und im Süden angrenzend an die Grimmheimat Nordhessen. Er bewirbt sich als Kulturland und erlebnisreiche Wanderregion.

Mit der Regionalmarke „Echte Originale“ werden im Kulturland Kreis Höxter regionale Produkte ins Schaufenster gestellt, allen voran kulinarische Spezialitäten. Diese Plattform bietet eine Chance, regionale Spezialitäten in Wanderangebote einzubinden. Eine echte Stärke des Kreises, zumal er mit dem Westfalen Culinarium und dem Nieheimer Käse und den Käsetagen weitere kulinarische Attraktionen bietet. Das Thema „Kulinarik im Kreis“ benötigt allerdings Aufmerksamkeit, die Versorgung in einer Wandergastronomie in der Fläche, entlang der Wege, ist lückenhaft und zukünftig weiter gefährdet.

Wanderangebot, -potenziale

Das Wanderangebot im Kreis Höxter bietet eine breite Angebotsvielfalt. Themen wie Familie, Gesundheit, Kulinarik, GPS/Geocaching und Barrierefreiheit werden dargestellt. Im Angebot werden die „Erlesene Natur“ und „Lieblingsplätze“ herausgestellt, die über Wanderungen erschlossen werden.

Der Kreis Höxter profiliert sich als „Kulturland“, u. a. über die Klosterlandschaft. Aushängeschild ist Kloster Corvey als UNESCO-Weltkulturerbe.

Wander-Leitprodukt im Kreisgebiet ist der im Westen verlaufende Eggeweg, Teil der Hermannshöhen. Attraktives Wanderziel ist u. a. der Velmerstot (preußischer Teil des Zwillingsgipfels, höchste Erhebung von Teutoburger Wald und Eggegebirge).

Der Kreis Höxter beherbergt mit Bad Driburg einen Benchmark-Ort für das Wandern im Teutoburger Wald: Bad Driburg präsentiert sich vorbildlich im Hinblick auf die Wanderinfrastruktur, Information & Kommunikation sowie die Einbettung in den Teutoburger Wald.

Die im Norden des Kreises gelegene Stadt Nieheim (vgl. Kap. 5.3.2) beherbergt mit dem Westfalen Culinarium, den Holztagen und dem Käsemarkt außergewöhnliche, attraktive Produkte. An diesen Veranstaltungstagen sind bis zu 60.000 Besucher vor Ort. Nieheim plant den weiteren Ausbau als Wanderschwerpunkt. Wichtiges Angebot bilden der Nieheimer Kunstpfad und geführte Wanderungen.

Die Landesgartenschau 2023 wird in Höxter stattfinden und dem Ort zusätzliche Gäste und nachfolgend ein bleibendes Angebot sichern, das in Wanderungen eingebunden werden könnte.

Wanderinfrastruktur

Wanderschwerpunkte, die sich über das Basiswegenetz (D-Wege) hinaus aus den touristisch bedeutsamen B- und C-Wegen und den besonderen Wanderzielen ergeben, sind neben dem randlich gelegenen Kammgebiet, das Band Bad Driburg, Stadt Nieheim, Marienmünster sowie das Cluster Beverungen mit Süd-Höxter (vgl. Abb. 31). Mit dem geplanten Diemeltalsteig soll an der Ländergrenze NRW/Hessen ein neuer Fern-Rundwanderweg entwickelt werden. Im Kreis Höxter wird der Diemeltalsteig die Kommunen Warburg, Beverungen und Borgentreich und fünf weitere Kommunen in Hessen verbinden. Bis zu fünf Wege sind für die Zertifizierungen bis 2019 vorgesehen.

Über das Projekt KinderErlebnisswelt Natur wird im Kreis Höxter aktuell schon ein GPS Pfad zu Streuobstwiesen in Marienmünster-Vörden angeboten. Ein weiterer Weg für Familien zum spielerischen Naturerleben in Verbindung mit einem Angebot aus „Erlebene Natur“ ist in Ottbergen in Umsetzung.

Wanderziele

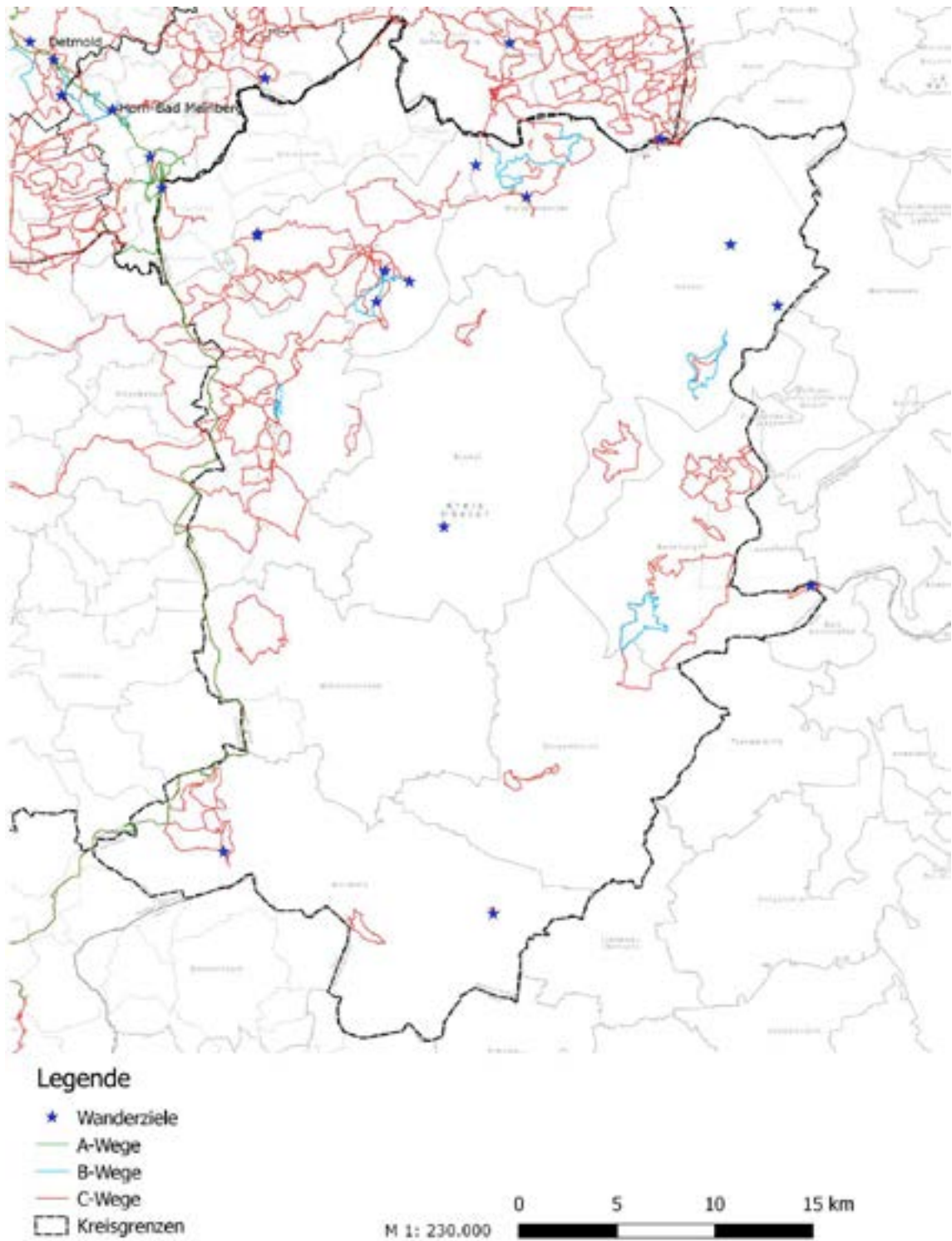
Die Wanderziele im Kreis Höxter sind der nachstehenden Übersicht zu entnehmen.

Abb. 30 Wanderziele im Kreis Höxter

Ziel	Erlebnis	Einkehr	Sonstiges
Arboretum Bad Driburg	Baupark mit attraktiven Rast- und Spielmöglichkeiten	Nein	schöne Aussicht auf Bad Driburg
Burg Dringenberg	gut erhaltene Burganlage mit bedeutendem Brunnen	Nein	Heimatemuseum und Trauzimmer
Desenberg	markante Erhebung der Warburger Börde mit Burgruine	Nein	
Flugplatz am Rauschenberg	Flugplatz an Wanderwegenetz	Ja	
Friedrich-Wilhelm-Weber Museum	Museum zum Arzt und Schriftsteller F.-W.-Weber	Nein	frei zugänglicher Poesie- und Kräutergarten
Gaststaette Zum Kukuk	historisches Haus über den Heimatdichter und Lyriker Fritz Kukuk	Ja	
Gräflicher Park Bad Driburg	großer Park mit 200 jährigem Baumbestand, wechselnder Bepflanzung und prämiierter Gestaltung	Ja	Wildgehege mit Fütterungsmöglichkeit
Gut Holzhausen	erhaltene denkmalgeschützte Gutsanlage mit Land- und Forstwirtschaft	Nein	Kunstpfad, Naturfriedhof
Holsterturm	Aussichtspunkt mit Blick auf Stadt Nieheim	Nein	
Hungerbergturm (Abtei Marienmuenster)	Aussichts- und Museumsturm	Nein	ganzjährig geöffnet und kostenfrei
Iburg	historisch bedeutsame Burgruine mit Aussichtsturm	Ja	zahlreiche Infotafeln zur Burggeschichte
Koeterberg	höchster Berg im Mittelteil des Lipper Berglandes mit 495,8 m ü. NHN	Ja	
Park Bad Hermansborn	neobarocke rd. 18 ha große Parkanlage	Ja	Mineralwasserbrunnen
Preussische Velmerstot	höchste Erhebung des Eggegebirges, Aussicht vom Eggeturm über die Egge, den Teutoburger Wald, das Weserbergland bis hin zum Sauerland	Nein	
Schloss Corvey	ehemaliges mittelalterliches Benediktinerkloster	Ja	UNESCO-Weltkulturerbe, Führungen, Veranstaltungen, Lesungen
Schloss Himmighausen	denkmalgeschütztes Herrenhaus	Ja	keine Besichtigungen möglich (Privatnutzung)
Schöpfemühle (Dringenberg)	technisches Denkmal von 1523 zur Wasserversorgung der Burg	Nein	
Siebenstern	ehemaliges Glasmacherdorf mit Lehrpfad	Ja	
Stiftskirche Neuenheerse	„Eggedom“, bedeutende ehemalige Stiftskirche des Hochstiftes Paderborn	Ja	
Waldinformationszentrum Hammerhof	Umweltbildungseinrichtung zum Thema Forstwirtschaft	Ja	
Weidenpalais	Bauwerk aus Weidenruten mit zwei Türmen	Ja	
Weser-Skywalk	Aussicht ins Wesertal, höchster Punkt Kreis Höxter	Nein	familienfreundliche (mit Erklärungen durch Hirschkäfer "Klippi"), anspruchsvolle Wanderwege

Quelle: Teilnehmer im Auftaktworkshop zur Wanderinfrastruktur – evtl. unvollständig

Abb. 31 Wege nach Priorisierung und Wanderziele in Höxter



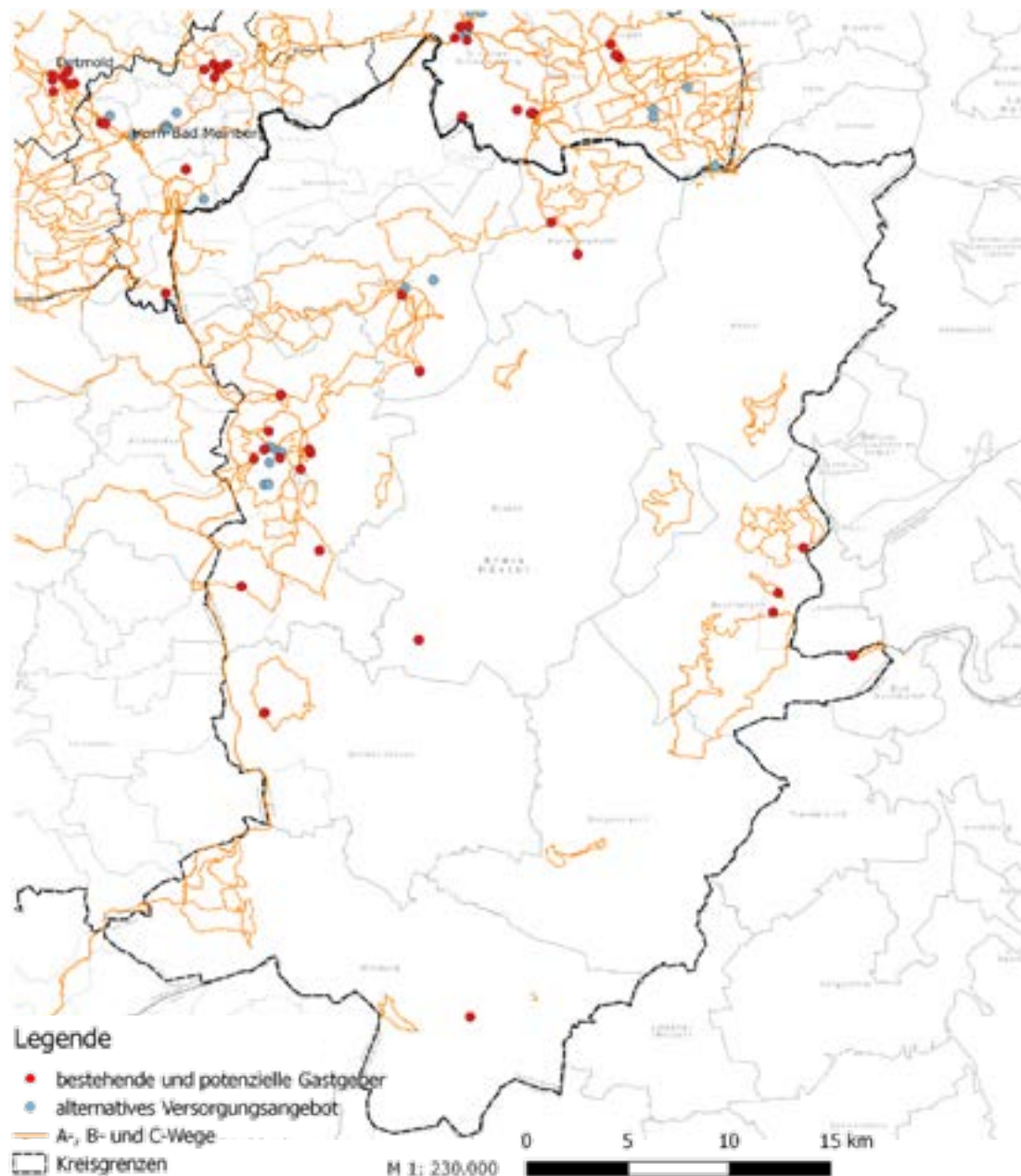
Quelle: DWV, Wanderziele auf Basis der Auftaktworkshops, 2018, Stand der Wege vor Auswertung der Begehungsdaten (Detailmodifizierungen im Projektfortgang zu erwarten)

Wandergastgeber

Die Versorgung mit Wandergastgebern entlang der Hermannshöhen weist Lücken auf. In der Fläche gibt es vor allem an touristisch relevanten Einzelwegen nur wenige Gastgeber. Bad Driburg weist wie bei den Wegen die höchste Angebotsdichte auf. Am Hermannsweg gibt es Versorgungslücken mit Qualitätsgastgebern (vgl. Abb. 32).

Den beteiligten Touristikern zufolge gibt es vier „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“, drei mit Service-Qualität und ca. 14 DEHOGA-Betriebe.

Abb. 32 Wegenetz mit Qualitätsgastgebern (bestehende und potenzielle) sowie alternative Versorgungsangebote in Höxter



Quelle: DWV, Stand der Qualitätsgastgeber 9/2018, Stand der Wege vor Auswertung der Begehungsdaten (Detailmodifizierungen im Projektfortgang zu erwarten)

Verkehrliche Anbindung

Der Kreis liegt autobahnfern, auch die überregionale Bahnanbindung wird als mäßig bewertet. Innerhalb der Region ist das Bahn- und Busangebote für Wanderer nutzbar, aber lückenhaft. Ein vergleichsweise gut angebundenes Ziel ist lediglich der Eggeweg. Er ist von den Bahnhöfen Sandebeck, Bad Driburg und Willebadessen aus erreichbar. An Etappenorten am „Weg der Stille“ besteht bedingt die Möglichkeit, mit Bus anzureisen. Am Wochenende sind jene Verbindungen jedoch stark eingeschränkt. Generell gibt es kein speziell auf Wanderer ausgelegtes Busangebot.

Wandern im Online-Angebot

Auf der Einstiegsseite des Kreises Höxter (<https://www.kreis-hoexter.de/>) wird nicht explizit auf das Thema Wandern verwiesen, allerdings gelangt der Webseitenbesucher über die auf der Startseite vorhandene Option „Leben und Erleben im Kulturkreis Höxter“ innerhalb weniger Klicks (>Tourismus) auf die externe Internetseite des Kulturlandes (<https://www.kulturland.org/>). Sie wird von den Verfassern als beste Webseite wahrgenommen und ist durch die Verwendung von Testimonials (Referenzschreiben von regionalen Persönlichkeiten) emotional sehr ansprechend gestaltet. Die Internetseite kann zusätzlich zur deutschen Sprache ins Niederländische umgestellt werden.

Soziale Medien: Die Betreiber von kulturland.org nutzen Facebook als soziales Medium und veröffentlichen gezielt Inhalte für Kultur- und Wanderinteressierte.

Sonstiges

Im Kreis Höxter bietet jede Kommune touristische Beratung an, teilweise ist sie Bestandteil des Bürger- oder Servicebüros. In den Kommunen, in denen dem Tourismus eine höhere Bedeutung beigemessen wird, gibt es eigenständige Tourist-Informationen mit teilweise ausgedehnten Öffnungszeiten (Höxter, Bad Driburg, Warburg, Stadt Nieheim, Beverungen). Die Aufmachung und Präsenz des Themas Wandern in den Tourist-Informationen wird von lokalen Spezialisten als durchaus befriedigend bewertet.

SWOT Kreis Höxter

Die an dieser Stelle dargestellte SWOT des Kreises Höxter ergänzt die strukturierte SWOT für die Wanderregion Teutoburger Wald (vgl. Kap 5.5).

Abb. 33 SWOT Kreis Höxter

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ■ starke POIs, z. B. Klöster, Weser, Zwillingsgipfel Velmerstot (siehe auch Kreis Lippe), Lieblingsplätze ■ modernes, ansprechendes und thematisch gut kombiniertes Onlineangebot (inklusive regionalen Testimonials und breitem Angebot von geführten Wanderungen) ■ Bad Driburg: „Benchmark Wanderort“ ■ Gebiete und Wanderwege der Erlesenen Natur (dort gute Profilierung über Wanderziele und Themen) ■ gutes Angebot an geführten Wanderungen in Bad Driburg ■ Stadt Nieheim mit Alleinstellung „Käse“, „Holz“ und regionalen Produkten ■ mancherorts hohes Interesse an der Beteiligung bei „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ ■ Bereitstellung eines Wander- und Tourismus-Info-Paketes für Gastgeber 	<ul style="list-style-type: none"> ■ nur teilweise vernetztes touristisches Wegeangebot: solitäre Wege im Süden, kein touristisch profiliertes Wegeangebot im Zentrum ■ kaum direktes gastronomisches Angebot am Leitweg Eggeweg - nur über Anbindung der Gastronomiebetriebe in Bad Driburg ■ wenig potenzielle Gastgeber im Süden und Osten an touristisch relevanten Wegen (im Osten: zwei B-Wege ohne Qualitätsgastgeber) ■ Attraktionen Weser-Skywalk und der Desenberg sind weniger als Wanderziele, sondern als Ausflugsziele etabliert ■ vergleichsweise schlechte Anbindung an Schnellstraßen und Bahnverbindungen - Nachteil für Einzugsradius an Tageswandergästen
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> ■ D-Wanderwege (in Karte nicht dargestellt) können zu touristisch relevanten Wegen weiterentwickelt werden (B- oder C-Wanderwege) ■ zahlreiche Anknüpfungspunkte für Wanderangebote: Lieblingsplätze, Erlesene Natur, Gästeführungen, ... ■ Anbindung/Verbindung Weserberglandweg – Eggeweg ■ Jugendherberge (JH) Bad Driburg als „Wander-JH“ - Chance zur Vernetzung mit anderen Wander-JH ■ Kombination Weserradweg + Wandern ■ Überlappungen mit Weserbergland = zwei Werbepartner ■ Erschließung der Besucher der Landesgartenschau Höxter 2023 ■ Einbindung regionaler Spezialitäten ■ Europäisches Wirkungspotenzial durch die Lage und Einbindung des E1 ■ Pilgerwege als touristische Angebote in Szene gesetzt = ansprechende Aufbereitung ergänzt Wanderportfolio ■ Entwicklung Diemeltalsteig als neues grenzüberschreitendes Produkt 	<ul style="list-style-type: none"> ■ negativer Trend bei der Anzahl gastronomischer Betriebe (oft keine Nachfolge in familiengeführten Betrieben) ■ hoher Anteil an Ferienwohnungen (damit: kein Beitrag zur Versorgung unterwegs)

5.2.3 Kreis Lippe – Land des Hermann

Der Kreis Lippe bildet als „Land des Hermann“ eine profilierte Wanderregion mit leistungsstarkem Angebot.

Sonderfall Kreis Lippe: Im Rahmen des Infrastrukturteils wurde ein *Kerngebiet* (Lemgo, Detmold, Horn-Bad Meinberg) definiert. Die Bearbeitung des Kerngebietes hatte Priorität. Hintergrund war die Durchführung des *Deutschen Wandertags 2018* (15.-21. August) im Kerngebiet.

Wanderangebot,-potenziale

Der Kreis beherbergt mit dem Hermannsdenkmal, den Externsteinen und der Lippischen Velmerstot (Teil eines Zwillingsgipfels, höchste Erhebung vom Teutoburger Wald und Eggegebirge) bedeutende Wanderattraktionen.

Am Hermannsdenkmal wurde das WALK als europäisches Wanderkompetenzzentrum eingerichtet, wodurch auch der Europäische Fernwanderweg 1 in der Region nochmals an Wichtigkeit gewinnt. Als Schwächen im Angebot des Hermannsdenkmals werden die Situation der Gastronomie (bis auf den Kiosk sehr häufig geschlossen) und die wochentags schlechte Einbindung ins ÖPNV-Netz gesehen.

Im Rahmen eines Folgeprojektes ist die Zertifizierung zur „Qualitätsregion Wanderbares Deutschland“ für den gesamten Kreis bis zum Jahr 2022 angestrebt. Zahlreiche weitere Routen und Gastgeber, werden in diesem Prozess weiter qualifiziert werden müssen.

Der Kreis Lippe besitzt von den vier betrachteten Kreisen das umfangreichste Angebot an touristisch besonders relevanten Wanderwegen. Gleichzeitig sind diese Wege gut über das Kreisgebiet verteilt.

Das Wanderangebot im Kreis Lippe weist unterschiedliche Themengebiete auf. Es werden u.a. Kräuter, Geister und Mythen thematisiert sowie ebenfalls Wandern mit Hund, der Familie oder auf Lehrpfaden (teils mit GPS-Angeboten) mit dem Fokus auf dem Naturerleben.

Wanderinfrastruktur

2018 werden im Infrastrukturteil mindestens vier Qualitätswege Wanderbares Deutschland zertifiziert, weitere zertifizierte Routen kommen von der Lippe Tourismus Marketing (LTM), so dass bis Ende des Jahres mit bis zu acht zertifizierten Wegen gerechnet werden kann. Der Kreis Lippe weißt damit die höchste Dichte an zertifizierten Wegen im Projektgebiet auf.

Neben der Zertifizierung touristisch relevanter Routen wurde das gesamte Wegenetz im Kreis neu strukturiert. So nahm beispielsweise der Teutoburger Wald Verband umfangreiche Änderungen an seinem Hauptwanderwegenetz vor, sodass ein Großteil der Wege nun überwiegend gut begehbar ist und insbesondere in den Höhenlagen des Teutoburger Waldes und der Egge sehr attraktiv wirkt.

Das Wegenetz ist, auch wenn im Projekt Zukunftsfit Wandern die zahlreichen D-Wege nicht im Fokus stehen, insbesondere im Raum Berlebeck – Holzhausen-Externsteine immer noch sehr engmaschig (dauerhaft hoher Pflegeaufwand). Zudem ist der Anteil an Parallelverläufen von Wanderrouten und an befestigten Wegen relativ hoch. Lang-

fristig und insbesondere im Rahmen der Planung der Qualitätsregion ist eine weitere Harmonisierung und Optimierung empfehlenswert.

Wanderziele

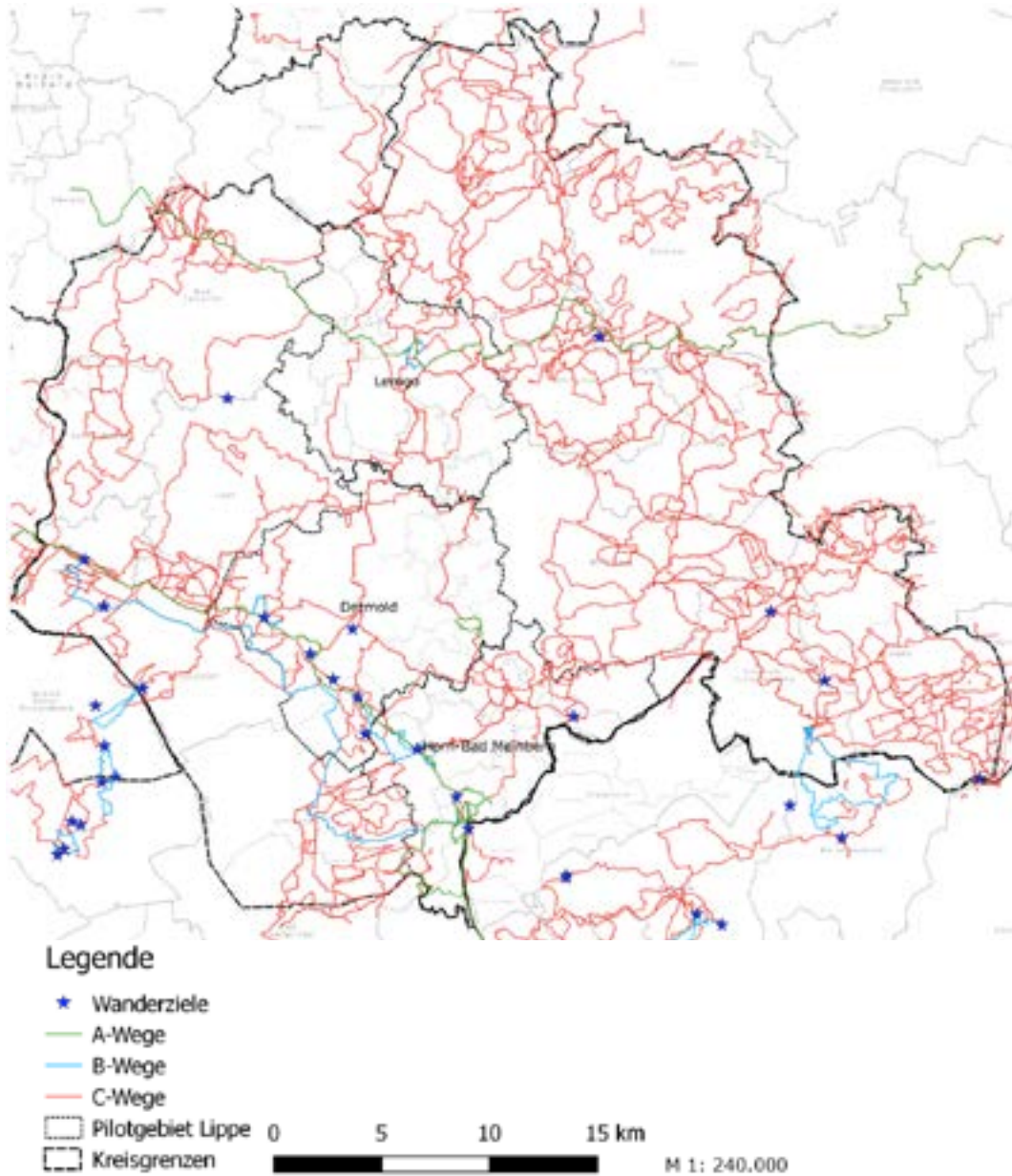
Die Top-Wanderziele (erweiterbar) im Kreis Lippe sind in der nachstehenden Tabelle zu sehen. Die höchste Dichte zeigt sich im Bereich des Teuto-Kammes. Auffallend für das Kerngebiet ist das Fehlen von Top-Wanderzielen in Lemgo (seit Sommer 2018 ist der Lemgoer Aussichtsturm wieder nutzbar). Außerhalb des Kerngebietes sind weitere Top-Wanderziele zu definieren.

Abb. 34 Wanderziele im Kreis Lippe

Ziel	Erlebnis	Einkehr	Sonstiges
Adlerwarte Berlebeck	Freiflugvorführung Greifvögel, Panorama-Terrasse	Nein	Naturlehrpfad, Kinderangebot (Streichelwiese mit Alpakas und Ziegen, Abenteuerspielplatz)
Burg Sternberg	klingendes Museum mit Führungen, Workshops und Bauwerkstatt	Ja	Burgherberge
Donoperteich	Teich im Teutoburger Wald	Nein	Naturschutzgebiet
Externsteine	Naturerlebnispfad an Felsformation (Natur- und Kulturdenkmal)	Ja	Kompetenzzentrum Wandern WALK, Kletterpark, Tourist-Information, Waldbühne mit Veranstaltungen
Falkenburg Ruine	mittelalterliche Burgruine	Nein	Führungen möglich
Furlbachtal	vielseitiges Wanderrevier	Ja	Naturschutzgebiet
Hermannsdenkmal	360-Grad-Fernsicht am Geschichtsdenkmal	Ja	Führungen, Kompetenzzentrum Wandern WALK, Kletterpark, Tourist-Information, Waldbühne mit Veranstaltungen
LWL-Freilichtmuseum	Bildungseinrichtung mit Freizeit-, Erholungs- und Erlebniswert	Ja	Veranstaltungen, Handwerksvorführungen, Workshops, Kurse, Führungen, Mitmachprogramm für Kinder, Tierhaltung
Norderteich	Stausee an Rundwanderweg gelegen	Nein	Naturschutzgebiet
Lippische Velmerstot	höchste Erhebung des Eggegebirges, Aussicht vom Eggeturm über die Egge, den Teutoburger Wald, das Weserbergland bis hin zum Sauerland	Nein	
SchiederSee	Stausee (größter im Land des Hermann)	Ja	Bootsverleih, Schiffrundfahrt, Familienpark Funtastico, Übernachtungsmöglichkeiten, Barockgarten am Schloss Schieder nahebei und für Besichtigungen zugänglich
Schwalenberger Wald	Naturschutz- und Fauna-Flora-Habitat	Nein	
Silberbachtal	vielseitiges Wanderrevier	Nein	hohe Familienfreundlichkeit
Tönsberg	Aussichtspunkt auf Oerlinghausen und Umfeld	Nein	Kumsttonne (Rest einer alten Windmühle)
Vogelpark	Parkanlage mit über 1.300 Tier- und Vogelarten	Ja	Kinderspielplatz, kostenloser Fütterungsrundgang
Wistinghauser Senne	stilles Naturerleben auf Rundwanderweg	Ja	Führungen möglich, Infotafeln vorhanden
Ziegeleimuseum Lage (LWL-Industriemuseum)	Museum mit Führungen und Kreativangeboten	Ja	

Quelle: Teilnehmer im Auftaktworkshop zur Wanderinfrastruktur – evtl. unvollständig

Abb. 35 Wege nach Priorisierung und Wanderzielen im Kreis Lippe

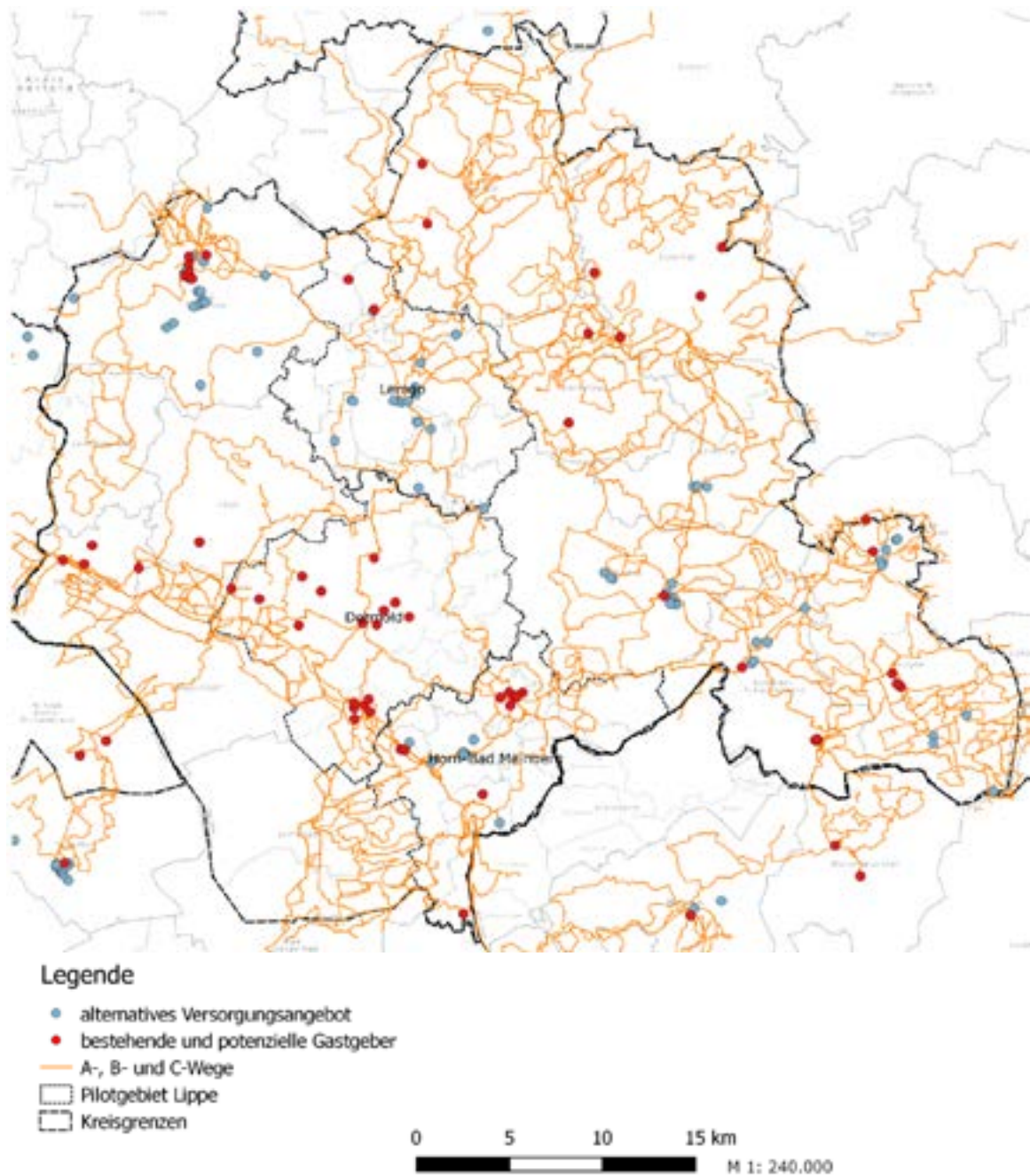


Quelle: DWV, Wanderziele auf Basis der Auftaktworkshops, Stand der Wege im Pilotgebiet nach Begehung, außerhalb auf Basis aktueller Wegsituation mit vorläufiger C-Kategorisierung, September 2018

Wandergastgeber

Im Kreis Lippe konnten im Projektverlauf bisher die meisten „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ neu zertifiziert werden, allerdings gibt es auch weiterhin einige klassische Versorgungslücken auf dem Wegenetz (vgl. Abb. 36). So beispielsweise in Lemgo, wo trotz eines dichten Wanderwegenetzes im Kerngebiet kaum Zertifizierungspotenzial für Gastgeber gefunden wurde. Versorgungslücken an Qualitätsgastgebern gibt es auch am Hansaweg zwischen Bad Salzuflen und Dörentrup.

Abb. 36 Wegenetz mit Qualitätsgastgebern (bestehende und potenzielle) sowie alternative Versorgungsangebote im Kreis Lippe



Quelle: DWV, Stand der Qualitätsgastgeber September 2018, Wege im Pilotgebiet nach Begehung, außerhalb auf Basis aktueller Wegsituation, September 2018

Viele Betriebe befinden sich außerhalb eines Radius von 500 m Luftlinie zu den Wanderwegen. Als zertifizierte Qualitätsgastgeber konnten bisher nur Übernachtungsbetriebe, jedoch keine Gastronomie gewonnen werden.

Das Angebot an alternativen Versorgungsstellen (z. B. Bäckereien) ist an einigen Abschnitten aber in Ordnung und eine Einbindung dieser Möglichkeiten wird empfohlen. Die überarbeiteten Kriterien für Qualitätsgastgeber, welche ab 1. Oktober 2018 gültig

sind, begünstigen die Gewinnung von weiteren Gastronomiebetrieben durch eine flexiblere Öffnungszeitenregelung.

Verkehrliche Anbindung

Der Verkehrsanschluss an den ÖPNV ist in den Wanderregionen des Kreises Lippe ausbaufähig. Positiv erscheint die Implementierung der Touristik Buslinie 792 bzw. des Lippemobils, welches Gästen und Ortsansässigen saisonal ein Erreichbarkeitsplus bietet: Die Linie fährt von Ostern bis zum 1. November zu sehenswerten Ausflugszielen stündlich am Samstag, Sonntag und an Feiertagen (s. nachfolgende Abb.).

Abb. 37 Karte Touristik Linie 792 (Lippemobil)



Quelle: Kommunale Verkehrsgesellschaft Lippe (KVG) mbH, 2017

Bei den Gastgebern und Tourist-Informationen vor Ort ist eine höhere Auskunftsfähigkeit bezüglich der ÖPNV-Nutzung wünschenswert.

Wandern im Online-Angebot

Bei Betrachtung der Internetseite der LTM gelangt der Besucher über den Reiter „Dienstleistung“ zu „Tourismus, Freizeit und Sport“ (<https://www.kreis-lippe.de/>). Hier wird der Webseitenbesucher über die Option „Mehr >“ auf die Seite Land des Hermann (<https://www.land-des-hermann.de/>) der Lippe Tourismus & Marketing GmbH weitergeleitet. Die Suche „Lippe Tourismus“ führt direkt zu diesem Ergebnis.

Unter dem Menüpunkt „Natur Aktiv“ befindet sich an erster Stelle der Punkt Wandern, weshalb dem Wandern als Freizeitaktivität im Kreis Lippe eine hohe Bedeutung zugesprochen werden kann.

Es werden sieben Kategorien an Wanderwegen offeriert, dies verspricht ein differenziertes Wanderangebot. „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ werden nicht gesondert angezeigt und sind nicht filterbar.

Stand November 2018: In Lippe gibt es mehr als die unter <https://www.land-des-hermann.de/natur-aktiv/wandern/qualitaetswanderwege/> dargestellten fünf Qualitätswege. Die Qualitätswege in der Region, die über die LTM zertifiziert wurden, werden nicht in der Qualitätsweg-Kategorie dargestellt – das aktuelle Potenzial ist damit nicht ganz ausgeschöpft.

Die Webseite verlinkt auf den TEUTO_Navigator. Leider führt der Link beim Anklicken des TEUTO_Navigators nach Immenstadt im Allgäu und nicht nach Lippe.

Die Webseite Land des Hermann ist nur auf Deutsch verfügbar.

Soziale Medien: Als soziale Netzwerke nutzt die LTM Facebook und Instagram, um aktuelle Mitteilungen zu verbreiten. Auch wanderbezogene Beiträge werden auf den Seiten veröffentlicht.

SWOT Kreis Lippe

Die an dieser Stelle dargestellte SWOT des Kreises Lippe ergänzt die strukturierte SWOT für die Wanderregion Teutoburger Wald (vgl. Kap 5.5).

Abb. 38 SWOT Kreis Lippe

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ■ profiliert mit Externsteinen, Hermannsdenkmal („Land des Hermann“); Zwillingsgipfel Velmerstot (auch Höxter) ■ zahlreiche weitere attraktive Wanderziele ■ hohe Anzahl an bereits zertifizierten Qualitätsgastgebern (aktuell 17 Betriebe) ■ Touristik Linie 792 bietet saisonal ein Erreichbarkeitsplus ■ mehrere vorhandene zertifizierte Qualitätswege ■ Wanderimagegewinn durch den 118. Deutschen Wandertag ■ Europäisches Wirkungspotenzial durch die Lage und Einbindung des E1 	<ul style="list-style-type: none"> ■ hoher Anteil an befestigten Wegen ■ viele Parallelverläufe der Wanderwege ■ viele der priorisierten Qualitätsgastgeber außerhalb des Radius von 500 m (Luftlinie) zu Wanderwegen ■ bislang keine Akquise von Gastronomiebetrieben als Qualitätsgastgeber ■ keine potenziellen Qualitäts-Gastgeber bei Lemgo, trotz dichtem Wanderwege-Netz im Kerngebiet ■ Versorgungslücke Qualitätsgastgeber am Hansaweg zwischen Bad Salzuflen und Dörentrup ■ Wanderkompetenz des WALK für den Gast noch nicht ausreichend greifbar/sichtbar
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> ■ kumulierte Wanderhighlights auf kleinem Raum (Hermann) = „Wanderperlen“ des Kreises, im Marketing nutzbar ■ Potenziale des WALK auch für den Gast nutzen ■ Vernetzung der wandertouristischen Akteure durch den Wanderbeirat ■ fördertechnische und strukturelle Voraussetzung zum Ziel „Qualitätsregion Wanderbares Deutschland“ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ hoher Anteil an Privatwald (abstimmungsintensiv in der Verhandlung von Wegeführung und Infrastruktur) ■ hoher Anteil von Ferienwohnungen unter den potenziellen Qualitätsgastgebern (damit: kein Beitrag zur Versorgung unterwegs) ■ schwierige Abstimmung der zeichnungsberechtigten Organisationen

5.2.4 Kreis Minden-Lübbecke – Mühlenkreis

Im Kreis Minden-Lübbecke überschneiden sich Weserbergland und Teutoburger Wald. Leitprodukte des Weserberglandes sind der Weserradweg und der Weserbergland-Wanderweg, die Kombinationsmöglichkeiten mit dem Angebot des Teutoburger Waldes eröffnen.

Der Kreis Minden-Lübbecke konzentriert sein Wanderangebot auf das attraktive Wandergebiet des Eggegebirgskamms.

Wanderangebot, -potenziale

Der Kreis bietet mit dem Weser-Durchbruch (Porta Westfalica) und dem sanierten Kaiser-Wilhelm-Denkmal zwei wichtige Attraktionspunkte im Teutoburger Wald.

Der Große Weserbogen mit Badesees/Strandbad, die Fährverbindung nach Bad Oeynhausen und die Lage am Weserradweg eröffnen einige praktikable Kombinationsmöglichkeiten.

Radfahren bildet im nördlichen Teil des Kreises Minden-Lübbecke einen Angebotschwerpunkt. Hier besteht ebenfalls Potenzial in der Kombination von Wandern und Radfahren.

