

Isabel Reimann

Qualitätsorientierter Wandertourismus als Chance für nachhaltige Regionalentwicklung*

Der Elisabethweg – Von Eisenach nach Pottenstein

mit 1 Abbildung und 2 Tabellen

1 Neues Freizeitverhalten

Das Reisen hat sich als Massenphänomen erst in den Jahren nach 1945 herausgebildet. Ausschlaggebend hierfür waren die tief greifenden Veränderungen der sozialen und ökonomischen Rahmenbedingungen nach dem Ende des Zweiten Weltkrieges, wie dem stetig steigenden Einkommen und dem sich daraus entwickelten Wohlstand, Arbeitszeitverkürzungen, Wertewandel, sowie die zunehmende Motorisierung und Mobilität. Das Freizeitverhalten der modernen Gesellschaft jedoch zeigt sich seit den letzten Jahren mit einem zwiespaltigen Gesicht. Nicht mehr nur pure Erholung, zunehmender Geltungsdrang und Konformismus, nach dem Motto „größer! schöner! weiter!“, stehen an der Spitze der Freizeit- und Reismotivation, sondern auch der Trend nach einer Rückbesinnung zum Leben und Bewegen in der freien Natur machen sich in den letzten Jahren wieder verstärkt bemerkbar. Als Gegenteil zum „Flug in die Südsee“ eröffnet Wandern in diesem Zusammenhang die Möglichkeit der aktiven und bewussten Freizeitgestaltung in einer der ursprünglichsten Formen; als Kontrast zur gewandelten Lebenssituation, zu Großraumbüros und künstlichen Umgebungen und einschränkenden Pflichten. Solche Aktivitäten in der freien Natur, für die kein Flugzeug, Sonne und Meer von Nöten sind, ermöglichen wieder durch körperliche und geistige Bewegung zu Selbsterfahrungen mit spirituellem Charakter zu gelangen, wie sie kaum eine andere Freizeitaktivität bietet. Die nicht verbaute Landschaft und die Umwelt stellen dabei einen Gegensatz zur technischen Zivilisation dar und stehen damit nicht nur beim Wandern im Zentrum, sondern im gesamten Tourismus.

*) Zusammenfassung einer Magisterarbeit, die am Institut für Geographie der Universität Erlangen-Nürnberg unter Betreuung von Prof. Dr. W. Bätzing im Jahr 2008 abgeschlossen wurde.

Religiöse Anlässe, in Form von Pilgerreisen, sind dabei bereits seit dem Mittelalter als einer der historischen Ursprünge des Wanderns anzunehmen. Erst im 18. Jahrhundert wandelte sich die Sicht der Menschen auf die Natur und Wandern wurde zum Selbstzweck und zur Selbsterfahrung.

Diese Entwicklung wurde durch den Einfluss der Romantik und der Liebe zu Natur und Landschaft gefestigt. Sie führte zu einer zunehmenden Institutionalisierung des Wanderns, wie 1883 der Gründung des Deutschen Wanderverbands als Dachorganisation der Wander- und Gebirgsvereine, 1895 der Naturfreunde und 1901 zur Gründung der Wandervogelvereinigung, für deren Anhänger das Wandern eine tiefgehende, beinahe philosophische Bedeutung erlangte (vgl. *DTV/Deutscher Wanderverband* 2002: 6). In den Heimatfilmen der 1950er Jahre wurde dann das bis heute vorherrschende und viel zitierte Bild des Wanderers geprägt, der mit Kniebundhose, Filzhut und Wanderstock fröhliche Lieder pfeift. Das damals entstandene Image ist trotz eines starken Wandels in den letzten Jahren noch immer nachhaltig in unseren Köpfen präsent.

Dieser Wandel macht sich heute durch verschiedene Entwicklungen, die das Profil und die Gewohnheiten der Wanderer betreffen, bemerkbar. Ein auffälliger Indikator ist beispielsweise das Durchschnittsalter. Zwar dominiert nach wie vor die Generation „50plus“ die Wanderstatistiken, doch gleichzeitig werden auch die jüngeren Altersgruppen immer stärker präsent. Damit verbunden ist die Erkenntnis, zu der Brämer innerhalb seiner Profilstudien gelangt, dass fast ein Drittel über einen Hochschul- bzw. Fachhochschulabschluss aufweisen kann, was auf eine Verbindung zwischen Kopfarbeit und der Bewegung in freier Natur hinweist. Ebenfalls damit verbunden ist hier ein überdurchschnittliches Haushaltseinkommen, über das der heutige Wanderer verfügt. Trends, wie die immer älter werdende Gesellschaft, die stark anwachsenden Sektoren Gesundheits- und Wellnesstourismus, sowie der steigenden Nachfrage nach Qualitätsprodukten, lassen einen weiteren Aufschwung des Wandertourismus in der Zukunft erwarten.

Ein Teilbereich des Wandertourismus, der im Laufe der letzten Jahre (nicht unerheblich begünstigt durch die Präsenz von Prominenten in den Medien, wie beispielsweise Hape Kerkeling mit seinem Erfolgsroman „Ich bin dann mal weg“) immer stärkere Aufmerksamkeit auf sich gezogen hat, ist ohne Zweifel das Pilgern. Besonders diese alte Form der Bewegung in der Natur und der damit verbundenen Suche nach sich selbst lässt einen deutlichen Kontrast zu den sozialen und ökonomischen Bedingungen unserer Zeit erkennen. Aber im Unterschied zum kirchlich geprägten Pilgern tritt heute immer stärker die „Spiritualität“ in den Vordergrund, als „moderne“ Form einer Suche nach dem Sinn des Lebens und dem eigenen Selbst. Statt sich nur auf die biblische Glaubensüberlieferung zu stützen muss wahrgenommen werden, dass Gott den Lebensweg begleitet. Es ist ein Aufruf zum Aufbrechen. Clotz, Pfarrer und zuständig für die Öffentlichkeitsarbeit des Elisabethpfades (e.V.), betont hierbei, dass „Spiritualität‘ nicht an bestimmte Orte gebunden [ist], und die ‚heilige Reise‘ nicht eine Reise zu einem ‚heiligen Ort‘ [ist], sondern ‚Reise mit Gott‘“ (CLOTZ 2006: 59). Dieser Aspekt

macht im Wesentlichen die Grundlage eines „modernen“ Pilgerns aus, der auf die Veränderungen im alltäglichen Leben zurückzuführen ist. Wallfahrtsziele haben in den letzten Jahren mehr Zulauf denn je. „Je heftiger sich die Menschheit bewegt“, so der amerikanische Theologe Virgil Elizondo, „um so mehr braucht sie einen festen Wurzelgrund. Je mehr Wissen, Wissenschaft und Information uns zur Verfügung stehen, um so größer wird das Verlangen der Seele nach letztem Sinn, nach Vergebung, nach Reinigung“ (SEEWALD 2000: 94).

