

gefördert von:



EUROPÄISCHE UNION
Investition in unsere Zukunft
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung

NORD
RHEIN
WEST
FALEN

TEUTOBURGERWALD



GESTALTUNG VON WANDERPAUSCHALEN

LEITFADEN FÜR LEISTUNGSTRÄGER UND TOURISTIKER
IM RAHMEN DES EFRE-PROJEKTES
„ZUKUNFTSFIT WANDERN IM TEUTOBURGER WALD“

www.teutoburgerwald.de

TEUTOBURGERWALD
URLAUSREGION



Moorstich Stinkebrink © Schoberer, Teutoburger Wald Tourismus



Kaleidoskopweg Bad Driburg © Grawe, Bad Driburger Touristik GmbH

INHALT

Wanderpauschalen sind das Salz in der Suppe!	1
1 Zukunftsfit Wandern: Voraussetzungen für mehr Erfolg im Wandertourismus	3
2 Schritt für Schritt zur erfolgreichen Pauschale	4
3 Bedarfe und Möglichkeiten für Wanderpauschalen im Teutoburger Wald	7
3.1 Potenziale des Teutoburger Walds in Pauschalen nutzen	7
3.2 Trends erkennen und durch Pauschalen bedienen	8
3.3 Pauschalen zum Schließen von Angebotslücken im Teutoburger Wald	10
4 Beispiele für Produktentwicklung	11
4.1 Spaß am See/3-Muskel-Tour am Großen Weserbogen	12
4.2 Kulinarische Wanderung Nieheim	13
4.3 Wandertage zum Bauernmarkt Horn-Bad Meinberg	14
4.4 Bestandteil MICE Rahmenprogramm: Nachtwanderung Bielefeld	15
4.5 Angebot für Niederländer: Kooperation Campingplatz Bartrup und Burghotel Blomberg	16
4.6 Digitale Schnitzeljagd in Borgholzhausen	17
5 Vertrieb	18
6 Pauschalreiserecht	19
7 Weiterführende Literatur	20

WANDERPAUSCHALEN SIND DAS SALZ IN DER SUPPE!

Landauf, landab bieten attraktive Wanderregionen gute Wanderwege an. Die Anzahl der zertifizierten Wanderrouten in Deutschland wurde allein im Zeitraum 2010 bis 2018 verdreifacht! Diese Entwicklung verdeutlicht: Gute Wanderangebote haben viele. Wanderqualität ist Voraussetzung für den Erfolg, kein Alleinstellungsmerkmal.

Pauschalen eröffnen die Möglichkeit, Wanderungen mit besonderen Elementen anzureichern: Örtliche Spezialitäten, Picknick auf dem Aussichtsfelsen, Krimi-Dinner, Fackelwanderung zum Burghof, Übernachtung unterm Sternenzelt, ... So gewinnt das Wanderangebot Alleinstellung, erzielt Aufmerksamkeit und ermöglicht Verkaufserfolge. Guter Service und konkurrenzfähige Grundbestandteile, u. a. Unterkunft, Wanderlandschaft, gute Wege, Transfers und wettbewerbsfähige Preise sind unabdingbar.

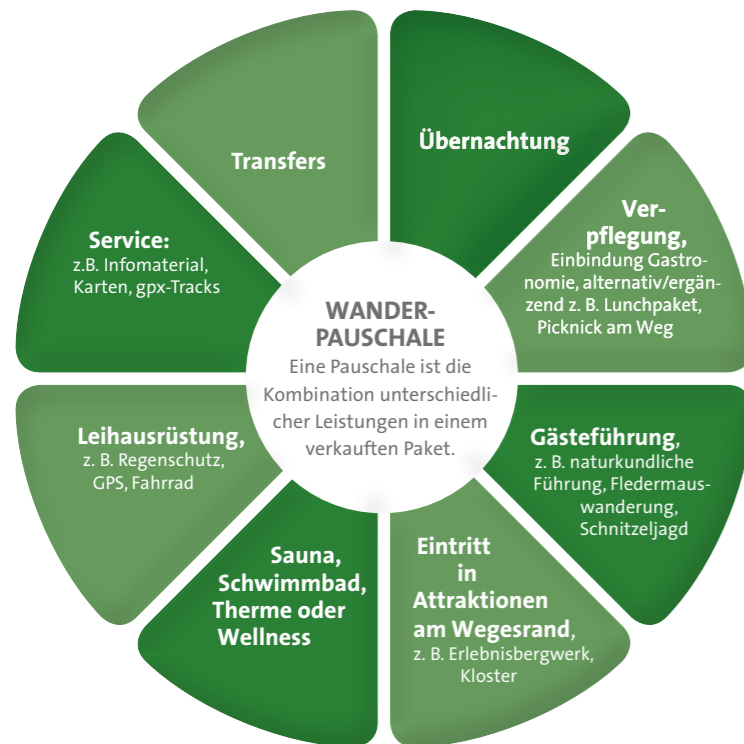
Der hier vorgelegte Leitfaden liefert Anregungen für Wanderpauschalen im Teutoburger Wald, zeigt Wege zur Entwicklung von Pauschalen und gibt praktische Tipps.

Habe Gutes – und zeige es auch!

Die Verfasser regen an, herausragende Qualitätsmerkmale der Region einzubeziehen und für die Aufwertung der Wanderangebote zu nutzen. So wird der Blick des Wanderinteressierten auf diese Qualitäten gelenkt. Neben dem Inhalt des Angebotes ist die Verwendung attraktiver Bilder wichtig. Die Motive sollten gut in Szene gesetzt werden. Bei Darstellungen der Angebote im Internet werden bewegte Bilder immer wichtiger. Die Verfasser empfehlen, Fotos mindestens teilweise durch Filmsequenzen zu ersetzen. www.teutoburgerwald.de zeigt die Möglichkeiten der Einbindung von Filmsequenzen auf.



Die Lippe Tourismus & Marketing hat aktuell eine eigene Reihe von Video-Clips produziert und setzt die Sehnsuchtsorte und Top-Themen geschickt in Szene: Prinz Stephan zur Lippe präsentiert seine Heimatregion in 20 persönlichen und unterhaltsamen Clips der Filmreihe „Die Prinzen Story“: <https://www.youtube.com/watch?v=7ETVr9RfxhM>



Die Bereitstellung eines umfassenden „Rundum-Sorglos-Paketes“ ist gut. Noch besser ist es, wenn die Einbindung außergewöhnlicher Attraktionen im Paket Akzente setzen.

Hinweis: Das deutsche Pauschalreiserecht gibt dem Kunden, der Pauschalen bucht, besondere Rechte. Pauschalen müssen gegen Ausfall abgesichert sein. Informationen dazu liefert Kapitel 6 am Ende des Leitfadens.

Das Ziel von Wander-Pauschalen ist es,

- ▶ zusätzliche Gäste zu gewinnen und so den Umsatz zu steigern,
- ▶ Wanderer an andere Angebote der Region (wie Kultur, Kulinarik, Radfahren) heranzuführen und für weitere Aufenthalte zu inspirieren,
- ▶ das Wanderangebot durch außergewöhnliche Leistungsbündel und besonders guten Wanderservice zu profilieren,
- ▶ dem Gast ein komplexes Leistungsbündel fertig organisiert und aus einer Hand zu liefern,
- ▶ Saisonzeiten durch saisonale Angebote auszuweiten.

Weser-Skywalk bei Beverungen © Grawe, Kulturland Kreis Höxter



1 ZUKUNFTSFIT WANDERN: VORAUSSETZUNGEN FÜR MEHR ERFOLG IM WANDERTOURISMUS

Durch die Investitionen der OWL GmbH, der Kreise und Kommunen im Projekt „Zukunftsfit Wandern“ wurden die Voraussetzungen für die Steigerung des Verkaufserfolges rund um das Thema Wandern im Teutoburger Wald geschaffen. Damit bestehen gute Voraussetzungen für die Entwicklung von Wanderangeboten und -pauschalen, die auf die Investitionen von Zukunftsfit Wandern aufsetzen.