Wanderinfrastruktur

Im Infrastrukturtel des Projektes konzentrierten sich die Neustrukturierungen des Wegenetzes insbesondere auf den Wiehengebirgskamm mit dem Leitweg Wittekindsweg, der vom Wiehengebirgsverband Weser-Ems markiert wird. Dazu wurden viele Zuwege zwischen Ortschaften und Kamm in die Gesamtkonzeption eingebunden.

Auch kurze Rundtouren konnten entwickelt werden, sodass im Jahr 2019 voraussichtlich drei neue Qualitätswege Wanderbares Deutschland zertifiziert werden können. Mit dem Europäischen Fernwanderweg 11, der in der Region zum großen Teil parallel mit dem Wittekindsweg verläuft, sowie der Anbindung zum etablierten Weserberglandweg im Osten der Region sind weitere Wanderhighlights gegeben.

Wanderziele

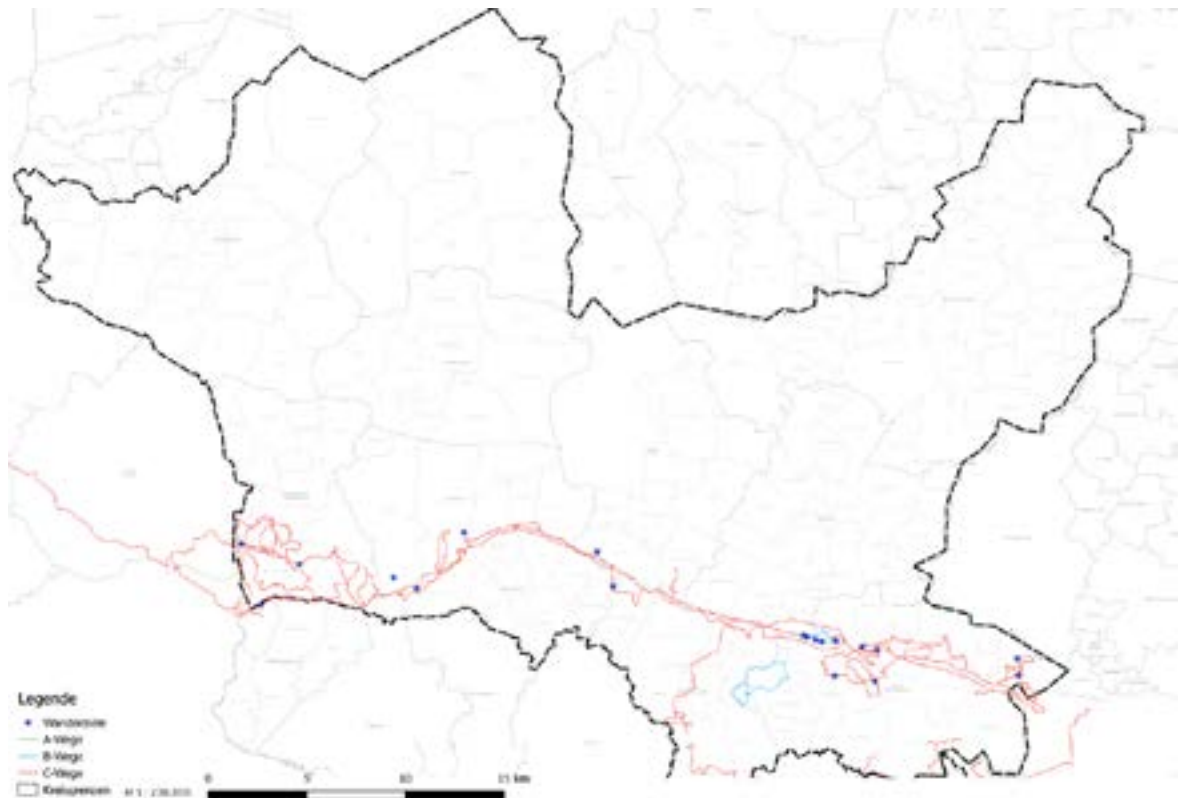
Die Wanderziele (erweiterbar) im Kreis Minden-Lübbecke sind in der nachstehenden Tabelle zu sehen. Diese konzentrieren sich auf den Kamm des Wiehengebirges. Auffallend ist das bisherige Fehlen von Wanderzielen im Wesergebirge.

Abb. 39 Wanderziele im Kreis Minden-Lübbecke

Ziel	Erlebnis	Ein- Sonstiges kehr
Babilonie	Befestigungsanlage an Wanderweg	Nein
Besucherbergwerk Kleinenbremen	Bergwerk und Museum	Ja Veranstaltungen
Burg Limberg	Ruine mit Turm, Bergfried, einigen Umfassungsmauern und Torhausteilen	Nein TERRA.vista Hörstandort (Geschichten per Handy abrufbar)
Burg Reineberg	Burg- und Mauerreste im Wald	Nein
Fernsehturm Porta Westfalica	Rundblick von Aussichtsplattform ins Weserbergland und die norddeutsche Tiefebene	Nein am Jakobsweg gelegen, Gästeführung am 3. Sonntag/Monat möglich
Freilichtbuehne Kahle Wart	Fachwerksgebäude am Wittekindsweg, Freilichtbühne mit Bühnenprogramm	Ja barrierefrei
Freizeitbad Hausberge (Porta Bad)	Hallenbad und großer Außenbereich	Ja Sauna
Kaiser-Wilhelm-Denkmal	Ausblick am Durchbruch zwischen Weser- und Wiehengebirge	Ja Knotenpunkt attraktiver Wanderregion
Moltketurm	Aussichtsturm auf dem Wittekindsberg	Nein
Nonnenstein	Aussichtsturm auf dem 274 m ü. NHN hohen gleichnamigen Berg	Nein sagenträchtig
Portakanzel	Sandsteinfelsklippe am Jakobsweg	Nein
Silberblick	Felsenklippe bzw. Aussichtsplattform	Nein
Wassermühle Kleinenbremen (Mönkhoffs Mühle)	Wassermühle von 1810 mit kleiner Francis-Turbine und Elektromotor	Ja
Wiehenturm	hölzerner Aussichtsturm	Nein
Windmühle Holzhausen (Maschmeyers Mühle)	Wall-Holländermühle aus dem 19. Jh.	Ja
Windmühle Struckhof	denkmalgeschützte Holländerwindmühle von 1883	Nein
Wittekindsburg	Fliehburg im östlichen Wiehengebirge	Ja

Quelle: Teilnehmer im Auftaktworkshop zur Wanderinfrastruktur – evtl. unvollständig

Abb. 40 Wege nach Priorisierung und Wanderziele in Minden-Lübbecke

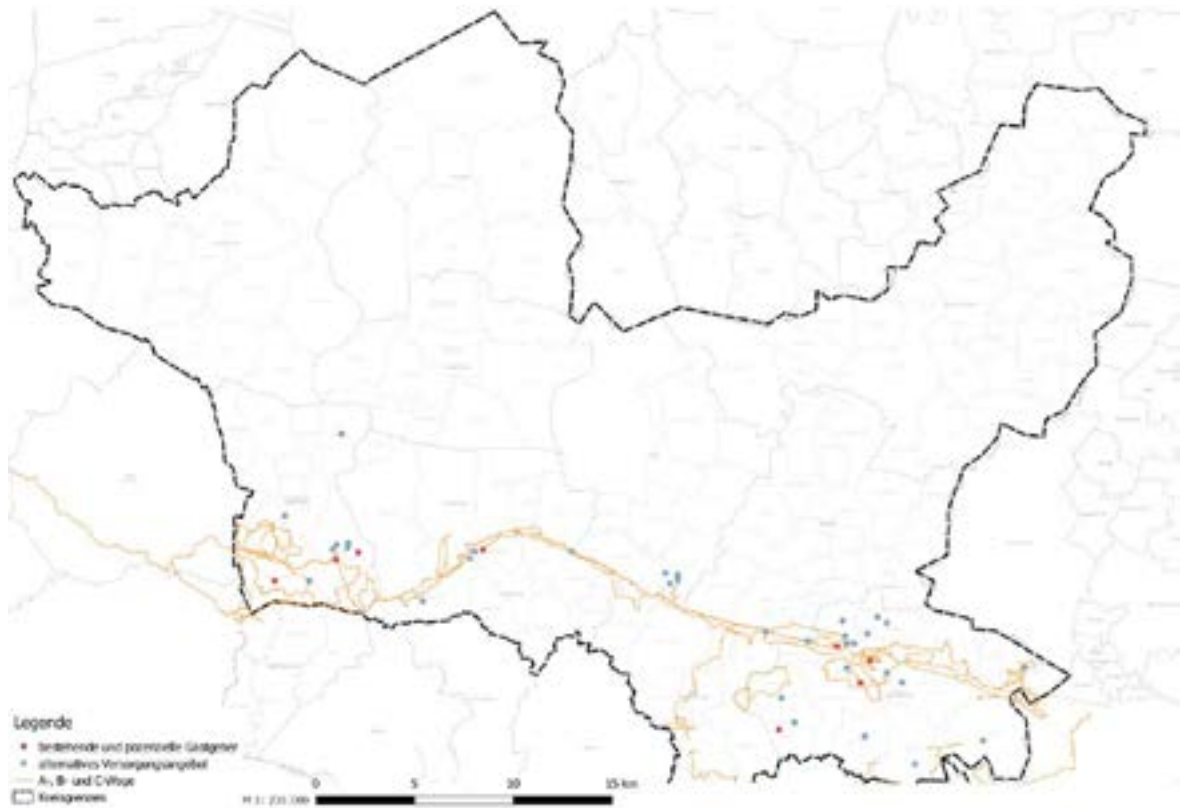


Quelle: DWV, Wanderziele auf Basis der Auftaktworkshops, Stand der Wege vor Auswertung der Begehungsdaten (Detailmodifizierungen im Projektfortgang zu erwarten)

Wandergastgeber

Wie für Kammwege kennzeichnend gibt es auch im Kreis Minden-Lübbecke oftmals Versorgungsschwierigkeiten unmittelbar am Weg. Die Motivation einzelner Betriebe mitzuwirken, z.B. an der Produktentwicklung, ist vorhanden. Jedoch hat die Region mit der Verlässlichkeit der Leistungen von Betrieben zu kämpfen.

Abb. 41 Wegenetz mit Qualitätsgastgebern (bestehende und potenzielle) sowie alternative Versorgungsangebote in Minden-Lübbecke



Quelle: DWV, Stand der Qualitätsgastgeber Oktober 2018, Stand der vor Auswertung der Begehungsdaten (Detailmodifizierungen im Projektfortgang zu erwarten)

Verkehrliche Anbindung

Der Wiehengebirgskamm ist im Osten über den Bahnhof Porta Westfalica mit der Bahn erreichbar. Von dort aus geht es mit dem Bus weiter. Die verkehrliche Anbindung mit dem Bus an vorhandene Wanderwege wird überwiegend als schwach bewertet. Vor allem Informationen über das bestehende öffentliche Verkehrsangebot werden an interessierte Wandergäste lückenhaft kommuniziert und weitergegeben.

Wandern im Online-Angebot

Die Webseite des Landkreises (www.minden-luebbecke.de) hat ein Register „Freizeit und Tourismus“, allerdings fehlt der Link zur touristischen Webseite (muehlenkreis.de). So könnte der Besucher fälschlich vermuten, hier richtig zu sein.

Das Wanderangebot wird über einen eigenen Reiter dargestellt (www.muehlenkreis.de/Natur-aktiv-genießen/Mühlenkreis-Wanderwege). Die Darstellung konzentriert sich auf den Mühlensteig (als Teil des Wittekindsweges) und den Pilgerweg Sigwardsweg.

Soziale Medien: Kreis Minden-Lübbecke besitzt sowohl einen Facebook- als auch einen Twitter-Account, nutzt diese aktiv jedoch nicht, um Wanderinteressierte über sachbezogene Inhalte zu informieren.

Sonstiges

Von den beteiligten Touristikern wird der Zustand einiger Wanderparkplätze bemängelt. Sumpfige Parkflächen sowie verrottete Info-Tafeln stellen keinen geeigneten Startpunkt für Wanderwege dar.

SWOT Kreis Minden-Lübbecke

Die an dieser Stelle dargestellte SWOT des Kreises Minden-Lübbecke ergänzt die strukturierte SWOT für die Wanderregion Teutoburger Wald (vgl. Kap 5.5).

Abb. 42 SWOT Kreis Minden-Lübbecke

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ■ Wittekindsweg und Weserberglandweg als attraktive Kammwege ■ herausragende (Wander-)Ziele: Kaiser-Wilhelm-Denkmal, Weserdurchbruch ■ Überlappungen mit Weserbergland & Osnabrücker Land = drei Werbepartner 	<ul style="list-style-type: none"> ■ gutes Wanderangebot konzentriert sich bisher ausschließlich auf den Kamm (das muss keine Schwäche sein, als bewusste Konzentration in Ordnung; entsprechende Kommunikation erforderlich) ■ unterschiedliche Qualitäten des Angebotes (z. B. Wegweisung Wittekindsweg) ■ Versorgungsengpass mit Qualitätsgastgebern zwischen Lübbecke und Kaiser-Wilhelm-Denkmal und in der Verbindung nach Kreis Lippe ■ Keine Einbindung des TEUTO_Navigators (da Marketing über „westliches Weserbergland“)
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> ■ neu inszeniertes Kaiser-Wilhelm-Denkmal inkl. Gastronomie: Besucher-Magnet für die Region ■ Kombinationen mit Radfahren und Wassererleben am „Großen Weserbogen“ ■ JH Porta Westfalica wird „Wander-JH“ - Potenzial für JH -Wandernetzwerk ■ Kombination Wandern und Weserradweg 	<ul style="list-style-type: none"> ■ geringe Identifikation mit dem Teutoburger Wald

5.3 Analyse der Angebots- und Service Qualität Wandern in den Partnerkommunen von Zukunftsfit Wandern

Das folgende Kapitel gibt einen differenzierenden Blick in die Partnerkommunen von Zukunftsfit Wandern. Vorangestellt werden Aussagen zur kreisfreien Stadt Bielefeld und zum Projektpartner Nieheim. Danach folgen die weiteren in den Kreisen beteiligten Kommunen in alphabetischer Reihenfolge.

In der Zusammenschau der Angebote der Kommunen fällt auf:

- Das Informationsangebot der Kommunen ist sehr heterogen. Der Bezug zum Teutoburger Wald unterbleibt häufig, selten wird Bezug auf den Kreis genommen. Das geschlossene Bild einer Region entsteht nicht.
- Die Kommunikation ist häufig nicht zeitgemäß, unkomfortabel und lückenhaft.
- Der TEUTO_Navigator wird häufig, aber nicht durchgängig eingebunden.
- Mehrsprachiges Informationsmaterial ist die Ausnahme.

Als Best Practice Ort für Wanderangebot und Darstellung des Angebotes wird Bad Driburg angesehen: klarer Bezug zum Teutoburger Wald sowie zum Kulturkreis, ansprechende Gestaltung unter Verwendung des CD Teutoburger Wald, gute Gliederung, gutes Informationsangebot, überzeugende Einbindung des TEUTO_Navigators, responsive Webseite, geeignet für mobile Endgeräte. Leider ohne mehrsprachiges Angebot.

5.3.1 Kreisfreie Stadt Bielefeld

Die kreisfreie Stadt Bielefeld bietet als Großstadt direkt am Teutoburger Wald einen ausgezeichneten Anschluss an das Fernbahnnetz und eine breite Palette an Infrastruktur mit zahlreichen Gastbetrieben. Neben zahlreichen Kultur-Attraktionen bietet Bielefeld ein starkes kulinarisches Angebot, das bereits in entsprechenden Pauschalen offeriert wird.

Wanderangebot, -potenziale

Bielefelds besondere Qualität für Wanderer basiert auf der Mischung aus der Angebotspalette der Großstadt direkt am Fuße des Teutoburger Waldes. Wanderungen können in der Innenstadt am Skulpturenpark der Kunsthalle starten und führen über den Botanischen Garten und Tierpark hinauf auf den Hermannsweg. Eine weitere attraktive Wanderung bietet der Rundweg am Bohnenbach.

Mit der Sparrenburg beherbergt Bielefeld einen attraktiven Zielpunkt mit Restauration, nutzbar für Veranstaltungen und Incentives.

Die Verfasser erkennen in dem Wanderangebot und der Service Qualität in Bielefeld keine gravierenden Mängel. Defizite bestehen derzeit in der Anzahl von Qualitätswandergastgebern.

Als Stadt mit breiter Angebotspalette und als leistungsfähiger MICE-Standort steht das Wandern im Bielefeld-Tourismus nachvollziehbar nicht im Mittelpunkt. Die Möglichkeiten, Wandern als *ergänzendes Angebot* auszubauen, sollten genutzt werden.

Wanderinfrastruktur, Tourenangebot

Mit den sechs Naturparktrails bietet Bielefeld direkten Anschluss von der Stadt in die Landschaft. Das Großstadt-Image von Bielefeld prägt auch das neue Wanderangebot der Region. So werden im Jahr 2019 voraussichtlich drei Wege in den Zertifizierungsprozess als Qualitätswege Wanderbares Deutschland eingehen. Darunter wird auch das Thema Stadtwandern bespielt. Insbesondere der Gelegenheitswanderer soll z.B. nach einem Messetag ein attraktives innerstädtisches/stadtnahes Wanderangebot vorfinden können.

Trotz Großstadtflair zeigt sich Bielefeld aber auch mit einer sehr naturnahen Seite mit attraktiven Rundtouren inklusive Aussichten auf die Stadt in den Kammlagen sowie als Etappenort des Hermannsweges. Die sechs Naturparktrails, die auch mit Pfadanteilen punkten können, bieten ein gutes Angebot für Gelegenheitswanderer. Die Trails sind mit dem ÖPNV erreichbar.

Wanderziele

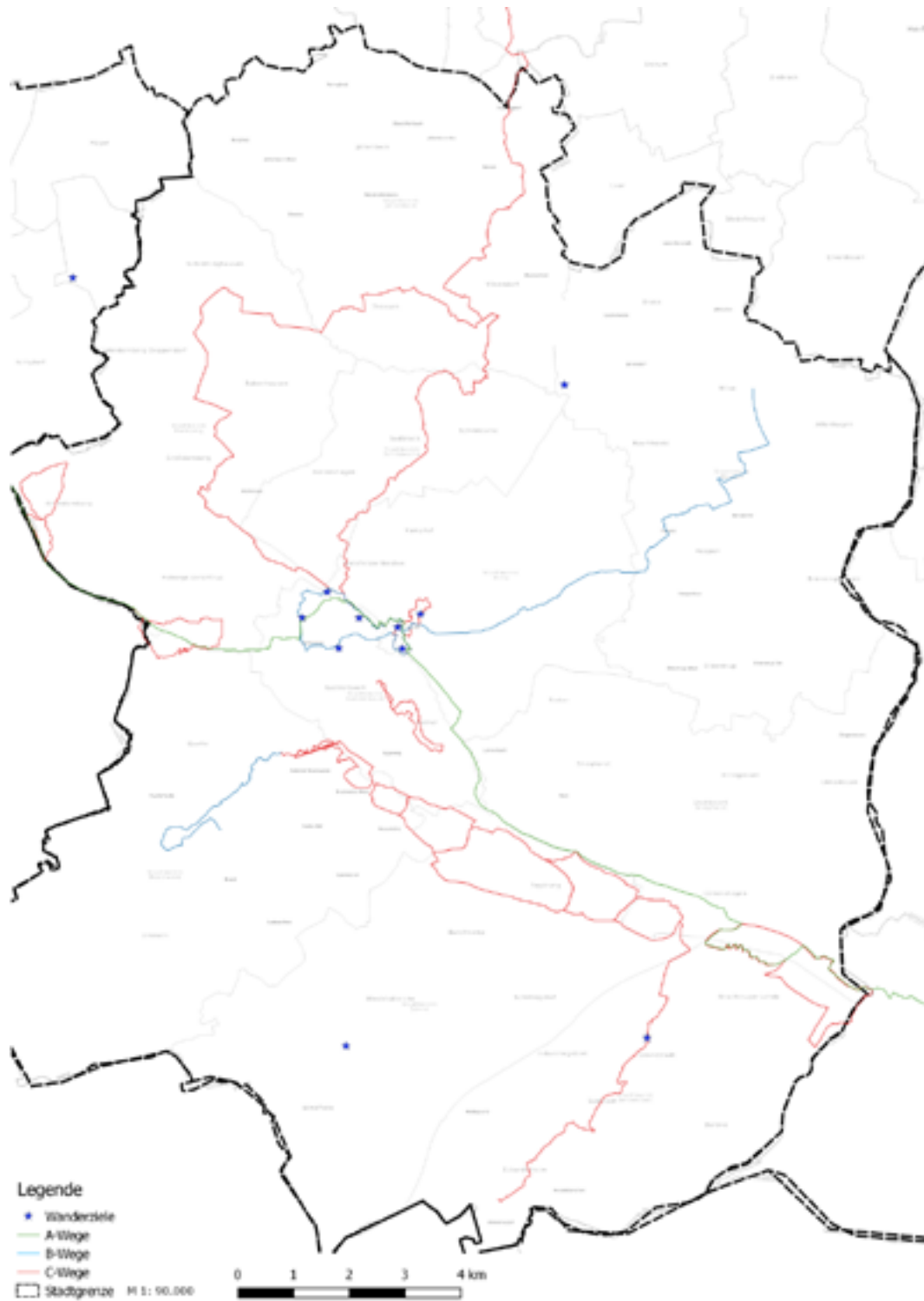
Wanderziele (erweiterbar) in der kreisfreien Stadt Bielefeld sind in der nachstehenden Übersicht dargestellt.

Abb. 43 Wanderziele der kreisfreien Stadt Bielefeld

Ziel	Erlebnis	Einkehr	Sonstiges
Altstadt Bielefeld	schöne Altstadt zum Bummeln und Flanieren mit zahlreichen Cafés	Ja	
Bauernhausmuseum	Freilichtmuseum von 1850 im Bielefelder Stadtwald	Ja	
Botanischer Garten Bielefeld	außergewöhnliche Pflanzenvielfalt am Südhang des Teutoburger Wald zugehörigen Kahlenbergs	Ja	
Bullerbachtal (Sennestadt)	an Wanderweg sowie teilweise am Bullerbach (Nebenfluss der Ems) gelegenes Gebiet im Bielefelder Stadtteil Sennestadt	Nein	
Heimat-Tierpark Olderdissen	über 450 heimische Tiere im Gebiet des Teutoburger Waldes sowie im Natur- und Geopark TERRA.vita	Ja	24-stündige Öffnung, kostenfreier Eintritt, Streichelwiese und Spielplatz
Kletterpark Bielefeld	Hochseilgarten in Waldparcours und Mastenanlage	Ja	
Kunsthalle (mit Skulpturenpark)	Museum und Ausstellungshaus für moderne und zeitgenössische Kunst sowie Außenparkbereich mit Kunstwerken	Ja	
NSG Rieselfelder Windel (Bielefeld-Senne)	Teil des Landschaftsgebiets „Feuchtsenne“, Vielfalt an Biotopen	Nein	
Obersee/Johannisbachaue	20 ha großer künstlich angelegter Stausee im Stadtteil Schildesche	Ja	Spielplatzbereich, Minigolfanlage, Kettcar-Verleih
Sparrenburg	restaurierte Festungsanlage auf dem 180 m hohen Sparrenberg gelegen mit Blick auf die Stadt	Ja	Führungen und Turmaufstieg möglich, Wahrzeichen der Stadt

Quelle: Ergebnisse Auftaktworkshop zur Wanderinfrastruktur, kein Anspruch auf Vollständigkeit

Abb. 44 Wege nach Priorisierung und Wanderziele in der kreisfreien Stadt Bielefeld



Quelle: DWV, Wanderziele auf Basis der Auftaktworkshops, 2018,, Stand der Wege vor Auswertung der Begehungsdaten (Detailmodifizierungen im Projektfortgang zu erwarten)

Wandergastgeber

Die kreisfreie Stadt Bielefeld bietet als Großstadt ein leistungsfähiges und breit gespanntes Angebot an Gastbetrieben, bisher gibt es drei „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“.

Für die geplanten touristisch relevanten Wege abseits des Teutokammes sind kaum spezialisierte Wandergastgeber vorhanden. Alternative Gastgeber und Versorgungspunkte sind verfügbar, aber auch da gibt es eine Konzentration auf das Stadtzentrum.

Stadttypisch sind die Möglichkeiten des Unterkommens und der Versorgung im zentralen Bereich sehr gut – auch für Wanderer. Derzeit sind bereits zwei Betriebe im Bereich Unterkunft und ein Betrieb im Bereich Gastronomie als „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ zertifiziert. Größere Versorgungslücken sind an den solitären Wegen außerhalb der innerstädtischen Gebiete zu erkennen.

Das Potenzial für weitere Qualitätsgastgeber in der kreisfreien **Stadt Bielefeld** erstreckt sich vor allem auf den stadtnahen Bereich sowie entlang des Hermannsweges. In der Peripherie (Nord/Süd) ist das Angebot an potenziellen Wandergastgebern deutlich dünner. Versorgungsengpässe müssen über alternative Angebote aufgefangen werden.

Verkehrliche Anbindung

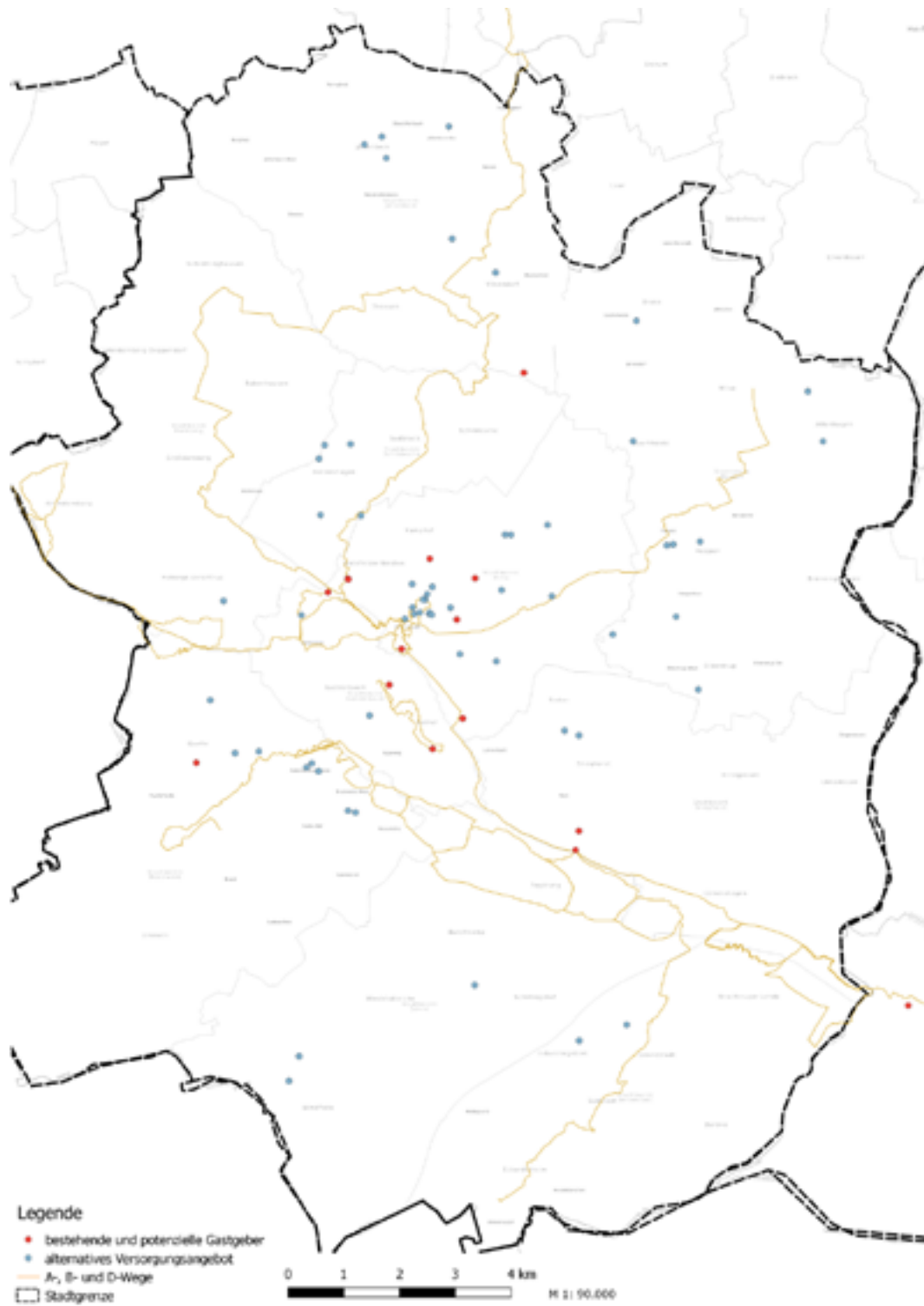
Die kreisfreie Stadt Bielefeld ist bestens ans Schienennetz angebunden und bietet sich als Einstieg in die Teuto-Wanderwelt für Bahnreisende an. Das Netz der Stadtbahnen und Busse erschließt die Wanderziele.

Das Verkehrsunternehmen moBiel hat Wandertipps ausgearbeitet und mit passender Bus- oder Bahnlinie und Faltblättern hinterlegt (www.mobiel.de/service/freizeittipps/).

Wandern im Online-Angebot

Die touristische Seite der Stadt Bielefeld (www.bielefeld.de/de/ti/) bietet die Angebotspalette einer Großstadt. Es ist angemessen, dass Wandern hier keinen Schwerpunkt bildet. Im Internetauftritt ist Wandern unter „Sport“ auf dritter Ebene sortiert und damit schwer auffindbar. Dort liefert der Stadtplan Informationen zu den Wanderwegen. Zum Hermannsweg ist ein direkter Link gesetzt, nicht aber zum TEUTO_Navigator.

Abb. 45 Wegenetz mit Qualitätsgastgebern (bestehende und potenzielle) sowie alternative Versorgungsangebote in der kreisfreien Stadt Bielefeld



Quelle: DWV, Stand der Qualitätsgastgeber September 2018, Stand der Wege vor Auswertung der Begehungsdaten (Detailmodifizierungen im Projektfortgang zu erwarten)

Abb. 46 SWOT Kreisfreie Stadt Bielefeld

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ■ Besonderheit „Wandergroßstadt“, Einstieg in Prädikatsweg vom ICE Bahnhof ■ sehr guter ÖPNV ■ umfangreiches Angebot der Großstadt: Kulinarik, POIs, Kultur & Natur, zahlreiche leistungsfähige Gastbetriebe ■ starker Vertrieb touristischer Angebote ■ Sparrenburg als starker Wander-POI ■ Bereitstellung eines Wander- und Tourismus-Info-Paketes für Gastgeber und Angebot einer touristischen Info-Veranstaltung für Personal der Qualitätsgastgeber-Betriebe ■ gute Versorgung an Wanderbedarf durch Outdoor-Fachgeschäfte 	<ul style="list-style-type: none"> ■ z.T. Wanderwege mit Fahrradweg-Charakter (Wegebreite, hoher Verbunddeckenanteil, reliefarm) ■ Wandern bisher nur in Ansätzen als Angebot und Stärke der Stadt genutzt, bisher v. a. Kurz- und Genusswandern ■ kaum potenzielle Qualitätsgastgeber in der Peripherie (Nord/Süd) → Versorgungsengpass ■ Konzentration der Top-Wanderwege auf die Kammregion - nur wenig profilierte Wanderangebote in der Fläche
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> ■ zahlreiche Möglichkeiten, Wanderangebote einzubinden und zu kombinieren, auch im MICE-Markt (z. B. Tagen und Wandern) ■ Planung von Gastro-/Eventbausteinen der Gastbetriebe, die gegenseitig gebucht werden können – Potenzial für Wandergastgebernnetzwerk ■ Ausbau von Stadtwanderungen 	<ul style="list-style-type: none"> ■ mögliche Nutzerkonflikte auf mehrfach genutzten Trassen im Stadtgebiet (z.B. in Parkanlagen)

5.3.2 Stadt Nieheim

Die Stadt Nieheim ist heilklimatischer Kurort und profiliert sich über die Alleinstellungsmerkmale „Käsetradition/regionale Spezialitäten“ (Käsemarkt, Westfalen Culinarium) und Holzbearbeitung (Nieheimer Holztage). Diese Qualität korrespondiert mit den „Echten Originalen“ des Kulturlandes. Dort ist Nieheim bisher allerdings nur mit Menne´s Schaukäserei vertreten.

Das Westfalen Culinarium beherbergt die Tourist-Information der Stadt Nieheim. Im Internet ist die Tourismus-Information Nieheim in die städtische Seite eingebunden. Es gibt einen Hinweis auf den TEUTO_Navigator mit einem etwas verborgenen, aber gut funktionierendem Link.

Wanderangebot, -potenziale

Wichtige Attraktion in der Stadt Nieheim ist das Westfalen Culinarium im historischen Stadtkern. Vier Museen zeigen die kulinarische Vielfalt Westfalens mit den Schwerpunkten Käse, Bier, Schinken und Brot. Damit setzt die Stadt Nieheim im Teutoburger Wald einen Akzent der Regionalität. Dieser ist jedoch im KulturlandGenuß („Echte Originale“) des Kreises nicht deutlich.

Ins Kulturland passt die Nieheimer Flechtheckenlandschaft, welche in der Liste immaterieller Kulturgüter NRW's aufgeführt und u. a. Gegenstand von Angeboten mit geführten Wanderungen ist.

Weitere Facette im Angebot der Stadt Nieheim ist „Kunst“. Leitprodukt ist der Nieheimer Kunstpfad, an dem mehrere Kunstobjekte sowohl Ziele als auch thematisches Profil bieten. Mittels des touristischen Internetauftritts wird der Schwerpunkt Kunst allerdings nicht ausgespielt.

Wanderinfrastruktur, Tourenangebot

Die Stadt Nieheim bietet ein breites Wanderangebot mit zahlreichen (thematischen) Routen, die im TEUTO_Navigator hinterlegt sind, u. a. vier Vitalwanderwege: den Erlebnispfad mit 18 Stationen, den Nieheimer Panoramaweg, den Nieheimer Milchweg und den Kulinarischen Spaziergang. Die bisher im TEUTO_Navigator dargestellten Wanderungen konzentrieren sich auf den Südosten der Stadt Nieheim. Der aus Sicht der Beteiligten wichtige Telegrafenbergweg ist bisher nicht im TEUTO_Navigator dargestellt.

Die Stadt Nieheim ist über den Friedrich-Wilhelm-Weber-Weg bis Bad Driburg Alhausen, Nieheim-Erwitzen und den Anette-v.Droste-Hülshoff-Weg an das benachbarte Bad Driburg angebunden. Dies gibt Anlass und Gelegenheit für ortsübergreifende Wanderangebote.

Beliebte und aussichtsreiche Wanderziele sind der Holstenturm auf dem Holster Berg, der 2012 eröffnete Lattbergturm bei Entrup, das Schloss Himmighausen sowie die Gaststätte zum Kukuk im Westen Nieheims. Der Kunstpfad mit Attraktionen und interaktiven Objekten wie der Windwiege gehört ebenso dazu sowie der Gutshof in Holzhausen als einer der wenigen erhaltenen und weiter betriebenen Hofanlagen.

Wandergastgeber

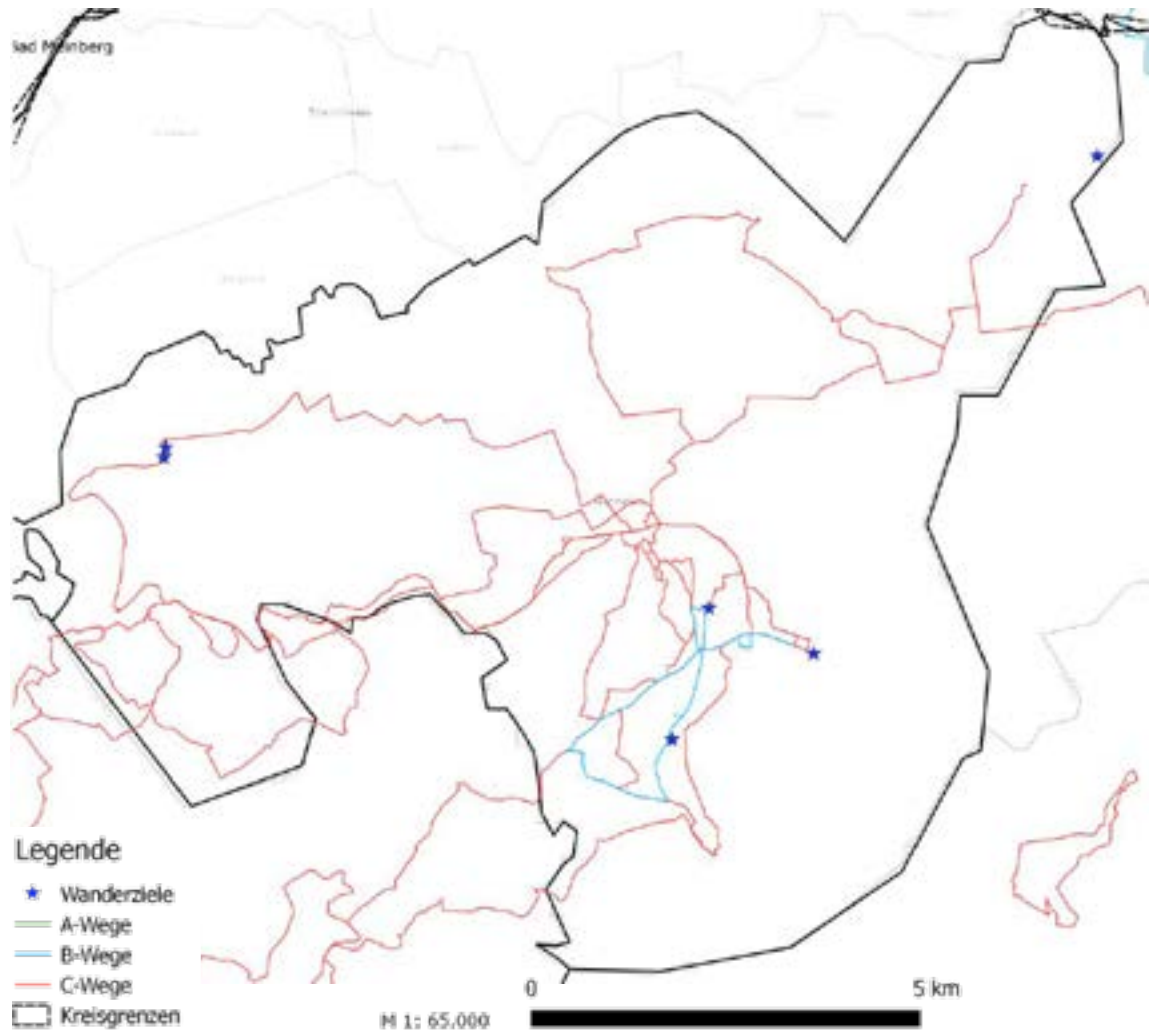
Aktuell gibt es in der Stadt Nieheim keine „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“. Mit der Zertifizierung des Kunstpfades und der Einrichtung/Weiterentwicklung weiterer touristisch relevanter Wege wird der Status als Wanderort im Teutoburger Wald gefestigt werden, der durch ein entsprechendes Angebot an Wandergastgebern komplettiert werden sollte.

Die Stadt Nieheim beherbergt zwei für die Beratung im Projekt priorisierte Gastgeber entlang der Wege (Parkhotel Nieheim und Landgasthaus Nolte). Da bei letzterem jedoch keine Klassifizierung vorhanden ist, muss das Erreichen der Mindestkriterien für Beherbergungsbetriebe ohne Klassifizierung überprüft werden (seit Oktober 2018 grundsätzlich möglich).

Es bestehen großflächige Lücken im gastronomischen Angebot am Wegenetz in der Stadt Nieheim. Die bestehenden Gastronomen öffnen erst zu den Abendstunden oder schließen in der Mittagszeit für bis zu drei Stunden den Betrieb. Dies gilt auch für den Kernbereich der Stadt Nieheim. Eine positive Ausnahme stellt das Westfalen Culinarium dar, das passend zur Wandersaison grob von Ostern bis Ende Oktober mittwochs bis sonntags von 10 bis 18 Uhr geöffnet hat. Auch am Wochenende besteht also die Möglichkeit, einen kleinen Mittagsimbiss oder eine Café-Einkehr mit hausgebackenem Kuchen zu genießen.

Die im Arbeitsprozess beteiligten Wanderexperten/Touristiker bewerten den Rückgang der Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe als zentrale Schwäche in der Stadt Nieheim. Die Bewirtung am Abend ist in der Stadt Nieheim gesichert. Für Wanderer, die mittags auch während der Wanderung einkehren möchten, fehlen mit der dargestellten Ausnahme entsprechende Angebote.

Abb. 47 Wege nach Priorisierung und Wanderziele in der Stadt Nieheim



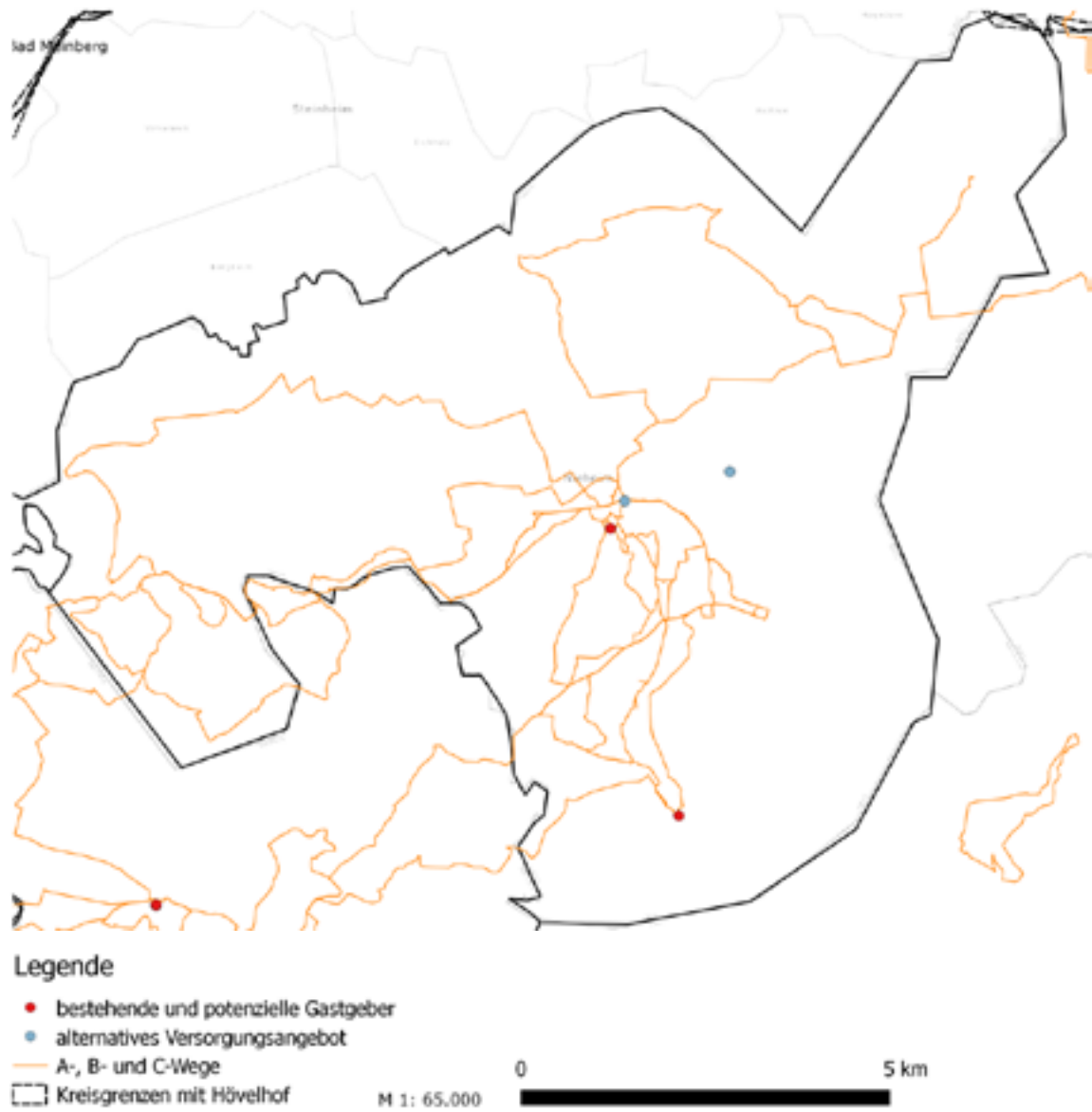
Quelle: DWV, Stand der Qualitätsgastgeber September 2018, Stand der Wege vor Begehung und Auswertung (lediglich als Orientierung)

Die nachfolgende Abbildung Abb. 23 zeigt zusätzlich zu den interessierten Betrieben und zertifizierten Qualitätsgastgebern mögliche Alternativangebote an Gastronomie.