An dieser Stelle kehre ich wieder zum Wandertourismus zurück, der sich, wie kaum eine andere Tourismusform, seinen natürlichen Bezug zur Natur so deutlich erhalten hat. Diesen postuliere ich daher als eine neue Tendenz zur aktiven Bewegung in der Landschaft, die gewandelte Anforderungen an eine Wanderinfrastruktur stellt. Der natürliche Raum muss sinnvoll „genutzt“ werden können, um dem Trend des Wanderns und dessen vielfältigem Potential gerecht zu werden, denn der „Naturgenuss“ steht beim Wandern, Umfragen zufolge, an allererster Stelle. Das Wandern und Pilgern zeichnen sich des Weiteren dadurch aus, die Umwelt nachhaltig zu nutzen und wichtige positive Impulse für die oft vernachlässigten ländlichen Regionen zu liefern. Zu den besten Chancen, mit einem nachhaltigen Wandertourismusprojekt eine größtmögliche Wertschöpfung zu erzielen und dabei den veränderten Ansprüchen der Wanderer gerecht zu werden, zählen dabei zweifelsohne Qualitätswanderwege. Diese heben sich durch geprüfte Kriterien von ‚normalen‘ Wanderwegen ab und ermöglichen damit ein zufriedenstellendes Wandererlebnis. Dies ist heutzutage derjenige Faktor, mit dem man sich innerhalb des Wettbewerbs entscheidend hervorheben kann. Dabei geht es nicht nur um eine ausgezeichnete Wegeinfrastruktur, sondern dieser Anspruch setzt sich fort über die Unterkunft, die touristischen Dienstleistungen bis hin zur gastfreundlichen Bevölkerung im Zielgebiet. Denn Touristen nehmen ihr Angebot nicht als isolierte Leistungen wahr, sondern als ganzes Bündel. Ein Qualitätssiegel gibt dabei die Chance, diesen Ansprüchen nachzukommen und gewährt überdies die besten Aussichten für eine nachhaltige, regionale Entwicklung.

2 Zertifizierungsmöglichkeiten für deutsche Wanderwege

Im Wandertourismus gibt es zwei Institutionen, die Wanderwege anhand von Qualitätskriterien zertifizieren, das Qualitätssiegel „Wanderbares Deutschland“ des Deutschen Wanderverbandes und das „Deutsche Wandersiegel“ des Wanderinstituts. Bei beiden Kriterienkatalogen wurde versucht, den Ansprüchen der Wandergäste dadurch besonders nahe zu kommen, dass sie auf Ergebnissen von Befragungen nach den Wünschen der Wanderer basieren (durchgeführt vom „Projektpartner Wandern“) und somit einen durchaus vorbildlichen Versuch machen, Theorie und Praxis Hand in Hand gehen zu lassen. Denn nur wenn sich das Angebot an den Wünschen und Vorstellungen der Gäste orientiert und damit für positive Erfah-

rungen sorgt, kann eine optimale Grundlage dafür geschaffen werden, dass diese die Wanderwege und auch die Region erneut besuchen. Dies ist in erster Linie das wichtigste Ansinnen eines jeden touristischen Angebots.

Aufgrund des zunehmenden Stellenwerts des Wandertourismus in Deutschland (bei einem Beitrag von 12 Mrd. Euro zur Bruttowertschöpfung des Landes, mit steigender Tendenz), sowie seiner wichtigen Rolle in der regionalen Entwicklung, kam von Seiten des Verbandes deutscher Gebirgs- und Wandervereine, kurz: *Deutscher Wanderverband*, die Idee auf, einheitliche Maßstäbe zu erarbeiten, um diese Tourismusform zu fördern. Im Jahr 2004 standen dann die überarbeiteten und bis heute gültigen Kriterien und Prüfungsverfahren zu Vergabe des Qualitätssiegels fest. Gegenwärtig haben 34 Wege, unter anderem der Frankenweg, Rennweg, Uplandsteig oder Altmühltal-Panoramaweg die Auszeichnung *Qualitätsweg Wanderbares Deutschland* erhalten (vgl. *Deutscher Wanderverband / Wanderbares Deutschland*). Die Kriterien werden in vier Bereiche, das Wegeformat, Wanderleitsystem, Natur und Landschaft, Kultur und Zivilisation unterteilt. Dabei gibt es 9 Kern- und 23 Wahlkriterien, die 2007 nochmals, an der realistischen Umsetzbarkeit orientiert, überarbeitet wurden. Für die Beurteilung wird der Weg in Vier-Kilometer-Abschnitte geteilt. In jedem Abschnitt wird der Weg auf die Kern- und Wahlkriterien hin überprüft. Elf Punkte pro Vier-Kilometer-Abschnitt sind nötig, um das Zertifikat zu erhalten. Die Kernkriterien müssen alle über die gesamte Wegstrecke erfüllt sein (vgl. *Deutscher Wanderverband / Infolyer*). In Tabelle 1 und 2 eine kurze Übersicht der Kern- und Wahlkriterien.

Bei der Umsetzung ist es dabei am schwierigsten, den Grenzwert von maximal 20% Asphalt einzuhalten. Doch auch die regelmäßigen Möglichkeiten zur Einkehr, ÖPNV-Anschlüsse oder die Vermeidung von Windkraftwerken, Kläranlagen oder

Tab. 1: Kernkriterien* eines *Qualitätsweges Wanderbares Deutschland*

1. naturbelassene Wege	mindestens 35% der Gesamtstrecke
2. schlecht begehbare Wege	höchstens 5% der Gesamtstrecke höchstens 1500m am Stück
3. Verbunddecken	höchstens 20% der Gesamtstrecke höchstens 3000m am Stück
4. auf befahrenen Straßen	höchstens 3% der Gesamtstrecke höchstens 300m am Stück
5. neben befahrenen Straßen	höchstens 10% der Gesamtstrecke höchstens 3000m am Stück
6. nutzerfreundliche Markierung	100% der Gesamtstrecke
7. Abwechslung	mind. 3 Formationswechsel auf 8 km
8. Erlebnispotential	mind. 4 Punkte auf 8km aus den Wahlkriterien 13-19
9. intensiv genutztes Umfeld	höchstens 10% der Gesamtstrecke höchstens 3000m am Stück

* Ein *Qualitätsweg Wanderbares Deutschland* muss die Kernkriterien komplett erfüllen.

Quelle beider Tabellen: *Deutscher Wanderverband* 2006. Aktualisierte Qualitätskriterien. Stand 2007. Eigene Darstellung.

