

FontaneWANDERland:

Masterplan Wandern



im Auftrag der
**Kommunalen Arbeitsgemeinschaft
„Freiraum Ruppiner Land“**

März 2023

AUe**** 
Tourismusberatung GmbH
Wir gestalten Aktivtourismus.

Gefördert aus Mitteln des Bundes und des Landes Brandenburg
im Rahmen der Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ –
GRW-Infrastruktur und mit Mitteln des Landesamtes für Umwelt Brandenburg

Bearbeitung:

AUbE Tourismusberatung GmbH

Rolf Spittler

Diplom-Geograph (Landschaftsplaner, Tourismusberater)

Andreas Frerk

Diplom-Geograph (Berater für nachhaltige Tourismus- & Regionalentwicklung)

Profilierung und Vermarktung der Wanderregion:

LEO-IMPACT CONSULTING

Anette Seidel

Senior Beraterin Tourismus-Management und Fremdenverkehrsplanung

Wir zeigen neue Wege ...

AUbE – TOURISMUSBERATUNG
REGIONALENTWICKLUNG
PROJEKTMANAGEMENT

August-Bebel-Straße 16 - 18

33602 Bielefeld

fon 0521. 61370

info@aube-tourismus.de

www.aube-tourismus.de

AUbE Tourismusberatung GmbH

Sitz: Bielefeld - Registergericht: Amtsgericht Bielefeld - HRB 41515 - USt-IdNr.: DE295738920



Inhaltsübersicht

1 Zusammenfassung der Ergebnisse.....	5
2 Einleitung	8
2.1 Aufgabenstellung.....	8
2.2 Eingrenzung des Projektgebiets.....	10
2.3 Arbeitsschritte	11
3 Wanderwegestrategie.....	12
3.1 Fontanewanderweg.....	13
3.2 Zu- und Verbindungswege (Lückenschlüsse).....	16
3.3 Netzstruktur	18
3.4 Optimierung der vorhandenen Wanderwege.....	22
3.5 Priorisierung attraktiver und bedeutender Wanderwege.....	25
3.6 Zertifizierung der TOP-Wanderwege.....	31
4 Wanderleitsystem.....	35
4.1 Markierungssystematik	35
4.2 Beschilderungssystematik und -Layout.....	37
4.3 Wanderinformationstafeln.....	39
5 Unterhaltungskonzeption der wandertouristischen Infrastruktur	42
5.1 Organisationsstruktur der Qualitätssicherung	43
5.2 Digitales Wegemanagement	52
5.3 Verkehrssicherungspflicht und Haftungsfragen	55
5.4 Finanzielle Absicherung der Unterhaltung	60
6 Profilierung und Vermarktung der Wanderregion	64
6.1 Aktuelle Trends und Entwicklungen im Wandermarkt	64
6.2 Erfolgreiche Wanderregionen - Ausgewählte Beispiele	66
6.3 Ausgangssituation zur Positionierung der Wanderregion	68
6.4 Touristisches Zukunftsbild der Wanderregion	70
6.5 Positionierung, Produktentwicklung und Themenmarketing	77
7 Maßnahmenvorschläge mit Kostenschätzung	79

Abbildungen

Abb. 1	Übersichtskarte Projektgebiet	10
Abb. 2	Entwurf „Ruppiner Fontaneweg-Kleeblatt“	14
Abb. 3	Verortung der geplanten neuen Verbindungswege.....	17
Abb. 4	Verortung der zur Auflösung vorgeschlagenen Routen	19
Abb. 5	Beispiel Bündelung von Routenverläufen.....	19
Abb. 6	Schematische Darstellung der Netzstruktur im Projektgebiet	20
Abb. 7	Gesamtübersicht Wanderwegenetz.....	21
Abb. 8	Verortung Wege und Strecken mit Qualitätsdefiziten	23
Abb. 9	Schematische Darstellung der Priorisierungs-Kategorien	26
Abb. 10	Priorisiertes touristisches Wanderwegenetz	27
Abb. 11	Verortung der potenziell zertifizierbaren Routen (Prio A+B).....	33
Abb. 12	Beispielfoto Beschilderung Weg um den Katerbower See.....	37
Abb. 13	Beispielfoto Beschilderung Wummsee-Rundweg	38
Abb. 14	Beispielfoto Wanderinformationstafel Dörentrup-Wendlinghausen	40
Abb. 15	Beispielfoto Infotafel im CD der Nationalen Naturlandschaften	41
Abb. 16	Text und Farbgestaltung im CD der Nationalen Naturlandschaften....	41
Abb. 17	Organisationsmodell Steuerungsgruppe Wanderinfrastruktur	43
Abb. 18	Organisationsmodell Wegemanagement-Netzwerk - Variante 1	46
Abb. 19	Organisationsmodell Wegemanagement-Netzwerk - Variante 2.....	48
Abb. 20	Karte Wettbewerbsumfeld	66
Abb. 21	Bestandteile des touristischen Leitbildes	70
Abb. 22	Branding-Pyramide.....	71
Abb. 23	Werte der Wanderregion	72
Abb. 24	Sinus-Milieus	73
Abb. 25	Beispiel Zielgruppe „Nur Wanderer Andrea Schwab“	75

Hinweis:

Für eine bessere Lesbarkeit verzichten wir in den nachfolgenden Ausführungen auf eine geschlechterspezifische Differenzierung. Wir nutzen das generische Maskulinum als neutrale grammatikalische Ausdrucksweise, die ausdrücklich alle Geschlechter und Geschlechtsidentitäten umfasst.

Anhang (digital)

1 **Übersichtskarten**

Gesamtübersicht

Anbindung Fernwanderwege

Amt Gransee

Amt Lindow (Mark)

Amt Temnitz

Fehrbellin

Fürstenberg/Havel

Löwenberger Land

Neuruppin

Rheinsberg

Wittstock/Dosse

Wusterhausen/Dosse

2 Zusammenfassung der Regionalen Konsultationsgespräche

3 Vorstellung Heimatverein Rheinsberger Seenkette e.V.

1 Zusammenfassung der Ergebnisse

Der Masterplan Wandern „FontaneWANDERland“ versteht sich als **Konzept zur Entwicklung einer attraktiven und wettbewerbsfähigen Wanderregion**, welche den Naturpark Stechlin-Ruppiner Land und die Landschaftsräume um die Städte Fehrbellin, Neuruppin und Wittstock/Dosse umfasst. Langfristiges Ziel ist die Zertifizierung als Qualitätswanderregion „Wanderbares Deutschland“ (Deutscher Wanderverband) sowie die Profilierung des Angebotes unter Berücksichtigung der besonderen Verbindung zu Theodor Fontanes „Wanderungen durch die Mark Brandenburg“.

Im Rahmen der vorangestellten **Analyse der IST-Situation** wurde zunächst das aktuell vorhandene Wanderwegenetz eingehend auf Schwachstellen, Verbindungslücken und Optimierungsmöglichkeiten geprüft. Auf den Ergebnissen dieser Analyse aufbauend wurden anschließend die Teilstrategien des Masterplans entwickelt und mit den beteiligungsrelevanten Akteuren abgestimmt.

Ausgangspunkt und wesentlicher Bestandteil des vorliegenden **Masterplans** bildet die erarbeitete **Wanderwege-Strategie** mit einem einheitlichen Konzept für die Strukturierung, Priorisierung, Optimierung und Weiterentwicklung des Wegenetzes. Aufgrund seiner identitätsstiftenden und die Region verbindenden Wirkung kommt dabei der Weiterentwicklung des in Ansätzen bereits vorhandenen Fontane-Wanderweges zu einem Fontane-Wegenetz eine herausragende Bedeutung zu. Das im Projektverlauf entwickelte und abgestimmte Grobkonzept sieht einen ca. 240 km langen Hauptweg mit Zuwegen zu naheliegenden Tourismusorte und Bahnhöfen sowie Alternativstrecken und Abkürzungen vor. Zur Vereinfachung der Struktur des Wanderwegenetzes sollen weniger attraktive Strecken und Routen demarkiert und aus der Vermarktung herausgenommen werden. Darüber hinaus wird empfohlen, bekannte Qualitätsdefizite der vorhandenen Wanderwege zu beheben, die im Rahmen des Masterplans identifizierten TOP-Wanderwege zu priorisieren und die Anzahl der zertifizierten Wanderwege in der Region deutlich zu erhöhen. In den letzten 30 Jahren hat sich die Region nicht als Wanderregion verstanden und vermarktet, weshalb sowohl die Infrastruktur als auch die Abstimmung untereinander nicht dem Stand der Zeit entspricht.

Die Implementierung eines einheitlichen, zuverlässigen **Wanderleitsystems** ist ein weiterer Meilenstein auf dem Weg zu einer qualitativ anspruchsvollen Wanderregion. Besonders wichtig ist in diesem Kontext die regelkonforme Markierung der Wanderwege. Zwar können die bisher verwendeten Markierungszeichen beibehalten werden. Es wird jedoch eine Überprüfung und ggf. Neu- oder Nachmarkierung aller touristischen Wanderwege empfohlen. Für neue thematische (Rund-) Wanderwege ist die Verwendung von Logos sinnvoll.

Das Erscheinungsbild der Wegweiser soll sich an der in den östlichen Bundesländern weitgehend üblichen Grundgestaltung von Wanderwegweisern orientieren, in der Variante, die in Teilen des Projektgebietes bereits umgesetzt wurde. Für die Wanderinformationstafeln soll einheitlich das Corporate Design der Nationalen Naturlandschaften maßgebend sein.

Vom einwandfreien Zustand der Wanderinfrastruktur hängen nicht nur die Sicherheit der Wanderer und deren Wandererlebnis ab, sondern auch das Image der Wanderregion und die Nachhaltigkeit der getätigten Investitionen. Die erarbeitete **Unterhaltungskonzeption** bildet die wesentliche Grundlage der Qualitätssicherung und ist damit ein entscheidender Faktor für die dauerhafte Wettbewerbsfähigkeit der Wanderregion. Hierzu wird auf strategischer Ebene die Einrichtung einer Steuerungsgruppe Wanderinfrastruktur empfohlen, welche mindestens zweimal jährlich tagt, um die wandertouristischen Ziele und Wege dort hin festzulegen. Auf der operativen Ebene sind die umfangreichen mit dem Unterhalt der Wanderinfrastruktur verbundenen Aufgaben mit ehrenamtlichen Kräften allein nicht zu bewältigen. Daher wird es als notwendig angesehen, sowohl das Wegemanagement als auch die Wegepflege zu zentralisieren und zu professionalisieren. Für das zukünftige Wegemanagement in der Projektregion wird die Einrichtung einer zentralen Koordinationsstelle empfohlen. Diese wäre idealerweise beim Naturpark oder beim Tourismusverband Ruppiner Seenland anzusiedeln und mit einer unbefristeten 100%-Stelle für einen Wegemanager zu besetzen. Zur Einsparung von Kosten und besseren Auslastung kann diese auch für ähnliche Aufgabenbereiche (Radwege-/Freizeitwegenetz) genutzt werden. Für die praktische Pflege der Wanderwegeinfrastruktur wird die Gründung einer zentralen Wegemeisterei empfohlen. Diese könnte beim Naturpark, bei einem Landkreis, einem Forstbetrieb, städtischen Bauhof oder einem örtlichen Verein (z. B. Heimatverein) angesiedelt werden. Für den Betrieb sind mindestens 3-4 hauptamtliche Mitarbeiter, ein Büro, ein Materiallager, eine Werkstatt und ein Fuhrpark erforderlich.

Ein flächendeckendes **digitales Wegemanagement** ist für eine erfolgreiche Wanderregion unabdingbar. Das zu bewältigende Aufgabenspektrum reicht von reinen Planungs-, Koordinations- und Abstimmungsvorgängen über Beschil-derungsplanung bis zur Einspeisung von Daten in Tourenplaner und Vermarktungsplattformen (z. B. der Tourismusmarketing Brandenburg).

Aufgrund bestehender Kooperationen der Nationalen Naturlandschaften (NNL) sowie der Tourismusmarketing Brandenburg GmbH (TMB) mit Outdooractive und sich daraus ergebenden Kostensynergien wird die Anschaffung des digitalen Wegemanagementsystems Destination Pro empfohlen.

Zwar besteht auf ausgewiesenen und markierten Wanderwegen für natur- und waldtypische Gefahren grundsätzlich keine **Verkehrssicherungspflicht**. Es gibt jedoch Ausnahmen, z. B. für sogenannte Megabaumgefahren, Erholungseinrichtungen und Bauwerke. Bei der ohnehin erforderlichen regelmäßigen Kontrolle der Wanderwege und Markierungszeichen sollte daher unbedingt auch zusätzlich das Vorhandensein von Megabaumgefahren geprüft werden. Bei Erholungseinrichtungen wie Bänken, Schutzhütten oder Wegweiser ist speziell im Umkreis einer Baumlänge nach Baumgefahren Ausschau zu halten. Zudem ist für diese die technisch-bauliche Sicherheit zu prüfen. Sind Gefahren oder Schäden vorhanden, sind diese zu melden, damit sie umgehend beseitigt bzw. behoben werden können. Grundsätzlich ist auch der Abschluss von Gestattungsverträgen für Wanderwege und begleitende Infrastruktur (Wegweiser, Infotafeln etc.) sinnvoll, um Zuständigkeiten und Haftungsfragen zwischen den Wegebetreibern und Grundstückseigentümern vertraglich zu regeln.

Der Erhalt einer hochwertigen Wanderinfrastruktur ist absolut notwendig und muss von der öffentlichen Hand finanziert werden. Die **finanzielle Absicherung der Unterhaltung** soll durch eine Rahmenvereinbarung Wandern sichergestellt werden, die zwischen den Landkreisen, Kommunen, Naturpark, Tourismusverband Ruppiner Seenland und Forstämtern zur Einrichtung und Pflege von Wanderwegen abgeschlossen wird. Dabei handelt es sich um ein Bekenntnis zur Förderung des Wanderns in der Region, welches ein Bewusstsein für ein gemeinsames Ziel schafft. Neben organisatorischen Verpflichtungen enthält die Rahmenvereinbarung auch eine Verpflichtung zur Umlagefinanzierung des Wegemanagements und der Wegepflege. Dabei wird der Kostenanteil der Landkreise und der Kommunen nach einem zuvor gemeinsam festgelegten Schlüssel berechnet. Ausschlaggebend ist dabei der Anteil von Wegekilometern im gesamten zu verwaltenden und zu pflegenden Wanderwegenetz der Region.

Die Region ist bei der **Produktentwicklung und Vermarktung** des Themas Wandern teilweise ganz gut aufgestellt, allerdings fehlt die Fokussierung und Schwerpunktsetzung, die über die Erarbeitung der Wanderwegestrategie erfolgt ist. Aus diesem Grund wird eine weitere thematische Inwertsetzung des Hauptthemas Fontane in Verbindung mit ergänzenden Themen empfohlen, die künftig über die neue Dachmarke „**FontaneWANDERland**“ bespielt werden sollen. Fontane ist Ideengeber für die Art und Weise der Erlebnisse und das Storytelling rund um das Thema Wandern („Sei wie Fontane“). Neben den Hauptquellmärkten für Tagesreisen Berlin und Hamburg sollen mittel- bis langfristig weiteren Gästegruppen angesprochen werden, die sich aus den Zielgruppen des Brandenburg-Tourismus rekrutieren lassen. Dazu gehören die genussorientierten Natururlauber und qualitätsorientierte Entschleuniger.

2 Einleitung

2.1 Aufgabenstellung

Der Naturpark Stechlin-Ruppiner Land und die Landschaftsräume um die Städte Fehrbellin, Neuruppin und Wittstock/Dosse bilden einen attraktiven Naturraum mit hervorragenden Voraussetzungen, ein attraktives Wanderangebot zu entwickeln. Sowohl die naturräumlichen Gegebenheiten als auch die Verbindung zu Theodor Fontanes „Wanderungen durch die Mark Brandenburg“ und die Nähe zum Quellmarkt Berlin zählen in dieser Hinsicht zu den wesentlichen Stärken der Region. Demgegenüber steht, dass das Thema Wandern derzeit qualitativ eher mäßig ausgebaut ist, die Angebote nicht bedarfsgerecht und zeitgemäß weiterentwickelt wurden sowie nur wenige Wanderwege aktiv vermarktet werden.

Aufgabe der Konzeption „Masterplan Wandern“ ist es, eine Strategie zu erarbeiten, wie die Abstimmung mit den Stakeholdern der Region zur mittel- und kurzfristigen Entwicklung der Region zu einer attraktiven und wettbewerbsfähigen Wanderregion sowie die Profilierung des Angebotes „FontaneWANDERland“ erfolgen kann. Entscheidend für eine erfolgreiche Positionierung im Wandermarkt sind vor allem die Entwicklung und Sicherung eines Wanderangebotes von herausragender Qualität. Kennzeichen sind:

- **Attraktive Wanderinfrastruktur:** Ansprechendes Wegeformat mit möglichst hohem Anteil naturnaher Wege, lückenlose und eindeutige Markierung, Wegweisung mit Ziel-, Richtungs- und Entfernungsangaben, Info tafeln, Rastplätze, Schutzhütten etc. in gutem Zustand
- **Ausgeprägter Erlebnischarakter:** Themenpositionierung, Anschluss attraktiver Wanderziele (POIs), Abwechslung, Einkehrmöglichkeiten, Besucherlenkung
- **Gute Erreichbarkeit** der Wanderangebote mit dem ÖPNV (als grundlegende Voraussetzung für Nachhaltigkeit, damit die Gäste auf Pkw verzichten können!)
- **Besondere Authentizität:** Herausstellung der regionalen Besonderheiten und Stärken im Wanderangebot, authentische Erlebbarkeit der Region
- **Professionalität:** Qualität des Angebotes, zielgruppenorientierte Angebote, zeitgemäße Gästeansprache und Vermarktung, nachhaltiges Wegemanagement (Pflege) etc.

Um eine erfolgreiche Profilierung als Wanderdestination erreichen zu können, müssen etablierte Strukturen überdacht und in erster Linie an den Wegen und der begleitenden Infrastruktur angesetzt werden. Grundlage dafür bildet die **Wanderwegestrategie** mit einem einheitlichen Konzept für die Strukturierung, Priorisierung, Optimierung und Weiterentwicklung des Wegenetzes.

Zur Gewährleistung der Nachhaltigkeit des Wegenetzes sind zusätzlich noch **Strategien zur Markierung, Beschilderung, Ausstattung, Unterhaltung und Verwaltung** der Wanderwege erforderlich. Darauf aufbauend werden Ziele und Aufgaben für die **Produktentwicklung und Vermarktung einschließlich Positionierung formuliert, die sich aus den Potenzialen** der Region ableiten lassen.

Die mit dem „Masterplan Wandern“ anzusprechenden Menschen sind neben der einheimischen Bevölkerung zunächst Erholungssuchende und aktive Besucher der Region, die für einen Tagesausflug eine (Halb-)Tagestour planen. Für sie ist eine entsprechende Infrastruktur von enormer Bedeutung und gar entscheidend, wenn es sich um einen relativ kurzen Besuch handeln soll. Touristen aus Metropolregionen, insbesondere Berlin, Potsdam oder Hamburg, muss eine unkomplizierte An- und Abreise, dem Gedanken der Nachhaltigkeit Rechnung tragend, möglichst mit öffentlichen Verkehrsmitteln, eingerichtet werden. Wanderrouten, die mehrtägige Ausflüge ermöglichen, sind ebenso denk- und vor allem planbar. Die Region bietet Potenzial, um auch Urlaubern mit einer Mindestaufenthaltsdauer von einer Woche ein attraktives Betätigungs- und Erholungserlebnis zu bieten. Dabei ist Augenmerk darauf zu legen, dass Wandern in der Region mit einem spezifischen Profil auszustatten (z. B. FontaneWANDERland) und die Unverwechselbarkeit des wandertouristischen Angebots durch die Entwicklung von sogenannten Leuchttürmen zu sichern.

2.3 Arbeitsschritte

Die auf den Ergebnissen der Bestandsanalyse (Leistungsbaustein 1) aufbauende Erstellung des **Masterplans** erfolgte in folgenden Arbeitsschritten:

1. Erarbeitung eines Strategieentwurfs
2. Diskussion des Strategieentwurfs in der Steuerungsgruppe
3. Anpassung des Strategieentwurfs
4. Ableiten von Zielen für die Produktentwicklung und die Vermarktung
5. Diskussion des Strategieentwurfs und der Ziele für die Produktentwicklung und Vermarktung mit den beteiligungsrelevanten Akteuren der Region im Rahmen zweier Workshops
6. Nachbearbeitung und Konkretisierung des Strategieentwurfs und der Ziele für die Produktentwicklung in Abstimmung mit der Steuerungsgruppe.

Zeitlicher Ablauf:

bis Jan. 2023	Analyse der IST-Situation (Leistungsbaustein 1, separater Bericht)
Jan. bis Febr. 2023	Konsultation aller Kommunen durch die NP-Verwaltung (Ergebnisprotokolle siehe Anhang)
	Erarbeitung des Strategieentwurfs
15.02.2023	Erste Steuerungsgruppensitzung (Online)
bis März 2023	Anpassung des Strategieentwurfs
02.03.2023	Workshop Wanderwegestrategie, Wanderleitsystem und Unterhaltungskonzeption (Präsenz)
17.03.2023	Workshop Produktentwicklung, Themenmarketing, Positionierung (Online)
bis Ende März 2023	Nachbearbeitung und Konkretisierung des Strategieentwurfs

3 Wanderwegestrategie

Ein gutes Netz aus markierten Wanderwegen sollte:

- auf attraktiven Routen verlaufen
- die wichtigsten Sehenswürdigkeiten/POIs und Ortschaften der Wanderregion einbeziehen
- Verbindungen zu den Wandernetzen der Nachbarkommunen aufweisen
- Angebote für verschiedene Wanderansprüche (z. B. Halbtages- und Ganztagestouren, Rund- und Streckenwanderungen) enthalten
- Angebote für relevante Zielgruppen (z. B. Themenwege, Familienwege) enthalten.

Die Ergebnisse der IST-Analyse (Leistungsbaustein 1) haben bestätigt, dass das bestehende Wegenetz im Projektgebiet zwar viele attraktive Wanderwege und Wanderziele beherbergt, aber auch **erhebliche Schwachstellen** aufweist. Stellenweise ist das Wegenetz sehr dicht, einige Wege verlaufen auf unattraktiven Strecken, es fehlen Verbindungswege zwischen einigen touristischen „Hot-Spots“ und der Fontanewanderweg ist für eine touristische Vermarktung noch zu „unausgereift“.

Zur langfristigen Sicherung der Unterhaltung der Wanderwegeinfrastruktur ist nach dem Motto **„Qualität vor Quantität“** eine möglichst einfache, funktionale Netzstruktur sowie eine Konzentration auf die attraktivsten und bedeutsamsten Wege erforderlich. Diese müssen im vorhandenen Wegenetz identifiziert, Netzlücken geschlossen und Qualitätsdefizite behoben werden. Wanderwege, deren Qualitätsdefizite sich nicht oder nur sehr aufwendig beheben lassen oder deren Betreuung nicht gesichert ist, sind aus dem Angebot herauszunehmen (ggf. Demarkierung und Rückbau der Beschilderung erforderlich).

Zur **Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit der Wanderregion** empfiehlt es sich auch, den Fontanewanderweg zu einem regionsverbindenden, identitätsstiftenden „Leuchtturm-Produkt“ weiterzuentwickeln. Dabei ist bereits beim Planungsprozess auf eine möglichst gute Wege- und Erlebnisqualität zu achten, damit nach dessen Umsetzung eine **Zertifizierung** als langer Qualitätswanderweg „Wanderbares Deutschland“ (Deutscher Wanderverband) angestrebt werden kann. Darüber hinaus empfiehlt es sich auch den Bestand der bei den Wanderern immer beliebter werdenden kurzen Rundwege qualitativ weiterzuentwickeln und zu zertifizieren.

3.1 Fontanewanderweg

Der aktuelle Planungsstand des Fontanewanderwegs wird den Ansprüchen an ein regionales „**Leuchtturm-Angebot**“ nicht gerecht. Dazu müsste die Route so konzipiert sein, dass sie den Zugang zu möglichst vielen thematisch relevanten Sehenswürdigkeiten ermöglicht. Damit die Wanderer nicht den gleichen Weg wieder zurücklaufen müssen, sollten Start und Zielpunkt identisch sein (Rundweg) oder im Falle einer Streckenwanderung eine gute Verbindung mit öffentlichen Verkehrsmitteln bestehen.

Ein sinnvoller und erfolgversprechender Ansatz für eine Weiterentwicklung der in Ansätzen bereits vorhandenen Themenroute **verbindet durch eine Rundtour die wichtigsten für das Thema Fontane relevanten Sehenswürdigkeiten** der Region miteinander.

Fontane-POIs (TOP-Auswahl nach Bedeutung)	
Binenwalde	Fontane überlieferte in den „Wanderungen“ die Geschichte von der Liebe zwischen Kronprinz Friedrich und der hübschen Förstertochter „die schöne Sabine“, der Namensgeberin des Ortes, deren Denkmal besichtigt werden kann
Gransee	Fontane beschreibt das von Schinkel geschaffene Luisen-Denkmal, den Warte-Berg, das Waldemar-Tor und die Marienkirche
Köpenitz	Residenz der Gräfin La Roche Aymon, die Fontane fasziniert und als „Prinzessin Goldhaar“ in mehreren Werken des Dichters vorkommt. Ihr Grab kann auf dem Köpenitzer Waldfriedhof besichtigt werden. Ihre Residenz, das Gutshaus Köpenitz, wird heute als öffentlicher Treffpunkt und Kulturhaus genutzt.
Neuglobsow	Entstehungsort mehrerer Werke, darunter „Effi Briest“, „Der Stechlin“ und „Frau Jenny Treibel“, besucht werden können die Fontane-Linde und das Fontane-Haus
Neuruppin	Fontanes Geburtsort, Kulisse des Romans „Effie Briest“, besichtigt werden können das Fontane-Denkmal und das Fontane-Geburtshaus
Rheinsberg	Rheinsberg und das Rheinsberger Schloss werden in Fontanes „Wanderungen durch die Mark Brandenburg“ besonders ausführlich beschrieben
Stechlinsee	Schauplatz im Roman „Der Stechlin“
Lindow	Kloster Lindow war das Vorbild für das Kloster Wutz in „Der Stechlin“
Wustrau	Fontanes Startpunkt für die „Wanderungen durch die Mark Brandenburg“, zu besichtigen ist das Zieten-Schloss
Fehrbellin, Gottberg, Hoppenrade, Karwe, Kränzlin, Linum, Löwenberg, Menz, Meseberg, Molchow, Protzen, Radensleben, Tornowsee, Wuthenow, Zernikow werden darüber hinaus in Fontanes „Wanderungen“ erwähnt.	