Dieses Alternativangebot setzt sich unabhängig von ihrem Zertifizierungspotenzial aus Unterkünften, Schnellimbissen, Bäckereien und Cafés zusammen. Als alleiniges Kriterium wurde definiert, dass die alternativen Betriebe an drei Tagen mindestens von 13 bis 19 Uhr geöffnet haben und somit eine Einkehr der Wanderer ermöglichen.

Die im Folgenden dargestellten alternativen Versorgungsstellen haben keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Sie dienen vielmehr als Orientierung und Anregung.

Abb. 48 Wegenetz mit Qualitätsgastgebern sowie alternative Versorgungsangebote in der Stadt Nieheim



Quelle: DWV, Stand der Qualitätsgastgeber September 2018, Stand der Wege vor Auswertung der Begehungsdaten (Detailmodifizierungen im Projektfortgang zu erwarten)

Gesundheit & Wandern

Nieheim ist Heilklimatischer Kurort und verweist auf seine Vitalwanderwelt, allerdings (auf der Homepage der Stadt) ohne weitergehende Information und ohne Link auf die Vitalwanderwelt im Teutoburger Wald. Dort hat Nieheim einen eigenen Bereich (<https://vitalwanderwelt.teutoburgerwald.de/vitalwanderwelt/vitalwanderwelt-orte/nieheim.html>), in dem v. a. das Westfalen Culinarium und das kulinarische Angebot („Gesünder schlemmen“) heraus gestellt werden. Angesichts der Lücken im gastronomischen Angebot erscheint diese Positionierung zweifelhaft.

Verkehrliche Anbindung

Nieheim liegt abseits der Hauptverkehrsachsen (rd. 45 km Entfernung zu den Autobahnen A33, A44 und A2) und ist über die Bundesstraße 252 angebunden. Eine Bahn-anbindung existiert nicht. Nächste Bahnhöfe sind Sandebeck, Steinheim (Westfalen), Altenbeken und Brakel (Kreis Höxter).

Nieheim ist über das Weser-Egge-Busnetz angebunden. Die Anbindung ist lückenhaft, so wird die Verbindung nach Bad Driburg an Sonn- und Feiertagen nicht bedient.

Wandern im Online-Angebot

Die Internetseite (www.nieheim.de/Tourismus-Freizeit/) präsentiert „Wandern & Radfahren“ als Schwerpunkt, bleibt beim Anklicken allerdings sehr allgemein (keine konkreten Angebote/Vorschläge). Der TEUTO_Navigator wird empfohlen, der aktive Link ist etwas versteckt am Ende der Seite (nicht, wie zu erwarten, hinter dem auffälligen farbigen Button). Dieses Detail sollte geändert werden. Gut wiederum ist, dass der TEUTO_Navigator über den Link aus Nieheim direkt in das Gemeindegebiet routet.

Die Internetseite von Nieheim liefert weder eine Einbindung in den Kulturland Höxter noch in den Teutoburger Wald. Die Internetseite zur Nieheim Touristik erscheint im Vergleich (Benchmark: Bad Driburg) schwach. Hier besteht Handlungsbedarf.

SWOT Stadt Nieheim

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ■ Westfalen Culinarium als Museumsmeile (vielleicht besser: als Kulinarische Meile) ■ Käse und Bürgerbier als regionale Produkte ■ Veranstaltungen Käsemarkt, Holztage weit überregionaler Bekanntheit ■ Nähe Eggegebirge – Anknüpfung positives Wanderimage Hermannshöhen ■ Kunstpfad als profilierte B-Route ■ ... 	<ul style="list-style-type: none"> ■ wenige Gastbetriebe im Ort, die tagsüber geöffnet haben ■ Lücken im Verpflegungsangebot entlang der Wege/außerhalb der Orte - aktuelle Infos dazu wichtig für die individuelle Tourenplanung ■ geringe Beteiligung bei Zertifizierung als „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ ■ Profilierung Wandern wird im Internetauftritt nicht deutlich. Auch fehlen konkrete Angebote/Empfehlungen
Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> ■ Ausbau regionaler Spezialitäten „echte Originale“ ■ Kooperationsmöglichkeiten mit Rewemarkt in Sachen Versorgung ■ Anbindung/Verbindung Weserberglandweg – Eggeweg ■ dichtes und gut dokumentiertes Basiswegenetz ■ Profilierung von Nieheim als geografischen Mittelpunkt des Naturparks (Potential für Storytelling) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ negativer Trend bei der Anzahl gastronomischer Betriebe (oft keine Nachfrage in familiengeführten Betrieben) hoher Anteil an Ferienwohnungen (damit: kein Beitrag zur Versorgung unterwegs) ■ Stadt- und Wanderführungen sehr unterschiedlich besucht (Nachfrage schwer zu prognostizieren)

5.3.3 Bad Driburg

Bad Driburg positioniert sich als „bestes Heilbad in NRW“, Gesundheit und Heilung stehen im Mittelpunkt. Bad Driburg beherbergt zahlreiche Gastgewerbebetriebe, Kliniken und touristische Infrastruktur. Mit der Bad Driburger Touristik GmbH besteht im Ort eine leistungsfähige Tourismusmarketing-Agentur. Der Kur- und Verkehrsverein Bad Driburg e. V. tritt als Veranstalter von Pauschalen im Sinne des Reiserechts auf.

Wanderangebot, -potenziale

Wandern ist wichtiger Angebotsbestandteil und Gegenstand von Pauschalen. Die Bad Driburg Touristik bietet eigene Wanderpauschalen an, weitere Pauschalen bieten die Gastbetriebe. Unter dem Titel „Mein Wandertag - Unsere Vorschläge für Ihren perfekten Wandertag!“ bietet Bad Driburg eine enge Auswahl von 5 „besonderen Empfehlungen“ für Wanderaktivitäten an.

Der Ort ist Vorreiter in der Entwicklung attraktiver Wanderangebote im Kulturland Kreis Höxter. Das Wegenetz wurde überarbeitet, aktuell beschildert, markiert und möbliert. Bad Driburg hat als Klinikstandort Gesundheitskompetenz und mit der Therme ein attraktives Wellness-Angebot im Portfolio. Das benachbarte Eggegebirge ist von Bad Driburg sehr gut erreichbar. Die beliebten Externsteine sind über eine One-Way Wanderung erreichbar (rd. 20 km). Die Rückfahrt ist (mit Umstieg in Altenbeken) via Horn-Bad Meinberg möglich.

Bad Driburg ist gut mit dem Zug Richtung Altenbeken und Brakel angebunden, problematisch ist die Verbindung in Richtung der Hauptattraktionen Externsteine, Hermannsdenkmal und Silberbachtal. Das Transferangebot wird durch Taxidienste und Shuttle-Angebote der Gastbetriebe ergänzt.

Wanderinfrastruktur, Tourenangebot

Bad Driburg bietet zahlreiche Wanderrouten, hat den TEUTO_Navigator mustergültig in die Kommunikation eingebunden. Damit konkretisiert Bad Driburg seine Wanderrouen. Auch im Hinblick auf die Einbettung in den Teutoburger Wald erscheint Bad Driburg vorbildlich: Die PR (Print, Internet) präsentiert sich im Corporate Design des Teutoburger Waldes, der Internetauftritt unter bad-driburg.teutoburgerwald.de besteht ebenfalls mit Bezug zum Teutoburger Wald.

Mit dem Kaleidoskopweg bietet Bad Driburg einen zertifizierten Qualitätswanderweg mit den Kaleidoskopen als Alleinstellungsmerkmal. Insgesamt sind in Bad Driburg zwei Qualitätswege Wanderbares Deutschland, ein Top Trail (Eggeweg im Marketingverbund Hermannshöhen) und vier Vitalwanderwege aufzufinden. Bad Driburg bietet zwei GPS-Erlebnispfade mit allen Informationen in digitaler Form: Track, Informationstexte/Fotos sowie den Hörstationen („Erlesene Natur: Waldwelten“; „Auf gräflichen Spuren“) sowie den historischen Stadtrundgang (3 km) mit 13 Informationstafeln mit Informationen zu Besonderheiten der Stadtgeschichte und Quizfragen an jeder Station. Fünf Wassertretbecken sind rund um die Stadt und über Wanderwege erreichbar und sowohl als schöne Rastplätze wie auch für Kneipp-Anwendungen nutzbar.

Wandergastgeber

Aktuell gibt es in Bad Driburg fünf neu zertifizierte Betriebe (davon ein Betrieb nach Inhaberwechsel).

Die vorausgewählten potenziellen Gastgeber für die Beratungsleistung im Projekt, wie auch das Angebot von alternativen Versorgungspunkten, konzentrieren sich mit wenigen Ausnahmen auf das Kerngebiet von Bad Driburg.

Die Wander-Anbieter in Bad Driburg sehen spezifische Service-Mängel v. a. im Hinblick auf die Verpflegung der Gäste an den Wegen. Außerhalb des Ortes wird das Angebot als lückenhaft bewertet.

Insbesondere das gastronomische Angebot in fußläufiger Nähe zu den Hermannshöhen (Eggeweg) ist dünn (Bsp: „Eggekrug“ öffnet nur am Wochenende). Durch Lage, Aussicht und Angebot hat das Café und Restaurant Sachsenklause auf der Iburg mit einer Entfernung von ca. 850 m Luftlinie das größte Potenzial zur Versorgung der Eggeweg-Wanderer.

5.3.4 Bad Salzuflen

Bad Salzuflen ist Thermal-Heilbad und seit 2013 Kneipp-Kurort. Die Stadt beherbergt zahlreiche Gastgewerbebetriebe, Kliniken und touristische Infrastruktur. Die Themen Gesundheit, Natur und Erholung spielen hier eine tragende Rolle. Das Tourismusmarketing liegt in der Hand der Staatsbad Salzuflen GmbH, welche auch die Aufgabe der Tourist-Information übernimmt. Die GmbH tritt als Veranstalter im Sinne des Reiserrechtes auf. Das Paket „Atmen XXL“ bildet aktuell die einzige Pauschale mit Wanderbezug.

Wahrzeichen der Stadt sind die Gradierwerke. Besonderheit ist die Erlebniswelt „Hortus Vitalis“, einer der größten Irrgärten Europas.

Der Bahnhof ist weit vom Ortskern entfernt und auch die Busse fahren nur selten. Es gibt einen Stadtbus, der stündlich abfährt und von Wanderern genutzt werden kann. Dieser ist auch an den Wochenenden verfügbar, an Sonntagen allerdings nur von 14 bis 18 Uhr.

Die im Projekt beteiligten örtlichen Touristiker bewerten das ÖPNV-Angebot in Bad Salzuflen als schwach. Die Busse fahren selten und der Bahnhof ist weit vom Ortskern entfernt. Zahlreiche Betriebe bieten Transfer- und Shuttle-Dienste.

Die Präsentation des Tourismus-Angebotes im Internet erscheint zeitgemäß. Die touristische Darstellung liefert jedoch weder Bezüge auf den Teutoburger Wald noch auf das Land des Hermann.

Wanderangebot, -potenziale

Bad Salzuflen bietet mit seinen heilsamen Solequellen und der Gesundheitsorientierung eingebettet in den Teutoburger Wald gute Voraussetzungen für den Wandertourismus. Im Mittelpunkt des Angebotes stehen Gesundheit, Kur und Wellness/Verwöhnen. Wandern wird als Teil des Freizeitangebotes herausgestellt.

Der TEUTO_Navigator ist als Link eingebettet, allerdings nicht als komfortabler Deeplink. Verlinkt wird auf die Startseite, von dort muss zunächst nach Bad Salzuflen navigiert werden.

Wanderinfrastruktur, Tourenangebot

Bad Salzuflen bietet zehn Wanderungen sowie in Zusammenarbeit mit dem Naturpark Teutoburger Wald/Eggegebirge einen barrierefreien Wanderweg. Bad Salzuflen liegt am Hansaweg X9 (Qualitätsweg Wanderbares Deutschland) und Salzweg. Im Rahmen der Umstrukturierungen des Hauptwanderwegenetzes des Teutoburger Wald Verbandes wurde der Karl-Bachler-Weg X4 gestrichen. In Planung ist ein neuer Qualitätsweg Wanderbares Deutschland, der den Kurpark mit seinen Salinen, das Wildgehege und die Ausflugsgastronomie „Bergrestaurant Hollenstein“ anschließen soll. Zudem sind zwei Wege der VitalWanderWelt Bestandteil eines Angebotes „für eine gesündere Lebensweise und gegen Übergewicht“.

Eine umfangreiche Wegerestrukturierung steht für Bad Salzuflen im Rahmen der Zertifizierung des Kreises Lippe zur „Qualitätsregion Wanderbares Deutschland“ bis 2022 noch aus.

Wandergastgeber

Aktuell gibt es in Bad Salzuflen zwei neu zertifizierte Betriebe. Ein weiterer Betrieb ist für eine Beratung vorgesehen (Ferienwohnung Schulte).

Die Qualitätsgastgeber sowie potenziellen Gastgeber konzentrieren sich bislang auf den Kernbereich in Bad Salzuflen und offerieren dort ein gutes Angebot. Das alternative Versorgungsangebot ergänzt dieses, trotz alledem besteht insbesondere im Osten angrenzend an Lemgo und im Süden angrenzend an Lage und Leopoldshöhe weiterer Bedarf an Gastgebern.

Ein hoher Bedarf besteht des Weiteren insbesondere in der Verbesserung der Verpflegungsmöglichkeiten entlang der Wege, da bislang kein Gastronomiebetrieb als Qualitätsgastgeber zertifiziert ist.

5.3.5 Barntrup

Barntrup liegt im Osten des Kreises Lippe im Naturpark Teutoburger Wald/Eggegebirge. Das Übernachtungsangebot ist mit vier Pensionen, einem Campingplatz und einigen Ferienwohnungen überschaubar.

Die beteiligten Touristiker berichten über Schwächen in der gastronomischen Versorgung. Restaurants und Cafés haben aufgrund zu geringer Nachfrage oft geschlossen. Auf den Dörfern erscheine das Angebot mangelhaft.

Das Tourismusmarketing liegt in der Hand der Stadt. Die Präsentation des Tourismus-Angebotes im Internet erscheint nicht zeitgemäß. Die touristische Darstellung liefert weder Bezüge auf den Teutoburger Wald noch auf das Land des Hermann. Ein Link auf den TEUTO_Navigator ist nicht auffindbar.

Barntrup-Alverdissen ist über eine touristische Draisinenstrecke mit Rinteln verbunden.

Wanderangebot, -potenziale

Barntrup ist bisher kein typischer Wanderort im Kreis Lippe. Die im Internet hinterlegte Wanderkarte und die Präsentation des Wanderangebotes sind nicht zeitgemäß. Der TEUTO_Navigator ist nicht in die Internetseite eingebunden.

Die hügelige Landschaft um Barntrup bietet gute Voraussetzungen zum Wandern. Eine Besonderheit bildet der Kunstpfad Barntrup im südlichen Stadtgebiet.

Wanderinfrastruktur, Tourenangebot

Südlich von Barntrup verläuft die Etappe 8 des 146 km langen Fernwanderwegs „Weg der Blicke“ (bereits mit Wegweisung ausgestattet, jedoch nicht nach dem Konzept Zukunftsfit). Der 92 km lange Burgensteig ergänzt das Angebot an Fernwanderwegen. Barntrup bietet eine kleine, eigenständige Palette von kurzen Rundwanderwegen, die nach Tieren benannt wurden. Ebenso tangiert die Westschleife des Pilgerweges Lippe als zu beschildernder Weg im Projekt Zukunftsfit Wandern das Stadtgebiet (Beschilderung im Pilotgebiet erfolgte bereits).

Eine umfangreiche Wegerestrukturierung steht für Barntrup im Rahmen der Zertifizierung des Kreises Lippe zur „Qualitätsregion Wanderbares Deutschland“ bis 2022 noch aus.

Wandergastgeber

Aktuell gibt es in Barntrop einen zertifizierten Betrieb. Für eine Beratung ist derzeit kein weiterer Betrieb vorgesehen. Sowohl der zertifizierte Betrieb als auch die alternativen Versorgungsmöglichkeiten befinden sich im Stadtkern von Barntrop, sodass hier die Versorgung gewährleistet ist.

In den restlichen Ortsteilen Alverdissen, Selbeck, Sommersell und Sonneborn ist das Gastronomieangebot hingegen ausbaufähig. Beispielsweise befindet sich keine Versorgungsmöglichkeit mit annehmbaren Öffnungszeiten entlang des Hansawegs, welcher angrenzend ans Extertal auf rd. 10 km an der Stadtgrenze verläuft. Die bestehenden Gastronomen öffnen erst zu den Abendstunden oder schließen in der Mittagszeit für bis zu drei Stunden den Betrieb.

5.3.6 Blomberg

Die „Oberstadt“ von Blomberg als geschlossene historische Fachwerkstadt mit schmalen Gassen wird von einer Burgmauer umgeben und erscheint touristisch sehr attraktiv. Die auf Ursprünge aus dem 13. Jahrhundert zurückgehende Burg Blomberg wird heute als Hotel genutzt. Blomberg beherbergt zwei weitere Hotels, ein Appartementshotel und zahlreiche Ferienwohnungen.

Besonderheiten von Blomberg sind der historische Weinberg und der Segelflugplatz mit touristischem Angebot.

Das Tourismusmarketing liegt in der Hand des Blomberg Marketing e. V. Der Verein tritt nicht als Reiseveranstalter auf. Der Internetauftritt ist informativ und zeitgemäß. Verweise auf den Teutoburger Wald unterbleiben weitgehend. Blomberg ordnet sich der Destination Land des Hermann zu. Blomberg bietet seinen touristischen Internetauftritt auch in niederländischer Sprache an.

Der TEUTO_Navigator ist als Link eingebettet, allerdings nicht als komfortabler Deeplink in das Angebot von Blomberg, verlinkt wird auf die Startseite.

Die beteiligten Touristiker berichten über Schwächen in der gastronomischen Versorgung. Restaurants und Cafés haben aufgrund zu geringer Nachfrage oft geschlossen. Auf den Dörfern erscheine das Angebot mangelhaft.

Wanderangebot, -potenziale

Den Aussagen der beteiligten Touristiker zufolge sind Angebot und Nachfrage der Blomberg Touristik bisher nicht auf Wandern als Schwerpunktthema ausgerichtet. Der Leitbetrieb Burg Blomberg sowie weitere Betriebe berichten über Business-, Wellness- und viele niederländische Gäste. Wandergäste sind bisher eher selten.

Wanderinfrastruktur, Tourenangebot

Blomberg bietet dem Gast ein Portfolio von Wanderwegen und Verweise auf die „Wanderwege der Region“: Hermannshöhen und Hansaweg. Blomberg ist Station beider Rundtouren von „Pilgern in Lippe“ (West- und Ostschleife) und hat Pilgertradition. Der Nelkenweg ergänzt das Wanderangebot als Rundweg. Der TV Blomberg bietet geführte Wanderungen an.

Ein neuer Hauptwanderweg des Teutoburger Wald Verbandes ist von Lemgo kommend geplant.

Eine umfangreiche Wegerestrukturierung steht für Blomberg im Rahmen der Zertifizierung des Kreises Lippe zur „Qualitätsregion Wanderbares Deutschland“ bis 2022 noch aus.

Wandergastgeber

In Blomberg gibt es aktuell keinen zertifizierten Qualitätsgastgeber. Ein Betrieb (Burghotel Blomberg) ist für eine Beratung vorgemerkt. Die Recherche und Analyse von alternativen Versorgungsmöglichkeiten ergibt neun zusätzliche gastronomische Betriebe. Diese konzentrieren sich auf die Stadtteile Blomberg und Istrup.

Die aktuelle Verpflegungssituation entlang der Wege wird dem insbesondere im Osten und Süden ausgeprägten Wegenetz nicht gerecht. Wegeabschnitte weisen in einem Umkreis von 500 m bis zu 14 km lang keine Versorgungsmöglichkeit mit annehmbaren Öffnungszeiten auf, sodass hier Optimierungsbedarf besteht.

5.3.7 Borgholzhausen

Borgholzhausen bildet einen Schwerpunkt des Wanderangebotes im Kreis Gütersloh. Die überregionalen Wanderwege Hermannshöhen und der Weg für Genießer verlaufen durch Borgholzhausen. Die Lage von Borgholzhausen unmittelbar am Teutoburger Wald qualifiziert den Wanderstandort. Die Stadt ist zwar nicht als Etappenstandort des Hermannsweges ausgewiesen¹⁵, bietet aber die Möglichkeit und ist über den Bahnhof als Start- oder Zielpunkt geeignet. Der Bahnhof liegt rd. 3,5 km außerhalb der Ortsmitte und ist über den Pium-Bus mit dem Ortskern von Borgholzhausen verbunden. Die Beherbergungsbetriebe bieten kostenfreie Transferangebote zum Bahnhof und zu Bushaltestellen an.

Das Tourismusmarketing liegt in der Hand der Stadt. Im Internet ist die Tourismus-Information in die städtische Seite eingebunden. Die Verfasser bewerten den Auftritt als „nicht zeitgemäß“. Gleichwohl ist der TEUTO_Navigator per Link unmittelbar eingebunden, eine gute Lösung. Noch besser wäre die volle Integration (Best Practice Bad Driburg).

Sehr gut gelungen ist die Verlinkung der einzelnen Wanderangebote per Deeplink auf den TEUTO_Navigator (siehe www.borgholzhausen.de/sv_borgholzhausen/Tourismus/Freizeitangebote/Wandern/%C3%96rtliche%20Rundwanderwege/).

Wanderangebot, -potenziale

Mit Burg Ravensberg beherbergt Borgholzhausen ein attraktives Wander- und Ausflugsziel (auf den Hermannshöhen, damit gut angebunden). Der Trägerverein hält dort ein Restaurant offen (aufgrund schwacher Nachfrage kein nachhaltig gesichertes Angebot). Jährlich wird dort ein Mittelalter-Fest angeboten. Die Wasserschlösser Brincke und Holtfeld bilden weitere Attraktionen der Stadt und Zielpunkte von Wanderungen.

¹⁵ Quelle: /hermannshoehen.teutoburgerwald.de/wandern/die-etappen/

Wichtiges Wander- und Ausflugsziel ist der Luisenturm: Gastronomiebetrieb auf den Hermannshöhen, damit gut angebunden am Aussichtsturm.

Mit der Sommerakademie veranstaltet der Verkehrsverein Borgholzhausen e.V. ein erfolgreiches Kunst-Projekt (Seminar-Angebot für Freizeitkünstler). Dies könnte in ein Wanderangebot eingebunden werden.

Borgholzhausen hat als „Lebkuchenstadt“ ein Alleinstellungsmerkmal. Grundlage ist die traditionsreiche Lebkuchenproduktion der örtlichen Bäckerei von Ravensberg. Dort wurde bereits ein „Wanderlebkuchen“ entwickelt, weitere Produkte erscheinen möglich. Lebkuchen werden im Ort angeboten. Das Ladencafé Schulze/von Ravensberg ist täglich geöffnet.

Wanderinfrastruktur, Tourenangebot

Neben den Hermannshöhen und dem Weg für Genießer stellt Borgholzhausen mit zahlreichen Rundwanderwegen einen Wanderschwerpunkt im Kreis Gütersloh dar. 2019 sollen zwei Wege (Burg Ravensberg Weg und Luisenturm Weg) zertifiziert werden. Zudem werden zwei Erlebnisstationen am Wegesrand geplant.

Wandergastgeber

Die Bewirtung am Abend ist in Borgholzhausen gesichert. Auf den Hermannshöhen bieten Luisenturm und Burg Ravensberg auch tagsüber Verpflegung vor den Toren der Stadt an. Richtung Bad Iburg wird von einer „Durststrecke“ berichtet. In der Peripherie ist das Angebot ebenfalls eingeschränkt. Die im Arbeitsprozess beteiligten Wanderexperten/Touristiker bewerten das Angebot für Wanderer, die mittags auch während einer Wanderung außerhalb des Ortskernes einkehren möchten, als lückenhaft.

Borgholzhausen verfügt weder über Unterkunftsbetriebe noch Gastronomiebetriebe mit dem Zertifikat „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“. Dem Anspruch als Etappenort der Hermannshöhen und des Weges für Genießer wird dieser Umstand aktuell nicht gerecht.

Auch darüber hinaus gehend bietet Borgholzhausen nur wenige Quartiere: ein Hotel, einen Landgasthof, eine Pension und Ferienwohnungen. Geplant sind Zertifizierungen als Wandergastgeber beim Ladencafé Schulze, Landgasthof Potthoff und der Ferienwohnung "Gästehaus bei Veronica".

5.3.8 Horn-Bad Meinberg

Als „Heilgarten Deutschlands“ und mit dem größten Ashram außerhalb Indiens bietet Horn-Bad Meinberg Alleinstellung im Bereich Gesundheit. Die Ortslagen beherbergen zahlreiche Gastgewerbebetriebe, Kliniken und touristische Infrastruktur.

Die im Projekt beteiligten Touristiker berichten über ein gutes Verpflegungsangebot in den Ortslagen, auf einzelnen Routen erscheint dies jedoch unzureichend. Auf längeren Wanderetappen (außerhalb der Gemarkung) gibt es nur wenige Einkehrmöglichkeiten und Versorgungsengpässe. Die Ruhetage der Gastronomie sind schlecht abgestimmt.

Das Tourismusmarketing liegt in der Hand der GesUndTourismus Horn-Bad Meinberg GmbH. Diese bietet Pauschalen und Programme im Sinne des Veranstalterrechts an.

Der Internetauftritt ist informativ und zeitgemäß. Horn-Bad Meinberg ordnet sich der Destination „Land des Hermann“ zu. Der Teutoburger Wald wird als Partner genannt.

Horn-Bad Meinberg bietet seinen touristischen Internetauftritt auch in englischer und niederländischer Sprache an.

Wanderangebot, -potenziale

Die beteiligten Touristiker verweisen auf das aktuell starke Wanderangebot in Horn-Bad Meinberg, u. a. dargestellt in der „Wanderfibel“. Die nahegelegenen Externsteine werden als herausragendes Wanderziel bewertet.

Das westlich an das Stadtgebiet angrenzende Eggegebirge bietet attraktive Wandermöglichkeiten, die Ortslagen von Horn und Bad Meinberg sind über einen Zugangsweg angeschlossen.

Attraktive Wanderpauschalen sind vorhanden, werden jedoch nur mit geringem Erfolg verkauft („Yoga – Moor – Externsteine“, „Römer-Ritter-Riten“). Die KinderErlebniswelt Natur „Auf Entdeckertour – vom Hermann bis zur Velmerstot“ bietet ein profiliertes Wanderangebot für Kinder. Gleichwohl bilden Familien mit kleinen Kindern keine Kernzielgruppe von Horn-Bad Meinberg.

Der TEUTO_Navigator ist als Deeplink eingebettet, der Klick leitet unmittelbar in das umgebende Wandergebiet.

Wanderinfrastruktur, Tourenangebot

Im Rahmen des Projektteils Infrastruktur ist die Bärensteinroute als kurzer Qualitätsweg Wanderbares Deutschland zertifiziert worden. Zudem gibt es mit dem Silberbachpfad, dem A3 Norderteich, dem Rundweg Horn-Bad Meinberg und drei Wanderwegen aus der VitalWanderWelt zusätzliche attraktive Angebote mit Wegweisern nach dem neuen Wegweisungskonzept.

Wandergastgeber

Aktuell gibt es in Horn-Bad Meinberg zwei zertifizierte Betriebe. Neun weitere sind für eine Beratung vorgesehen. Die zertifizierten und potenziellen Betriebe sind Unterkunftsbetriebe, teilweise mit einer angeschlossenen gastronomischen Versorgung. Bislang konzentrieren sich die Betriebe auf die Ortsteile Bad Meinberg, Horn und Holzhausen-Externsteine. Durch alternative Versorgungsmöglichkeiten wird das Angebot insbesondere in Horn ergänzt. Im Zentrum sowie nördlich und westlich davon ist die Abdeckung des Wegenetzes weitestgehend gegeben.

Allgemein gibt es somit ein großes Potenzial in Horn-Bad Meinberg. Zukünftig ist jedoch auf die Abdeckung des Wegenetzes mit gastronomischen Versorgungsmöglichkeiten in den südlichen Ortsteilen Leopoldstal, Veldrom und Kempen zu achten. Hier verlaufen etablierte Wege wie der Eggeweg, Hermannsweg und die Velmerstotroute

5.3.9 Lügde

Lügde liegt im Osten des Kreises Lippe. Die Stadt bietet einen historischen Ortskern mit Stadtmauer. Lügde beherbergt sieben Hotels, drei Pensionen und zahlreiche Ferienwohnungen und ist als Fairtrade-Stadt zertifiziert.

Lügde pflegt die Erinnerung an örtliche Sagen und Mythen. Dazu werden Führungen angeboten; Geschichten werden an Stationen beschrieben. Zu Ostern werden brennende Osterräder einen Berg herunter gerollt.

Das Tourismusmarketing liegt in der Hand der Stadt. Im Internet ist die Tourismus-Information in die städtische Seite eingebunden. Die Präsentation des Tourismusangebotes im Internet ist nicht zeitgemäß. Die touristische Darstellung liefert weder Bezüge auf den Teutoburger Wald noch auf das Land des Hermann.

Der TEUTO_Navigator ist als Deeplink eingebettet, per Klick wird der Webseitenbesucher unmittelbar in das Wandergebiet Köterberg geleitet.

Wanderangebot, -potenziale

Lügde verfügt über eine ausgezeichnete Anbindung an die S-Bahn Hannover/Hamelnd – Paderborn und ist daher für Tagesausflüge besonders gut geeignet. Lügde pflegt sein Wanderangebot gemeinsam mit dem benachbarten Schieder-Schwalenberg. So besteht Anschluss an den Schiedersee, Schloss Schieder, den Naturparktrail und das Kinder-/Familienangebot des Fantastico Schieder.

Wanderinfrastruktur, Tourenangebot

Lügde stellt Wandern als Angebotsschwerpunkt heraus und bietet zahlreiche örtliche Themenwege mit Anschluss an den X8 (Emmerweg), X 18 und X 19. Der Niedersachsenweg als C-Weg im Projekt Zukunftsfit verläuft ebenfalls durch das Stadtgebiet. Der Themenwanderweg BlickWinkel sowie der GPS-Erlebnispfad „Sagenhaftes Lügde“ ergänzen das Wanderangebot. Der Lügder Mythenweg (Rundweg von 5,1 km) ist über einen 4,4 km Zuweg an Lügde und den S-Bahnhof angeschlossen.

Der Köterberg als höchste Erhebung des Kreises Lippe ist ein beliebtes Ausflugsziel mit Gastronomie und hohem Wandererlebnenswert. Allerdings sind die hier angebotenen Wanderrouten mit 3, 3,8 und 4,1 km sehr kurz.

Die Touristiker berichten von einem Interesse der Gäste nach längeren Tagestouren (rd. 15-20 km), das Lügde bisher nur mit dem Naturparktrail bedienen kann. Die Entwicklung längerer Routen erscheint daher erforderlich.

Die Wegerestrukturierung für Lügde ist im Rahmen der Zertifizierung des Kreises Lippe zur „Qualitätsregion Wanderbares Deutschland“ bis 2022 geplant.

Wandergastgeber

Aktuell gibt es in Lügde zwei zertifizierte Betriebe. Ein weiterer ist für eine Beratung vorgesehen. Weitere potenzielle Gastgeber sowie alternative Versorgungsmöglichkeiten ergänzen das gastronomische Angebot. Die Betriebe sind auf den nördlichen Bereich im Ortsteil Lügde sowie auf die Ortsteile Elbrinxen und Sabbenhausen konzentriert. Zwischen diesen Schwerpunkten sowie im süd-westlichen Bereich gibt es keine Versorgungsmöglichkeiten mit wanderfreundlichen Öffnungszeiten.

5.3.10 Porta Westfalica

Die Qualität des Wanderortes Porta Westfalica ist v. a. durch seine Lage am Wiehengebirge (Etappenort auf dem traditionsreichen Wittekindsweg Osnabrück-Porta Westfalica und Brücke zum Weserbergland mit dem Weserberglandweg) bestimmt.

Porta Westfalica ist mit einem Bahnhof im Ort an das DB-Netz angebunden.

Porta Westfalica hat sich dem Touristikzentrum Westliches Weserbergland (Schwerpunkt in Niedersachsen) angeschlossen und das Tourismusmarketing an diesen Zweckverband übertragen. Dieser tritt als Reiseveranstalter auf, organisiert und verkauft Pauschalangebote. Die Produkte werden dem Weserbergland zugeordnet. Ein Hinweis bzw. die Zuordnung zum Teutoburger Wald fehlen, der TEUTO_Navigator wird nicht eingebunden.

Die Internetseite der Region ist zeitgemäß, attraktiv und informativ. Die Kommunikation ist klar auf die Destination Weserbergland zugeschnitten. Hinweise auf den Teutoburger Wald werden nicht gegeben.

Das Kaiser-Wilhelm-Denkmal ist Wahrzeichen der Stadt mit hohem Bekanntheitsgrad. Es wurde gerade aufwändig restauriert und im Frühsommer 2018 wieder eröffnet. Im Ringsockel des Denkmals befinden sich nun ein Restaurant und ein Besucherzentrum mit Panorama-Fenstern. Dort erhalten die Besucher Informationen zur wechselvollen Vergangenheit des Berges - von der Römerzeit in Germanien über Preußens Pathos bis zum Elend der Zwangsarbeiter während des Zweiten Weltkriegs in den Stollen direkt unter dem Monument.

Weitere Attraktionen sind die Aussichtskanzel am Fernsehturm, Wittekindsburg (archäologische Ausgrabung; Ausflugsgastronomie gleichen Namens mit hervorragender Aussicht in der Nähe, i.d.R. am Wochenende geöffnet) und der im südlichen Stadtgebiet gelegene „Große Weserbogen“ mit Strandbad, Badesee, Wassersport und Fähranbindung (für Fußgänger und Radfahrer) nach Bad Oeynhausen. Auf der Weser besteht die Möglichkeit zu paddeln. Die Weiße Flotte bietet sporadisch Flußfahrten an. Das Besucherbergwerk und Museum Kleinenbremen gibt Einblicke in die ehemalige Eisenerzgrube Wohlverwahrt.

Der klaren Zuordnung zum Weserbergland entsprechend besteht kein Hinweis und folgerichtig auch kein Link auf den Teutoburger Wald_Navigator.

Die oben genannten Attraktionen (mit Ausnahme des Kaiser-Wilhelm-Denkmals) fehlen als Ausflugsziele im TEUTO_Navigator.

Wanderangebot, -potenziale

Das Wanderangebot Porta Westfalicas wird v. a. durch das Wanderangebot auf dem Wiehengebirgskamm bestimmt.

Einen ausgesprochenen Schwerpunkt Porta Westfalicas bildet das Angebot von 20 (!) zertifizierten Natur- und Landschaftsführern für unterschiedliche Zielgruppen (Familien, Kinder, Menschen mit Handicap, Gäste aus dem Ausland, Schulklassen). Schwerpunktthemen der Führungen bilden Geografie, Geologie, Historie, Kaiser-Wilhelm-Denkmal, Natur- und Heimatkunde und Kräuter- und Wildpflanzenführungen. Dieses Angebot wird u. a. durch das Touristikzentrum Westliches Weserbergland vertrieben.

Das vorgelagerte Fahrradangebot entlang des Weserradweges ermöglicht Ergänzungen des Wanderangebotes.

Wanderinfrastruktur, Tourenangebot

Porta Westfalica ist Start- bzw. Zielpunkt des Weserberglandwegs¹⁶ und des Wittekindswegs. Darüber hinaus führt der Sigwardsweg (Pilgerweg) durch Porta Westfalica. Der Dr.-Eduard-Braun-Weg erschließt das Wesergebirge östlich der Porta Westfalica bis zum Besucherbergwerk Kleinenbremen. Zusätzlich lässt Porta Westfalica alle gekennzeichneten A-Wege im Stadtgebiet mit Zielwegweisung versehen.

Wandergastgeber

Porta Westfalica verfügt aktuell weder über Unterkunftsbetriebe noch Gastronomiebetriebe mit dem Zertifikat „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“.

Das spiegelt nicht die wandertouristische Bedeutung des Ortes als Tor zum Wiehen- und Wesergebirge mit Start-/Endpunkten von Wittekindsweg und Weserberglandweg wider.

Das Potenzial für Qualitätsgastgeber wird mit vier Betrieben, die größtenteils direkt am Wegenetz liegen, als gut bewertet.

Weitere Gastgeber ohne speziellen Wanderbezug ergänzen das Versorgungsangebot. Mehrere der alternativen Gastgeber/Versorgungspunkte liegen am (geplanten) Wegenetz. Insgesamt ist das Versorgungsangebot nahe des Weserdurchbruchs an den Köpfen der Gebirgszüge als gut zu bewerten, entlang der Wege gibt es allerdings Lücken.

5.3.11 Preußisch Oldendorf

Im Mittelpunkt des touristischen Angebotes stehen das Heilbad Bad Holzhausen (Klinik-Standort und Schwerpunkt des Gastgewerbe-Angebotes) und die staatlich anerkannten Luftkurorte Preußisch Oldendorf und Börninghausen.

Bad Holzhausen beherbergt den Sitz des kommunalen Tourismusmarketings (im attraktiven ehemaligen Gutshaus im Kurpark). Das „Touristik-Büro“ tritt nicht als Reiseveranstalter auf, sondern vermittelt Pauschalen der Leistungsträger.

Die Internetseite liefert konkrete Hinweise auf ausgewählte Wanderrouten und einen direkten Link auf den TEUTO_Navigator, aber keine erkennbaren Bezüge zum Teutoburger Wald.

Wanderangebot, -potenziale

Die Qualität des Wanderortes Preußisch Oldendorf ist v. a. durch seine Lage am Wiehengebirge (Etappenort auf dem traditionsreichen Wittekindsweg Osnabrück-Porta Westfalica) und am schönen Eggetal bestimmt. Bad Holzhausen (Bahnhof im Ort) ist an das DB-Netz angeschlossen.

Die Wanderpauschalen (der Betriebe, die kommunale Touristik-Stelle tritt nicht als Veranstalter auf) beziehen sich ausschließlich auf Gesundheits-Wandern.

¹⁶ Der Weserberglandweg wird vom Touristikzentrum Westliches Weserbergland und vom Weserbergland-Tourismus e.V. vermarktet

Wichtige Attraktionen und Wanderziele bilden Burg Limberg (mit Hotel-Restaurant Forsthaus Limberg) und der Grüne Teich (Einkehr/Gastbetrieb).

Die vorgelagerte „Fahrradlandschaft“ in der nördlich gelegenen norddeutschen Tiefebene bildet einen attraktiven Kontrast und Möglichkeiten der Ergänzung des Wanderangebotes (u. a. Mühlenlandschaft, Herrenhäuser, Deutsches Automatenmuseum im Schloß Benkhausen).

Wanderinfrastruktur, Tourenangebot

Preußisch Oldendorf bietet ein breites Wanderangebot mit zahlreichen thematischen Routen, die im TEUTO_Navigator hinterlegt sind, u. a. Eggetaler Panorama Rundweg, Limberg-Nonnenstein-Weg, Kurwanderweg und vier Vitalwanderwege. Das Wegenetz ist entsprechend dicht mit zahlreichen Parallelverläufen. Flankierend zum eigentlichen Wanderangebot findet der Wanderer interessante Zusatzangebote wie den großen Barfußpfad in Bad Holzhausen vor.

Wandergastgeber

Preußisch-Oldendorf hat keine „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“, weder bei Unterkunfts- noch bei Gastronomiebetrieben. Dies entspricht nicht dem umfangreichen Wegeangebot, mit dem Preußisch-Oldendorf allgemein, speziell im Ortsteil Börninghausen, sehr dicht mit Zuwegen und Touren am Nordhang des Wiehengebirges ausgestattet ist.

Nur drei potenzielle Gastgeber für eine Qualifikation als Wandergastgeber erscheinen im Vergleich zum umfassenden Wegeangebot zu wenig.

Das gastronomische Angebot und die Versorgungssituation entlang der Wanderwege in Preußisch Oldendorf ist außerhalb der Ortslage von Bad Holzhausen sehr lückenhaft. Die Öffnungszeiten der bestehenden Anbieter (viele öffnen erst zu den Abendstunden oder schließen nachmittags) werden als nicht wanderfreundlich bewertet.

5.3.12 Schieder-Schwalenberg

Schieder-Schwalenberg liegt im Osten des Kreises Lippe im Naturpark Teutoburger Wald/Eggegebirge. Der Fachwerkkort unter der Burg präsentiert sich ausgesprochen malerisch – auch im Sinne des Wortes: Kunst und Malerei haben hier Tradition, viele Häuser sind kunstvoll bemalt, es gibt Galerien, eine Sommerakademie und ein Kreativangebot.

Kunst & Kultur bilden die Schwerpunktthemen der Künstlerstadt Schieder-Schwalenberg. Die im Projekt beteiligten Touristiker bewerten dieses Thema als in der Region einmalig und als Alleinstellungsmerkmal für Schieder-Schwalenberg. Der dänische Reiseveranstalter Novasol bietet Kreativkurse in Schieder-Schwalenberg an.

Der Ort beherbergt sechs Hotels, sechs Pensionen und 44 Ferienwohnungen.

Teil des kulturellen Angebotes ist das örtliche Bier, gebraut durch den "Schwalenberger Brauzunft e.V." in der Tradition des historischen Schwalenberger Brauamtes. Hierzu werden auch Führungen angeboten.

Von Ostern bis Ende Oktober werden zweimal wöchentlich Nachtwächterrundgänge angeboten.

Das Tourismusmarketing liegt in der Hand der Stadt. Die Präsentation des Tourismus-Angebotes im Internet ist nicht zeitgemäß. Die touristische Darstellung liefert weder Bezüge auf den Teutoburger Wald noch auf das Land des Hermann.

Der TEUTO_Navigator ist an zwei Stellen als Link eingebettet. Im Untermenü „Wandern“ als Deeplink auf den regionalen Ausschnitten der Wanderkarte.

