

*Executive Summary:***Diplomarbeit****Wanderdestination Bad Breisig ?****Potentialanalyse für die Option Produktdiversifizierung und Alternativen zur Handhabung des Themas Wandertourismus in einer auf Gesundheit, Wellness und Erholung ausgerichteten Verbandsgemeinde**

Vorgelegt von: Oliver Göbel
E-Mail: goebel_o@gmx.de

Erstgutachter: Prof. Dr. Andreas Kagermeier

Zweitgutachter: Prof. Dr. Markus Casper

Abgabetermin: _____

Das Thema der Arbeit wurde vom Verfasser aufgrund seines seit mehreren Jahren bestehenden Bezugs zur Freizeitaktivität Wandern gewählt: Zunächst beschäftigte er sich im Jahr 2009 im Rahmen eines Praktikums bei der Tourismus- und Wirtschaftsförderungs GmbH in Bad Breisig mit der Konzeption und Ausweisung von Themenwanderwegen. In einem weiteren Praktikum in Bad Breisig übernahm er die Markierung des Fernwanderweges „RheinBurgenWeg“ auf dem Gebiet der Verbandsgemeinde Bad Breisig. Anschließend beschäftigte er sich in seiner mündlichen Diplomprüfung im Fach Freizeit- und Tourismusgeographie ebenfalls mit dem Thema Wandertourismus. Seit Beginn des Jahres 2011 ist er fest in Bad Breisig angestellt und kommt dort immer wieder mit dem Thema Wandern in Kontakt.

Die Arbeit beginnt, um dem Leser einen kurzen Einblick in die Thematik des Wanderns zu verschaffen, mit einem Kapitel über grundlegende Aspekte zur beliebten Freizeitbeschäftigung. Die wichtigsten Aussagen aus diesem Grundlagenkapitel lauteten:

- *Wandern hat sich im Laufe der Jahre gewandelt. Aus einer Freizeitaktivität, der zu Beginn der 1990er Jahre ein angestaubtes Image anhaftete, entwickelte sich eines der größten Segmente im heutigen Freizeit- und Tourismusmarkt. Aufgrund dieser*

Tatsache waren (und sind auch heute noch) zu Beginn des neuen Jahrhunderts deutschlandweit (auch „kleinere“) Tourismusdestinationen darauf bestrebt, ein Stück des lukrativen Kuchens „Wandermarkt“ abzubekommen.

- *Wenn so viele Deutsche begeistert wandern, ist das naturgemäß auch ein Wirtschaftsfaktor. Wandern kann im Vergleich zu anderen, aktivitätsorientierten Tourismusarten als umsatzstärkstes Segment bezeichnet werden, wenn in die Betrachtung die Tagesgäste mit einbezogen werden*
- *Wandern hat Zukunft. Keine andere Bewegungsform hat eine solch große Nachfragerbasis wie das Wandern. Wandern baut auf der natürlichsten Fortbewegungsart des Menschen auf. Somit sind die Einstiegsbarrieren entsprechend niedrig und Wandern ist fast überall möglich, ohne dass umfangreiche Investitionen in Ausrüstung oder das Erlernen von Bewegungsabläufen notwendig wären. Dabei löst das Wandern als aktive Bewegung in der freien Natur äußerst positive Effekte auf das körperliche und geistige Wohlbefinden aus. Nicht nur die Wanderer selbst bestätigen dies, sondern auch zahlreiche wissenschaftliche Studien haben diese Effekte belegt. Der Urlaubs- und Freizeitmarkt Wandern wird sich also auch künftig als stabiles Marktsegment zeigen und weiter entwickeln. Er wird auch künftig erhebliche Marktpotenziale erschließen, so dass die Entwicklung des Marktes insgesamt optimistisch bewertet werden kann. Für die nächsten 20 bis 25 Jahre darf ein (leichtes) Wachstum der Gesamtnachfrage erwartet werden.*

In einem zweiten Grundlagenkapitel wird anschließend der Bezugsraum, auf welchen sich die Potentialanalyse bezieht, vorgestellt: die in Rheinland-Pfalz am Mittelrhein gelegene Verbandsgemeinde Bad Breisig mitsamt der gleichnamigen Kurstadt. Neben allgemeinen Informationen zu Geschichte, Fläche und Demographie behandelt das Kapitel sowohl touristische Vergangenheit als auch Gegenwart der Verbandsgemeinde. Ziel war es dabei, im Rahmen verschiedener Untersuchungen das aktuelle touristische Leitbild Bad Breisigs herauszuarbeiten. Folgende Erkenntnisse wurden gewonnen:

- *Das touristische Angebot in Bad Breisig ist, wie in den zuletzt behandelten Unterpunkten deutlich geworden ist, stark auf die Erholung der Gäste ausgerichtet. Dies zeigt sich auch in der Altersstruktur der Bad Breisiger Gäste, denn obwohl keine offiziellen Statistiken zu diesem Aspekt vorliegen, ist laut Herrn Holger Klemm, Leiter der Tourist-Information Bad Breisig, deutlich zu erkennen, dass überwiegend Menschen über 50 Jahre als Gäste nach Bad Breisig kommen.*
- *Die Erholung, die Bad Breisig seinen Gästen verspricht, kann in erster Linie in den Römer-Thermen gefunden werden, die, wie bereits erwähnt, das touristische*

Aushängeschild der Verbandsgemeinde darstellen und über die regionalen Grenzen hinaus bekannt sind. Seit 2010 präsentieren sich die Römer-Thermen als Thermalbad mit Saunalandschaft und Fitnessstudio, in dem verschiedene Gesundheits- und Wellnessangebote nachgefragt werden können.