Durch Abkürzungen entstehen zahlreiche Kombinationsmöglichkeiten. Da **meh-rere Bahnhöfe direkt an der Route** liegen, gelangen die Wanderer relativ schnell und ohne Auto von Berlin zum Wanderweg und zurück, selbst dann, wenn nur Teilstrecken gewandert werden.

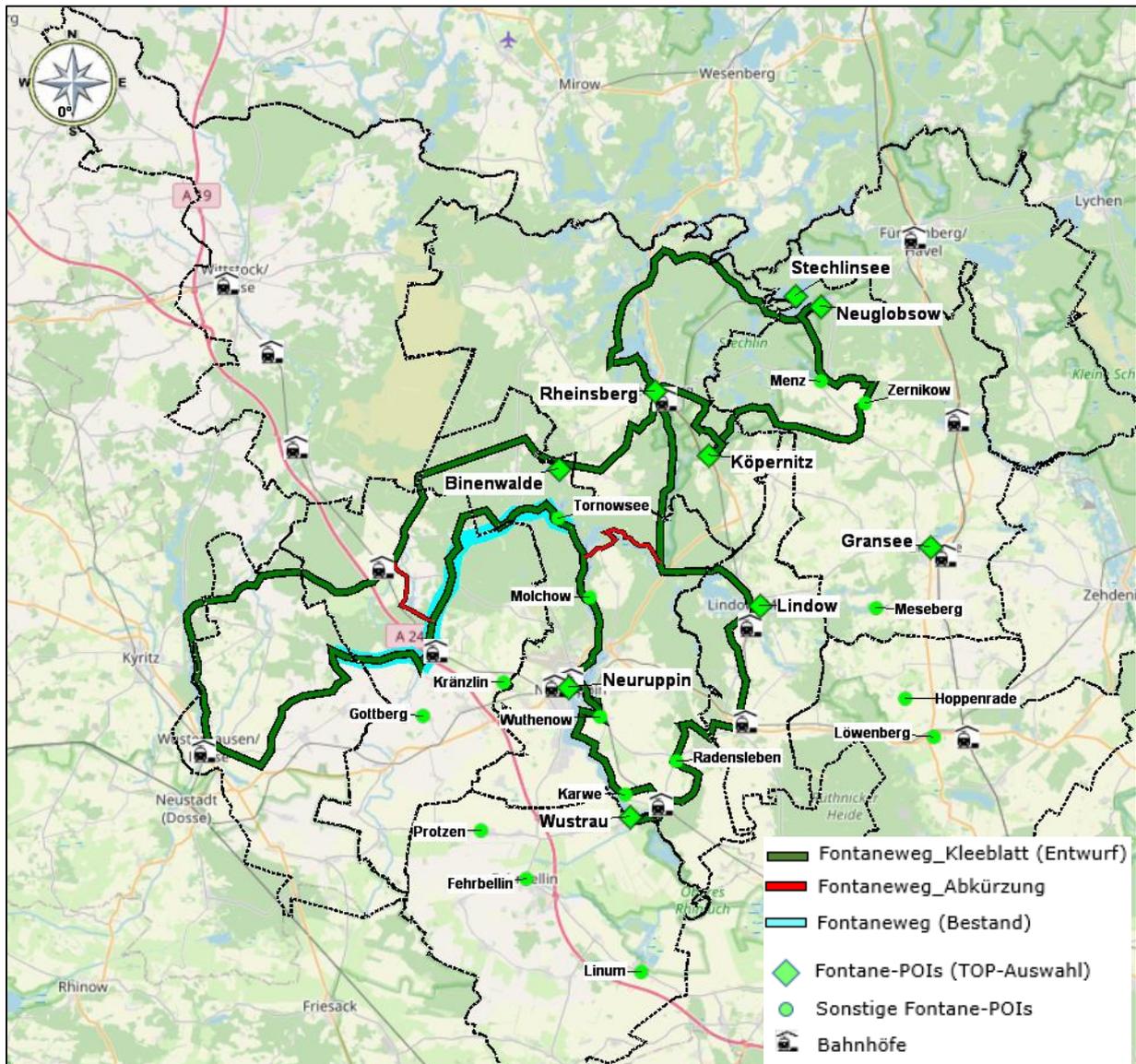


Abbildung 2: Entwurf „Ruppiner Fontaneweg-Kleeblatt“

Die Gesamtstrecke ist bei einer **Routenlänge von ca. 240 Kilometern** in etwas weniger als zwei Wochen gut zu bewältigen. Da für die Schleife westlich der A24 (Walsleben-Wusterhausen-Netzband) aktuell keine Erlebnispunkte zum Thema Fontane bekannt sind, empfiehlt es sich, diese zu recherchieren und möglichst über für Wanderer attraktive Wegeformate in den Routenverlauf zu integrieren.

Folgende **Etappen** könnten den Wanderern einzeln als **Tageswanderungen** oder **kombiniert als Mehrtageswanderungen** empfohlen werden:

Etappen (Beispiele)	Länge (km)	Unterkunft	POIs / Highlights an der Strecke (Beispiele)
Neuruppin (Bhf.) - Zermützel	13	Zermützel, Stendenitz, Boltenmühle	<i>Fontane-Denkmal und -Geburtshaus Glockenturm Molchow</i>
Zermützel - Walsleben (Bhf.)	21	Neuruppin oder Netzeband (per Bahn)	Boltenmühle (Abstecher), Tornowsee, Tierpark Kunsterspring Kochquelle,
Walsleben (Bhf.) - Wusterhausen (Bhf.)	23	Wusterhausen	Hollenbach-Gedenkstein, Dorfkirche Gartow mit Storchennest, Wusterhausener Kirche und Altstadt
Wusterhausen (Bhf.) - Netzeband (Bhf.)	24	Netzeband	Klempowsee (Uferpfad), Märkische Höfe Netzeband
Netzeband (Bhf.) - Rheinsberg (Bhf.)	27	Rheinsberg	Kyritz-Ruppiner Heide mit Heideturm <i>Binenwalde</i> , Dorfkirche Braunsberg, Wartturm, <i>Schloss Rheinsberg</i>
Rheinsberg (Bhf.) - Neuglobsow	26	Neuglobsow	Grienericksee, Kirche Zechliner Hütte, Großer Stechlinsee, <i>Fontanelinde und Fontanehaus</i>
Neuglobsow - Zernikow	13	Menz / Zernikow	<i>Menz</i> , Naturparkhaus Stechlin, Maulbeerallee, <i>Gutsanlage Zernikow</i>
Zernikow - Rheinsberg (Bhf.)	25	Rheinsberg	Köperntitzer See, <i>Gutspark Köpernitz</i>
Rheinsberg (Bhf.) - Lindow (Bhf.)	20	Lindow	<i>Schloss Rheinsberg, Zippelsförde, Gudelacksee, Wutzsee, Kloster Lindow</i>
Lindow (Bhf.) - Wustrau-Alt friesack (Bhf.)	26	Wustrau-Alt friesack, Karwe	Pfarrkirche Herzberg, Walnussmeisterei Böllersen, <i>Radensleben, Zietenschloss</i>
Wustrau-Alt friesack (Bhf.) - Neuruppin (Bhf.)	21	Neuruppin	<i>Karwe, Ruppiner See, Wuthenow, Fontane Geburtshaus, Fontane-Denkmal</i>

3.2 Zu- und Verbindungswege (Lückenschlüsse)

Im Rahmen der Erarbeitung des Masterplans wurden potenzielle Verbindungswege zwischen den touristischen „Hot-Spots“ identifiziert und stichprobenartig im Gelände auf ihre Eignung als Wanderwege geprüft. Die Ergebnisse waren überwiegend positiv, so dass eine Umsetzung des „Achsenmodells“ mit **Verbindungswegen zwischen allen wichtigen Tourismusorten** der Projektregion grundsätzlich möglich erscheint (siehe Analyse der IST-Situation).

Die ausgewählten Verbindungswege erfüllen für die Wanderregion mehrere wichtige Funktionen. Insbesondere verbinden sie den geplanten Fontaneweg („Kleeblatt“-Entwurf), mit abseits gelegenen TOP-Wanderzielen, Fontane-POIs und Bahnhöfen. Es empfiehlt sich daher, die Verbindungswege als **integralen Bestandteil eines neuen „Fontane-Wegenetzes“** zu betrachten und sie als **Zuwege, Abkürzungen und Alternativstrecken** des Fontaneweges mit einer (andersfarbigen) Logo-Variante des Fontaneweges zu markieren. Durch das neue Fontane-Wegenetz wird die Region insgesamt attraktiver für Wanderer, da sie die Möglichkeit haben, **authentische Fontane-Erlebnisorte mit anderen TOP-Wanderzielen¹ zu kombinieren**, z. B. das Fürstenberger Schloss, die Wittstocker Bischhofsburg, den Heideturm auf dem Sielmann-Hügel, den Kalksee, das NSG Wumm- und Twernsee, das NaturParkHaus Stechlin in Menz oder den Tierpark Kunsterspring.

Bei der Planung des Fontane-Wegenetzes wurde eine **durchschnittliche Tagesreichweite von Wanderern zwischen 15 und 25 Kilometern** berücksichtigt. Da die Entfernungen zwischen den **touristischen „Hot-Spots“**, die sich durch eine hohe Konzentration von POIs, Versorgungs- und Übernachtungsmöglichkeiten sowie eine **gute Erreichbarkeit mit der Bahn** auszeichnen, vielerorts über diesem Wert liegen, wurden zusätzliche Orte mit Versorgungs- und Übernachtungsmöglichkeiten und/oder Bahnanbindung als **Zwischenziele** in den Routenverlauf eingeplant. Die für den Fontanewanderweg sowie dessen Zuwege, Alternativen und Abkürzungen vorgeschlagenen Strecken verlaufen **überwiegend auf bereits markierten Wanderwegen**. Im Zuge der Umsetzungsplanung gilt es daher lediglich, die bisher noch nicht komplett als Wanderwege ausgewiesenen Streckenvorschläge (Lückenschlüsse²) mit den beteiligungsrelevanten Akteuren abzustimmen.

¹ Eine ausführliche Erläuterung zu den ausgewählten TOP-Wanderzielen befindet sich in der Analyse der IST-Situation des Masterplans (IST-Analyse, S. 46-47).

² Eine entsprechende Übersicht ist in der Analyse der IST-Situation des Masterplans im Kapitel „Verbindungen zwischen touristischen Hot-Spots“ enthalten (IST-Analyse, S. 31).



Abbildung 3: Verortung der geplanten neuen Verbindungswege

Zuordnung der neuen Verbindungswege zum Fontaneweg (Kleeblatt-Entwurf/FW):

Bezeichnung	von - bis	Länge (km)
FW-Zuweg 1	Fürstenberg (Bhf.) - Neuglobsow	13,3
FW-Zuweg 2	Dannenwalde (Bhf.) - Zernikow	9,1
FW-Zuweg 3	Gransee (Bhf.) - Lindow (Bhf.)	16,8
FW-Zuweg 4	Löwenberg (Bhf.) - Lindow (Strubensee)	19,1
FW-Zuweg 5	Fehrbellin - Wustrau-Altfrisesack (Bhf.)	17,8
FW-Alternative ³	Heideturm - Prebelow (üb.Fretzdorf, Wittstock, Zempow)	67,2
FW-Abkürzung 1	Zermützel - Zippelsförde	8,0
FW-Abkürzung 2	Walsleben (Bhf.) - Netzeband (Bhf.)	5,6
	Gesamt	156,9

³ Ggf. sollten für diese Strecke zusätzliche potenzielle Fontane-POIs recherchiert werden, um einen thematischen Bezug herzustellen.

3.3 Netzstruktur

Ein **einfach strukturiertes und übersichtliches Wanderwegenetz** ermöglicht den Wanderern eine gute Orientierung und trägt dazu bei, Mehrfachmarkierungen zu reduzieren und somit den Markierungs- und Beschilderungsaufwand möglichst gering zu halten.

Reduzierung und Entflechtung:

Aufgrund der im Rahmen der IST-Analyse gewonnenen Erkenntnisse wird die **Auflösung folgender Wanderrouten** empfohlen:

Name	Länge (km)	Gebietskörperschaft
Ruppiner-Land-RW	131 (+120 außerhalb)	Fehrbellin, Neuruppin, Rheinsberg, Amt Gransee, Fürstenberg (...)
Ruppiner See Nord	8,9	Neuruppin
Ruppiner See Süd	30,1	Neuruppin
Kutschweg II	19,0	Amt Temnitz
Tholmannsee	9,2	Amt Lindow
Vielitzsee	11,0	Amt Lindow
Hindenberg	9,5	Amt Lindow

Die Auflösung des **Ruppiner Land-Rundwegs** ist vor allem aufgrund der räumlichen Nähe und direkten Konkurrenz zum neuen Fontaneweg-Kleeblatt, E10 und Brandenburgischen Klosterweg erforderlich. Zudem weist der Ruppiner Land-Rundweg größere Schwächen in der Erlebnis- und Wegequalität (z. B. lange Strecken mit Straßennutzung) auf, vor allem im südlichen und östlichen Verlauf (z. B. zwischen Falkenthal und Bredereiche, Tietzow und Wustrau-Altfrisesack). Bei den **anderen zur Auflösung empfohlenen Routen** wirken sich **sehr lange Strecken auf Verbunddecke** (Asphalt, Pflaster) besonders negativ auf das Wandererlebnis aus.

Folgende kommunale Verbindungswege sollen durch die vorgeschlagene Alternativstrecke Heideturm-Wittstock-Prebelow des neuen Fontaneweges ersetzt werden:

Name	Länge (km)	Gebietskörperschaft
Verbindungsweg nach Berlinchen	2,2	Wittstock/Dosse
Verbindungsweg Dranse-Zempow	7,6	Wittstock/Dosse

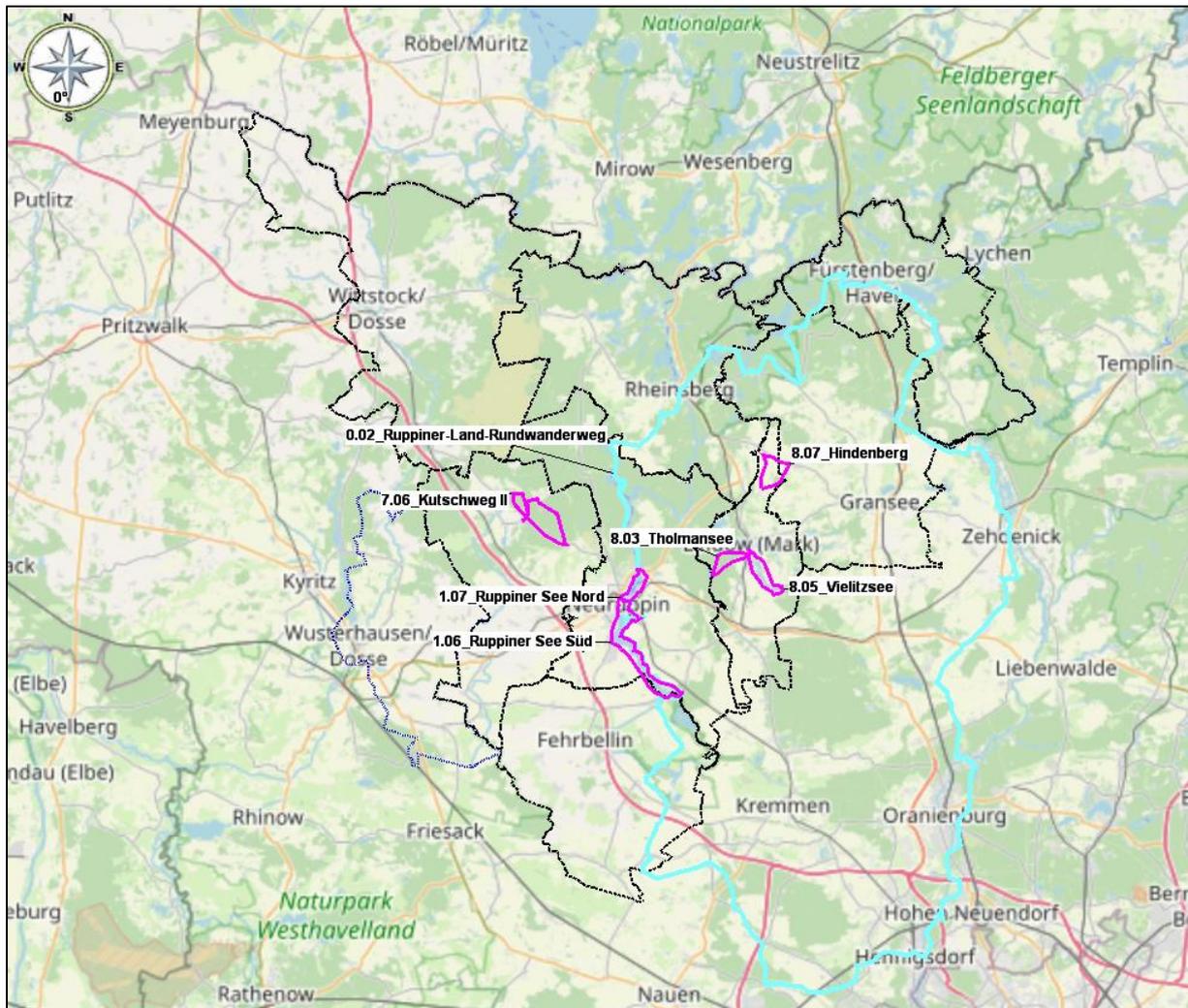


Abbildung 4: Verortung der zur Auflösung vorgeschlagenen Routen

Bündelung von Routenverläufen:

Dort, wo es zu einer Häufung und Verflechtung von Wanderwegen kommt, ist die Streckenführung der einzelnen Wanderwege untereinander so abzustimmen, dass diese möglichst gebündelt werden und der Betreuungsaufwand verringert wird. Bei verschiedenen Alternativen sollte die schönste und attraktivste Wegstrecke gewählt werden.



Abbildung 5:
Beispiel Bündelung von Routenverläufen

Vorschlag zur Strukturierung des Wanderwegenetzes in der Projektregion:

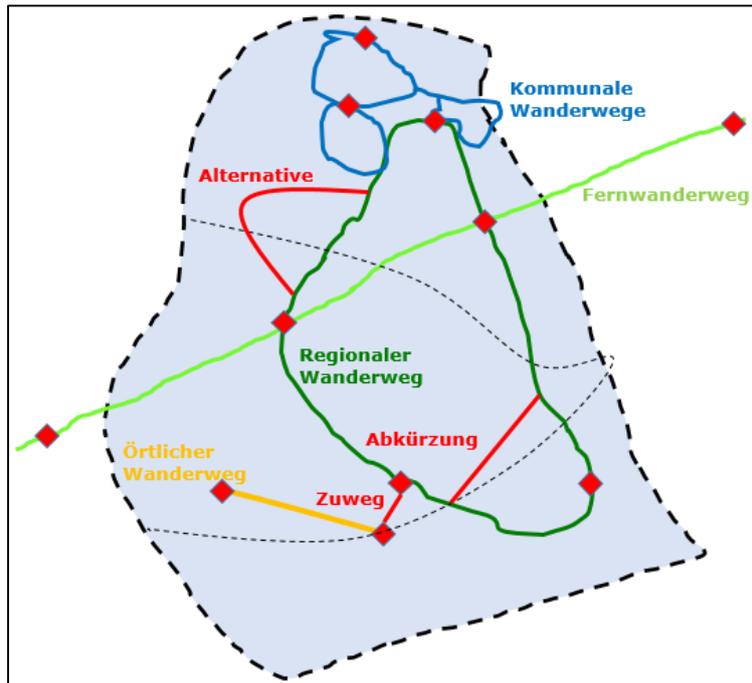


Abbildung 6: Schematische Darstellung der Netzstruktur im Projektgebiet

1. Fernwanderwege (inkl. Zuwege, Abkürzungen, Alternativen):

Beispiel: E10, Brandenburgischer Klosterweg

- durchqueren oder verbinden mehrere Wandergebiete
- Zuwege verbinden den Fernwanderweg mit naheliegenden Ausgangspunkten (z. B. Bahnhöfen, Ortsmitten, Wanderparkplätze)

2. Regionale Wanderwege (inkl. Zuwege, Abkürzungen, Alternativen):

Beispiel: Fontanewanderweg (Kleeblatt-Entwurf)

- bleiben im Wandergebiet (überqueren aber kommunale Grenzen)
- verbinden wichtige Ziele und ermöglichen mehrtägige Wanderungen
- verlaufen möglichst nicht oder nur kurz auf Fernwanderwegen

3. Örtliche Wanderwege:

Beispiel: Verbindungsweg Goldbeck-Dossow

- Streckenwanderwege die zur Feinerschließung der Region dienen:
 - binden weitere wichtige Ziele und Ausgangspunkte an
 - schaffen sinnvolle Verbindungen / Ergänzungen zwischen Fern- und Regionalen Wanderwegen
- verlaufen nicht auf Fern- und Regionalen Wanderwegen
- können durch Strecken von Kommunalen Wanderwegen ersetzt werden

4. Kommunale (und interkommunale) Wanderwege:

Beispiel: Wummsee-Rundweg, Heide-Erlebnisweg

- kürzere Rundwanderwege (zwischen 3 und 20 km lang)
- gehen von einem klar definierten Ausgangspunkt aus
- können auf eine spezielle Zielgruppe zugeschnitten sein
- können ganz oder zum Teil auf Fern-, Regionalen, oder Örtlichen Wanderwegen verlaufen.

Grundwegenetz und Wanderwegenetz

Fern-, Regionale und Örtliche Wanderwege bilden das zusammenhängende **Grundwegenetz**. Zusammen mit den Kommunalen Wanderwegen bildet dieses das **Wanderwegenetz**⁴.

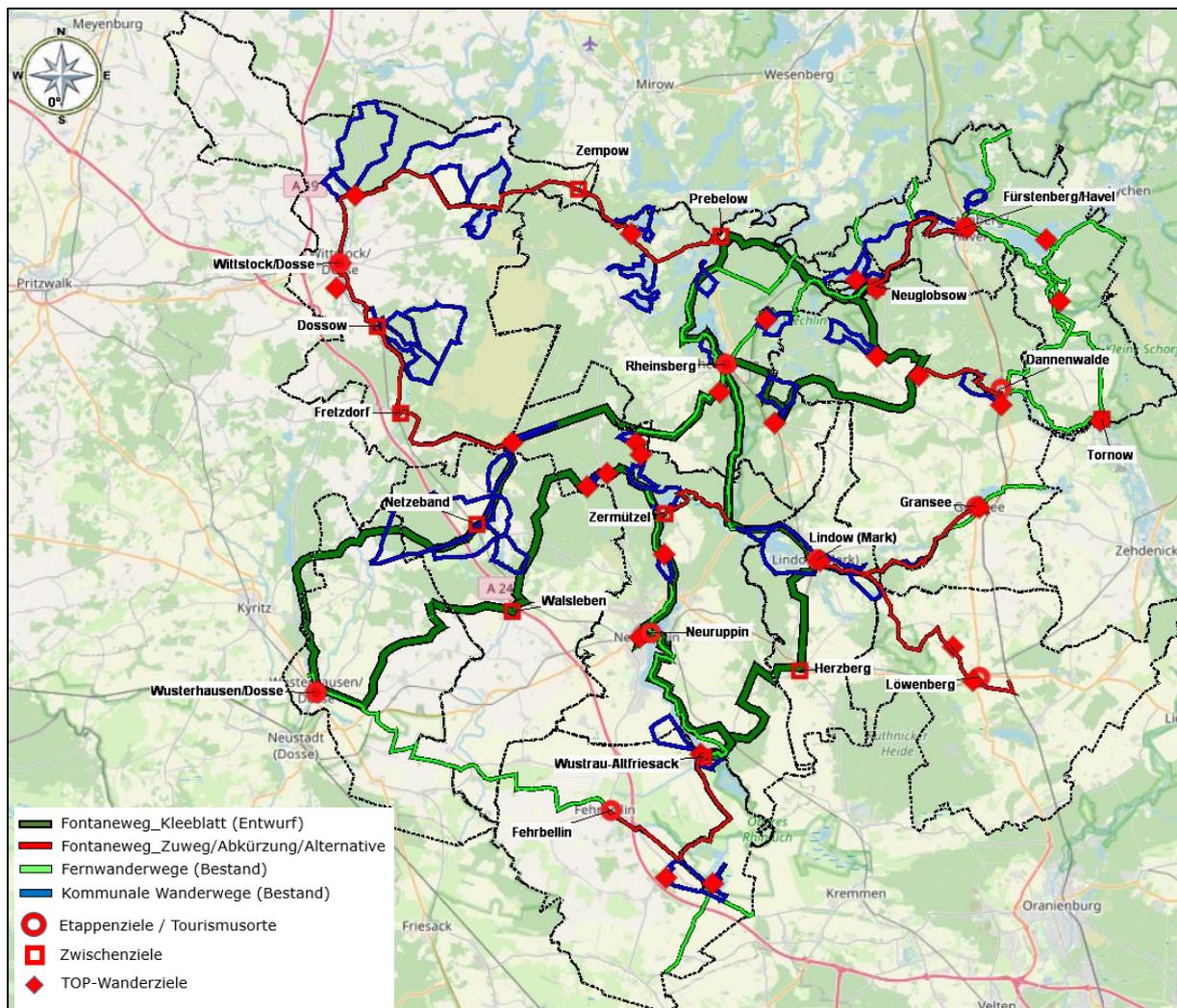


Abbildung 7: Gesamtübersicht Wanderwegenetz

⁴ Eine Liste mit allen Wanderwegen des dargestellten Wanderwegenetzes ist in der Analyse der IST-Situation des Masterplans (IST-Analyse, S. 8-11) enthalten.

3.4 Optimierung der vorhandenen Wanderwege

Im Rahmen der Analyse der IST-Situation wurde auf offensichtliche Schwachstellen und Möglichkeiten zur Optimierung der analysierten Wanderwege hingewiesen. Hierzu ist anzumerken, dass lediglich bei ausgewählten Wanderrouten (vereinbarte Stichprobe) eine Vollerfassung von Qualitätskriterien im Gelände stattgefunden hat. Ansonsten wurde eine Analyse nach Kartenlage vorgenommen. Dabei konnten einige Aspekte nur annähernd (z. B. Wegeoberflächen) oder gar nicht berücksichtigt werden (z. B. Begehbarkeit, Markierung und Beschilderung).

