

Summary zur Diplomarbeit:

Potentialanalyse des Wandertourismus

im Saarland

im Fachbereich Angewandte Geographie/ Freizeit- und Tourismusgeographie

an der Universität Trier

vorgelegt von:

Janine Barbian

E-mail: Janine.Barbian@freenet.de

November 2008

„Nirgends in Deutschland gibt es eine derartige Konzentration an Spitzenwanderwegen wie im Dreiländereck Deutschland-Frankreich-Luxemburg. Einziger Konkurrent des Dreiecks um den Titel „Deutsche Spitzenwanderregion“ ist derzeit Hessen. Dort verteilen sich aber die 13 Extratouren auf das gesamte Bundesland und die besten unter ihnen erreichen die selben Punktzahlen, wie die schlechtesten aus Merzig-Wadern!“¹

Überall in Deutschland versuchen sich Wanderdestinationen auf dem Markt zu profilieren. Einige davon gelten seit jeher als Wanderregionen, andere, wie auch das Saarland, sind erst seit wenigen Jahren um den Wandertourismus bemüht. Fakt ist jedoch: Das Wandern boomt regelrecht und ist eine der beliebtesten Outdooraktivitäten der deutschen Bevölkerung. Dennoch stellt sich die Frage:

Ist das Saarland beim Wandertourismus auf dem richtigen Weg?

Die wandertouristische Angebotspalette im Saarland ist zumindest groß: Pilgerwandern, Eseltrekking, der Saarland-Rundwanderweg, zahlreiche Themenwanderwege, der erst 2007 eröffnete Saar-Hunsrück-Steig sowie 31 Premiumwanderwege (Stand: 03.10.2008), unter ihnen auch die Tafeltouren.

Nirgends wurden so viele Premiumwanderwege zertifiziert wie im Saarland. Doch heißt Quantität auch Qualität? Eins muss man dem Saarland zu Gute halten: Es wurde drei Jahre hintereinander vom Deutschen Wanderinstitut mit dem schönsten Wanderweg Deutschlands

¹ WANDERMAGAZIN (2006): Premiumwandern im Dreiländereck Deutschland-Frankreich-Luxemburg. Spezial zur Ausgabe 129. Niederkassel.

ausgezeichnet (2005: der Felsenweg bei Waldhölzbach, 2006: der Schluchtenpfad in Rissenthal, 2007: die Litermont-Gipfel-Tour in Nalbach).

Die Qualitätsorientierung scheint somit im Saarland erste Früchte zu tragen. Dennoch ist dies erst ein Teil des ganzen Potentials, denn man darf nicht vergessen, dass zum Wandern mehr gehört als Wege. Unverzichtbar sind auch entsprechende Betriebe in der Hotellerie und Gastronomie, die dem meist recht anspruchsvollen Wandergast einen gewissen Service bieten. Des Weiteren gehören hierzu eine einheitliche Beschilderung, wandertouristische Veranstaltungen, wie etwa das Wanderfestival oder der 1. Deutsche Kongress Wandern und Gesundheit, wandertouristisch geschultes Personal sowie ein schlüssiges überregionales Marketingkonzept, verbunden mit dem Aufbau von Wandermarken.

Die Erkenntnisse aus dieser Diplomarbeit sollen dem Saarlandtourismus helfen zu erkennen, ob sie auf dem richtigen Weg sind, um dementsprechend in Zukunft handeln zu können, damit das Saarland einen gebührenden Platz unter den deutschen Wanderdestinationen erhält.

Die Basis dieser Erkenntnisse bilden die zwei Querschnittsbefragungen in Form von analytischen, qualitativen Interviews, die im Rahmen dieser Arbeit mit Hilfe von standardisierten Fragebögen durchgeführten wurden. Es werden sowohl die Nachfragerseite des Wandertourismus als auch die Angebotsseite dabei dargestellt. Mit Hilfe der Befragungsanalyse sollte der Ist-Zustand auf dem strategischen Weg zum Soll-Zustand des Wandertourismus dargestellt werden.

Die erste Befragung fand am 5. und 6. Juli 2008 auf dem Wanderfestival in Nalbach statt und sprach gezielt ein wanderinteressiertes Publikum an. Diese Ad-hoc-Befragung, mit unbekannter Grundgesamtheit, basiert auf einer nicht probabilistischen Stichprobe. An der Studie nahmen 125 Personen teil.