Tab. 2: Wahlkriterien* eines Qualitätsweges Wanderbares Deutschland

Wegeformat	
1. naturnahe Wege (naturbelassene, landestypische Wege, gut begehbar)	mind. 1000 m zählt doppelt ab 2000 m
2. befestigte Wege mit Feinabdeckung (Feinmaterial < 16 mm)	neutrale Wertung
3. schlecht begehbare Wege (mit aufgeschütteten, losen Bruchsteinen, Bauschutt, stark zerfahren)	höchstens 300 m
4. Verbunddecken (Asphalt, Beton, Pflaster auf der Gehspur)	höchstens 300 m
5. Pfade (Gehspur von weniger als 1 m Breite)	mindestens 500 m zählt doppelt ab 1500 m
6. auf befahrenen Straßen (einschließlich ungesicherter Fahrbahnüberquerungen)	höchstens 50 m
7. neben befahrenen Straßen (bis zu einem Abstand von einer Straßenbreite zum Fahrbahnrand)	höchstens 300 m
Wanderleitsystem/Besucherlenkung	
8. Markierung	lückenlos, fehlerfrei, eindeutig
9. Wegweiserstandorte (mit Entfernungsangaben mit Wegebezug)	mindestens 2
10. Vernetzung (mit anderen markierten Wanderwegen)	mindestens 2
Natur/Landschaft	
11. Abwechslung (im Großen wechselnde Landschaftsformationen: Wald, Offenes Land, Siedlungen, großflächige Gewässer)	mind. 3 Formationswechsel
12. natürliche Stille (zusammenhängend keine maschinen- oder verkehrserzeugten Geräusche)	mind. 1000 m am Stück
13. besonders attraktive Naturlandschaft (wie Hallenwälder, eindrucksvolle Biotope, Streuobstwiesen, Felslandschaften, gärtnerische Anlagen)	mindestens 1 mehr zählt doppelt
14. naturnahe Gewässer (z.B. naturnahe Quellen, Bäche, Flüsse, Seen)	mindestens 1 mehr zählt doppelt
15. punktuelle Naturattraktionen (z.B. eindrucksvolle Gipfel, Schluchten, Felsen, Höhen, Wasserfälle, Baumveteranen, Naturdenkmale)	mindestens 1 mehr zählt doppelt
16. eindrucksvolle Aussichten (mit dauerhaft freiem Blickfeld (mind. 3 Jahre) von mind. 45 Grad Öffnung und mind. 2 km Sichttiefe)	mindestens 1 mehr zählt doppelt
Kultur	
17. gefällige Ortsszenen (z.B. Altstadtstraßen, repräsentative Gebäudezeilen, Marktplätze, Promenaden, Alleen, ländliche Dorfszenerie)	mindestens 1 mehr zählt doppelt
18. regionaltypische kulturelle Sehenswürdigkeiten (z.B. Bildstöcke, Kreuzwege, Kapellen, Hünengräber, Infozentren, Heimatmuseen)	mindestens 2
19. überregional bedeutsame kulturelle Sehenswürdigkeiten (z.B. Schösser, Burgen, Klöster, nationale Baudenkmäler, Weltkulturerbestätten)	mindestens 1 mehr zählt doppelt
Zivilisation	
20. intensiv genutztes Umfeld (z.B. geschlossene Bebauung, Gewerbegebiete, Kläranlagen, Stromtrassen)	höchstens 300 m
21. Gaststätten (wenn ab mittags geöffnet und an 5 Tagen)	mindestens 1
22. Haltestellen für ÖPNV, Pkw (und Parkplätze mit Bezug zum Wanderweg)	mindestens 1
23. Rastmöglichkeiten (z.B. Bänke, Sitzgruppen, Hütten)	mindestens 2

* Pro 4 km-Abschnitt müssen mindestens elf der folgenden Kriterien erfüllt sein.

Stromtrassen erweisen sich in der Verwirklichung im durchwegs gut erschlossenen deutschen Staatsgebiet teilweise als äußerst anspruchsvoll. Detaillierten Einblick in die Vorgaben und Kriterien sind auf der Internetseite des Wanderverbandes oder durch kostenlose Bestellung bzw. Download von der Website möglich (*Deutscher Wanderverband* 2008).

Um die Auszeichnung schließlich erlangen zu können, muss die betreffende Region dem Wanderverband Karten mit dem eingetragenen Wegverlauf zu Verfügung stellen, den dieser anschließend hinsichtlich der vorgegebenen Kriterien überprüft. Ist das Ergebnis positiv, erhält der Weg die Auszeichnung zunächst für einen Zeitraum von drei Jahren. Danach muss der Weg erneut geprüft werden.

Das zweite Projekt, welches ebenfalls auf den Kriterien des „Projektpartner Wandern“ basiert, ist das Deutsche Wandersiegel des Deutschen Wanderinstituts. Das Institut kümmert sich dabei nicht nur um die Zertifizierung von Wegen, sondern bietet auch Fortbildungen, Vorträge und Schulungen an, die auf Wunsch auch in der eigenen Region abgehalten werden können. Die Forschungsarbeiten, die durch den „Projektpartner Wandern“ unter der Leitung von Rainer Brämer seit 1998 regelmäßig durchgeführt werden, konzentrieren sich auch die „physischen, psychischen, sozialen, wirtschaftlichen und naturräumlichen Bedingungen und Wirkungen des Wanderns“. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse sollen dann zur Entwicklung und Realisierung von „nachhaltigen Konzepten eines naturgemäßen Wanderns in den Bereichen Freizeit, Urlaub, Bildung und Rehabilitation“ dienen. Dauerhaft gefördert werden diese „Profilstudien“ durch das Wandermagazin und die Messe Düsseldorf (vgl. *Deutsches Wanderinstitut* 2008). Ebenfalls durch die „Projektpartner Wandern“ wurde ein umfangreicher Kriterienkatalog entwickelt, um möglichst objektiv eine Stärken-Schwächen-Analyse der jeweiligen Wege aufstellen zu können. Den Kern dieses Kataloges machen 36 Kriterien aus, die pro Kilometer Weg bis zu 200 Merkmale bezüglich des Wegeformats, der Landschaft, kulturellen Sehenswürdigkeiten, zum Wanderleitsystem und zu großräumigen Strukturen des Umfeldes verlangen und regelmäßig in Praxistests verbessert werden. Dabei sollen möglichst viele Elemente eines Wandererlebnisses erfasst und in Zahlen aufgenommen werden, um eine Vergleichbarkeit der Merkmale zu erzeugen. Dabei verweist das Institut auf die aufwendige Wegeinventur, die nur von Fachleuten durchgeführt werden kann. Der Kosten- und Arbeitsaufwand lohnt sich daher nur für qualitativ hochwertige Wege, die als lokale, regionale oder nationale Leitwege für die jeweilige Destination werben und anspruchsvoll vermarktet werden sollen (vgl. *Deutsches Wanderinstitut* 2008). Die bekanntesten Wege, die das Zertifikat erhalten haben, sind sicherlich der durch Bayern, Hessen und Thüringen verlaufende Hochröhner und der 154 Kilometer lange Rothaarsteig. Letzterer wurde nach den Leitlinien des Wandersiegels geplant und umgesetzt und zog gleich nach der Eröffnung zahlreiche Wandergäste an, weshalb er als erfolgreichstes Innovationsprojekt im deutschen Mittelgebirgstourismus gilt. Seit diesem Zeitpunkt bekam der Anspruch an Qualität eine direkte ökonomische Dimension (*Deutsches Wanderinstitut*, zit. in: GUMBERT 2006: 26f.). Mit aktuell 13 Streckenwegen und 69 Rundwegen in

acht Bundesländern, wobei der größte Teil in Hessen und im Saarland verlaufen, konzentriert sich das Angebot an Qualitätswegen des Deutschen Wandersiegels dabei überwiegend auf den südwestlichen Teil Deutschlands.

Um die Zertifizierung zu erhalten, muss der Auftraggeber des in Frage kommenden Weges dem Institut Karten mit den eingetragenen Kriterien übergeben, welche von Fachleuten überprüft werden. Wie auch beim Gütesiegel des Wanderverbandes, ist das Zertifikat nach drei Jahren neu zu beantragen.

