Leitfaden für

# *Wandererlebnisse auf dem Naturparkweg*

Gäste gewinnen und begeistern



qn.tourismus.mv/wandern

MV tut gut.

Mecklenburg-Vorpommern

# *Inhalt*

**Wandertourismus in Mecklenburg-Vorpommern . . . . . 04**

Merkmale eines Leitproduktes . . . . . 05
Wandern in Mecklenburg-Vorpommern . . . . . 06
Zahlen zum Wandermarkt . . . . . 06
Wandern passt zur Urlaubsmarke Mecklenburg-Vorpommern . . . . . 06
Besonderheiten des Naturparkweges . . . . . 06
Projekt Naturparkweg . . . . . 07

**Mit attraktiven Etappenorten Gäste gewinnen . . . . . 08**

**Mit wanderfreundlichen Quartieren punkten . . . . . 10**

**Rundum gute Verpflegung sichern . . . . . 12**

**Erlebnisorientierte Infrastruktur entwickeln . . . . . 14**

**Mit Wanderprogrammen begeistern . . . . . 17**

**Checkliste attraktive Wanderangebote . . . . . 17**

**Ansprechpartner . . . . . 18**



Foto: TMV/Gänsicke

Impressum

**Herausgeber:**
Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V.
Konrad-Zuse-Straße 2 · 18057 Rostock

Vereinsregister Amtsgericht Rostock, Registernummer VR585
vertreten durch den geschäftsführenden Vorstand: Birgit Hesse,
Alexander Winter, Wolfgang Waldmüller, Dr. Holger Stein

fon +49 381 40 30-500 · fax -555
info@auf-nach-mv.de · www.auf-nach-mv.de

**Inhaltliche Grundlage:**
»Strategie zur Entwicklung des Naturparkweges Mecklenburg-Vorpommern bis 2030«, erstellt durch BTE Tourismus- und Regionalberatung
Stiftstr. 12 · 30159 Hannover · www.bte-tourismus.de

**Gesamtherstellung:**
WERK3 Werbeagentur GmbH & Co. KG
Doberaner Str. 155 · 18057 Rostock · www.WERK3.de

**Titelmotiv/Motiv Rückseite:**
TMV/Gänsicke

Redaktionsschluss: 06/2025

Gefördert durch:

EUROPÄISCHE UNION
Europäischer Fonds für Regionale Entwicklung

# *Wandertourismus in Mecklenburg-Vorpommern*

## Gemeinsam nachhaltige Urlaubserlebnisse für die Nebensaison entwickeln

Mecklenburg-Vorpommern bietet mit seinen Naturlandschaften fabelhafte Möglichkeiten für einen erholsamen Urlaub und einzigartige Naturerlebnisse. Mit unserer Urlaubsmarke versprechen wir Freiraum, den wir mit abgestimmten Wanderangeboten erlebbar machen.

Der **Naturparkweg Mecklenburg-Vorpommern** ist ein Wanderweg, der quer durch das Bundesland führt, vorbei an Seen und bis ans Meer. Er verbindet auf 900 Kilometern das UNESCO-Biosphärenreservat Schaalsee im Westen mit dem Stettiner Haff und der Insel Usedom im Osten des Landes. Der Wanderweg erschließt weite Teile des Landes Mecklenburg-Vorpommern mit seinen Nationalen Naturlandschaften und ist damit einmalig in Deutschland.