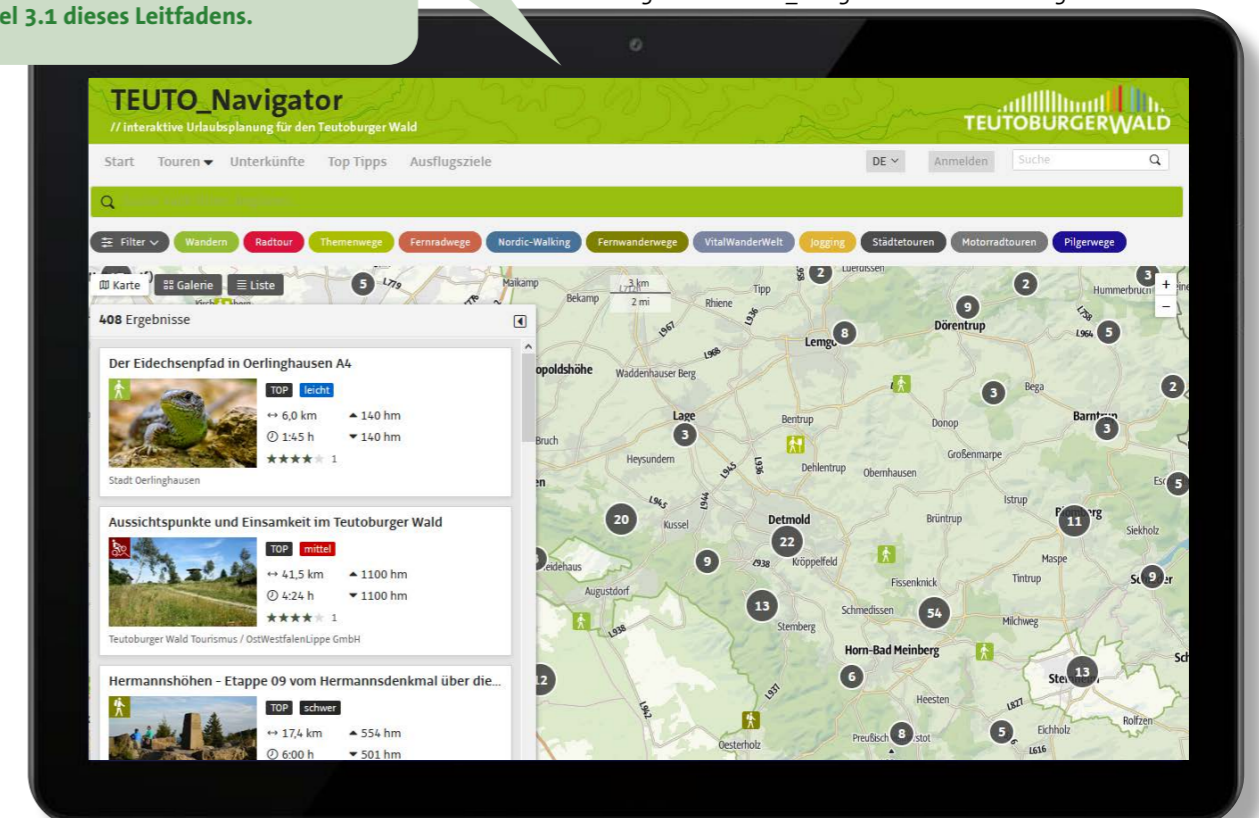
Tipp

Einen Überblick der wichtigen POIs liefert der TEUTO_Navigator:
www.teutonavigator.com
Eine Übersicht der besonderen Qualitäten des Teutoburger Waldes liefert Kapitel 3.1 dieses Leitfadens.

Ergebnisse der Investitionen in „Zukunftsfit Wandern“

- ▶ Etwa 2.000 km Wanderwege im Teutoburger Wald, die sich für die touristische Vermarktung besonders eignen, sind abgestimmt und ausgewiesen.
- ▶ Das gesamte qualifizierte Wanderwegenetz im Teutoburger Wald wird einheitlich beschildert und markiert.
- ▶ Es werden etwa 20 zertifizierte, thematisch profilierte Halbtages- und Tageswanderungen entstehen, die besonders attraktive Wanderziele der Region erschließen.
- ▶ Die Anzahl der Qualitätsgastgeber „Wanderbares Deutschland“ im Teutoburger Wald konnte bis Frühjahr 2019 auf 34 Betriebe erhöht werden und soll weiter wachsen.
- ▶ Der TEUTO_Navigator bietet den digitalen Überblick über die Wandermöglichkeiten und ergänzende Angebote.
- ▶ www.teutoburgerwald.de/wandern wurde inhaltlich und gestalterisch verbessert.

Touren-Angebot im TEUTO_Navigator © www.teutonavigator.com



2 SCHRITT FÜR SCHRITT ZUR ERFOLGREICHEN PAUSCHALE

Zehn Schritte, die bei der Entwicklung einer Pauschale zu bedenken sind:



1 Entscheidend ist die gute Idee!

Ausgangspunkt der Pauschale sollten markante Leistungsmerkmale aus dem Teutoburger Wald sein, die das Angebot profilieren. Die Leitfragen sind:

- Was können wir hier besonders gut?
- Was könnte der Grund für Wanderer sein, ausgerechnet zu uns zu kommen?
- Was könnte Wanderer bei uns begeistern?

Genau diese Qualitäten sollten im Angebot herausgestellt werden.

2 Wichtig ist Zielgruppenorientierung

Eine erfolgreiche Pauschale muss zu den Bedarfen der Zielgruppe passen, originell sein, die erforderliche Servicequalität bieten, ... kurz gesagt: Die Entwicklung einer Pauschale braucht Marktkenntnis, unternehmerisches Gespür und Gefühl für die Zielgruppe. Die Qualität der Angebote für Wanderer muss konkurrenzfähig sein.

Die Ergebnisse der Marktforschung können dabei helfen, vieles über die Bedarfe der Wanderer ist bekannt. Best Practice Beispiele aus dem Markt und die Angebote von Reiseveranstaltern geben Anregungen.

Nicht alle Ideen für Pauschalen können über Marktforschung oder bereits erprobte Praxisbeispiele abgesichert werden. Nur durch das Importieren bereits erprobter Produktideen in den Teutoburger Wald entsteht keine Innovation. Darüber hinaus braucht es Mut, neue Lösungen auszuprobieren.

3 Klärung rechtlicher Fragen/ Genehmigungsfähigkeit

Für bereits existierende Komponenten, die in eine Pauschale eingebunden werden sollen, bestehen in der Regel keine Genehmigungshürden. Dies gilt z. B. für Eintritte in Museen oder Veranstaltungen. Nutzungen abseits der Wege, z. B. eine Kräuter- oder Pilzwanderung als Basis für den anschließenden Kochkurs, bedürfen meist einer Genehmigung bzw. sind nicht uneingeschränkt möglich. Dies gilt v. a. in Schutzgebieten. Wenn in der Landschaft gebaut werden soll, müssen Genehmigungen eingeholt werden, auch selbst für kleine Projekte, z. B. einen Picknickplatz. Genehmigungsfragen sollten zwingend geklärt werden, bevor die Pauschale angeboten wird. Die Kreis- oder Gemeindeverwaltungen

helfen bei der Beurteilung der Möglichkeiten. In der Regel müssen die Bauämter der Kommunen und die Bau- und Naturschutzverwaltung der Kreise eingebunden werden. Häufig müssen die Wasserbehörden einbezogen werden.

4 Auswahl der Wanderangebote

Die Verfasser empfehlen die **Beschränkung auf eine Auswahl der Angebote mit der höchsten Bedeutung für Profilierung und beste Erfolgsaussichten**. Die Entwicklung und Darstellung von Pauschalen bindet Ressourcen. Empfehlenswert ist die Darstellung ausgewählter Pauschalen, die die Bandbreite der Möglichkeiten abbilden. Die Pauschalen sollten die Themenpalette des Anbieters abbilden, um Orientierung zu geben und Profilierung zu ermöglichen. Wenn einem Gast das Angebot gefällt, aber Sonderwünsche bestehen, wird er fragen.

Die „richtige Zahl“ ausgearbeiteter Wanderpauschalen ist abhängig von der Leistungsfähigkeit des Anbieters und der Bedeutung des Wandermarktes für den Anbieter. Die Verfasser empfehlen 2 Wanderpauschalen für ein Hotel mit breitgefächertem Angebot, 3 bis 5 für ein Wanderhotel, 5 bis 10 für eine Wanderkommune, rd. 15 für eine Wanderregion.

5 Klärung der Veranstalterrolle

Die Veranstalterrolle ist von Bedeutung für die Organisation der Pauschale (vgl. Kap. 6): **Gibt es jemanden, der als Veranstalter im Sinne des Pauschalreisrechts auftritt und die Reise entsprechend absichert?**

- **Wenn ja:** Dieser Partner sollte von Beginn an in alle Absprachen eingebunden werden. Unter anderem müssen die Kosten (Provision) von Beginn an mitgedacht werden. Für den Erfolg am Markt ist ein konkurrenzfähiger Preis von entscheidender Bedeutung (vgl. Schritt 10).
- **Wenn nein:** Das Angebot muss so beschaffen sein, dass es nicht als Pauschale gilt. Denkbare Lösung ist ein Baukasten-Modell. Hier werden Leistungen nicht aus einer Hand verkauft, sondern dem Kunden als Optionen angeboten. Der Kunde beauftragt die Leistungen bei den unterschiedlichen Leistungsträgern und bezahlt jeweils direkt.

Ein funktionierendes Netzwerk der beteiligten Partner ist hier hilfreich, so können dem Kunden jeweils geeignete und kooperationswillige Leistungserbringer genannt werden.