Für die konkrete Umsetzung entschied ich mich für die Kriterien des Deutschen Wanderverbandes. Zunächst wegen der einfacheren Erlangung des Siegels, der geringeren Zertifizierungskosten, dem einfacheren Zugang zu Informationen und Unterlagen und weil sich die ausgezeichneten Wege im gesamten Bundesgebiet befinden, statt nur im südwestlichen Teil. Schlussendlich hat zur Wahl entscheidend beigetragen, dass die drei Wege, die in den Verlauf des Elisabethweges integriert werden sollen, namentlich der Werra-Burgen-Steig, der Steigwald-Panoramaweg und der Frankenweg, bereits durch dieses Qualitätssiegel ausgezeichnet sind und somit eine Einheitlichkeit gewährleistet wird. Herr Arnold vom Tourismusverband Steigerwald bekundete mir in einem Interview ebenfalls in erster Linie Kostengründe, die seinerzeit zur Wahl des Wanderverbandes für die Auszeichnung des Steigerwald-Panoramaweges führten. Diese fielen durch die Schulung von Mitgliedern aus dem Steigerwaldclub durch den Wanderverband deutlich geringer aus, als wenn man die Arbeiten den Experten des Wandersiegels übertragen hätte. Ein zweiter Grund wurde erst im Verlauf der Ausarbeitung auch für den Elisabethweg wichtig, denn der Wanderverband lässt noch einen Anteil von 20% auf asphaltierten Wegen zu, wohingegen beim Wandersiegel nur 15% möglich sind.

3 Probleme und Chancen von Weitwanderwegen

Vorab muss ganz realistisch die Zahl derjenigen gesehen werden, die überhaupt Mehrtagestouren oder auch Streckenwanderungen machen. In einem praxisbezogenen Leitfaden, der vom Tourismusverband Franken herausgegeben wurde und der sich auf die Ergebnisse der „Profilstudie Wandern“ von 2004 stützt, wird hier von einer Zahl von ‚nur‘ 15% aller Wanderer gesprochen, die mehrere Tage hintereinander wandern gehen, ebenfalls 15% sollen dieser Studie zufolge Streckenwanderungen, im Gegensatz zu Rundwanderungen, unternehmen (*Tourismusverband Franken* 2005: 15). Nüchtern betrachtet ist das nicht einmal ein Fünftel aller Wanderungen, die getätigt werden, was somit Folgen für die Umsetzung eines Konzepts für Weitwanderwege haben muss. Leider fehlen in diesem Bereich noch konkrete Datengrundlagen und Analysen um Vergleiche anzustellen.

Ein weiteres Problem ergibt sich nun aus der Tatsache, dass sich ein Weitwanderweg häufig an einem Thema orientiert und dadurch verschiedene Zielpunkte verbindet. Diese Ziele befinden sich nun aber meist in den größeren Städten, was

den Schluss nahe legt, dort auch das Ende einer jeden Tagesetappe zu verorten. Will man nun mit dem Projekt aber den Ansprüchen des Nachhaltigkeitsprinzips gerecht werden und dezentrale Strukturen unterstützen, ergibt sich daraus die erste Überlegung, dass die Endpunkte jeder Tagesetappe möglichst in kleinere Dörfer, statt in die großen touristischen Zentren gelegt werden, um dort die lokalen, bereits vorhandenen Strukturen aufzuwerten.

Auch ist anzumerken, dass sich bei einem Weitwanderweg, der viele Gemeinden und Regionen miteinander verbindet und der auch überregional vermarktet wird, die Kultur und die Identität einer einzelnen Region nur einen geringen Stellenwert besitzt. Schnell ergibt sich daraus das Risiko, dass dabei dann auch die Interessen und die Mitwirkungsmöglichkeiten und so die Chancen für den „Einzelnen“ hinsichtlich dieses überregionalen Faktors übergangen werden. Um jedoch eine dezentrale Regionalentwicklung zu fördern ist es wichtig, die lokalen Akteure in das Handeln zu integrieren und auch deren Kultur zu stärken.

Ein Weitwanderweg bringt hier allerdings die Schwierigkeit mit sich, die vorhandenen Strukturen, bezogen auf die Wegeinfrastruktur, sinnvoll miteinander zu verbinden. Nach der ökologischen Zielsetzung einer nachhaltigen Entwicklung dürfte man streng genommen nur das bereits bestehende Wegesystem nutzen. Auch finanziell und im Hinblick auf die spätere Pflege des Weges würde sich hier die Nutzung vorhandener Wege anbieten, was jedoch in manchen Regionen problematisch ist, in denen dem Wandern ein weniger großer Stellenwert zugeschrieben wird. Hier bedarf es dann an den betreffenden Stellen einer individuellen Abstimmung und Lösungsfindung mit den jeweiligen Beteiligten.

Aber auch die Zusammenarbeit mit einer Vielzahl von Akteuren kann Probleme aufwerfen. Ein Weitwanderweg wird immer Regionen und Gemeinden miteinander verbinden, die ein sehr unterschiedliches Interesse an dem Ausbau ihrer Wanderwege haben oder die in touristischer Sicht manchmal so gut dastehen, dass ihnen die Umstände und Kosten, die ein Wanderweg dauerhaft mit sich bringt, nicht rentabel erscheinen.

Ein anderes Problem ist dabei, dass einige Regionen mehr Wert auf die Ausweitung ihres Radwegenetzes als auf Wanderwege legen, was sich aus zwei Gründen negativ für Wanderer auswirkt. Zum Ersten fühlen sich viele Wanderer durch Radfahrer gestört, zum Zweiten bedeutet ein gut ausgebautes Radwegenetz auch gleichzeitig einen hohen Grad an asphaltierten Wegen. Hier sind wir im Bereich des Qualitätstourismus, dessen Vorgaben solche Asphalt- und Schotterwege weitgehend auszuschließen versuchen. Lange Strecken auf Verbunddecke und Schotter verhindern daher die Erlangung eines Qualitätssiegels, dessen Erlangung heutzutage aus den bereits geschilderten Gründen innerhalb eines jeden Tourismusprojekts wichtig ist. Auch da themenorientierte Wanderwege meist ihre Zielpunkte in größeren Städten haben, in deren Umgebung es kaum noch Naturwege gibt, kommt an diesem Punkt noch mal der Asphaltanteil als Problem zum Ausdruck. Man wird diese Schwierigkeiten eventuell nur so lösen können, dass man den Wanderweg in großen Bögen um die Städte herumführt und die

Städte dann mittels eines Stichweges erschließt. Diese Wegführung widerspricht aber andererseits der Idee eines Themenweges. Dieser lebt nun mal einfach von der direkten Verbindung verschiedener Anlaufpunkte.

Betrachtet man nun diese Vielzahl an Problematiken, die sich mit der Planung und Realisierung eines qualitätsorientierten und an den Prinzipien einer nachhaltigen Regionalentwicklung ausgerichteten Konzepts ergeben, wird deutlich, dass sich viele Aspekte relativ schwer miteinander vereinbaren lassen.