Die durchgeführte Studie auf dem Wanderfestival zeigt anfänglich die Merkmale der saarländischen Wanderklientel auf. Dies ist wichtig, damit man die Wanderer im Rahmen des Marketing-Mixes zielgruppengerecht ansprechen kann. Mit Hilfe dieser Erkenntnisse kann man die Wanderer wie folgt charakterisieren: Es wird sowohl in der Freizeit als auch im Urlaub relativ häufig gewandert. Dabei gehen sie meist mit ihrem Partner oder mit Freunden und Bekannten zwischen 6 und 15 Kilometern. Gewandert wird das ganze Jahr über. Viele verpflegen sich auf der Wanderung komplett selbst. Die meisten nutzen jedoch auch die Gastronomie. Zum Startpunkt der Wanderung gelangen sie fast ausschließlich mit dem PKW. Weiterhin wurden Erkenntnisse gesammelt, inwieweit die Vermarktung und Inanspruchnahme der Wanderwege und Wanderinfrastruktur vorangeschritten sind. Das Saarland wurde als Wanderland von den befragten Personen mit einem Notendurchschnitt von 1,8 sehr positiv beurteilt. Bei der Frage, was die Probanden an den saarländischen

Wanderwegen besonders mögen, gaben die meisten die Beschilderung der Wege und die Wegführung an. Die Beschilderung stellt auch die Informationsquelle dar, die laut Studie am wichtigsten ist für die Orientierung auf dem Weg. In Bezug auf das Premiumwandern muss festgehalten werden, dass kaum jemand etwas mit dem Deutschen Wandersiegel anfangen kann. Bei den Begriffen Premiumwandern und Tafeltouren sieht es da schon weit besser aus. 20 der 31 saarländischen Extratouren befinden sich im Landkreis Merzig-Wadern, so auch der größte Teil des saarländischen Saar-Hunsrück-Steiges. Dieser grenzüberschreitende Fernwanderweg im Mehrtagesformat soll als Leuchtturmprojekt ein Prestigeträger für den regionalen Wandertourismus werden. Von den Befragten, die den Saar-Hunsrück-Steig schon ganz oder in Teilen gegangen sind, wurde er ebenfalls mit einem Notendurchschnitt von 1,8 bewertet. Neben dem Premiumwandern gibt es im Saarland noch zahlreiche Themenwanderwege, den Saarland-Rundwanderweg, barrierefreie Wanderwege sowie Pilgerwege. 60% der Befragten sind dabei potentielle Pilger, die auch öfters auf saarländischen Wanderwegen unterwegs sind. Doch wie wird sich über eine Wanderung informiert? Über 40% der Probanden gaben an, sich im Vorfeld im Internet zu informieren, gefolgt von Informationen von Verwandten oder Bekannten und aus einem Wanderführer. Eine mögliche Anlaufstelle zur Beratung ist das Wanderinfozentrum in Losheim. Hier werden spezielle wandertouristische Leistungen, von der Buchung geführter Wanderungen über Events bis hin zum Wandertaxi, angeboten. Leider kennen lediglich 1/3 der Befragten diese Einrichtung. Diejenigen, die bereits dort waren, haben es aber durchweg positiv beurteilt.

Bei der zweiten Befragung wurden in einer Totalerhebung sämtliche saarländischen „Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland“ gebeten von Anfang Juli bis Anfang August 2008 an der telefonischen Befragung teilzunehmen. Da die Rücklaufquote dieser Totalerhebung bei 88,8% lag, ist die Repräsentativität dieser Studie gewährleistet.

Die Befragung der Qualitätsgastgeber ergab erstens, dass die wenigen, die es gibt, lokal sehr konzentriert sind. Zweitens, dass für die meisten der Wandertourismus, vor allem in wirtschaftlicher Hinsicht, wichtig ist und dass sie den Wandertourismus im Saarland weiter ausbauen würden. Weiterhin kann man festhalten, dass die von den Qualitätsgastgebern angebotenen Wanderleistungen, denen entsprechen, die von den Kunden nachgefragt werden. Negativ ist zu bemerken, dass sehr viele Betriebe sich über die schlechte Zusammenarbeit mit der TZS beschwert haben und dass nur wenige eine wandertouristische Weiterbildung besucht haben.

Auf der Basis der Theorie, allgemeiner Markttrends, eigenen Erkenntnissen zur touristischen Infrastruktur und der umfangreichen empirischen Erhebungen wurden, im Rahmen einer SWOT-Analyse, Stärken und Schwächen sowie Chancen und Risiken aufgedeckt.