Wesentliche Qualitätsdefizite:

Wanderweg/Strecke	Defizit / Handlungsbedarf
E10 Ostroute und Brandenburgischer Klosterweg (Tornow <-> Bredereiche)	<ul style="list-style-type: none"> • 2x 600 m auf befahrener Straße (K6520) • Routenverlegung (kleinräumig entlang Havelufer oder durch den Wald mit Querung K6520)
E10 Westroute (Linum-Altfrisesack)	<ul style="list-style-type: none"> • Überwiegend Verbunddecke • 1,7 km auf befahrener Straße (L17) • 0,5 km auf befahrener Straße (L164) • Routenverlegung (ggf. Kastanienallee und über Fischerdorf)
Brandenburgischer Klosterweg (Lindow-Gransee)	<ul style="list-style-type: none"> • 6 km Verbunddecke von Meseberg bis Gransee • Routenverlegung prüfen
Pilgerweg Berlin - Bad Wilsnack (Linum-Fehrbellin-Garz)	<ul style="list-style-type: none"> • Vor Linum 2,5 km auf befahrener Straße (L16) • Insgesamt extrem viel Verbunddecke • Routenverlegung prüfen
Zermützelsee	<ul style="list-style-type: none"> • Hoher Anteil Verbunddecke
Dossower Höhenweg	<ul style="list-style-type: none"> • Ca. 500 m Pfad schlecht begehbar
Großer Zermittensee	<ul style="list-style-type: none"> • Sehr kurz (Spazierweg!) • Verlängerung oder Zusammenlegung sinnvoll
Kranich-Wanderung Linum	<ul style="list-style-type: none"> • Überwiegend Verbunddecke (18,6 km!) • Route verlegen und/oder stark kürzen
Constance-Rundwanderweg	<ul style="list-style-type: none"> • Hoher Anteil Verbunddecke (>60%) • Route verlegen und/oder kürzen
Temnitzquelle und Weg der Dörfer	<ul style="list-style-type: none"> • Bahnhofpunkt und Dorfmitten sind nicht optimal im Routenverlauf integriert (Startpunkt verlegen)
Kutschweg I	<ul style="list-style-type: none"> • Route verlegen (auf Weg der Dörfer statt auf L18)

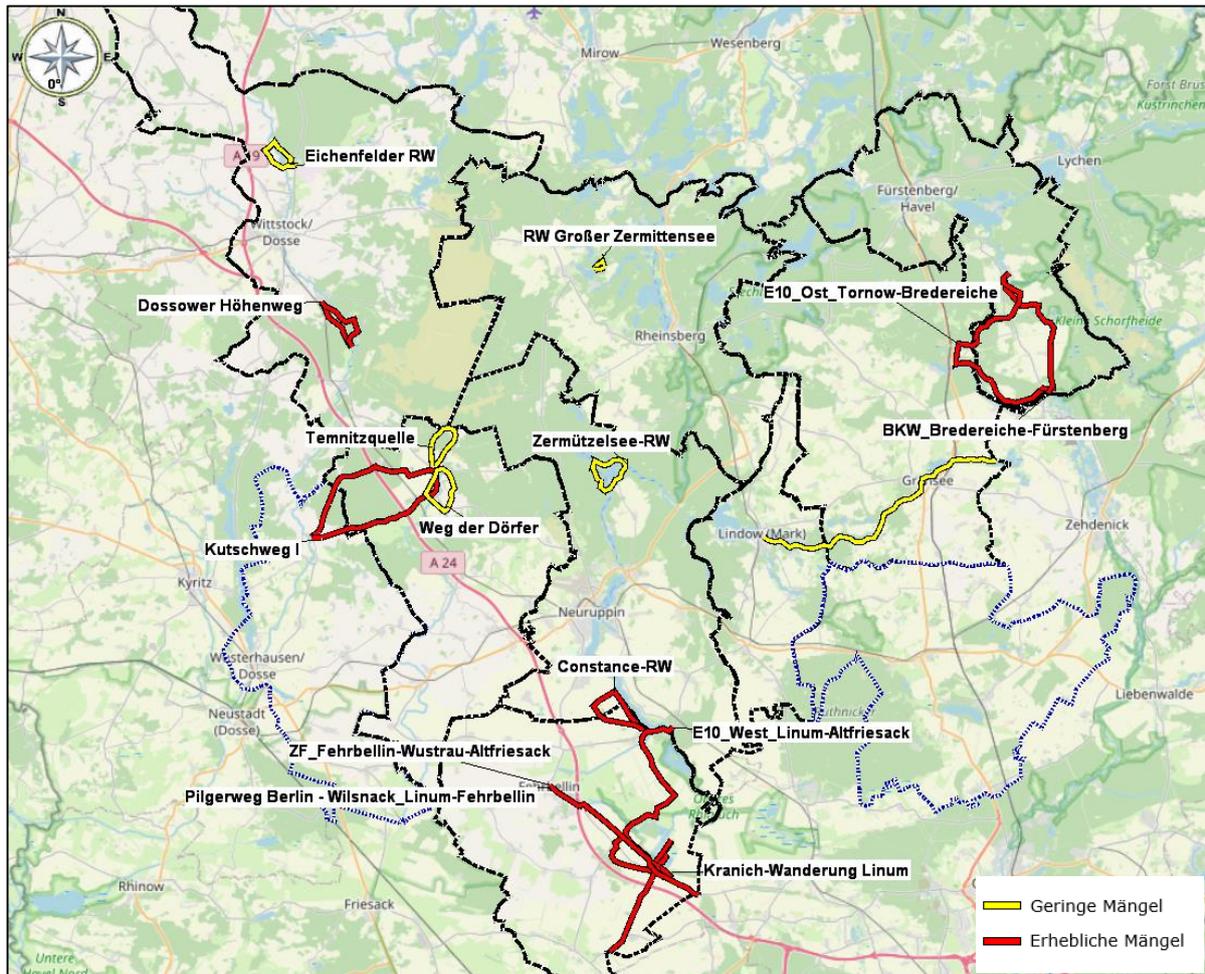


Abbildung 8: Verortung Wege und Strecken mit Qualitätsdefiziten

Empfohlene Vorgehensweise:

Zunächst **sollten die aufgezeigten Qualitätsdefizite** mit den beteiligungsrelevanten Akteuren **verifiziert und Lösungsmöglichkeiten erkundet werden** (insbesondere für die längeren Strecken auf Verbunddecke und befahrenen Straßen). Zusätzlich empfiehlt es sich, die Wege- und Erlebnisqualität der bisher nur nach Kartenlage analysierten Wege auch **im Gelände** zu prüfen. Gerade bei naturnahen Wegen ist eine solche Kontrolle wichtig, da diese häufiger zuwachsen und die Wegeoberflächen anfälliger für Schäden sind.

Um den wesentlichen Anforderungen der unterschiedlichen Zielgruppen zu genügen, sind bei der Prüfung und Optimierung der Wanderwege mindestens folgende **Qualitätsgrundsätze** zu berücksichtigen:

Oberstes Ziel: Freude am Wandern und Begeisterung für die Landschaft wecken

- **Abwechslungs- und erlebnisreicher Verlauf**
(attraktive Landschaft mit natürlichen und kulturellen Sehenswürdigkeiten, Aussichtspunkten, interessanten Einkehrmöglichkeiten etc.)
- **Orte mit natürlicher Stille einbinden**, störende Geräuschkulissen meiden (z. B. Verkehrslärm durch Autobahnen, Bundesstraßen etc.)
- **Unattraktive Orte meiden** (Hochspannungstrassen, Gewerbegebiete, geschlossene Siedlungen etc.) und verkehrsbelastete Wege (Straßen, Radwege etc.).
- **Schmale, kurvige Strecken** mit einem hohen Anteil an naturbelassenen Wegen und **möglichst wenig Asphalt oder Beton** bevorzugen
- Einheitliche und in beide Richtungen **durchgängige Markierung und Wegweisung**
- **Wege und Einrichtungen pflegen** (wandersicherer Zustand, gute Begehbarkeit der Wege, guter Zustand der Infotafeln, Markierung und Wegweisung)
- Ausstattung mit intakten und ansprechend gestalteten **Rastmöglichkeiten** (Bänke, Sitzgruppen, Schutzhüten etc.)
- **Anschluss an den ÖPNV** und/oder mindestens einen Wanderparkplatz
- **Nutzungskonflikte vermeiden**
(Abstimmung mit Forst, Naturschutzbehörden und Eigentümern, Mehrfachnutzungen vermeiden).

Nach der **Umsetzung von Optimierungsmaßnahmen** sollte eine Neubewertung des jeweiligen Weges erfolgen (siehe folgendes Kapitel „Priorisierung“). Sofern der betroffene Wanderweg teil eines lokalen oder regionalen Wanderwegekonzeptes ist, kann je nach Art und Umfang der Maßnahme eine Aktualisierung des Konzeptes sinnvoll sein. Bei **Routenverlegungen oder Auflösung** von Routen sollte immer daran gedacht werden, dass die Wegeverläufe nicht nur im Gelände markiert und demarkiert werden müssen, sondern auch in allen Publikationen zu ändern sind (Karten, Infotafeln, Flyer, Internetportale etc.).

3.5 Priorisierung attraktiver und bedeutender Wanderwege

Die Konzentration auf die attraktivsten und bedeutsamsten Wanderwege ermöglicht eine **bessere Steuerung** der Planungs- und Betreuungsarbeit sowie einen **effizienteren Einsatz von Mitteln** für die Ausstattung, Optimierung und Vermarktung der Wege.

Für die geplante Restrukturierung und Vermarktung wurde das Wegenetz nach Prioritäten⁵ kategorisiert:

- **Priorität A:** Prädikatswanderwege/Leuchtturm-Angebote, landesweite touristische Bedeutung, Zielvorstellung: ca. 5 bis 10 zertifizierte TOP-Routen:
 - Fernwanderwege
 - Kommunale Wanderwege (thematische Halbtages- und Tagestouren)
- **Priorität B:** Besonders attraktive Wege (ohne Zertifikat) mit regionaler Bedeutung, ohne gravierende Mängel:
 - Fernwanderwege
 - Kommunale Wanderwege (thematische Halbtages- und Tagestouren)
 - Funktionelle Zubringerwege und Verbindungswege / Abkürzungen (von Wegen der Priorität A)
- **Priorität C:** Durchschnittlich oder mäßig attraktive Wege mit örtlicher Bedeutung, ohne Zertifizierungspotenzial, ohne gravierende Mängel, nur bedingt touristisch vermarktbar
- **Priorität P:** Lohnenswerte Wege, die wichtige POIs erschließen, aber aufgrund von gravierenden Mängeln erst nach einer Optimierung touristisch vermarktet werden können. Der Status sollte nach einem angemessenen Zeitraum (z. B. 2 Jahre) überprüft werden. Hat innerhalb dieser Frist keine ausreichende Optimierung stattgefunden, ist der Weg entweder in Kategorie C einzustufen oder nach Abstimmung mit dem Betreiber ganz aus dem priorisierten Bestand zu nehmen und zu demarkieren.

Die Bewertung der Qualität der Wege erfolgte anhand der Ergebnisse einer **Analyse nach Kartenlage** (siehe Analyse der IST-Situation). Diese wurden im Projektverlauf mit der Steuerungsgruppe und im Rahmen des ersten Workshops mit weiteren beteiligungsrelevanten Akteuren diskutiert und abgestimmt.

⁵ Grundlage für die Definition der Prioritäten bildet folgende Quelle: BTE/Deutscher Wanderverband (2017): Touristische Wanderkonzeption Thüringen 2025.

Es gilt zu beachten, dass es sich bei der Einstufung um eine relativ **grobe Einschätzung der IST-Situation** handelt. Ausschlaggebend waren dabei in erster Linie die **Qualität des Wegeformats** und die **Erlebnisqualität (Attraktivität)**.

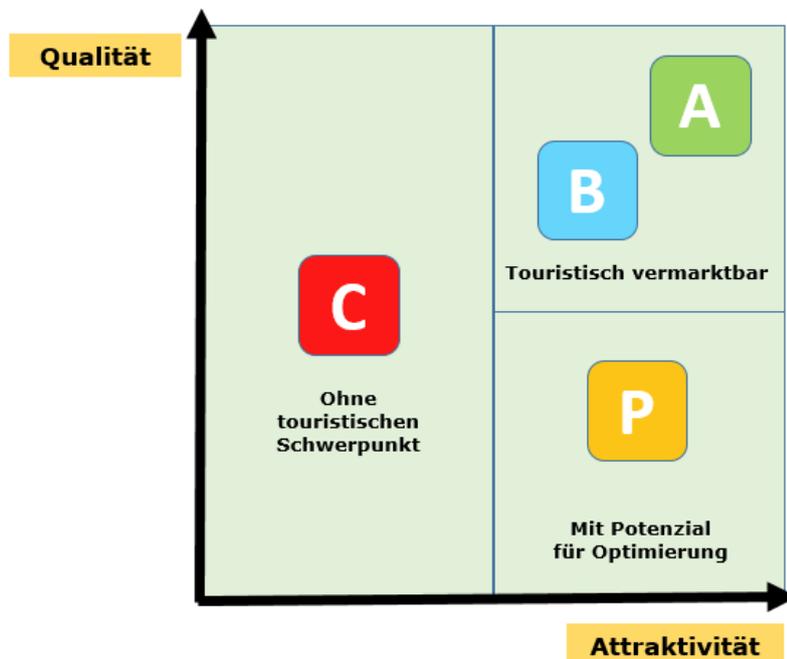


Abbildung 9: Schematische Darstellung der Priorisierungs-Kategorien

Kriterien zum Wanderleitsystem (z. B. Markierungs- und Beschilderungsmängel) wurden nicht berücksichtigt. Es wird empfohlen im Rahmen eines Folgeprojektes alle für die touristische Vermarktung relevanten Wanderwege diesbezüglich zu prüfen und ggf. eine **einheitliche und regelkonforme Neumarkierung und Beschilderung** vorzunehmen.

Bei den **Fernwanderwegen** wurde es als sinnvoll erachtet, diese nicht als Ganzes zu bewerten, sondern **mehrere Abschnitte** (Länge ca. 15-30 km) zu bilden. Dadurch werden **Qualitätsunterschiede im Routenverlauf** deutlicher erkennbar. Da Fernwanderwege für die touristische Vermarktung einer Wanderregion erfahrungsgemäß eine herausragende Bedeutung haben, sollten die in Priorität P eingestuft Abschnitte dringend soweit optimiert werden, damit sie anschließend in Priorität A oder B eingestuft werden können.

Nach Zertifizierungen, Routenverlegungen oder sonstigen für die Bewertung relevanten Änderungen (insbesondere Optimierungen) ist eine **erneute Überprüfung der Einstufung** erforderlich.

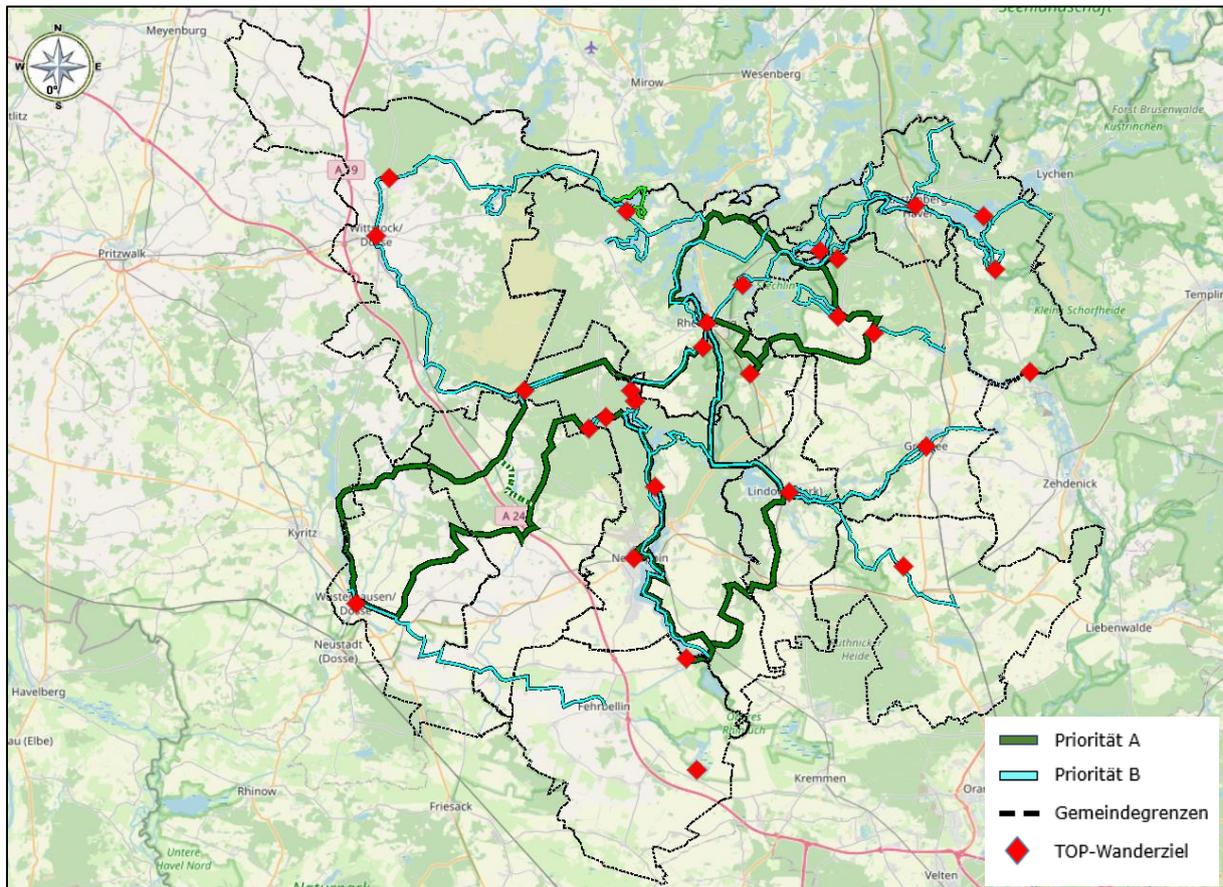


Abbildung 10: Priorisiertes touristisches Wanderwegenetz (TOP-Routen Prioritäten A-grün und B-hellblau)

Priorität A-Wanderwege:

Aktuell kann nur ein einziger Wanderweg in diese Kategorie eingestuft werden:

Kommunale Wanderwege (Rundwege)	Länge (km)
Wummsee-RW - Kurzer Qualitätsweg „Traumtour“ (DWV)	11,9

Für die erfolgreiche Positionierung und Vermarktung der Region als Wanderdestination ist die Zertifizierung weiterer Wanderwege erforderlich. Dazu zählt neben den aktuell in Priorität B eingestuften kommunalen Rundwegen insbesondere der im Rahmen des Masterplans vorgeschlagene Regionale Wanderweg „Fontaneweg-Kleeblatt“ (Arbeitstitel):

Regionale Wanderwege	Länge (km)
Fontaneweg-Kleeblatt (Arbeitstitel) - potenzieller Qualitätsweg „Wanderbares Deutschland“ (DWV)	ca. 240

Priorität B-Wanderwege:

Folgende Wanderwege mit einer **Gesamtlänge von rund 552 Kilometern** fallen aktuell in diese Kategorie:

Kommunale Wanderwege (Rundwege)	Länge (km)
Tornowsee-Binenbach	12,2
Molchowsee	5,0
Kochquelle	3,6
Heide-Erlebnisweg	15,6
Dranser See	11,4
Fürstenberg-NSG Stechlin	23,5
Stechlinsee-RW	13,9
Großer Zechliner See	12,1
Rheinsberger Poetensteig	8,3
Wittwese	8,9
Skulpturenweg Dagowsee	4,2
Von Moor zu Moor	11,5
Wutzsee	8,2

Fernwanderwege (inkl. Zuwege, Alternativen, Abkürzungen)	Abschnitt (von - bis)	Länge (km)
E10 (Ostroute)	Bredereiche - Fürstenberg	30,8
E10 (Westroute)	Neuruppin - Rheinsberg	28,6
	Altfriesack - Neuruppin	15,8
	Rheinsberg - Grenze MVP	19,7
Brandenburger Klosterweg	Fürstenberg - Rheinsberg	28,9
	Tornow - Bredereiche	12,6
	Rheinsberg - Lindow	20,4
	Lindow - Gransee	21,4
Pilgerweg Berlin - Wilsnack	Fehrbellin - Garz	31,7
Pilgerweg Brandenburgische Seenpl.	Dabelow - Kleinmenow	20,6
Märkischer Landweg - Zubringer		26,0
FW-Zuweg 1 (geplant)	Fürstenberg - Neuglobsow	13,3
FW-Zuweg 2 (geplant)	Dannenwalde - Zernikow	9,1
FW-Zuweg 3 (geplant)	Gransee - Lindow	16,8
FW-Zuweg 4 (geplant)	Löwenberg - Lindow (Strubensee)	19,1
FW-Zuweg 5 (geplant)	Fehrbellin - Wustrau-Altfriesack	17,8
FW-Alternative (geplant)	Heideturm - Prebelow	67,2
FW-Abkürzung 1 (geplant)	Zermützel - Zippelsförde	8,0
FW-Abkürzung 2 (geplant)	Walsleben - Netzeband	5,6

Priorität P (Potenzial):

Für diese Kategorie werden folgende Wege mit einer **Gesamtlänge von rund 254 Kilometern** vorgeschlagen:

Fernwanderwege (inkl. Zuwege, Alternativen, Abkürzungen)	Abschnitt (von - bis)	Länge (km)
E10 (Ostroute)	Tornow - Bredereiche	20,0
E10 (Westroute)	Linum - Altfriesack	23,0
Brandenburger Klosterweg	Tornow - Fürstenberg	24,0
Brandenburger Klosterweg	Rheinsberg - Gransee	41,4
Pilgerweg Berlin-Bad Wilsnack		32,5

Kommunale Wanderwege	Länge (km)
Kalksee-Binenbach	7,1
Zermützelsee	8,7
Braminsee	5,6
Huwenowsee	5,9
Wegenetz Dossow-Zootzen-Gadow	21,2
Kranich-Wanderung Linum	18,6
Constance-Rundwanderweg	9,2
Walderlebnis Stendenitz (Spazierweg, kein Wanderweg)	1,3
Temnitzwiesen	12,2
Kutschweg I	23,7

Priorität C:

In die Kategorie der durchschnittlich attraktiven Wege ohne touristischen Schwerpunkt fallen folgende Wege mit einer **Gesamtlänge von rund 170 Kilometern**:

Kommunale Wanderwege	Länge (km)
Dranser Ortsteile	10,6
Wiesen-Felder-Auen	9,3
Fischkarrensteig	13,2
Wittstocker Heide	19,3
Eichenfelder Rundweg (Briefträgerweg)	7,0
Dossower Höhenweg	10,4
Hegensteinbach-Rundweg	5,4
Köpernitz-Rundweg (geplant)	11,4
Schlabornsee	7,2
Großer Zermittensee	2,7
Zieten-Rundwanderweg	5,9
Kleiner Wentowsee	11,0
Katerbower See	8,2
Temnitzquelle	7,3
Weg der Dörfer	8,0
Gudelacksee	11,8
Teufelsee	6,2
Glambecksee	12,2

Örtliche Verbindungswege	Länge (km)
Verbindungsweg Goldbeck-Dossow	3,0

3.6 Zertifizierung der TOP-Wanderwege

Durch den seit ca. 20 Jahren in Deutschland stattfindenden Aufbau von zertifizierten Qualitäts- und Premiumwanderwegen sind zahlreiche attraktive Wanderwege entstanden, die sich großer Beliebtheit erfreuen. Dabei sind jedoch auch die **Ansprüche der Wanderer** an Wanderwege gestiegen, welche sich vielfach an der Qualität der zertifizierten Wanderwege orientieren.

Eine **touristische Bewerbung** von Wanderwegen mit dem Ziel mehr Wander Gäste in der Region begrüßen zu können, kann daher **nur mit zertifizierten Wegen** gelingen. Auch für eine überregionale Bewerbung der Wanderregion auf Destinationsebene ist ein hohes Maß an Qualität gefordert. Die Zertifizierung des Wummsee-Rundwegs ist zwar ein Schritt in die richtige Richtung. Für eine anspruchsvolle Wanderregion ist ein **einziger zertifizierter Qualitätsweg jedoch nicht ausreichend**, gerade auch im Vergleich zu dem Qualitätswegeangebot in benachbarten Wanderregionen. Wenn möglich sollten daher alle TOP-Wanderwege der Region als Prädikatswege zertifiziert werden.

Derzeit gibt es in Deutschland zwei Qualitätszeichen: die Premiumwege vom Deutschen Wanderinstitut und die Qualitätswege vom Deutschen Wanderverband. Aufgrund der Wegeausstattung (insbesondere Wegebelag) im Projektgebiet erscheinen die Kriterien für Qualitätswege eher erfüllbar.

Qualitätskriterien „Wanderbares Deutschland“:

1. **Kurzer Qualitätsweg** (bis 25 km):

Bei Wegen bis zu 25 Kilometern hat der **Deutsche Wanderverband** Kriterien für acht unterschiedlichen Themenwege und Zielgruppen erarbeitet: Traumtour, Entdeckertour, Kulturerlebnis, Naturvergnügen, Familienspaß, Komfortwandern, Winterglück und Stadtwanderung.

Die Kriterien sind angelehnt an den Kriterien für den langen Qualitätsweg, weichen aber in den Grenzwerten je nach Anforderung der jeweiligen Zielgruppe von diesen ab. Zudem gibt es für jedes Thema spezielle zusätzliche Anforderungen, die es zu erfüllen gilt.

2. **Langer Qualitätsweg** (> 20 km):

Bei den Anforderungen an Qualitätswege sind neben den detaillierten Wahlkriterien vorrangig die Kernkriterien zu berücksichtigen:

Kernkriterien	Grenzwert
Naturnahe Wege	Min. 35% der Gesamtstrecke
Schlecht begehbare Wege	Max. 5% der Gesamtstrecke Max. 1.500 m am Stück
Verbunddecken	Max. 20% der Gesamtstrecke Max. 3.000 m am Stück
Auf befahrenen Straßen	Max. 3% der Gesamtstrecke Max. 300 m am Stück
Neben befahrenen Straßen	Max. 10% der Gesamtstrecke Max. 3.000 m am Stück
Nutzerfreundliche Markierung	100% der Gesamtstrecke
Abwechslung	Mind. 2 Formationswechsel auf 8 km (Attraktive Naturlandschaft von 2 km am Stück wird als 1 Wechsel gewertet)
Erlebnispotenzial	Min. 4 Punkte (Natur-/Kulturattraktionen) auf 8 km
Intensiv genutztes Umfeld	Max. 7,5% der Gesamtstrecke Max. 3.000 m am Stück

Zertifizierbare Wege in der Projektregion:

Für eine **Zertifizierung als kurze Qualitätswege** „Wanderbares Deutschland“ kommen den Ergebnissen der Bestandsanalyse zufolge **alle 13 in Priorität B eingestuften Halbtages- und Tagesrouten in Frage**. Darüber hinaus sollte der **weiter zu entwickelnde Fontaneweg als langer Qualitätsweg** „Wanderbares Deutschland“ zertifiziert werden.