- *Da Erholung aber von Bad Breisiger Seite als ganzheitlicher Aspekt betrachtet wird, stehen dem Gast zusätzlich zu den Römer-Thermen diverse Ausflugsangebote, kulinarische Genüsse sowie verschiedene andere Möglichkeiten zur körperlichen Betätigung zur Verfügung*

Im Anschluss an die beiden zur Thematik hinführenden Grundlagenkapitel folgte die eigentliche Potentialanalyse zum Bereich Wandertourismus. Dabei folgte zunächst die Darstellung des aktuellen wandertouristischen Angebots:

- *Von den Wanderwegen, die von Bad Breisiger Seite selbst konzipiert wurden, und die ausschließlich auf dem Gebiet der Verbandsgemeinde verlaufen, ist kein einziger mit Qualitätszeichen ausgestattet.*
 - *Drei von acht Bad Breisiger Beherbergungsbetrieben (untersucht wurden die Hotels der Verbandsgemeinde) sind einem wanderspezifischen Qualitätssiegel ausgezeichnet.*
 - *Neben Wanderwegen und für Wanderer geeigneten Beherbergungsbetrieben enthält das wandertouristische Angebot Bad Breisigs diverse Wanderpauschalen, Führungen und hin und wieder eine in Kooperation organisierte Wanderveranstaltung.*
- ***Bad Breisig kann aktuell noch nicht als Wanderdestination angesehen werden. Zwar verfügt die Verbandsgemeinde Bad Breisig über Wanderwege und für Wanderer geeignete Beherbergungsbetriebe, den Ruf als anerkanntes Wanderreiseziel kann sie jedoch nicht vorweisen. Weiterhin zeigt die Bestandsaufnahme des aktuellen wandertouristischen Angebots in Bad Breisig, dass dieses aktuell nicht ausreicht, um die Thematik Wandern als gleichberechtigte Säule neben dem touristischen Leitthema Wellness, Gesundheit und Erholung zu etablieren.***

In einem weiteren Schritt wurde untersucht, ob neben dem aktuellen wandertouristischen Angebot Potential vorhanden ist, welches eine Vermarktung von Bad Breisig als Wanderdestination (oder aber die verstärkte Aufnahme des Wanderns in die touristische Produktpalette) in Zukunft ermöglichen würde. Als Ergebnis der Analysen wurde folgendes festgehalten:

- ***Es kann der Verbandsgemeinde Bad Breisig nicht empfohlen werden, die Thematik Wandern neben dem bisherigen Leitthema Wellness, Gesundheit und Erholung als zweites Standbein in die touristische Produktpalette einzubauen, da die wanderspezifische Infrastruktur aktuell nicht der einer Wanderdestination entspricht und dies auch in Zukunft nicht der Fall sein dürfte***
- ***Es ist jedoch weiterhin zu sagen, dass ein gewisses Potential im Bereich Wandertourismus vorhanden ist. Und auch wenn dieses nicht für eine Positionierung als Wanderdestination ausreicht, so gibt es doch verschiedene strategische Ansätze die das Thema Wandern als touristisches Angebot in Bad Breisig hervorheben können. Diese strategischen Maßnahmen, welche der Verfasser der Arbeit den Touristikern der Verbandsgemeinde Bad Breisig aufgrund der durchgeführten Untersuchungen vorschlagen möchte, sind in Kapitel 7 dargestellt.***

Im letzten inhaltlichen Punkt erarbeitete der Verfasser verschiedene Strategien, welche es den Touristikern der Verbandsgemeinde Bad Breisiger ermöglichen könnten, die Freizeitaktivität Wandern stärker in die eigene touristische Produktpalette einzugliedern, ohne dabei die auf Gesundheit, Wellness und Erholung ausgerichtete Leitlinie zu verlassen. Exemplarisch sollen an dieser Stelle zwei dieser strategischen Hinweise genannt werden:

- ***Vielversprechend erscheint die verstärkte Aufnahme der Freizeitaktivität Wandern in die auf Gesundheit ausgerichtete touristische Leitlinie, speziell in Rheinland-Pfalz (Stichwort Tourismusstrategie 2015). Dabei ist es wichtig, dass die gesundheitsfördernden Aspekte des Wanderns, welche äußerst vielfältig und unbestritten sind, deutlich herausgearbeitet und vermarktet werden.***
- ***Im Rahmen einer Kooperation wäre es wünschenswert, dass die verschiedenen Destination des Landkreises Ahrweiler im Bereich Wandertourismus, ähnlich wie es im Kreis Mayen- Koblenz mit dem Projekt der Traumpfade der Fall ist, an einem Strang ziehen würden. Aufgrund diverser Entwicklungen im Landkreis Ahrweiler kann die Hoffnung auf eine solche Zusammenarbeit, wie bereits angesprochen, leider nur als sehr gering angesehen werden.***

Abgerundet wird die Arbeit durch einen zusammenfassenden Rückblick auf die im Verlauf gewonnen Erkenntnisse.