Wanderangebot, -potenziale

Der Ort verweist auf seine Wanderqualitäten, v. a. auf den Schwalenberger Wald als Teil des Naturparks Teutoburger Wald/Eggegebirge. Der Heimatverein bietet geführte Wanderungen. Das Stadtwasser als Besonderheit sollte ebenfalls wandertouristisch stärker bespielt werden.

Die im Projekt beteiligten Touristiker bewerten das Wanderangebot als gut und leistungsfähig.

Wanderinfrastruktur, Tourenangebot

Mit zwei potenziellen Wanderzielen (Schieder See & Schwalenberger Wald), dem Niedersachsenweg sowie dem Pilgerweg Lippe (C-Wege), bietet Schieder-Schwalenberg bereits jetzt ein attraktives Wanderangebot. Auch der Burgensteig, der Emmerweg und ein neu geplanter Hauptwanderweg des TWV binden Schieder Schwalenberg überregional an. Eine Besonderheit ist zudem das Stadtwasser, eine historische Anlage zur Wasserversorgung, welches mit Wegeangeboten bespielt werden soll.

Die Wegerestrukturierung für Schieder-Schwalenberg ist im Rahmen der Zertifizierung des Kreises Lippe zur „Qualitätsregion Wanderbares Deutschland“ bis 2022 geplant.

Wandergastgeber

In Schieder-Schwalenberg gibt es aktuell sechs zertifizierte Betriebe. Vier weitere sind für eine Beratung vorgesehen. Damit ist eine sehr hohe Dichte gewährleistet.

5.4 Position des Teutoburger Waldes im Markt

In der Frage nach der Bekanntheit der Wanderdestinationen liegt der Teutoburger Wald gestützt (= Vorlage einer Liste) auf Platz 25 der TOP 30. Ungestützt (= freie Antworten auf die Frage „welche Wanderregion in Deutschland kennen Sie?“) steht die Region nicht unter den TOP 30 (vgl. Abb. 49).

Abb. 49 Ungestützte/gestützte Bekanntheit deutscher Wanderdestinationen im Inland

Destination	Destination
1 Schwarzwald	1 Bayern
2 Bayern	2 Schwarzwald
3 Bayerischer Wald	3 Bayerischer Wald
4 Harz	4 Bodensee
5 Allgäu	5 Allgäu
6 Alpen, Alpenregion, Deutsches Alpengebiet	6 Harz
7 Thüringer Wald	7 Oberbayern
8 Thüringen	8 Ostsee
9 Elbsandsteingebirge, Sächsische Schweiz	9 Erzgebirge
10 Erzgebirge	10 Lüneburger Heide
11 Ostsee, Ostseeküste	11 Eifel
12 Eifel	12 Thüringer Wald
13 Berchtesgaden, Berchtesgadener Land	13 Mosel
14 Oberbayern	14 Mecklenburgische Seenplatte
15 Sauerland	15 Schwäbische Alb
16 Nordsee, Nordseeküste	16 Thüringen
17 Schwäbische Alb	17 Nordsee
18 Rhön	18 Insel Rügen
19 Rügen	19 Ostsee (Mecklenburg-Vorpommern)
20 Fränkische Schweiz	20 Fichtelgebirge
21 Mecklenburgische Seenplatte	21 Sächsische Schweiz/Elbsandsteingebirge
22 Alpenvorland, Voralpenland	22 Rheinland-Pfalz
23 Sachsen	23 Franken
24 Bodensee	24 Pfalz
25 Spreewald	25 Teutoburger Wald
26 Mecklenburg	26 Sachsen
27 Mosel	27 Nordsee (Schleswig-Holstein)
28 Odenwald	28 Ostfriesland
29 Taunus	29 Taunus
30 Fichtelgebirge	30 Mecklenburg-Vorpommern

Quelle: PROJEKT M, 2014; links: ungestützt (= offene Frage), rechts: gestützt (= Auswahl aus Liste Wanderdestinationen)

Die zuvor beschriebene Platzierung der Wanderregion Teutoburger Wald kann nicht als befriedigendes Ergebnis bewertet werden.

Eine differenzierte Marktforschung aus dem Jahr 2009 brachte Hinweise auf erheblichen Handlungsbedarf (PROJKT M, 2010).¹⁷

- 64% der Deutschen kennen den Teutoburger Wald - wenn auch nur dem Namen nach (gestützte Bekanntheit).
- Von diesen empfinden jedoch nur 50% den Teutoburger Wald als sympathisch, d. h. lediglich 32% der Befragten.
- Von allen, denen der Teutoburger Wald sympathisch ist, geben lediglich 19% an, dass sie sich einen längeren Urlaub in dieser Destination vorstellen können. 28% können sich einen Kurzurlaub vorstellen.
- Im Ergebnis bedeutet dies, dass lediglich für 9% der Deutschen ein Kurzurlaub im Teutoburger Wald in Frage kommt. Nur 6% Prozent können sich auch einen längeren Urlaub vorstellen.
- Die niedrige Transferrate zwischen Bekanntheit und Sympathie von 50% lässt auf ein schwaches Imageprofil schließen.

Der Teutoburger Wald beherbergt auch aktuell Submarken mit eigenständigem Profil und eigenständigen Auftritten mit meist fehlender Zuordnung zur Gesamtdestination.

Die mit dem Masterplan Tourismus 2015 im Jahr 2010 getroffenen Feststellungen scheinen unverändert Gültigkeit zu besitzen (PROJEKT M, 2010):

- Neben dem Teutoburger Wald haben lediglich die Städte Bielefeld und Gütersloh einen annähernd hohen Bekanntheitsgrad. Alle anderen Regionen fallen gegenüber dem Teutoburger Wald zurück. Ähnlich verhält es sich bei Sympathie und Besuchsbereitschaft.
- Innerhalb der Teilregionen findet eine starke eigenständige touristische Vermarktung mit eigenem Corporate Design, Gastgeberverzeichnissen, Themenbroschüren etc. statt. Die Darstellung der Destination Teutoburger Wald auf den Printmaterialien und im Onlinebereich ist meist nachrangig, sodass eine Zuordnung für den Gast nur schwer möglich ist. **Dadurch wird die Wahrnehmung der Gesamtdestination deutlich geschwächt.**

Andererseits ist der Teutoburger Wald (gestützt) nach der Eifel die bekannteste Wanderregion in NRW. Ungestützt ist das Sauerland bekannter. Hoch platziert ist (wieder) die grenzübergreifende Eifel (zu Teilen in NRW).

Als **konkurrierende Wanderregion in NRW** werden Sauerland und Eifel angesehen. In Deutschland gibt es darüber hinaus zahlreiche Konkurrenz weiterer Wandergebiete. Der Qualitätswettbewerb ist stark: Die Anzahl zertifizierter Qualitätswanderwege, -gastgeber und -regionen wächst schnell (vgl. Kap. 3.4).

¹⁷ Aktuelle Untersuchungen sind den Verfassern nicht bekannt.

5.5 SWOT

In der nachfolgenden Darstellung werden die Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken mit Fokus auf die Projektregion (ohne Kreise Herford und Paderborn) zunächst zusammenfassend dargestellt. Details und Begründungen liefert die vorstehende Analyse. Ergänzende SWOTs der Kreise, der Stadt Bielefeld und der Stadt Nieheim (Projektpartner) sind den vorhergegangenen Kapiteln 5.2 und 5.3 zugeordnet.

Abb. 50 SWOT Wanderdestination

Stärken	Schwächen
Wanderregion Teutoburger Wald	
<ul style="list-style-type: none"> ■ nachfragestarke Tourismusregion in NRW ■ große Wanderregion mit vielfältiger Angebotspalette <ul style="list-style-type: none"> ▪ Leitprodukt Hermannshöhen ▪ einzelne herausragende Wanderseehinrichtungsorte: Externsteine, Hermannsdenkmal, Kaiser-Wilhelm-Denkmal, Sparrenburg ... ▪ Bielefeld als „Wandergroßstadt“, Einstieg in den Hermannsweg vom ICE-Bahnhof ausgehend ▪ etablierter Gesundheitsstandort ■ Lagegunst <ul style="list-style-type: none"> ▪ zu den Niederlanden (starker Potenzial-/Quellmarkt) ▪ nördlichste Mittelgebirgszüge in Deutschland 	<ul style="list-style-type: none"> ■ schwache Positionierung unter den deutschen Wanderregionen: Bekanntheit, Zugkraft ■ fraktionierte Markenstruktur <ul style="list-style-type: none"> ▪ eigenständige Submarken, geringer Zusammenhalt ▪ Überlagerungen mit Weserbergland und Naturparks ■ fraktionierte/lückenhafte Projektstruktur (ohne Kreise Herford und Paderborn) ■ fraktionierter Vertrieb ■ unterschiedlicher Stellenwert des Wanderns in den Kreisen, in Teilräumen lückenhaftes Wandernangebot ■ keine erkennbare durchgängige Leitvorstellung der „Wanderwelt Teutoburger Wald“
Positionierung der Region	
<ul style="list-style-type: none"> ■ in gestützter Befragung ist der Teutoburger Wald die bekannteste Wanderregion in NRW (im Deutschlandvergleich aber nur auf Platz 25) 	<ul style="list-style-type: none"> ■ unklare Zuordnung, verwirrende Begriffe/ Markenarchitektur, unklare Außenwirkung: Darstellung der Destination tritt häufig hinter den Submarken zurück ■ niedrige Transferrate zwischen Bekanntheit und Sympathie ■ geringe Alleinstellung des Wanderangebotes Teutoburger Wald ■ wenige Leitprodukte, diese mit begrenzter Strahlkraft
Wege & Infrastruktur Kernaussagen aus vorlaufendem Infrastrukturprojekt	
<ul style="list-style-type: none"> ■ etablierte Streckenwege (Hermannsweg, Eggeweg, Hansaweg, E1, ...) ■ einzelne deutschlandweit bekannte „Wanderhotspots“ (Externsteine, Hermannsdenkmal, Kaiser-Wilhelm-Denkmal, ...) ■ Infrastruktur Gesundheitswandern: Vital-Wanderwege ■ attraktive Wanderlandschaften ■ attraktive Wanderorte 	<ul style="list-style-type: none"> ■ bisher schwaches Angebot an touristisch relevanten Tages- und Halbtagestouren (das ändert sich gerade) ■ viele unterschiedliche wegemarkierende Organisationen → Defizite hinsichtlich der Markierungsqualität ■ veraltete Infotafeln verschiedener Organisationen ■ stringente Zielwegweisung ist selten ■ hoher Reparatur- und Ergänzungsbedarf bei begleitender Infrastruktur

Stärken	Schwächen
Wegemanagement	
<ul style="list-style-type: none"> ■ für einzelne Wege (z.B. Hermannsweg) oder Teilgebiete (z.B. Bad Driburg) funktionierende Wegemanagementstrukturen ■ teilweise starke Vernetzung von wegebetreuenden Organisationen mit anderen Landschaftsnutzern (Forst, Naturschutz, Tourismus), z.B. Kreis Lippe ■ Einsatz des NatursportPlaners seit 2016 als vernetzendes kreisübergreifendes Wegemanagement-Tool ■ häufig starke und etablierte ehrenamtliche Strukturen in der Wegepflege ■ klare rechtliche Grundlagen hinsichtlich der Markierung 	<ul style="list-style-type: none"> ■ kein zentrales Wegemanagement für die Destination Teutoburger Wald <ul style="list-style-type: none"> ▪ mangelnde Einhaltung von Markierungsregeln, Verantwortlichkeiten ▪ keine zentrale Materialbeschaffung ▪ Fehlen eines gebündelten Qualitäts- und Beschwerdemanagements (z.B. bei Fehlern, Mängeln) ▪ keine Berücksichtigung von regionsübergreifenden Wegeplanungen und wenig Abstimmung mit benachbarten Organisationen ▪ Nutzung unterschiedlicher Wegemanagement-Tools: erhöhter Pflegeaufwand, mehrfache Datenhaltung (Bsp. Wegeplanungen im Geoportal Kreis Lippe).
Besucherlenkung, -information & Routing	
<ul style="list-style-type: none"> ■ TEUTO_Navigator als zeitgemäße Online-Navigation ■ gutes Informationsangebot ■ klare Darstellung attraktiver Wanderangebote und Schlüsselprodukte 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Lücken in der Anwendung des TEUTO_Navigators <ul style="list-style-type: none"> ▪ nur manche Gastbetriebe nutzen das Produkt vollumfänglich ▪ Routen im TEUTO_Navigator z. T. fehlerhaft dargestellt ▪ fehlende aktuelle Infos zu Sperrungen, Umleitungen (Kommunikation Wegemanagement) ▪ keine ÖV-Fahrpläne hinterlegt ▪ keine Informationen zum Verpflegungsangebot ■ zu wenige systematische Wander-, Fortbildungs- und Schulungsangebote für TI-Mitarbeiter und Gastgeber
Wandergastgeber & Leistungsträger	
<ul style="list-style-type: none"> ■ einzelne kundige und engagierte Wanderbetriebe ■ mancherorts hohes Interesse an der Beteiligung bei „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ 	<ul style="list-style-type: none"> ■ zu geringe Beteiligung bei „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ ■ gravierende Lücken im Gastronomieangebot entlang von Wanderwegen ■ z. T. nur ausgewähltes Personal wanderkundig, unklare Vertretungsregelungen ■ wenig Wanderfortbildungen beim Personal: Angebot überwiegend via TEUTO_Navigator und Eigeninitiative ■ keine Standards zur „Teutoburger Wald-Wanderinformation“ ■ uneinheitliches Print-Informationsangebot ■ fehlendes Netzwerk der Wanderpartner ■ Marketing-Paket zur Gastgeber-Gewinnung häufig nicht bekannt, Kostenpflichtig

Stärken	Schwächen
Verpflegung	
<ul style="list-style-type: none"> ■ leistungsfähige Gastronomie in den Orten, gutes Angebot in den Abendstunden ■ in einzelnen Orten starkes Angebot von Cafés und Bäckereien ■ regionale und z. T. örtliche Spezialitäten, z. T. mit überregionaler Bedeutung, z. B. Käse in der Stadt Nieheim 	<ul style="list-style-type: none"> ■ erhebliche Lücken im gastronomischen Angebot entlang der Wanderwege (außerhalb der Orte) ■ Lücken im Verpflegungsangebot tagsüber, auch in vielen Orten ■ regionale Spezialitäten nur ansatzweise im Wanderangebot verankert
Mobilität, Transfer, Shuttle	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Region in gut erreichbarer Lage, über BAB/Bahn überwiegend erschlossen/geschlossen (Ausnahme in Bezug auf die Frequentierung: Höxter) ■ ICE Bahnhof Bielefeld als Einstieg in die „Wanderwelt Teutoburger Wald“, IC Bahnhöfe in Gütersloh, Herford, Minden (z. T. ICE-Stops), Paderborn ■ z. T. gutes ÖV-Netz ■ Transfer-/Shuttle-Angebot durchgängig vorhanden (Service der Gastbetriebe, Taxen) ■ Wandern ohne Gepäck, Transfer/ Shuttle im Angebot der Leistungsträger 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Teilräume der Region schwer erreichbar, v. a. im Nord-Westen und Süd-Osten ■ Informationen zum ÖV-Angebot nicht durchgängig in das Wanderangebot eingebunden ■ punktuell Angebotsmängel im Transfer (z. B. am Hermannsweg)
ergänzende Angebote	
<ul style="list-style-type: none"> ■ gutes Angebot zum Radfahren, v. a. im Norden des Kreises Minden-Lübbecke und im Süden des Kreises Gütersloh ■ vielerorts leistungsfähige Gästeführungsangebote, zahlreiche Gästeführer mit insgesamt breiter Themenpalette ■ starke, allerdings lokal sehr unterschiedliche Themen und Angebote mit Schnittmengen zum Wandern: Gesundheit, Naturerleben, Kultur, ... 	
Chancen	
<ul style="list-style-type: none"> ■ Profitieren vom weiteren Zuwachs der Nachfrage nach Wandern ■ Profitieren von Nachfragezuwachs im Incoming, v. a. NL/Benelux ■ Ratgeber und Beratungssystem für interessierte Gastgeber ■ Gewinnung zusätzlicher Qualitäts-Gastgeber mit neuen QG-Kriterien ■ Steigerung der Gästezufriedenheit durch Empfehlungsmarketing der Qualitätsgastgeber („Netzwerk der Guten“) ■ Schwerpunkt „Gesundheit“ stärkt lokale Gesundheitseinrichtungen ■ Entwicklung barrierefreier Angebote in einer alternden Gesellschaft ■ Potenziale der Senne als besonderer Naturraum 	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> ■ schnell wachsendes Angebot starker Wanderregionen und -produkte erschwert die Profilierung im Wettbewerb starker Wanderregionen ■ schwache Fremdsprachenkompetenz der Anbieter ■ viele Akteure arbeiten weiterhin nicht an „einer Destination“: unklare Außendarstellung des Teutoburger Waldes ■ Ehrenamt bisher als zentraler Leistungserbringer bei der Wegearbeit ohne touristische Koordinierung 	

6 Zielgruppen für das Wandern im Teutoburger Wald

Die Marktforschung belegt, dass **Wanderer weitgehend homogene Präferenzen im Hinblick auf die Kernqualitäten von Wanderangeboten zeigen**. Die Ansprüche der Wanderer an die Qualitäten der Wege, der Landschaft, Einkehr, Beschilderung/Markierung, Ziele/Attraktionen am Wegesrand und Naturerlebnis **sind geprägt vom Interesse an Wandern und Naturgenuss und weitgehend unabhängig von Sozio-Demografie, Lebensstil oder Wertehaltungen** (DWV, 2010). Die Entwicklung von Wanderqualität kann daher zunächst weitgehend zielgruppenunabhängig an den Erwartungen an gute Wanderqualität (vgl. Kap. 3.5) festgemacht werden.

Dies ist anders bei der Einbettung von Wanderangeboten in touristische Produkte (Pauschalen, Urlaubspakete). Dabei zeigen sozio-demografisch abgegrenzte Zielgruppen spezifische Präferenzen im Hinblick auf die Merkmale des Quartiers, Genuss, Service, Infrastruktur etc. Hinweise zur Einbettung der Wanderangebote in touristische Produkte finden sich in Kapitel 6.2.

6.1 Gelegenheitswanderer und ambitionierte Wanderer

Trotz grundsätzlich homogener Präferenzen im Hinblick auf die Qualität von Wanderangeboten zeigen die identifizierten Kernmärkte „Gelegenheitswanderer“ und „Ambitionierte Wanderer“ in einzelnen Details **spezifische Präferenzen**.

6.1.1 Gelegenheitswanderer

BTE/DWV empfehlen die Ausrichtung der Angebote auf den **Volumenmarkt** der Gelegenheitswanderer. Zwei Ausrichtungen stehen im Vordergrund:

- Die Gäste, die aus unterschiedlichen Motiven urlaubs- und freizeitmotiviert in den Teutoburger Wald kommen, sollen dort geeignete Wanderangebote im Portfolio der Destination finden. Rd. 70% der Gäste wollen im Rahmen ihres Aufenthaltes „auch mal wandern“, (vgl. Kap. 3.1).
- Gelegenheitswanderer, die zuhause ein Ziel für ihre nächste Wanderung suchen, sollen für den Teutoburger Wald gewonnen werden.

Empfehlenswerte bzw. erforderliche Produkte für Gelegenheitswanderer:

- Tages- und Halbtages-Rundtouren in kundenorientierter Qualität (bevorzugt prädikatisierte Wege bzw. Qualität in Anlehnung an die entsprechenden Standards)
- Ergänzung der profilierten Fernrouten (v. a. Hermannsweg) für Gelegenheitswanderer um Tages- und Halbtages-Rundtouren „ein Tag Wandern auf dem Hermannsweg“
- Erschließung der Wander-Attraktionen des Teutoburger Waldes (z. B. Externsteine) im Rahmen von Tagestouren

- Einbindung der kulturellen Attraktionen im Teutoburger Wald als Wanderziele. Bereits angeboten u. a. Westfalen Culinarium, Hermannsdenkmal, Kaiser-Wilhelm Denkmal.
- Zusammenstellung von kulturellen Attraktionen und Wandererlebnissen in einem touristischen Portfolio („heute Kulturprogramm, morgen eine Wanderung“) entsprechend der Präferenz der Gäste (viele wollen „auch wandern“, aber nicht „jeden Tag wandern“)
- angebotene Routen sollten eindeutig markiert und beschildert werden
- angebotene Routen sollten nicht zu anspruchsvoll sein

6.1.2 Ambitionierte Wanderer

Diese Zielgruppe ist im Nachfragevolumen zweitrangig, aber dennoch von hoher Bedeutung als „Pioniere“ und Meinungsbildner. Sie geht ambitionierte Wanderungen, die in Fachzeitschriften vorgestellt und rezensiert werden und damit Aufmerksamkeit und Image bringen.

Den ambitionierten Wanderern, die ihre nächste Wanderung planen, sollen im Teutoburger Wald Top-Wanderungen und „Wander-Sehnsuchtsorte“ angeboten werden, die „ein Wanderer gesehen haben muss“.

Empfehlenswerte bzw. erforderliche Produkte für Ambitionierte Wanderer:

- national konkurrenzfähige „Traumrouten“ und „Wander-Sehnsuchtsorte“
- bevorzugt Fernrouten - aber nicht ausschließlich; auch Sternwanderungen werden nachgefragt
- Top-Wanderrouten in spektakulären Landschaften bzw. zu spektakulären Wanderzielen; national und international konkurrenzfähig
- Präferenz für Fernwanderwege bzw. mehrtägigen Wanderurlaub und Sternwanderungen

Weitergehende Hinweise und Empfehlungen gibt der Leitfaden „Produktentwicklung Wandern“, der im Rahmen von Zukunftsfit Wandern im Frühjahr 2019 aufgelegt wird.

6.2 Zielgruppen für das Wandern im Teutoburger Wald

Der Masterplan Tourismus 2009 und das zugehörige Zielgruppenhandbuch arbeiten die wichtigen Zielgruppen in NRW heraus. **In der Fortschreibung des Masterplans werden die Fokuszielgruppen ausdrücklich fortgeschrieben** (Tourismus NRW, 2015: 7). Das Zielgruppenkonzept gibt den Reisegebieten Orientierung. Als **Kern-Zielgruppen für das Wandern** werden im Masterplan festgesetzt (Tourismus NRW, 2015): „Familien“ und „Aktive Best-Ager“. Mit Einschränkungen empfohlene Zielgruppen für das Wandern sind „Erwachsene Paare“ und „Bodenständige Best-Ager“.

Gleichzeitig lässt der Masterplan den Regionen weitergehende Entscheidungsspielräume: „durch das auf Landesebene fortgeschriebene Themen-Zielgruppen-Konzept sollen keine regionaltypischen Themenschwerpunkte bzw. Themen-Zielgruppen-Kombinationen ausgeschlossen werden, sofern diese als für die Region potenzialträchtig identifiziert wurden“ (Tourismus NRW, 2015:14).

Im **Masterplan Teutoburger Wald** (2015) wurden diese Spielräume genutzt, die Schwerpunktsetzung aufgenommen und für den Teutoburger Wald konkretisiert (vgl. Abb. 51). Als **Zielgruppen** im Kerngeschäftsfeld **Wandern** werden festgesetzt:

- **Zielgruppen für das Wandern mit hoher Bedeutung**
 - Aktive Best Ager
 - Bodenständige Best Ager
- **Zielgruppen für das Wandern mit mittlerer Bedeutung**
 - Erwachsene Paare (und Singles)
 - Familien

Abb. 51 Zielgruppenkonzept Teutoburger Wald-Tourismus

	Gesundheit	Wellness	Wandern	Rad	Kultur (inkl. Geschichte, Parks, Gärten & Stadt)	MICE	Genuss & Kulinarik	Golf	Nordic Walking	Natur	Reiten	Motorrad	Wassersport
Junge Singles & Paare	•	••	••	••	••	-	•	•	•	•	•	•	••
Erwachsene Paare (und Singles)	••/ •••	••/ •••	•••	•••	•••	-	••/ •••	•••	••	••	•	••	••
Familien	•	••	•••	•••	•••	-	••	•	•	•••	••	•	••
Aktive Best Ager	••••	•••	••••	•••	•••/•• ••	-	••	•••	•••	•••	•	•	•
Bodenst. Best Ager	••••/ •••••	•••	•••/ ••••	•••/ •••	•••/ ••••	-	••/•• •	•	•••	•••	•	•	•
Business-Gast	•	••	•	•	••	••	••	••	•	•	•	•	•
LOHAS	•••	••	•••	••	•••	-	••	•	•	••	•	•	••

Potenzielle Kerngeschäftsfelder

 ••••• top •••• hoch ••• mittel •• gering • sehr gering

Quelle: Zielgruppenorientierter Masterplan Teutoburger Wald 2015, Hervorhebungen: BTE

Nachfolgend werden die für das Wandern ausgewählten Zielgruppen portraitiert. So wird die Forderung der Verankerung der im Masterplan festgelegten Zielgruppen erfüllt und der Zielgruppenbezug in der Produktentwicklung Wandern deutlich.

Zielgruppenrelevant ist dabei weniger die Ausstattung des Kernangebotes Wandern (Weg, Infrastruktur, Landschaft) - diese Ansprüche sind wanderbezogen und Zielgruppen-übergreifend - sondern vielmehr die Einbettung in das Gesamtangebot (Aufenthaltsort, Quartier).

Abb. 52 Zielgruppenprofil Aktive Best Ager

Aktive Best Ager
aktivreisend/städtereisend/kulturreisend

Steckbrief

Soziodemografie
sind über 60 Jahre alt, Durchschnittsalter: 67 Jahre
hoher Akademikanteil
leben in Haushalten ohne Kinder unter 18 Jahren
sind mehrheitlich in Rente, lediglich 13% sind noch berufstätig

Werte
sind in ihrer Familie vorgelebt und leben traditionelle Werte
streben nach Ruhe, Harmonie und Sicherheit
sind gesundheitsbewusst und unternehmungslustig
haben ein ausgeprägtes Empfinden für Ästhetik, Eleganz und Klassisches
sind anspruchsvoll hinsichtlich Qualität, Effizienz und Service
sind bereit, mehr zu zahlen, wenn ihre Ansprüche erfüllt werden

Reiseaktivitäten

Aktive Best Ager pflegen ihre Vitalität. Sie reisen, um sich zu erholen und zu entspannen. Kultur- bzw. Aktivreisende wollen gleichzeitig etwas für die Gesundheit tun. Städtereisende genießen das Flair der Großstadt und können dort die Seele baumeln lassen. Darüber hinaus verbindet die Aktiven Best Ager ihre Vorliebe für schöne Cafés und kulinarische Erlebnisse.

Wanderangebote für „Aktive Best Ager“

Zielgruppe mit Präferenz für Komfort, Qualität und guten Service. Hohe Bereitschaft, Wanderungen in die Urlaubsaktivitäten einzubinden.

Übernachten

Aktive Best Ager lassen sich gern verwöhnen und fühlen sich in einer stilvollen, eleganten Umgebung wohl. Entsprechend wählen sie ihr Hotel aus. Städtereisende mögen es auch mal luxuriös:

..... sie übernachten gern in Drei- und Vier-Sterne-Hotels; bei Städtereisen auch mal in Fünf-Sterne-Hotels

..... Aktivreisende reisen allein oder zu zweit

..... Kultur- bzw. Städtereisende reisen gern in Gruppen

..... Gehobenes Ambiente und exzellenter Service sind für eine Buchung ausschlaggebend.

Potenziale / Kommunikation

Die Zielgruppe ist äußerst reiseerfahren und entsprechend anspruchsvoll. Sie verbindet ihre Reisen gerne mit Wellness, Prävention, kulinarischen Erlebnissen, regionaler Kultur und Geschichte, Naturerlebnissen und Wanderungen.

Bei einem entsprechenden Angebot sind Aktive Best Ager auch bereit, spontan zu buchen.

Sie erwarten, dass ihre Ansprüche erfüllt werden – auch in Bezug auf die Kommunikation.

Sie nutzen nur Medien, die ihren Lesegewohnheiten und ihren Bedürfnissen entsprechen. Klingedrucktes ist ein Ausschlusskriterium. Optisch und inhaltlich hochwertige Kommunikation und klassische Medien kommen bei dieser Zielgruppe gut an.

Quelle: Tourismus NRW, 2009

Abb. 53 Zielgruppenprofil Bodenständige Best Ager

Bodenständige Best Ager

gesundheitsreisend

Steckbrief

Soziodemografie

sind über 60 Jahre alt,
Durchschnittsalter: 70 Jahre

leben in Haushalten ohne Kinder
unter 18 Jahren

sind mehrheitlich im Ruhestand

Werte

sind von traditionellen Werten geprägt

brauchen das Gewohnte,
Imagedenken ist ihnen fremd

wollen Ruhe und Entspannung

haben ein hohes Sicherheitsbedürfnis

wünschen sich Einfachheit, Qualität und Service
zu einem guten Preis

legen Wert auf ethische und ökologische Aspekte



Reiseaktivitäten

Um Körper, Seele und Geist etwas Gutes zu tun, setzen Bodenständige Best Ager auf bewährte Gesundheits- und Wellness-Angebote. Dabei möchten sie vor allem Ruhe und keine Ablenkung. Café-Besuche runden den Urlaub ab.

Übernachten

Da sie vergleichsweise lange an einem Ort bleiben, entscheiden sich Bodenständige Best Ager für eine Umgebung, in der sie sich gut aufgehoben fühlen und entspannen können. Sie mögen es gerne einfach, aber mit solider Qualität. Übernachtet wird:

.....
überwiegend in Rehakliniken
.....
in Drei- und Vier-Sterne-Hotels
.....

Bodenständige Best Ager reisen entweder allein oder zu zweit.

Bodenständige Best Ager orientieren sich vor allem an verlässlichen, messbaren Kriterien.

Potenziale / Kommunikation

Bodenständige Best Ager wissen aus Erfahrung, was sie wollen. Sie setzen auf den gesunden Menschenverstand.

Gesundheit ist für sie das wichtigste Thema, um möglichst lange fit und selbstbestimmt zu bleiben.

Da das Internet für die Zielgruppe keine Rolle spielt, ist der persönliche Kontakt umso wichtiger. Das Telefongespräch mit der Unterkunft ist oft der erste und einzige Kontakt vor der Reise.

Bodenständige Best Ager schätzen das Bewährte und die Aufmerksamkeit, die ihnen entgegengebracht wird.

Wenn sie sich wohlfühlt haben, sind sie treue Multiplikatoren. Sie sollten auch nach der Reise den Kontakt zu ihnen pflegen. Dafür kommen nur Printmedien in Frage, z. B. eine ganz klassische Postkarte.

Quelle: Tourismus NRW, 2009

Wanderangebote für „Bodenständige“

Die Zielgruppe hat starken Bezug zu gesundheitsbezogenen Angeboten und Klinikstandorten. Diese Bezüge sollten bei der Entwicklung von Wanderangeboten berücksichtigt werden: Anbindung an Heilbäder, Einbindung von Wandern in Therapieangebote.

Die Ansprüche der Zielgruppe passen zum „klassischen“, einfachen Wanderangebot: solides Quartier, bodenständige Küche.

Abb. 54 Zielgruppenprofil Erwachsene Paare



Wanderangebote für „Erwachsene Paare“

Die Zielgruppe steht „mitten im Leben“ und ist in vielerlei Hinsicht stark gefordert. Die Qualitäts- und Serviceansprüche sind hoch. Das spüren v. a. die Gastbetriebe, die diese Gäste beherbergen.

BTE/DWV sehen diese Zielgruppe im Teutoburger Wald v. a. in Kurzurlaube, in der Kombination von Wandern und Besuch von herausragenden kulturellen oder naturräumlichen Attraktionen.

Abb. 55 Zielgruppenprofil Familien

Familien
aktivreisend/städtereisend

Steckbrief

Sozialdemografie

- Durchschnittsalter: 35 Jahre
- haben mindestens ein Kind unter 18 Jahren
- zur Haushalt gehören durchschnittlich zwei Kinder
- viele Doppelverdiener, 68% sind berufstätig

Werte

- pflügen ein erlebnisorientiertes Familienleben
- wachen Spaß, Abenteuer und Energievitalität
- sind optimistisch und spontan
- folgen aktuellen Trends
- möchten persönlichen Service, keine 08/15-Dienstleistungen
- zählen für qualitativste und maßgeschneiderte Produkte auch mehr

Reiseaktivitäten

Das Wichtigste ist, als Familie zusammen zu sein, auch mit Freunden. Sie möchten Spaß miteinander haben und Besonderes erleben, aktiv in der Natur genau wie in der Stadt. Tierparks und Zoos sind immer eine gute Adresse, Schwimmbäder und Freizeitparks gern genutzte Abwechslungen,

Übernachten

Familien brauchen Platz, oft verreisen sie als größere Gruppe. Sie mögen es ebenso praktisch wie stilvoll. In Ferienwohnungen erwarten sie eine gute bis hervorragende Ausstattung. Sie möchten als Familie willkommen sein. Als Unterkunft wählen sie:

- Drei- und Vier-Sterne-Hotels
- Ferienunterkünfte von Mittel- bis Luxusklasse
- Jugendherbergen

Familien wünschen sich Raum, um ihre vielen verschiedenen Bedürfnisse realisieren zu können.

Potenziale / Kommunikation

Keine Zielgruppe bucht früher als Familien. Das gibt Ihnen Gelegenheit, sie in verschiedenen Entscheidungsphasen zu erreichen.

Stellen Sie ein integriertes Beziehungsmarketing in den Mittelpunkt Ihrer Kommunikation. Denn Familien sind gut vernetzt. Sie tauschen sich in Elternkreisen genauso aus wie in Onlineforen.

Für Printmedien haben sie wenig Zeit. Setzen Sie auf Newsletter, Reiseforen und Suchmaschinenoptimierung Ihrer Website.

Familien müssen möglichst viel unter einen Hut bringen, darum schätzen sie die kurzen Wege zu Attraktionen und Veranstaltungen. Zeigen Sie bedürfnisgerechte Routen auf, die verschiedene Aktivitäten kombinieren.

Quelle: Tourismus NRW, 2009

Wanderangebote für „Familien“

Die Ansprüche der Wanderer an ein gutes Wanderangebot sind weitgehend unabhängig von sozio-demografischen Zielgruppen-Merkmalen. Anders ist es bei Familien mit kleinen Kindern. Diese bevorzugen:

- kurze Routen (2 bis 7 km), bevorzugt Rundwege mit Abkürzungsmöglichkeiten
- kurzweilige Wege mit vielen naturnahen, schmalen, kurvigen Wegen, die reich an Erlebnissen (z. B. Wasser, Felsen) sind
- kindgerechte Attraktionen/Zielpunkte und Rastmöglichkeiten
- kindgerechte Anreize, z. B. Sammelpunkte; spielerische Ergänzung der Wanderung, Belohnung einplanen, z. B. Schnitzeljagd, Stempel-/Puzzle-Teile sammeln
- familiengerechte Gastbetriebe am Weg

Aufschluss über die Bedarfe geben die Kriterien zu familiengerechten Angeboten, u. a.:

- Spielecke/Spielgelegenheiten
- Sicherheit
- kindgerechte Ausstattung, z. B. Hochstühle
- kindgerechte Speisen, kindgerechter Service im Gastbetrieb

6.3 Weitere Zielgruppenbezüge

Im Teutoburger Wald bestehen, über die in den Masterplänen festgelegten Zielgruppen hinaus, weitere für das Wander-Angebot relevante, spezifische Zielgruppen-Bezüge. Diese werden nachfolgend angesprochen.

6.3.1 Menschen mit Handicaps (Barrierefreies Angebot)

Barrierefreiheit ist für etwa 10% der Bevölkerung unentbehrlich, für 40% hilfreich (vgl. Kap. 3.5.7). Barrierefreiheit (v. a. für Menschen mit eingeschränkter Mobilität: d. h. breite und ebene Fahrwege) verträgt sich im Hinblick auf das Kriterium Wegequalität nicht mit den Präferenzen von Wanderern ohne Handicap. Entsprechende Angebote sollten daher *zusätzlich zum Qualitäts-Wanderangebot* aufgebaut werden. Ziel ist es, Menschen mit Handicaps sowie gemischten Gruppen im Teutoburger Wald *partiell* ein nutzbares Wanderangebot zu offerieren.

Empfehlenswerte bzw. erforderliche barrierefreie Wander-Produkte:

- Routen, die mit Rollstuhl/Rollator bzw. Kinderwagen genutzt werden können
- Zielpunkte/Attraktionen, die mit „rollendem Gerät“ zugänglich sind, z. B. barrierefreie Aussichtskanzel
- barrierefreie Infrastruktur: angepasste Rastplätze, Gastronomie-/Beherbergungsbetriebe, Toiletten erreichbar
- Darstellung des barrierefreien Angebotes mit spezifischen Qualitäten, denn Barrierefreiheit ist abhängig von der Art des Handicaps

6.3.2 Wandergruppen

Im Zielgruppenhandbuch (Tourismus NRW, 2009) werden Reisen zu zweit herausgestellt. Die in den Workshops beteiligten Gastbetriebe haben darauf hingewiesen, dass Wanderer häufig in kleinen Gruppen anreisen, z. B. als Gruppe befreundeter Paare, 4 bis 8 Personen. Für die Produktentwicklung bedeutet dies keine Herausforderung, für die Betriebe in der Regel eine Erleichterung: Verpflegung und Serviceangebote wie Shuttle sind für kleine Gruppen rentierlicher. Gästeführungen sind für kleine Gruppen leichter zu organisieren als für Individualreisende.

6.3.3 Incoming: Niederländer

Niederländer bilden eine wichtige Zielgruppe für das Wandern im Teutoburger Wald:

- sehr hohe Bedeutung als Quellmarkt für Deutschland und für NRW, hohes Interesse am Wandern in Deutschland (DZT, 2016b, vgl. Kap. 3.3)
- bereits hohe Besuchshäufigkeit im Teutoburger Wald mit hohem Entwicklungspotenzial
- räumliche Nähe des Teutoburger Waldes zu den Niederlanden, gute Erreichbarkeit der westlichen Gebiete über A30/A2
- den Präferenzen der Zielgruppe entsprechendes Angebot: Mittelgebirgslandschaft, Wander- und Radfahrangebot, Wohnmobilplätze

Aufgrund der hohen Bedeutung der Niederländer im Incoming empfehlen die Verfasser die Konzentration der Incoming-Aktivitäten auf diesen wichtigsten Markt.

Empfehlenswerte Wander-Produkte für Niederländer:

- zweisprachige Wanderinformation, zumindest Kerninformationen in niederländischer Sprache. Der TEUTO_Navigator ist bereits in niederländischer Sprache verfügbar, ebenso Teile des Informationsmaterials.
- Kompetente Gastbetriebe. Besonders erfolgreich sind erfahrungsgemäß Betriebe unter niederländischer Leitung.

6.3.4 Geschäftsreisende/MICE-Markt

Der Geschäftsreisen- und Businessmarkt gilt als nicht wanderaffin. Wenn Geschäftsreisende am Rande ihres Aufenthaltes aktiv sind, dominiert das Joggen. Dafür können ausgewiesene Nordic-Walking- oder Jogging-Strecken genutzt werden, z.B. in Preußisch Oldendorf und der kreisfreien Stadt Bielefeld.

Im Gespräch mit den Touristikern in der Stadt Bielefeld wurde deutlich, dass Wanderangebote im Rahmenprogramm von Veranstaltungen interessant sein können, v. a., wenn sie in den Abend passen (Nachtwanderung, Fackelwanderung, nächtliche Tierstimmen, ...). Dieser Ansatz wird nur in Ausnahmefällen auf andere Orte im Teutoburger Wald übertragbar sein.

6.3.5 Pilgern

Pilgern gilt als Ursprung des Wanderns. Gut 40% der Wanderer subsumieren heute Pilgern unter den Begriff „Wandern“ (DWV, 2010). Beide Aktivitäten haben zwar Schnittmengen, Pilgern unterscheidet sich vor allem aber in der Bedeutung von spirituellen und religiösen Sinnfragen vom Wandern (vgl. Antz, Bartsch, Hofmeister, 2018).

Darüber hinaus basieren Pilgerstrecken in der Regel auf kirchengeschichtlichen Ereignissen. Pilgerstrecken verlaufen auf historischen Routen und zielen auf religiöse Stätten, ganz unabhängig von der Qualität der Wege, ab. Die Qualitätskriterien von Wandern finden beim Pilgern nur sehr selten Anwendung. Pilger bewältigen längere Strecken als Wanderer, nicht selten über 30 km am Tag. Dies lässt kaum Raum für weitere Aktivitäten neben religiösen Handlungen, essen und schlafen. Pilgerquartiere werden häufig von Kirchengemeinden bzw. privat organisiert. Die Zielgruppe „Pilger“ bleibt daher in diesem Konzept unberücksichtigt.

Angebote, die einen spirituellen Aspekt haben und gleichzeitig die notwendigen touristischen Qualitäten erreichen können, sollten zumindest auf dieses Potenzial hin überprüft werden. So bieten z. B. der Pilgerweg Lippe oder der „Weg der Stille“ zwischen Schwalenberg (Kreis Lippe) und Corvey (Höxter) die Möglichkeit, Wanderer mit entsprechenden Interessen anzusprechen.

Für Wanderer, die auch ein nach innen gerichtetes Motivationsbündel antreibt (Stress abbauen, innere Kraft sammeln, zu sich selber finden, vgl. Projekt M, 2014), können mit einem touristisch aufbereitetem „spirituellen“ Wanderangebot durchaus angesprochen werden. Dabei steht nicht das klassische Pilgern im Mittelpunkt, sondern es wird zum thematischen bzw. kulturellen Profil einer Wanderung (vgl. ökumenischer Weinpfad in Corvey oder die Wanderung „Rund um die Abtei Marienmünster“, die in ihrer Beschreibung typische Wandermotive aufgreift: *„Wälder, Wiesen, herrliche Aussichten, Forstwege, aber auch Trampelpfade laden ein, den Alltag zu vergessen, auf Spurensuche zu gehen, um neu anzukommen bei dem, was wichtig ist. Gönnen Sie sich eine kleine „Auszeit“.*)¹⁸

6.4 Räumliche Schwerpunkte der Quellmärkte für das Wandern im Teutoburger Wald

Mehr als ein Drittel (35%) aller inländischen Übernachtungsgäste in Nordrhein-Westfalen kommen aus dem eigenen Bundesland. Der zweitgrößte inländische Quellmarkt ist Baden-Württemberg, gefolgt von Niedersachsen, Hessen und Bayern. Wird nur der Urlaubstourismus betrachtet, so nimmt die Bedeutung des eigenen Bundeslandes als Quellmarkt noch einmal deutlich zu (Tourismus NRW e. V., 2018). Aussagen zur Ausrichtung auf Quellmärkte liefert das Konzept des IMT (2015).

Aufgrund der bestehenden Straßen- und Bahnanschlüsse sind für den Teutoburger Wald v. a. die westlichen und nördlichen Quellmärkte von Bedeutung, insbesondere der Westen von Nordrhein-Westfalen, Norddeutschland und die Niederlande (vgl. Kap.