6 Ansprache der „Schlüssel-Partner“

Manche Pauschalen basieren auf einer ganz bestimmten Leistung bzw. Qualität. So kann die „Fackelwanderung zur Burg mit Abschluss im Burghof“ nur funktionieren, wenn der Inhaber der Burg und der Betreiber der Burgschänke mitmachen und marktfähige Konditionen einräumen. Wenn die Schlüssel-Partner gewonnen sind, gilt es, geeignete Leistungsträger für die ebenfalls erforderlichen weiteren

Beispielhafte Impulse für Wander-Pauschalen

- ▶ Besonders erfolgreich im Markt sind Tages- oder Halbtagestouren hoher Qualität (zertifiziert als Qualitätsweg wanderbares Deutschland bzw. Premiumwanderweg), mit klarem Profil – d. h. eine spezifische Qualität steht bei jeder Tour im Vordergrund. Best Practice Beispiele sind u. a. die TeutoSchleifen, Nordpfade, Traumpfade. Diese Touren können als Sternwanderungen mit Übernachtungen in einem wanderfreundlichen und kompetenten Gastbetrieb sowie den lokalen Sehenswürdigkeiten und Alleinstellungsmerkmalen in einer Pauschale zusammengestellt werden.
- ▶ Regionale Küche und örtliche Spezialitäten kommen bei Wanderern gut an. Sie sollten im Lunchpaket und auf der Speisekarte verwendet werden.
- ▶ Die Digitalisierung hat das Wandern erreicht. Wanderer informieren sich digital. Internetseiten von Region, Ort und Anbieter haben unverändert hohe Bedeutung, hinzu kommen die Wanderportale mit Tipps und digitalem Routing. Diese Kanäle sollten bespielt werden.
- ▶ Niederländer können fast ausnahmslos Englisch und häufig Deutsch – dennoch freuen sie sich über etwas Information und Service in ihrer Muttersprache. Beliebt sind all-inclusive Pakete. Kaffee satt ist in den Niederlanden üblich.
- ▶ Auch Eltern mit kleinen Kindern wandern gern. Kinder freuen sich über kurze, abwechslungsreiche Wege, Überraschungen und Belohnungen, z. B. über den Kinder-Wanderpass oder beim Stempel sammeln.

Leistungen (z. B. Transfers) zu finden. Wenn es unterschiedliche denkbare Partner gibt, kann der beste Partner ausgewählt werden:

- Ggf. können unterschiedliche Partner gewonnen werden, z. B. für unterschiedliche Preiskategorien; Beispiel: Schönes Wanderwochenende für beste Freundinnen ... in der Kategorie 3- und 4-Sterne-Hotel.
- Ergänzende Bausteine können ggf. als zusätzlich buchbare Optionen angeboten werden.

7 Abschluss von Rahmenverträgen, Vereinbarung von Kontingenten

Wenn Gäste eine Pauschale buchen, ist es essenziell, dass die Leistungsträger der Komponenten zu ihrem Angebot stehen. Wenn die Pauschale durch Ausfälle auf der Anbieterseite nicht zustande kommt, war alle Vorarbeit vergebens. Der Veranstalter sollte mit seinen Partnern eindeutige Vereinbarungen treffen. In einem vertrauensvoll arbeitenden Netzwerk wird das funktionieren, zu Beginn einer Partnerschaft sollten eindeutige Verträge geschlossen werden.



Velmertstot © Tourismus NRW e. V.

8 Gruppenpauschalen und/oder individuell buchbare Pauschalen?

In der Regel ist es leichter, Pauschalen für Gruppen mit einer Mindestteilnehmerzahl zu organisieren als individuell buchbare Angebote. Gruppen sind nicht nur Busreisegruppen mit bis zu ca. 40 Personen. Wanderer reisen auch im Freundeskreis, häufig wandern befreundete Paare. Diese Gruppen sind häufig 6 bis 10 Personen stark. Individuell buchbare Pauschalen bedienen einen größeren Markt: Es reisen mehr Gäste individuell als in Gruppen.

Empfehlungen:

- Gruppen-Pauschalen zu bestimmten Zeitpunkten mit Angabe einer Mindestteilnehmerzahl anbieten. In diesem Fall ist es möglich, individuelle Buchungen zu einer Gruppe zusammenzuführen.
- Individuell buchbare Pauschalen unter Nutzung ohnehin geöffneter Einrichtungen gestalten: Eintritt in die Einrichtung xy + Leihmaterial (Karten, GPS, Leihrad, ...) + Übernachtung + individuelle Verpflegung (Lunchpaket, Picknick-Rucksack).

9 Beschränkung auf ausgewählte Zeiträume/Termine

Es ist eine Herausforderung, Angebote jederzeit bieten zu können. Folgende Alternativen sollten in Erwägung gezogen werden.

Empfehlungen:

- Pauschalen zu ausgewählten Terminen anbieten, um die Nachfrage zu bündeln und die Wahrscheinlichkeit zu erhöhen, eine ausreichende Gästezahl zu erreichen.
- Pauschalen für spezifische Zeiträume entwickeln, z. B. Kräuter- oder Pilzsaison.
- Pauschalen für die bewusste Bewerbung von Nebensaisonzeiten nutzen (Saisonverlängerung). Achtung: Auf Angebotsqualität in der Nebensaison achten. Wenn zu viele Betriebe geschlossen sind, kann das ein Problem

sein, welches gezielte Angebote erforderlich macht, z. B. Lieferservice für Verpflegung in Ferienwohnungen, Kamin, Feuerholz und Spielesammlung für lange Winterabende.

10 Verhandlung von Einkaufspreisen

Leistungsträger sollten dem Veranstalter spezielle Einkaufspreise bieten, damit das Gesamtpaket konkurrenzfähig ist. Die Kosten für Organisation und Vertrieb müssen einkalkuliert werden. Der Einkaufspreis der Komponenten für den Veranstalter muss unterhalb des Verkaufspreises der Partner für Endverbraucher liegen, sonst ist die Pauschale nicht konkurrenzfähig. Wenn dies nicht möglich ist, können Pauschalen nicht erfolgreich angeboten werden.

Da Pauschalen örtlicher Leistungsträger häufig Aushängeschilder und damit Werbeträger für das sonstige Angebot sind, werden sie häufig günstig kalkuliert. In diesem Fall wird mit Pauschalen kein Geld verdient. Bei Einbindung externer Partner, z. B. von Reiseveranstaltern, wird dies in der Regel nicht möglich sein, da diese gewinnorientiert arbeiten.

Abstimmungsbedarf mit den Leistungsträgern, die Bausteine der Pauschale liefern

- Preise (zu den Einkaufspreisen vgl. Schritt 10)
- Kontingente
- Buchungszeiträume bzw. Verfügbarkeit: Öffnungszeiten, Saison, Kapazitäten, Mindestteilnehmerzahl,
- erforderliche Vorlaufzeit für die Planung

3 BEDARFE UND MÖGLICHKEITEN FÜR WANDERPAUSCHALEN IM TEUTOBURGER WALD

In diesem Kapitel wird aufgezeigt, welche spezifischen Möglichkeiten im Teutoburger Wald für die Entwicklung von Wanderpauschalen genutzt werden sollten, welche Nachfrage-Trends beim Wandern bestehen und welche Angebote dazu passen. Pauschalen können andererseits auch bestehende Servicedefizite bei Einzelleistungen ausgleichen.

3.1 Potenziale des Teutoburger Walds in Pauschalen nutzen

Der Teutoburger Wald bietet zahlreiche Potenziale und Stärken, die für die Entwicklung von Wanderangeboten genutzt werden sollten. Besonders über Pauschalen können die Qualitäten des Teutoburger Walds beworben werden. Folgende Stärken des Teutoburger Walds sind für die Entwicklung von Pauschalen nutzbar und empfehlenswert:

- Sehnsuchtsorte:** Der Teutoburger Wald beherbergt zahlreiche Attraktionen, die in Wanderpauschalen aufgenommen werden sollten.
 - Beispiele: Neueröffnetes Kaiser-Wilhelm Denkmal, Westfalen-Culinarium, Klöster; aber auch verborgene Schätze, z. B. Furlbachtal oder Eggetal/Bad Holzhausen. Besonders attraktive Aussichten sollten in Pauschalen eingebunden bzw. via Pauschalen beworben werden.
 - Die Sehnsuchtsorte bieten sich als Schauplatz für Inszenierungen in Pauschalen an, z. B. für Führungen, Kräuter- oder Pilzsammeln, Fackel-/Nachtwanderungen.
- Inszenierungen:** Zahlreiche Anbieter bieten

erfolgreiche Inszenierungen an, die Erlebnisprogramme wie Krimi, Rallye, Geschicklichkeitsspiele oder Teambildung mit Wanderungen kombinieren. Erforderlich sind eine pfiffige Idee und eine professionelle Umsetzung. Ein gutes Beispiel sind die Pauschalen von Ausbrecher & Komplizen in Lügde, <https://ausbrecherundkomplizen.de>

- Kombination von Aktivitäten:** Denkbar sind z. B. die Kombinationen von Wandern mit Radfahren, Kultur, Gesundheit, Erholung/Genießen.
 - Wanderer üben gern andere Aktivitäten aus, allen voran steht das Radfahren. Pauschalen könnten als „2-Muskel-Tour“ Wandern und Radfahren kombinieren.
 - Einbindung von Wanderangeboten in Pauschalen mit weiteren Schwerpunkten, z. B. Kultur, Gesundheit. Wandern kann als Erweiterung des Angebotes eingebunden werden.
 - Einbindung von Spezialangeboten in Pauschalen, z. B. das Angebot des Segelflugplatzes Blomberg: Einkehr während der Wanderung, Beobachten des Flugbetriebes, Möglichkeit eines Gastfluges.
 - Einbindung von kleinen Abenteuern mit außergewöhnlichen Angebotskomponenten, z. B. Gin Tasting in der Sparrenburg, Nachts am Hermann, etc.