Gelingt dies aber, dann erwächst daraus die Chance, positiv im Sinne einer nachhaltigen Regionalentwicklung zu agieren. Verknüpft man dabei die verschiedenen Wege mit bereits vorhandenen, etablierten und bekannten Wegen, lassen sich hier konkrete Synergien erzeugen. Setzt man eine solche räumliche Vernetzung in Hinblick auf Weitwanderwege in einen größeren räumlichen Bezug, ergeben sich dabei meist auch Verbindungen zwischen verschiedenen Regionen. Gelingt es hier unterschiedliche Regionen zu vereinen, dabei den jeweiligen eigenen spezifischen Charakter zu erhalten und auch die Akteure zu einem gemeinsamen Handeln zu motivieren, eröffnet sich hier eine große Chance innerhalb des wandertouristischen Angebots innerhalb Deutschlands, denn nur wenige andere Wege können einen solchen überregionalen Zusammenhang aufweisen. Gerade die Besonderheiten jeder Region durch einen Weitwanderweg zu verbinden und nacheinander zu erkunden macht einen gewissen Reiz aus, welcher sich gut in Marketingstrategien umsetzen lässt. Grenzüberschreitung lautet hier das Stichwort! Ein solches dezentrales Angebot lässt sich durch einen Wanderweg ohne große Investitionssummen durchsetzen und bietet darüber hinaus gute Chancen auf die Einwerbung durch Fördermittel.

In der Umsetzung solcher Projekte müssen allerdings, gerade im Hinblick auf eine nachhaltige regionale Entwicklung, einige Aspekte beachtet werden. Unter dem Dach eines solchen Projekts müssen die einzigartigen physischen und kulturellen Eigenschaften jeder Region bewahrt und gestärkt werden. Daher dürfen die grenzüberschreitenden Maßnahmen keine homogenisierenden Effekte haben, denn gerade die Einzigartigkeit stellt das wesentliche touristisch Interessante dar. Außerdem sollen umweltverträgliche Angebote nicht nur eine Ergänzung bestehender Angebote sein, sondern müssen eigenständig aufgestellt und gefördert werden (vgl. WACHOWIAK 1995: 100ff.).

Solche Vernetzungen müssen aber auch die verschiedenen Produkte und Dienstleistungen am jeweiligen Ort und seiner näheren Umgebung berücksichtigen. Weitwanderwege können wichtige Impulse geben, wenn es darum geht, regionale (Qualitäts-) Produkte mit dem Tourismus zu koppeln. Am besten nutzen kann man solche Synergien, indem in Gaststätten und Unterkünften die Verpflegung mit Produkten aus der Region erfolgt. Es sollten entlang einer Wegstrecke dann prioritär solche gastronomischen Betriebe aufgenommen werden, die durch Ortsansässige betrieben werden und keineswegs Gastronomieketten oder gar Fast-Food-Restaurants. Darunter fällt auch die bereits vorgeschlagene Festlegung von Endpunkten einer Etappe in kleineren Ortschaften und nicht in großen Städten,

so dass die dortige Gastronomie- und Unterkunftssituation und auch die möglicherweise vorhandene touristischen Freizeitmöglichkeiten genutzt und gestärkt werden können. Solche Überlegungen würden in der Umsetzung dazu verhelfen, bisher bestehende Wirtschaftsketten zu intensivieren und die regionale Entwicklung nachhaltig zu fördern! Auch die intangiblen Effekte eines Qualitätsweges sind hierbei zu berücksichtigen, wodurch dessen (gutes) Image sich durch die gesicherte Qualität auch positiv auf die gesamte Region auswirken kann.

Ein anderer Aspekt ist der aktuelle Gesundheits- und Wellnesstrend, der mit dem Wandern gut in Verbindung gebracht werden kann. Und da nicht nur die „neuen Alten“ ein zunehmendes Bedürfnis nach Fitness und sportlicher Betätigung empfinden, können mit einer Kombination von Wellness und Wandern auch junge Leute angesprochen werden.

Wichtig ist es, den Weitwanderweg als Ganzes zu sehen. Dabei sollen die einzelnen Orte und Regionen aber nicht homogenisiert, sondern als individuelle Einheiten herausgestellt werden. Innerhalb diesen Systems müssen dann die endogenen Potentiale, Gaststätten und Unterkünfte, Freizeitmöglichkeiten und beispielsweise auch die ÖPNV-Anbindungen gemeinsam vermarktet werden, um Synergien zu schaffen. Eine Auszeichnung als Qualitätsweg und vielleicht auch die Verknüpfung mit den Qualitätsgastgebern, wie sie der Wanderverband vornimmt, würde dabei die Möglichkeit unterstützen, das regionale Angebot überregional zu vermarkten. Darüber hinaus gewährt die Verbindung mit Qualitätsgastgebern die Aussicht, dass die lokalen Akteure stärker in die Wertschöpfung mit einbezogen werden.

Wenn es dann gelingt, ein solches Projekt in die Tat umzusetzen und ein regionstypisches Angebot zu erstellen, das durch ein Qualitätssiegel überregional vermarktet wird und das es dabei auch schafft, alle Akteure zur Zusammenarbeit zu bringen, dann kann dadurch ein einzigartiges Angebot im Wandertourismus geschaffen werden. Daraus ergeben sich dann wiederum gute Möglichkeiten für die Stärkung eines umweltschonenden Tourismus und einer nachhaltigen Regionalentwicklung.

4 Der Elisabethweg – Von Eisenach nach Pottenstein

In diesem Kontext eröffnete sich mir eine interessante Aufgabenstellung für meine Magisterarbeit. Anlässlich des 800. Geburtstages der Heiligen Elisabeth von Thüringen im Jahr 2007 kam der Sennfelder Gemeinderat Klemens Vogel, selbst aufgewachsen in einer Gemeinde mit Elisabethbezug, auf die Idee, das Wirken der Patronin von Thüringen auch nach dem Jubiläumsjahr entsprechend zu würdigen. Doch nicht nur in Thüringen, sondern auch an vielen Orten an denen sich die Heilige aus dem Mittelalter aufgehalten hatte, wurde das Geburtstagsjahr feierlich begangen. So stieß der Initiator besonders in Pottenstein und in Thüringen auf offene Ohren für sein Vorhaben, einen ökumenischen Pilgerweg von der



Abb. 1: Übersichtskarte: der Elisabethweg – Von Eisenach nach Pottenstein

Wartburg bei Eisenach, die für die Legende des sogenannten „Rosenwunders“ durch Elisabeth bekannt ist, bis hin zur Burg Pottenstein, auf der sie einige Zeit lebte, einzurichten. Der dort bereits angelegte Rundwanderweg „Auf den Spuren der Heiligen Elisabeth“ soll Endpunkt des geplanten Fernwanderweges sein. Im zweiten Schritt wurde, vor allem durch Gespräche mit Herrn Olaf Seifert vom Tourismusverband Franken klar, dass ein solches gebietsübergreifendes Projekt nur durch eine Zertifizierung durch eines der beiden deutschen Qualitätssiegel überregional vermarktet werden kann. Eine dritte Ebene schließlich fasste die möglichen positiven Auswirkungen eines solchen Wanderweges ins Auge, wie sie sich durch die nachhaltige Regionalentwicklung benennen lässt. Diese drei Ebenen zu einem stimmigen Konzept zu vereinen war die Zielsetzung dieser Machbarkeitsstudie. Eine Musterlösung sollte also ein Wanderweg sein, der (inhaltlich durch einen religiösen Aspekt geprägt) durch eine Qualitätssicherung wettbewerbsfähig gemacht wird und dadurch gute Chancen aufweist, Impulse für eine nachhaltige regionale Entwicklung zu geben.