Für den **Dranser See Rundweg** und den **Rheinsberger Poetensteig** liegen aufgrund der im Rahmen der Bestandsanalyse durchgeführten Vollerhebung bereits **positive Ergebnisse zu allen wichtigen Qualitätskriterien** vor. Abgesehen von kleineren Verbesserungen müssten diese beiden Wege jedoch noch regelkonform markiert und beschildert werden. Für die **anderen Wege** wäre, sofern eine Zertifizierung angestrebt wird, als nächster Schritt eine **Vollerhebung der Qualitätskriterien** erforderlich.

Zwar könnten unter besonderen Voraussetzungen auch die attraktiveren Teilstücke des E10 und des Brandenburger Klosterweges als (lange) Qualitätswege (>25 km) zertifiziert werden. Sinnvoller und erfolgversprechender erscheint jedoch der Ansatz, für den geplanten **Fontaneweg** (Arbeitstitel) eine **Zertifizierung als langer Qualitätsweg** anzustreben.

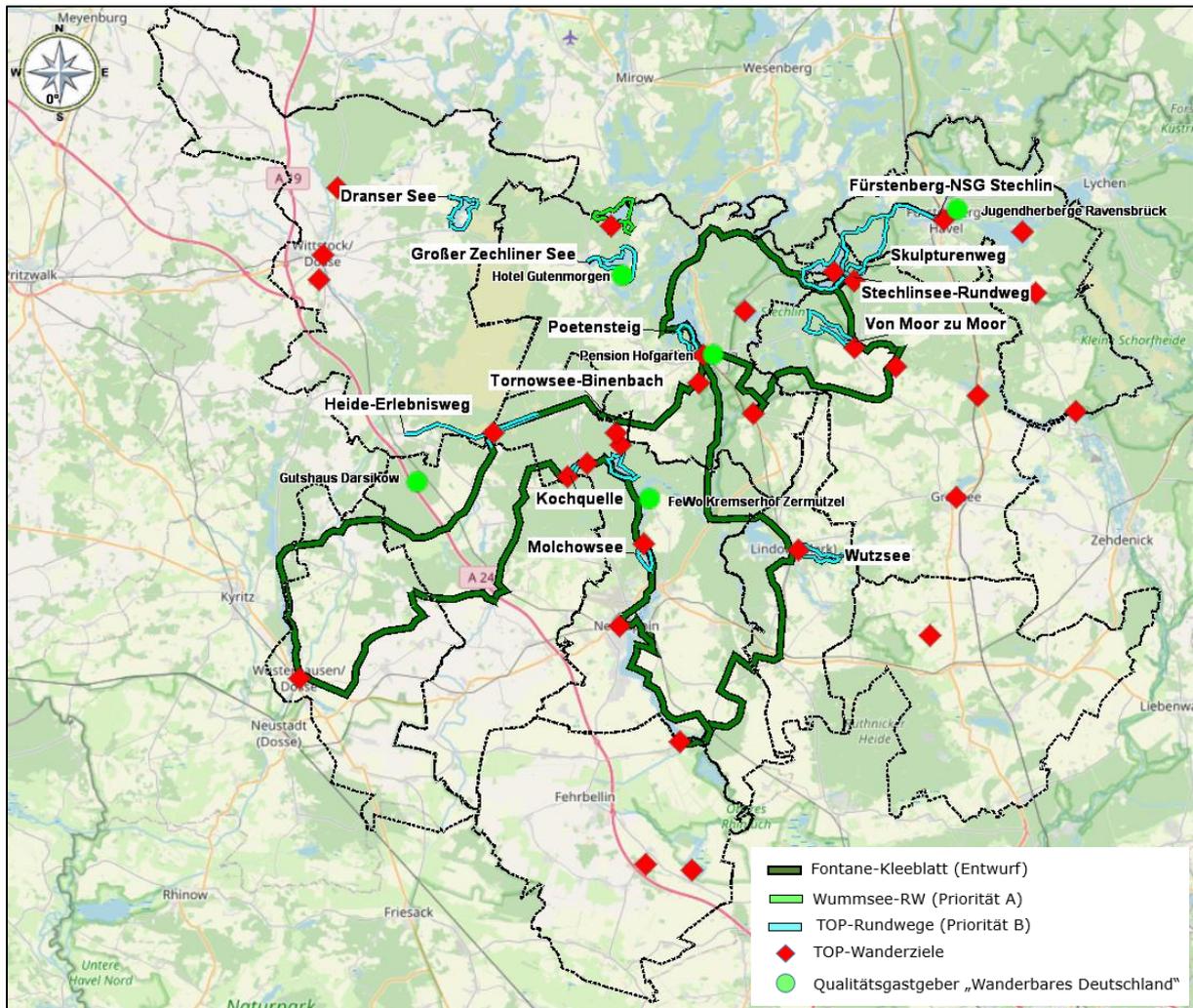


Abbildung 11: Verortung der potenziell zertifizierbaren Routen (Prio A+B)

Ablauf des Zertifizierungs-Prozesses:

1. Kontakt mit dem Deutschen Wanderverband aufnehmen, um den Qualitätsprozess in Gang zu bringen.
2. Bestandserfasser durch den Deutschen Wanderverband schulen lassen oder einen vom Wanderverband geschulten Dienstleister mit der Bestandserfassung beauftragen.
3. Die geschulten bzw. beauftragten Bestandserfasser sammeln auf den betroffenen Wegen die für die Qualitätsbewertung notwendigen Daten und werten diese erstmalig aus (Stärken-Schwächen-Analyse). Mängel in der Wegequalität können so schnell identifiziert und Möglichkeiten zur Qualitätsverbesserung gefunden werden.
4. Erfüllt der Weg die Kriterien eines Qualitätsweges, kann beim Deutschen Wanderverband ein Antrag auf Zertifizierung gestellt werden. Mit dem Antrag werden die gesammelten Bestandsdaten eingereicht.

5. Die Daten werden vom Deutschen Wanderverband unabhängig ausgewertet und analysiert.
6. Der Wanderweg wird durch qualifizierte Mitarbeiter des Deutschen Wanderverbandes begangen und geprüft.
7. Bei positiver Prüfung erhält der Weg das Zertifikat Qualitätsweg „Wanderbares Deutschland“ für den Zeitraum von drei Jahren. Nach dieser Zeit muss die Wegequalität erneut geprüft werden. Das Qualitätszeichen kann in Printmedien und im Internet zur Vermarktung des Wanderweges genutzt werden.

Weitere Informationen dazu:

www.wanderbares-deutschland.de/service/qualitaetsinitiativen/qualitaetswege

4 Wanderleitsystem

Die Beschilderung und Markierung der Wanderwege dienen der eindeutigen und zuverlässigen Lenkung des Wanderers in der Region. Sie schafft somit die Voraussetzung, das Wanderwegenetz auch ohne Wanderkarte nutzen zu können.

Die Wanderwege werden an den Knotenpunkten (Kreuzungspunkte markierter Wanderwege) mit Wegweisern für jede Wanderrichtung beschildert. Zwischen den Knotenpunkten kennzeichnen kleine Wegemarken (Markierungszeichen) eindeutig den Verlauf des Weges.

Zur Begriffsklärung:

- **Wegweiser** sind Schilder mit Wege-, Ziel- und Entfernungsangaben, entweder an Kreuzungspunkten von markierten Wanderwegen oder an wichtigen Zielen und Ausgangspunkten. Beschilderungen, die nur den Wegennamen und das Markierungszeichen tragen, sind große Markierungszeichen bzw. Wegemarken und keine Wegweiser.
- **Markierungszeichen**, auch Wegemarken genannt, sind kleine Zeichen oder Symbole an Bäumen, Laternenmasten oder Holzpfosten, die den Wanderer sicher von einem Wegweiser zum nächsten lenken. Markiert werden muss mindestens an jeder Kreuzung von Wegen jedweder Art, so dass der Wanderer eindeutig den weiteren Verlauf des Weges erkennen kann. Markierungen/Wegemarken können gemalt oder auf kleine Schilder aufgedruckt sein. Zur exakten Kennzeichnung des Routenverlaufs können Wegemarken durch Richtungspfeile ergänzt werden.

4.1 Markierungssystematik

In der Projektregion sind derzeit noch viele Wanderwege nach der veralteten, 2009 abgeschafften Verwaltungsrichtlinie zur Markierung von Wanderwegen in Brandenburg markiert (farbige Balken und Punkte auf weißem Spiegel). Es gibt nur wenige Markierungszeichen mit abweichenden Symbolen (z. B. Brandenburgischer Klosterweg, Pilgerweg Berlin-Wilsnack).

Für Nach- und Neumarkierungen wird empfohlen, zukünftig folgende Systematik zu berücksichtigen, bei der zu beachten ist, dass die Wegemarken mit Logo quadratisch darstellbar sein müssen, damit sie auf die Wegweiser passen:

<p>Fontaneweg (Hauptroute)</p>	<p>Abgestimmtes Logo für den bereits in Teilen bestehenden Fontanewanderweg⁶</p>	
<p>Fontaneweg (Zuweg/Alternative/Abkürzung)</p>	<p>Variante des abgestimmten Logos (s.o.)</p>	
<p>Fernwanderwege / Regionale Wanderwege z. B.: E10, Brandenburgischer Klosterweg, Pilgerweg Berlin-Bad Wilsnack</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Alte Zeichen und Logos werden beibehalten • Neue Wege erhalten ein eigenes Logo 	
<p>Örtliche Wanderwege / Verbindungswege z. B.: Goldbeck-Dossow</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Logo mit gelben oder grünem Strich für örtliche Wege, roter Strich für überregionale Wege 	
<p>Kommunale Wanderwege z. B.: Wummsee-Rundweg, Heide-Erlebnisweg, Von Moor zu Moor</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Alte Zeichen und Logos werden beibehalten • Neue Rundwege erhalten ein eigenes Logo oder nach alter Brandenburger Markierungsrichtlinie einen grünen Punkt 	

Für den weiterentwickelten Fontanewanderweg ist es sinnvoll, das bereits für die vorhandenen Teilstrecken in Nutzung befindliche Logo weiter zu nutzen. Für Zuwege, Alternativen und Abkürzungen kann eine andersfarbige Variante mit entsprechendem Zusatztext (z. B. „Zuweg“) genutzt werden. Alle Wanderwege sind wandersicher zu markieren, so dass der Wanderer seine Route ohne Karte oder andere Hilfsmittel zuverlässig finden kann.

Das bedeutet:

- Zuverlässig, eindeutig
- Markierung in beide Richtungen
- Markierung „auf Sicht“ (nicht parallel, sondern 45-90 Grad zum Weg)
- An jeder Kreuzung zweifelsfreie Orientierung über den weiteren Verlauf
- Dauerhafte und nachhaltige Betreuung.

⁶ Abgestimmt zwischen dem Amt Temnitz, Neuruppin und Wusterhausen bezüglich des bereits in Teilen bestehenden Fontanewanderweges.

Die Markierung der touristischen Wanderwege der Region sollte daher regelmäßig geprüft und ggf. neu- bzw. nachmarkiert werden.

4.2 Beschilderungssystematik und -Layout

Wegweiser-Standorte:

Wegweiser sind nach der lückenlosen Markierung das zweite wichtige Element des Wegeleitsystems. Sie informieren den Wanderer in knapper Form über Richtung, Ziel und Entfernung und sollten daher an allen für den Wanderer wichtigen Stellen im Wegenetz stehen, insbesondere an:

- **Kreuzungspunkten** markierter Wanderwege: an diesen Stellen müssen Wegweiser stehen, damit sich die Wanderer sicher orientieren können.
- **Ausgangspunkten**: Bahnhof, Ortsmitte, Wanderparkplatz, Bushaltestelle (auch ohne Kreuzungspunkt markierter Wanderwege).
- **Wanderzielen**: Sehenswürdigkeiten, Rastplätzen, Schutzhütten etc.

Wegweiser-Layout:

Um ein einheitliches, wiedererkennbares Erscheinungsbild abzugeben, sollten die Wegweiser der **in den östlichen Bundesländern weitgehend üblichen Grundgestaltung** von Wanderwegweisern folgen (Grundfarbe grün RAL 6005 / Moosgrün, Beschriftung weiß). Es bietet sich an, die gleiche Variante zu wählen, die **in Teilen des Projektgebiets** (z. B. Wummsee-Rundweg und Weg um den Katerbower See) und in ähnlicher Form auch in den Landkreisen Barnim und Potsdam-Mittelmark **bereits umgesetzt** wurde:



Abbildung 12: Beispielfoto Beschilderung Weg um den Katerbower See



Abbildung 13: Beispielfoto Beschilderung Wummsee-Rundweg

Wesentliche Merkmale⁷:

- **Aluminium Hohlkastenprofil** doppelseitig, seitliche Alu-Abschlusskappe
- Grundform: **600 mm x 150 mm** (Breite x Höhe)
- Schriftfarbe ist **Verkehrsweiß auf grünem Hintergrund**
- **Schrifthöhe 20 mm**
- **Name des Weges** (optional) in gelber Schrift
- **Zwei Zielangaben mit Piktogrammen (optional)**
- **Entfernungen in Kilometern** und einer Kommastelle
- Nahziel obenstehend, Fernziel untenstehend
- Rechteckiges Schild mit **aufgedrucktem Pfeil** und Umrandung in Schriftfarbe
- **Einschubprofil für Logoplaketten** 60x60 mm (wie bei der Radwegweisung üblich)
- **Rohrpfosten aus feuerverzinktem Stahl**, Durchmesser 60,3 mm, Länge nach Bedarf 3,00 - 3,50 Meter
- **Erdanker** und **Betonfundament**
- **Standortschild 250 mm x 250 mm** mit weißer Schrift auf grünem Hintergrund und weißer Umrandung, über die Wegweiser montiert.

⁷ Weitere Details sind ggf. im Rahmen der Umsetzungsplanung zu definieren und abzustimmen.

4.3 Wanderinformationstafeln

Wanderinformationstafeln sind vor allem für die diejenigen Wanderer wichtig, die sich spontan zu einer Wanderung entscheiden oder die ohne Karte unterwegs sind, also besonders die Tagesgäste. Ihre Positionierung sollte an **zentralen Ausgangspunkten** erfolgen (z. B. Bahnhof, Parkplatz, Ortsmitte). Darüber hinaus sollen die Infotafeln **leicht zugänglich und klar erkennbar** sein.

Grundelemente einer Wanderinformationstafel:

- **Wanderfreundliche Karte** (Maßstab 1:25.000)
 - alle markierten Wanderwege
 - Nordpfeil, Maßstabsleiste und Legende
 - aktueller Standort deutlich gekennzeichnet
- **Wanderrelevante Ziele** (Parkplätze, Hütten, ÖPNV-Haltestellen)
- **Infotexte** über diejenigen Wanderwege, die von dem jeweiligen Standort aus begangen werden können
 - Beschreibung der **Streckenführung**
 - Angabe der **Gesamtlänge**
 - Informationen über **Besonderheiten** am Weg
 - **TOP-Wanderwege** werden besonders herausgestellt (mit Text/Bild und Höhenprofil sowie hervorgehoben in der Karte, Voraussetzung für eine Zertifizierung!)
- **Standortname** der Wandertafel und **Höhenmeter (m ü. NN)**.

Daneben können natürlich auch **weitere Informationen** aufgenommen werden, wobei darauf geachtet werden muss, dass die Tafel nicht mit Informationen überfrachtet wird oder Elemente schlecht lesbar werden:

- **Weiterführende Links (QR-Code oder NFC-Tag)**
- Informationen zu möglichen Etappenorten
- Info- und Servicenummern
- Informationen zu Unterkünften und Gaststätten
- Wanderregion: Land und Leute, Geschichte
- Kontaktdaten und Öffnungszeiten
- Sonstige Infos: Impressum, Förderinstitutionen, Sponsoren etc.

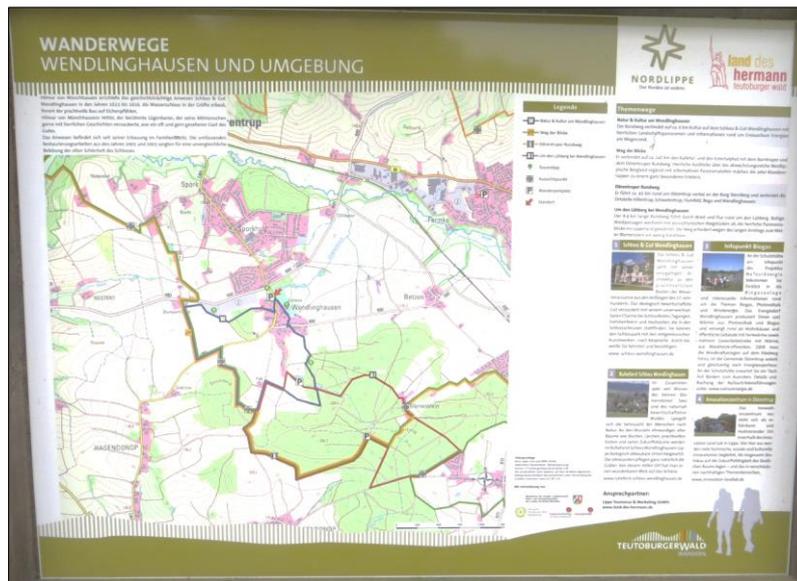


Abbildung 14: Beispielfoto Wanderinformationstafel Dörentrup-Wendlinghausen (Qualitätswanderregion Lippe)

Anstelle von einfachen Wanderinformationstafeln können an besonders wichtigen Ausgangspunkten auch größere und aufwändiger gestaltete **Informationsportale** aufgestellt werden. Zur eindeutigen Orientierung der Wanderer steht neben jeder Wanderinformationstafel ein Wegweiser für die an der Infotafel beginnenden örtlichen Rundwege und die ggf. vorbeiverlaufenden Fernwanderwege.

Layout der Wanderinformationstafeln:

Wanderinformationstafeln sind auch **Imageträger**. Sie sollen für den Besucher einen Wiedererkennungswert besitzen und in ihm den Wunsch wecken, in der Region zu wandern. Feste Vorgaben für einen einheitlichen Gestaltungsrahmen und eine hohe Qualität sind daher unabdingbar. Hierzu zählen:

- Material und Bauart
- Grundmaße
- Gestaltungsraster
- Text- und Farbgestaltung
- Seitenaufbau (Anordnung der Inhalte)
- Kartengrundlagen und -Inhalte.

Im Rahmen des zweiten Workshops zur Wanderwegestrategie wurde von den Teilnehmern beschlossen, die Text- und Farbgestaltung der Wanderinformationstafeln entsprechend dem **Corporate Design der Nationalen Naturlandschaften** auszurichten (Breite 1,20 m, Höhe 1 m). Alle weiteren Details sind im Rahmen der Umsetzungsplanung zu definieren und abzustimmen.



Abbildung 15: Beispielfoto Infotafel im CD der Nationalen Naturlandschaften



Abbildung 16: Text und Farbgestaltung im CD der Nationalen Naturlandschaften

5 Unterhaltungskonzeption der wandertouristischen Infrastruktur

Die Qualitätssicherung der wandertouristischen Infrastruktur spielt für die dauerhafte **Wettbewerbsfähigkeit** von Wanderregionen eine entscheidende Rolle. Attraktive, lückenlos markierte und beschilderte Wanderwege, die sich in einem guten Zustand befinden und gut gepflegte Rastmöglichkeiten sorgen für die **Sicherheit** und ein **positives Feedback** von Wanderern. Positive Bewertungen und Empfehlungen von zufriedenen Wanderern tragen wiederum dazu bei, das **Image und den Ruf der Region** zu verbessern und somit weitere Besucher anzuziehen.

Auch im Hinblick auf die **Nachhaltigkeit der Investitionen**, die in das Wanderwegenetz und seine Begleitinfrastruktur bereits getätigt wurden oder zukünftig noch getätigt werden sollen, stellt eine gut funktionierende Qualitätssicherung ein **unabdingbares Erfordernis** dar. Nicht zuletzt leistet ein gut gepflegtes Wanderwegenetz auch einen wichtigen Beitrag zur **Besucherlenkung**, indem es dafür sorgen, dass die Wanderer auch in sensiblen Naturräumen auf den markierten und beschilderten Wanderwegen bleiben.

IST-Zustand im Projektgebiet:

Aktuell weist die Betreuung der Wanderwege in der Projektregion **erhebliche Schwachstellen** auf. In mehreren Kommunen mangelt es an einer zuverlässigen Kontrolle und Pflege der Wanderwege und der begleitenden Infrastruktur, was unter anderem dazu führt, dass zahlreiche Wege unzureichend oder gar nicht mit Markierungszeichen und Wegweisern ausgestattet sind. Weniger häufig frequentierte Pfade sind stellenweise zugewachsen und die Beseitigung von Schäden an Wegen und Wegweisern dauert oft „monatelang“⁸.

Die Ursachen dafür sind vielfältig und sowohl organisatorischer als auch finanzieller Natur:

1. **Dezentrales Management** auf niedrigem Niveau (kein verbindliches Betreuungssystem, wenig digitales Wegemanagement, teilweise überforderte Bauhöfe, ehrenamtliche Wegewarte und Heimatvereine)
2. **Zu wenig Wegewarte und Wegepaten** (wenig Nachwuchs, geringe Anreize für zu viele Wege, hoher Betreuungsaufwand)
3. Ehrenamtlich allein kaum zu leistendes **breites Aufgabenspektrum**

⁸ Laut Aussage eines Workshop-Teilnehmers.

4. Häufig **unzureichende Koordination** (strategisch und operativ)
5. Der **Finanzierung** der Wanderinfrastruktur und dessen Pflege wird mancherorts von den Gebietskörperschaften nur ein **geringer Stellenwert** beigemessen.

Lösungsansätze:

1. **Zentralisierung:** Zusammenfassung von gleichartigen oder ähnlichen Aufgaben, Kompetenzen und Verantwortung zu einer zentralen Organisationseinheit mit dem Ziel einer optimalen Koordination der Aufgaben und gesteigerter Effizienz.
2. **Professionalisierung:** Verlagerung von ehrenamtlich ausgeübten Tätigkeiten zu hauptberuflich tätigen Akteuren mit dem Ziel einer Effizienzsteigerung.
3. **Sensibilisierung:** Politische Entscheidungsträger für Missstände und Handlungsbedarfe sensibilisieren, mit dem Ziel einer dauerhaften Finanzierung der Qualitätssicherung über die kommunalen Haushalte.

Im Folgenden werden **Vorschläge** aufgeführt, wie diese Lösungsansätze in der Projektregion für die Qualitätssicherung umgesetzt werden können und welche **Organisationsmodelle** dafür in Frage kommen.

5.1 Organisationsstruktur der Qualitätssicherung

Steuerungsgruppe Wanderinfrastruktur (strategische Ebene):



Abbildung 17: Organisationsmodell Steuerungsgruppe Wanderinfrastruktur

Hierbei handelt es sich um ein strategisch orientiertes Steuerungsgremium⁹, welches **mindestens zwei Mal jährlich** tagt¹⁰. Es legt die wandertouristischen Ziele und Wege dorthin fest, die von der operativen Ebene umgesetzt werden sollen.

Wegemanagement-Netzwerk (operative Ebene):

1. Regionale Wanderkoordinationsstelle

Hierbei handelt es sich um eine koordinierende Schnittstelle zwischen der strategischen und der operativen Ebene, die mit **mindestens einer 100% Stelle (unbefristet) für einen Wegemanager** zu besetzen ist. Anzusiedeln ist diese idealerweise **beim Naturpark oder beim Tourismusverband Ruppiner Seenland**. Alternativ könnte die Stelle aber auch bei einem der beiden Landkreise untergebracht werden.

Zu den **wesentlichen Aufgaben** zählen:

- Koordinierung der Sicherung und Weiterentwicklung der Produktqualität im touristischen Wanderwegenetz der Projektregion, z. B.:
 - Planung und Weiterentwicklung der Fern- und regionalen Wanderwege (insbesondere Fontaneweg, deren Zuwege, Alternativen und Abkürzungen)
 - Abstimmung mit benachbarten Organisationen (Landkreise, Tourismusverbände etc.) bei regionsübergreifenden Wegen
 - Unterstützung der Kommunen bei Qualitätsverbesserungen, Zertifizierungen und Wegerückbau
- Administration des digitalen Wegemanagement-Systems und Pflege digitaler Daten des Wanderwegenetzes in der Projektregion (Wege- und Schilderkataster, Infrastruktur-Standorte)
- Bündelung und Abstimmung von Maßnahmen und Aktivitäten im Bereich Wandern (Ansprechpartner für Kommunen und Wegepfleger)
- Beratung und Unterstützung der Kommunen bei der Finanzierung von Maßnahmen inkl. Akquise von Fördermitteln
- Unterstützung der Kommunen bei Genehmigungsverfahren.

⁹ In dem Gremium sollten die in der Abbildung 17 angegebenen Institutionen jeweils durch mindestens einen Vertreter repräsentiert werden.

¹⁰ Die Treffen können fortlaufend von einer der Institutionen (z. B. dem Naturpark oder dem Tourismusverband) oder abwechselnd organisiert werden.

Die **jährlichen Kosten** für die Wanderkoordinationsstelle dürften, sofern eine ganze Stelle dafür angesetzt wird, zwischen 75.000 und 100.000 Euro liegen (grobe Schätzung).

2. Landkreise

Die Landkreise übernehmen im Wegemanagement ebenfalls eine koordinierende und unterstützende Funktion. Dazu benennen sie mindestens einen hauptamtlichen, **für das Wegemanagement im Landkreis zuständigen Mitarbeiter in der Verwaltung** (in den Abbildungen 18 und 19 als Kreis-Koordinator bezeichnet). Zu den Hauptaufgaben zählen:

- Ansprechpartner für die regionale Wanderkoordinationsstelle und die Kommunen, insbesondere bei der Planung und Abstimmung von regionsübergreifenden Wanderwegen
- Einsetzung eines Kreiswegewarts, Rekrutierung und Schulung von Wegewarten.¹¹

Um Überschneidungen zu vermeiden, sind die genauen Aufgaben und Verantwortlichkeiten der Kreis-Koordinatoren mit denen des regionalen Wegemanagers abzustimmen.