Gelungene Beispiele für inszenierte Wanderungen
© <https://ausbrecherundkomplizen.de>



- **Gästeführungen:** Der Teutoburger Wald beherbergt zahlreiche attraktive Gästeführungsangebote. Diese Angebote sollten in Pauschalen eingebunden werden:
 - Gästeführungen,
 - Nutzung bzw. Entwicklung thematischer Angebote, wie z. B. Kräuterwanderungen (kombiniert mit Kochkurs und/oder Spezialitätenküche).
- **Themenwandern:** Einbindung von Führungen oder Anleitungen, z. B. für Fotografie, künstlerische Gestaltung, Yoga. Es ist empfehlenswert, die örtlichen Qualitäten zu nutzen, z. B. die künstlerischen Angebote in Schwalenberg und Borgholzhausen, die Gesundheitskompetenz der Kurorte, die Yoga-Kompetenz von Bad Meinberg.
- **Kulinarische Wanderungen:** Einbindung von Verpflegungsangeboten, v. a. Gasthäuser, ggf. auch Picknickplätze und Lunchpakete, bevorzugt mit regionalen Spezialitäten. Gut kombinierbar mit
 - Führungen zu essbaren Landschaften, heimischen Produkten wie Kräutern oder Pilzen,
 - Besuch örtlicher Erzeuger, z. B. Bauernhöfe, Käsereien, Gärtnereien.



Westfalen Culinarium Nieheim
© Grawe, Themenmanagement Wandern Teutoburger Wald

- **Großstadt am Prädikatswanderweg:** Bielefeld als Tor zum Hermannsweg bietet die Kombination von Großstadt-Kultur und Wanderlandschaft:
 - Entwicklung von Pauschalen, die Stadt-Kultur mit Wandern kombinieren,
 - Wanderangebote als Bestandteil im Rahmenprogramm von Tagungen und Kongressen integrieren.
- **Angebote für Niederländer:** Niederländer wandern gern in Mittelgebirgen und mögen den ländlichen Charme von Fachwerkkorten. Der Teutoburger Wald ist für Niederländer günstig gelegen, viele Betriebe haben bereits zahlreiche Gäste aus den Niederlanden.

- V. a. die Betriebe mit niederländischem Management sind in diesem Markt erfolgreich. Die Gäste dieser Betriebe könnten für „Pauschalen für Niederländer“ gewonnen werden.
- Niederländische Gäste sollten mit Pauschalen angesprochen werden, die zu ihren Präferenzen passen. Sprachkompetenz ist ein Kriterium. Ideal wären Gästeführungen und Erlebnisprogramme in niederländischer Sprache.

3.2 Trends erkennen und durch Pauschalen bedienen

Die Verfasser empfehlen, Leittrends in der Entwicklung von Pauschalen zu berücksichtigen.

- **Barrierefreie Angebote:** In einer alternden Gesellschaft steigt der Anteil der Älteren unter den Reisenden und damit auch der Bedarf an Komfort, Barrierearmut und -freiheit.

Empfehlungen:

- Den Angeboten sollten die Kriterien der Initiative „Reisen für Alle“ zugrunde gelegt werden. Die Angebote sollten die geforderten Standards bieten und entsprechend gekennzeichnet sein.
- Geeignete Orte für barrierefreie Angebote sind die Heilbäder und Kurorte im Teutoburger Wald. Hier kann eine barrierefreie Grundausstattung vorausgesetzt werden.
- Das Tourismusangebot in NRW soll „Reisen für Alle“ beinhalten. Solche Angebote werden von der Landestouristik gezielt hervorgehoben. Dies ist ein interessanter Rahmen für Angebote im Teutoburger Wald.
- Barrierefreie Angebote werden im TEUTO_Navigator ausgespielt. Sie sollten dort leicht zugänglich sein.

- **Familienfreundliche Angebote:** Ein hoher Anteil der Bevölkerung wandert gern, das gilt auch für Familien mit kleinen Kindern. Familien sind Teil der Zielgruppenpräferenz von NRW. Diese Zielgruppe erfordert geeignete Angebote. Voraussetzung sind abwechslungsreiche Wandertouren von 2 bis max. 10 km Länge.

Empfehlungen:

- Entwicklung geeigneter Wanderangebote, um Kinder „bei Laune“ zu halten: Erlebnisreichtum, Belohnungen, spielerische Zugänge, z. B. Schnitzeljagd, Finden von Verstecken, Stempelsammeln, ggf. Einbindung digitaler Anwendungen, z. B. Geocaching.
- Berücksichtigung und Ergänzung bestehender starker Angebote, z. B. im Naturpark Eggegebirge.

- **Tiny Houses/Übernachten an außergewöhnlichen Orten:** Übernachten an außergewöhnlichen Orten, in der Natur ist Trend, Baumhäuser sind es immer noch. Der Teutoburger Wald ist in diesem Markt kaum vertreten. Den



Camping Pods und die Hexenhäuschen in Rietberg als Beispiele für originelle Übernachtungsorte im Teutoburger Wald © Stadt Rietberg

Sleeperoo „Zeltbox“ als außergewöhnlicher Übernachtungsort © sleeperoo, www.sleeperoo.de



Verfassern sind nur die Camping Pods und Hexenhäuschen in Rietberg (s. Abb. links) sowie die Baumhäuser am Hansaweg im Landkreis Hameln-Pyrmont bekannt.

Empfehlungen:

- Für diesen Markt sollten Leitprodukte entwickelt werden: Schaffung außergewöhnlicher Übernachtungsorte, z. B. Schäferwagen, Forstarbeiterhütte, Heuschöber, Baumhaus, Erdhöhle, Biwakplätze (Best Practice: Pfälzer Wald, Schwarzwald, Eifel); Einbindung von bestehenden Produkten, z. B. sleeperoo GmbH.
Achtung: Die Genehmigungsfähigkeit dieser Projekte bildet eine besondere Herausforderung. Ein gewerbliches Angebot von Übernachtungen in freier Natur ist in Deutschland an komplexe Vorschriften gebunden, zahlreiche Auflagen müssen beachtet werden. Am leichtesten ist die Anbindung an eine bestehende und genehmigte Anlage, z. B. einen Campingplatz oder Ferien auf dem Bauernhof.
- Das Angebot kann wunderbar mit Wandern kombiniert werden: Das Ziel wird erwandert, dort wartet das Picknick und ein besonderes Quartier.
- Camping Pods und die Hexenhäuschen im Gartenschau-park in Rietberg: Die halbrunden Holzfässer und Häuschen sind einfach, aber originell ausgestattet. Duschen und Toiletten befinden sich in direkter Nähe. Fahrräder lassen sich im benachbarten Pavillon abstellen, der auch über einen Kühlschrank verfügt. Zum Angebot gehört eine Feuerstelle, ein Indianer-Tipi zur Übernachtung oder als Eventzelt, sowie Grill-Kota und Grillplatz.



Unterwegs © leaf, iStock.com

3.3 Pauschalen zum Schließen von Angebotslücken im Teutoburger Wald

Für die Qualitätsoffensive von Zukunftsfit Wandern wurden die Schwächen im Wanderangebot des Teutoburger Walds erfasst. Die Verfasser empfehlen, den ermittelten Defiziten im Teutoburger Wald mit passenden Pauschalen gezielt zu begegnen.

- **Verpflegung:** In zahlreichen Orten im Teutoburger Wald ist ein gastronomisches Angebot unterwegs und tagsüber nicht gesichert bzw. durch Ortsunkundige schwer auffindbar.

Empfehlungen:

- Entwicklung von Pauschalen inkl. Lunchpaket oder Picknickservice,
- Entwicklung kulinarischer Pauschalen mit inkludierter kompletter Verpflegung, bevorzugt auf Basis besonderer, lokaler Produkte. Hier hat der Teutoburger Wald viel zu bieten. U. a. hat der Kreis Höxter sein Angebot bereits systematisiert - ein ausgezeichneter Service in der Auslieferung der Angebote sollte Überraschungsqualität bieten.

- **Transfers:** Nicht alle Wanderungen sind an Gastbetriebe angebunden. Verbindungen im öffentlichen Nahverkehr sind lückenhaft, z. T. wenig bekannt. Gepäcktransfers sind nicht immer verlässlich.

Empfehlungen:

- Transfers in Pauschalen inkludieren, mindestens

Fahrplaninformationen zum ÖPNV und Kontaktadressen zu Taxiunternehmen vorhalten.
Achtung: Bei Transferleistungen durch Gastbetriebe sind Vorgaben zur Personenbeförderung zu beachten, ggfs. ist ein Personenbeförderungsschein notwendig.

- Angebot verlässlicher Gepäcktransfers, bevorzugt als Service in die Pauschale inkludieren.
- Einbindung bestehender „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“: Bestandteil der Kriterien ist das Organisieren eines Hol- und Bringservices von und zu Wanderwegen sowie ein Gepäcktransport zur nächsten Unterkunft. Mit der Einbindung dieser Gastgeber kann auf vorhandene Servicestrukturen zurückgegriffen bzw. können diese ausgebaut werden.
- **Wanderkundige Qualitätsbetriebe:** Die Wanderkompetenz der Gastbetriebe im Teutoburger Wald ist sehr unterschiedlich. Es ist wichtig, Wanderern die erforderliche Orientierung zu geben, so dass die guten Betriebe gefunden werden.

Empfehlung:

- Entwicklung von Pauschalen, die leistungsfähige Wander-Gastbetriebe (bevorzugt Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland) und TOP-Wanderangebote einbinden, so dass der Gast genau diese nutzt. Erforderlich sind dezidierte Hinweise auf die herausragenden Wanderangebote und die leistungsfähigen Wandergastgeber.

4 BEISPIELE FÜR PRODUKTENTWICKLUNG

Wie kann eine erfolgreiche Pauschale aussehen, was gehört dazu? Die wichtigen Elemente werden hier plakativ anhand einer fiktiven Pauschale aufgezeigt ...