An dieser Stelle kam von Herrn Thomas Bernard, Leiter des Tourismusbüros Pottenstein, die Idee auf, diese Machbarkeitsstudie in Zusammenarbeit mit dem Institut für Geographie zu entwickeln. So bekam ich von den vier fränkischen regionalen Gebietsausschüssen, durch die der Weg unter anderem verlaufen sollte, dem Naturpark Steigerwald, Naturpark Haßberge, Fränkisches Weinland, Fränkische Schweiz sowie vom Fränkische Schweiz Verein den Auftrag, eine Wegekonzeption und den genauen Wegverlauf zwischen festgelegten Stationen mit Elisabethbezug so zu ermitteln, dass er den Kriterien zur Zertifizierung von Qualitätswegen des Deutschen Wanderverbandes entspricht.

Dieser Gedanke, einen Wandertourismus in peripheren Räumen einzurichten und mit diesem endogene Potentiale aufzuwerten, ist hierzulande noch gar nicht so etabliert, wie man angesichts des weit verzweigten (Qualitäts-) Wanderwegernetzes eigentlich vermuten möchte. Vor allem Frankreich und Italien, um nur einige europäische Länder zu nennen, deren große ländliche Regionen einen beträchtlichen Bevölkerungsrückgang zu verzeichnen haben, verfolgen seit einigen Jahren diesen Gedanken. Mit der Eröffnung der „Via Alpina“ im Jahr 2003, ein Weitwanderweg, der acht Alpenstaaten miteinander verbindet, wurde diese Idee schließlich auch in Bayern realisiert¹. Aber nicht nur Weitwanderwege, sondern auch kleinere Themenwege, wie beispielsweise der „Kulturweg Egloffstein“, erlangen hier zunehmende Bedeutung, die lokale und regionale Ressourcen aufwerten, so dass die Wertschöpfung in der Region bleibt und schließlich eine umwelt- und sozialverträgliche touristische Nutzung und Freizeitnutzung gewährleistet wird (vgl. BÄTZING 2008). Die Maxime aller Themenwege ist es daher, die regionsspezifischen Gegebenheiten von Natur, Umwelt, Geschichte und Kultur zielorientiert aufzuwerten, um eine Möglichkeit der aktiven Wahrnehmung und des Erlebens zu schaffen. Allerdings werden die meisten Themenwege der Öffentlichkeit durch mangelnde Informationen noch nicht hinreichend zugänglich gemacht werden, viele werden nicht ausreichend gepflegt, und es gibt bisher kaum Analysen über

dieses Tourismusangebot. Speziell in der Fränkischen Schweiz liegen die Probleme in der mangelhaften Öffentlichkeitsarbeit, der unzureichenden Zielgruppenorientierung und darin, dass es sich bei den Themenwegen um ein sehr aufgespaltenes und schwer überschaubares Angebot handelt, wie in einem Projektseminar des Institutes der Geographie der FAU Erlangen-Nürnberg herausgefunden wurde. Bätzing befürwortet daher zukünftige Synergien zwischen den Themenwegen und zertifizierten Weitwanderwegen und weist auf die Möglichkeiten hin, die sich mit dem inzwischen etablierten Frankenweg ergeben könnten (vgl. BÄTZING 2007: 280f.). Ein solches Projekt, wie das des Elisabethweges eröffnet, insbesondere in der Verbindung mit einer Qualitätsauszeichnung, meiner Meinung nach sehr gute Chancen eine nachhaltige Regionalentwicklung zu fördern und die eigenen Potentiale gezielt aufzuwerten.

An diese Forschungsergebnisse anknüpfend war es nun meine Aufgabe innerhalb des Projektes, den ersten Schritt für einen Zertifizierungsprozess, nämlich die genaue Wegstrecke des Elisabethweges zwischen Eisenach und Pottenstein zu erarbeiten und diese gleichzeitig auf ihre Eignung hinsichtlich der vorgeschriebenen Kriterien zu prüfen. Dabei sollten bereits zertifizierte oder im Zertifizierungsprozess des Wanderverbandes begriffene Wege sinnvoll verbunden werden. Vorab diskutiert wurden der Werra-Burgen-Steig von Eisenach bis etwa Hildburghausen in Thüringen, der Steigerwald-Panoramaweg, etwa von Iphofen bis Bamberg und der Frankenweg östlich von Bamberg bis zum Endpunkt Pottenstein. Dadurch sollte es möglich sein, von dem Bekanntheitsgrad bereits ausgezeichnete Wege zu profitieren und sich dadurch besser in überregionalen Medien zu positionieren. Die Suche der genauen Endpunkte sowie die Verknüpfung der drei Lücken von insgesamt etwa 200 Kilometer Länge sollten die konkrete Aufgabe für den empirischen Teil meiner Arbeit sein.

Im April 2008 begann ich mit meiner Feldarbeit, die zeitlich bis in den Oktober reichte. Im ersten Schritt meiner Vorgehensweise machte ich mich mit der grob geplanten Wegstrecke in den verschiedenen Regionen, der Fränkischen Schweiz, dem Steigerwald, dem Fränkischen Weinland, den Mainbogengemeinden um Schweinfurt, den Oberlandgemeinden bzw. Haßbergen und dem Thüringer Wald durch Kartenmaterial sowie mit dem methodischen Vorgehen des Deutschen Wanderverbandes vertraut.

Schließlich begann ich Mitte April mit den Begehungen der einzelnen Wegstrecken, in durchschnittlich 20 Kilometer langen Tagesetappen. Drei längere Teilstücke, eines auf dem bereits zertifizierten Frankenweg (von Pottenstein bis etwa Scheßlitz), eines auf dem im Zertifizierungsprozess befindlichen Steigerwald-Panoramaweg (von Bamberg bis Iphofen bzw. Mönchsondheim) und das dritte Stück auf dem zur Zertifizierung angemeldeten Werra-Burgen-Steig (von etwa Hildburghausen bis Eisenach) mussten durch die bereits erfolgte oder anstehende Prüfung nicht noch einmal abgegangen werden. Ich maß die einzelnen Längen der Wege mit unterschiedlicher Beschaffenheit (z.B. auf befahrener Straße, neben befahrener Straße, Verbunddecke, Schotterweg, Pfade erdig oder grasig) aus und

trug, neben den Merkmalen Natur und Landschaft, Kultur und Zivilisation und Wanderleitsystem, wie sie der Wanderverband neben beim Wegeformat verlangt, in eine Tabelle ein. Die aufgenommenen Besonderheiten des Wegstückes konnten so am Ende des Tages übersichtlich in Meter bzw. Prozent ausgerechnet und die Häufigkeit beispielsweise vom Vorhandensein natürlicher Gewässer, Naturattraktionen, Gaststätten, Haltepunkte für ÖPNV oder auch Rastmöglichkeiten ersehen werden. Schließlich notierte ich dann in einer weiteren Tabelle, wie ich die jeweilige Wegstrecke einschätzte und welche Probleme oder Chancen dadurch absehbar waren. Die Wege wurden dabei teilweise alleine oder nach einer vorherigen Besprechung, meist im Rathaus der betreffenden Gemeinde, in Begleitung des Vorstandes bzw. Mitgliedes eines Wanderverbandes, eines Mitarbeiters des Bauamtes oder teilweise des betreffenden Bürgermeisters abgegangen.