3. Kommunen

Auf kommunaler Ebene ist ebenfalls **mindestens ein hauptamtlicher Mitarbeiter in der Verwaltung (Kommunaler Koordinator)** für planerische und koordinierende Aufgaben des Wegemanagements zu benennen. Dazu zählen insbesondere:

- Planung kommunaler (Rund-) Wanderwege und Verbindungswege
- Abstimmung mit Eigentümern und Behörden (Wegeverläufe, Wanderinfrastruktur)
- Koordination der Wegeinstandhaltung, Anbringung und Reparatur von Wegweisern, Wanderinformationstafeln und Rastmöglichkeiten für alle auf dem Gemeindegebiet verlaufenden Wanderwege
- Ansprechpartner für regionale Koordinatoren und alle, die an der praktischen Wegepflege mitwirken (Wegewarte, Bauhöfe etc.)
- Finanzierung von Maßnahmen.

¹¹ Innerhalb des Projektgebietes nur dann relevant, wenn zur praktischen Pflege der Wanderinfrastruktur das „klassische“ Wegewarte-System umgesetzt wird (siehe folgender Abschnitt: Variante 1).

4. Praktische Pflege der Wanderinfrastruktur

Für eine funktionierende Betreuung und Pflege der Wanderinfrastruktur kommen verschiedene Modelle in Frage. Die nachfolgenden Überlegungen beschreiben **zwei Betreuungsmodelle**, die unter Berücksichtigung der örtlichen Gegebenheiten sinnvoll und umsetzbar erscheinen.

Variante 1:



Abbildung 18: Organisationsmodell Wegemanagement-Netzwerk - Variante 1

Dieses Modell baut weitestgehend auf bisherigen Strukturen auf. Grundlage bildet eine **koordinierte Zusammenarbeit und Arbeitsteilung zwischen vielen Beteiligten**, die sich gemeinsam verpflichtet sehen, eine hohe Qualität der Wanderwegeinfrastruktur sicherzustellen. Die Zuständigkeit für die praktische Betreuung und Pflege der Wanderinfrastruktur bleibt weitestgehend bei den Kommunen. Die Landkreise sind lediglich für übergeordnete Wege zuständig.

Die **Kreiswegewarte sollten möglichst hauptamtlich tätig sein**, da hinsichtlich ihrer fachlichen Qualifikationen besondere Anforderungen gestellt werden. Eine Schulung in Markierungsrichtlinien und Qualitätskriterien ist dabei besonders wichtig. Zu ihren **Hauptaufgaben** zählen:

- Organisation und Leitung von Arbeitseinsätzen auf Kreisebene, insbesondere Markierungs- und Beschilderungsarbeiten
- Unterstützung der Kommunen bei der Akquise, Berufung und Qualifizierung der Ortswegewarte
- Koordination, Kontrolle und fachliche Unterstützung der Ortswegewarte im Landkreis

- Ansprechpartner für die Regionale Wanderkoordinationsstelle (für Infrastruktur, digitales Wegemanagement, Weiterbildung).

Die in der Regel **ehrenamtlich tätigen Ortswegewarte** werden von den Kommunen berufen. Es liegt daher in der Verantwortung der Kommunen in Abstimmung mit den Kreiswegewarten, die konkreten Aufgaben und Zuständigkeiten für Ortswegewarte bedarfsgerecht zu vereinbaren und festzuhalten. Im Wesentlichen zählen dazu:

- Markierung der kommunalen Wanderwege (ggf. Fern- und Regionale Wanderwege in Absprache mit dem Kreiswegewart)
- Regelmäßige Kontrollgänge an den markierten Wanderwegen (2x jährlich, kann an **Wegepaten** delegiert werden, die regelmäßig auf freiwilliger Basis die Ortswegewarte unterstützen, indem sie leicht zu bewältigende Aufgaben der Wegekontrolle und -pflege übernehmen)
- Beseitigung einfacher Mängel im Wegeleitsystem (z. B. Säubern und Freischneiden von Wegweisern und Informationstafeln)
- Meldung von Mängeln und Gefahren an Kommune, Forst, Kreiswegewart.

Jede Kommune muss mindestens einen Ortswegewart bestellen. In Kommunen mit einem umfangreichen Wanderwegenetz sind die aufgeführten Aufgaben jedoch kaum von Einzelnen, zumal meist ehrenamtlich Tätigen, vollständig realisierbar. Erfahrungsgemäß kann ein ehrenamtlicher Ortswegewart **maximal 30 Kilometer Wanderwege** betreuen. Dementsprechend sind bei einer größeren Wegelänge einzelne Abschnitte (Etappen) zu bilden und jeder Etappe mindestens ein Wegewart zuzuweisen. Neu ernannte Ortswegewarte werden durch den Kreiswegewart geschult und in fachlichen Fragen unterstützt, so dass sie in der Lage sind, ihre Arbeit fachgerecht, sorgsam und nach einem einheitlichen Qualitätsstandard auszuführen.

Eine Befragung im Projektgebiet hat ergeben, dass einige Kommunen derzeit keinen Ortswegewart haben und dass es schwierig ist, engagierte Personen für diese Aufgaben zu finden. Daher empfiehlt es sich, die Suche durch besondere **Werbekampagnen und Anreize** zu unterstützen, z. B. durch Aufrufe in lokalen Medien, kostenlose Schulungen, Einladungen zu Wanderveranstaltungen und eine angemessene Aufwandsentschädigung.

Die Höhe der **Aufwandsentschädigung** sollte dabei grundsätzlich über die tatsächlichen Auslagen (für Werkzeug, Materialkosten, Fahrtkosten und verschmutzte Kleidung) hinausgehen und eine gewisse Anerkennung der Tätigkeit beinhalten. Als Richtschnur für eine von den Auftraggebern zu fordernde ehren-

amtliche Aufwandsentschädigung für die Tätigkeit der Wegemarkierung sollten mindestens 10,- Euro pro Kilometer plus Materialkosten (pro Jahr) gelten.

Bauhöfe und Forstbetriebe müssen personell (und finanziell) so ausgestattet sein, dass sie die zusätzlichen Aufgaben zeitnah erledigen können. In ihren Aufgabenbereich fallen:

- Wegebau, Wegepflege
- Montage und Pflege von Wegweisern
- Infrastrukturpflege (Hütten, Informationstafeln, Rastplätze).

Variante 2:

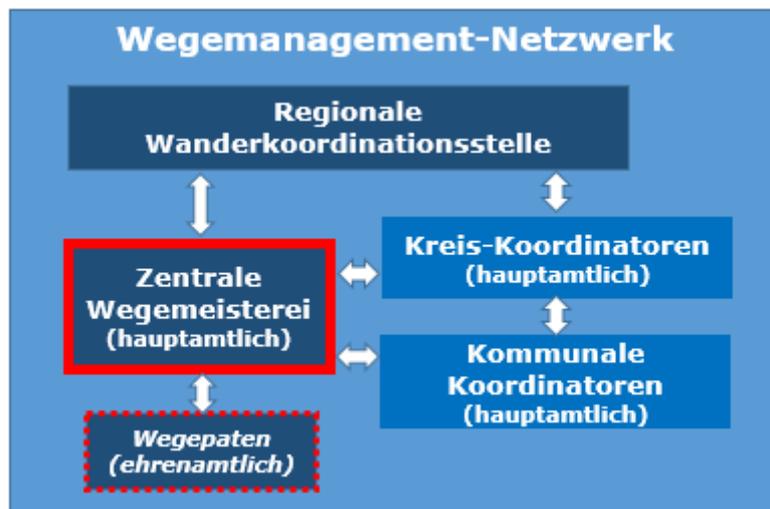


Abbildung 19: Organisationsmodell Wegemanagement-Netzwerk - Variante 2

Dieses Modell setzt auf eine Zentralisierung und Professionalisierung der praktischen Betreuung und Pflege der Wanderinfrastruktur. Der größte Teil der anstehenden Arbeiten wird nicht (mehr) von Kreiswegewarten, ehrenamtlich tätigen Ortswegewarten und Wegepaten, Bauhöfen und Forstbetrieben geleistet, sondern von einer **Zentralen Wegemeisterei**, die bei der Wegekontrolle **gegebenenfalls durch ehrenamtliche Wegepaten unterstützt** werden kann.

Dabei handelt es sich um eine Körperschaft (z. B. Verein oder gGmbH) mit **3-4 hauptamtlichen Mitarbeitern**. Der Hauptsitz sollte innerhalb des Projektgebietes möglichst zentral gelegen sein, um längere Anfahrtswege zu vermeiden.

Für den Betrieb sind **mindestens ein Büro, ein Materiallager, eine Werkstatt und ein Fuhrpark erforderlich**. Er könnte beim Naturpark, beim Landkreis, bei einem Forstbetrieb, städtischen Bauhof oder örtlichen Verein (z. B.

dem Heimatverein Rheinsberger Seenkette e.V.)¹² angesiedelt sein. Aufgrund der räumlichen Ausdehnung der Projektregion wäre auch eine Aufteilung auf zwei oder drei Standorte denkbar.

Zu den Hauptaufgaben der zentralen Wegemeisterei zählen:

- Regelmäßige Kontrolle des Zustandes aller priorisierten Wanderwege (Priorität A, B und P)
- Markierung von Wanderwegen
- Installation, Kontrolle, Wartung und Reparatur von Pfosten, Wegweisern, Infotafeln, Bänken, Schutzhütten etc.
- Freischneiden von Pfaden, Markierungszeichen, Wegweisern etc.
- Reparatur von Wegeschäden und Beseitigung von Hindernissen (z. B. quer liegenden Ästen und Baumstämmen)
- Ansprechpartner für die regionale Wanderkoordinationsstelle.

Praxis-Beispiel:

Naturpark-Meisterei Thüringer Wald



Mit der Naturpark-Meisterei Thüringer Wald hat der Naturpark Thüringer Wald e.V. eine Einrichtung geschaffen, die unter anderem für ein einheitliches Erscheinungsbild der touristischen Infrastruktur sorgt. Der Fokus der Naturpark-Meisterei Thüringer Wald liegt dabei auf der Instandsetzung und Wert-erhaltung der Wege, der Beschilderung und der wegbegleitenden Infrastruktur, wie Info-Tafeln, Schutzhütten und Bänke.

„Die Naturpark-Meisterei Thüringer Wald ist seit Juni 2020 aktiv dabei, die touristische Infrastruktur in den Gemeinden des Naturparks Thüringer Wald auf ein einheitliches Niveau, in ihrer Qualität und Sichtbarkeit in touristischer sowie typisch regionaler Hin-sicht, zu bringen. Hauptamtliche Mitarbeiter sorgen dauerhaft für die beständige Werter-haltung über die gesamte Gebietskulisse des Naturparks Thüringer Wald.“

www.naturpark-thueringer-wald.de/m/seite/589153/naturpark-meisterei.html

¹² Der Heimatverein Rheinsberger Seenkette betreut derzeit ca. 250 km Rad- und Wanderwege im Stadtgebiet Rheinsberg und Ortsteile (siehe Anhang).

Variantenvergleich:

Aspekt	Variante 1	Variante 2
Personal	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Wegemanager (hauptamtl. regionaler Koordinator) • 2 Kreiswegewarte (hauptamtlich) • 25-30 Ortswegewarte und Wegepaten (ehrenamtlich) • Bauhof- und Forst-Mitarbeiter (nach Bedarf) 	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Wegemanager (hauptamtl. regionaler Koordinator) • 3-4 Wegemeister (hauptamtlich)
Professionalität Qualifizierung	<ul style="list-style-type: none"> • Einmalige Schulung der Kreiswegewarte in Qualitätskriterien und Markierungssystematik • Regelmäßige Schulung und Kontrolle der Ortswegewarte durch Kreiswegewarte 	<ul style="list-style-type: none"> • Basisqualifikation durch berufliche Ausbildung (z. B. Gartenbaufachwerker, Straßenwärter) • Einmalige Schulung in Qualitätskriterien und Markierungssystematik
Verfügbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Stark abhängig vom persönlichen Engagement und Zeitplan der Ehrenamtler • Abhängig von der personellen Ausstattung und Auslastung der Bauhöfe/Forstbetriebe 	<ul style="list-style-type: none"> • Im Rahmen der vereinbarten Arbeitszeiten ständig verfügbar
Koordination/ Kommunikation	<ul style="list-style-type: none"> • Hoher Aufwand 	<ul style="list-style-type: none"> • Mäßiger Aufwand
Erstinvestition	<ul style="list-style-type: none"> • Werbekampagne zur Akquise von Ortswegewarten und Wegepaten, Schulungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Personalsuche • Schulungen • Fuhrpark, Werkzeuge, Büroausstattung
Jährliche Kosten	<p>Ca. 320.000 bis 420.000 Euro (grobe Schätzung):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personalkosten: 1 Wegemanager, 2 Kreiswegewarte, 2-3 zusätzliche Mitarbeiter bei den Bauhöfen und Forstbetrieben • Fahrtkosten, Bürokosten, Materialkosten etc. • Aufwandsentschädigungen für Ortswegewarte und Wegepaten 	<p>Ca. 300.000 bis 400.000 Euro (grobe Schätzung):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personalkosten: 1 Wegemanager, 3-4 Wegemeister • Fahrtkosten, Bürokosten, Materialkosten etc.

Fazit und Empfehlung zur Organisationsstruktur der Qualitätssicherung:

Zur nachhaltigen Qualitätssicherung der Wanderwegeinfrastruktur in einer qualitativ anspruchsvollen Wanderregion müssen Wegemanagement und Wegepflege gut funktionieren.

Für das zukünftige **Wegemanagement** in der Projektregion empfiehlt sich daher die **Einrichtung einer zentralen Koordinationsstelle**, die für den Erhalt des gesamten Wege- und Beschilderungssystems zuständig ist. Zur Einsparung von Kosten und besseren Auslastung kann diese auch für ähnliche Aufgabenbereiche (Radwege-/Freizeitwegenetz) genutzt werden.

Zur Einsparung von Kosten besteht die Möglichkeit, ähnliche Aufgaben zu kombinieren und eine **gemeinsame Koordinationsstelle für Wanderwege und Radwege** (oder auch alle sonstigen Freizeitwege) einzurichten.

Für die **praktische Pflege der Wanderwegeinfrastruktur** erscheint die **Gründung einer zentralen Wegemeisterei** (Variante 2) die nachhaltigere Lösung zu sein. Diese ist zwar mit höheren Anfangsinvestitionen verbunden, zeigt aber deutliche Vorteile in der Verfügbarkeit, Professionalität und Koordination der Arbeit. Bei den zu erwartenden jährlichen Kosten liegt die Wegemeisterei in etwa gleichauf mit dem Wegewarte-Modell (Variante 1).

Weitere Synergien könnten erzielt werden, indem man vorhandene Räumlichkeiten, Fuhrpark und/oder Werkzeuge eines gut ausgestatteten **Bauhofes** oder **Forstbetriebes** (mit entsprechender vertraglicher Regelung) mitbenutzt. Dort, wo ehrenamtliche Wegewarte und/oder Wegepaten vorhanden sind, können diese weiterhin als **Mängelmelder** unterstützend tätig sein.

5.2 Digitales Wegemanagement

Kartenausdruck und Buntstift gehören für ein effektives Management des Wanderwegenetzes weitgehend der Vergangenheit an. Die Wegeverwaltung findet heute digital statt. Dafür gibt es verschiedene Systeme auf dem Markt (z. B. ArcGIS von ESRI, QGIS, Quo Vadis, NatursportPlaner vom Deutschen Wanderverband, VP-Info vom Planungsbüro VIA, Tourinfra von green-solutions, Destination Pro+ von Outdooractive). Je nachdem welches System zum Einsatz kommt und welche Zugriffsrechte (Standardzugang oder Bearbeitungszugang) an die jeweiligen Nutzer vergeben werden, können diese mit Hilfe der digitalen Wegeverwaltung folgende Aufgaben erledigen:

Anwendungen im Standardzugang:

- sich über die Datenlage zu den Wegeverläufen in einem bestimmten Gebiet informieren
- die tatsächliche Wegeführung mit dem Datenbestand abgleichen
- Kartenausschnitte mit den relevanten Wegeinformationen und Wegpunkten (z. B. Schilderstandorten) ausdrucken.

Anwendungen bei Bearbeitungszugang (für geschulte Wegebetreuer):

- Strecken und Wegpunkte von den ggf. bei der Datenerfassung zum Einsatz kommenden GPS-Geräten auslesen und weiterbearbeiten
- Änderungen im Wegeverlauf schnell und unkompliziert erfassen und bearbeiten
- Meldungen und Vorschläge (z. B. zu Streckenverlegungen) kommunizieren
- Informationen mit anderen Systemen und Akteuren austauschen (z. B. für die Abstimmung mit Forst und Naturschutz oder für die Produktion bzw. Aktualisierung von Wanderkarten)
- Wegen oder einzelnen Streckenabschnitten bestimmte Informationen über deren Eigenschaften (Attribute) zuordnen (z. B. die Oberflächenbeschaffenheit)
- POIs und Infrastrukturelemente (z. B. Rastmöglichkeiten, Schutzhütten, Wegweiser) als Wegpunkte erfassen und diese zusätzlich mit Fotos, Dokumenten oder Beschreibungen anreichern
- Wege und POIs in Karten graphisch darstellen (z. B. für die Netz- und Beschilderungsplanung oder die Vorbereitung von Kontrollen).

Variantenvergleich:

System Feature	GIS-/GPS-Software (div. Marken)	Natursport-Planer (DWV)	Tourinfra (green-solutions)	Destination Pro+ (Outdooractive)
Datenaufnahme im Gelände	GPS-Gerät	GPS-Gerät	DMS-App (offline-fähig)	DMS-App
Editierung von Wegsegmenten	Online-Netzeditor oder QGIS	Online-Netzeditor oder QGIS	Online-Streckeneditor	QGIS
Beschilderungsplanung	Verwaltung von Standortdaten	Verwaltung von Standortdaten	Online-Schildereditor mit Datenexport für Schilderproduktion	Online-Schildereditor mit Datenexport für Schilderproduktion
Abstimmung von Neuplanungen mit lokalen Interessengruppen im System	Nein	Ja	Ja	Ja
Aufgaben erstellen, verwalten und dokumentieren	Nein	Ja	Ja	Ja
Rückmeldungen von Benutzern	Nein	Nein	Ja	Ja
Datennutzung im Tourenplaner (Routing)	Nein	Nein	Nein	Ja
Direkte Verbindung mit allen touristischen Frontends	Nein	Nein	Nein	Ja
Software-Installation	Erforderlich	Nicht erforderlich (Online-System)	Nicht erforderlich (Online-System)	Nicht erforderlich (Online-System)
Kosten für Lizenz/Zugänge	Q-GIS kostenlos	Ca. 450-900 Euro p.a. (10 Zugänge)	Ca. 3.500 Euro + 1.000 Euro Landkreis	4.800 Euro ¹³ /Jahr +2.000 Euro für Einrichtung
Kosten für Schulung	Ggf. nach Angebot	1.800 Euro (12 Pers.)	Nach Angebot	Ca. 1.200 Euro (digital, 2 halbe Tage, bis 12 Pers.)

¹³ Aufgrund einer Kooperationsvereinbarung der Nationalen Naturlandschaften (NNL) und dem Verband Deutscher Naturparke (VDN) mit Outdooractive würde der Naturpark eine deutliche Ermäßigung bekommen und lediglich 1.200 Euro / Jahr sowie 1.000 Euro Einrichtungsgebühr bezahlen.

Fazit und Empfehlung zum digitalen Wegemanagement:

Die Weiterentwicklung der Wanderregion geht erfahrungsgemäß mit einem breiten Aufgabenspektrum einher, welches von reinen Planungs-, Koordinations- und Abstimmungsvorgängen über Beschilderungsplanung bis zur Einspeisung von Daten in Tourenplaner und Vermarktungsplattformen (z. B. der Tourismusmarketing Brandenburg) reicht. Hierfür ist es sinnvoll, ein digitales Wegemanagement-System einzuführen, welches **mit allen dafür erforderlichen Funktionen und Schnittstellen ausgestattet** ist.

Aufgrund bestehender Kooperationen der Nationalen Naturlandschaften (NNL) sowie der Tourismusmarketing Brandenburg GmbH (TMB) mit Outdooractive und sich daraus ergebenden Kostensynergien wird die Anschaffung des digitalen Wegemanagementsystems **Destination Pro+** empfohlen.

Wesentliche Vorteile:

1. Effektives Management von Routen und Wegen: Verwaltung, Planung und Aktualisierung von Wander- und Radwegen sowie anderen Outdoor-Routen.
2. Verbesserte Sicherheit: Anlegen von Hinweisen und Sperrungen, von Sperrungen betroffene Routen gehen offline.
3. Mobile Nutzung: über die OA My Business-App können Standortdaten vor Ort aufgenommen und gepflegt werden, Begehungen dokumentiert und Aufgaben erstellt werden.
4. Verbesserte Benutzererfahrung: Die Plattform bietet detaillierte Informationen über die Routen, Sehenswürdigkeiten und Aktivitäten.
5. Steigerung der Sichtbarkeit: Destination Pro von Outdooractive ist durch die Veröffentlichung der Routen und Aktivitäten auch ein Marketinginstrument.
6. Effizienzsteigerung: Optimierung der internen Abläufe, Verwaltung aller relevanten Daten in einem System und dadurch Beschleunigung von Arbeitsprozessen: Erstellung von standortspezifischen Aufgaben und Benachrichtigung der Verantwortlichen.
7. Schnittstelle zur TMB, DAMAS-Datenbank ist vorhanden: Die Tourendaten aus Outdooractive werden über eine Schnittstelle in die neue zentrale Tourismusdatenbank exportiert und können über einen Websit-Baukasten auf der eigenen Internetseite ausgespielt werden.
8. Verwaltung von Schilderhalten und Ausgabe als pdf für Druck.

5.3 Verkehrssicherungspflicht und Haftungsfragen

Verkehrssicherungspflicht und Haftung auf Wanderwegen

Verbunden mit dem Betretungsrecht ist die Frage nach der Haftung auf und an Wanderwegen, was immer wieder im Zusammenhang mit der Verkehrssicherungspflicht diskutiert wird und oft zu großer Unsicherheit beiträgt. Hinsichtlich der Haftung auf Wanderwegen gelten die Regeln des **§ 823 Abs. 1 Bürgerliches Gesetzbuch (BGB) zur Schadensersatzpflicht**. Darin heißt es, *wer vorsätzlich oder fahrlässig [...] die Gesundheit oder das Eigentum [...] eines anderen widerrechtlich verletzt, ist dem anderen zum Ersatz des daraus entstehenden Schadens verpflichtet.*“

Verkehrssicherungspflicht ist die **Verhaltenspflicht zur Abwehr von Gefahrenquellen**, deren Unterlassen zu Schadensersatzansprüchen führen kann. Derjenige, der eine Gefahrenquelle schafft oder unterhält, hat demnach die Pflicht, die notwendigen und zumutbaren Vorkehrungen zu treffen, um Schäden anderer zu verhindern. Auch Wanderwege müssen den Erfordernissen der öffentlichen Sicherheit entsprechen. Soweit keine anderslautenden Vereinbarungen zur Übertragung der Verkehrssicherungspflicht getroffen wurden, ist der **Eigentümer** (z. B. Kommunen, Forst, private Waldbesitzer etc.) verkehrssicherungspflichtig.

Das Brandenburgische Naturschutzausführungsgesetz (BbgNatSchAG) und das Waldgesetz des Landes Brandenburg (LWaldG) betonen jedoch deutlich, dass das von den Eigentümern zu duldende Betreten von Natur und Landschaft sowie Waldgebieten für den Erholungssuchenden **auf eigene Gefahr** erfolgt. Das bedeutet, dass für Eigentümer **keine Haftung für natur- und waldtypische Gefahren** besteht.

Natur- und waldtypische Gefahren sind:

- abgebrochene, abbrechende oder herabfallende Äste
- umgestürzte und umstürzende Bäume
- Wurzeln und Steine, über die man stolpern kann
- Steinschlag
- rutschige Blätter, matschige Stellen, vereiste Wege
- Abflussrinnen und Ausspülungen, Überflutungen der Wege
- tiefe Fahrspuren von Forst- und Landwirtschaftsverkehr oder Schlaglöcher,
- gut erkennbare Forstschränken, in den Wegkörper eingelassene Wildgatter
- abgestellte Forstmaschinen, Verkehr mit Forstmaschinen
- ordnungsgemäß gelagerte Holzpolter.

Jeder der sich in der freien Natur bewegt, geht wissentlich das Risiko ein, auf diese Gefahren zu treffen. Aus dem allgemeinen **Betretungsrecht** und der damit verbundenen Duldungspflicht entstehen dem Eigentümer **keinerlei zusätzliche Sorgfaltsmaßnahmen oder Verkehrssicherungspflichten**, auch nicht bei Wanderwegen.

Für walddtypische Gefahren besteht grundsätzlich keine Prüfungs- und auch keine Beseitigungspflicht. Regelmäßige Baumkontrollen, wie diese im Grenzbereich von Privatgrundstücken sowie zu öffentlichen Wegen und Straßen vorgeschrieben sind - unabhängig davon ob hier ein Wanderweg entlangführt oder nicht -, sind laut BGH-Urteil vom 02.10.2012 (Az.: VI ZR 311/11) Grundstückseigentümern nicht zuzumuten.

Das Grundsatzurteil besagt: **Für walddtypische Gefahren besteht auf Waldwegen grundsätzlich keine Verkehrssicherungspflicht.**

In Waldbeständen und an Waldwegen ist eine Haftung grundsätzlich ausgeschlossen. Das Risiko des Waldbesuchs liegt beim Erholungssuchenden. Der Erholungssuchende hat in Wäldern keinen Anspruch auf das üblicherweise eingeräumte Sicherheitsvertrauen. Aus Rücksicht auf die berechtigten Interessen der Waldeigentümer hat der Gesetzgeber die ansonsten relevante Sicherheits-erwartung nicht gewährt. Der Erholungssuchende hat hier ein Eigenrisiko und eine Eigenverantwortung. Im Zuge dessen muss er auch eine gewisse Sorgfalt in eigener Sache walten lassen und darf sich auch nicht bei Bänken oder Schutzhütten auf eine vollständige Sicherheit vertrauen. Lässt der Waldbesucher die erforderliche Eigenvorsorge vermissen, kann ihm bei einem Schaden auch ein Mitverschulden vorgeworfen werden.

Es gibt jedoch **zwei Gefahrentypen**, bei denen sehr wohl eine **Pflicht zur Gefahrenbeseitigung des Eigentümers** besteht:

1. **Sogenannte „Megabaumgefahren“**: Das sind für jeden - auch für Laien - **sichtbare Gefahren, die zu einem Schaden führen können.**

Diese Gefahr kann beispielsweise von einem Baum ausgehen, der stark geschädigt aussieht und umzustürzen droht (in Richtung Wanderweg) oder der aufgrund eines Sturmereignisses mehr oder weniger entwurzelt worden ist und sich über einen Weg geneigt hat oder gestützt durch andere Bäume über einem Weg hängt und herabzustürzen droht. Waldbesitzer sind nicht verpflichtet nach solchen Gefahren im Rahmen regelmäßiger Kontrollen zu suchen, müssen diese jedoch haftungsvorsorglich beseitigen, sobald sie Kenntnis davon erhalten haben.