Beispiel einer Musterpauschale im Layout des Teutoburger Waldes © BTE 2019

Konkurrenzfähiger Preis
Schnäppchen, um in den Markt zu kommen oder selbstbewusste Kalkulation für herausragende Qualität

Verweis auf Absender Teutoburger Wald

199 €
pro Person im Doppelzimmer

TEUTOBURGER WALD

DIE SPUR DES HONIGS
BIENEN-WANDERUNG IM TEUTOBURGER WALD

Neugier weckender, aussagekräftiger Titel

ab 2 Personen buchbar: 2 Übernachtungen, Vollverpflegung, Wander- und Besuchsprogramm: Bienen-Wanderung mit Einblicken in das Leben der Honigbiene und der Imkerei. Imkermeister entführen Sie in die Welt des Bienenstocks und die Herstellung des „flüssigen Goldes“. Entdecken Sie Aroma und Eigenschaften unterschiedlicher Honigsorten, erleben Sie, mit welchen Farben und Düften uns Honig verzaubern kann.

Ablauf

Ankunftstag, z. B. Freitag

- Begrüßung im Hotel mit Met und kleinem Honigbuffet,
- nach dem Abendessen: kleine Bienen- und Honigkunde, Lichtbildvortrag unseres Imkers

Wandertag, z. B. Samstag

- Frühstück mit Honigbuffet
- Wanderung zu den Bienenstöcken und Futterplätzen der Bienen in Feld, Wald und Flur, Unterwegs: Imbiß
- Besuch beim Imker, Einblick in die Arbeit, Blick in den Bienenstock, Honigprobe
- Abendessen: Kochen mit Honig. Freuen Sie sich auf die Kreationen unseres Küchenteams

Abreisetag, z. B. Sonntag

- Frühstück mit Honigbuffet
- Gruß vom Imker: Probierst 6 unterschiedlicher Honigsorten zum Mitnehmen
- kleine Rundwanderung und/oder Besuch des Westfalen Culinariums (optional, Eintritt nicht im Paketpreis enthalten) mit Präsentation regionaler Spezialitäten: Schinken, Brot, Käse, Bier

enthaltene Leistungen:

- 2 Übernachtungen im Hotel „Teuto-Stern“ (Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland, 3-Sterne Betrieb), Begrüßungstrunk
- 2 Frühstücke
- 2 Abendessen (drei Gänge, Getränke nicht enthalten)
- 1 Lunchpaket
- Info-Veranstaltung/Lichtbildvortrag „Bienen und Imkern“
- Wanderung (Kartenmaterial, GPS Gerät bzw. Track fürs Smartphone werden gestellt)
- Besuch in der Schauimkerei, Rundgang, Informationen, Honigverkostung
- für Gruppen ab 6 Personen: geführte Wanderung durch Bienenkenner inkludiert

Kurztext zur Beschreibung des Angebotes

attraktives Foto, Eyecatcher

Veranstaltungsprogramm

Klartext zu den enthaltenen Leistungen

Buchungsadresse/ Veranstalter

marktgerechtes Leistungspaket

Angabe der Mindestteilnehmerzahl

Veranstalter:
Bad Driburger Touristik GmbH
Tourist-Information
Lange Straße 140, 33014 Bad Driburg
Tel.: 05253 9894-0
<https://bad-driburg.teutoburgerwald.de/>

© Wolfgang Dirscherl, pixelio.de

Auf den folgenden Seiten werden beispielhaft Angebote und Pauschalen dargestellt, die in Workshops im Teutoburger Wald im Zeitraum Februar bis Dezember 2018 entstanden sind.

1 Spaß am See/3-Muskel-Tour am Großen Weserbogen

Porta Westfalica ist Partner des Zweckverbandes Westliches Weserbergland, der als Reiseveranstalter auftritt. Initiator der Pauschale ist ein Hotelbetrieb am Großen Weserbogen. Leitidee war die Kombination unterschiedlicher Qualitäten und Aktivitäten auf engem Raum (Wanderer üben zahlreiche weitere Aktivitäten aus, allen voran Radfahren).

Im Mittelpunkt stehen die Qualitäten

- ▶ Wanderangebot Wiehengebirge, Attraktionen am Weg, v. a. neueröffnetes Kaiser-Wilhelm-Denkmal, Wittekindsburg, Fernsehturm, Besucherbergwerk
- ▶ Weserradweg, Fahrradfähren über die Weser (Fähre Amanda nach Bad Oeynhausen, Gierseilfähre Veltheim)
- ▶ Strandbad: Bademöglichkeit, Tretbootfahren
- ▶ Übernachtungsbetrieb mit guter Küche

Programm/Inhalte

- ▶ Hotelpauschale, Freitags bis Sonntags: 2 Übernachtungen, Verpflegung, Service
- ▶ Infomaterial: Routen, Attraktionen
- ▶ Leihrad
- ▶ Angebote am Weg können in Pauschale inkludiert, ggf. auch vom Gast vor Ort spontan zugekauft werden
- ▶ Transfers (falls erforderlich), z. B. Shuttle ab Bahnhof, Rückfahrt vom Tagesziel

Varianten -

denkbare Zusatzleistungen/Extras

- ▶ als 2-Tages-, 3-Tages- oder Mehrtagespauschale buchbar
- ▶ Erweiterbar durch Einbindung einer Fahrt mit der Mindener Fahrgastschiffahrt zu besonderen Terminen (6 x jährlich)
- ▶ Einbindung Rundflug (örtlicher Anbieter)

Zielgruppen

- ▶ „Aktive Best Ager“ (lt. Zielgruppenhandbuch Tourismus NRW), Schwerpunkt Wandern/Radfahren
- ▶ Paare oder kleine Gruppen befreundeter Paare

Vertrieb

- ▶ Zweckverband Westliches Weserbergland (Provisionspflichtig)
- ▶ Hotelbetriebe (ein bestehender Betrieb hat Interesse bekundet, weitere sollen angesprochen werden)



Wandern im Wiehengebirge © Andreas Hub

2 Kulinarische Wanderung Nieheim

Das Angebot soll Wandern und Verpflegung verbinden. Diese Lösung ist ein geeigneter Umgang mit der im Teutoburger Wald häufigen Situation: Verpflegungsangebote sind tagsüber/ an den Wanderwegen schwer aufzufinden.



Ofen im Brotmuseum, Westfalen Culinarium in Nieheim © Stadt Nieheim

Im Mittelpunkt stehen die Qualitäten

- ▶ Einbindung Nieheimer Schaukäserei (verlässliche Öffnungszeiten Mo. bis Sa.)
- ▶ Einbindung Westfalen Culinarium
- ▶ Einbindung des Angebots örtlicher/regionaler Spezialitäten, gebündelt im „Nieheimer Sack“
- ▶ ggf. Belieferung von Picknickplätzen am Weg durch örtlichen REWE-Markt
- ▶ Nutzung attraktiver Wanderwege, bevorzugt Rundwege als Tagestouren, damit Bündel unterschiedlicher Sternwanderungen

Programm/Inhalte

Kombination von Wanderungen (Sternwanderungen als Strauß unterschiedlicher Möglichkeiten ab Quartier in Nieheim bzw. Nachbarorten)

- ▶ mehrtägiger Aufenthalt in Nieheim (3 bis 5 Tage)
- ▶ empfohlene Wanderroute zu kulinarischen Stationen auf selektierten, guten Wanderwegen um Nieheim und im Umland; Service: Info-/Karten-Material
- ▶ Versorgung: Individualwanderer über Picknick-Sack, Wandergruppen über Lieferservice an vorgebuchten Picknickplätzen, Frühstücksservice im Quartier
- ▶ Erreichen der Einstiege in die Rundwanderwege mit dem privaten PKW, alternativ Transfers durch die Übernachtungsbetriebe organisiert

Varianten - denkbare Zusatzleistungen/Extras

- ▶ Lieferservice in die Ferienwohnung der Gäste (in Nieheim durch örtlichen REWE-Markt)
- ▶ Abendessen; dann erforderlich: Rücktransfer (durch Gastbetriebe oder Taxiunternehmen)

Schieder-Schwalenberg plant ein vergleichbares Paket. Im Mittelpunkt dort steht das kulinarische Angebot von ausgewählten Betrieben am Weg, inkl. Schloss Schieder.

- ▶ ausgearbeitete kulinarische Route: 3 bis 4 Stationen mit kulinarischem Angebot am Weg, Einbindung Schloss Schieder
- ▶ Anbindung an S-Bahn Hannover-Hameln-Paderborn; Transfer zum Übernachtungsbetrieb bzw. zum S-Bahnhof oder Wanderparkplatz

Zielgruppen

- ▶ „Erwachsene Paare“, kleine Gruppen befreundeter Paare, Familien (vgl. lt. Zielgruppenhandbuch Tourismus NRW)
- ▶ Gäste aus den Niederlanden, dann gern inkl. Kaffee-Flatrate (Kaffee satt zum Festpreis) und niederländischem Informationsmaterial

Vertrieb

Ein Basispaket „Wandern und Verpflegung“ kann durch Leistungsträger angeboten werden, ohne dass dies zum Veranstalterstatus führt. Den Eintritt in das Culinarium kann der Gast direkt vor Ort zahlen. Vertriebspartner (gegen Provision) könnten u. a. Bad Driburger Touristik GmbH bzw. Lippe Tourismus & Marketing GmbH sein.