Während dieser ersten Arbeiten im Feld machten sich jedoch auch erste Probleme bemerkbar, die mir klar werden ließen, dass die drei oben genannten Schritte sich so harmonisch nur in der Theorie zusammenfügen würden und Einbußen bei der Umsetzung in Kauf genommen werden müssten, was sich durch Gespräche mit Experten bestätigte. Zunächst ist hierbei wichtig zu erwähnen, dass sich die Ansprüche eines Pilgers deutlich von denen eines „normalen“ Wanderers unterscheiden. Auf Letztere sind jedoch die Kriterien der beiden Qualitätssiegel ausgerichtet. Die erste Schwierigkeit ergibt sich daraus, dass die Kriterien eines Pilgerweges teilweise konträr laufen zu den Anforderungen an einen Qualitätsweg. Rainer Brämer, einer der deutschen Wanderexperten, Mitbegründer und Vorsitzender des Deutschen Wanderinstituts, bestätigte dies in einem telefonischen Gespräch. Ein weiteres Problem ergab sich ebenfalls aus den Kriterien des Wanderverbandes. Sie schreiben einen Wegverlauf weitgehend auf Naturwegen und -pfaden vor. Verbunddecken werden hier zum größten Teil abgewiesen, maximal 20% dürfen asphaltiert sein, was bereits bei der Planung des Steigerwald-Panoramaweges zu Problemen führte, wie Herr Arnold, ehemaliger Sachgebietsleiter des Tourismusverbandes Steigerwald, in einem Interview anmerkte. Nun ist der Steigerwald-Panoramaweg aber ein landschaftlicher Weg, bei dem kulturelle oder gar religiöse Zielpunkte nur wenig Bedeutung besitzen. Diese nämlich finden sich weitgehend in Dörfern oder größeren Städten, deren Umgebung nun einmal ausnahmslos asphaltiert ist. Eine Lösung wären hier die genannten Stichwege, die auch Herr Bernard im Zusammenhang mit der Zertifizierung des Frankenwegs erwähnte. Nun muss man jedoch berücksichtigen, dass Stichwege zwar eine Zertifizierung möglich werden lassen, jedoch nicht den Zielen eines idealen Pilgerweges entsprechen. Weiterhin kann ein Weg, der etwa 600 Kilometer quer durch zwei Bundesländer führt, kaum der Zivilisation und Flurbereinigung entgehen, wobei wir zumindest gedanklich (von Stromtrassen, Kläranlagen o.ä. einmal abgesehen) wieder zu den asphaltierten Wegen gelangen.

Immer deutlicher wurde nun, dass eine Umsetzung im Vorfeld zwei Lösungsmöglichkeiten benötigen würde. Konkret wurden diese von mir als *Große* und *Kleine Lösung* bezeichnet. Die *Große Lösung*, wie ich sie auch während meiner Feldarbeit

beabsichtigte, strebte den Erhalt der Auszeichnung des Deutschen Wanderverbandes an. Durch diese Auszeichnung würde eine überregionale Vermarktung durch den Tourismusverband Franken mit den genannten positiven Synergien möglich werden. Eine überregionale Vermarktung würde hierbei auch ein einheitliches Logo nötig machen, das durchgehend auf der Strecke von Pottenstein bis nach Eisenach angebracht werden würde. Bei dieser Lösung stünde die Qualität und somit eine aufwendigere Vermarktung im Vordergrund. Der religiöse Aspekt um die Heilige Elisabeth wäre eher zweitrangig und weitgehend ein Marketinginstrument.

Die *Kleine Lösung* käme zur Anwendung, wenn klar werden würde, dass eine Zertifizierung – vor allem wegen eines zu großen Anteils an Verbunddecken – ausgeschlossen werden müsste. Hier würden nur die Lückenschlüsse zwischen den drei zertifizierten Wegen mit einem einheitlichen Logo versehen; ein Prospekt o.ä. würde angeben, dass der Elisabethweg teilweise auf den Qualitätswegen weiterführt, allerdings dann jeweils mit deren eigenem Logo. Dadurch, dass bei dieser Lösung keine aufwendige überregionale Werbung (zumindest durch den Tourismusverband Franken) möglich wäre, stünde das Thema Heiligen Elisabeth gegenüber der Qualität und innerhalb der Vermarktung im Vordergrund. Die von mir ausgearbeiteten Wege müssten in einem zweiten Schritt der Planung überarbeitet werden. Dabei könnten nun auch wieder die Zielpunkte direkt und ohne Stichwege angebunden werden. Die Bedeutung eines geplanten Pilgerzentrums in Sennfeld würde hierbei stark ansteigen, denn bei dieser Lösungsmöglichkeit würde dieses stärker zur Vermarktung des gesamten Weges beitragen und direkte Informationen für (Pilger-) Gruppen liefern. Realistisch gesehen würde diese Lösung wahrscheinlich einen geringeren Beitrag für die tangiblen Effekte leisten, da der Verzicht auf eine Auszeichnung zulasten der Bekanntheit und damit der Gästezahlen gehen würde. Die jeweiligen spezifischen regionalen Potentiale könnten aber etwas stärker direkt inszeniert werden. Zudem wären ja noch die intangiblen Effekte, wie Infrastruktureffekte (beispielsweise durch die Ausweitung des Wanderwegenetzes), Katalysatoreffekte (das Zentrum in Sennfeld würde durch seine stärkere Bedeutung Katalysatoreffekte bewirken) oder Imageeffekte zu nennen. Weiter könnte man bei dieser Lösung über eine Unterstützung beispielsweise durch die Erzdiözese Bamberg nachdenken, die sich thematisch mit dem Wanderweg identifiziert und möglicherweise „Pate“ für das Projekt – wenn nicht finanziell, dann zumindest ideell – werden könnte.