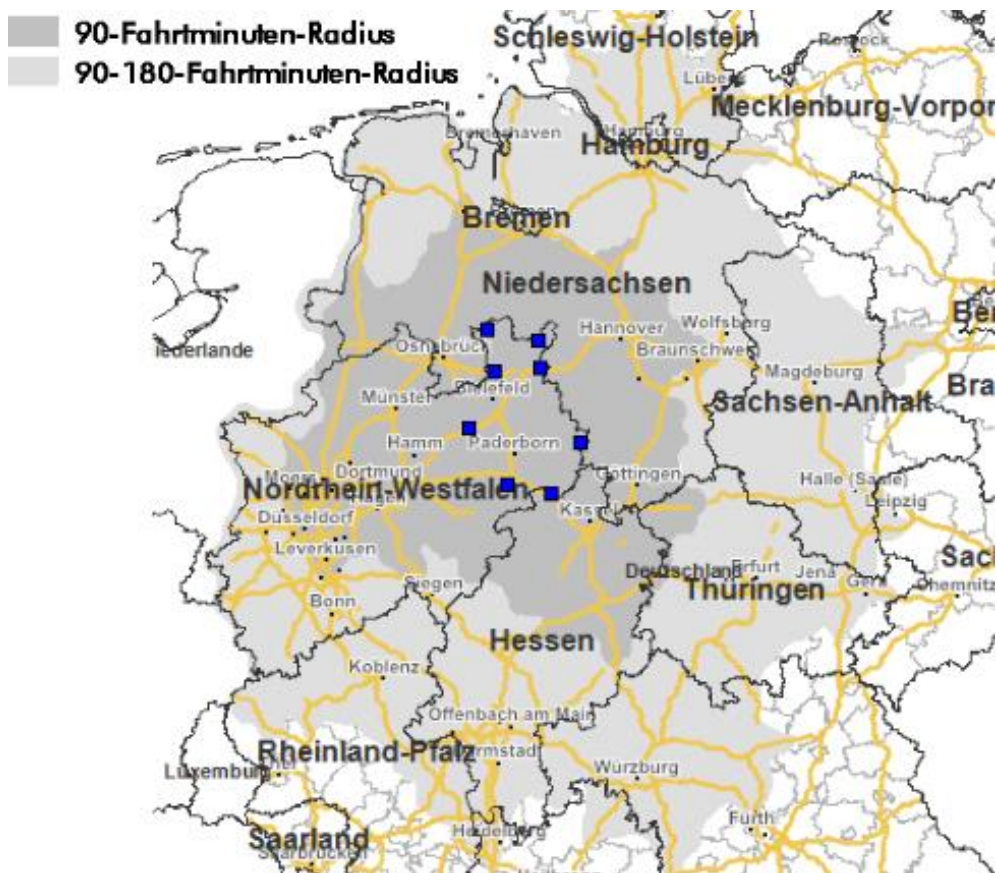
¹⁸ www.kulturland.org/Aktivitaeten/Wandern/Pilgerwege/Rund-um-die-Abtei-Marienmuenster/ (Stand 24.09.2018)

5.1.7). Im Einzugsgebiet bis 90 Minuten Fahrzeit (Tages- und Kurzreisen) und 90 bis 180 Minuten (Kurz-Urlaubsreisen) ergeben sich folgende Potenzialmärkte.

- 90 Fahrminuten Radius: 19 Mio. Menschen, davon 2 Mio. aus OWL
- 180 Fahrminuten: zusätzliches Potenzial von 27 Mio. Menschen

Für den Teutoburger Wald wird eine den Einzugsgebieten entsprechende räumliche Schwerpunktsetzung der Zielgruppenansprache empfohlen.

Abb. 56 Einzugsgebiete Teutoburger Wald (Reisezeit PKW)



Quelle: Zielgruppenorientierter Masterplan Teutoburger Wald 2015 Endbericht, Projekt M

7 Maßnahmen zur Steigerung der Angebotsqualität

Eine bisher zentrale Schwäche im Wanderangebot des Teutoburger Waldes wird aktuell weitgehend geschlossen: Wegeangebot und Infrastruktur werden qualifiziert. Leistungsfähige Wanderinfrastruktur wird entwickelt, schwächere Angebote aussortiert. Marktgerechte Tages- und Halbtagestouren werden entwickelt. Damit erscheint die Wegeinfrastruktur für das Wandern im Teutoburger Wald vor allem in Bezug auf die herausgehobenen A-, B- und C- Wege im Projektgebiet zukünftig leistungs- und konkurrenzfähig (vgl. Kap. 7.1).

Eine weitere wichtige Schwäche des Wanderangebotes ist die zu Projektbeginn unterdurchschnittliche Anzahl von Qualitätsgastgebern „Wanderbares Deutschland“. Dies ist ein Problem für die Glaubwürdigkeit einer Wanderregion. Eine geringe Anzahl qualifizierter und profilierter Wander-Gastbetriebe ist über das Image hinaus auch ein faktischer Mangel: Die Angebotsqualität der Leistungsträger ist von entscheidender Bedeutung für die Qualität der Servicekette. Ohne gute Wandergastgeber ist ein überzeugendes Wanderangebot nicht denkbar. Gute Wege allein genügen nicht.

Konkret sollten Wandergastbetriebe:

- das Wanderangebot der Region kennen und Tourentipps geben können.
Dies beinhaltet die Kenntnis über
 - die aktuelle Situation: saisonale Höhepunkte, Sperrungen, Umleitungen, ...
 - zielgruppengerechte Angebote entsprechend der Bedarfe der Gäste: Länge, Schwierigkeitsgrad, ...
- Bereitstellung von Angeboten entsprechend der Bedarfe der Wanderer:
 - Lunchpaket
 - Transfer/Shuttle
 - Trockenraum

Aus diesem Grund widmet sich Zukunftsfit Wandern in besonderem Maß der Schulung und Gewinnung von Qualitätsgastgebern. Lösungsansätze für diese Aufgabe werden in Kapitel 7.3ff. dargestellt.

7.1 Entwicklung von Wegeangebot und -infrastruktur

Das nachfolgende Kapitel liefert eine zusammenfassende Darstellung der Ergebnisse des vorlaufenden Teilprojektes „Entwicklung der Wanderinfrastruktur“ (DWV, AUbE, 2018). Die Wandervereine Teutoburger Wald Verband und Eggegebirgsverein sind personell eingebunden. Die Gesamtkoordination erfolgt durch den Projektträger Ost-WestfalenLippe GmbH.

Im Projekt werden folgende Inhalte bearbeitet:

- **Restrukturierung des Wanderwegenetzes**
 - Entwicklung von **thematischen Rundtouren für Gelegenheitswanderer**, die nach den Kriterien des Deutschen Wanderverbandes zertifiziert werden sollen (Wegekategorie B im Projekt); Sachstand Dezember 2018: insgesamt mind. 21 neu entwickelte und zu zertifizierende Rundtouren (Gesamtlänge: ca. 180 km; Ergebnisse für den Kreis Minden-Lübbecke liegen noch nicht vor)
 - Entwicklung **weiterer touristisch relevanter Routen** (Wegekategorie C im Projekt); Sachstand Dezember 2018: 140 Routen (Gesamtlänge ca. 1.550 km)
- Entwicklung moderner Markierungszeichen für neustrukturierte B- und C-Wege
- projektgebietsübergreifende Lehrgänge für Markierer
- Wegweisungskonzept, -kataster und Aufstellung von voraussichtlich ca. 1.000 Wegweisern für die entwickelten Wanderrouten
- Konzept Infotafeln im Layout mit destinationsweitem Wiedererkennungswert, Planung der Standorte, v. a. an den Startpunkten der zu zertifizierenden Wege
- Entwicklung von bis zu zwölf Erlebnisstationen (z. B. Waldschaukeln, XXL-Bänke) als ergänzende Inszenierungselemente des Wegeangebotes
- Konzeptentwicklung zum Aufbau eines zukunftsfähigen Wegemanagements

7.1.1 Entwicklung des Wegeangebotes

Im Projekt werden die Wanderwege entsprechend Ihrer Qualität und Bedeutung kategorisiert. Die Kategorisierung stellt die Basis für die Wegerestrukturierung im Infrastrukturtel des Projektes dar:

Kategorisierung Wanderwege

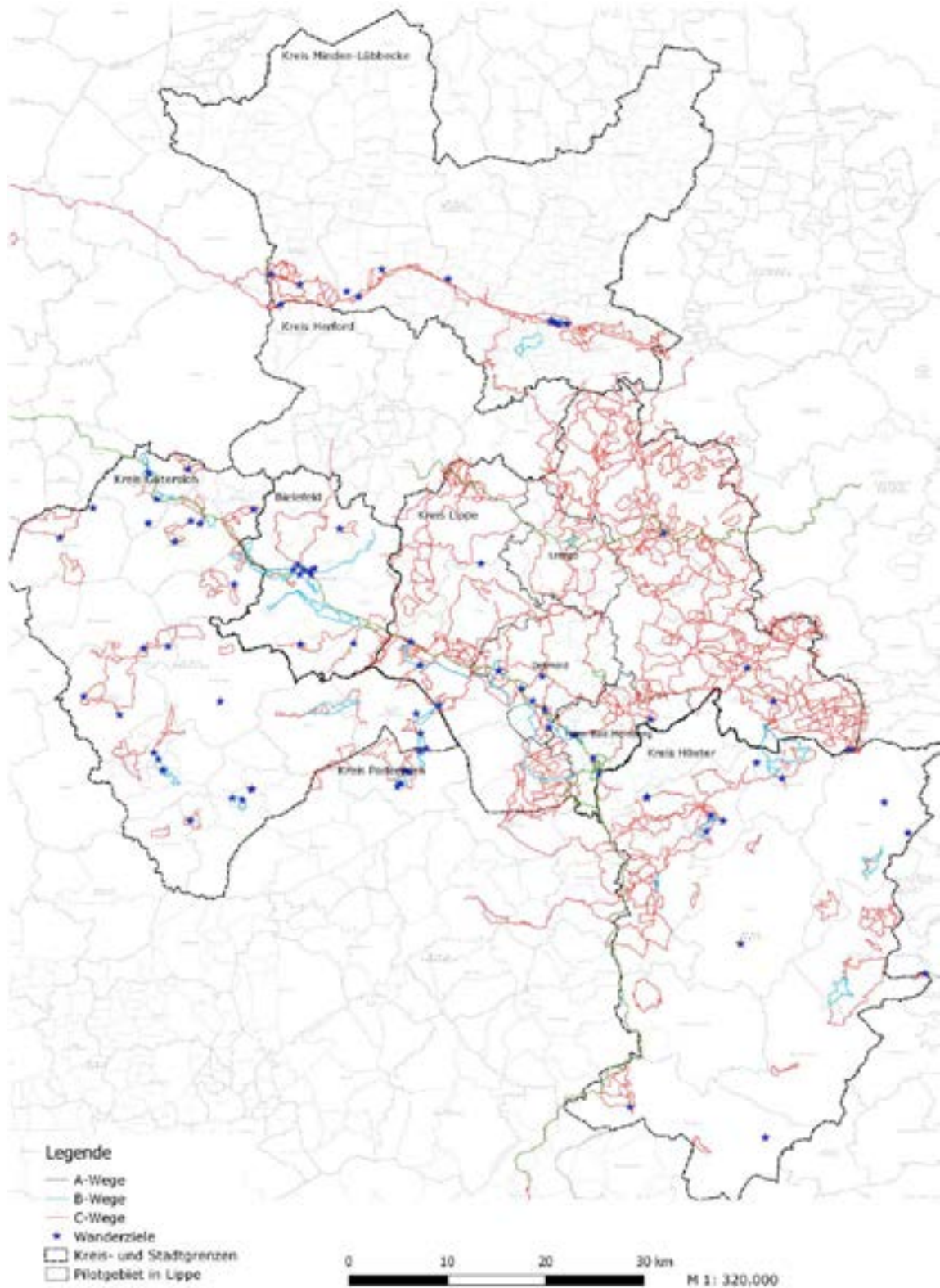
- A) bereits zertifizierte Wanderwege
- B) weitere, im Projekt zu zertifizierende Wege, v. a. Qualitätswanderwege < 20 km
- C) touristisch relevante Wanderwege mit im Projekt zu erledigenden Markierungs- und Wegweisungsmaßnahmen – darunter auch Wege, die im Projekt neu entwickelt werden
- D) weitere lohnenswerte Wanderwege für Markierungs- und Wegweisungsmaßnahmen, über die Maßnahmen im Projekt „Zukunftsfit Wandern“ hinaus
- E) Wanderwege, die wegfallen sollen, d. h. aus Wanderkarten herausgenommen und touristisch nicht weiter vermarktet werden. Maßnahme/Ziel: Demarkierung

Im Rahmen des Infrastrukturkonzeptes und der Umsetzung der empfohlenen Maßnahmen werden im gesamten Projektgebiet bis Mitte 2019 voraussichtlich (Sachstand Dezember 2018) mind. 21 neue Routen als Qualitätswege Wanderbares Deutschland entstehen. Zusätzlich werden voraussichtlich 140 weitere Routen (Wege der Kategorie C) mit Wegweisern ausgestattet werden, sodass sich etwa 1.800 km Wege nach dem Restrukturierungsprozess hinsichtlich Qualität und Besucherlenkung auf einem hohen und konkurrenzfähigen Niveau präsentieren werden (vgl. Abb. 57). Damit werden innerhalb des Projektes rund 20% des bestehenden Wegenetzes direkt durch Umstrukturierungen, Markierung und Wegweisung verbessert (B- und C-Wege). Zusammen mit den bisher schon prioritär behandelten und herausgehoben vermarkteten A-Wege stellen diese drei Wegekategorien den touristisch besonders relevanten Kern des Wegenetzes im Teutoburger Wald dar, das durch einen weitaus größeren Teil von wandertouristischer Basiswegestruktur ergänzt wird. Parallel wird auch diese verbessert, wie z.B. im Kreis Lippe, wo der Teutoburger Wald Verband sein Hauptwanderwegenetz ausdünn und attraktiver gestaltet.

Weiterer Handlungsbedarf besteht bei der Vernetzung der touristisch relevanten Wege, die zumeist solitär in der Landschaft vorliegen, der Reparatur und Ergänzung der begleitenden Infrastruktur und insbesondere bei der Verbesserung der Markierungen (s.u.). Für die neu entstandenen Touren muss außerdem eine sinnvolle Form der Außendarstellung entwickelt werden.

Mittelfristig nach Umsetzung der Maßnahmen im Projekt, wird die Betrachtung der Basiswegeinfrastruktur (D-Wege) und die Umsetzung der Rückbauoptionen (E-Wege) für den Teutoburger Wald in den Fokus der wandertouristischen Weiterentwicklung rücken. Einerseits stellen die D-Wege ein großes Reservoir an Wegeinfrastruktur für zukünftige Entwicklungen dar und haben einen wichtigen vernetzenden Charakter, andererseits kann die Gesamtqualität des Wegnetzes durch den Rückbau von als eher unattraktiven eingestuften Routen verbessert werden. Im Projekt Zukunftsfit Wandern im Teutoburger Wald werden hier durch eine Einstufung der Routen und Vorschläge für die Wegemanagementstruktur wichtige Weichen gestellt.

Abb. 57 Übersicht A-, B- und C-Wege mit Wanderzielen, 2018



Quelle: DWV 2018, Wanderziele auf Basis der Auftaktworkshops, Stand der Wege bis auf den Kreis Lippe vor Auswertung der Begehungsdaten (Detailmodifizierungen im Projektfortgang zu erwarten)

Wanderschwerpunkte

Als großräumige Übersicht dient die Abbildung 57. Die Karte stellt die Wegeverteilung der A-Routen (grün), B-Routen (blau) und C-Routen (rot) sowie bisher identifizierte und digitalisierte Top-Wanderziele dar (Arbeitsstand August 2018).

Touristisch besonders relevante Routenkategorien im Überblick

A	bereits zertifizierte Wanderwege
B	weitere im Projekt zu zertifizierende Wege (insbesondere kurze Rundtouren bis 20 km für Gelegenheitswanderer)
C	touristisch relevante Wanderwege mit im Projekt zu erledigenden Markierungs- und Wegweisungsmaßnahmen

Durch die Verteilung insbesondere der A- und B- Routen werden in Kombination mit den Top-Wanderzielen recht schnell Wanderschwerpunktgebiete erkennbar. Auffallend ist dabei die herausragende Stellung der Teuto-Kammregion entlang der gesamten Hermannshöhen mit den Traditionswegen Hermannsweg und Eggeweg.

Die Verteilung der neuen Wegeangebote wird von den landschaftlichen Gegebenheiten, der Verteilung der Top-Wanderziele und der nutzbaren Wegequalitäten beeinflusst.

Aufgrund der besonderen touristischen Bedeutung der priorisierten Routen und Ziele, findet die Einordnung der Wanderschwerpunkte überwiegend unabhängig vom Basiswegenetz (D-Wege) statt. Zum einen ist das Angebot im Basiswegenetz fast flächendeckend recht dicht, zum anderen ist die Qualität des Basisnetzes auch davon abhängig, ob die für einen Rückbau identifizierten Wege (Kategorie E) tatsächlich auch aus dem Netz gestrichen und demarkiert werden und damit relativ unattraktive oder wenig profilierte Routen aus dem Netz entnommen werden.

Neben der Teuto-Kammregion sind folgende touristisch besonders relevante **Wanderschwerpunkte** identifizierbar:

- **Kreis Minden-Lübbecke:** Wiehengebirgskamm mit den Schwerpunkten Preußisch Oldendorf und Porta-Westfalica.
- **Kreis Lippe:** Herausragende Schwerpunkte sind Detmold und Horn-Bad Meinberg, die zusammen mit Lemgo das zeitlich prioritär behandelte Kerngebiet in Bezug auf die Wegeauswahl und Wegweisung darstellen. Ein großer Teil der Wegerestrukturierung steht in den restlichen Gebieten noch aus und soll im Rahmen der Entwicklungen zur „Qualitätsregion Wanderbares Deutschland“ (bis 2022) stattfinden. Aber auch Nordlippe mit Bad Salzuflen über Kalletal und Extertal verfügen jetzt schon über Wanderpotenzial. Der Südosten des Kreises bietet vor allem mit Schieder-Schwalenberg und den umgebenden Gemeinden Lügde, Barntrup, Blomberg spannende Wanderqualitäten. Mit Blick auf die angestrebte Weiterentwicklung zur „Qualitätsregion Wanderbares Deutschland“ benötigt der Kreis Lippe ebenfalls ein breites Angebot.
- **Kreis Gütersloh:** Schwerpunkte im Wanderangebot bilden Borgholzhausen, Halle, Steinhagen und Werther (Kammregion). Im Osten des Kreises setzt Schloß Holte-Stukenbrock einen Akzent (Furlbachtal und Senne). Im Süden des Kreises wird es viele singuläre Wege geben, darunter sogar zwei zertifizierbare Stadtwanderungen.

- **Kreisfreie Stadt Bielefeld:** Stadt- und Kammbereich bilden den Schwerpunkt mit Wanderpotenzial. Darüber hinaus bietet der Wechsel zwischen urbanem Kultur-Parklandschaften und Waldflächen im Umfeld reizvolle Potenziale.
- **Kreis Höxter:** Wanderschwerpunkte neben dem am Rande gelegenen Kammgebiet ist Bad Driburg (besitzt bereits ein flächendeckendes Wegweisungssystem), Marienmünster sowie das Cluster Beverungen mit dem südlichen Teil der Stadt Höxter. Die Stadt Nieheim ist als engagierter Projektpartner mit überdurchschnittlichem Engagement für seine wandertouristische Weiterentwicklung hervorzuheben.

7.1.2 Wegemanagement

Angesichts der in Kapitel 5.1.2 beschriebenen Defizite hinsichtlich der Markierungssituation im Teutoburger Wald besteht dringender Handlungsbedarf, um eine konkurrenzfähige Wanderqualität für die gesamte Region zu gewährleisten. Vorbehaltlich der regionalen abschließenden Diskussion und Umsetzung wird hier ein Lösungsvorschlag aus dem Projektteil Wanderinfrastruktur verkürzt vorgestellt.

Organisation der Markierungsarbeiten

Neben der Gewinnung und Schulung weiterer Wegezeichner wird eine Umstellung der gesamten Vorgehensweise der Markierungsarbeiten im Infrastrukturprojekt empfohlen. Die Vielzahl der Wegeverantwortlichen in den Teilräumen und die daraus resultierende Komplexität zeigt, dass die Zukunft der Wegezeichnung im Teutoburger Wald nicht mehr wege-, sondern flächenorientiert organisiert werden sollte. Konkret bedeutet dies in der Wegepflege, dass nicht ein Zuständiger pro Wanderroute, sondern ein Zuständiger für alle Wanderrouten in einer definierten Fläche bestimmt werden sollte.

Diese Organisationsstruktur ist deutlich effizienter, jedoch ist der Aufwand für die Umsetzung des Vorhabens hoch und ehrenamtlich nicht leistbar. Zudem bedarf es für eine einheitliche Markierungsqualität diverser Qualitätsinitiativen. Entscheidend für den Erfolg einer flächenbezogenen Markierung ist zudem eine stringente Koordination der Flächenzuständigen.

Qualitätssicherung, Wegemanagement

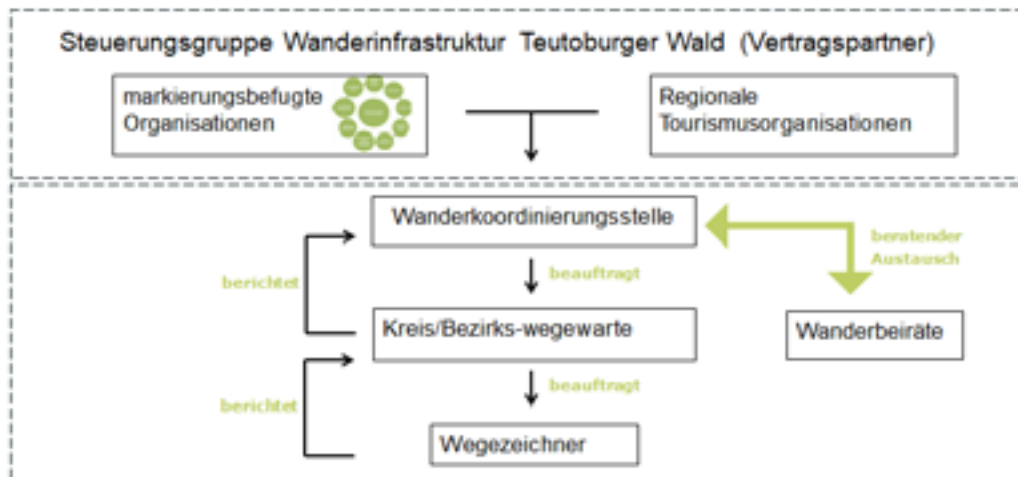
Die Umsetzung und Restrukturierung des gesamten Wanderwegemanagements muss durch eine professionelle Instanz geführt werden. Einen Schlüsselfaktor dabei spielt das zielgerichtete Zusammenspiel aller am Produkt „Wandern“ Beteiligten. Die Koordination aller Leistungsträger muss für eine regionale Erfolgssicherung zentral erfolgen.

Im Infrastrukturteil des Projektes Zukunftsfit Wandern (vgl. Regionales Konzept für Wanderinfrastruktur – Abschlussbericht des DWV) wurde deshalb ein zukunftsfähiges Wegemanagementkonzept mit einer neuen räumlichen und funktionalen Organisationsstruktur vorgeschlagen.

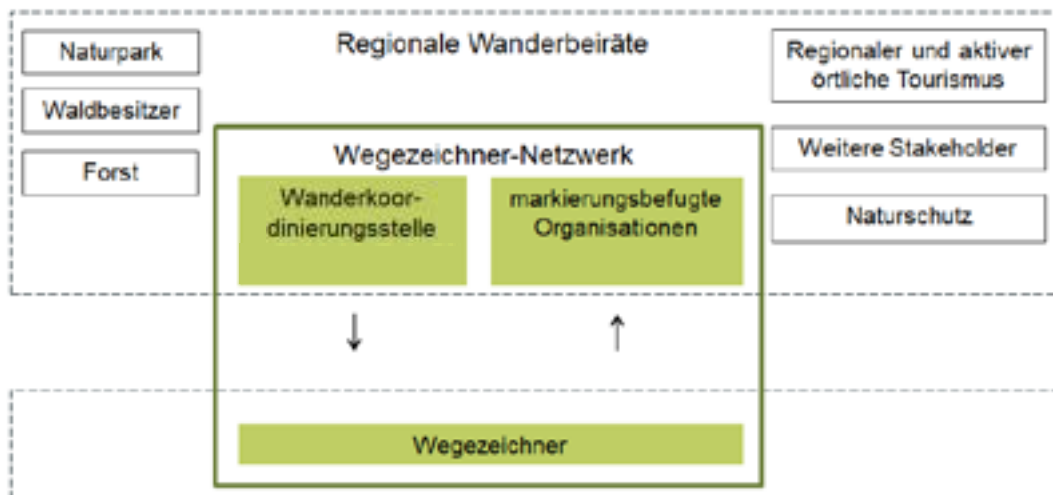
Die empfohlene Netzwerkstruktur setzt sich aus einer Steuerungsgruppe Wanderinfrastruktur auf OWL-Ebene, regionalen Wanderbeiräten auf Kreisebene (vgl. auch S. 140) und Wegezeichner-Netzwerken auf Ortsebene zusammen. Diese bilden das Rückgrat des Wegemanagements von der Strategischen Planung bis zur Umsetzung der Wanderangebote.

Die zukünftige Personalstruktur soll so aufgestellt sein, dass eine OWL-weite Wanderkoordinierungsstelle als übergeordnete Managementstruktur und Schnittstelle zwischen allen Netzwerken fungiert (Ansiedlung z.B. bei der OWL GmbH). Auch auf Kreisebene wird die Einrichtung von Wegemanagement-Stellen empfohlen, die primär die Umsetzung der strategischen Planungen hinsichtlich der Wanderangebote sowie das Qualitätsmanagement auf Kreisebene steuern. Diese arbeiten auch direkt mit den ausführenden Strukturen auf Ortsebene (Ehrenamtliche Markierungsorganisationen, Bauhöfe etc.) zusammen.

Abb. 58 Vernetzung der Strukturen im Wegemanagement



Aufbau der regionalen Wanderbeiräte und der Wegezeichner-Netzwerke



Quelle: DWV, 2018, eigene Abbildung

7.1.3 Besucherinformation und Routing

Die im Infrastrukturteil des Projektes umzusetzenden Besucherinformationsmaßnahmen umfassen insbesondere die Neumarkierung von Wanderwegen, die Ausstattung der touristisch relevanten Routen mit einer modernen Wanderzielwegweisung sowie die Aufstellung von Informationstafeln – insbesondere an den Ausgangspunkten für die neu entstehenden Qualitätswege Wanderbares Deutschland. Die dabei benutzten systematischen Vorgaben sind auch über die Projektphase hinaus für ein einheitliches und hochwertig erscheinendes Routenangebot ausschlaggebend und fördern das einheitliche Gesamtbild der Reiseregion Teutoburger Wald. Im Detail sind folgende Maßnahmen Teil des neuen Besucherinformations- und Routing Vorhabens:

- eine im Projektgebiet (und möglichst im gesamten Teutoburger Wald) durchgehende Wegweisungssystematik nach einheitlichem Konzept
- verbindendes Element (Wortbildmarke Teutoburger Wald) bei den neuen Markierungszeichen
- modern und individuell gestaltete Markierungszeichen als „Blickfang“ für die neuen Qualitätswege Wanderbares Deutschland
- einheitliche Struktur und einheitliches Design bei den Infotafeln für alle kurzen zertifizierten Wege (Ausgangspunkte)
- wegebezogener Abbau und Ersatz von alten, nicht mehr aktuellen Infotafeln
- Aufbereitung und Veröffentlichung jedes neuen Wegeangebotes (B- und C-Routen) für den TEUTO_Navigator als zentrales Wander-Kommunikationsmedium

7.2 Ausbau der Angebots- und Service-Qualität

Im Teutoburger Wald besteht teilträumlich ein gutes Wanderangebot mit gutem Service. Neben den dargestellten Defiziten in der Infrastruktur (Wege, Markierung, Beschilderung) erscheint eine Reihe von Service-Defiziten regionsweit gravierend.

Die Ergebnisse der Analyse-Workshops brachten darüber hinaus deutliche Hinweise auf Lücken in den Wanderkenntnissen der Gastbetriebe und damit zwangsläufig einhergehende Informationslücken für Gäste.

Das nachfolgende Kapitel liefert Lösungsansätze und Maßnahmenvorschläge. Diese allgemeinen Hinweise werden in Kapitel 9 für die beteiligten Kommunen spezifiziert.

7.2.1 Service-Lücken in der Nutzung des TEUTO_Navigators

Der TEUTO_Navigator bildet eine leistungsfähige gemeinsame Plattform der Region. Zahlreiche Funktionen erlauben eine Übersicht über das Angebot der Region und eine Planung von Wanderungen.

Die Marktforschung belegt die hohe Bedeutung der Internetdienste für die Vorbereitung der Wanderung und die Orientierung unterwegs (BTE/DWV, 2018, vgl. Kap. 3.5.6). Die Qualität des TEUTO_Navigators ist relevant für die Qualität des Wander-Service. Die Verfasser sehen den nachfolgend dargestellten Handlungsbedarf zur Verbesserung der Nutzung und Nutzbarkeit des TEUTO_Navigators.

Ergänzung der Funktionen des TEUTO_Navigators

Der TEUTO_Navigator ist ein wichtiges, Teutoburger Wald-weites Instrument zur Information der Gäste und der Gastgeber sowie zur Planung von Touren. Viele Funktionen sind leistungsfähig, einzelne Funktionen des TEUTO_Navigators sollten weiter entwickelt werden:

- aktuelle Toureninfos: Hinweise auf Sperrungen, Umleitungen, Gefahrenstellen; aber auch saisonale Attraktionen
- Darstellung von Verpflegungsangebot und Gastbetrieben (diese müssen allerdings mitmachen)¹⁹
- Ergänzung des Angebotes der Ausflugsziele: vieles fehlt, z. B. Badeseen Godelheim/Höxter, Aussichtskanzel Fernsehturm Porta Westfalica, Besucher-Bergwerk Kleinenbremen.
- Ergänzung des bisher marginalen qualifizierten Angebotes der Ausflugsziele: barrierefrei, schlechtwettertauglich, familienfreundlich
- Verbesserung der Funktionalität
 - konstantes Ausschnittfenster: Das System merkt sich keine Ortsauswahl, sondern springt bei neuer Suche stets zurück auf den Übersichtsplan. Wenn der Kunde für einen konkreten Ort sucht, muss er stets neu scrollen. Verbes-

¹⁹ Überarbeitete Kriterien sehen vor, dass Gastronomiebetriebe ihre Öffnungszeiten auch an örtliche/überregionale TIs melden müssen.

serungsvorschlag: System bleibt stets im letzten Kartenausschnitt, für den Sprung auf die Übersichtskarte gibt es einen Button (= Kurzbefehl).

- Tippfehlerkorrektur: Bei der Eingabe von Suchbegriffen lässt das System nicht die Korrektur von Tippfehlern zu. Ein falsch geschriebener Begriff kann nicht korrigiert, sondern muss stets neu geschrieben werden. Auch verzeiht das System keine Tippfehler. Falsch geschriebene Orte werden nicht angezeigt, das System macht keine Vorschläge.

Einbettung des TEUTO_Navigators in die Internetseiten der Region

Das Internet bildet eine wichtige Entscheidungsgrundlage der Urlaubsplanung und ist im Zeitalter der Digitalisierung wichtigstes Informationsmedium.

Um dem Ziel der Steigerung der Bekanntheit des Teutoburger Waldes näher zu kommen, sollte die Kommunikation auf die Dachmarke einzahlen. Die Kreise und Kommunen sollten, stärker als bisher, **die Dachmarke einbeziehen und darstellen**. Dabei sollte möglichst auch **das CD des Teutoburger Wald aufgegriffen werden**. Dies ist aktuell nicht der Fall.

Während die Internetseiten der Kreise immerhin einen Hinweis auf den Teutoburger Wald enthalten, ist dies bei den Kommunen die Ausnahme. Die o.g. Empfehlung für die Kreise gilt hier entsprechend.

Die **Einbettung des TEUTO_Navigators** auf den Seiten der Kreise und Kommunen sollte die Regel sein. Eine perfekte Lösung zeigt Bad Driburg, hier ist der TEUTO_Navigator vollständig und als Deeplink auch funktional in die Website integriert. Diese gute Lösung ist in den Kommunen des Teutoburger Waldes die Ausnahme (vgl. Kap. 5.1.7).

Einbindung des TEUTO_Navigators bei den Gastbetrieben

Nur wenige Gastbetriebe nutzen die Möglichkeiten des TEUTO_Navigators voll aus. Vielen der im Laufe der Bearbeitung eingebundenen Betriebe war das Angebot des Navigators unbekannt. Nur wenige nutzen das Angebot für die eigene Arbeit zur Information über das Wanderangebot der Region, Information der Mitarbeiter und/oder Information der Gäste. Hier besteht erhebliches Verbesserungspotenzial.

Der TEUTO_Navigator sollte in die Darstellung des eigenen Betriebes eingebunden werden, um die Gäste zu informieren und das Angebot des Navigators bekannter zu machen (vgl. Kap. 5.1.7).

Der TEUTO_Navigator sollte von den Betrieben genutzt werden, um über das aktuelle Wanderangebot informiert zu sein, Mitarbeiter zu schulen und die Gäste zu informieren (gemeinsamer Blick mit dem Gast in das System, Einbindung des Systems in eigener Internetseite).²⁰

²⁰ Der Kreis Höxter bietet Gastgebern bei Beratungen eine detaillierte Beschreibung zur Einbindung des TEUTO_Navigators auf deren Website an. Das Vorhalten von Wanderinformationen sowie die Einbindung oder der Verweis auf die Website mit regionalen Wanderinformationen ist neues Pflichtkriterium für die Qualitätsgastgeber.

Darstellung der Gastbetriebe im TEUTO_Navigator

Nur ein Bruchteil der Gastbetriebe im Teutoburger Wald nutzt bisher die kostenpflichtige Möglichkeit, sich im TEUTO_Navigator darzustellen. Das ist bedauerlich, denn die Kombination von Route und Gastbetrieb, den der TEUTO_Navigator bietet, entspricht dem Bedarf des Gastes.

Die bislang geringe Nutzung entwertet die Möglichkeiten des Systems: Da nur ein kleiner Teil der Betriebe dargestellt wird, bietet das System keine Übersicht und damit nur eingeschränkten Kundennutzen. Hier besteht Handlungsbedarf: Betriebe sollten für die Beteiligung gewonnen werden.

Darstellung der „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ auf www.teutoburgerwald.de und im TEUTO_Navigator

Als Anreiz für eine Beteiligung genießen die „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ auf www.teutoburgerwald.de und im TEUTO_Navigator Werbevorteile. Die zertifizierten Betriebe sollten hervorgehoben werden.

Die Verfasser empfehlen darüber hinaus, dass zertifizierte „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ sich in dem TEUTO_Navigator markieren. Als zentrales und interaktives Medium für das Wandern sollten die Wandergastgeber hier verortet werden.

Fehlende Synchronisation von TEUTO_Navigator und Navigator des Naturparks TERRA.vita

Der Teutoburger Wald hat im Norden Überschneidungen mit dem Naturpark TERRA.vita, der einen eigenen Navigator anbietet. Dieser ist ähnlich aufgemacht (gleicher Systemanbieter), zeigt aber andere Routen. Diese Doppelung ist aufgrund überlagernder Gebietszuschnitte vielleicht unvermeidlich, die Pflege unterschiedlicher Systeme und das Auspielen unterschiedlicher Inhalte erscheinen problematisch – sowohl für die Anbieter, die in beiden Systemen vertreten sind als auch für Gäste, die in unterschiedlichen Systemen unterschiedliche Aussagen finden.

Zukünftig sollte sichergestellt sein, dass das neu strukturierte Wanderangebot im Teutoburger Wald in der Darstellung des Wanderangebotes von TERRA.vita übernommen wird.

Der Naturpark Teutoburger Wald/Eggegebirge nutzt den TEUTO_Navigator und hat diesen in seine Internetseite eingebunden.

7.2.2 Wanderkundige Touristik

Zum umfassenden Wanderangebot gehören auch wanderspezifische Informationen und eine kompetente Beratung für Wanderer. Die Marktforschung belegt die Bedeutung der Tourist-Informationen für die Vorbereitung von Wanderungen (BTE/DWV, 2018).

Da Wandern die Kernkompetenz des Teutoburger Waldes darstellt, sollte diese Qualität auch in den Tourist-Infos erlebbar sein.

BTE/DWV schlagen folgenden **Standard für die Ausstattung einer Wander-Tourist-Information** im Teutoburger Wald vor²¹:

- Thema Wandern von außen und von innen auf den ersten Blick erkennbar:
 - von außen z.B. Schaufenstergestaltung, Hinweis „Beratung für Wanderer“, Schaukasten „Aktuelle Informationen für Wanderer“, Wanderkarte
 - von innen, z.B. deutlich sichtbarer Themenbereich Wandern (Wander-Info-Ecke), Aushängen von Wanderkarten, Pinnwand mit aktuellen Infos zum Wandern
- Hinweis auf Wanderregion Teutoburger Wald (Branding als Teutoburger Wald)
- Bereitstellung (bzw. Verkauf) von regionalem und örtlichen Informations- und Kartenmaterial:
 - Informationen zu speziellen Wanderwegen (z.B. Qualitäts-, Themenwege)
 - Broschüren mit Wandervorschlägen
 - Informationen zu Top-Wanderzielen in der Region
 - Hinweise auf Wanderveranstaltungen/Wanderangebote
 - Hinweise auf die Gesamtregion Teutoburger Wald
 - Auswahl der wichtigsten aktuellen Wanderkarten. Werden keine Wanderkarten verkauft, so müssen Wanderkarten zur Ansicht bereitliegen.
- Öffnungszeiten sollten das Wochenende und Feiertage einschließen
- aktuelle Informationen zum Wandern außerhalb der Öffnungszeiten einsehbar, z. B. Aushänge, Monitore:
 - tagesaktueller Wetterbericht
 - aktuelle Streckensperrungen
 - Wanderangebote/Wanderveranstaltungen für den Tag oder das Wochenende
- Besucher-Zugang zum TEUTO_Navigator, alternativ Bedienung durch Servicekräfte, schwenkbarer Bildschirm für Besucher
- Ideal erscheint die Platzierung einer Wander-Infotafel vor der Tourist-Info (Best Practice: Bad Driburg). Damit können erste Informationen bereits vorab gegeben werden. Wander-Informationen sind so außerhalb der Öffnungszeiten verfügbar.

Wanderkundiges Personal ist von entscheidender Bedeutung für die Qualität der Tourist-Information.

²¹ Modifiziert nach: Kriterien für Qualitätsregion Wanderbares Deutschland, DWV/ Sievers 2012

BTE/DWV schlagen folgenden **Standard für die Personalkompetenz** der Tourist-Informationen vor:

- mindestens ein Wanderexperte als Ansprechpartner in der Tourist-Info verfügbar. Um dies durchgängig gewährleisten zu können (Urlaub, Krankheit, Wochenendschichten, ...) sollten mindestens zwei Wanderexperten Teil des Teams sein.
- Kenntnisse der Wanderexperten:
 - eigene Wanderkompetenz und Ortskenntnis: Erfahrung in der Begehung der örtlichen/regionalen Wege
 - Kenntnis der Wanderangebote/-veranstaltungen
 - Informationen zum Angebot örtlicher geführter Wanderungen
 - Kenntnis der aktuellen Situation: Zustand der Wege, Streckensperrungen
 - kompetent in der Bedienung des TEUTO_Navigators sowie in den verbreiteten digitalen Kartendiensten (Kompass, Komoot, Outdooractive, wanderbares-deutschland.de, GPSies...).
 - Öffnungszeiten von Hütten/Gasthäusern außerhalb geschlossener Ortschaften
 - Hinweise, wo Wanderzubehör, wie z. B. Trinkflasche, Wanderstock, Regenschirm, GPS-Gerät gekauft oder ausgeliehen werden können
 - Informationen zum ÖPNV sowie zum Angebot der örtlichen Taxi-/Shuttle-Dienste
 - Kenntnis der aktuellen Wetterlage

Anregung: Für den entstehenden Kompetenz- und Produktschulungsbedarf schlagen BTE und DWV die Einbindung und strukturelle Weiterentwicklung des **WALK** in Lippe-Deitmold vor. Hinsichtlich der regionalen Wege und Infrastrukturkompetenz nimmt das WALK schon jetzt als Netzwerkstätte die maßgebliche Rolle ein. Ausbaufähig sind das nach außen sichtbare Kompetenz- und Fortbildungsangebot sowie die direkten Wanderangebote für den Gast. Eine enge Zusammenarbeit aller Teilregionen mit dem WALK bieten die Chance, das WALK als Kompetenzzentrum für den ganzen Teutoburger Wald weiter zu entwickeln.

Kooperation mit regionalen Outdoor-Fachgeschäften

BTE/DWV empfehlen die Erstellung eines Kooperationskonzeptes für den regionalen Outdoor-Fachhandel, deren Eckpunkte hier skizziert werden:

- Alle Wandergäste der Region erhalten bei der Vorlage eines Vouchers/Faltblattes einen **Rabatt** (Gästevorteil z.B. 5%) bei den teilnehmenden Outdoor-Fachgeschäften
- Vertrieb über die Tourist-Infos im Teutoburger Wald und alle zertifizierten „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ der Region. Motivation für den Fachhandel ist der neue Vertriebsweg und die Nennung im Kooperationsmedium
- Medium: Faltblatt mit Hinweis auf die Möglichkeit, sein Equipment zu vervollständigen/zu aktualisieren. Enthält alle Adressen der teilnehmenden Fachhändler mit Platz für einen Stempel der Vertriebsstelle (z. B. Wandergastgeber im Ort)
- Optional auch für Wandergastgeber: Aufstellen einiger Produkte im Haus (Vitrine) mit Hinweis auf den nahen Outdoor-Fachhandel und die Rabattmöglichkeiten

Herausforderungen

- Partnergewinnung (Erstakquise)
- jährliche/zweijährliche Aktualisierung des Mediums (Organisation, Gestaltung, Produktion)
- einheitlicher Rabatt wäre vorteilhaft, ist in der Praxis aber schwer zu erreichen

Chancen

- weiteres Medium zur Dokumentation der regionalen Wanderkompetenz
- Mehrwert für Wandergäste
- positives Signal für den regionalen Outdoor-Fachhandel und netzwerkbildender Charakter
- Hinweis auf Schlechtwetterangebot (Outdoor-Shopping)

Für die Erstakquisition empfiehlt es sich, die bereits engagierten Outdoorfachhändler anzusprechen. Ein Positivbeispiel ist z.B. das Schuhhaus Willer in Kalletal, das bereits als Partner der örtlichen Touristik aktiv ist. Unter dem Motto „Willer wandert“ wird dort ein jährlicher Wandertag am Frohnleichnamstag durchgeführt. Das Beispiel der Tourismusbörse am 118. Deutschen Wandertag zeigt, dass ein solch wanderkompetenter Partner (Schuhberatung) auch die Aufmerksamkeit für das örtliche Angebot schärft.

Anregung: Neben dem regionalen Outdoorfachhandel könnten auch regionale Hersteller von Wanderprodukten einbezogen werden. Die Lebenshilfe Detmold stellt den preisgekrönten **Wanderstab „Gemse“** her – dieser verkörpert Qualität, Innovation und Kooperation und trägt damit zum positiven Image der Wanderregion Teutoburger Wald bei.