Solche als Megabaumgefahren erkannte Waldbäume an zumindest mäßig von Erholungssuchenden genutzten Waldwegen sollten gefällt oder so eingekürzt werden, dass von ihnen keine Lebensgefahr mehr ausgeht. **Nach extremen Wetterereignissen** muss der Waldbesitzer die Waldwege auch flüchtig daraufhin prüfen, ob akute Megabaumgefahren entstanden sind.

2. **Atypische Gefahren**: Diese nicht walddtypischen Gefahren sind **Gefahren, mit denen der Waldbesucher nicht rechnet**, weil sie sich nicht aus der Natur der Bäume ergeben und auch nicht aus der Bewirtschaftung des Waldes resultieren.

Das können Abbruchkanten von einem Steinbruchbetrieb, Baugruben oder sonstige Bodenaushebungen in den Waldbeständen, Bauarbeiten mit einem Graben quer über den Weg, gespannte und schlecht sichtbare Drähte im Waldbestand, Weidezäune über einen Waldweg o.ä. sein.

Diese **atypischen Gefahren müssen zur Gefahrenabwehr kenntlich gemacht** (z. B. Absperrung) **oder beseitigt werden**. Für Gefahren, die erkennbar sind und denen ausgewichen werden kann, haftet der Waldbesitzer nicht.

Eine ganz normale und **vollumfängliche Verkehrssicherungspflicht**, die regelmäßige Kontrollen des Baumbestandes durch den Eigentümer erfordert, ergibt sich an **öffentlichen (gewidmeten) Straßen** und Eisenbahnstrecken sowie bei waldrandnaher Bebauung.

Verkehrssicherungspflicht: Erholungseinrichtungen und Bauwerke

Bei Wanderwegen ergibt sich eine Verkehrssicherungspflicht durch das Vorhandensein von „Erholungseinrichtungen“ (Bänke, Rastplatz etc.) und Bauwerken (Schutzhütte, Brücke etc.). Dabei sind durch **regelmäßige Kontrollen Baumgefahren im Umkreis einer Baumlänge um die Erholungseinrichtung oder das Bauwerk zu prüfen**. Weiterhin ist auch die technisch-bauliche Sicherheit der jeweiligen Erholungseinrichtung bzw. des Bauwerks regelmäßig zu kontrollieren und schriftlich zu dokumentieren.

Es bestehen damit unabhängig voneinander zwei unterschiedliche Verkehrssicherungspflichten für den Waldbesitzer:

1. walddtypische Gefahren
2. technische und bauliche Sicherheit

Mit **Erholungseinrichtungen und Bauwerke** sind gemeint: künstlich errichtete bauliche Anlagen wie Ruhebänke, Tische, Rastplätze, Schutzhütten, Grillhütten, Aussichtstürme und Baumwipfelpfade, aber auch sonstige bauliche Anlagen wie Brücken, Geländer, Zäune, Stege, Forstschränken oder auch Wegweiser-Standorte.

Auch für Trimm-Dich-Parcours, (größere) Waldlehrpfade oder Waldparkplätze besteht eine Verkehrssicherungspflicht, wodurch in einem Radius einer Baumlänge die Bäume in regelmäßigen Abständen auf ihre Standsicherheit hin zu prüfen sind und dort auch nicht unmittelbar starke Totäste hängen dürfen (Regelkontrolle). Für derartige Erholungseinrichtungen und Bauwerke besteht eine **besondere Sorgfaltspflicht** und kann im Falle eines Unfalls ggf. eine Haftung seitens des Eigentümers resultieren.

- ➔ Ein klassisches Beispiel wäre ein Handlauf, der zur Absicherung des Wanderweges installiert wurde. Ist dieser nicht mehr standsicher und führt zu einer Verletzung des Wanderers, muss von unterlassener Sorgfaltspflicht ausgegangen werden, weil der Wegebenutzer von einem funktionsfähigen Handlauf ausgehen kann. „Problemfälle“ können neben morschen Geländern, beschädigten Brücken(-geländern), losen Treppenstufen auch nicht mehr standsichere Wegweiserpfosten, beschädigte oder verbogene Wegweiser sein.
- ➔ Bei „**größeren**“ **Bauwerken** wie Aussichtstürmen oder -plattformen ist zu beachten, dass für die **technische und bauliche Prüfung** der erforderliche Sachverstand vorhanden sein muss. Hier müssen für amtliche Prüfungen und ggf. Sicherheitsgutachten sachverständige Personen beauftragt werden. Wenn eine Holzbrücke Teil eines Wanderweges ist, muss dringend geklärt werden, wer für die Unterhaltung der Brücke verkehrssicherungspflichtig ist

Eine **Übertragung der Verkehrssicherungspflicht** ist möglich. Zunächst trifft die Verkehrssicherungspflicht den Eigentümer des Waldgebietes. Sie kann aber auf andere Personen oder Institutionen (die z. B. mit der Erstellung und/oder der Wartung des Weges und der Anlagen betraut sind) übertragen werden. Daher ist in jedem Fall für einen Wanderweg durch **Gestattungsverträge** mit dem Eigentümer zu klären, wer für die Verkehrssicherungspflicht zuständig ist. Die Verkehrssicherungspflicht für die Bäume, die im Baumwurfbereich von Erholungseinrichtungen und Bauwerken stehen, sollte möglichst beim Waldbesitzer verbleiben, da er seinen Waldbestand besser kennt als der Wanderverein oder die Tourismusorganisation und dort die nötige Sachkenntnis zur Beurteilung des Baumbestandes vorhanden ist (Förster).

Zu beurteilende Bereiche im Wald:

Bereiche	Gefahren	Verkehrssicherungspflicht
Waldwege, Wanderwege	waldtypische Gefahren	Nein
Erholungseinrichtungen	Baumgefahren im Umkreis einer Baumlänge	Ja
Erholungseinrichtungen	technisch-bauliche Sicherheit	Ja
Sonstige Einrichtungen und Bauwerke	technisch-bauliche Sicherheit	Ja
Öffentliche Straßen und Eisenbahnstrecken	Baumgefahren	Ja
Waldrandnahe Bebauung	Baumgefahren	Ja

Fazit:

Das allgemeine Betretungsrecht von Natur und Landschaft sowie Waldgebieten erfolgt für den Erholungssuchenden auf eigene Gefahr. Damit besteht auf ausgewiesenen und markierten Wanderwegen für natur- und waldtypische Gefahren grundsätzlich auch keine Verkehrssicherungspflicht. Für Erholungseinrichtungen und Bauwerke besteht eine erhöhte Sorgfaltspflicht und Verkehrssicherungspflicht, die die Prüfung von Baumgefahren und der technisch-baulichen Sicherheit erfordert.

Praxistipp:

Bei der **regelmäßigen Kontrolle** der Markierung des Wanderweges ist dieser auch zusätzlich nach dem Vorhandensein von Megabaumgefahren zu prüfen. Bei Erholungseinrichtungen wie Bänken, Schutzhütten oder Wegweiser ist speziell im Umkreis einer Baumlänge nach Baumgefahren Ausschau zu halten. Zudem ist für diese die technisch-bauliche Sicherheit zu prüfen. Sind Gefahren oder Schäden vorhanden, sind diese zu melden, damit sie umgehend beseitigt bzw. behoben werden können. Die **Kontrollbegehung** ist regelmäßig **einmal jährlich durchzuführen und zu dokumentieren**. Werden Gefahren oder Schäden außerhalb der Kontrollbegehung bekannt (z. B. nach extremen Wetterereignissen), sind sie umgehend zu melden, damit sie beseitigt bzw. behoben werden können.

5.4 Finanzielle Absicherung der Unterhaltung

Auch in relativ strukturschwachen Landkreisen muss **der Erhalt einer hochwertigen Wanderinfrastruktur** von der öffentlichen Hand finanziert werden. Diese ist **absolut notwendig**, da sie einen wichtigen Beitrag leistet:

- zur Sicherung der Lebensqualität der Bevölkerung
- zur touristischen Wertschöpfung in Betrieben
- zum Erhalt von weichen Standortfaktoren
- zum Naturschutz (durch Besucherlenkung).

Die **Sensibilisierung der Politik** für diese Notwendigkeit ist daher eine immerwährende Aufgabe.

Zwar besteht grundsätzlich die Möglichkeit, **zusätzliche Einnahmen** (Spenden, Sponsoring, Stiftungen, Tourismusabgaben etc.) zu generieren. Erfahrungsgemäß kann dadurch in der Regel jedoch nur ein relativ geringer Anteil der Unterhaltungskosten gedeckt werden.

Durch die Zentralisierung von Wegemanagement und Wegepflege lassen sich erfahrungsgemäß **Synergien** erzielen, die zu einer Kostenreduzierung beitragen (z. B. durch geringeren Aufwand für Schulungen, größere Bestellmengen, bessere Auslastung).

Umlagefinanzierung:

Die Finanzierung der Erstinvestition sowie der jährlichen Kosten für das Wegemanagement und die Wegepflege erfolgen im **Umlageverfahren**. Dabei wird der Kostenanteil der **Landkreise** und der **Kommunen** nach einem zuvor **gemeinsam festgelegten Schlüssel** berechnet. Ausschlaggebend ist dabei der Anteil von Wegekilometern im gesamten zu verwaltenden und zu pflegenden Wanderwegenetz der Region.

Den Ergebnissen der IST-Analyse zufolge ergeben sich für das Wanderwegenetz der Region folgende **Wegekilometer¹⁴ je Kommune**. Es handelt sich dabei um die summierten Strecken der erfassten Fern-, Regionalen, Orts- und Kommunalen Wanderwege ohne die Wanderwege, deren Auflösung bzw. Demarkierung empfohlen wurde (Ruppiner Land-RW, Ruppiner See-RW Nord und Süd, Kutschweg II, Tholmannsee, Vielitzsee und Hindenberg-RW).

¹⁴ Parallelverläufe wurden nicht herausgerechnet. Die im Rahmen des Masterplans vorgeschlagene Priorisierung wurde nicht berücksichtigt.

Gebietskörperschaft	Fontane- weg und Zuwege (km)	Sonst. Fern- /Regionale Wanderwege (km)	Kommunale Wanderwege (km)	Gesamt (km)
Neuruppin	68	42	38	148
Wittstock/Dosse	55	0	131	186
Rheinsberg	70	51	82	203
Fehrbellin	20	46	34	100
Amt Temnitz	35	8	59	102
Amt Lindow	26	11	38	75
Wusterhausen¹⁵	30	Nicht berücksichtigt	Nicht berücksichtigt	30
Fürstenberg / Havel	12	58	73	143
Amt Gransee	47	31	33	111
Löwenberger Land¹⁶	17	Nicht berücksichtigt	Nicht berücksichtigt	17
Gesamt (Brutto-Wanderwegenetz)				1.115

Abgesehen von den Investitionskosten entstehen jährliche Aufwendungen für Neubau und Unterhaltung der Wegeelemente (z. B. Wegemarken, Wegweiser, Rast- und Sitzgelegenheiten, Personal-, Fahrt- und Bürokosten) sowie für die Instandhaltung der Wegeoberflächen und Begehbarkeit der Wanderwege.

¹⁵ Anschlussgebiet für den Fontanewanderweg und dessen Verbindungswege.

¹⁶ Anschlussgebiet für den Fontanewanderweg und dessen Verbindungswege.

Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass eine naturnahe Wegeführung nicht nur das für Wanderer am besten geeignete Wegeformat darstellt, sondern auch die geringsten Unterhaltungskosten verursacht. Erfahrungsgemäß sind für naturnahe Wanderwege lediglich geringfügige Maßnahmen wie Mäharbeiten (2-3x im Jahr) und gelegentliche Auffüllungen (z. B. von Schäden durch Erosion oder Forstarbeiten) erforderlich. Die Unterhaltung von befestigten oder asphaltierten Wegen führt dagegen in der Regel aufgrund von größerem Material- und Maschineneinsatz zu deutlich höheren Folgekosten (z. B. bei Reparaturbedarf durch Ausspülungen, Schlaglöcher und Rissen).

Unter Berücksichtigung einer neu einzurichtenden Koordinationsstelle und einer Wegemeisterei dürfte sich der **jährliche Unterhaltungsaufwand für die Wanderwegeinfrastruktur in der Projektregion FontaneWANDERland** im Rahmen von 200-300.000 Euro bewegen (inkl. Personalkosten). Ausgehend von ca. 1.150 km (Brutto-) Wanderwegnetz würden die möglichen Unterhaltungskosten damit **zwischen 180 und 270 Euro pro Kilometer Wanderweg** liegen.

Rahmenvereinbarung Wandern:

Eine **dauerhaft funktionierende Betreuung der Wanderwege bedarf verbindlicher Regelungen**. Die Verbindlichkeit kann am einfachsten durch schriftliche Vereinbarungen hergestellt werden. Diese dokumentieren für alle Beteiligten den Willen, die vereinbarten Aufgaben zu erfüllen.

Von besonderer Bedeutung ist eine gemeinsame Rahmenvereinbarung, die zwischen den Landkreisen, Kommunen, Naturpark, Tourismusverband Ruppiner Seenland und Forstämtern zur Einrichtung und Pflege von Wanderwegen abgeschlossen werden sollte. Dabei handelt es sich um ein **Bekanntnis zur Förderung des Wanderns in der Region**, welches ein Bewusstsein für ein gemeinsames Ziel schafft.

Die Rahmenvereinbarung Wandern sollte **mindestens folgende Elemente** enthalten:

- Gemeinsames Bekenntnis zur Förderung des Wanderns in der Region
- Einrichtung einer regionalen Steuerungsgruppe Wanderinfrastruktur und einer regionalen Wanderkoordinationsstelle
- Verpflichtung zur Einhaltung der Wege- und Beschilderungskonzeption des Masterplans Wandern
- Verpflichtung zur Betreuung der Wanderwege und der Wanderinfrastruktur

- Verpflichtung zur Umlagefinanzierung des Wegemanagements und der Wegepflege.

6 Profilierung und Vermarktung der Wanderregion

6.1 Aktuelle Trends und Entwicklungen im Wandermarkt

Der Wandertourismus erfreut sich in Deutschland in den letzten Jahren zunehmender Beliebtheit und wurde durch die Corona-Pandemie weiter verstärkt. Laut einer Studie des Deutschen Wanderverbandes von 2021 wandern rund 60% der Deutschen regelmäßig, was etwa 47 Mio. Menschen entspricht (vgl. Wandermonitor). Das angestaubte Image von Wandern gehört endgültig der Vergangenheit an. „Hiking“ wird zu einer neuen Trendaktivität im Urlaub und in der Freizeit, auch sind die Wanderer verstärkt mit coolen Outdoor-Outfits unterwegs.

Nachfolgend sind wichtige **Marktentwicklungen, Zielgruppenanforderungen und Trends** zusammengefasst (vgl. Arbeitsgruppe Wandermonitor www.ostfalia.de, Bergzeit www.bergzeit.de/wanderumfrage-ergebnisse/):

- Der Wandertourismus hat wirtschaftlich eine große Bedeutung. So geben Wanderer durchschnittlich 46 Euro pro Tag aus, so dass sich die Gesamtausgaben im Wandertourismus auf etwa 10 Milliarden Euro pro Jahr belaufen (vgl. Wanderverband).
- Rund 38% der Deutschen gaben an, Wandern als Aktivität während eines Aufenthaltes im Inland ab einer Übernachtung zu unternehmen (DTV, GfK 2021).
- Gemäß GfK DestinationMonitor Deutschland (2019-2021) liegen bei Urlauben in Brandenburg die Aktivitäten Radfahren (32%) und Wandern (25%) vorne, jedoch hinter Aktivitäten am / im / auf dem Wasser (z. B. Baden, Segeln) (44%) (vgl. tourismusnetzwerk-brandenburg.de).
- Zu den beliebtesten Wanderregionen gehören nach wie vor die Alpen und das Alpenvorland. Aber auch flachere Regionen gewinnen neben dem Mittelgebirge an Bedeutung als Wanderziel.
- Zu den wichtigen Kriterien für die Auswahl einer Wanderregion gehören Landschaft / Natur, Ruhe, nicht überlaufen, die generelle Möglichkeit zu wandern, Abwechslungsreichtum, Qualität der Wanderwege, ein wanderfreundliches Angebot in der Region, Einkehrmöglichkeiten und die Erreichbarkeit.
- Im Mittelpunkt der Motive wandern zu gehen, stehen das Naturerlebnis, Stressabbau / Entspannung, die Suche nach sportlichen Herausforderungen und auch soziale Gründe.
- Wandern wird zunehmend als gesundheitsfördernde Maßnahme wahrgenommen. So gewinnt das Nordic Walking ebenso deutlich an Bedeutung

wie Wanderwege, die auf spezifisch gesundheitsförderliche Aspekte ausgerichtet sind. Denn Wandern hat nachweislich positive Auswirkungen auf die Gesundheit, denn durch die körperliche Aktivität kann Stress abgebaut und die körperliche Fitness verbessert werden. Der Kontakt mit der Natur kann zudem einen positiven Effekt auf die psychische Gesundheit haben.

- Nachhaltigkeit spielt auch beim Wandern eine immer größere Rolle. Viele Wanderer bevorzugen (sofern möglich) umweltfreundliche Anreisemöglichkeiten und achten auf einen respektvollen Umgang mit der Natur. Dazu gehören die Mitnahme des eigenen (und teilweise auch fremden) Mülls, die Einhaltung vorgegebener Wege und regionale / saisonale Verpflegung.
- Durchschnittlich werden rund 4 Stunden pro Tag gewandert, was einer Halbtagestour entspricht. Aber auch Mehrtagestouren entlang ausgewiesener Themenwanderwege sind zunehmend beliebt und bei den meisten Wanderern ist der Weg das Ziel (rund 60%). Als individuelles Ziel für Streckenwanderer spielt das Sammeln von Stempeln eine wichtige Rolle.
- Zunehmend verbinden Regionen kulinarische Aspekte mit Wandern: Viele Wanderdestinationen bieten mittlerweile sogenannte „Genusstouren“ an, bei denen lokale Spezialitäten probiert werden können.
- Auch andere Themenwanderungen erfreuen sich großer Beliebtheit. Dabei geht es zum Beispiel um die Geschichte einer Region oder um spezielle Natur- und Landschaftsphänomene.
- Um sich inspirieren zu lassen, nutzen die Wanderer zumeist Wanderportale, Tipps von Freunden / Familie (rund 63%) und Wanderführer. Erheblich an Bedeutung haben auch soziale Medien, Google-Suche und die Youtube (rund 44%) gewonnen.
- Die meisten Wanderer organisieren ihre Wanderurlaube lieber individuell anstatt über einen Anbieter (rund 75%). Diejenigen, die organisierte Wanderreisen buchen, sind zumeist >55 Jahre alt. Aber es besteht auch bei der jüngeren Generation das Interesse an organisierten Wanderreisen, jedoch fehlen entsprechende attraktive Angebote, die für ihre Altersgruppe und Interessen passend sind.
- Die Digitalisierung wird immer wichtiger: Viele Wanderer nutzen mittlerweile Apps wie Komoot oder Outdooractive (rund 65%), um ihre Touren zu planen und zu navigieren. Während des Wanderns darf das Handy nicht fehlen (73% Nutzungsrate), auch Wanderkarten in digitaler Form oder Print sind größtenteils dabei.
- Immer mehr Wanderer, insbesondere die Gruppe der 26- bis 35-jährigen, teilen ihre Erlebnisse auf Instagram (rund 43%) und / oder anderen sozia-

len Medien wie WhatsApp. Gefolgt wird auch Influencern, wie z. B. @alpinfex, @freulein.draussen, um sich inspirieren zu lassen (rund 17%).

- Wanderer (rund 42%) wünschen sich mehr Informationen und Beratung zu Tourentipps, was insbesondere für die Generation der 18- bis 45-jährigen betrifft. Informationen zum Thema Nachhaltigkeit wünschen sich vor allem jüngere Frauen.

Fazit:

Insgesamt ist zu beobachten, dass der Wandertourismus in Deutschland immer vielfältiger wird und sich immer mehr Menschen dafür begeistern können. Generell werden Wanderer **jünger, digitaler, mobiler, besser informiert, reisen nachhaltiger, sind anspruchsvoller und auch ausgabefreudiger**.

6.2 Erfolgreiche Wanderregionen - Ausgewählte Beispiele

In Deutschland gibt es eine Vielzahl an Wanderregionen, die aufgrund ihrer landschaftlichen Attraktivität, der Vielfalt an Wanderwegen und ihrer touristischen Infrastruktur als beliebte Wanderregionen gelten. Das Portal „Wanderbares Deutschland“ verzeichnet deutschlandweit aktuell (Stand März 2023) 748 Wanderstrecken und Routen, die sich auf Fernwanderwege, Themenwege und Wanderwege verteilen. Die räumliche Verteilung der Wanderwege und Routen zeigt zwar eine klare Konzentration auf Mittelgebirgsregionen, aber **auch flachere oder Küstenregionen bieten zunehmend ein großes Angebot an Wanderwegen** an.

Die Projektregion befindet sich mit ihren primären Quellmärkten Berlin und Hamburg in einem relevanten **Wettbewerbsumfeld** und muss sich durch ein qualitativ hochwertiges Angebot abheben (vgl. Abbildung 20).

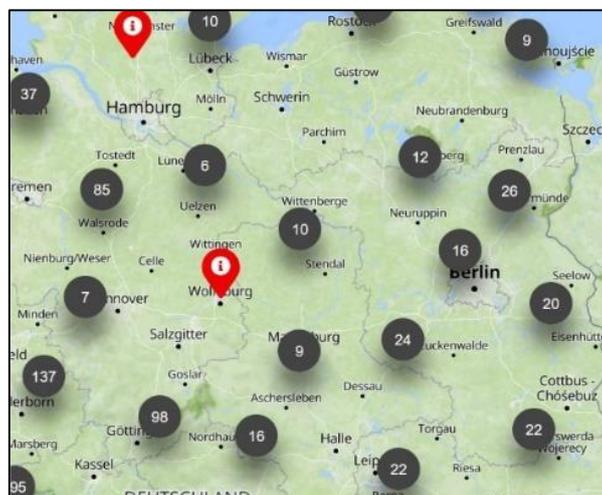


Abbildung 20: Karte Wettbewerbsumfeld

Im Abschnitt Zertifizierung wurde bereits auf die Qualitätskriterien des Deutschen Wanderverbandes eingegangen, deren Umsetzung zu den zentralen Faktoren für eine erfolgreiche Positionierung als Wanderdestination gehört.

Darüber hinaus zählen eine professionelle und zielgruppenorientierte Vermarktung über einen optimalen Mix der Marketinginstrumente zu den **Erfolgsfaktoren**, die nachfolgende zusammenfassend aufgeführt sind:

- Attraktive und beeindruckende Landschaften und Naturerlebnisse
- Vielfältige Wandermöglichkeiten für unterschiedliche Interessen und Anforderungen
- Gute Infrastruktur und Serviceangebote (ausgeschilderte Wanderwege, Parkplätze, Einkehr- und Übernachtungsmöglichkeiten, dazu gehören auch zertifizierte Betriebe als Qualitätsgastgeber) sowie eine gute Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel
- Sicherheit und optimale Orientierung durch gut markierte Wege und Informationstafeln
- Nachhaltigkeitsaspekte: Neben der ökologischen müssen auch die soziale wie z. B. Berücksichtigung des historischen Erbes und der regionalen Kultur sowie die wirtschaftliche Dimension mitgedacht werden
- Zielgruppenorientiertes Marketing und Storytelling über alle zentralen Kanäle und Touchpoints entlang der Customer Journey (Touchpoints oder Kontaktpunkte sind „Orte“ bzw. Momente, an denen Personen mit Produkten, Unternehmen oder Marken in Berührung kommen).

Beispiele von Wanderregionen in Deutschland, die als positive Beispiele hinsichtlich Infrastruktur, Management, Service sowie Produktentwicklung und Vermarktung als Orientierung herangezogen werden können sind:

- **Deutschlands 1. Qualitätswanderregion „Sauerland“**: 2014 wurden die Sauerland-Wanderdörfer als erste Region mit dem Gütesiegel Qualitätsregion „Wanderbares Deutschland“ ausgezeichnet, Vermarktung imageprägender und zertifizierter Wanderwege unter einem Dach www.sauerland-wanderdoerfer.de
- **Wanderregion Lippe – Land des Hermann entdecken**: professionelle Vermarktung der Alleinstellungsmerkmale Externsteine und Hermannsdenkmal in Verbindung mit weiteren Qualitätswanderwegen, Orten, Sehenswürdigkeiten und Gastgebern (Übernachten und Einkehren) www.wanderbares-deutschland.de/regionen/qualitaetsregionen/lippe-land-des-hermann

- **Wanderregion Rothenburg (Wümme):** systematische und konsequente Entwicklung einer „Flachlandwanderregion“
www.nordwaerts.de

6.3 Ausgangssituation zur Positionierung der Wanderregion

Das Projektgebiet bzw. die Wanderregion liegt im Gebiet des Tourismusverbandes Ruppiner Seenland e.V. (TV RSL), der als zentrale Vermarktungsorganisation das Wandern als **„Wanderlust im Wasserparadies - zu Fuß durchs Ruppiner Seenland“** positioniert und vermarktet.

So steht aktuell als Alleinstellungsmerkmal „Wasser“ im Mittelpunkt. Das Thema Fontane wird im Wesentlichen über den Event **„Fontane Wandermarathon“** bespielt, der als innovatives Produkt in der Region zum vierten Mal 2023 ausgetragen wird und inzwischen sehr viele Stammgäste hat. Von besonderer Bedeutung ist die Austragung des Events in unterschiedlichen Gebieten des Verbandsgebietes, wodurch immer wieder neue und teilweise unbekannte Räume für das Wandern erschlossen und vermarktet werden. Die Streckenführung verläuft auf ausgewiesenen Wanderwegen.

Darüber hinaus vermarktet der Tourismusverband Ruppiner Seenland e.V. Routenvorschläge für unterschiedliche Zielgruppen (Rucksackabenteurer, Wandertouren >10km und kurze Touren für Familien und Wanderanfänger <10km), die mit Wegbeschreibungen und weiteren touristisch relevanten Informationen fundiert untersetzt sind (u. a. Kartenmaterial, Sehenswürdigkeiten, Anreise ÖPNV, Gastgeber in der Nähe der Wege).