3 Wandertage zum Bauernmarkt Horn-Bad Meinberg

Der Bauernmarkt an einem Wochenende im Herbst ist bisher v. a. bei Tagesgästen stark nachgefragt. Auf Initiative der GesUndTourismus Horn-Bad Meinberg GmbH soll der Bauernmarkt in eine Wanderpauschale eingebunden werden mit dem Ziel,

- ▶ Gäste des Bauernmarktes für einen längeren Aufenthalt zu gewinnen,
- ▶ den Bauernmarkt als Aufhänger für einen mehrtägigen Aufenthalt zu nutzen.

Im Mittelpunkt stehen die Qualitäten

- ▶ Bauernmarkt Horn-Bad Meinberg: 20.000 Gäste, 150 Aussteller mit regionalen, selbstgemachte Produkten: Lebensmittel, Souvenirs, Bekleidung, ...
- ▶ örtliche Erzeuger der Region mit Besuchsmöglichkeit, Führungen, Programmen, ...
- ▶ Wanderangebot in der Umgebung (selektierte, gute Wege)

Programm/Inhalte

- ▶ 3- bis 7-tägige Pauschale in der Woche vor dem Bauernmarkt im Oktober
- ▶ festes Quartier in teilnehmendem Betrieb
- ▶ Sternwanderungen um Horn-Bad Meinberg, je Tag ein Tourenangebot: Wanderungen zu regionalen Betrieben, idealerweise Ausstellern auf dem Bauernmarkt (dort mit Besichtigungen/Führungen); denkbare Ziele:
 - Obsthof Brunsiek, Blomberg | Aussteller auf dem Bauernmarkt
 - Käserei Menne, Nieheim | Aussteller auf dem Bauernmarkt
 - Biohof Meiwes, Heiligenkirchen, Detmold am Hermannsdenkmal
 - Landhaus Blumengarten: Pickert
- ▶ Verpflegung unterwegs (Lunchpaket, Horn-Bad Meinberger Lunchbox): Pickert, Nieheimer Käse, lippische Produkte, regionale westfälische Frischküche (aktuelle Dachmarke: Lippe Qualität)
- ▶ Verpflegung am Wanderziel: im besuchten Betrieb
- ▶ Verpflegung am Abend: entweder im Quartier, zur Abwechslung auch im Partnerbetrieb, Bauernmarktspezialitäten auf Speisekarte im Hotel anbieten
- ▶ erforderliche Transfers durch örtl. Taxi-Unternehmer

Varianten - denkbare Zusatzleistungen/Extras

- ▶ Besuch der Therme „Bad Meinberger Badehaus“
- ▶ Führungen bei Meinberger Wasser
- ▶ „Schmankerl vom Bauernmarkt“, z. B. der Ofenbäckerei Mellies (Gutschein inkl.)

Zielgruppen

- ▶ Gäste des Bauernmarkts; Ziel: Verlängerung des Besuches im Folgejahr
- ▶ Wandergäste mit Interesse an der Region und regionalen Produkten
- ▶ Gruppen-Angebot (mind. 8 Personen), zum individuellen Einbuchen

Vertrieb

durch GesUndTourismus Horn-Bad Meinberg GmbH



Tourist-Information Horn Bad Meinberg
© Schoberer, Teutoburger Wald Tourismus

4 Bestandteil MICE Rahmenprogramm: Nachtwanderung Bielefeld

Die Großstadt Bielefeld bietet in verkehrsgünstiger Lage (ICE-Bahnhof, Anbindung A2) ein ausgezeichnetes Kongress- und Veranstaltungsangebot, viele Kultureinrichtungen, sowie zahlreiche Unterkünfte und Gastronomie. Der Höhenzug des Teutoburger Waldes, Parks, Grünanlage und Wälder sind inmitten des Stadtgebietes gelegen.

Diese Qualität „Wandergroßstadt“ soll genutzt werden.

Es entstand die Zielvorstellung, die Wanderqualität der Stadt auch als Rahmenprogramm für Kongresse und Tagungen zu nutzen.

Im Mittelpunkt stehen die Qualitäten

- ▶ stadtnahe Hänge des Teutoburger Walds, ausgebaute feste Wege
- ▶ Tiere der Nacht erfahrbar: Ende Juni/Anfang Juli sichere Beobachtung von Glühwürmchen, darüber hinaus: Fledermäuse, Tierstimmen
- ▶ Sparrenburg (bewirtschaftet) innenstadtnah, inmitten des Wandergebietes

Programm/Inhalte

- ▶ geführte Nachtwanderung (Partner: Gästeführer)
 - Erläuterung Umgebung, Flora und Fauna
 - Mitführen Fledermaus-Detektoren, Aufspüren von Fledermäusen
 - im Juni: Beobachtung Glühwürmchen
 - Ausgabe von Fackeln
- ▶ Abschluss an der Sparrenburg, dort unterschiedliche Möglichkeiten (Partner: Sparrenburg Gastronomie)
 - Ausklang am Feuerkorb im Burghof, Heißgetränk
 - Abendessen in der Burg, separater Raum ist buchbar, unterschiedliche Arrangements sind buchbar

Varianten - denkbare

Zusatzleistungen/Extras

- ▶ Teilangebot individuell buchbar als „Fledermauswanderung“: Verleih von Fledermaus-Detektoren und Taschenlampen, Karten-App bzw. GPS in teilnehmenden Hotels

Zielgruppen

- ▶ Gruppen, Teilnehmer von Kongressen/Tagungen; damit ist eine ausreichende Mindestteilnehmerzahl voraussichtlich erreichbar
- ▶ Variante denkbar für Familien (Thema Fledermäuse)

Vertrieb

- Bielefeld Marketing GmbH
- Hotel- und Gastronomiebetrieb

Sparrenburg in Bielefeld © Bielefeld Marketing GmbH



5 Angebot für Niederländer: Kooperation Campingplatz Bartrup und Burghotel Blomberg

In der Region haben Gäste aus den Niederlanden hohe Bedeutung, auch weil viele Niederländer gern wandern. Der Campingplatz mit niederländischem Betreiber hat einen hohen Anteil von Gästen aus den Niederlanden. Das Burghotel Blomberg würde gemeinsame Pauschalen mit dem Campingplatz entwickeln.

Im Mittelpunkt stehen die Qualitäten

- ▶ 4-Sterne-Campingplatz Ferienpark Teutoburger Wald, Mietchalets/ Mobilheime und geräumige „Safarizelte“
- ▶ Burghotel Restaurant Blomberg mit Wellness/Sauna
- ▶ historische Fachwerkstädte Bartrup und Blomberg
- ▶ Wanderangebot der Region
- ▶ kompetente botanische Gästeführungen, u. a. zu „Kräutern“



Herbstwanderung © Heinick, BTE

Programm/Inhalte

- ▶ Wochenende/Verlängertes Wochenende: 2 bis 3 Übernachtungen/Frühstück auf dem 4-Sterne-Campingplatz Ferienpark (niederländischer Betreiber) bzw. im Burghotel (2 Preiskategorien anbieten) im „Kräuterzimmer“: Strauß aus Kräutern, Info-Heft, Kräuterkissen, ...
- ▶ geführte Kräuterwanderung; fachkundliches Wissen zu Küchen- und Heilkräutern, „Kräutersäckchen“ zur Aufbewahrung der gesammelten Kräuter
- ▶ Kräuterküche: Kochkurs in der Hotelküche unter Nutzung der gesammelten Kräuter, Kräuter-Grill-Abend auf dem Campingplatz
- ▶ individuelle Wanderungen einbinden: Klosterkirche Blomberg (geschichtlicher Bezug zu den Niederlanden), Groene Plaats (alter Friedhof)
- ▶ Besuch Wellness-Bereich des Burghotels: Kräuteraufguss in der Sauna, Massage mit Kräuter-Öl
- ▶ Informationen in niederländischer Sprache

Varianten - denkbare Zusatzleistungen/Extras

- ▶ 2 Kategorien: Burghotel oder Chalet auf dem Campingplatz
- ▶ zu ausgewählten Terminen: Mitte Mai, Mitte/Ende August, Winter (Sint Nicolaas Markt = niederländischer Weihnachtsmarkt in Blomberg integrieren)

Zielgruppen

Gruppenangebot, min. 8, max. 16 Teilnehmer, Einbuchen einzelner Gäste möglich

- ▶ „Aktive Best Ager“, „Erwachsene Paare“ (lt. Zielgruppenhandbuch Tourismus NRW), Schwerpunkt Wandern/Radfahren
- ▶ niederländische Gäste (v. a. Campingplatz Bartrup), Gäste Burghotel Blomberg

Vertrieb

- ▶ Ferienpark Teutoburgerwald GmbH, Burghotel Blomberg c/o RIMC Lippe Hotelbetriebsgesellschaft mbH
- ▶ Lippe Tourismus & Marketing GmbH

6 Digitale Schnitzeljagd in Borgholzhausen

Die digitale Verlängerung eines Wanderangebotes ist vielerorts möglich, konkret diskutiert wurde dies in Borgholzhausen. Ein digitales Angebot eröffnet die Möglichkeiten, auch Kinder und Jugendliche anzusprechen. Das Angebot kann auf unterschiedliche Zielgruppen und Themen angepasst werden.