Einrichtung von Wander-Testcentern

Fehlende oder defekte Wanderausrüstung kann den Wanderaufenthalt beeinträchtigen. Eine gut erreichbare Servicestelle (bzw. ein Betrieb) erleichtert im Ernstfall die schnelle Ersatzbeschaffung oder ermöglicht sogar eine schnelle Reparatur. Zusammenarbeit mit regionalen Anbietern (siehe oben) ist dazu ein erster Schritt.

Ausstellung, Information und ggf. Verleih von Wanderausrüstung bieten auch die Möglichkeit, die eigene Wanderkompetenz positiv darzustellen und die Erwartung eines Wandergastes zu übertreffen.

Die Verfasser empfehlen die Prüfung zur Einrichtung eines BoW-Wandertestcenters innerhalb der Gesamtregion Teutoburger Wald. Ein solches Wandertestcenter wäre ein weiterer Baustein, um die regionale Wanderkompetenz kommunikationsstark zu unterstreichen. Ein möglicher konkreter Standort wäre aus Sicht BTE/DWV das WALK in Detmold. Weitere Wanderschwerpunkte wie z. B. Bielefeld, Bad Driburg oder Porta Westfalica bieten hierfür die Rahmenbedingungen. Knackpunkte sind Kosten, Räumlichkeit und personelle Organisation.

Best Practice: Best-of-Wandern Testcenter

„Best of Wandern“ (BoW)²² ist eine Kooperation von Partnern für Wandertestcenter. In den Wandertestcentern können sich Wandergäste und sonstige Reisende beraten lassen und tageweise kostenlos Wanderausrüstung ausleihen. Dabei akquiriert BoW die Ausrüstungspartner und organisiert die Produktausstattung.

Aktuell gibt es elf Wandertestcenter in Österreich, Frankreich, Belgien, Luxemburg und in Deutschland - dort u.a. im Spessart Rüberland, im Frankenwald und im Donau-bergland. Die Produktpalette für den kostenlosen Verleih weist renommierte Markenpartner und eine gute Angebotsbreite auf, die aber gelegentlichen Veränderungen unterliegt.

Die Einrichtung eines Wandertestcenters und der damit verbundene Beitritt zum Marketingverbund Best-of-Wandern ist mit Chancen und Herausforderungen verbunden. Herausforderungen können die Sicherstellung des Nutzens für alle regionalen Partner im Teutoburger Wald sein und die Einigung auf ein tragbares Finanzierungsmodell. Die Akzeptanz durch die Gäste hängt im Wesentlichen von der Lage, den räumlichen Gegebenheiten und der Qualität der Betreuung ab.

Herausforderungen

- Platzbedarf/Ausstellungsfläche (mind. 20-25 qm) in geeigneter Lage z. B. an gut besuchtem Wanderziel/Wanderinfo
- Auswahl des Standortes in der Region (asymmetrischer Nutzen: von Marketing und Kommunikationsleistungen profitiert in gewissem Rahmen die Gesamtregion. Es gibt jedoch nur einen Standort für das Wandertestcenter). Der Standort sollte über viel Publikumsverkehr verfügen und direkt eine größere Auswahl an Wandermöglichkeiten bieten.
- hohe Marketingbeteiligung (10.000 Euro zzgl. MwSt. Jahresgebühr pro Partner-Region)
- Personalaufwand für Beratung, Verleih und Kontrolle
- Erstellung eines Finanzschlüssels (sinnvoll wäre eine finanzielle Beteiligung aller Teilregionen des Teutoburger Waldes an den Personal-, Raum- und Marketingkosten)

Chancen

- kommuniziert herausragende Wanderkompetenz und Serviceleistung für die Zielgruppe
- regionales Alleinstellungsmerkmal (bisher nur sechs Testcenter in Deutschland)
- macht Gäste glücklich, wegen des über die Erwartungen hinaus gehenden Services
- Wissenstransfer im Verbund mit den anderen „Best-of-Wandern-Partnern“ (jährliche Treffen der Partnerregionen)
- Marketing- und Zusatzleistungen durch den Kooperationsträger BoW

²² Best Practice: <https://best-of-wandern.de/was-ist-ein-testcenter> (Abruf: 30.07.2018)

7.2.3 Wanderkundige Gastbetriebe

Ein wanderkundiger Gastbetrieb ist für Wanderer ein Service-plus. Ein Betrieb, der sich als Wanderherberge darstellt, sollte idealerweise als „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ zertifiziert sein (vgl. Kap. 7.3). Die damit verbundenen Anforderungen bilden einen Standard für Ausstattung und Wanderkompetenz.

Unterhalb dieses Standards sollten **Gastbetriebe, die Wanderer beherbergen, mindestens folgenden Service bieten:**

- Vorhalten von Informations- und Kartenmaterial zum örtlichen Wanderangebot
- Nutzung des TEUTO_Navigators, ggf. Zugang zum Arbeitsplatz mit dem System für interessierte Wanderer
- Kenntnis und ggf. Vermittlung des nächstgelegenen Wanderexperten für vertiefende Fragen, Aushang mit Kontakt
- Informationen zum Angebot örtlicher Gästeführer/geführter Wanderungen
- Kenntnis der Öffnungszeiten von Hütten/Gasthäusern an den umgebenden Wanderwegen bzw. den vom Betrieb ausgehend gegangenen Touren
- Informationen zum ÖPNV sowie zum Angebot der örtlichen Taxi-/Shuttle-Dienste
- Kenntnis der aktuellen Wetterlage, Aushang
- Hinweise, wo Wanderzubehör wie Trinkflasche, Wanderstock, Regenschirm, GPS-Gerät gekauft oder ausgeliehen werden können
- Angebot eines Lunch-/Verpflegungspaketes

7.2.4 Verpflegungsangebot entlang der Wege

Das in Zusammenarbeit mit Touristikern und Wanderexperten am häufigsten genannte Service-Defizit ist die Verpflegung der Wanderer tagsüber außerhalb der Orte. Abends nach der Wanderung und in den Ortslagen ist die Versorgung meist gut. In der Landschaft an den Wanderwegen fehlen häufig Gastronomie-Angebote. Umso wichtiger ist es, gute Informationen über das bestehende Angebot zu bekommen, bevorzugt im TEUTO_Navigator. Dieser bietet die Informationen nur lückenhaft an.

Dort, wo Betriebe an Wanderwegen fehlen, müssen Alternativen gefunden werden, um die Gäste zu versorgen. Hier besteht eine Bandbreite an Möglichkeiten. Alle könnten genutzt werden:

- **Bereitstellung von Lunchpaketen oder gefüllten Picknickrucksäcken** (bevorzugt mit regionalen Spezialitäten)
 - Einfachste Möglichkeit ist das Angebot von **Lunchpaketen** durch die Beherbergungsbetriebe. Es sollte Standard sein, dass Gastgeber die Wanderwege (und das dortige Verpflegungsangebot) kennen, ihre Gäste bei der Auswahl der Wege beraten und Lunchpakete anbieten. Für Tagesgäste ist dies allerdings keine Lösung.
 - Gefüllte **Picknickrucksäcke** gehen einen Schritt weiter: Hier könnten auch Picknickdecke, Handtuch, Mütze, Geschirr oder praktische Details wie Gewürzstreuer/-mühlen integriert werden. Die Rucksäcke könnten auch über die

Tourist-Info und örtliche Bäckereien/Geschäfte ausgegeben werden. So wären auch Tagesgäste erreichbar. Die Rucksäcke könnten gegen Gebühr verliehen aber auch verkauft werden. Idealerweise beinhaltet die Verpflegung Spezialitäten der Region, also z. B. Pumpernickel, Pickert, Wanderlebkuchen, Nieheimer Käse, Westfälischen Schinken, Driburger Wasser, örtliche Säfte.

Die Bevorratung der Produkte für den Wanderer stellt eine Herausforderung dar. Dies könnte bei Ausgabe über Bäckereien und Lebensmittelgeschäften leichter sein, weil sich diese frischer Produkte aus ihrer Warenhaltung bedienen könnten.

- Die Verfasser empfehlen eine **einheitliche, Teutoburger Wald-weite Lösung**: den Teuto-Picknick(ruck)sack, der regionsweit beworben und nach einem regionsweiten System abgegeben wird. Der Inhalt kann regional differieren. So wäre es möglich, *eine* Lösung zu kommunizieren/zu bewerben, z. B. die Kennzeichnung der Abgabestellen durch ein einheitliches Symbol. Der „Nieheimer Sack“ mit seiner „Heimat im Sackmuseum“ könnte ein geeignetes Behältnis bilden.
- Lunchpakete und Wanderrucksäcke könnten durch **attraktive Picknickplätze** ergänzt werden, die in der Landschaft markiert bzw. angelegt und gepflegt werden. Die Informationen zur Lage könnten mit den Lunchpaketen bzw. Wanderrucksäcken ausgegeben werden (Geheimtipps nur für Gäste/Käufer) oder über den TEUTO_Navigator veröffentlicht werden.
- **Picknickplätze mit Lieferservice**: Eine für den Gast bequeme Variante, die nur auf Vorbestellung und für Gruppen möglich scheint, wäre die Anlage von Picknickplätzen, die von Gastbetrieben auf Bestellung beliefert werden. Die Plätze müssen mit Lieferfahrzeugen angefahren werden können, eine Outdoor-Toilette wäre erstrebenswert, erschwert aber die Umsetzung (Genehmigungsaufwand, Wartung).

Erfolgreiches Best Practice Beispiel für diese Lösung sind die „Tischlein-Deck-dich“ Picknickplätze der Nordpfade (<https://www.nordpfade.info/urlaub/tischlein-deck-dich.html>).

Denkbar wäre die Nutzung eines bereits etablierten Lieferservice (z. B. REWE Nieheim), um Wanderer mit Lunchpaketen zu versorgen. Als vorbuchbares Angebot könnten auch anfahrbare Picknickplätze bedient werden. Eine Teutoburger Wald-weite Lösung wäre ideal, örtliche Partner sind erforderlich.

- In Orten ohne tagsüber geöffnete Gastronomie, aber mit vorhandenen **Alternativen**, z. B. Bäckereien, Kioske, Lebensmittelgeschäfte, Betriebsküchen, Direktvermarktungsstuben landwirtschaftlicher Betrieben, sollten diese Angebote genutzt und Wanderern offeriert werden (vgl. Kap 5.1.6). Dies erfordert eine deutliche Kommunikation und ggf. eine Zielwegweisung (→ „Wandererversorgung“).

Eine Schwierigkeit stellt die Dynamik dieser Angebote dar. Im Zeitraum der Bearbeitung wurden einige geeignete Möglichkeiten aufgezeigt, die dann nach einigen Wochen als „nun geschlossen“ gemeldet wurden, so die „Suppen aus dem Altenheim in Nieheim“.

Dort, wo diese Angebote fehlen, könnte versucht werden, Partner für die Versorgung zu gewinnen, z. B. bei den landwirtschaftlichen Betrieben. Best Practice Mo-

dell sind hier die „Melkhuske“, Verkaufskioske von Landwirten, die sich in Norddeutschland entlang von Radwegen entwickeln.

- Einzelne, in der Abstimmung des Konzeptes beteiligte Gastbetriebe haben vorgeschlagen, **Verpflegungsstationen für Wanderer ohne Personal mit einer Kasse des Vertrauens** aufzubauen. Beispiel: Eine Scheune wird mittags mit Kaffee, Kuchen, Kaltgetränken und Sandwiches bestückt, die Gäste zahlen, was sie entnehmen. Das Konzept hat sich an Verkaufsständen landwirtschaftlicher Produkte entlang von Straßen etabliert und funktioniert für Wanderer in der Schweiz (so die Erfahrung eines beteiligten Gastronomen).

Wenn es zu dieser Lösung kommt, empfehlen die Verfasser wiederum eine einheitliche, Teutoburger Wald-weite Lösung: die **Teuto-Jausenstation** (Arbeitstitel), die regionsweit beworben wird.

- Denkbar wären auch Snackautomaten für eine Verpflegung außerhalb der Öffnungszeiten, angelehnt an Bäckereien, Schlachter, Lebensmittelhandel oder Erzeuger.
- Eine denkbare Lösung wären **kulinarische Wanderungen**, die Wandern und Kulinarisches Angebot kombinieren. In diesen Programmen ist die Verpflegung integriert. Dies ist eine Idee bzw. ein Wunsch aus Lügde und Schieder-Schwalenberg:
 - Veranstaltungen an bestimmten Tagen, zu denen sich interessierte Gäste einbuchen können: organisierte Touren, wandern von Gastbetrieb zu Gastbetrieb (ggf. Picknickplätze einschließen)
 - individuell buchbares Angebot, in dem Gastbetriebe (bzw. Cafes, Hofläden, ...) durch Wanderungen verbunden wird und so eine verlässliche Verpflegung gewährleistet ist.

Die ausgewählten Stationen sollten eine regionale Küche anbieten. Auch die Anmutung der Betriebe sollte „Teutoburger Wald“ vermitteln. Kriterien dafür wären abzustimmen.

Die bestehenden Gastbetriebe sollten zwingend in Lösungsvorschläge eingebunden werden. Unbedingt ist der Eindruck zu vermeiden, dass ergänzende Verpflegungsangebote eine Konkurrenz zum Angebot der bestehenden Gastronomie bilden. Ziel ist vielmehr, unter Einbindung der Gastbetriebe ein für den Gast zufriedenstellendes Angebot zu gewährleisten.

Als **Modellort** zur Erprobung entsprechender Angebote bietet sich Nieheim an: Hier hat das Thema Kulinarik einen hohen Stellenwert (Westfalen Culinarium, Käsemarkt, Einbindung in „Echte Originale“, bestehende Einbindung der örtlichen Spezialitäten in REWE-Sortiment und Lieferservice. Gleichzeitig besteht in Nieheim Handlungsbedarf, da dort die Versorgung der Wanderer tagsüber sowie an den Wegen nicht gegeben ist (vgl. Kap. 9.2). Ziel eines Modellprojektes sollte die Entwicklung eines Teutoburger Wald-weiten Angebotes sein, das die Region qualifiziert.

7.2.5 Transfer-Leistungen

Wanderer reisen überwiegend mit dem Auto an. Diese Tatsache darf nicht darüber hinwegtäuschen, dass Transferleistungen für Wanderer von Bedeutung sind:

- Gepäcktransfer für das Wandern ohne Gepäck
- Transfer hin zum Start- und/oder zurück vom Zielpunkt
- Transfer bei Erkrankung, Verlaufen, Überschätzen, Schlechtwettereinbruch
- Transfer für Gäste, die nicht mit dem privaten KFZ anreisen

Im Teutoburger Wald besteht ein teils räumlich für Wanderer nutzbares Angebot im öffentlichen (Nah-) Verkehr. In den Orten bieten Taxiunternehmen sowie die Gastbetriebe Transferleistungen an. Wandern ohne Gepäck ist buchbar. Die Verfügbarkeit der Transportunternehmen wochentags wird teilweise durch hohe Auslastung und Konzentration auf Krankenfahrten eingeschränkt.

Es bestehen Lücken im Service Transfer-Angebot, die geschlossen werden sollten:

- Veranstalter/Mittler berichten über Mängel bei einem verlässlichen Gepäcktransfer-Angebot der Gastbetriebe v. a. am Hermannsweg. Hier müssen zukünftig Vereinbarungen eingehalten und einheitliche, verbindliche Preise gewährleistet werden.
- Nach Ansicht vieler an der Erarbeitung des Konzeptes beteiligter Touristiker ist das ÖV-Angebot besser als seine Bekanntheit: Es fehlt an zusammenfassenden Informationen und einem guten Überblick (für Gastbetriebe und Gäste). Aktuell zeigt der TEUTO_Navigator nur Bahnhöfe als Symbol. Weitergehend sollten Informationen zu Fahrplänen, mindestens aber zur Taktfrequenz integriert werden.
- Die Gastbetriebe sollten Wanderer über Transferangebote informieren und bei Bedarf Transferleistungen anbieten können (i.d.R. über Dritte).

7.2.6 Barrierefreie Angebote

Barrierefreiheit ist ein bedeutender Markt (vgl. Kap. 3.5.7). Hinzu kommt die gesellschaftliche Aufgabe, Menschen mit Handicaps die gesellschaftliche Teilhabe zu ermöglichen und der politische Wille, dies zu tun. Allerdings ist es nicht möglich, Wanderangebote konsequent barrierefrei auszugestalten, da damit Wanderqualitäten verloren gehen, die Wanderern ohne Handicaps wichtig sind (naturfeste Wege, Auf und Abstiege, ...).

Die Verfasser empfehlen:

- ein breitgefächertes Angebot, um Gästen mit Handicaps eine Auswahl geeigneter Angebote offerieren zu können (aber eben kein durchgängig 100% barrierefreies Angebot):
 - nahezu alle Wanderwege können von Gehörlosen, Menschen mit kognitiven Beeinträchtigungen sowie Sehbehinderten/Blinden (in Begleitung) genutzt werden
 - ausgewählte Wege sind für Menschen mit Mobilitätseinschränkungen (Rollstuhl, Rollator, Kinderwagen) geeignet

- die Weiterentwicklung eines Angebotes für barrierefreies Wandern, indem geeignete Routen selektiert und ggf. vervollständigt werden.

Dieses Angebot sollte dann im Zusammenhang mit ergänzender und geeigneter Infrastruktur als barrierefreies Wanderangebot im Teutoburger Wald dargestellt werden.

Innerhalb des Teutoburger Waldes erscheint eine Schwerpunktsetzung sinnvoll. **Ge-eignete Standorte für barrierefreie Wanderangebote sind v. a. die Heilbäder.** Hier kann eine Ausrichtung auf barrierefreie Infrastruktur vorausgesetzt werden:

- definierte, für Menschen mit Handicap geeignete Wanderwege, z. B. im Kurpark, Terrainkurwege, Vitalwanderwege
- behindertengerechte öffentliche Infrastruktur (z. B. Tourist-Info, Veranstaltungsräume, Toiletten) aufgrund des dort hohen Anteils von Klinik-Patienten

Ein Angebot barrierefreier Gastbetriebe (über die Angebote der Kliniken hinaus) kann auch in den Heilbädern nicht vorausgesetzt werden. Die Angebotsqualität ist zu ermitteln. Eine Grundlage bieten die Zertifizierungen gemäß „Reisen für Alle“. Dort sind aktuell nur drei Gastbetriebe zertifiziert (in Bad Driburg, Bielefeld und Detmold).

Entsprechend der Darstellung der barrierefreien Angebote im TEUTO_Navigator sind bisher **Bad Driburg und Bad Salzuflen als Schwerpunkorte für barrierefreies (Wander-) Angebot qualifiziert.** Diese Orte könnten Basis eines Angebotsclusters „barrierefrei Wandern“ werden. Es wäre Aufgabe des aufbauenden Marketings,

- dort barrierefreie Angebote zu konzentrieren
- diese Qualität gezielt zu bewerben, so dass Gäste mit barrierefreiem Bedarf passende Angebote finden.

7.2.7 Familienfreundliche Angebote

Die Verfasser empfehlen (der im Masterplan Teutoburger Wald festgelegten Zielgruppenpräferenz entsprechend, vgl. Kap. 6.2) die Sicherung und Entwicklung kindgerechter Angebote.

Wichtige Voraussetzungen für kindgerechte Wanderungen sind:

- Selektion geeigneter, kürzerer Routen, konkret 2 bis max. 10 km. Kindgerechte Routenlängen können auch durch Abkürzungen bestehender längerer Routen entstehen. Der Teutoburger Wald bietet zahlreiche Möglichkeiten passender Kurzwanderungen.
- Entwicklung von Erlebnisangeboten für Kinder an den Wanderwegen: Sammel- und Stempelstellen, Entdeckungen und Überraschungen (z. B. eine Spielgelegenheit), Gastbetrieb am Wanderziel, ...
- familiengerechte Infrastruktur: Ferienwohnungen mit geeigneter Ausstattung, Hallenbäder, Spiel- und Freizeitparks, Streichelzoo, ...

Eine Schwerpunktsetzung innerhalb des Teutoburger Waldes erscheint sinnvoll. Dies passt besonders zu Orten mit kind-/familiengerechter Infrastruktur (Ferienhaussiedlungen, Bäder, Erlebnisangebote). Auf der anderen Seite sollte jeder Kurort ein kindge-

rechtes Angebot bieten, spielende Kinder passen schlecht in das Angebot eines Wellness-Bades.

Familien-/kindgerechte Wanderangebote sollten den im Teutoburger Wald bereits bestehenden bzw. geplanten Angebotsschwerpunkten für Familien zugeordnet werden.

Erkennbare Schwerpunkträume sind die Räume Brakel - Bad Driburg - Stadt Nieheim und Minden - Porta Westfalica - Bad Oeynhausen. Diese Räume/Orte könnten Basis eines Angebotsclusters „Familienferien“ werden. Es ist Aufgabe des aufbauenden Marketings

- dort kindgerechte Wanderangebote zu konzentrieren (bzw. zu entwickeln),
- diese Qualität gezielt zu bewerben, so dass Familien mit kleinen Kindern passende Angebote finden.

7.2.8 Winterwandern

Die Marktforschung unterstreicht das Interesse der Deutschen an Winterangeboten (vgl. Kap. 3.5.5). Die Entwicklung erfolgsversprechender Winterwanderangebote ist im Teutoburger Wald vorstellbar. Für die Umsetzung bedarf es v. a. der Kooperationsbereitschaft geeigneter Partner. Winterwandern braucht gemütliche Quartiere und Orte, in denen auch in der Nebensaison Angebote offeriert werden und Betriebe geöffnet sind. Eine Therme oder eine Sauna stärkt die Winter-Kompetenz. Die Ansiedlung in Heilbädern bzw. Kurorten hat zudem den Vorteil, dass dort durch die i.d.R. ganzjährig hohe Auslastung der Kliniken auch im Winter genug Gäste im Ort sind, um Infrastruktur-Angebote zu öffnen. Als denkbare Cluster für Winter-Wander-Angebot empfehlen sich daher u. a. Bad Driburg, Bad Salzuflen und Bad Oeynhausen.

Als Winterwanderwege kommen v. a. Halbtagesrundtouren in Betracht, die Winterlandschaften erschließen. Empfehlenswert ist es, Gewässer einzuschließen, da diese - unabhängig vom Schnee - Winterstimmungen ermöglichen: gefrorene Gewässer, Raureif. Wege mit steilen oder schwierigen Passagen sollten nicht Gegenstand des Winterwanderangebotes sein.

Maßnahmen für die Produktentwicklung für das Wandern im Winter

- Festlegung geeigneter Schwerpunkträume für „Winterfreuden im Teutoburger Wald“
- Selektion von Winter-Wanderwegen in den Schwerpunkträumen „Winterfreuden“, v. a. Halbtagestouren (rd. 10 km Länge). Der Ausbau spezieller Wege ist nicht erforderlich.
- in Kombination mit „Winter-Gemütlichkeit“: Kamin/Ofen, Feuer, Wärme, Sauna
 - Voraussetzung: Beteiligung geeigneter Quartiere
 - Einbindung von Bädern/Thermen/Saunen, ggf. Aufbau besonderer Sauna-Angebote, z. B. mobile Sauna, Sauna in der Forsthütte, ...
- ggf. Kombination mit Kutschfahrten, ggf. Schlittenfahrten
- pointierte Darstellung des Winterwanderangebotes in Werbung und Gästeinformation

7.2.9 Angebot für niederländische Gäste

Die Lage des Teutoburger Waldes und die Produktmerkmale (Mittelgebirge, waldreich, historische Orts- und Stadtbilder) geben dem Teutoburger Wald eine **gute Position auf dem niederländischen Markt**. Der bisherige Markterfolg mit einer hohen Anzahl niederländischer Gäste bestätigt diese Einschätzung. Im Marketing wird die Zielgruppe bereits berücksichtigt.

Niederländer benötigen keine spezifischen Wanderangebote. Entscheidend für die Produktqualität für Niederländer ist in erster Linie die Qualität der Gastbetriebe. Als sehr wirksam hat sich die Ansiedlung von Betrieben mit niederländischen Inhabern bzw. niederländischem Management erwiesen. Diesen Betrieben gelingt es meist ausgezeichnet, ihre Landsleute als Kunden zu gewinnen. Die bevorzugte Ansiedlung von Gastbetrieben mit Fokussierung auf niederländische Kunden ist v. a. Aufgabe der Wirtschaftsförderung der Kreise und Gemeinden.

Die Produktentwicklung sollte den Ansprüchen dieser Zielgruppe gerecht werden, u. a.:

- Einbindung von Angebotsmerkmalen, die Niederländer schätzen, z. B. Kaffee-Flatrate
- niederländisches Informationsmaterial (zumindest eine Kurzfassung) - vielerorts bereits realisiert²³

Wanderangebote für Niederländer sollten den im Teutoburger Wald bereits bestehenden bzw. geplanten Angebotsschwerpunkten zugeordnet werden. Wettbewerbsvorteile sind die Erreichbarkeit, v. a. die Nähe zur A2/A30 bzw. zur Bahnstrecke Bielefeld-Osnabrück-Hengelo, attraktive historische Ortsbilder, etwa um Blomberg, Detmold, Nieheim, Schwalenberg, und bestehende Betriebe unter niederländischer Führung.

Die Bewerbung des niederländischen Marktes ist Aufgabe des aufbauenden Marketings. Denkbar ist die Berücksichtigung von Messen in den Niederlanden (Utrecht: Vakantiebeurs, Fiets en Wandelbeurs). Gegenstand der Darstellung sollte stets die Dachmarke Teutoburger Wald sein. Eigenständiges Incoming der Orte ist auf der internationalen Bühne nicht sinnvoll. Incoming ist Aufgabe des NRW Tourismus und der DZT, Incoming für den Teutoburger Wald sollte dort verabredet bzw. abgestimmt werden.

7.3 Schulung und Gewinnung von Qualitätsgastgebern

Ein ausreichendes Angebot an speziell auf Wanderer ausgerichtete Gastbetriebe ist Ausdruck der regionalen Wanderkompetenz. Um einem bedarfsgerechten und qualitativ hochwertigem Angebot an Übernachtung und Gastronomie einer wettbewerbsfähigen Wanderregion gerecht zu werden, muss das Angebot an Wandergastgebern deutlich ausgebaut und, wo ein solcher Ausbau nicht ausreichend möglich ist, durch weitere Angebote ergänzt werden.

BTE/DWV gehen dabei von folgenden Zielvorstellungen aus:

²³ Hinweis: Von der Nutzung des automatischen Google Übersetzters raten die Verfasser dringend ab.

- **Übernachtungsangebot:** Das Angebot soll von Campingplatz, über Jugendherbergen, Ferienwohnungen, Pensionen bis hin zu gehobenen Hotels ein **breites Spektrum** im Projektgebiet abdecken.
- **Gastronomie/Versorgung:** Die Versorgung der Wandergäste an jedem Wanderweg (jeder Tagesetappe) muss sichergestellt werden. Hierbei kann eine Versorgung durch mehrere Angebotsstufen abgedeckt werden:
 - zertifizierte „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“
 - alternative Gastgeber ohne spezielle Wanderorientierung
 - alternative Versorgungsstationen: Stehcafé, Bäckerei, Kiosk mit Speisen und Getränkeangebot
 - flankierende Serviceangebote: Wanderrucksack, Picknickplätze, Lunchpakete (vgl. Kap. 7.2.4)
- **Zentral:** Ein ausreichendes Maß **an zertifizierten Qualitätsgastgebern „Wanderbares Deutschland“** bietet kompetente Beratung und ein speziell für Wanderer optimiertes Angebot. Der bundesweite Standard ist an den Gästewartungen ausgerichtet. Ergänzt wird dieses zielgruppenspezifische durch weitere Angebote (hier „alternative Gastgeber“).

Der Ausbau des Angebots muss sich dabei vor allem an qualitativen Gesichtspunkten orientieren, die auf die Projektziele einzahlen, und das Wanderangebot des Teutoburger Waldes konkurrenzfähig machen.

Für die Betriebe bietet eine klare Positionierung beim Thema Wandern im Teutoburger Wald Chancen für die Akquise neuer Nutzergruppen und Potenziale für eine stärkere Vernetzung untereinander. Gleichzeitig wird eine thematisch angeregte Qualitätsorientierung helfen, die wahrgenommene Qualität durch die Gäste zu steigern.

BTE/DWV empfehlen, wesentliche qualitative Erfolgsfaktoren beim Ausbau des Angebotes an Wandergastgebern zu beachten:

- Gewinnung von Betrieben, v. a. entlang der ausgewählten Wanderrouten und in den Wanderschwerpunkträumen. Jeder Schwerpunktort sollte möglichst mindestens einen zertifizierten „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ bis Projektende vorweisen. Hierdurch wird die örtliche und regionale Wanderkompetenz sichtbar gemacht. Mindestens ein Anbieter sollte die wanderspezifischen Serviceleistungen bieten.
- Flexibilität in der Auswahl der Betriebe. Notwendig ist eine enge Rückkopplung und Abstimmung mit den Projektreferenten. Regelmäßige Überprüfung der Auswahl priorisierter Gastgeber für die Beratung, um auch innerhalb des Projektes auf wechselnden Bedarf (laufende Entwicklungen im Wanderinfrastrukturbereich, neue Anbieter, Wegfall bestehender Anbieter) eingehen zu können.
- „Wandern mit Einkehr“ bedeutet in der Zielgruppe ein Zugewinn an Wanderqualität. Die Gewinnung von Gastronomiebetrieben, die bisher in den Projektgebieten stark unterrepräsentiert sind, wertet das Wanderangebot auf und erweitert das Netzwerk von Wanderexperten unter den Gastgebern.
- Nicht nur an Wegen, die in die Teilgebiete der Destination Teutoburger Wald weiterführen, die nicht im Projekt vertreten sind (Kreise Herford, Paderborn), sollte

deren Angebot an Wandergastgebern mitgedacht werden. Spätestens ab Projektende wird das Angebot der Destination an der Leistung in der Gesamtregion gemessen.

Um diesen qualitativ gesteuerten Ausbau im Angebot an Wandergastgebern (Unterkünfte und Gastronomie) zu erreichen, bedarf es Motivationshilfen und Anreize für die interessierten Gastgeber (vgl. Kap. 7.3.2). Um die im Projekt neu gewonnen „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ dann zu einem dauerhaften Engagement zu bewegen, müssen diese lokal, regional und auf Ebene der Destination Ansprechpartner haben und über Netzwerkvorteile und Mehrwerte gebunden werden (vgl. Kap. 7.4).

7.3.1 Bedarfsermittlung für Beratungen und Zertifizierungen von Unterkünften

Um das Ziel einer angemessenen Zahl von Qualitätsbetrieben im Projektgebiet erreichen zu können, wurden in den ersten regionalen Workshops Zielwerte definiert.

Abb. 59 Zielwerte zur Gastgeberberatung

Teilregion	Fläche in km ²	Anteil Fläche	Zielwerte aus 1. Workshops	Zielwerte anteilig nach Fläche	Anzahl Qualitätsgastgeber September 2018
Bielefeld	259	5,2%	5	3	3
Hövelhof	71	1,4%	1	1	1
Gütersloh	969	19,5%	12	10	0
Höxter	1.201	24,1%	12	12	8
Stadt Nieheim	80	1,6%	2	1	0
Kreis Lippe	1.246	25,0%	13	13	18
Minden-Lübbecke	1.152	23,2%	11	12	0
Summe	4.978	100%	56	52	30

Quelle: DWV, 2018, eigene Abbildung

Für die Beratung geeigneter Gastgeber wurden von den Projektreferenten insgesamt 565 Betriebe vorgeschlagen. BTW/DWV empfehlen, diese nachfolgenden Kriterien zu betrachten und zu priorisieren:

- Affinität zum Thema **Aktivtourismus**
- Erfüllung **formaler Voraussetzungen** (DTV-, DEHOGA-Klassifizierungen, etc.)²⁴
- **Interessensbekundungen** für eine Zertifizierung/Mitarbeit
- **Lage zum geplanten Wegenetz** (touristisch relevante A-/B-/C-Routen)

Daraus ergibt sich eine mit dem Projektreferenten abgestimmte Liste von für die Beratung in Frage kommenden Akteuren von insgesamt 111 Betrieben der höchsten Priorität.

²⁴ Eine Klassifizierung wird auch nach Kriterienänderung zum 1. Oktober weiterhin empfohlen.

tät. Aus diesem Potenzial und bei räumlichem Bedarf auch Gastgeber mit Priorität 2 sollen in jeweiliger Absprache mit den Projektreferenten die konkreten Betriebe für die Beratungsgespräche ausgewählt werden.

Die Analyse des räumlichen Bedarfs im Verhältnis zu den touristisch relevanten Wanderrouten (Stand Dezember 2018) zeigt jedoch, dass im gesamten Projektgebiet weiterer Handlungsbedarf bei der gezielten Akquise von Qualitätsbetrieben besteht, auch um die Versorgungslücken im gastronomischen Bereich zu schließen.

Empfehlung: Je nach Stand der Ergebnisse aus dem Projektteil Wanderinfrastruktur ist die räumliche Analyse zu aktualisieren und unter Abstimmung mit den Projektreferenten in Umsetzung der Beratungstermine zu bringen.

DWV und BTE empfehlen eine Erhöhung der Erreichbarkeit von potenziellen Gastgebern im Projektgebiet. Um die Zielgröße von ca. 56 räumlich bedarfsgerecht verteilten zertifizierten Wandergastgebern zu erreichen, müssen deutlich mehr Gastgeber angesprochen und beraten werden. Eine Erfolgsquote von 100% erscheint nicht realistisch.

- Neben den im Projekt zunächst vorgesehen Einzelberatungen, sollen, wenn sinnvoll, auch Gruppenberatungen angeboten werden. Dies ist in der Stadt Bielefeld bereits geschehen.
- In einigen Fällen erscheint es folgerichtig, die Häuser direkt zu prüfen und zu zertifizieren. Das kann dann der Fall sein, wenn bereits eine große Eigenmotivation und hohes Wanderwissen beim Gastgeber bestehen. Auch ein enger Kontakt der regional gut verankerten Projektreferenten kann in Einzelfällen dazu führen, dass vor einer Zertifizierung keine weitere Beratungsleistung notwendig ist, wie Beispiele im Kreis Lippe zeigen.

Abb. 60 geplante Beratungsgespräche mit Gastbetrieben (ohne bereits zertifizierte Gastgeber)

Kreis/kreisfreie Stadt	Ort	Betrieb	Lage an Wanderweg der Kategorie ...
Kreis Gütersloh	Borgholzhausen	Ferienwohnung "Gästehaus bei Veronica"	C-Weg
	Halle Westfalen	Gerry Weber Landhotel 3*	A-/B- und C-Weg
	Halle Westfalen	Landhotel Jäckel 3+*	C-Weg
	Halle Westfalen	Gasthof Tatenhausen	C-Weg
	Halle Westfalen	Rossini	A-/B- und C-Weg
	Harsewinkel	Museumscafé im Hühnerstall	C-Weg
	Langenberg	Café zur Linde	C-Weg
	Rheda-Wiedenbrück	Brasserie Lamäng	B-Weg
	Rheda-Wiedenbrück	Seecafé	B-Weg
	Rietberg	Lind Hotel 4*	B-Weg
	Rietberg	Café Münzte	B-Weg
	Schloss Holte-Stukenbrock	Campingplatz Furlbachtal	C-Weg
	Schloss Holte-Stukenbrock	Alte Fockelmühle	B- und C-Weg
	Verl	Bürmanns Hof	C-Weg
	Versmold	Altstadt Hotel 4*	C-Weg
Werther	Restaurant Bergfrieden	B- und C-Weg	
Kreis Höxter	Bad Driburg	Hotel Waldcafé Jäger	A- und C-Weg
	Bad Driburg	Hotel am Rosenberg	
	Stadt Nieheim	Parkhotel Nieheim	A- und C-Weg
Kreis Lippe	Blomberg	Burghotel Blomberg	C-Weg
	Detmold	Ferienwohnung Auszeit	C-Weg
	Detmold	Ferienwohnung Adlerhorst	A-/B- und C-Weg
Kreis Minden-Lübbecke	Hüllhorst	Wiehentherme Struckmeyer	C-Weg
	Porta Westfalica / Westliches Weserbergland	Hotel Weserschiffchen	kein priorisierter Weg
	Porta Westfalica / Westliches Weserbergland	Waldhotel Porta Westfalica garni	C-Weg
	Porta Westfalica / Westliches Weserbergland	Zukünftige Gastro am Kaiser-Wilhelm-Denkmal	B- und C-Weg
	Porta Westfalica / Westliches Weserbergland	Jugendherberge Porta Westfalica	C-Weg
	Preußisch Oldendorf	Landhotel Blankenstein	C-Weg
Preußisch Oldendorf	Hotel-Pension Immenheim	C-Weg	

Quelle: DWV Stand September 2018 (wird im weiteren Verlauf des Projektes erweitert)

7.3.2 Anreizsystem für Betriebe zur Teilnahme an qualitätsfördernden Maßnahmen und Zertifizierungen

Wie können Gastgeber motiviert werden, sich für das Wandern in der Region zu engagieren und sich zum Wandergastgeber zu qualifizieren?

Das Projekt Zukunftsfit Wandern macht dazu vier Angebote (vgl. Seite 138):

- Beratungsleistungen im Rahmen des Projektes
- Vorteile des Zertifikates
- Vorteile im Projekt Zukunftsfit Wandern, Unterstützung bei der Zertifizierung „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“, Finanzierung der Gebühr
- temporär: kostenfreier Eintrag im TEUTO_Navigator für erfolgreich zertifizierte Betriebe

Beratungsleistung im Rahmen des Projektes

Die Beratung der Gastgeber dient als wesentliches Instrument, um den Gastgebern möglichst niedrigschwellig den Prozess der Zertifizierung zum Qualitätsgastgeber zu ermöglichen. Über die gemeinsame Definition nächster Schritte wird dann in der Regel der Prozess zur Zertifizierung vorangetrieben.

Zur Information vor und während der Beratung wurde ein 12-seitiger Ratgeber für Qualitätsgastgeber entwickelt. Dieser beinhaltet neben vielfältigsten Informationen zum Projekt „Zukunftsfit Wandern im Teutoburger Wald“, zur Zielgruppe Wanderer, zum Ablauf des Zertifizierungsprozesses und den Vorteilen für zertifizierte Gastgeber auch eine ausführliche Erläuterung von erklärungsbedürftigen Qualitätskriterien. Der Ratgeber stellt eine sinnvolle Ergänzung zum Kriterien-Katalog des Deutschen Wanderverbandes dar und wird aktiv in der Gastgeber-Akquise und Beratung eingesetzt.



Übersicht der Inhalte des Ratgebers für Qualitätsgastgeber

- Informationen zum Projekt „Zukunftsfit Wandern im Teutoburger Wald“
- Darstellung des Zukunftsmarkts Wandern
- Qualitätsinitiative „Wanderbares Deutschland“
- warum „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ werden?
- der Weg zum „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ (Zertifizierungsprozess, Verlängerung des Zertifikates und Zertifizierungsmaterialien)
- Erläuterungen zu den Qualitätskriterien für Unterkunfts- und für Gastronomiebetriebe
- alle Vorteile für Qualitätsgastgeber auf einen Blick und Leistungen für Gastgeber über das Projekt „Zukunftsfit Wandern im Teutoburger Wald“

- Kontaktdaten der regionalen Ansprechpartner sowie der Projektpartner

Ergänzend zu den Beratungsmaterialien haben die Kreise Höxter, Hövelhof und die kreisfreie Stadt Bielefeld bereits ein Informationspaket für Gastgeber mit Wanderkarten und Prospekten zu touristischen Attraktionen der Region zusammengestellt, das es den interessierten Betrieben ermöglicht, die entsprechenden Kriterien für die Zertifizierung leichter zu erreichen. Eine Info-Mappe des Teutoburger Wald-Tourismus für Gastgeber mit überregionalen Angeboten ergänzt dies sinnvoll.

Vorteile des Zertifikats

Die Vorteile und Mehrwerte für Gastgeber, die sich aus der Zertifizierung als „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ ergeben, werden in den Beratungen und im Ratgeber differenziert erläutert.

Zertifizierte Betriebe erhalten bei einer Neuausstellung des Zertifikats eine Urkunde, ein Leistungsversprechen (als Aushang für den Gast) und eine Plakette zur Montage am Haus.

Neben den Vorteilen über eigene Vermarktungs- und Markenleistungen sowie Information- und Know-How-Gewinn profitieren die Gastgeber überwiegend durch Crossmarketing-Maßnahmen des Markenträgers. Dazu gehören z. B. die Präsentation der Qualitätsgastgeber u. a. bei Viabono, bei der DZT, bei Kompass, dem Marktführer für Wanderkarten.

Abb. 61 Werbemedien für zertifizierte „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“



Quelle: DWV, 2018

Vorteile im Projekt

Der Projektträger bietet Gastgebern zwei zentrale Anreize für eine Beteiligung:

- Die Erstaussstellung des Zertifikates sowie die Bereitstellung aller Zertifizierungsmaterialien sind im Rahmen des Projektes „Zukunftsfit Wandern im Teutoburger Wald“ für die ersten 50-60 Betriebe kostenfrei.
- Alle Qualitätsgastgeber werden für die Dauer der Projektlaufzeit kostenfrei auf der Website *teutoburgerwald.de/wandern* und im TEUTO_Navigator gelistet. Hierbei ist darauf zu achten, dass dies zügig nach abgeschlossener Zertifizierung erfolgt, damit der Mehrwert auch direkt für den Gastgeber spürbar wird.

Empfehlung: weitere Anreize schaffen

BTE/DWV empfehlen die Entwicklung weiterer Anreize, die auch über die Projektphase hinaus Anwendung finden sollen:

- **Fortbildungsangebot** für Gastgeber entwickeln, das entweder exklusiv für Qualitätsgastgeber konzipiert wird oder für diese einen finanziellen oder zeitlichen Vorteil gegenüber anderen Gastgebern bietet. In den Fortbildungen werden zwei Angebote pro Jahr empfohlen, die Gastgeber z.B. zu folgenden Themen informiert:
 - neue und geplante Entwicklungen beim Wandern
 - Veränderungen bei den Qualitätsansprüchen
 - Veränderungen im Wanderangebot der Region (Produktupdates)
 - Mehrwertthemen: Informationen zu Themen, die für Gastgeber aktuell relevant sind (Reiserecht, DSGVO, Digitalisierung)

Regelmäßige Fortbildungsangebote dienen gleichzeitig zum Erfahrungsaustausch und zur Diskussion geplanter Maßnahmen. Zeitgleich bietet die Region damit ein Angebot für anerkannte „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ an, die sich wiederum direkt auf die Zertifizierung auswirken können (Wahlkriterium 4).

- **Zentrale Beschaffung** und Verteilung von Standardmaterialien (z. B. Blasenpflaster, Produktmappe Wandern im Teutoburger Wald, Aufsteller, etc.). Ähnlich wie das Infopaket zum Wandern, das im Rahmen des Beratungsprozesses genutzt werden kann, kann dies zur Identifikation mit der Wanderregion Teutoburger Wald beitragen und bietet zusätzlich die Möglichkeit, diese mit einem regionalen Branding zu versehen und so die Region im Haus stärker sichtbar zu machen.
- Übernahme und **Kennzeichnung** der zertifizierten Qualitätsgastgeber **in die offiziellen Medien und Publikationen**. Hierbei könnte ein konkreter Mehrwert geschaffen werden, der allerdings für die Gesamtregion einheitlich vollzogen werden muss. Voraussetzung ist die Einigung mit einem regionalen Kartenproduzenten.