Ganz am Ende der Feldarbeit und im Zuge der Zusammenfassung kam ich auf ein unerwartetes Ergebnis, dass die zuvor diskutierten Alternativen um eine Große oder Kleine Lösung auf eine neue Grundlage stellte: die ausgewählten Wegstrecken lagen zwar noch im Akzeptanzbereich des möglichen asphaltierten Anteils, was anfangs als das kritischste Kriterium erachtet wurde, wiesen jedoch einen etwas zu geringen Anteil an Pfaden und Erdwegen auf. Mit ca. sechs Kilometern war diese Strecke allerdings fast vernachlässigbar, denn es existieren bislang noch zahlreiche, bislang ungeprüfte Wege, die in dem begrenzten Zeitrahmen von sechs Monaten natürlich nicht alle begangen werden konnten. Dieser Sachverhalt schloss daher

zwar zunächst die vorab festgelegte Große Lösung noch aus, es bestand aber die Möglichkeit, diese in Feinarbeit in einem zweiten Schritt der Realisierung, mit einem Zusammenspiel der lokalen Akteure, als Ziel weiterhin zu verfolgen, da diese Möglichkeit, wie oben beschrieben, die günstigsten Voraussetzungen und Effekte für ein erfolgreiches Projekt und somit auch für die einzelnen Regionen ermöglichen würde. Weiterhin wäre dieser Fall günstiger, um attraktive kooperative Maßnahmen ins Leben zu rufen, wie beispielsweise die Ergänzung von vertikalen Marketingmaßnahmen der lokalen Tourismuswirtschaft durch horizontales Marketing z.B. mit der DEHOGA, der Deutschen Bahn, dem Deutschen Bäderverband. Wie bereits erwähnt steht ja das Faktum im Zentrum jeder touristischen Marketingmaßnahme, dass der Kunde die erbrachte Leistung nicht als einzelne Angebote wahrnimmt, sondern als Leistungsbündel und dieses auch als solches bewertet. Dies beinhaltet nicht nur die touristische Infrastruktur der Wanderwege und anderer Aktivitäten, Verpflegungs- und Unterkunftsleistungen und die Möglichkeit des Kulturgenusses, sondern darüber hinaus auch eine intakte, reizvolle Landschaft, die nicht durch administrative Grenzen durchbrochen ist oder gar durch die fehlende Kooperationsbereitschaft der regionalen Akteure beeinträchtigt wird. Bislang ist die Zukunft des Projekts Elisabethweg, und auch die Entscheidung, welcher Lösung nun schlussendlich nachgegangen werden soll, noch unklar. Zwar unterstützen zahlreiche Touristiker und Akteure diese Idee, einige derjenigen Gemeinden und Regionen jedoch, die touristisch bereits stark etabliert sind, oder die Unterhaltung eines weiteren Qualitätswanderweges auf ihrem Gebiet als zu aufwändig erachten, verhindern bislang eine erfolgreiche Zusammenarbeit.

Man sollte als Fazit jedoch immer im Auge behalten, dass alle Einzelfaktoren von Regionen durch den Gast oder Wanderer in ihrer Gesamtheit wahrgenommen und bewertet werden und somit das Gesamterlebnis eine (im wahrsten Sinne des Wortes) „grenzenlose“ Erfahrung des Raumes darstellt. Eine solche Kooperation kann meines Erachtens eine klassische Win-Win-Situation für alle Beteiligten bedeuten, denn die Zufriedenheit, oder die Unzufriedenheit der Gäste wirkt sich immer auf die Nachfrage aus. Sie entscheidet darüber, ob eine Region auch in Zukunft wieder als eine potentielle Destination in Frage kommt. Ein vielfältiges, vernetztes und ganzheitliches Angebot kann dabei viel eher den gewandelten und gestiegenen Ansprüchen der Nachfrager entsprechen – dies gilt ebenfalls für Wanderer.²

Anmerkungen

- 1) Die Evaluation des bayrischen Teils der Via Alpina (Befragung von Wanderern, Hüttenwirten und Tourismusverantwortlichen) wurde im SS 2008 im Rahmen eines von Prof. Dr. Werner Bätzing und Dr. Luisa Vogt geleiteten Projektseminars durchgeführt.
- 2) Diese Arbeit und auch die einzelnen Wegabschnitte können bei Interesse im Internet auf der Seite <http://www.mydrive.ch/de> (Zugangsdaten: Name: herkas; Passwort: Der Weg) kostenlos heruntergeladen werden.

Literatur

- BÄTZING, W. 1997: Weitwanderweg Grande Traversata delle Alpi. In: ELLENBERG, L. et al.: Ökotourismus – Reisen zwischen Ökonomie und Ökologie. Spektrum Akademischer Verlag, Heidelberg et al. 1997: 109-117.
- BÄTZING, W. 2007: Wanderwege als Element nachhaltiger Tourismusedwicklung. In: GÜNTHER, A. et al. (Hg.): Tourismusforschung in Bayern – aktuelle sozialwissenschaftliche Beiträge. Profil-Verlag, München/Wien. 2007: 278-282.
- BÄTZING, W. & A.O. WEBER (Hg) 2008: Kulturweg Egloffstein. Der kulturhistorische Wanderweg durch die Gemeinde Egloffstein. Mit Wanderkarten, Wegbeschreibungen, Informationstexten und Bildern. Markt Egloffstein.
- CLOTZ, P. M. 2006: pilgrimage 2000+ oder: Ökumenische Pilgerwege in Deutschland. In: Sachsen-Anhalt Ministerium für Wirtschaft und Arbeit: Heilige Orte, sakrale Räume, Pilgerwege. Möglichkeiten und Grenzen des Spirituellen Tourismus. <www.wissen.dsft-berlin.de/Heilige_Orte_sakrale_Raume_Pilgerwege/Info-30-660-4-4.0.html> 06.03.08.
- Deutscher Tourismusverband (DTV) & Deutscher Wanderverband* 2002: Praxisleitfaden zur Förderung des Wandertourismus. <<http://www.dtv-kundencenter.de/shop.php?ses=a5b770699b997b803b7465279d6b4aec&prog=90000000&spgid=5.14.0>> 09.04.08.
- Deutsches Wanderinstitut* 2008: <<http://www.wanderinstitut.de>> 21.08.08.
- Deutscher Wanderverband* o.J.: Infolyer. Qualitätsweg Wanderbares Deutschland. Gütesiegel für Wanderwege.
- Deutscher Wanderverband* 2008. Infolyer: Qualitätsweg Wanderbares Deutschland. Gütesiegel für Wanderwege.
- Deutscher Wanderverband/Wanderbares Deutschland*. 2008: <<http://www.wanderbares-deutschland.de>> 20.08.08.
- GUMBERT, B. 2006: Moderne Marketingstrategien für moderne Kunden – Qualitätsinitiativen im deutschen Wandertourismus. Unveröffentlichte Bachelorarbeit an der Uni FAU Erlangen-Nürnberg.
- LÜBBERT, C. 1999: Qualitätsorientiertes Umweltschutzmanagement im Tourismus. München (= Wirtschaft & Raum; Bd. 4).
- MÜLLER, H. 2000: Qualitätsorientiertes Tourismus-Management. Bern.
- SEEWALD, P. 2000: Pilgerreisen – Die Magie heiliger Orte. In: GEO-Saison – Das Reisemagazin. Ausgabe 12/1999-01/2000. Hamburg: 91-103.
- Tourismusverband Franken e.V.* (Hg.) 2005: Genusswandern in Franken. Ein Leitfaden für das fränkische Tourismusgewerbe. <http://www.frankentourismus.de/index.php?content_id=356> 02.04.2008.
- WACHOWIAK, H. 1995: Grenzüberschreitende Zusammenarbeit im umweltschonenden Tourismus. In: MOLL, P. (Hg.): Umweltschonender Tourismus: Eine Entwicklungsperspektive für den ländlichen Raum. Bonn (= Materialien zur Angewandten Geographie; Bd. 24): 93-103.