Die Digitale Verlängerung soll als Baustein angeboten werden. Dies kann sowohl einzeln als auch als Teil unterschiedlicher Pakete/Programme angeboten werden.

Programm/Inhalte

- ▶ Wanderung auf ausgewählten, guten Wanderwegen
- ▶ Verpflegung in der Gaststätte Luisenturm oder auf Burg Ravensberg (Gaststätten aktuell nur am Wochenende geöffnet, auf der Burg für Gruppen ab 12 Pers. auch an anderen Tagen buchbar)
- ▶ ggf. Lunchpaket
- ▶ Digitales Spiel, z. B. Schnitzeljagd mit Auffinden von Verstecken (Rätsel- oder Multi-Cache): Die Caches müssen eigens für das Angebot angelegt werden oder in Kooperation mit der Geocaching-Community. Bevorzugt werden unterschiedliche Varianten für unterschiedliche Altersgruppen und Interessen entwickelt. Am Ende steht die Lösung eines Rätsels oder das Auffinden eines letzten Schatzes.
- ▶ Gewinnmöglichkeit: v. a. Kinder können durch Belohnungen zum Wandern motiviert werden. Ein „Gewinn“ am Ende des Spiels könnte Teil des Paketes sein, das in den Tourist-Infos oder bei den Leistungsträgern vertrieben wird. Als Belohnung wurden Produkte der Lebkuchenbäckerei Borgholzhausen favorisiert.

Varianten - denkbare Zusatzleistungen/Extras

- ▶ an anderen Standorten denkbar als Angebot für Gruppen von Kindern und Jugendlichen in den Jugendherbergen (Bad Driburg, Detmold, Höxter, Horn-Bad Meinberg, Porta Westfalica)
- ▶ alternativ zur Schnitzeljagd: Routing-Angebote, d. h. Führungen über digitales Routing zu besonderen Plätzen, ggf. saison- und zielgruppenspezifisch
- ▶ Foto-Sammlung entlang des Weges: Einreichen der Fotos, Teilnahme an einem Foto-Wettbewerb (Nebeneffekt: Sammlung von Fotomotiven und Eindrücken der Gäste für das Teilen in den Medien)
- ▶ Routing als „Wanderungen zur Kunst“, Einbindung Angebote der Sommerakademie

Zielgruppen

Gäste mit Interesse an Apps und digitalem Routing, v. a. Kinder und Jugendliche.

Gut passend als Baustein für die Programme von Jugendherbergen.

Eine Sprachversion für Gäste aus den Niederlanden wäre vergleichsweise leicht realisierbar.

Vertrieb

Die App könnte als Werbemittel kostenlos angeboten werden, um Gäste in die Region zu bringen. Ein Vertrieb wäre möglich über den Play- bzw. App Store. Der Vertrieb einer Pauschale aus Übernachtung und Leihgerät könnte über Leistungsträger erfolgen, diese werden so noch nicht zum Reiseveranstalter. Bei der Variante als Geotour oder als Serie von Multicaches in Kooperation mit der regionalen Geocaching-Szene wäre der Vertrieb über die Geocaching-Plattform www.geocaching.com möglich.

Auf Entdeckungsreise mit dem Smartphone © xavierarnau, iStock.com



5 VERTRIEB

Naheliegende und selbstverständliche **Vertriebspartner** sind die beteiligten Leistungsträger und kommunale bzw. regionale Tourist-Informationen. Diese haben ein hohes Interesse, ihre eigenen Angebote zu vertreiben: Eigenvertrieb spart Provision.

Hinweis: Nicht alle Orte bzw. Regionen im Teutoburger Wald verfügen über einen Vertrieb. Die Tourist-Informationen helfen bei der Suche nach Vertriebspartnern im Teutoburger Wald.

Ein Eigenvertrieb sollte nicht die einzige Lösung sein. Die örtlichen Betriebe und Tourist-Informationen verfügen meist über eine zu geringe Reichweite.

Als weitere denkbare Vertriebspartner werden empfohlen:

- **Reiseveranstalter**, z. B. Wikinger Reisen (Marktführer), Kleins-Wanderreisen etc.
 - Hinweise auf denkbare Veranstalter gibt es u. a. bei www.wanderreisendatenbank.de.
 - Für Veranstalter werden i.d.R. Provisionen in Höhe von 20 bis 25 % des Reisepreises fällig. Darüber hinaus werden teilweise Werbekostenzuschüsse berechnet. Der hohe Aufwand der Veranstalter rechtfertigt die Kosten, u. a. für Prospekte, Messebesuche, eigene Portale.
 - Portale, von geförderten Initiativen mit geringen oder ohne Provisionskosten, die zur Bewerbung von nachhaltigen Angeboten dienen, z. B. bei www.katzensprung.de.
- **spezielle Wanderportale**, z. B.:
 - wanderbares-deutschland.de/pauschalen,
 - www.wandern.com,
 - www.wanderkompas.de,
(Teutoburger Wald aktuell nicht vertreten)
- **verbreitete Buchungsportale**:
 - www.hotel.de,
 - www.hrs.de,
 - www.booking.com, ...

Hier können Wanderpauschalen - zumindest als Stichworte - dem Betrieb zugeordnet, teilweise auch angeboten werden.
- **Jugendherbergswerk**: Die Jugendherbergen verfügen über einen eigenen Vertriebskanal. Geeignete Angebote, z. B. für Kinder- und Jugendgruppen, können in Programme der Jugendherbergen eingebunden werden (für die Jugendherbergen in Bad Driburg, Detmold, Höxter, Horn-Bad Meinberg, Paderborn, Porta Westfalica).

Als **Kooperationspartner** können Krankenkassen gewonnen werden, diese unterstützen Bewegungsangebote. Nach „Radfahren auf Rezept“ wurden bereits erste Angebote zum „Wandern auf Rezept“ aufgelegt, u. a. im Hasetal. Die spezifischen Angebote werden durch Krankenkassen bezuschusst und von diesen auch beworben.

Datenqualität als Vertriebsvoraussetzung für Pauschalen

Welche Informationen sind für die Vermarktung einer Pauschale erforderlich?

- ▶ Titel des Produktes, Ort, Navigationsadresse
- ▶ Teasertext, Beschreibung, Kompetenzbeweis, Ablauf bzw. Programm
- ▶ werbewirksame Fotos mit vorhandenen Nutzungsrechten
- ▶ Aufenthaltsdauer (ggf. Varianten)
- ▶ individuell buchbar und/oder Mindestgruppengröße
- ▶ Saisonzeitraum bzw. Veranstaltungsdatum
- ▶ enthaltene Leistungen (Unterkunft, Verpflegung, Eintrittsgelder etc.)
- ▶ Preis
- ▶ Kontaktdaten, Ansprechpartner: Telefon, E-Mail

6 PAUSCHALREISERECHT

Hinweis zu diesem Kapitel: Die Verfasser wollen und dürfen keine juristische Beratung leisten. Die nachfolgende Zusammenfassung bietet eine knappe Übersicht und Hinweise auf juristischen Beratungsbedarf. Ausnahme- und Sonderregelungen bleiben außen vor. Eine rechtliche Beratung und Prüfung kann diese Zusammenfassung nicht ersetzen.

Quelle für weitere Informationen: Deutscher Tourismusverband, 2018: Leitfaden Neues Reiserecht, online verfügbar beim www.deutscher-tourismusverband.de

Touristische Angebote unterliegen unterschiedlichen rechtlichen Vorgaben

Der Gesetzgeber unterscheidet 3 Kategorien:

- Pauschalreise = unterschiedliche Leistungen (Übernachtung, Verpflegung, Transfers, Ausflüge, ...) werden gebündelt verkauft.
- Verbundene Reiseleistung = dem Reisenden werden mindestens zwei Leistungen für dieselbe Reise binnen eines Tages verkauft. Ausnahme: Die Hauptleistung macht mehr als 75% des Gesamtpreises aus.
- Individualreise = der Reisende kauft die Leistungen getrennt bei unterschiedlichen Anbietern.

Bei der Entwicklung sollten die Rechtswirkung des Angebotes oder der Pauschale und die Konsequenz für Veranstalterrolle und Vertrieb geklärt sein. Wenn ein externer Veranstalter bzw. Vermittler eingebunden werden muss, sollten die Absprachen bereits frühzeitig, in der Planungsphase getroffen werden.

Aus **Sicht des Kunden ist eine Pauschale wünschenswert**, die unterschiedliche Leistungen aus einer Hand bietet: Ein Ansprechpartner, klare Zuständigkeit und Kostentransparenz. Veranstalter sind für eingebundene Leistungen Dritter (z. B. der zugebuchten Gästeführung oder Erlebnistour) ebenfalls verantwortlich. Eine Alternative zur Pauschale bildet der Verkauf einer Hauptleistung (z. B. Übernachtung) verbunden mit dem Service, Partner für weitere Leistungen zu empfehlen. Rechtlich schließt der Kunde dann jeweils Einzelverträge mit den unterschiedlichen Leistungsträgern. Dies ist aus Kundensicht weniger komfortabel, kann aber bei fehlendem Reiseveranstalter unumgänglich sein.