Etablierung eines **Netzwerkes Wandergastgeber** (vgl. Kap. 7.4).

7.4 Kooperationsmodelle

Wanderqualität ist nur querschnittsorientiert und fachübergreifend erreichbar und auch nur so dauerhaft zu sichern und weiter zu entwickeln. Es braucht zahlreiche Partner unterschiedlicher Branchen, neben dem Tourismusmarketing und den Leistungsträgern v. a. Forst und Landwirtschaft, Handel und Dienstleistung sowie Ehrenamt (Wandervereine).

Die aktuelle Struktur von Zukunftsfit Wandern im Teutoburger Wald, mit einer Stabsstelle auf der Ebene der Dachorganisation sowie zuständigen Referenten in den zugehörigen Kreisen in Zusammenarbeit mit den Städten und Gemeinden, erscheint grundsätzlich leistungsfähig. Um das Projektziel „Aufbau und Qualifizierung des Netzwerk Wandertourismus“ über die Projektphase hinaus sicher zu stellen, müssen solche vernetzten Strukturen für die Gesamtregion Teutoburger Wald implementiert werden.

Wanderqualität erlebt der Gast konkret in den Orten und Betrieben. Hier wird sichtbar, ob die Route markiert ist, Gastgeber bzw. Tourist-Info den richtigen Tipp geben, das Essen schmeckt und das Servicepersonal Freude macht. Dafür braucht es die Zusammenarbeit aller genannten Partner.

Netzwerk Wandergastgeber

Wie findet der Gast im Teutoburger Wald sein gutes Wanderangebot? Und wie wird sichergestellt, dass die Leistungen aller Partner und damit die Gesamtqualität überzeugen?

Die Verfasser empfehlen die **Gründung eines Netzwerkes „Wanderbetriebe im Teutoburger Wald“** (Arbeitstitel), um sicher zu stellen, dass der Gast eines Qualitätsbetriebes auch darüber hinaus gute Angebote findet und gute Leistungen bekommt.

Die Initiative sollte von den Betrieben ausgehen²⁵ und darauf abzielen:

- den Gast im Netzwerk zu halten, indem geeignete Partner aus dem Netzwerk empfohlen werden (Empfehlungsmarketing),
- sehr gute Qualität zu bieten (Qualitätsversprechen) und immer besser zu werden (Instrument dieser Qualitätsentwicklung könnte ServiceQ Deutschland sein).

Die Betriebe des Netzwerkes würden sich durch besten Wander-Service qualifizieren, wären Ansprechpartner für Organisation, Qualitätssicherung und Produktentwicklung und Meinungsbildner in Sachen Wandern unter den Kollegen.

Voraussetzung ist die Gewährleistung einer herausragenden Qualität, die nachweislich erbracht wird. Das entsprechende Qualitätsversprechen sollte über dem „Standard“ liegen und spezifische Qualitäten der Region beinhalten, d. h. regionale Produkte bzw. Fertigkeiten.

²⁵ Best Practice dieses Ansatzes ist die Rhöner Initiative „aus der Rhön – für die Rhön“ (Qualität: Regionale Produkte, Schutz durch Genuss – Landschaftspflege durch Förderung einer nachhaltigen Produktion und regionaler Wirtschaftsweisen), www.adr-fdr.de, ähnliche Initiativen gibt es im Sauerland (Wandergasthöfe), in der Eifel, in Ostbayern, dem Allgäu, ...

Das Netzwerk sollte stets für weitere Betriebe offen sein, die die entsprechende Qualität gewährleisten. Das Netzwerk sollte folgende Leistungen bringen:

- Netzwerkmanagement, Betreuung & Unterstützung
- Darstellung gegenüber dem Gast
- Empfehlungsmarketing der Betriebe untereinander
- gemeinsame Produkte z. B. Mehrtagestouren mit Gepäcktransfer
- erste Zielgruppe für Fortbildungsangebot
- Qualitätsversprechen gegenüber dem Gast = zertifizierte Qualitätsbetriebe Wanderbares Deutschland als Finanzierung durch Umlage der Betriebe

Netzwerk Verpflegung

Die bestehenden Lücken in der Verpflegung der Wanderer in Gastbetrieben im Teutoburger Wald (vgl. Kap. 5.1.6) sowie die absehbare Verschärfung des Problems fordert Lösungen. Diese werden mit großer Wahrscheinlichkeit nicht nur von den Gastbetrieben erbracht werden können. Für eine Lösung bedarf es

- innovativen Lösungen der Gastbetriebe: offene Scheune, Kasse des Vertrauens, Lieferservice, Snackautomat, ...
- der Einbindung weiterer Versorgungspartner, z. B. Bäckereien, Direktvermarkter, Kantinen, Lebensmittelhandel (mit Lieferservice) (vgl. Kap. 7.2.4).

Als **Modellort** einer Erprobung einer solchen vernetzten Lösung bietet sich Nieheim an, hier besteht einerseits hohe Notwendigkeit und gleichzeitig gute Voraussetzungen, v. a. durch die bestehende Kooperation mit REWE und deren Lieferservice bei Einbindung regionaler Produkte (vgl. Kap. 9.2).

Die bestehenden Gastbetriebe sollten zwingend in Lösungsvorschläge eingebunden werden. Unbedingt ist der Eindruck zu vermeiden, dass ergänzende Verpflegungsangebote eine Konkurrenz zum Angebot der bestehenden Gastronomie bilden. Ziel ist vielmehr ein für den Gast zufriedenstellendes Angebot unter Einbindung der Gastbetriebe zu gewährleisten.

Netzwerk Gästeführer

Der Teutoburger Wald beherbergt vielerorts fachliche Expertise, die bisher nicht zusammengeführt wurde, so z. B. die Gästeführer.

Die räumlich getrennte Entwicklung birgt das Risiko von Doppelarbeit. Die Verfasser empfehlen eine regionsweite Kooperation mit dem Ziel von Erfahrungsaustausch und gegenseitiger Unterstützung mindestens für Wanderführer/Gästeführer, bedarfsgerecht für weitere Fachgebiete.

Wanderinformationen für alle (Wandernewsletter)

Nicht jeder Gastgeber innerhalb einer Wanderregion ist bereit, sich in Form einer Zertifizierung auf Wanderer als Gäste einzulassen. Gleichwohl sollen seine Gäste, wenn sie wandern möchten und Wandervorschläge wünschen, zumindest an eine Stelle oder Person verwiesen werden, wo sie kompetent für eine Wanderung beraten werden können. Dazu genügt oftmals bereits ein Hinweis an der Rezeption.

Jeder Gastgeber sollte wissen, dass er Teil der profilierten Wanderregion Teutoburger Wald ist. Regelmäßige Newsletter mit dem Schwerpunkt Wandern in der Region verdeutlichen den hohen Stellenwert des Wanderns. Der Newsletter bietet für die Wanderregion die Möglichkeit, alle Gastgeber zu erreichen. Außerdem können schnell aktuelle Informationen oder Änderungen weitergegeben werden.

Durch die Einbindung aller Gastgeber in einem Wandernewsletter können auch die nicht aufs Wandern spezialisierten Gastgeber ihren Gästen eine kompetente Auskunft geben oder vermitteln. Gleichzeitig können über diesen Weg auch einige Gastgeber enger an das Thema gebunden werden, wenn sie einen Mehrwert erkennen.

Die Inhalte eines solchen Basis-Newsletters Wandern sollten stark komprimiert sein und im Wesentlichen einen serviceorientierten Mehrwert bieten.

Steuerungsgruppe und regionale Wanderbeiräte – Wanderinfrastruktur

Auch abseits der direkten Angebots- und Servicethemen ist regelmäßiger Austausch und Netzwerkbildung ein wichtiger Erfolgsfaktor. Im Rahmen des Infrastrukturkonzeptes werden auf Destinationsebene (Teutoburger Wald) die Einrichtung einer Steuerungsgruppe Wanderinfrastruktur sowie die Einrichtung von Wanderbeiräten auf Kreisebene empfohlen (vgl. S.114).

Wichtige Aufgaben der Steuerungsgruppe, die aus den wandertouristischen Kernpartnern Destinationsmanager auf gesamtregionaler und Kreisebene und den markierungsbefugten Wanderorganisationen besteht, sind u.a.:

- Begleitung der strategischen Ausrichtung der Weiterentwicklung der Wanderinfrastruktur, Lösung übergreifender Fragestellungen.
- Integration der nicht im Projektgebiet vertretenen Kreise der Wanderregion Teutoburger Wald (Herford, Paderborn) in die Gesamtstrategie begleiten.
- Kontrolle der Umsetzung von Entwicklungsmaßnahmen, die sich aus dem Projekt für die Phase nach dem Projektende ergeben. Setzung des inhaltlichen Rahmens für eine zentrale Wanderkoordinierungsstelle.
- Verankerung des notwendigen Prozesses einer mittelfristigen Umstrukturierung im Wegemanagement (Flächenzuständigkeit bzw. Flächenkoordinierung) in den regionalen Strukturen.

Aufgabe der regionalen Wanderbeiräte, in denen alle direkt oder indirekt auf regionaler Ebene von der Wanderinfrastruktur betroffenen Akteure (z.B. Forst-/Waldbesitzer, Wandervereine, Naturparke, Naturschutz, Tourismus) sowie ein Koordinator für die Wanderinfrastruktur im Teutoburger Wald vertreten sind, sind u.a.:

- regelmäßiger Austausch – Netzwerkbildung (wichtig für unerwartete Situation, bspw. Waldschäden, großflächige Wegsperrungen, Umleitungen etc., sind funktionierende Strukturen und schnelle Kontakte)
- Diskussion und Lösung konkreter Problemfälle aus dem Wegemanagement
- Lösung zu konkreten Fragen der Umsetzung von Handlungsempfehlungen aus dem Projekt Zukunftsfut auch über die Projektphase hinaus
- Abstimmung mit den Akteuren des Wegemanagements

7.5 Vertrieb

Wanderangebote im Teutoburger Wald sind an zahlreichen Stellen buchbar: bei den Leistungsträgern, in den Orten (teilweise, leistungsfähige Organisationen vorausgesetzt, teilweise nur Vermittlung), bei den Marketingorganisationen (z. T. überlappende Zuschnitte), ausgewählte Angebote auch bei Reiseveranstaltern. Quartiere sind über Buchungsportale buchbar. Die OWL GmbH bietet aktuell keine Vertriebslösungen an.

Die Vielfalt an Buchungswegen hat Vorteile: grundsätzlich gilt: je mehr Vertriebswege, desto besser.

Für die Anbieter bilden die unterschiedlichen Vertriebspartner eine Herausforderung: unterschiedliche Partner, evtl. mit unterschiedlichen Anforderungen müssen bedient werden. Wenn dieser Arbeitsaufwand sich nicht rentiert, müssen Prioritäten gesetzt und unwirtschaftliche Vertriebswege gestrichen werden.

Reiseveranstalter werden nicht bereit sein, die gesamte Angebotspalette von Wandern im Teutoburger Wald anzubieten. Auch sind die dort üblichen Provisionen zu hoch für eine flächendeckende Beteiligung der Leistungsträger.

Wenn gewollt ist, Teutoburger Wald als Destination zu entwickeln, sollte über eine zentrale Vertriebslösung nachgedacht werden, die von den Leistungsträgern akzeptiert wird.

Solange es Vertriebsmodelle auf der Ebene der Landkreise gibt, ist diese Lösung voraussichtlich nicht sinnvoll. Konkurrenzen und Doppelstrukturen unter den unterschiedlichen Organisationen der öffentlichen Hand sollten vermieden werden.

8 Entwicklung von Alleinstellungsmerkmalen

Der Teutoburger Wald hat bei Wanderern mittlere Bekanntheitswerte (vgl. Kap. 5.4). Bekanntheit und Image gelten als Voraussetzung für die Steigerung der Nachfrage (Destination Brand, 2009).

Voraussetzung: Markenführung

Die nur mäßige Position des Teutoburger Waldes als Wanderregion liegt nicht nur an den bisherigen Schwächen im Angebot. Es ist sicher auch eine Konsequenz des fragmentierten Marketings der Landkreise und der durch sie geprägten Teilregionen. Dies bestärkt die fehlende Klarheit des Produktes Teutoburger Wald (s.u.).

Die bisher zahlreichen Submarken und Einzelauftritte **sollten zu einer starken, durchgängigen Markenstrategie des Teutoburger Wald** zusammengefasst werden.

Mit dem gemeinsamen Marktauftritt des Teutoburger Waldes und der Einrichtung des TEUTO_Navigators wurde bereits eine wichtige gemeinsame Plattform geschaffen.

Erforderlich ist darüber hinaus:

- Bezug aller Partner auf die Dachmarke Teutoburger Wald: Nennung der Destination, Zusammenführung der Gestaltung, idealerweise durchgängige Gestaltungslinie der Medien im Teutoburger Wald, hilfsweise Verständigung auf gemeinsame Elemente
- Zusammenführung der Gesamtregion Teutoburger Wald in der Wanderinitiative (inkl. Kreise Herford und Paderborn)
- Aufbau/Verfestigung eines regionalen Profils/einer Charakterisierung des Teutoburger Waldes und in der Folge der Wanderlandschaft Teutoburger Wald

Eine zusätzliche Herausforderung bildet die Überlappung des Marketings von Teutoburger Wald mit dem im Osten benachbarten Weserbergland und dem im Westen weiterführenden Natur- und Geopark TERRA.vita. Zahlreiche Gemeinden sind beiden Strukturen zugehörig. Grundsätzlich ist es ein Vorteil, zwei Marken zugehörig zu sein: zwei Verkaufsargumente, zwei Tourismusmarketing-Organisationen. Zwangsläufig entsteht dabei Doppelarbeit: Die Orte und ihre Angebote müssen in beiden Systemen angeboten werden. Hier ist kein „entweder – oder“ sinnvoll. So ist die *ausschließliche* Darstellung von Porta Westfalica im CD Weserbergland (und ohne Verweis auf Teutoburger Wald und TEUTO_Navigator) zwar im Zusammenhang mit der Mitgliedschaft im Zweckverband Touristikzentrum Westliches Weserbergland verständlich, aber nicht zielführend. Hier bleibt nur der Hinweis auf die Zugehörigkeit zu beiden Dachmarken und die Darstellung beider Regionen.

Um den betroffenen Gemeinden doppelte Kosten zu ersparen und eine „entweder-oder-Entscheidung“ zu vermeiden, sollten sich die benachbarten Dachverbände auf eine Lösung einigen, z. B. eine gekoppelte Mitgliedschaft: bei beiden Mitglied werden, zum Preis einer Mitgliedschaft (wie bereits teilweise praktiziert).

Profilierung Wanderangebot

Der Teutoburger Wald beherbergt zahlreiche gute Wanderangebote (Wanderattraktionen/POIs, Routen, Quartiere, Zielorte). Die **Hermannshöhen** werden erkennbar als Leitprodukt positioniert, bieten aber als typische Kammwege wenig Alleinstellung: Sie sind eines von zahlreichen Angeboten an Kammwegen in Deutschland und haben eine gute aber nicht herausragende Qualität.

Eine **Profilierung des Angebotes der Hermannshöhen** erscheint geboten:

- Herausarbeitung der besonderen Qualitäten speziell dieser Kammwege
- Entwicklung von besonderen Angebotsmerkmalen bzw. besonderen Komponenten von Pauschalen entlang der Hermannshöhen
- Entwicklung außergewöhnlicher Produkte/Wanderangebote. Anspruch: starke Bilder ermöglichen für die Berichterstattung in den Sozialen Medien/Netzwerken sowie in der Fachpresse

Unterhalb der Leitprodukte bietet der Teutoburger Wald eine Bandbreite von Wanderangeboten: Pauschalen, ausgewählte Wege/Rundwanderwege, und Empfehlungen für einen schönen Wandertag.

Die herausragenden Wanderziele der Region, allen voran die Externsteine, werden bisher nicht pointiert herausgestellt: Die Externsteine werden als Ausflugsziel beworben, aber nicht im Kontext Wandern als Wandersehnsuchtsorte ins Schaufenster gestellt.

Die Verfasser vermissen eine erkennbare Produktidentität des Wanderangebotes des Teutoburger Waldes („das ist Wandern im Teutoburger Wald“). Aktuell ist folgendes Statement dem Wanderangebot vorangestellt:

„Wandern im Urlaub z.B. auf den Hermannshöhen, die zu den Top Trails of Germany gehören, auf zertifizierten Qualitätswegen, auf schönen Rundwegen.“

„Es gibt sehr viele gute Gründe, den Teutoburger Wald wandernd zu erleben: Atmen Sie die reine Luft artenreicher Mischwälder, erkunden Sie Moor und Heide, Bachläufe und historische Orte.“

Quelle: www.teutoburger.de/wandern

Dies bringt das Defizit auf den Punkt: Was macht das Wandern im Teutoburger Wald aus, warum soll ich als Wanderer genau dort hin, was kann ich dort erleben?

Es wird die Aufgabe des nachfolgenden Marketingkonzeptes sein, das Profil des Teutoburger Waldes und des Wanderangebotes zu schärfen - und den oben zitierten Satz neu zu schreiben.

Die Verfasser empfehlen, zusätzlich zu den bisherigen Darstellungen, die Wandersehnsuchtsorte des Teutoburger Waldes im Kontext „Wandern“ heraus zu stellen. Die Qualität dieser Orte sollte durch entsprechende Bilder unterstrichen werden.

Die Verfasser sehen u. a. folgende **Ziele als Wandersehnsuchtsorte des Teutoburger Waldes**, die entsprechend herausgestellt werden sollten:

- Externsteine
- lippischer und preußischer Velmerstot
- Dörenther Klippen
- Furlbachtal
- Desenberg (Ausflugsziel)
- Kaiser-Wilhelm Denkmal
- Herrmanns Denkmal
- Sparrenburg
- Kloster Corvey (Ausflugsziel)
- Burg Ravensberg
- Weser-Skywalk (Ausflugsziel)
- Eggetal (in Preußisch Oldendorf)

Die Wandersehnsuchtsorte und die darauf zugeschnittenen Angebote sollten einen zusätzlichen Einstieg in die Wanderwelt Teutoburger Wald bilden.

Die Wander-Attraktionen des Teutoburger Waldes sollen in Form von buchbaren Paketen/Pauschalen zugänglich gemacht werden.

→ Im vorlaufenden Infrastruktur-Projekt werden u. a. attraktive Tages-Rundwander-Touren selektiert und entwickelt. Diese Routen sollen zukünftig beworben werden, auch in Form von Wander-Pauschalen, d. h. das Wanderangebot wird ergänzt durch weitere Leistungen für ein „schönes Wochenende“, einen schönen „(Kurz-)Urlaub“ oder einen „schönen Wandertag“.

Regionalität

Grundlage für Alleinstellung ist ein authentisches, regionales Profil, das auf vorhandenen Qualitäten basiert. Best Practice für diesen Ansatz ist die Rhön („Land der offenen Fernen“). Zahlreichen Regionen ist es gelungen, eine starke Markenidentität aufzubauen, allen voran Tirol, Allgäu, Eifel, Schwarzwald (vgl. Abb. 49).

Eine solide Basis für Regionalität sind **regionale Spezialitäten, Bräuche/Fertigkeiten, regionaler Baustil sowie herausragende Natur- und Kulturmonumente**. Der Teutoburger Wald bietet zahlreiche dieser Qualitäten. Sie sollten in die Positionierung herausgestellt und in der Produktentwicklung Wandern genutzt werden. Bisher werden besondere Orte als Ausflugsziele genannt. Diese werden aus Sicht der Verfasser bisher aber nicht überzeugend für die Herausarbeitung eines Profils auf Basis der regionalen Eigenheiten genutzt.

- Regionale Kulinarik: Käse, Pumpernickel, Schinken, Lebkuchen, Bier, Steinhäger Wacholderbrand, Wurst, Brot, Süßigkeiten von Storck, örtliche Kräuter und Gewürze sowie weitere regionale und lokale Spezialitäten sollten Bestandteil des Angebotes für Wanderer bieten: auf den Speisekarten der Betriebe genauso wie am Früh-

stücksbuffet, im Lunchpaket, Picknickrucksack oder Nieheimer Sack. Das Angebot könnte ergänzt werden durch Verwendung regionalen Zubehörs: z. B. Geschirr, Picknickdecke, Handtuch, Wanderhut, ...

- Zimmer/Einrichtung, Baustile: National wie international gleicht sich die Einrichtung und Ausstattung der Gastbetriebe an. Profilierungsmerkmal wäre eine Einrichtung „typisch Teutoburger Wald“ mit Vorschlägen für Material, Baustil und Ausstattung. Best Practice sind die Kuckucksnester im Schwarzwald.
- Fertigkeiten, Kulturlandschaft: Regionale Bräuche und Fähigkeiten sind häufig in der Landschaft ablesbar. Im Teutoburger Wald bestehen bereits zahlreiche Führungen zu solchen regionalen Besonderheiten, z. B. den Nieheimer Flechthecken; geschichtlichen und kulturellen Angeboten. Bisher fehlt die übergreifende gemeinsame Erzählung des Teutoburger Wald.
- Herausragende Natur- und Kulturmonumente sind in besonderem Maße geeignet, das Profil der Region als Wandersehnsuchtsorte zu prägen. Der Teutoburger Wald beherbergt zahlreiche dieser Attraktionen. Diese werden bisher in der Produktpolitik Wandern noch nicht als herausragende Wanderziele ins Schaufenster gestellt (s.o.).

Inspiration Microadventures (kleine Wanderziele)

Microadventures sind kleine Abenteuer, die ohne großen Aufwand in den Alltag eingebaut werden können. Diese „kleinen Ausbrüche aus der Alltagsroutine“ bieten in der Zeit einer immer stärker werdenden Individualisierung und Selbstinszenierung eine Alternative, dem Bedürfnis nach Naturerlebnis und Freiheit nachzukommen: Es muss nicht immer die aufwendige Expedition durch Patagonien sein.

Der Begriff Microadventure wurde vom britischen Blogger und Abenteuerer Alastair Humphreys geprägt. Nach Ansicht der Verfasser bietet der Begriff Inspiration für die Wanderinfrastrukturentwicklung. Neben den herausragenden Wandersehnsuchtsorten, die eine Sog- und Motivationswirkung auf potenzielle Gäste haben können, wird eine Wanderung auch durch die vielen kleinen Wanderziele unterwegs und die damit verbundenen kleinen Erlebnisse geprägt. Kleine Bachquerungen über Trittsteine, Holzstege, Brücken oder durch Landschaftsbilderrahmen oder "Fernrohre" in Szene gesetzte Aussichten bauen Spannung für die individuellen Wanderlebnisse auf.

Aus Anbietersicht sind kleine Abenteuer oft einfach zu inszenieren und vor allem günstig umzusetzen. Im Gegensatz zu aufwendigen Konzepten sind sie für den Gast gleichzeitig niedrigschwelliger zu bewältigen, bieten aber Ankerplätze für positive Wandererinnerungen.

Anregungen für Alleinstellung mittels Produktinnovation

Über die Nutzung von Regionalität im Bestand hinaus bildet Produktinnovation eine weitere Möglichkeit, Alleinstellung zu entwickeln. Best Practice ist die Kulturinsel Einsiedel mit Deutschlands erstem Baumhaushotel (Trendsetter) und eigenständig gestaltetem Freizeitpark. Die dort hergestellten Erlebnisstationen sind inzwischen ein weltweiter Verkaufserfolg.

Produktinnovation kann nur von den Unternehmen der Region ausgehen und nicht in einem Gutachten entwickelt werden. An dieser Stelle können daher nur beispielhafte Anregungen gegeben werden.

■ **Wander-Biwak-Plätze**

Manche Wanderer schätzen Freiheit und Erlebnis einer Übernachtung in der freien Natur. Um dies zu ermöglichen und Konflikten aus dem Weg zu gehen, sollten geeignete Biwak-Plätze empfohlen und ausgewiesen werden. Eine Möblierung/Ausstattung ist überlegenswert (z. B. Plattformen zum Übernachten über dem Boden), um eine Alleinstellung der Biwakplätze darstellen zu können.

Gute Erfahrungen mit Trekking- oder Biwak-Plätzen vor allem in der Ansprache von jüngeren Zielgruppen wurden in der Pfalz und in der Eifel²⁶ gemacht (Biwak-Plätze im Naturpark; versteckt gelegen, nach Buchung werden die GPS Koordinaten übermittelt). Aktuell werden neue Biwak-Plätze im Schwarzwald ausgewiesen.

■ **Baumhaushotels** bzw. andere **außergewöhnliche Unterkünfte**

Übernachten im Baumhaus ist Trend, insofern ist das Thema nur begrenzt innovativ – es sei denn, es gelingt, ein Teutoburger Waldspezifisches Thema aufzugreifen. Best Practice Beispiel sind die „Übernachtungen im explodierten Zug“, die Adaption des Themas Baumhaus auf einen örtlichen Sachverhalt.²⁷

Da Baumhausübernachtungen gut nachgefragt sind, wird ein spezifisches Baumhaus-Angebot im Teutoburger Wald empfohlen.



Eine weitere Möglichkeit sind **Bauwagen, Schäferwagen oder Forsthütten**. Als Best Practice nennen wir hier die Übernachtungen im Schäferwagen in Krenzers Rhön.²⁸

Baumhäuser, Bauwagen etc. sollten frei stehen, brauchen aber Infrastruktur: Wasser, Abwasser, Verpflegung Geeignete Standorte für Baumhäuser liegen daher am Rande bestehender Objekte,



²⁶ Beispiel: <https://www.katzensprung-deutschland.de>

²⁷ Quelle: www.erlebnisbahn-ratzeburg.de/angebote/uebernachtung_hollenbek.pl#baumhaus

²⁸ Quelle: <https://rhoenerlebnis.de/schaeferwagen>

z. B. am Rande von Campingplätzen, Gastbetrieben (Beispiel: Baumhäuser am Hotel Waldquelle, Aerzen, am Hansaweg)²⁹. Auch ein Standort am Rande von Bauernhöfen, die Urlaub am Bauernhof anbieten, kann eine Möglichkeit sein.³⁰

■ **Nachtwanderwege**

Nachtwanderungen erlauben besondere Erlebnisse und Stimmungen. Sie können zusätzliche Themen erschließen, z. B. Tierstimmen bei Nacht, Fledermäuse, Nachtwächter-Führungen, Sternenhimmel, Fackelwanderung, Gespenstergeschichten, Weiterer Vorteil von Nachtwanderungen: Sie erlauben die Einbindung in ein Rahmenprogramm zu Veranstaltungen z. B. Nachtwanderung zum Ort des Abendessens am Rande einer Tagung. Im Teutoburger Wald bestehen bereits Angebote zu Nachtwanderungen, z. B. zu den Glühwürmchen im Botanischen Garten Bielefeld. Das Produkt „*Nachts am Herrmann - Sportlicher Grusel im Schatten des Cheruskerfürsten*“³¹ zeigt vorbildhaft die Möglichkeiten der Programmentwicklung.

Aktuell werden Nachtwanderungen über teutoburgerwald.de nicht ausgespielt. Sie könnten ein Profilierungsangebot für den Teutoburger Wald werden.

■ **Teuto-Wander-Selfiepoints an allen Top Wanderzielen** - inspiriert und in Anlehnung an die Selfie-Points in Schloß Holte-Stukenbrock

Wander- und Ausflugsziele können den Rahmen und Anlass für persönliche Erinnerung bieten. Vorteil: Die Top-Wanderziele werden beim Teilen in den sozialen Medien gleich aus der besten (weil vorgegeben) Perspektive kommuniziert. Außerdem könnte hier bei ausreichender Anzahl der Teuto-Selfiepoints eine Sammlermotivation ausgelöst werden.

In Schloß Holte-Stukenbrock wird dies bereits heute umgesetzt: „*Wenn Sie mögen, können Sie Ihre SHS-Selfies auch gerne unter www.flickr.de hochladen und mit uns teilen. Auf flickr heißen wir StadtSHS!*“³²

■ **Besondere Angebote aus der Region einbinden**

Angebote der Region, die ursprünglich nicht auf Wandern zugeschnitten sind, könnten Wanderern angeboten werden. So bekommen die Wanderangebote ein zusätzliches Glanzlicht und die Angebote einen zusätzlichen Vertriebsweg. Die OWL GmbH hat interessante Angebote entlang der Herrmannshöhen bereits zusammengestellt, die auch Wanderern angeboten werden können. Beispiele:

- Gin-Tasting auf der Sparrenburg (Bielefeld) am Ende der Tagesetappe
- Expedition in das Innere des Hermannsdenkmals³³
- Kunsterleben, z. B. in Borgholzhausen, Nieheim und Schwalenberg
- Thermen und Wellness, z. B. in Bad Driburg, Bad Meinberg, Bad Oeynhausen, Bad Salzuflen

²⁹ Quelle: www.westliches-weserbergland.de/baumerleben-mit-komfort

³⁰ Best Practice: Hof Katthusen, Otterndorf: Ferienhaus-Bauwagen am Rande der Hoflage und vor freiem Feld: www.bauernhofurlaub.de/hofdetails/erlebnishof-katthusen-1417.html

³¹ <https://hermannshoehen.teutoburgerwald.de/wandern/hermannshoehen-specials/nachts-am-hermann.html>

³² Quelle: www.schlossholtestukenbrock.de/freizeit-tourismus/radfahren/shs-selfie-points/

³³ Quelle: hermannshoehen.teutoburgerwald.de/wandern/hermannshoehen-specials.html

9 Umsetzung - Maßnahmen zur Steigerung der Angebotsqualität

Nachfolgend werden Empfehlungen für die beteiligten Kommunen abgeleitet. Bisher ist dies im Detail für die Kommunen möglich, in denen entsprechende Workshops durchgeführt werden konnten.

Hinweis: Das Kapitel baut auf das in Kapitel 7 vorgelegte Konzept für das Bearbeitungsgebiet auf und ist ohne die dort getroffenen grundsätzlichen Aussagen unvollständig und nicht verständlich.

9.1 Kreisfreie Stadt Bielefeld

Als Stadt mit breiter Angebotspalette und leistungsfähiger MICE-Standort steht das Wandern im Bielefeld-Tourismus aus nachvollziehbaren Gründen nicht im Mittelpunkt. Die Möglichkeit, Wandern als *ergänzendes Angebot* auszubauen, sollte genutzt werden.

Angebotsentwicklung

Die Verfasser empfehlen folgende Möglichkeiten einer Steigerung der Angebotsqualität für das Wandern v. a. in der Produktentwicklung (Pakete, Pauschalen) und Kommunikation:

- Herausstellung der ausgezeichneten Möglichkeiten für Spazier-Wanderungen, Halbtages- und Tagestouren in Ergänzung der Möglichkeiten der Stadt (Markt: Gelegenheitswanderer). Auch Gäste, die Bielefeld nicht in erster Linie als „Wanderstadt“ besuchen, haben ein Interesse, auch einmal zu wandern: Bewerbung der Routen und der über die Routen angeschlossenen Attraktionen.
- Herausstellung der Qualität von Bielefeld als Einstieg in den Hermannsweg („**Tor zur Wanderwelt Teutoburger Wald**“), Entwicklung entsprechender Pauschalen (2-5 Tage Wandern ab Bielefeld), Vertrieb über Reiseveranstalter (diese haben Etappen des Hermannsweges im Programm, nicht aber ein Angebot via Bielefeld).
- Entwicklung von Produkten, die Wanderungen integrieren, z. B. Krimi-Wanderungen.
- Entwicklung von Wanderangeboten als Rahmenprogramm für Tagungen/Veranstaltungen. Der unmittelbare Anschluss der Stadt an attraktive Wanderwege ermöglicht Rahmenprogramme wie Abend- und Nachtwanderungen. Im Juli können am Johannisberg zuverlässig Glühwürmchen erlebt werden. Vogel-/Tierstimmen-, Fledermaus-Wanderungen sind möglich, ebenso Nachtwächter-Führungen. Die Sparrenburg bildet einen besonders attraktiven Zielpunkt und offeriert für Gruppen unterschiedliche Möglichkeiten der Gestaltung eines Abendprogramms, vom Feuerkorb im Burghof und Abschlussgetränk bis hin zum Abendessen in einem Gesellschaftssaal.
- Bielefeld bietet **Familien mit Kindern** ausgezeichnete Möglichkeiten, Wanderungen durch Erlebnisse aufzuwerten und mit Einkehr bzw. dem Besuch von Attraktionen zu kombinieren (beispielsweise im Tierpark Olderdissen). Denkbar wäre z. B. eine Fledermaus-Wanderung, individuell (ohne Führung) machbar mit Hilfe von

Fledermaus-Detektoren, die über Hotels ausgegeben werden (mit rd. 50-100 Euro überschaubare Anschaffungskosten je Gerät).

- Das Hotel Lindenhof ist als einer von wenigen Betrieben im Teutoburger Wald nach „Reisen für alle“ zertifiziert und bietet damit eine Basis für barrierefreie Angebote. Ergänzende Angebote werden auf Basis der Infrastruktur einer Großstadt sicher möglich sein. Das Angebot wäre zu kennzeichnen und herauszustellen.

Wandergastgeber

In Bielefeld wurden bereits drei Betriebe als „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ zertifiziert: Hotel Mercure Johannisberg Bielefeld, Hotel Bielefelder Hof, Café im Bürgerpark. Mit acht weiteren Betrieben wurden Beratungsgespräche geführt.

Die Zertifizierung von drei bis vier weiteren Übernachtungsbetrieben als Qualitätsgastgeber ist angestrebt:

- Das Potenzial an Gastronomiebetrieben an touristisch relevanten Wegen, die sich für das Wandern profilieren können, sollte dringend genutzt werden. Die Zertifizierung von Gastronomiebetriebe als „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ zur sichtbaren Profilierung wird empfohlen.
- Entlang der touristisch relevanten Wege abseits der Kammlagen können alternative Gastgeber und Versorgungsstationen (z. B. Cafés, Gasthäuser, Bäckereien) zur Sicherstellung der Versorgung genutzt werden.

9.2 Stadt Nieheim

Die Stadt Nieheim ist eine attraktive ländliche Stadt, die mit dem Westfalen Culinarium, dem Nieheimer Käsemarkt und den Holztagen besondere Profilierung bietet. Dies passt gut zur Initiative des Kreises „Echte Originale“, sollte dort aber besser verankert werden. In der Kategorie „Kulinarik“ ist nur der Käse der Nieheimer Käserei Menne Bestandteil der „Echten Originale“.

Nieheim will seine Qualität als Wanderort weiter ausbauen und hat dafür auch Potenzial: die Stadt beherbergt ein leistungsfähiges Wanderwegeangebot mit zahlreichen Rundwanderwegen rund um Nieheim. Die Zertifizierung des Kunstpfades ist absehbar, die angebundenen Installationen zeichnen diesen Weg aus. Die Nieheimer Flechthecke gehört zum kulturellen Erbe der Region und wird über Wege und Führungen erschlossen.

Das C-Wege-Netz zeigt eine Anbindung nach Bad Driburg und weiter an den Eggeweg sowie nach Nordosten über Marienmünster an das Wanderwegenetz von Lippe.

Als relevante Schwäche in der Außendarstellung wird die Darstellung des Wanderns im **Internetauftritt** bewertet. Die Präsentation des Wanderpotenzials ist weder inspirierend noch funktional dargestellt und bildet die Wanderqualitäten von Nieheim nur ansatzweise ab (vgl. Kap. 5.3.2). Hier besteht dringender Handlungsbedarf:

- Verbesserung der Einbettung des TEUTO_Navigators, bevorzugt direkte Einbindung (Best Practice: Bad Driburg)

- Entwicklung der Darstellung des Wanderangebotes auf der Internetseite, z. B.:
 - Übersicht über Angebot, Tourenempfehlungen
 - Hinweis auf Gästeführungen
 - Emotionale, inspirierende Bilder
- Herausstellung der Kernkompetenzen/Qualitäten von Nieheim: Culinarium, Vitalwanderwelt, Kunstpfad, Flechthecken
- Konkretisierung des bisher angedeuteten Familienangebotes: Entdeckerangebote wie Schatzkarte, Sammelmedium für Kinder

Angebotsentwicklung

Die Verfasser empfehlen folgende Maßnahmen für die Steigerung der Angebotsqualität für das Wandern:

- Die Rundwanderwege rund um Nieheim ermöglichen ein individuell buchbares **Angebotspaket „Wanderwoche“** (bzw. verkürzt als „Nieheimer Wandertage“): eine Pauschale mit Quartier in Nieheim, kombiniert mit den Rundwegen um die Stadt (als Sternwanderungen). Das Paket könnte inkludieren: Wanderkarte/Infomaterial, Eintritt in das Westfalen Culinarium, Lunchpaket(e), Frühstücksservice, Abendessen, Führung oder künstlerisches Angebot (s.u.).
- Die alternierenden Veranstaltungen Käsemarkt und Holztage bringen jeweils viele tausend Menschen nach Nieheim, darunter überwiegend Tagesgäste. Diese Veranstaltungen könnten durch zeitlich vorgelagerte Pauschalen „verlängert“ werden, z. B. als
 - „Nieheimer Käse-naschen“ mit mehrtägigem Aufenthalt. Das Paket könnte inkludieren: Übernachtung, Wanderungen, Schwerpunkt „Käse“ in der Verpflegung (Spezialitäten-Platte, Käse-Auswahl im Lunchpaket (Nieheimer WanderSack), Käse-Brunch, Käsespezialitäten), Teilnahme an einem „Käse-seminar“ (bei ausreichender Teilnehmerzahl), Besuch Käserei (bzw. „Blick hinter die Kulissen“)
 - „Nieheimer Holztage“: Besuch des Försters bzw. Teilnahme an einer Führung, Besuch holzverarbeitender Betrieb, geschnitztes Souvenir, Teilnahme an einem Schnitzkurs
- Das schwache Verpflegungsangebot in Nieheim erscheint angesichts des Schwerpunkts „Kulinarik“ besonders problematisch. Im Rahmen einer **kulinarischen Wanderung** könnte die Verpflegung für die Gäste durchorganisiert und Schwächen im Angebot damit umgangen werden: Die Pauschale beinhaltet die Verpflegung mit Frühstücksservice (durch Bäckerei, alternativ örtlicher REWE-Markt mit Lieferservice zur Ferienwohnung, s. u.), Lunchpaket mit Nieheimer Spezialitäten und gebuchtem Tisch/Platz im Restaurant (ggf. inkl. Transfer zum Übernachtungsbetrieb). Das Angebot sollte als Mehrtagesprogramm konzipiert werden.
- Das Wanderangebot Nieheims könnte in **Kombination mit dem starken Angebot des benachbarten Bad Driburg** erweitert werden. Ein Verbindungsweg wäre auszuweisen (C-Wege bestehen). Die Kombination erschließt die breite Angebotspalette in Bad Driburg. Ein Rücktransfer wird erforderlich sein.

- Das **Angebot für Familien** (mit kleinen Kindern) erscheint ausbaufähig, inkl. „Familienwanderungen“ als Bestand der Angebotspalette. Nieheim präsentiert sich als geeigneter Ort für „Landerlebnis/Ferien auf dem Lande“, ein geeignetes Angebot auch für Familien mit kleinen Kindern.
 - Nieheim bietet mit zahlreichen Ferienwohnungen Angebote in der von Familien bevorzugten Unterkunftsform. Im Dialog mit den Vermietern sollte eine familiengerechte Ausstattung der Ferienwohnungen gepflegt bzw. sichergestellt werden (Sicherheit, Platz zum Spielen, Spiele-Angebot, ...).
 - Das Westfalen Culinarium ist im TEUTO_Navigator bisher nicht als familiengerechtes Angebot hinterlegt. Das Angebot sollte entsprechend entwickelt werden.
 - Die Wanderwege, v. a. die Rundwege mit Abkürzungen, ermöglichen kindgerechte kurze Touren. Diese sollten mit Entdeckerstationen und Sammel-/Rätselangeboten aufgewertet werden (vgl. Kap. 7.2.7).³⁴ Teile des Kunstpfades bieten sich mit hohem Entdeckerpotenzial an.

Wandergastgeber

Die Stadt Nieheim verfügt aktuell weder über Unterkunftsbetriebe noch Gastronomiebetriebe mit dem Zertifikat „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“.

Die Zertifizierung von zwei Übernachtungsbetrieben als Qualitätsgastgeber wird empfohlen. Ein Beratungsgespräch hat stattgefunden, ein weiteres ist geplant.

Verpflegung

Wichtige Schwäche sind die wenigen Gastbetriebe und das schwache **Verpflegungsangebot** (tagsüber) im Ort, noch mehr an den Wanderwegen. Diese Schwäche ist angesichts des Schwerpunktes „Kulinarik“, den Höxter und Nieheim setzen, von Bedeutung.

Die Leistungsfähigkeit von Nieheim für die Verpflegung der Wanderer bedarf eine Erläuterung/Klärung für den Gast, etwa in dem die bestehenden/möglichen Verpflegungsangebote für Wanderer in Nieheim ausdrücklich dargestellt werden. Wichtig ist es, zu vermeiden, dass Gäste Verpflegungsangebote suchen müssen (evtl. vergeblich). Tatsächlich bietet Nieheim Möglichkeiten einer guten Versorgung der Wanderer, diese sind jedoch nicht gut auffindbar.

Nieheim hat Qualitäten für die Versorgung der Wanderer mit Hilfe

- der örtlichen Bäckereien (Einkehr und Snacks, Verpflegung für unterwegs)
- des REWE mit seinem Lieferservice, auch an Regionalen Spezialitäten
- der Bereitstellung von Lunchpaketen mit regionalen Spezialitäten (im Nieheimer Sack) – der Vertrieb dieses Produktes wäre möglich über Vermieter, Bäckereien, REWE, ggf. sind weitere Partner vorstellbar

³⁴ Gute Erfahrungen mit einem Sammelpass macht aktuell das Projekt „KinderErlebniswelt Natur“ des Naturparks.

- für Gruppen auf Vorbestellung buchbar wäre die Lieferung eines Picknicks zu einem Picknickplatz in der Landschaft – dieses Angebot muss ausgearbeitet und kommuniziert werden, auch über die touristischen Partner Nieheims.

Modellhaft könnten in Nieheim Lösungen für ein typisches Problem im ländlichen Raum entwickelt werden, dass auch im Teutoburger Wald besteht und sich weiter verschärfen wird: Fachkräftemangel und fehlende Betriebsnachfolge. Gastbetriebe geben auf oder bieten nur noch eingeschränkte Öffnungszeiten, die nicht alle Anforderungen von Wanderern bedienen können (vgl. Kap. 5.1.6).

Dabei sollte die Versorgung mit örtlichen Produkten (frisch, regional, besondere Qualität) im Mittelpunkt stehen. Die Nutzung der „Echten Originale“ aus dem Kreis Höxter bietet sich an.

Modellhaft wäre

- **Einbindung Handel mit seinem Lieferservice.** Über die REWE-APP sind technische Voraussetzungen für die Bestellung von Produkten und deren Lieferung bereits gegeben, z. B. in eine Ferienwohnung, evtl. auch an einen Picknickplatz. Kooperationserfahrung zum Vertrieb regionaler Produkte „Echte Originale“ und aus dem Käsemarkt zwischen Tourismus und REWE-Märkten bestehen bereits.
- **Einbindung der Bäckereien** als Lieferanten örtlicher Produkte, als Ausgabestellen für Lunchpakete und als Verpflegungsstation.
- **Einbindung Direkt-Erzeuger** wie Landwirte, Gärtnereien, die ab Hof verkaufen oder für einen Vertrieb Dritter zuliefern könnten.
- Außerhalb der Öffnungszeiten wäre ein „**Snack-Automat**“ vorstellbar.