SWOT-Analyse für das SaarWanderland

Stärken (Strengths)	Schwächen (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> • viele sehr gute Premiumwanderwege („Deutschlands Beste“) • Möglichkeiten zum Erlebniswandern (z.B. Eseltrekking) • reizvolle schöne Landschaft • Saar-Hunsrück-Steig als Leuchtturmprojekt • Spitzengastronomie und Gourmetregion • neue Produktentwicklung mit den Tafeltouren • vielfältige wandertouristische Angebote • Ausrichtung des Wandertourismus an den Wünschen der Wanderer 	<ul style="list-style-type: none"> • fehlendes Qualitätsbewusstsein: zu wenig zertifizierte Betriebe • schlechte Zusammenarbeit aller im Saarlandtourismus involvierten Organisationen und Institutionen (zwischen den touristischen Einrichtungen vor Ort und zwischen den Organisationsebenen im Saarlandtourismus) • fehlendes touristisches Know-how • Kohle- und Stahl-Image • starke Konkurrenzsituation im Binnentourismus (geringe Bekanntheit und ungenügende Positionierung) • starke Konkurrenz zu ausländischen Destinationen • mangelnde Servicequalität im Gastronomiegewerbe, auch in Hinsicht auf Öffnungszeiten • Grenzlage in der Bundesrepublik • fehlendes Bewusstsein der Saarländer dafür, dass ihr Land für Touristen attraktiv ist.
Chancen (Opportunities)	Risiken (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> • Wandern ist wieder „in“ • jüngere Zielgruppen sowie die 50plus Generation • verstärktes Tourismusbewusstsein durch Innenmarketing • Gastfreundschaft • kulinarische Ausrichtung • BeNeLux Länder als Absatzmarkt • Trend zu Kurzreisen nimmt zu • „Wandern“ ist 2009 das Schwerpunktthema der DZT 	<ul style="list-style-type: none"> • Wettbewerb nimmt zu, da auch andere Bundesländer den Trend erkannt haben und das Schaffen von Premiumwegen vorantreiben. • Preissensibilität der Kunden • hohes Qualitätsbewusstsein der Kunden • steigende Reiseerfahrung der Kunden

Quelle: Eigene Darstellung, 2008.

Im Folgenden wurden Handlungsempfehlungen formuliert, mit deren Hilfe man Schwächen des SaarWanderlandes beheben kann, um somit die Qualität nachhaltig zu verbessern.

Es gibt noch einige Defizite zu händeln, besonders was die Positionierung am Markt betrifft. Denn das Saarland ist speziell beim Wandertourismus enormer Konkurrenz ausgesetzt. Um sich hier behaupten zu können bzw. um sich unter den Mittelgebirgsdestinationen zu positionieren, muss in allen touristischen Bereichen Qualität die höchste Maxime sein. Förderlich ist in diesem Zusammenhang auch ein USP. Ein mögliches

Alleinstellungsmerkmal wäre die hohe Dichte der besten deutschen Premiumwege auf einem relativ kleinen und somit übersichtlichen Aktionsraum.

Weitere Handlungsempfehlungen bezogen sich auf die Produkt-, Kommunikations-, und Distributionspolitik sowie auf die Kooperation der im Saarlandtourismus involvierten Betriebe und Institutionen.

Der Wandertourismus bietet dem Saarland die Möglichkeit einer nachhaltigen Inwertsetzung der gesamten Region. Einzelne Erfolge, wie z.B. die beginnende Zertifizierung von Qualitätsgastgebern sowohl im Beherbergungs- als auch im Gastronomiebereich oder der voranschreitende Ausbau von Wanderinfrastruktur, konnten bereits positiv verbucht werden. Zusätzlich dazu entwickelt sich das Saarland, auch in Bezug auf die Zuwachsraten, im Bundesvergleich überdurchschnittlich gut. Dennoch fehlt es ihm sowohl national als auch international an Bekanntheit.

Die zu Anfang gestellte Frage „Ist das Saarland beim Wandertourismus auf dem richtigen Weg?“ muss, nach Meinung der Verfasserin, mit „Ja“ beantwortet werden. Es muss jedoch gleichzeitig festgehalten werden, dass der Weg noch lang und steinig ist, und dass niemand weiß, welche Überraschungen sich hinter der nächsten Abbiegung befinden.