Pauschalreise bzw. verbundene Reiseleistung

Ein komplexes touristisches Produkt, bestehend aus unterschiedlichen Komponenten wie z. B. Übernachtung, Transfers, Erlebnisprogramm/Gästeführung, Leihwagen und Veranstaltungstickets in einem Paket, gilt als **Pauschalreise bzw.**

als verbundene Reiseleistungen. Eine Buchung muss gegen Insolvenz abgesichert werden. Der Gast muss über seine Rechte aufgeklärt werden (üblicherweise in Form von AGBs), eine Reiseversicherung muss abgeschlossen, ein Reisesicherungsschein ausgestellt werden. Der Urlauber bekommt bei Insolvenz des Veranstalters sein Geld zurück, kann bei Mängeln den Preis mindern und Schadenersatz verlangen.

Entwicklung und Vertrieb verbundener Reiseleistungen setzen einen Veranstalter voraus, der bereit ist, die Leistungen abzusichern und dies vertraglich zu fixieren.

Im Teutoburger Wald sind dies

- einzelne örtliche Tourismusmarketing-Organisationen, z. B. Zweckverband Touristikzentrum Westliches Weserbergland, Bad Driburger Touristik GmbH, Staatsbad Salzuflen GmbH,
- regionale Tourismusmarketingorganisationen wie die Lippe Tourismus & Marketing GmbH,
- einzelne Leistungsträger, z. B. HolsingVital GmbH in Bad Holzhausen, Burghotel Blomberg c/o RIMC Lippe Hotelbetriebsgesellschaft mbH.

Zahlreiche örtliche Tourismusorganisationen im Teutoburger Wald und auch die OWL GmbH (Träger des Teutoburger Wald Tourismus) treten aktuell nicht als Veranstalter oder Reisemittler auf. Leistungsträger, die diese Verantwortung nicht selbst schultern wollen oder können, müssen entweder einen Partner finden, der als Veranstalter auftritt oder auf Pauschalpakete verzichten und es bei Hinweisen auf die bei Partnern zukaufbaren Leistungen belassen (vgl. Kap. 3).

Zudem treten Reiseveranstalter wie Wikinger Reisen, Kleins Wanderreisen oder Via Soluna Reise- und Wanderservice als Veranstalter bzw. Vertriebspartner auf. Die externen Reiseveranstalter bieten den Vorteil ihres eigenen Vertriebs (Erreichung zusätzlicher Märkte) sowie der Abwicklung und Absicherung der Leistungen. Dafür müssen Provisionen gezahlt werden. Die Provisionen betragen in der Regel ca. 15 % des Preises bei Buchungsportalen und örtlichen bzw. regionalen Vertriebsorganisationen, bei Reiseveranstaltern bis zu 25 % des Buchungspreises.

Vertrieb einzelner Leistungen

Der Verkauf einzelner Leistungen bzw. zugeordneter Nebenleistungen, z. B. Übernachtung und Frühstück, Übernachtung und Transfer zum Hotel, unterliegen nicht den o. g. Regelungen des Pauschalreiserechtes.

7 WEITERFÜHRENDE LITERATUR

Das im Frühjahr 2019 vorgelegte „Konzept Qualitätsoffensive Wandertourismus Teutoburger Wald“ liefert Informationen zu Analyse, Bewertung des Bestandes, Zielgruppen und Entwicklungsvorschlägen. Die dort zitierten Studien bieten vertiefende Informationen.

Nachfolgend Hinweise auf weitere Informationsquellen:

Präferenzen der Wandertouristen

- BTE/DWV 2018: Wandertourismus in Deutschland 2018 - Ergebnisse einer Befragung zum digitalen Verhalten der Wanderer, als Download veröffentlicht.
- DWV (Deutscher Wanderverband), 2010: Grundlagenuntersuchung Freizeit- und Urlaubsmarkt Wandern, veröffentlicht vom BMWi als „Forschungsbericht“, Nr. 591.
- DWV (2018) - Erste Ergebnisse der Umfrage Natursport. Umwelt.Bewusst. Download: <https://natursport-umwelt-bewusst.de/gut-zu-wissen-natursport-umwelt-bewusst/#downloads>
- DZT (Deutsche Zentrale für Tourismus), 2016a: Marktinformation Incoming-Tourismus Deutschland 2017.
- Tourismus NRW e. V., 2018: Themendossiers für Nordrhein-Westfalen: Wandern.

Qualitätsmerkmale des Wanderangebotes

- Ratgeber für Qualitätsgastgeber im Teutoburger Wald, Broschüre, 2018 Download: <https://tourismus.teutoburgerwald.de/partner-projekte/projekte/zukunftsfitt-wandern/qualitaetsoffensive-wandertourismus>
- DWV, 2012: Qualitätsregion Wanderbares Deutschland. Kriterienkatalog mit Erläuterungen.
- DWV, 2018: Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland. Kriterienkatalog mit Erläuterungen (die Kriterien unterscheiden zwischen Gastronomiebetrieben und Betrieben, die auch Übernachtungen anbieten). Download: www.wanderbares-deutschland.de/gastgeber/qualitaetsgastgeber/informationen_fuer_gastgeber/

Anregungen für Angebotsentwicklung

- Leitfaden zur Erstellung von Wander-Pauschalangeboten. Download: <http://brancheninfo.sauerland.com/Produktmanagement/Wandern/Infos-rund-ums-Thema-Wandern/Handbuch-Wandern-Praxisleitfaeden-und-Charta>
- Beiträge zum deutschen Tourismuspreis (jährliche Fortschreibung). www.deutschertourismuspreis.de/innovationsfinder/

- Zertifizierte Angebote auf www.reisen-fuer-alle.de, z. B. zum Wandern.
- Angebote der Reiseveranstalter (auch International), z. B. Wikinger, Hauser, weltweitwandern, ...
- Gabriele M. Knoll, 2016: Handbuch Wandertourismus, UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz und München, erschienen bei utb.
- Laufenden Crowdfunding-Initiativen im Tourismus, Tourismuspreise der Länder sowie Angebote der Wettbewerber (auch international), die jeweils über Suchmaschinen gefunden werden können.

Pauschalreiserecht

- Deutscher Tourismusverband, 2018: Leitfaden Neues Reiserecht, online verfügbar unter: www.deutschertourismusverband.de

Da geht's lang ... Neue Beschilderung der ausgewählten Wanderwege
© Schoberer, Teutoburger Wald Tourismus



KONTAKTDATEN DER PROJEKTPARTNER

Wir informieren Sie gerne über die Qualitätsoffensive im Projekt „Zukunftsfitt Wandern“.



OstWestfalenLippe GmbH
Teutoburger Wald Tourismus
Ronald Claaßen | Turnerstraße 5-9
33602 Bielefeld | Tel. 0521. 96733281
r.claassen@teutoburgerwald.de



Lippe Tourismus & Marketing GmbH
Christina Koch | Grotenburg 52
32760 Detmold | Tel. 05231. 621160
c.koch@kreis-lippe.de



Stadt Bielefeld, Umweltamt
Hanne Wünscher | August-Bebel-Straße 75-77
33602 Bielefeld | Tel. 0521.516570
hanne.wuenscher@bielefeld.de

Auftragnehmer:



BTE Tourismus- und Regionalberatung
Mathias Behrens-Egge | Stiftstraße 12
30159 Hannover | Tel. 0511. 701320
hannover@bte-tourismus.de



Gesellschaft für Wirtschaftsförderung im Kreis Höxter mbH
Ansgar Steinnoel | Corveyer Allee 7
37671 Höxter | Tel. 05271. 974326
ansgar.steinnoel@gfwhoexter.de



pro Wirtschaft GT GmbH
Christina Thüte | Hermann-Simon Str. 7 |
Haus 22 | 33334 Gütersloh
Tel. 05241. 851083 | c.thuete@prowi-gt.de



Mühlenkreis Minden-Lübbecke Amt für Wirtschaftsförderung
Portastraße 13
32423 Minden | Tel. 0571. 80723170
info@muehlenkreis.de



Teutoburger-Wald-Verband e.V.
Engersche Str. 57
33611 Bielefeld
Tel. 0521. 63019
teutoburgerwaldverband@bitel.net



Eggegebirgsverein e.V.
Pyrmonter Str. 16 | 33014 Bad Driburg
Tel. 05253. 931176
info@eggegebirgsverein.de



Sennegemeinde Hövelhof
Stabsstelle Wirtschaft und Marketing
Schloßstraße 11 | 33161 Hövelhof
Tel. 05257. 5009864
helena.kottowski@hoevelhof.de



Deutscher Wanderverband Service GmbH
Erik Neumeyer | Kleine Rosenstraße 1-3
34117 Kassel | Tel. 0561. 9387313
e.neumeyer@wanderverband.de



OstWestfalenLippe

Gesellschaft zur Förderung der Region mbH

IMPRESSUM

Herausgeber: OstWestfalenLippe GmbH, Teutoburger Wald Tourismus,
Turnerstr. 5 – 9, 33602 Bielefeld, Tel. 0521. 9673325, Fax 0521. 9673319,
info@teutoburgerwald.de, www.teutoburgerwald.de

Vi.S.d.P.: Herbert Weber

Autoren: BTE Tourismus- und Regionalberatung und
Deutscher Wanderverband Service GmbH

Redaktion: Projektteam „Zukunftsfit Wandern“

Satz & Gestaltung:
BTE Tourismus- und Regionalberatung

Stand: September 2019

Titelfoto: Aussicht auf das Lippische Bergland
© Lang, Themenmanagement Wandern Teutoburger Wald

Das Projekt „Zukunftsfit Wandern im Teutoburger Wald“
wird gefördert von der Europäischen Union und dem Land NRW.