In das Modell sollten alle Partner integriert werden: Erzeuger, Quartiere/Ferienwohnungen, Gastronomie, Bäckereien und Handel (im Falle von Nieheim der REWE mit seinem bereits bestehenden Lieferangebot) in Kombination mit der Touristik als Schnittstelle zum Gast, für Angebotsentwicklung und Kommunikation/Werbung, evtl. auch Vertrieb.

An dieser Stelle wird der Hinweis wiederholt: Die bestehenden Gastbetriebe sollten zwingend in Lösungsvorschläge eingebunden werden. Unbedingt ist der Eindruck zu vermeiden, dass ergänzende Verpflegungsangebote eine Konkurrenz zum Angebot der bestehenden Gastronomie bilden. Ziel ist vielmehr ein für den Gast zufriedenstellendes Angebot unter Einbindung der Gastbetriebe zu gewährleisten.

9.3 Bad Driburg

Bad Driburg bietet ein umfängliches und leistungsfähiges Wanderangebot. Der einzige spezifische Service-Mangel, der aufgefunden wurde, betrifft die Verpflegung während der Wanderung tagsüber und außerhalb der Ortslage (vgl. Kap. 5.1.6, Analyse).

Angebotsentwicklung

Bad Driburg bietet ausgezeichnete Wanderangebote auf einem aktuell restrukturierten Wegenetz und neuer Besucherinformation/Wanderinfrastruktur. Das Wanderangebot ist auf hohem Niveau, Bad Driburg ist in vielerlei Hinsicht Benchmark für Wandern im Teutoburger Wald. Im Vergleich zu anderen Orten besteht kein Handlungsbedarf.

Die Verfasser sehen Potenziale für die Entwicklung zusätzlicher Angebote in folgenden Bereichen:

- Nutzung der „Klosterlandschaft“ des Kulturlandkreises Höxter für die Entwicklung von Wander-Angeboten in Bad Driburg (im Ort bestehen Klöster und ehemalige Klosterstätten): Besuch eines Klosters (Eintritt, Führung, ggf. Verpflegung dort), Wanderung auf historischen Klosterpfaden, Führung zum Thema Kloster
- Aufbau eines Angebotes zum Moor-Erlebnis (Wanderung ins Moor, Erläuterung der Entnahme von Moor als Heilmittel und der Rückführung/Renaturierung), ggf. Einbindung in das Produkt „Bad Driburger Moorwoche“³⁵
- Entwicklung eines Kneipp-Wanderwegs entlang von Kneipp-Becken, passend zur Gesundheitskompetenz.³⁶ Kneipp-Becken sind vorhanden, müssen aber gepflegt und z. T. verbessert werden. In der Diskussion hatte ein Hotelbetrieb Bereitschaft zu einer „Patenschaft“ für ein Becken signalisiert.

Bestandteil eines Angebotes „Kneipp-Wanderung“ könnte eine Kneipp-Variante des Verpflegungssacks sein, mit für das Kneipp-Erlebnis spezifischen Artikeln, z.B. einem Handtuch.

- Die Jugendherberge Bad Driburg ist als „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ zertifiziert. Die Verfasser empfehlen die Entwicklung von Angeboten speziell für die Zielgruppe der JH-Gäste. Dabei muss Wandern nicht immer im Mittelpunkt stehen. Das leistungsfähige Wanderangebot Bad Driburgs kann auch Grundlage von Aktivitäten im Angebot der JH sein, so z. B. Schnitzeljagd, Schatzsuche, Geocaching, Teambuilding in der Natur, naturkundliche bzw. kulturelle Führungen etc.

Wandergastgeber

In Bad Driburg sind bereits fünf Betriebe als „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ zertifiziert: Hotel Egge Wirt, Jugendherberge Bad Driburg, Landhotel „Der Schwallenhof“, Gästehaus Steker, Pension Ethner. Damit gehört Bad Driburg auch in diesem Punkt zu den führenden Wanderstandorten im Teutoburger Wald. Zwei weitere Betriebe äußern Interesse.

³⁵ Referenz/Best Practice: www.ammerland-touristik.de/DE/Wanderregion/Wanderwege/174215-Der-Moorweg-in-Bad-Zwischenahn.html

³⁶ Referenz/Best Practice: www.sauerland-wanderdoerfer.de/Touren/Kneippwanderweg-Olsberg-Wasser-Wandern-und-Wohlfuehlen) Flyer: www.tourismus-brilon-olsberg.de/fileadmin/user_upload/Upload/pdf/Olsberger_Kneippweg_Flyer.pdf

Die zusätzliche Zertifizierung von mindestens ein Gastronomiebetrieb an oder nahe zu den touristisch relevanten Wegen wäre wünschenswert.

In den Informationsmedien werden wanderfreundliche Gastbetriebe bisher nicht dargestellt. Die Verfasser empfehlen ein **sichtbares Angebot an Wandergastgebern**. Diese sollten herausgestellt und Wanderern empfohlen werden, eine Suchfunktion sollte es erlauben, die Betriebe zu selektieren. Eine Hervorhebung der Betriebe in Werbung und Vertrieb wird empfohlen.

Verpflegung

In den Ortslagen Bad Driburgs bieten zahlreiche Gastbetriebe Verpflegungsangebote. Das lückenhafte Angebot der **Verpflegung am Weg** könnte durch Lunchpakete geschlossen werden. Die Lunchpakete sollten vorzugsweise mit örtlichen Spezialitäten gefüllt werden (Wurst, Nieheimer Käse, Bad Driburger Mineralwasser, ...). Die Lunchpakete könnten auch durch Bäckereien, Bad Driburger Touristik GmbH und weitere Partner ausgegeben werden.

Ergänzend zum Lunchpaket könnte ein „Nieheimer Sack“ als Transportbeutel angeboten werden - und einen Bezug zum Sackmuseum Nieheim bieten (weitere Ausführungen zur „Verpflegung am Weg“ vgl. Kap. 7.2.4)

9.4 Bad Salzuflen

Bad Salzuflen ist Staatsbad, Mineral- und Thermalsoleheilbad und Kneippkurort und allergikerfreundliche Kommune. Gesundheit und Therapie stehen im Mittelpunkt des Angebotes, Wandern hat eine ergänzende Funktion, es ist Teil der Therapie bzw. Bestandteil des Freizeitangebotes. Der Ort liegt am Hansaweg, bietet zahlreiche Rundwanderungen sowie einen barrierefreien Wanderweg. Der Ort bietet die umfangreiche Infrastruktur eines Heilbades, allem voran die VitaSol-Therme, ErlebnisGradierwerk, zahlreiche Gastbetriebe, Gesundheits- und Wellnessangebote.

Angebotsentwicklung

Bad Salzuflen verfügt über ein breit gefächertes Wanderangebot, das gut aufbereitet und kommuniziert ist. Folgende Maßnahmen für die Entwicklung des Angebotes erscheinen denkbar:

- Zertifizierungen kurzer Wege im Rahmen der Entwicklung Lippes zur „Qualitätsregion Wanderbares Deutschland“ bis zum Jahr 2021, z. B.:
 - Einbindung der Kuranlagen (Gradierwerk) und des Irrgartens über einen kurzen Qualitätsweg mit dem Thema „Komfortwandern“. Ein solcher Weg ermöglicht es den Gästen, den Ortskern Bad Salzuflens barrierearm zu erleben (zusätzlich zu bestehenden Angeboten Vitalwanderwelt, barrierefreier Weg).
 - Anbindung der Innenstadt an den Hansaweg, Entwicklung einer zertifizierbaren Schlaufe zum Hansaweg.
- Bismarcktürme und Grenzsteine (Herford) mit Wanderungen über Bad Salzuflen verbinden.

- Entwicklung weiterer Wanderpauschalen mit dem Bezug zu Gesundheitsthemen, Einbindung der Gradierwerke, des Wildgeheges und der Ausflugsgastronomie „Bergrestaurant Hollenstein“.
- Maßnahmen prüfen, die das aktuell dichte Wegenetz Richtung Herford in Autobahnnähe verbessern und ggf. ausdünnen.

Wandergastgeber

In Bad Salzuflen sind zwei Ferienwohnungen/-häuser (Ferienwohnung Meier-Althof, Tal-Residenz Nr. 1-3 und 7) als Qualitätsgastgeber zertifiziert. Das Angebot ist steigerungsfähig. Weitere Betriebe erscheinen geeignet und werden als potenzielle Wandergastgeber umworben.

Verpflegung

Bad Salzuflen beherbergt zahlreiche Gastbetriebe. Versorgungslücken bestehen am Hansaweg Richtung Lemgo. Die Wanderer sollten informiert und Verpflegungsmöglichkeiten aufgezeigt werden.

9.5 Barntrop

Barntrop bietet mit historischem Ortskern, Schloss Barntrop und attraktiver Wanderlandschaft eine schöne Angebotskulisse für das Wandern, auch im Verbund mit den Nachbarorten Blomberg, Lügde und Schieder (Verbindung über den Pilgerweg).

Die **Internetpräsentation** von Barntrop ist veraltet, hier besteht dringender Handlungsbedarf, u. a.:

- Einbindung TEUTO_Navigator
- Verweis auf Destination
- Darstellung konkreter Wanderangebote (die aktuell hinterlegte Wanderkarte ist völlig veraltet in Darstellung und Aussage)

Angebotsentwicklung

Barntrop bietet attraktive Rundwanderwege und die Anbindung an Fernwege. Letztgenannte weisen aktuell hohe Anteile an Schotterwegen auf und qualifizieren das Wanderangebot nicht. Die Verfasser empfehlen:

- Entwicklung des Barntroper Kunstpfades zertifizierbar in der Kategorie „Kulturerlebnis“. Eine kriterienbasierte Vorprüfung ist notwendig.
- Überarbeitung des „Wegs der Blicke“ (147 km, zu großen Teilen trassengleich mit dem Barntroper Rundweg) (aktuell viel zu hoher Anteil an Schotterwegen).
- Eine Einbindung der Draisinenstrecke Rinteln-Barntrop-Alverdissen in Wanderangebote/Wanderpauschalen (z. B. „zwei-Muskeltour“) inkl. gastronomischem Service (z.B. Streckenwanderung mit anschließender Rückfahrt und Essen) wird empfohlen.

Wandergastgeber

In Barntrup ist bisher nur das Ferienhaus Plän als „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ zertifiziert. In Vorbereitung der Zertifizierung von Lippe als „Qualitätsregion Wanderbares Deutschland“ sind weitere zertifizierte Gastgeber notwendig. Erfolge sind aktuell nicht absehbar.

9.6 Blomberg

Hauptattraktionen von Blomberg sind die geschlossene historische Altstadt (Oberstadt) mit der Burg, die heute als Hotel genutzt und somit Gästen zugänglich ist und dem historischen Weinberg am Burgberg. Blomberg wirbt als „Nelkenstadt“, im Zeitraum 1850 bis 1930 war Blomberg Sitz einer sehr erfolgreichen Nelkenzucht/Nelkengärtnerei. Im TEUTO_Navigator ist Blomberg mit sechs Tages-/Halbtages-Rundwanderungen vertreten und liegt, wie das benachbarte Barntrup, am Pilgerweg Lippe. Um Blomberg führt der 42 km lange Nelkenweg (mit zahlreichen Zubringern). Blomberg bietet regelmäßig geführte Wanderungen.

In der Außendarstellung lässt Blomberg den Bezug zur Destination Teutoburger Wald vermissen. Der TEUTO_Navigator sollte per Deeplink eingebunden werden.

Angebotsentwicklung

Barntrup bietet bereits ein gutes Wanderangebot. In einer weitergehenden Produktentwicklung könnten berücksichtigt werden:

- Blomberg ist „Zentrum des lippischen Pilgerns“. Hier treffen die Ost- und die Westschleife der Pilgerroute zusammen. Aufbauend wären touristische Produkte möglich, z. B. „Schnupperpilgern“ als Halbtages-/Tagestouren an den Pilgerwegen.
- Der Nelkenweg (42 km) rund um das Blomberger Becken bietet viele Einstiegsmöglichkeiten und sollte im Rahmen der Entwicklungen zur Qualitätsregion als Basis für ein zertifizierbares Produkt herangezogen werden.
- Das Hotel in Burg Blomberg wird für Gesellschaften, Feste und Hochzeiten gebucht. Hier könnten kleine Wanderungen/Spaziergänge als Rahmenprogramm angeboten werden. Denkbar wäre auch eine Nacht- oder Fackelwanderung mit Ankunft am Feuerkorb im Burghof oder am Kamin auf der Burg.
- Die Luftsportgemeinschaft Lippe-Südost e.V. betreibt südlich von Blomberg (am Nelkenweg) ihren Segelflugplatz und zeigt sich touristisch engagiert. Segelfliegen und Wandern sind keine selbstverständlichen Partner, dennoch könnte der Platz als Attraktion am Weg (zuschauen, einkehren im für Gäste offenen Vereinslokal) beworben werden. Der Verein bietet Gastflüge, die Wanderung könnte mit einem Gäste-Flug ergänzt werden.

Wandergastgeber

In Blomberg gibt es aktuell keinen zertifizierten „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“. Ein Beratungsgespräch ist geplant. Als Wanderort in einer geplanten „Qualitätsregion Wanderbares Deutschland“ sollten Qualitätsgastgeber in Blomberg zwingend zertifiziert werden.

9.7 Borgholzhausen

Borgholzhausen ist Wanderschwerpunkt im Kreis Gütersloh und liegt unmittelbar am Teutoburger Wald.

Als wichtige Schwäche bewerten die beteiligten Touristiker des Ortes die wenigen Gastbetriebe und das schwache Verpflegungsangebot am Weg. Leistungsfähige Ausnahmen sind Burg Ravensberg und Luisenturm.

Angebotsentwicklung

In Abstimmung mit den Vertretern der örtlichen Touristik wurden folgende Vorstellungen für die Entwicklung des Wanderangebotes erarbeitet:

- Einbindung von Burg Ravensberg: Entwicklung eines Wanderprogrammes inkl. Burgbesichtigung und Essen auf der Burg. Dies ist nur in Kooperation mit dem Trägerverein der Burg möglich.
- Einbindung der „Bauernsteinbrüche“ ein in der Region typisches Landschaftselement. Diese könnten als Erlebnisorte genutzt werden, ggf. in Kombination mit der Tour zur Burg Ravensberg (räumliche Nähe).
- „Wanderungen zur Kunst“ oder „Landschaftsmalerei und Wanderungen“ als neuer Bestandteil des bereits erfolgreichen Programmes der Sommerakademie: Eine Wanderung zu geeigneten Plätzen (diese müssen gefunden und ggf. hergerichtet werden) für künstlerisches Schaffen in der Landschaft, denkbar für Malerei, Fotografie, Waldwerkstatt, Landschaftskunst, Dies ist nur möglich in Kooperation mit dem Verkehrsverein Borgholzhausen e. V. als Veranstalter der Sommerakademie.
- Entwicklung eines digitalen Wanderangebotes inkl. digitalen Spiels, z. B. „digitale Schnitzeljagd“. Erforderlich ist die Entwicklung von Aufgaben und deren Einbettung in die Landschaft. Vorzugsweise gibt es die Möglichkeit, etwas zu gewinnen, z. B. in Form von Borgholzhauser Lebkuchen.
- Nutzung der Alleinstellung „Lebkuchenstadt“ für die Angebotsentwicklung. Die Lebkuchenbäckerei ist aufgeschlossen und experimentierfreudig:
 - Einbindung des „Wanderlebkuchens“ in das Angebot: Einbindung in Lunchpaket und Picknick (Idee aus einem Workshop: Aufstellung eines „Lebkuchenautomaten“, aus dem Lebkuchen jederzeit gekauft werden kann)
 - Entwicklung weiterer Lebkuchen-basierter Verpflegungsangebote, z. B. die Kombination von Lebkuchen und Pumpernickel („Piumer Knifte“ = Pium = historischer Name von Borgholzhausen)
 - Einbindung des Lebkuchens in das Angebot der Gastronomie, z. B. für Bratensoße, Gulasch, Suppen, Getränke, Nachtisch ...
 - Entwicklung einer Lebkuchen-basierten Schnitzeljagd für Kinder, z. B. mit einem Lebkuchen-Puzzle: je Station ein Lebkuchen-Stück, alle Stücke ergeben ein Ganzes (Bild, Element, ...)
 - Entwicklung eines „Lebkuchen-Wanderweges“: entlang der Stationen werden Zutaten und Herstellung sowie die Geschichte des Lebkuchens in Borgholzhausen portraitiert

Die beteiligten Touristiker sehen den Bedarf einer Infotafel zum (Wander-)Angebot und Gastbetrieben in Borgholzhausen in der Ortsmitte, in Ergänzung zum Angebot der Touristinfo – außerhalb deren Öffnungszeiten.

Wandergastgeber

Borgholzhausen hat aktuell keinen zertifizierten „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“. Drei Beratungsgespräche sind geplant. Die Zertifizierung von mind. drei Gastronomiebetrieben an bzw. nahe den Hermannshöhen bzw. am Weg der Genießer wäre wünschenswert.

Verpflegung am Weg

Burg Ravensberg und Luisenturm bieten außerhalb des Kernortes Verpflegung am Weg. Defizite im Verpflegungsangebot bestehen v. a. Richtung Bad Iburg.

Die beschriebenen Ansätze für Verpflegungsangebote am Weg (vgl. Kap. 7.2.4) sind vor diesem Hintergrund auch in Borgholzhausen überlegenswert. Die örtliche Spezialität Borgholzhauser Lebkuchen sollte einbezogen werden (s. Angebotsentwicklung).

Diskutiert wurde die Ausweisung, Anlage und Pflege von Picknickplätzen, deren Koordinaten dem Gast mit den Lunchpaket oder der Buchung einer Verpflegung am Weg (für Wandergruppen denkbar) an die Hand gegeben werden. Präferenzstandort: halbe Strecke Bad Iburg-Borgholzhausen (Hermannshöhen), bevorzugt im Bereich der Schlucht oder an der neuen zu zertifizierenden Rundtour um die Burg Ravensberg.

9.8 Horn-Bad Meinberg

Horn-Bad Meinberg profiliert sich als Gesundheitsstandort „Heilgarten Deutschlands“ und mit dem größten Ashram außerhalb Indiens. Wandern ist in das Therapieangebot eingeordnet, darüber hinaus bieten die Orte ein gutes Wanderangebot für Tages- und Übernachtungsgäste: Horn liegt nahe des Eggeweges, die Externsteine als eine der Hauptattraktionen der Region liegen gut erreichbar rd. 3 km außerhalb von Horn.

Angebotsentwicklung

Horn-Bad Meinberg war Teil der Pilotregion im Infrastrukturtel des Projektes Zukunftsfit Wandern und hat somit bereits von Wegerestrukturierungen profitiert. Einzelne Wege wurden mit neuer Wegweisung ausgestattet. Maßnahmen, die sich aus dem Infrastrukturtel ergeben haben, müssen zeitnah umgesetzt werden (Aktualisierung Wanderkarten/Infotafeln, Vermarktung neu zertifizierter Wege, Optimierung/Reparatur begleitender Infrastruktur). Aufbauend sollte die umfangreiche Wanderfibel nach Überarbeitung der Wege aktualisiert werden.

Am Beispiel Bad Meinberg wird deutlich, dass die Anzahl der Akteure in der Wegepflege und Planung koordiniert werden muss. Die heterogene Markierungsqualität vermittelt derzeit kein einheitliches Bild.

In Abstimmung mit den Vertretern der örtlichen Touristik wurden folgende Vorstellungen für die Entwicklung des Wanderangebotes erarbeitet:

- Verlängerung der Erfolgsveranstaltung Bauernmarkt durch ein vorgelagertes Wanderprogramm (Arbeitstitel „Wandergenuss Bauernmarkt“): Ziel ist die Nutzung der Bekanntheit des Bauernmarktes für ein Programm-Paket inkl. Übernachtungen.

Die Wanderungen beinhalten eine regionale Verpflegung unter Beteiligung der Aussteller sowie den Besuch von Ausstellern im Rahmen der Wandertouren (mehrtägiges Programm, Sternwanderungen). Denkbare Wanderziele sind u. a.:

- Biohof Meiwes, Heiligenkirchen
- Obsthof Brunsiek, Blomberg
- Käserei Menne, Nieheim

Abschluss der Pauschale bildet der Besuch des Bauernmarktes.

- zubuchbare Wanderangebote als Rahmenprogramm für Veranstaltungen oder als regelmäßiges Angebot im Veranstaltungskalender, z. B. geführte Nachtwanderungen, Fackelwanderung
 - denkbare Zielpunkte: Externsteine, Falkenburg, Moor
 - am Ziel sollte eine „kleine Attraktion“ warten, z. B. Punsch am Lagerfeuer/Feuerkorb
- Auflage eines konkreten Angebotes für Gäste aus den Niederlanden: Produktinformation in niederländischer Sprache, Gästeführung in Niederländisch (als Gruppenangebot), Herausstellung der Qualitäten, die Niederländer schätzen: Mittelgebirgslandschaft, historische Orte, Therme, „Kaffee satt“

Wandergastgeber

In Horn-Bad Meinberg sind aktuell zwei Betriebe als „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ zertifiziert. Weitergehend sind Gespräche mit sechs potenziellen Qualitätsgastgebern geplant.

Potenziale werden im Wandermarkt Niederlande gesehen. Hilfreich wäre die Ansiedlung eines Gastbetriebes mit niederländischem Betreiber.³⁷

9.9 Lügde

Lügde liegt mitten im Naturpark Teutoburger Wald/Eggegebirge an der Grenze zu Niedersachsen und ist über die S-Bahn Linie Hannover/Hameln – Paderborn gut angebunden. Lügde profiliert sich als Fairtrade Stadt. Aushängeschild ist die Tradition der brennenden Osterräder.

Das Wanderangebot ist konzentriert auf Rundwege, u. a. am Köterberg. Lügde liegt wie, Bartrup, Blomberg und Schieder am Lippischen Pilgerweg. Lügde kooperiert eng mit der Schieder-Schwalenberg Touristik.

Durch die Restrukturierungen des Hauptwanderwegenetzes des Teutoburger Wald Verbandes gab es bereits Änderungen der X-Wege in Lügde, die Inszenierung ist allerdings noch zu wenig ausgeprägt.

Mit dem Angeboten Lügder Mythenweg, GPS-Erlebnispfad „Sagenhaftes Lügde“, Naturerlebnispfad, „Pilgern in Lippe“, Themenwanderweg Blickwinkel, Klosterweg und dem Naturparktrail „Schwalenberger Wald“ bietet Lügde bereits ein thematisch ausdifferenziertes Wanderangebot, welches im Entwicklungsprozess zur Qualitätsregion eine

³⁷ Das Hotel Bärenstein fokussiert sich bereits stark auf den niederländischen Markt.

gute Basis für die Wegeneustrukturierung bietet. Nach derzeitigem Kenntnisstand ist mehr naturnahes Wegeformat, sowie Überarbeitung der Markierung notwendig.

Angebotsentwicklung

Die Touristik in Lügde registriert Nachfrage und Bedarf an Tages-Rundwanderrouten (15 bis 20 km Länge). Weitere Routen sollten entwickelt werden. Als Ausgangspunkt bieten sich bestehende Bezirks- und regionale Wege als Orientierungstrassen an, z. B. Biesterfeldweg zwischen Schieder und Köterberg.

Der Köterberg als höchste Erhebung des Kreises Lippe sollte im Rahmen der Entwicklung zur „Qualitätsregion Wanderbares Deutschland“ mit einem Qualitätsweg angebunden (Halbtages-/Tagestour) werden. Derzeit sind die bestehenden Rundtouren zu kurz und thematisch nicht profiliert.

In Abstimmung mit den Vertretern der örtlichen Touristik wurden folgende Vorstellungen für die Entwicklung des Wanderangebotes erarbeitet:

- für Lügde
 - **„ganz, ganz grünes Wandern“**: Nachhaltiges Produkt, passend zur Fairtrade-Stadt: An-/Abreise mit der S-Bahn, Transfer mit Elektro-Auto, Betriebsbesuch Biohof, Imker, Tomaten-Gärtnerei, Verpflegung mit regionalen Produkten
- gemeinsam mit Schieder-Schwalenberg
 - **kulinarische Wanderung** (Wandern und Einkehr bzw. Picknick) im Wechsel, als Tagestour, angeboten über die Ferienwohnungen inkl. Transfer, übernommen von der Ferienwohnung. Die Tour und denkbare Stationen wurden bereits ausgearbeitet. Dieses Angebot bildet einen richtungsweisenden Ansatz für die Lösung von Verpflegungsengpässen am Weg: die Wanderung wird auf die kulinarischen Stationen ausgerichtet, die Verpflegung wird organisiert und vorgebucht.
 - **„you never walk alone“**: Gruppen-Wanderprogramm zum Einbuchen für Singles: 4-tägiges Gruppenprogramm zu festen Terminen mit geführten Wanderungen und Rahmenprogramm (Begrüßungsabend, Vorträge, gemeinsames Kochen im Kochstudio, Nachtwanderung, Besuch Hufeland Therme)

Wandergastgeber

In Lügde sind aktuell zwei Ferienwohnungen als „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ zertifiziert. Weitere Gespräche sind geplant.

In Vorbereitung der Zertifizierung von Lippe als „Qualitätsregion Wanderbares Deutschland“ sind weitere zertifizierte Gastgeber, auch Gastronomiebetriebe, notwendig.

9.10 Porta Westfalica

Die Lage unmittelbar am Wiehengebirge und als Etappenstandort des Wittekinds-/Weserberglandwegs und Mühlensteigs qualifiziert Porta Westfalica als Wanderstandort. Hauptattraktion bildet das aktuell restaurierte Kaiser-Wilhelm-Denkmal mit Besucherzentrum und Restaurant.

Das Wanderangebot wird ergänzt durch den „Großen Weserbogen“ mit Strandbad, Badesee, Wassersport und Fähranbindung nach Bad Oeynhausen sowie die Anbindung an den Weserradweg.

Eine sichtbare Schwäche des Ortes sind die beiden großen geschlossenen Hotels beiderseits der Weser. Eine Änderung dieses Zustands ist auf absehbare Zeit laut der eingebundenen Touristiker nicht in Sicht.

Die Verfasser empfehlen in der Außendarstellung einen Bezug zum Teutoburger Wald und nicht – wie bisher – nur zum Weserbergland und TERRA.vita sowie die Einbindung des TEUTO_Navigators.

Angebotsentwicklung

Die Verfasser empfehlen folgende Maßnahmen für die Steigerung der Angebotsqualität für das Wandern:

- Entwicklung von Wanderpauschalen, die die Qualitäten und Besonderheiten in den Mittelpunkt stellen (u. a. Kaiser-Wilhelm, Fernsehturm, Wittekindsburg, Besucherbergwerk, Großer Weserbogen, Wassermühle Bergkirchen, Windmühle Holzhausen-Porta, Windmühle Eisbergen, Wassermühlen Kleinenbremen)
- Kombination von Wandern, Radfahren und evtl. Wassersport in einem „Aktiv-Programm“ („das Beste aus 3 Welten“) am „Wander-Fahrrad-Kreuz Wiehengebirge/Weser“
- Etappenwanderung auf dem Wittekindsweg, bevorzugt im Abschnitt Preußisch Oldendorf – Porta Westfalica in zwei oder drei Etappen
- Entwicklung von Angeboten in Zusammenarbeit mit dem benachbarten Bad Oeynhausen (Einbindung der Weserfähre Amanda), Nutzung des neuen Qualitätswanderweges am Großen Weserbogen, Kombination mit Fahrradangeboten auf dem Weserradweg
- Entwicklung Wandern mit Hund auf Anregung aus dem Kreis der im Projekt beteiligten Touristiker und Wander-Experten), inkl. spezifischer Leistungen, z. B. Transfer der Gäste mit Hund)³⁸
- Einbindung der Schifffahrt, verbesserte Kommunikation der seltenen Fahrten der Weißen Flotte
- Entwicklung von Angeboten speziell für die Gäste der Jugendherberge Porta Westfalica. Dabei muss Wandern nicht immer im Mittelpunkt stehen. Das Wanderangebot kann auch Grundlage von Aktivitäten im Angebot der JH sein, so z. B. Schnitzeljagd, Schatzsuche, Geocaching, Teambuilding in der Natur, naturkundliche bzw.

³⁸ Dafür sind Wandergastgeber erforderlich, die Hunde zulassen. Dies wird als Wahlkriterium ab 01.10.2018 bei der Qualitätsgastgeber-Zertifizierung abgefragt.

kulturelle Führungen. Zusammen mit den anderen Wander-JH besteht auch die Chance, ein Angebotsnetzwerk für Wanderer in Jugendherbergen zu bilden.

Wandergastgeber

In Porta Westfalica sind aktuell keine Gastbetriebe als „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ zertifiziert. Gespräche mit drei Betrieben (auch der Jugendherberge) sind geplant.

Die Zertifizierung von mindestens drei Übernachtungs- und einem Gastronomiebetrieb an oder nahe zu den touristisch relevanten Wegen sollte Ziel sein, um dem Wanderstandort zu stärken.

Verpflegung am Weg

Weitere Gastgeber ohne speziellen Wanderbezug ergänzen das Versorgungsangebot. Mehrere der alternativen Gastgeber/Versorgungspunkte liegen am geplanten Wegenetz. Insgesamt ist das Versorgungsangebot nahe des Weserdurchbruchs an den Köpfen der Gebirgszüge als gut zu bewerten, entlang der Wege gibt es allerdings Lücken. Entlang der touristisch relevanten Wege abseits des Kerngebietes um den Weserdurchbruch und den Köpfen der Gebirgskämme sollten weitere gastronomische Anbieter (auch Bäckereien, Cafés etc.) für die Sicherstellung der Versorgung von Wanderern einbezogen werden.

9.11 Preußisch Oldendorf

Die Lage unmittelbar am Wiehengebirge und als Etappenstandort des Wittekindsweges qualifiziert Preußisch Oldendorf als Wanderstandort. Schwerpunkt des Angebotes bildet Bad Holzhausen. Attraktives Wanderziel ist das Eggetal.

Die Verfasser empfehlen einen Bezug zum Teutoburger Wald (nicht nur Weserbergland und TERRA.vita) in der Außendarstellung.

Angebotsentwicklung

Die Verfasser empfehlen **folgende Maßnahmen für die Steigerung der Angebotsqualität für das Wandern:**

- „Bad Holzhäuser Wandertraum“: Entwicklung des Schwerpunktes Wandern zusätzlich zum aktuell bestehenden Schwerpunkt „Gesundheit“, z. B. 2-/3-Tages-Wanderpauschale, Darstellung der besten Wanderwege, z. B. im Eggetal
- Kombination von Wandern und Radfahren in einem „Aktiv-Programm“ („das Beste aus 2 Welten“)
- Etappenwanderung auf dem Wittekindsweg, bevorzugt im Abschnitt Preußisch Oldendorf – Porta Westfalica in zwei oder drei Etappen

Wandergastgeber

In Preußisch Oldendorf sind aktuell keine Gastbetriebe als „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ zertifiziert. Gespräche mit zwei Betrieben sind geplant.

Die Zertifizierung von mindestens einem Gastronomiebetrieb an oder nahe zu den touristisch relevanten Wegen ist sehr wünschenswert, da auch hiermit die besondere Wanderkompetenz und spezieller Wanderservice sichtbar werden.

Verpflegung am Weg

Bestehende Versorgungsengpässe vor allem im Raum Börninghausen sollten über alternative Angebote (Lunchpakete, Picknickangebote) aufgefangen werden.

9.12 Schieder-Schwalenberg

Schieder ist über die S-Bahn Linie Hannover/Hameln – Paderborn gut angebunden. Der Schiedersee bildet einen Erholungsschwerpunkt, das Funtastico ein kindgerechtes Angebot.

Die Malerstadt Schwalenberg ist unter der Burg gelegen und bietet als historische Fachwerkstadt ein besonders attraktives Ambiente.

Angebotsentwicklung

Die Verfasser empfehlen folgende Maßnahmen zur Verbesserung des Wanderangebotes:

- Das Wegenetze in Ortslage Schwalenberg sollte nach Qualitätsgesichtspunkten entflochten und auf wenigen, attraktiven Trassen gebündelt werden.
- Das Stadtwasser als regionale Besonderheit sollte durch einen touristischen Wanderweg erschlossen und erklärt werden. Eine Zertifizierung im Rahmen der Entwicklungen zur Qualitätsregion sollte angestrebt werden.
- Im Umfeld der Emmertalsperre wird eine Neustrukturierung des Wegenetzes empfohlen. So ist der Verlauf des Emmerweges (X8) am Nordufer asphaltiert, attraktive Alternativen von Wiesenwegen und Pfaden von Glashütte bis zum Pegelweg sind vorhanden.
- Der Naturparktrail Südteil Schwalenberger Wald und Mörth ist ein beliebter Weg mit 17km Länge, der grundsätzlich attraktive Landschaft erschließt. Insbesondere im Mörth wird Verbesserungspotenzial im Wegeformat gesehen.
- Der neu entstandene Niestalweg (ca. 25 km), ausgehend vom Ortsteil Schwalenberg, wurde vom Eggegebirgsverein entwickelt und stellt ein modernes Wanderangebot dar. Die Zertifizierung ist Ende 2018 erfolgt. Im Anschluss ist eine kreisübergreifende Vermarktung zu koordinieren.

In Abstimmung mit den Vertretern der örtlichen Touristik wurden folgende Vorstellungen für die Entwicklung des Wanderangebotes erarbeitet:

- für Schieder-Schwalenberg
 - **Kunst und Wandern:** Schwalenberg ist „Malerstadt“ mit kreativen Angeboten. In Zusammenarbeit mit Künstlern sollen Programme entwickelt werden, die Wanderungen zur Sammlung von Naturmaterial und dessen künstlerische Bearbeitung verbinden.
- gemeinsam mit Lügde
 - **kulinarische Wanderung:** Wandern und Einkehr bzw. Picknick, als Tages-tour, angeboten über die Ferienwohnungen (inkl. Transfer, übernommen von der Ferienwohnung). Die Tour und denkbare Stationen wurden bereits ausgearbeitet. Dieses Angebot bildet einen richtungsweisenden Ansatz für die Lösung von Verpflegungsengpässen am Weg: die Wanderung wird auf die kulinarischen Stationen ausgerichtet, die Verpflegung wird organisiert und vorgebucht.
 - **„Rudel-Wandern“ als Gruppen-Wanderprogramm zum Einbuchen für Singles:** 4-tägiges Gruppenprogramm zu festen Terminen mit geführten Wanderungen und Rahmenprogramm (Begrüßungsabend, Vorträge, gemeinsames Kochen im Kochstudio, Nachtwanderung, Besuch Hufeland Therme)

Wandergastgeber

In Schieder-Schwalenberg sind aktuell sechs Gastbetriebe als „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ zertifiziert. Weitere Gespräche mit vier Betrieben sind geplant.

In Vorbereitung der Zertifizierung von Lippe als „Qualitätsregion Wanderbares Deutschland“ sind weitere zertifizierte Gastgeber, auch Gastronomiebetriebe, notwendig.

Literatur

- Antz, Christian; Bartsch, Sebastian; Hofmeister, Georg (Hrsg.), 2018: „Ich bin dann mal auf dem Weg!“. Spirituelle, kirchliche und touristische Perspektiven des Pilgers in Deutschland.
- ADFC - Travelbike - Radreiseanalyse 2018.
- AMAS, 2000; AMAS II, 2008: „Austrian Moderate Altitude Study“, Forschungsinstitut für Urlaubs- und Freizeitmedien sowie Gesundheitstourismus in Bregenz.
- AUbE Tourismusberatung GmbH/DWV (Deutscher Wanderverband), 2018: Regionales Konzepte für Wanderinfrastruktur im Rahmen des EFRE-Projektes „Zukunftsfit Wandern im Teutoburger Wald“.
- BMWi (Bundesministerium für Wirtschaft und Energie), 2014: Tagesreisen der Deutschen, Grundlagenuntersuchung.
- BTE/DWV 2018: Wandertourismus in Deutschland 2018 - Ergebnisse einer Befragung zum digitalen Verhalten der Wanderer entlang der Customer Journey, als Download veröffentlicht.
- Destination Brand, 2009: Die Markenstärke deutscher Reiseziele.
- DSFT (Deutsches Seminar für Tourismus), 2016: Kriterienkatalog Reisen für Alle, /www.dsft-berlin.de/reisen_fuer_alle_89.html.
- dwif, 2010: Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland. Schriftenreihe Nr. 53/2010. München.
- dwif, 2013: Tagesreisen der Deutschen. Grundlagenuntersuchung. dwif e.V. 2013. Schriftenreihe Nr. 52/2007. München.
- dwif/BTE, 2009: Grundlagenuntersuchung Fahrradtourismus in Deutschland, veröffentlicht vom BMWi (Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie) als „Forschungsbericht“, Nr. 583.
- DWV (Deutscher Wanderverband), 2010: Grundlagenuntersuchung Freizeit- und Urlaubsmarkt Wandern, veröffentlicht vom BMWi als „Forschungsbericht“, Nr. 591.
- DWV Service, 2015b: Qualitätsregion Wanderbares Deutschland. Wandervergnügen garantiert.
- DWV, 2012 Qualitätsregion Wanderbares Deutschland. Kriterienkatalog mit Erläuterungen (unveröffentlicht).
- DWV, 2015a: Qualitätsweg Wanderbares Deutschland. Prädikat für Wanderwege.
- DZT (Deutsche Zentrale für Tourismus), 2016a: Marktinformation Incoming-Tourismus Deutschland 2017.
- DZT, 2016b: Auslandsmarketing für das Wandern in Deutschland, Vortragsfolien.
- FUR, 2016: Wintertourismus, Vortrag auf der ITB 2016.
- Hottenrott, K. et al, 2012: Studie zur Wirksamkeit des Gesundheitswanderns des Deutschen Wanderverbands 2012.

- IMT (Institut für Management und Tourismus der Fachhochschule Westküste), 2015a: Individuelles Interpretationsgespräch & Strategieworkshop Teutoburger Wald.
- IMT, 2015b: Wirtschaftsfaktor Tourismus 2014.
- Merkel, Christine; Dicks, Ute, 2015: „Gesundheitswandern, zertifiziert nach Deutscher Wanderverband“ – ein interessantes Segment für den Tourismus. In: Quack, Heinz Dieter (Hrsg.) (2015): Wandern und Gesundheit. Konzepte und Erfahrungen für einen wachsenden Markt. S. 93-107.
- Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften, 2018: Arbeitsgruppe Wandermomonitor - wanderforschung@ostfalia.de (Präsentation im Fachforum Wandern, ITB 2018).
- OSV (Ostdeutscher Sparkassenverband)/dwif, 2017: Ostdeutsches Tourismusbarometer.
- OWL (OstWestfalenLippe GmbH), o.J.: Statistik und Marktforschungsdaten. <https://tourismus.teutoburgerwald.de/produkt-qualitaet/statistik-marktforschung.html>, Abruf: 26.07.2018.
- OWL GmbH, 2016: TEUTOBURGER WALD 2020 - Fortschreibung des Masterplans „Teutoburger Wald 2015“.
- OWL GmbH, 2018: <https://tourismus.teutoburgerwald.de/produkt-qualitaet/statistik-marktforschung.html> (Stand 26.7. 2018).
- PROJEKT M, 2011: Zielgruppenorientierter Masterplan Teutoburger Wald 2015.
- PROJEKT M, 2014: Wanderstudie. Der deutsche Wandermarkt.
- Roland Berger, 2009: Masterplan Tourismus Nordrhein-Westfalen.
- Tourismus NRW e. V., 2009 Zielgruppenhandbuch Masterplan Tourismus Nordrhein-Westfalen.
- Tourismus NRW e. V., 2015: Fortschreibung des Masterplans Tourismus Nordrhein-Westfalen.
- Tourismus NRW e.V., 2018: Themendossiers für Nordrhein-Westfalen: Wandern

KONTAKTDATEN

Wir informieren Sie gerne über die Qualitätsoffensive im Projekt „Zukunftsfit Wandern“.



OstWestfalenLippe GmbH

Teutoburger Wald Tourismus
Ronald Claaßen | Turnerstraße 5–9
33602 Bielefeld | Tel. 0521. 96733-281
r.claassen@teutoburgerwald.de



Gesellschaft für Wirtschaftsförderung im Kreis Höxter mbH

Ansgar Steinnökel | Corveyer Allee 7
37671 Höxter | Tel. 05274. 9529247
ansgar.steinnoekel@gfwhoexter.de



Teutoburger-Wald-Verband e.V.

Engersche Str. 57
33611 Bielefeld
Tel. 0521. 63019
teutoburgerwaldverband@bitel.net



Lippe Tourismus & Marketing GmbH

Christina Koch | Grotenburg 52
32760 Detmold | Tel. 05231. 621160
c.koch@kreis-lippe.de



pro Wirtschaft GT GmbH

Heidi Grefer | Hermann-Simon Str. 7 /
Haus 22 | 33334 Gütersloh
Tel. 05241. 851095 | h.grefer@prowi-gt.de



Eggegebirgsverein e.V.

Pyrmonter Str. 16 | 33014 Bad Driburg
Tel. 05253. 931176
info@eggegebirgsverein.de



Stadt Bielefeld, Umweltamt

Hanne Wünschler | August-Bebel-Straße 75–77
33602 Bielefeld | Tel. 0521.516570
hanne.wuenscher@bielefeld.de



Wirtschaftsförderung Kreis Minden-Lübbecke

Annemarie Eiglsperger | Portastraße 13
32423 Minden | Tel. 0571. 80723011
a.eiglsperger@minden-luebbecke.de



Sennegemeinde Hövelhof Stabsstelle Wirtschaft und Marketing

Schloßstraße 11 | 33161 Hövelhof
Tel. 05257. 5009-864
helena.kottowski@hoevelhof.de

In Zusammenarbeit mit:

- Lippischer Heimatbund e.V.
- Naturpark TERRA.vita
- Naturpark Teutoburger Wald Eggegebirge
- Sollingverein e.V.
- Wanderverein Porta Westfalica-Mittelweser e.V.
- Westfälischer Heimatbund e.V.
- Wiehengebirgsverband Weser-Ems e.V.

Ansprechpartner der Projektpartner:



Deutscher Wanderverband Service GmbH

Erik Neumeyer | Kleine Rosenstraße 1–3
34117 Kassel | Tel. 0561. 9387313
e.neumeyer@wanderverband.de



BTE Tourismus- und Regionalberatung

Mathias Behrens-Egge | Stiftstraße 12
30159 Hannover | Tel. 0511. 701320
hannover@bte-tourismus.de



OstWestfalenLippe

Gesellschaft zur Förderung der Region mbH

IMPRESSUM

Herausgeber: OstWestfalenLippe GmbH, Teutoburger Wald Tourismus, Turnerstr. 5–9, 33602 Bielefeld, Tel. 0521. 96733-281, Fax 0521. 96733-19, info@teutoburgerwald.de, www.teutoburgerwald.de

V.i.S.d.P.: Herbert Weber

Autoren: BTE Tourismus- und Regionalberatung und Deutscher Wanderverband Service GmbH

Redaktion: Projektteam „Zukunftsfit Wandern“

Gestaltung des Umschlags: www.deteringdesign.de

Druck: alpha-manufactur

Titelfoto: Teutoburger Wald Tourismus / T. Conrad

Gedruckt auf einem FSC-zertifiziertem Papier, Januar 2019

Das Projekt „Zukunftsfit Wandern im Teutoburger Wald“ wird gefördert von der Europäischen Union und dem Land NRW.