Darüber hinaus hat der TV RSL einen Führer mit Wandertouren „Wandern mit Seeblick“ produziert, das auf Anfrage, Web, Vertriebspartner und Veranstaltungen / Messen an Interessierte ausgegeben wird. Zudem wird das Thema Wandern über die Social-Media-Kanäle des Verbandes bespielt. Es existieren auch Blogeinträge zu ausgewählten Wandererlebnissen, jedoch sind diese wenig aktuell.

Der Naturpark Stechlin-Ruppiner Land vermarktet 12 ausgewählte Wanderrouten in seinem Gebiet unter der Rubrik „Erleben & lernen“. Darin sind Basisinformationen enthalten, die eine kurze Beschreibung der Wanderrouten umfassen, touristisch relevante Zusatzinformationen sind kaum vorhanden. Hinzu kommt, dass die Segmentierung der Zielgruppen nicht mehr ganz zeitgemäß ist: Es werden fast alle soziodemographischen Zielgruppen (Familien & Kinder, Junge Leute, Senioren, Schulklassen) angesprochen, ohne die Spezifik und die Besonderheiten des Weges aufzunehmen.

Die Städte im Projektgebiet vermarkten das Thema Wandern sehr unterschiedlich, wie die nachfolgenden Analyseergebnisse zeigen:

- Stadt Neuruppin (tourismus-neuruppin.de): statische Informationen von einzelnen Wanderrouten, keine Verlinkung auf thematische Webseiten
- Stadt Rheinsberg: Kurzer Einleitungstext Ausflüge und Wandern, Verlinkung auf Introseite Naturpark Ruppin-Stechliner Land (nicht auf Erleben & lernen), Hinweis auf Kombination Wandern und ÖPNV-Verbindungen (Verlinkung auf Fahrpläne, nicht auf Wanderrouten)
- Stadt Wittstock / Dosse: Beschreibung von zwei Wanderwegen mit touristischen Zusatzinfos unter der Rubrik „aktiv“, Verlinkung für weitere Infos auf die Webseite des Tourismusverbandes Prignitz -> z. B. Nonnenpfad GPX-Daten zum Download, weitere Infos (wenig ansprechende Bilder)
- Amt Lindow (Mark): Unter der Rubrik Aktiv -> Wandern, redaktioneller Beitrag über das Projekt Naturerlebnispfad (noch nicht realisiert), Wander- und Laufwege um Lindow (Mark) -> Hinweise auf Rundweg Wutzsee, Laufpark und Wanderungen im Ruppiner Seenland -> Verlinkung auf Webseite TV RSL)
- Amt Temnitz: Verlinkung von Verwaltungsseite auf Kultur Natur Temnitzpfade (schwer zu finden), Beschreibung des Aufbaus des Wegenetzes, Hinweis auf „Wanderweg um den Katerbower See“, keine Verlinkung zu Webseiten mit Wandercontent
- Amt Gransee und Gemeinden: Webseite Tourismus nicht mehr zeitgemäß, Verlinkung auf den Laufpark Stechlin, keine weitere Bewerbung von Aktivurlaub bzw. Wandern
- Fürstenberg / Havel: Verlinkung auf Webseite Fürstenberger Seenland, unter Rubrik Erlebnisse -> in Bewegung bleiben, Verlinkung auf Laufpark Stechlin und Barfußpfad Dannenwalde, Info zum Wandern sind unter „Alle Erlebnisse“ zu finden, keine Suchfunktion nach Wandertouren, sondern nur nach Orten -> drei Wandertouren -> Verlinkung auf Unterseiten und Teilstrecken des 66-Seen-Wanderweges (keine nutzerfreundliche Führung zum Content)
- Stechlin: Darstellung verschiedener Wanderrouten unter der Rubrik Erlebnisse -> Wandern (stechlin.de/themen/erlebnis-natur), detaillierte Beschreibung der Routen (u. a. ThEOsWEG, aber keine interaktive Karte, Verlinkung des Ruppiner Land Rundwegs auf -> reisepavillon-online.de/ruppiner-land-rundwanderweg-wanderurlaub-wanderungen/)
- Gemeinde Fehrbellin: Hinweis auf Pilgerweg Berlin-Bad Wilsnack, Teilstrecke Fehrbellin -> Verlinkung Webseite Reiseland Brandenburg mit allen re-

levanten touristischen Informationen, weitere Wanderwege um Fehrbellin
-> Infos und Karte als pdf-download.

Fazit:

Das Wanderangebot in der Region wird über verschiedene Portale, Webseiten der Region, Städte und Social-Media-Kanäle **sehr unterschiedlich vermarktet**. Während das Wanderangebot auf der Webseite des TV RSL sehr umfassend und nutzerorientiert entlang der einzelnen Reisephasen dargestellt wird, ist **bei den Städten im Projektgebiet teilweise großer Handlungsbedarf bei der Gesamtdarstellung** vorhanden (Auffindbarkeit, Informationsgehalt, Kartendarstellung, Zusatzinfos, Anreise mit ÖPNV, Fotos). Zwar werden in der Region auch Streckenwanderwege beworben, aber es konnten keine organisierten Mehrtageswandertouren bzw. Angebote „Wandern ohne Gepäck“ gefunden werden.

6.4 Touristisches Zukunftsbild der Wanderregion

Das touristische Zukunfts- bzw. Leitbild für die Weiterentwicklung der Wanderregion setzt sich aus fünf verschiedenen Bestandteilen zusammen, die nachfolgend mit den jeweiligen Inhalten unterlegt werden:

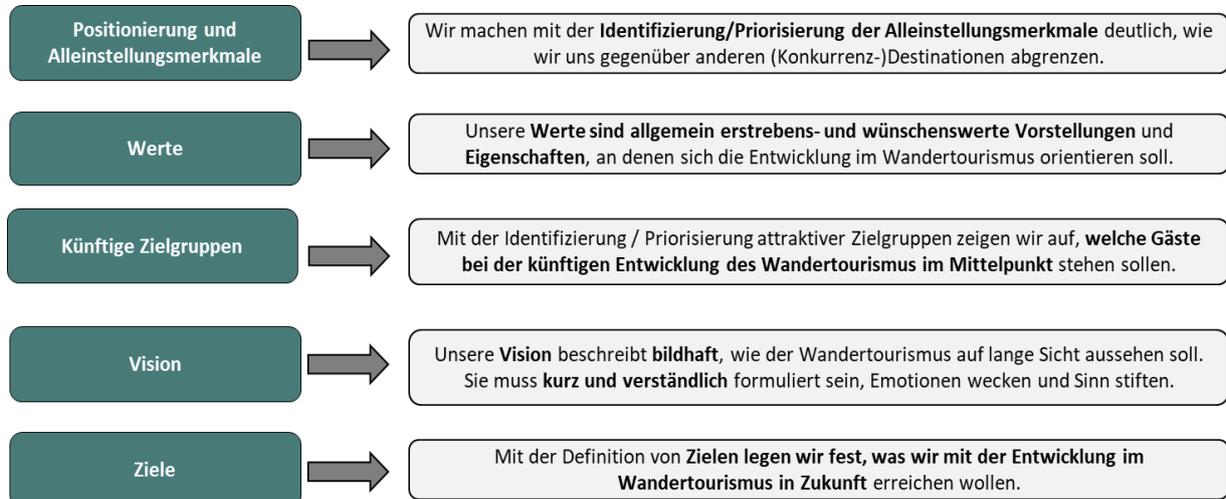


Abbildung 21: Bestandteile des touristischen Leitbildes (Quelle: LIC, AUe 2023)

Alleinstellungsmerkmale:

Wie bereits in der Analyse der Wanderwege im Projektgebiet herausgearbeitet und in der Wanderwegestrategie zusammengefasst wurde, besteht insgesamt ein gutes Potenzial für die Entwicklung hin zu einer (Qualitäts-) Wanderregion: Es sind für Wanderer in der Region viele landschaftliche und kulturelle Sehenswürdigkeiten sowie viele attraktive Wanderwege vorhanden. Dessen ungeachtet gibt es auch viele weniger gute Wege / Strecken, die für die Vermarktung als

Qualitätswanderregion nicht geeignet sind (vgl. Abschnitt 3.5 „Priorisierung der Wanderwege“).

Ergänzend zu der Betrachtung der Wegeinfrastruktur und der daraus abgeleiteten Wanderwegestrategie ist es notwendig, über die zentralen Alleinstellungsmerkmale die Positionierung der Wanderregion im Markt zu präzisieren: Der Gast muss sich zwischen vielen verschiedenen und gut entwickelten Wanderregionen entscheiden, d. h. es ist ein klares Profil notwendig, um sich vom Wettbewerb abzuheben sowie die Vorteile und Kernkompetenzen der Wanderregion mit Blick auf die Wünsche der Wandergäste optimal herauszustellen und erlebbar zu machen.

Folgende Fragen sind in diesem Zusammenhang zu beantworten:

- Was macht die Wanderregion einzigartig, besonders und anderes als die Marktbegleiter?
- Warum sollten Wanderer gerade diese Region als Wanderziel aufsuchen?
- Welche Wandergäste sollen künftig verstärkt angesprochen werden und welche Bedürfnisse haben Sie?
- Wohin will sich die Wanderregion mittel- bis langfristig entwickeln und welche Ziele sollen in diesem Zusammenhang erreicht werden?

Im Rahmen eines digitalen Workshops mit Akteuren der Region wurden die **zentralen Alleinstellungsmerkmale der Wanderregion** basierend auf der Ist-Analyse vorgestellt, ergänzt und zu dem nachfolgenden Gesamtbild zusammengeführt.

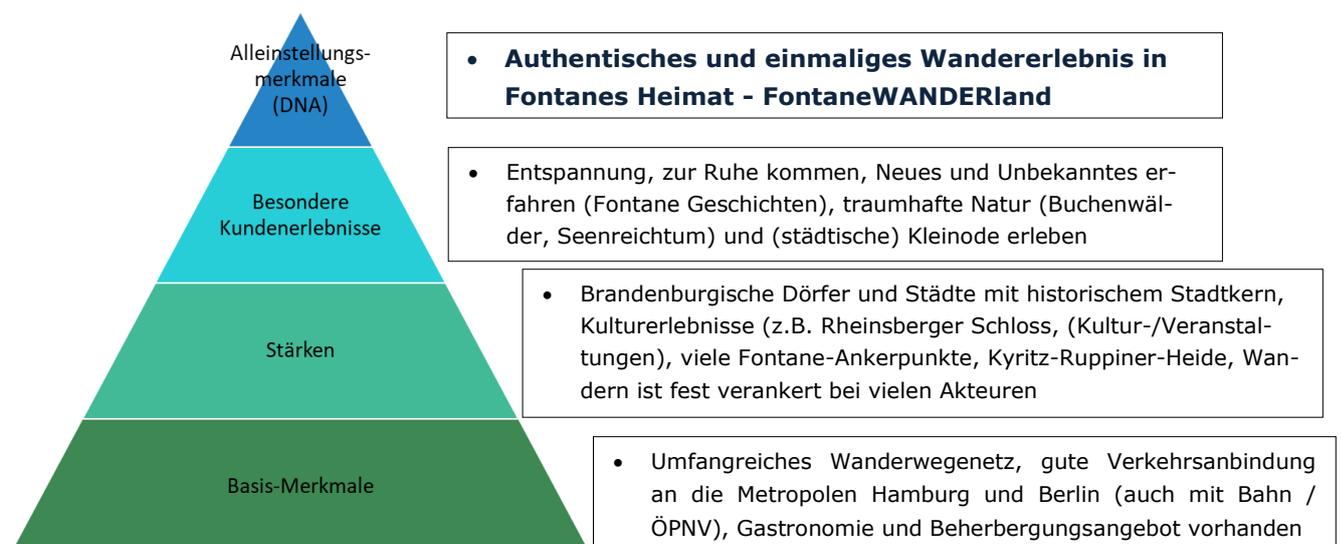


Abbildung 22: Branding-Pyramide (Quelle: LIC / AUBE 2023)

Als Alleinstellungsmerkmal wird das „**authentische und einmalige Wandererlebnis in Fontanes Heimat**“ herausgestellt, welches der Gast nur in dieser und keiner anderen Region erleben kann.

Eingebettet ist das Fontaneerlebnis in eine einmalige Naturlandschaft, die durch Buchenwälder und die rund 180 Seen mit guter Wasserqualität gekennzeichnet ist. In den typischen brandenburgischen Dörfern und Städten mit historischen Stadtkernen, die Ausgangs-, Zwischen- und Zielstationen sind, erfahren die Wanderer in Geschichten mehr über das Leben, Wirken und den Charakter von Fontane, seiner Selbstironie und seinem Hang zum Verträumten. Beim Wandern entspannen sie vom Alltag, öffnen ihren Geist für Neues und kehren gestärkt, voller Energie und schöner Eindrücke zurück.

Charaktereigenschaften und Werte:

Ergänzend zu den o.g. Alleinstellungsmerkmalen gilt es, die besonderen Charaktereigenschaften und Werte der Wanderregion herauszustellen, anhand derer die spezifischen Angebote emotional aufgeladen werden. Die Werte sind nach innen gerichtet und bilden das Selbstverständnis der Wanderregion ab: Wäre die Wanderregion ein Mensch, wie würde man den Charakter und seine persönlichen Werte beschreiben?

Es gibt Kernwerte, die heute schon passend und zutreffend für die Wanderregion sind und Perspektivwerte, die erst durch die weitere Entwicklung erreicht werden können. **Das Natürliche, Ursprüngliche** auf der einen und **Kraftgebende, Energiespendende** auf der anderen Seite sind sehr positiven Werte, die die Region kennzeichnen.



Abbildung 23: Werte der Wanderregion (Quelle: LIC /AUBE 2023)

Zielgruppen für die Wanderregion:

Es existiert eine Vielzahl von Möglichkeiten, Zielgruppen zu segmentieren und zumeist werden **soziodemographische Kriterien** und **Verhaltensmerkmale** herangezogen. Da sich die Zielgruppen immer stärker ausdifferenzieren und insbesondere soziodemographische Kriterien allein nicht mehr ausreichen, um die Wünsche und Bedürfnisse der Bevölkerung richtig erfassen zu können, werden zunehmend **psychografische Merkmale** bei der Segmentierung berücksichtigt.

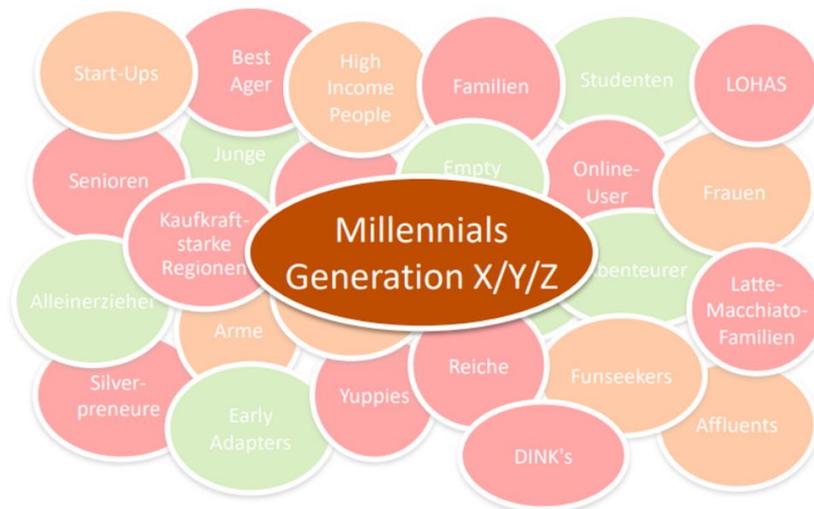


Abbildung 24: Sinus-Milieus (Quelle: Sinus-Institut)

So wird angenommen, dass die Menschen bestimmte Werte, Einstellungen und Lebensstile haben, die sich in ihrer Konsum- und Freizeit- und damit auch Reiseverhalten widerspiegeln (vgl. Sinus Institut, Detailbeschreibung der einstellungs- und verhaltensspezifischen Merkmale der Zielgruppen als sog. „Persona“).

Eine ähnliche Vorgehensweise findet sich bei der Zielgruppensegmentierung im Brandenburg-Tourismus wieder, die in Verbindung mit Marktforschungsergebnissen zu Wanderern sowie beispielhaften Beschreibung der Persona „Wanderer“ als Orientierung für die Definition der Zielgruppen für die Wanderregion herangezogen wird. Hierbei handelt es sich um potenzielle Gästegruppen, die nur bedingt aus dem (derzeitigen) primären Quellmarkt Berlin und Hamburg stammen, aber perspektivisch als wichtige Zielgruppen infrage kommen, sobald sich die Wanderregion weiterentwickelt hat.

Im Brandenburg-Tourismus werden **fünf Hauptzielgruppen** unterschieden, von denen die ersten beiden Gruppen zu den primären Zielgruppen und die dritte als ergänzende Zielgruppe betrachtet werden kann (intellektuelle Kulturliebhaber und eventorientierte Smartshopper sind für das Wandererlebnis nicht relevant):

1. Genussorientierte Natururlauber
2. Qualitätsorientierte Entschleuniger
3. Gesellige Familien
4. *Intellektuelle Kulturliebhaber*
5. *Eventorientierte Smartshopper.*

Die Beschreibung der Zielgruppen erfolgt anhand von Fragen, um deren Wünsche und Anforderungen sowie Möglichkeiten zur Ansprache möglichst anschaulich zu machen:

Was ist für die jeweilige Zielgruppe das Wichtigste im Urlaub? Wo übernachten sie am liebsten? Wie sieht der ideale Brandenburg-Urlaub aus? Welche Aktivitäten bevorzugen die Reisenden? Mit welchen Services und Angeboten kann ich sie gewinnen? Wie erreiche ich meine Lieblingsgäste?

Genussorientierte Natururlauber

- Wir haben es uns verdient, unser Leben so richtig zu genießen - und gönnen uns deshalb gerade in unserer Freizeit gern was Besonderes: Aber bitte nicht auf Kosten der Umwelt! Die Natur zu erkunden und zu erhalten ist uns gleichermaßen wichtig.
- Wir sind um die 50 Jahre alt und leben zu zweit - vor allem in Nordrhein-Westfalen, Baden-Württemberg oder Bayern. Da wir eine gute Bildung haben, verdienen wir auch gut.

Qualitätsorientierte Entschleuniger

- Von unserem hektischen Alltag erholen wir uns am liebsten in der Ruhe der Natur: Hier können wir ganz bei uns sein, um Kopf und Körper wieder in Einklang zu bringen. Das gelingt am besten, wenn alles im Voraus organisiert ist und wir uns vor Ort um nichts weiter kümmern müssen als um uns selbst. Natürlich tragen auch ein gepflegtes Ambiente und qualitativ hochwertige Angebote zur Erholung bei.
- Auch zu Hause sind wir ganz bei uns und leben zu zweit von unserem gehobenen Einkommen. Als „Best Ager“ sind wir 50 bis 64 Jahre alt und kommen überwiegend aus Nordrhein-Westfalen, Bayern und Niedersachsen.

Da es seitens der TMB bisher keine detaillierten Auswertungen und Beschreibungen der o.g. Zielgruppen nach der Hauptaktivität „Wandern“ gibt, wird auf ein anschauliches Beispiel aus Rheinland-Pfalz verwiesen, aus dem sich gute Ansätze für die Produktentwicklung und Vermarktung der Wanderregion ableiten

lassen, auf die im Abschnitt „Maßnahmen“ eingegangen wird (Quelle: rlp.tourismusnetzwerk.info/2022/09/15/unsere-zielgruppen-nur-wanderer-andrea-schwab):



**Zielgruppen für den Rheinland-Pfalz Tourismus
Nur Wanderer – Andrea Schwab**

Andreas Reiseanlässe

Frau Schwab reist, um ihren Horizont und ihr Wissen zu erweitern. Sie genießt die Unabhängigkeit vom gewohnten Alltag und sucht Inspiration, Entschleunigung und neue Eindrücke. Im Wanderurlaub hat sie das Bedürfnis, Natur intensiv zu Fuß zu erleben und dabei etwas für die Gesundheit zu tun. Sie schätzt ein authentisches Erlebnis vor Ort. So lässt sie sich gerne vollständig auf die jeweilige Destination mit Landschaft, Menschen und Kulinarik ein und probiert viel aus.

Leitmotiv:
„Ursprüngliche Natur- und Kulturlandschaften auf zertifizierten Fernwanderwegen erleben“

Inspiration und Ansprache

Die wichtigsten Marketingkanäle zur Inspiration sind regionale und überregionale Tages- und Wochenzeitung, Fachmagazine print und online, Radiobeiträge und Podcasts, Fernsehreportagen, Social Media (Facebook und Instagram) und Out-of-Home.

Wichtige Marketing-Botschaften für Rheinland-Pfalz, um Andrea Schwab anzusprechen: **Freiheit und Selbstverwirklichung in der Natur, authentische Gastlichkeit und Produkte, natürliche Ästhetik, Nachhaltigkeit**

Highlights für Andrea Schwab sind z.B.:

- Erlebnisreiche Natur in Mittelgebirgs- und Flusslandschaften
- Anspruchsvolle, zertifizierte Prädikatswanderwege
- Hochwertige, zuverlässige Markierung und Wegweisung
- Organisierte Pauschalen „Wandern ohne Gepäck“
- Wanderfreundliche Unterkünfte mit Gepäcktransfer und Shuttleservices
- Passende Wanderkarten, Webseiten, Tourenplaner und Touren-App
- Einkehrmöglichkeiten am Wegesrand
- Kulturelle Sehenswürdigkeiten am Wanderweg
- Ergänzende Angebote: Regionale Kulinarik, Weinerlebnisse, Wellness in der Unterkunft, Regionale Produkte

Abbildung 25: Beispiel Zielgruppe „Nur Wanderer Andrea Schwab“
(Quelle: Rheinland-Pfalz Tourismus)

Visionen und Ziele für die Wanderregion - Vision 2033:

Die Vision ist das **Zielbild für die künftige Ausrichtung des Wandertourismus in der Region** und beschreibt, was sie zukünftig im Wandertourismus erreicht haben will (Zieldimension). Es soll nach innen handlungsleitend für die an der Entwicklung direkt und indirekt beteiligten Akteure dienen und nach außen gegenüber der Öffentlichkeit und den Gästen deutlich machen, wofür die Wanderregion steht und wie sie sich zukünftig entwickeln möchte.

Wo steht die Wanderregion in sieben bis 10 Jahren und welche Ziele sollen bis dahin erreicht werden?

- Das „FontaneWANDERland“ ist die erste nach den Kriterien des Deutschen Wanderbandes zertifizierte Wanderregion in Brandenburg.
- Eine durchgängig gute Wanderwegeinfrastruktur, der Fontanewanderweg als Herzstück und mindestens fünf zertifizierte Rundwanderwege entführen die Gäste in ursprüngliche, wald- und seenreiche Gebiete, laden zum Verweilen und Entspannen ein, begleitet von Anekdoten und Geschichten, die über einzelne Orte und vor allem auch über Fontane erzählt werden.
- Besonders bekannt geworden ist die Wanderregion durch ihren nachhaltigen Wandermarathon: Bei dem jährlichen Event werden vollumfänglich eventspezifische Nachhaltigkeitskriterien umgesetzt und der Event ist CO2-neutral.
- Zwar kommen die meisten Gäste nach wie vor - insbesondere mit ÖPNV - aus den Metropolregionen Berlin und Hamburg, aber gerade Aktive, die abseits ausgetretener Pfade wandern wollen und die Kombination von Naturgenuss, Horizonterweiterung, Wohlbefinden und Kulturerlebnis suchen, reisen für einen mehrtätigen Wanderurlaub aus den zentralen Quellmärkten Brandenburg in die Region. Abgerundet wird ihr Erlebnis durch einen (verlängerten) Abschluss in einem der schönen Wellness-hotels.
- Das zwischen den Tourismusorganisationen der Region abgestimmte Marketing ist komplett auf die Customer Journey der Wanderer mit ihren spezifischen Bedürfnissen und Wünschen abgestimmt. Dies betrifft insbesondere digitale Anwendungen und Bereitstellungen von Bildern, Informationen und Tracks vor, während und nach der Reise.
- Die Wanderregion hat sich im Kanon der Marktbegleiter deutschlandweit als Flachlandwanderregion etabliert und viele sind bereits Stammgäste.
- Die meisten Gastgeber entlang der zertifizierten Wanderwege sind Qualitätsgastgeber, die den Wanderern während und nach einer erlebnisreichen

Wandertour durch ihre Freundlichkeit und ihren individuellen Service eine besondere Wohlfühloase im Urlaub bieten.

- Die Pflege und Wartung des Qualitätswegenetzes ist durch ein kooperatives und abgestimmtes Management zwischen den Landkreisen und den Kommunen auch finanzwirtschaftlich gesichert, denn der Wandertourismus ist neben dem Wasser- und Radtourismus ein wichtiger Wirtschaftsfaktor und auch weicher Standortfaktor für die Bevölkerung geworden.
- Auch die lokale Bevölkerung identifiziert sich mit der Wanderregion, profitieren beispielsweise von den „Traumtouren“, „Entdeckertouren“ oder „Naturvergnügen“ und trägt mitunter über ehrenamtliches Engagement zur Erhaltung des Wegenetzes bei.

6.5 Positionierung, Produktentwicklung und Themenmarketing

Die Wanderwegestrategie bildet die infrastrukturelle Grundlage für die Produktentwicklung und das Themenmarketing, das in die vorgeschlagene Positionierung unter Berücksichtigung der Alleinstellungsmerkmale eingebettet wird.

Zur besseren Wahrnehmbarkeit im Markt sowie Strukturierung und Entwicklung der Angebote wird auf Basis der Arbeitsergebnisse mit den Teilnehmenden im dritten Workshop vorgeschlagen, die Wanderregion unter dem Dach **„FontaneWANDERland“** (Schreibweise ist noch zu klären) nach innen und außen weiterzuentwickeln, wie dies bereits in der Vision für die Wanderregion formuliert wurde. Der Name „FontaneWANDERland“ ersetzt künftig und möglichst umgehend den Arbeitstitel „Erlebbares Fontaneland“. Mit diesem Label ist eine **Identifikation der Region** verbunden, es bedeutet eine Schärfung des Produktes und auch eine **Verpflichtung der Beteiligten**, die Umsetzung des Leitproduktes „Fontanewanderweg“ wirklich voranbringen zu wollen.

Da die vorgeschlagene Wegeinfrastruktur nicht innerhalb kurzer Zeit geschaffen werden kann, muss **stufenweise** vorgegangen werden. Wege, die bereits Teil des „Kleeblatts“ und ausgeschildert sind sowie **Produkte mit Bezug zu Fontane**, wie der Fontanewandermarathon, sollten unter dem neuen Label vermarktet werden.

Gleichwohl bedeutet diese Bündelung der Angebote unter diesem Label nicht, dass sämtliche Angebote und Vermarktungsaktivitäten komplett auf das Thema Fontane ausgerichtet sein müssen. Vielmehr geht es darum die **besonderen Stärken und Ankerpunkte**, die sich aus den **Schauplätzen und Charaktereigenschaften Fontanes** ableiten lassen, für das **Storytelling** zu nutzen („mit dem Geist Fontanes Gäste ansprechen“).

Weitere übergeordnete Empfehlungen zur Produktentwicklung sind:

- **Nachhaltigkeit** muss bei der Produktentwicklung von Beginn an berücksichtigt werden (vgl. Ziel: Fontanewandermarathon soll klimaneutral werden)
- Die „Hardware“ bzw. die Wegeinfrastruktur sollte durch eine **Verknüpfung mit anderen Themen**, u. a. Kultur -> Fontane, Gesundheit, Genuss, Natur ergänzt werden
- **Namens-/Titelcheck** der Wanderwege wird empfohlen
- **„Erlebnis Wandern“** in seinen unterschiedlichen Facetten in den Mittelpunkt stellen, nicht die nur „Basisleistung“ (Besonderheiten benennen, Erlebnisse sollen Emotionen erzeugen)
- **Entwicklung der Angebote entlang der (digitalen) Customer Journey** (Inspiration - Buchung - Aufenthalt - Nachbereitung/Empfehlung).

Übergeordnete Empfehlungen zur **Vermarktung** sind:

- Das Thema Wandern sollte in den **Marketingstrategien** der Orte der Wanderregion „FontaneWANDERland“ verankert werden
- Präzisierung der **Zielgruppen** (Genussorientierte Natururlauber, Qualitätsorientierte Entschleuniger, Perspektivzielgruppe: Gesellige Familien, und/oder Sinus-Milieus: Postmaterielles Milieu und adaptiv-pragmatische Mitte) mit Blick auf deren konkrete Bedürfnisse an das Wanderangebot
- Auswahl von **Leitzielgruppe(n) für die Vermarktung**, so dass die Tonalität und Bildsprache sowie das Storytelling entsprechend aufgebaut werden können
- **Marketingschwerpunkte setzen**: Instrumente- und Medienmix mit Fokus auf digital und Social-Media entlang der Customer Journey und der digitalen und analogen Touchpoints (d. h. an den Stellen, an denen der Kunde Kontakt zum Produkt bekommt).

7 Maßnahmenvorschläge mit Kostenschätzung

Die folgenden Vorschläge für die Maßnahmen konzentrieren sich darauf, die wesentlichen Schwachpunkte der Region als Wanderdestination zu beheben. Eine Ergänzung kann für konkrete Projekte sinnvoll sein.

Die Kostenschätzungen basieren auf Erfahrungswerten und sollen lediglich eine Größenordnung der zu erwartenden Kosten vermitteln. Sie sind vor der Realisierung noch einmal mit den tatsächlichen Anforderungen abzugleichen. Die angegebenen Kosten sind Brutto-Kosten. Zum Teil überschneiden sich die Maßnahmen. Kosteneinsparungen durch Synergien bei der Verwirklichung mehrerer Maßnahmen sind daher möglich. Ebenso können Kosten ggf. durch Eigenleistungen reduziert werden.

I. Wanderwegestrategie

A. Fontanewanderweg weiterentwickeln

Finanzierung anbahnen	Kostenkategorie
<ul style="list-style-type: none"> • Kostenschätzung für Feinkonzept erstellen (lassen) • Finanzierungsmöglichkeiten prüfen • Förderprogramme recherchieren • Förderprojekt für Feinkonzept verfassen • Förderantrag stellen 	bis 5.000 Euro
Kurzfristig umsetzbar	

Feinkonzept erstellen	Kostenkategorie
<ul style="list-style-type: none"> • Weitere Fontane-POIs recherchieren • Routenverlauf abstimmen (auch mit Naturschutz/Forst) • Qualitätskriterien im Gelände erfassen • Zertifizierbarkeit prüfen • Erforderliche Optimierungen abstimmen • Nacherfassung und Neubewertung durchführen 	bis 25.000 Euro
Mittelfristig umsetzbar	

B. Zu- und Verbindungswege weiterentwickeln

Lückenschlüsse abstimmen	Kostenkategorie
<ul style="list-style-type: none"> • Lückenschlüsse (neu auszuweisende Wanderwege) mit Behörden und Eigentümern abstimmen • Eignung bisher ungeprüfter Strecken im Gelände prüfen 	bis 5.000 Euro
Kurzfristig umsetzbar	

C. Netzstruktur vereinfachen

Ausgemusterte Routen auflösen	Kostenkategorie
<ul style="list-style-type: none"> • Weiteres Vorgehen mit den Routenbetreibern abstimmen • Demarkierungsarbeiten vorbereiten und durchführen (Überstreichen und Entfernen von Markierungszeichen auf einer Strecke von ca. 350 km) • Vorhandene Beschilderung demontieren (Umfang unbekannt, Demontagekataster erforderlich, Unterstützung durch Bauhöfe sinnvoll) • Tourismusverbände, Touristinfos, Kartenverlage, Online-Portale etc. über Routenauflösungen informieren 	bis 5.000 Euro
Kurzfristig umsetzbar	

Routenverläufe bündeln	Kostenkategorie
<ul style="list-style-type: none"> • Strecken identifizieren, bei denen eine Bündelung sinnvoll ist • Weitere Vorgehen abstimmen • Tourismusverbände, Touristinfos, Kartenverlage, Online-Portale etc. über Routenverlegungen informieren 	bis 5.000 Euro
Mittelfristig umsetzbar	

D. Bemängelte Wanderwege optimieren

Optimierungsmöglichkeiten prüfen und abstimmen	Kostenkategorie
<ul style="list-style-type: none"> • Aufgezeigte Qualitätsdefizite mit den beteiligungsrelevanten Akteuren verifizieren • Optimierungsmöglichkeiten identifizieren und abstimmen • Ggf. Problemstellen und potenzielle Alternativstrecken im Gelände besichtigen • Weiteres Vorgehen abstimmen 	<p>bis 5.000 Euro</p>
Kurzfristig umsetzbar	
Optimierungen umsetzen	Kostenkategorie
<p>Je nach Lösungsansatz, z.B.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Routenverlegungen inklusive Markierungs-, Demarkierungs- und ggf. Beschilderungsarbeiten durchführen • Zugewachsene Strecken freischneiden • Gefahrenstellen entschärfen (z.B. durch Wegebau, Warnschilder) 	<p>keine Angabe</p> <p>(nicht vorhersehbar, da situationsbedingt)</p>
Mittelfristig umsetzbar	
Optimierungen nachbearbeiten	Kostenkategorie
<ul style="list-style-type: none"> • Optimierte Wanderwege neu bewerten • Wegeverläufe im eigenen Datenbestand und in Publikationen (Karten, Infotafeln, Flyer, Internetportale etc.) aktualisieren • Ggf. Lokale Wanderkonzeptionen aktualisieren 	<p>bis 5.000 Euro</p>
Mittelfristig umsetzbar	

E. Wegeangebot nach Qualität priorisieren

Qualitätseinstufungen abstimmen und kommunizieren	Kostenkategorie
<ul style="list-style-type: none"> Einstufung der Wege bzw. Teilstrecken bei Fernwanderwegen sowie das weitere Vorgehen mit den Routenbetreibern abstimmen Tourismusverbände und Touristinfos über Qualitätseinstufungen bzw. touristisches Wanderwegenetz (Prioritäten A und B) informieren 	bis 5.000 Euro
Kurzfristig umsetzbar	

F. Bestand an zertifizierten kurzen Qualitätswegen erhöhen

1. Kommunale Wanderwege (Priorität B) zertifizieren

Qualitätskriterien erfassen und auswerten	Kostenkategorie
<ul style="list-style-type: none"> Routenverläufe und Startpunkte abstimmen Wege erfassen, prüfen und bewerten Bewertungstabelle ausfüllen, Kartendarstellung der Qualitätskriterien anfertigen Ggf. erforderliche Optimierungen abstimmen, Strecken nacherfassen und Routen neu bewerten 	bis 5.000 Euro je Weg (abhängig von Länge und Anzahl der Wege)
Mittelfristig umsetzbar	

Zertifizierung kurze Qualitätswegen „Wanderbares Deutschland“ beantragen und durchführen lassen	Kostenkategorie
<ul style="list-style-type: none"> Durch den Deutschen Wanderverband geschulten Dienstleister mit der Bestandserfassung beauftragen Ggf. erforderliche Optimierungen durchführen Zertifizierungsantrag beim DWV stellen 	bis 5.000 Euro pro Weg (abhängig vom Umfang)
Langfristig umsetzbar (nach Umsetzung Wanderleitsystem)	

2. Fontaneweg (Priorität A) zertifizieren

Qualitätskriterien erfassen und auswerten	Kostenkategorie
<ul style="list-style-type: none"> • Daten (Erfassung und Bewertung) aus der Feinkonzeption übernehmen • Bewertungstabelle ausfüllen, Kartendarstellung der Qualitätskriterien anfertigen • Ggf. erforderliche Optimierungen durchführen, Strecken nacherfassen und Route neu bewerten 	bis 5.000 Euro
Langfristig umsetzbar (nach Erstellung des Feinkonzepts)	

Zertifizierung Qualitätsweg „Wanderbares Deutschland“ beantragen und durchführen lassen	Kostenkategorie
<ul style="list-style-type: none"> • Durch den Deutschen Wanderverband geschulten Dienstleister mit der Bestandserfassung beauftragen, • Ggf. erforderliche Optimierungen durchführen, • Zertifizierungsantrag beim DWV stellen 	bis 10.000 Euro (abhängig vom Umfang)
Langfristig umsetzbar (nach Umsetzung des Wanderleitsystems)	

II. Wanderleitsystem

Finanzierung anbahnen	Kostenkategorie
<ul style="list-style-type: none"> • Kostenschätzung erstellen (lassen) • Finanzierungsmöglichkeiten prüfen • Förderprogramme recherchieren • Förderprojekt für Planung und Umsetzung des Wanderleitsystems und der Möblierung verfassen (Umfang: ca. 800 km Brutto-Wegenetz TOP-Wege Prioritäten A und B) • Förderantrag stellen 	bis 5.000 Euro
Kurzfristig umsetzbar	

Wanderleitsystem und Möblierung planen	Kostenkategorie
<ul style="list-style-type: none"> • Identifikation und Dokumentation der potenziellen Standorte im Gelände • Abstimmung mit Eigentümern, Naturschutz und Forst • Erstellen von Katasterblättern je Standort, Materiallisten und Leistungsbeschreibungen • Erstellen des Layouts und der Inhalte der Infotafeln 	<p>bis 100.000 Euro</p> <p>(abhängig vom Umfang)</p>
Mittelfristig umsetzbar	

Wanderleitsystem und Möblierung umsetzen	Kostenkategorie
<ul style="list-style-type: none"> • Ausschreibung der Produktion und Installationsleistungen • Produktion und Installation • Bauabnahme 	<p>bis 200.000 Euro</p> <p>(abhängig vom Umfang)</p>
Langfristig umsetzbar	

III. Unterhaltungskonzeption

Rahmenvereinbarung Wandern	Kostenkategorie
<ul style="list-style-type: none"> • Rahmenvereinbarung zwischen den Landkreisen OPR und OHV, Naturpark, Kommunen, Tourismusverband Ruppiner Seenland und Forstämtern verfassen und abstimmen 	<p>0 Euro</p> <p>(bei Einbeziehung eines externen Planungsbüros bis 5.000 Euro)</p>
Kurzfristig umsetzbar	

Datenbanken aktualisieren	Kostenkategorie
<ul style="list-style-type: none"> • Wegedaten und POIs in den GIS-Datenbanken der Landkreise und Kommunen aktualisieren 	<p>0 Euro</p>
Kurzfristig umsetzbar	

Regionale Wanderkoordinationsstelle einrichten	Kostenkategorie
<ul style="list-style-type: none"> • 100% Stelle für einen Wegemanager (Referent Freizeitwege, anzusiedeln beim Naturpark oder Tourismusverband Ruppiner Seenland) 	<p>100.000 Euro</p> <p>(jährlich)</p>
Mittelfristig umsetzbar	

Zentrale Wegemeisterei einrichten	Kostenkategorie
<ul style="list-style-type: none"> • Erstinvestition für Personalsuche, Schulungen, Fuhrpark, Werkzeuge, Büroausstattung • Jährliche Kosten für Personal, Fahrt-/Büro-/Materialkosten etc. (3-4 Vollzeit-Stellen für Wegemeister/ Gartenbau-Fachwerker/Straßenwärter), 	<p>bis 200.000 Euro (Erstinvestition)</p> <p>200-300.000 Euro (jährlich)</p>
Mittelfristig umsetzbar	

Digitale Wegeverwaltung einrichten	Kostenkategorie
<ul style="list-style-type: none"> • Natursportplaner / Tourinfra / Destination Pro+ oder ähnliches System anschaffen • Zugänge für Regionale Koordinationsstelle, Zentrale Wegemeisterei und evtl. weitere Wegebetreuer einrichten • Systemnutzer schulen • Geodaten aus den GIS-Systemen übertragen 	<p>bis 10.000 Euro</p> <p>(abhängig vom ausgewählten System)</p>
Langfristig umsetzbar	

IV. Produktentwicklung und Vermarktung

Zur Produktentwicklung und Vermarktung gehören im Wesentlichen die Steigerung der Erlebnis- und Servicequalität - jenseits der Ertüchtigung und qualitativen Weiterentwicklung der Wegeinfrastruktur - entlang der gesamten Reisekette, d. h. von der Inspiration, über die Anreise, die Mobilität vor Ort, den Aufenthalt mit Unterkunft, Beherbergung, Wandererlebnis bis zur Abreise, Nachbereitung und Teilen von Erlebnissen.

Zu den maßnahmenbezogenen Kostenkategorien können nur in Einzelfällen Aussagen getroffen werden, da es sich zumeist um Personalkosten handelt.

Produktentwicklung

Fontanewandermarathon (FWM) zum nachhaltigen und langfristig zum klimaneutralen Event entwickeln	Kostenkategorie/ Zuständigkeit
<ul style="list-style-type: none"> • Recherche und Zusammenstellung von Kriterien für die Ausrichtung eines nachhaltigen Wandermarathons • Benchmarkanalyse (bisher wird das Thema Nachhaltigkeit bei den Distanz-Wanderevents nicht explizit bespielt, aber z.B. bei anderen Großevents) • Vorstellung und ggf. Anpassung der Kriterien • Erstellung einer Checkliste • Kommunikation und Anwendung der Checkliste bei der Planung des FWM (2023/2024) • Recherche und Klärung, welche Informationen für die Ausrichtung eines klimaneutralen Wanderevents nötig sind -> Berechnung CO₂-Fußabdruck -> Kompensation der CO₂-Emissionen 	keine Angabe TV RSL, in Abstimmung mit dem NP
Mittel- bis langfristig umsetzbar	

Qualifizierung der Gastgeber entlang der Wanderwege	Kostenkategorie/ Zuständigkeit
<ul style="list-style-type: none"> • Zusammenstellung der Gastgeber entlang der Hauptwege • Ansprache und Information ausgewählter Gastgeber (Unterkunft und Gastronomiebetriebe) über die Zertifizierung • Austausch mit bereits zertifizierten Gastgebern initiieren (Erfahrungsaustausch) • Einleitung Zertifizierungsprocedere 	<p>Zertifizierungskosten variieren je nach Betriebsgröße</p> <p style="text-align: right;">NP, TIs</p>
Kurz- bis mittelfristig umsetzbar	

Qualifizierung der Mitarbeitenden in den Tourist-Infos zum Thema Wandern	Kostenkategorie/ Zuständigkeit
<ul style="list-style-type: none"> • Zusammenstellung eines kurzen Informationsleitfadens zum Wanderangebot in der Region, Anforderungen / Wünsche der Wanderer, wichtige Ansprechpartner, Informationsquellen, so dass die MA in den TIs die Gäste kompetent beraten können (vor Ort und bei Anfragen per Mail / Telefon) • Evtl. Ausweisung: Wanderer freundliche TIs (Nutzung WS, Auffüllen von Getränkeflaschen?) 	<p>keine Angabe</p> <p style="text-align: right;">NP, TIs</p>
Kurzfristig umsetzbar	

Ausweisung von Streckenabschnitten als Gesundheitswanderwege bzw. Wege mit gesundheitlichem Mehrwert	Kostenkategorie/ Zuständigkeit
<ul style="list-style-type: none"> • Wandern ist grundsätzlich eine gesundheitsfördernde Aktivität, die sich zunehmend ausdifferenziert (unterschiedliche Zielgruppen, Streckenlängen, Events etc.) • Es liegt dem NP ein Kriterienkatalog für Gesundheitswanderwege sowie ein Vorschlag für die Wegstrecke im Amt Temnitz vor • Prüfung der vorliegenden ersten Überlegungen zur Ausweisung von Streckenabschnitten für Gesundheitswandern • Evtl. Anpassung der Anforderungen / Kriterien und möglicher geeigneter Wege (evtl. Naturerlebnispfad um den Wutzsee, der Komponenten bzw. Erlebnisstationen mit gesundheitlichem Mehrwert enthält) • Umsetzungsplanung (Abstimmung mit Wegestrategie, eher keine separate Beschilderung, sondern digitale Wegweisung / Information auf Bestandswegen) 	keine Angabe NP
Mittelfristig umsetzbar	

Qualifizierung / Ausbildung von Natur- und Landschaftsführern zum Thema Gesundheitswandern	Kostenkategorie/ Zuständigkeit
<ul style="list-style-type: none"> • Es gibt Menschen, die aus unterschiedlichen Gründen keine langen Wanderungen unternehmen können. • Beim Gesundheitswandern werden die Wanderer unter Anleitung behutsam und mit vielen Pausen durch die Natur geführt, begleitet von physiotherapeutischen Übungen (Mobilisation, Kräftigung, Dehnungen), die dabei helfen, möglichst lange fit und gesund zu bleiben. • „DWV-Gesundheitswandern“© ist Teil von „Let´s go – jeder Schritt hält fit“, der Bewegungsinitiative des Deutschen Wanderverbandes (vgl. wanderverband.de/wandern/gesundheitswandern, wanderverband.de/wandern/gesundheitswandern/dwv-gesundheitswanderfuehrer-in-werden) • Ansprache und Information von Natur- und Landschaftsführern und anderen fachlich passenden Berufsgruppen, sich in diesem Segment weiter zu qualifizieren • Informationsveranstaltung und Unterstützung bei der Qualifikation • Entwicklung von entsprechenden Angeboten gemäß Ausbildung 	<p style="text-align: center;">Kosten für Mitglieder in einem Mitgliedsverein des DWV: 590 Euro, Kosten für Nicht-Mitglieder: 790 Euro NP</p>
Kurz- bis mittelfristig umsetzbar	

Verknüpfung Wandererlebnis mit weiteren Erlebniselementen in der Region	Kostenkategorie/ Zuständigkeit
<ul style="list-style-type: none"> • Entwicklung von Tourentipps unter Berücksichtigung der Wanderwegestrategie, gemäß Zielgruppenbedürfnis: Wie sieht der perfekte Wandertag für ... aus? • Verschiedene Vorschläge mit unterschiedlichen Schwerpunkten in verschiedenen Gebieten erarbeiten (evtl. auch die Zielgruppe der Schulklassen berücksichtigen -> Abenteuerwert mit Geocaching (Anbieter könnten z.B. Sport- und Bildungszentrum Lindow, Campingplatzbetreiber sein) 	<p style="text-align: center;">keine Angabe TIs, NP, Leistungsträger</p>
Kurz- bis mittelfristig umsetzbar	

Entwicklung eines Angebotes „Wandern ohne Gepäck“	Kostenkategorie/ Zuständigkeit
<ul style="list-style-type: none"> • Erarbeitung einer Mehrtageswanderpauschale „Wandern ohne Gepäck“ durch die Region (z.B. Tourismusservice Bürgerbahnhof Neuruppin) inkl. Gepäcktransfer für kleine bis mittlere Gruppen und / oder Individualgäste • Alternativ: Kontaktaufnahme mit einem Reiseveranstalter, z.B. https://www.wandern.de/europa/deutschland/brandenburg, Wandern.de ist eine Marke der cG Touristic GmbH 	<p>keine Angabe NP, Tourismusservice Bürgerbahnhof Neuruppin</p>
Mittelfristig umsetzbar	

Vermarktung

Erarbeitung Feinkonzept Dachmarke und Kommunikationskonzept FontaneWANDERland	Kostenkategorie/ Zuständigkeit
<ul style="list-style-type: none"> • Detailausarbeitung der Dachmarke (inkl. Claim, Weiterentwicklung Logo Fontane, Markenhandbuch -> Tonalität, Bilder) • Erarbeitung Marketingstrategie • Erarbeitung Kommunikationsmaßnahmen (digital und analog zu den Touchpoints entlang der Customer Journey) einschließlich Kostenkalkulation für die Umsetzung der Maßnahmen 	<p>Evtl. externe Vergabe: ca. 10.000 Euro NP, TV RSL</p>
Mittelfristig umsetzbar	

Erarbeitung von Personas für die Zielgruppen der Wanderer	Kostenkategorie/ Zuständigkeit
<ul style="list-style-type: none"> • Basierend auf der Beschreibung der Brandenburg-Zielgruppen wäre es hilfreich für die Anbieter und Vermarkter in der Region, mehr Informationen über den Wandergast zu erhalten. • Anfrage und Klärung, inwieweit die TMB für die Region die Zielgruppe der Wanderer auf Basis der BEST-Zielgruppen detaillierter hinsichtlich Reiseverhalten, Quellgebiet, Interessen, Statements, Werteorientierung sowie sozioökonomischer Faktoren beschreiben könnte. • Wenn dies möglich ist, Erarbeitung von konkreten Reiseangeboten und Tourentipps für die Persona Wanderer. 	<p>keine Angabe TMB, NP, TV RSL</p>
Kurzfristig umsetzbar	

Verbesserung der Kommunikation des Themas Wandern auf den Webseiten der Städte in der Wanderregion	Kostenkategorie/ Zuständigkeit
<ul style="list-style-type: none"> • Information der Städte über die Möglichkeit der Einbindung einer Minibrandenburg-Version für die Auspielung der POIs / Wanderrouten -> Kontakt über TV RSL • Erarbeitung einer Checkliste für die Bereitstellung von Basisinformationen auf den Webseiten der Städte • Gespräch mit der Regio Nord, wie die Auswahl / Suchfunktion von Wanderrouten auf den Webseiten Stechlin, Fürstenberg/Havel und Gransee optimiert werden kann (gute Grundlagen vorhanden, da die drei Orte von der Regio Nord betreut werden), konkrete Maßnahmen festlegen 	<p>keine Angabe (Kosten für die Anpassung Suchfunktion sollten nicht hoch ausfallen) TIs, Regio Nord, NP, TV RSL</p>
Kurz- bis mittelfristig umsetzbar	

Printmaterial Wandern: Inspiration vor der Reise	Kostenkategorie/ Zuständigkeit
<ul style="list-style-type: none"> • Der TV RSL hat einen Tourenführer Wandern erstellt (10.000 Stück), Gültigkeit 2 Jahre bis 2024. • Es handelt sich um Ganzjahresangebote Wandern, die den Gast inspirieren sollen, in die Region zu kommen. • Aufgrund der hohen Nachfrage ist der Druck einer überarbeiteten Auflage denkbar, da der Tourenführer vermutlich Ende 2023 vergriffen sein wird. • Das Tourenangebot beinhaltet das gesamte Reisegebiet, d.h. auch Gebiete, die nicht in das FontaneWANDERland fallen. • Aus diesem Grund kann der Tourenführer nicht unter der o.g. Dachmarke firmieren. Aber es ist möglich, die Wanderrouten, die in dem Gebiet liegen, gesondert zu markieren oder auszuweisen (FontaneWANDERland kann als „Herzstück“ mitgespielt werden). • Abstimmung über das neue Konzept für den Tourenführer Wandern • Kalkulation der Kosten und Klärung der Finanzierung • Vertrieb: z.B. Auslage auf Veranstaltungen, Messen 	<p style="text-align: center;">keine Angabe (Kosten liegen dem TV RSL für die aktuelle Ausgabe vor) NP</p>
Mittelfristig umsetzbar	

Printmaterial Wandern: Flyer mit örtlichen Wanderwegen	Kostenkategorie/ Zuständigkeit
<ul style="list-style-type: none"> • Die Orte veröffentlichen Flyer und Karten mit ihren lokalen Wanderrouten in sehr unterschiedlicher Qualität. • Um die Wanderregion möglichst einheitlich nach außen zu repräsentieren, wäre es sinnvoll, mit den TIs ein einheitliches Vorgehen abzustimmen. Dies betrifft die Art der Darstellung ebenso wie die Veröffentlichung von Basisinformationen einschließlich (sofern möglich) Anreisemöglichkeiten unabhängig vom PKW. • Erarbeitung von „Richtlinien“ für die Veröffentlichung von Informationen über die Wanderwege, die zu priorisierten Wanderwegen gehören • Information / Austausch mit den TIs dazu 	<p style="text-align: center;">keine Angabe TIs, NP</p>
Mittelfristig umsetzbar	

(Online)-Marketing Wandern optimieren (Auswahl)	Kostenkategorie/ Zuständigkeit
<ul style="list-style-type: none"> • Optimierung der Webdarstellung der Wanderrouten auf den verschiedenen Webseiten (auch Naturpark) • Nutzung der touristischen Datenbank der TMB als Basis für die Darstellung / Erfassung der Wanderwege -> OpenStreetMap • Portale: die Anbieter Outdooractive und Komoot ändern in regelmäßigen Abständen ihre Geschäftsmodelle, weshalb die einseitige Fokussierung auf einen Anbieter nicht empfohlen wird. Wichtig ist, dass die GPS-Tracks über verschiedene Portale angeboten werden und eine doppelte Pflege vermieden wird. • Erstellung kurzes Social-Media-Konzept: mit welchem Content soll in welchem Kanal welche Botschaft vermittelt werden? • Einladung von Bloggern -> Kooperation mit der TMB • Newsletter mit Sonderthema Wandern erstellen • Content für Social-Media und PR / ÖA insgesamt erstellen • SEO-Anpassung • Storytelling rund um Fontane aufbauen (Recherchen zu besonderen Orten, Kuriositäten, Vorlieben, Testimonials etc.) • Evtl. Kooperation mit RBB ausbauen 	keine Angabe NP, TV RSL, TIs
Permanent umsetzbar	