**Verlauf des Naturparkweges in der bereits fertigen Südroute**





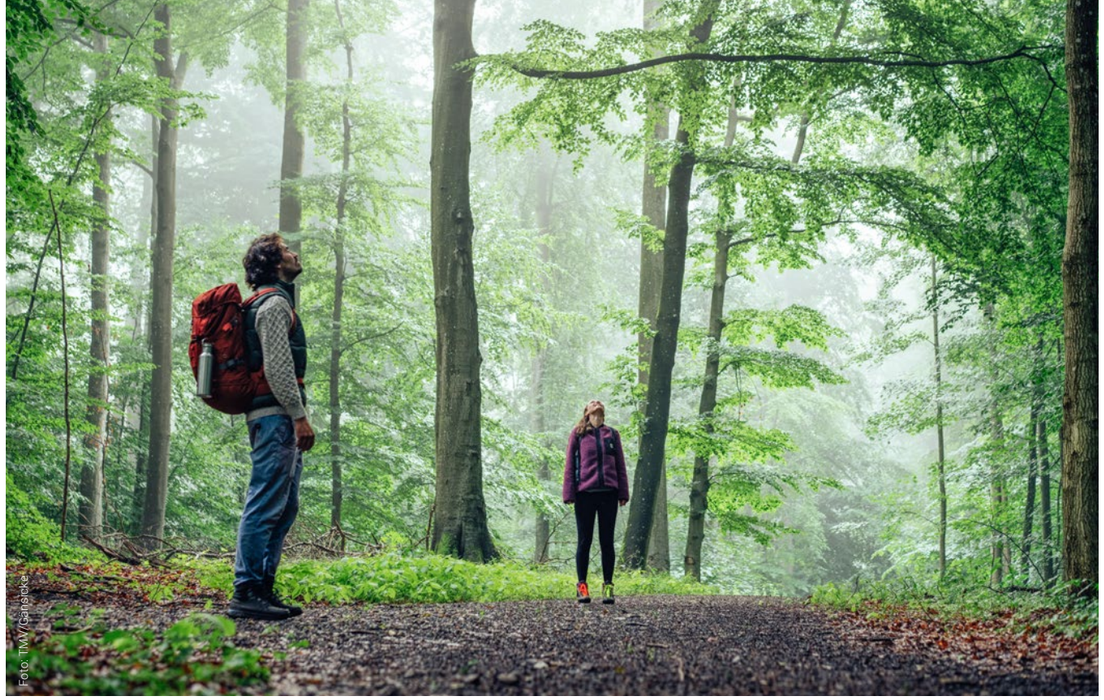



Foto: TMV/Gehlsdorf

**Die Stille genießen auf dem Naturparkweg in der Mecklenburgischen Seenplatte.**

Der Naturparkweg MV soll bis 2030 zu einem Leitprodukt, das heißt zu einem herausragenden, überregional bekannten Urlaubserlebnis, ausgestaltet werden. Er hat das Potenzial, Wandernde für das Binnenland von Mecklenburg-Vorpommern zu interessieren und zusätzliche Gäste für die Nebensaison zu gewinnen.

Wir laden alle Unternehmen und Kommunen am Naturparkweg ein, diesen besonderen Wanderweg für Gäste und Wohnbevölkerung gemeinsam weiterzuentwickeln und unser Freiraum-Versprechen einzulösen. Das bedeutet: Als Gastgebende sind wir achtsam, entspannt und einladend. Wir achten Mensch und Natur und ermöglichen unseren Gästen mit einer entspannten, unkomplizierten Art ihre individuelle Entfaltung.

In diesem Leitfaden findet ihr **Tipps und Anregungen** die von der grundsätzlichen Markierung, über die Ausstattung von Unterkünften und Versorgungsangeboten bis hin zu zusätzlichen Erlebnisangeboten reichen. Wir zeigen, was ihr in Touristik, Kommunen sowie Betrieben tun könnt, um diesen großen Wanderweg noch besser zu machen und von der erwarteten Nachfrage zu profitieren.

Gemeinsam gestalten wir attraktive Wandererlebnisse im Urlaubsland Mecklenburg-Vorpommern.

## Merkmale eines Leitproduktes

Leitprodukte sind herausragende Angebote mit großer Strahlkraft, die eine Region und ihr Image maßgeblich prägen. Leitprodukte bieten unvergessliche ganzheitliche Urlaubserlebnisse mit hoher Alleinstellung. Sie sind eigenständiger Reiseanlass und überregional bekannt – oder haben das Potenzial dazu.

## Leitprodukte:

- verkörpern die Werte der Urlaubsmarke,
- sind klar auf die Zielgruppe ausgerichtet,
- vermitteln regionale Besonderheiten und Stärken,
- erfüllen höchste Ansprüche an Qualität und Nachhaltigkeit,
- geben Orientierung für die Entwicklung weiterer Produkte im Land,
- sind digital sichtbar und/oder buchbar,
- werden in das kommunikative Schaufenster gestellt.

**56 %* der Bevölkerung wandern,** *quer durch alle Altersgruppen.*

**52 %** der Gäste wandern** *während ihres Aufenthaltes in Mecklenburg-Vorpommern, rund 90 % der Gäste gehen während ihres Aufenthaltes spazieren*

*(zum Vergleich: 50 % fahren Rad, 63 % gehen baden/schwimmen).*

**Rund 60 %** der Gäste wandern in der Nebensaison,** *was über dem Jahresdurchschnitt von 52 % liegt. Im Juli und August wandern weniger als 50 % der Gäste.*

**17 %** der Gäste entscheiden sich aufgrund der Wandermöglichkeiten** *für einen Urlaub in Mecklenburg-Vorpommern.*

**24 %** der Gäste** *bewerten Wandern als »wichtigen Angebotsfaktor des Urlaubslandes«.*

## Wandern in Mecklenburg-Vorpommern

Wandern ist eine beliebte Freizeit- und Urlaubsaktivität in der Bevölkerung, das gilt für Gäste wie Einheimische gleichermaßen. Ergebnisse der Marktforschung unterstreichen: Menschen wandern gern in flachem, ungefährlichem und leicht begehbarem Gelände. Für Mecklenburg-Vorpommern ist Wandern vor allem als Angebot in der Vor- und Nachsaison und im Winter gefragt. Wandern trägt dazu bei, die **Saison zu verlängern und positive Effekte des Tourismus ins Binnenland zu tragen.**

## Wandern passt zur Urlaubsmarke Mecklenburg-Vorpommern

Gute Gründe sprechen dafür, Wanderangebote im Land auszubauen:

- Als »sanfte Aktivität« benötigt Wandern wenig Infrastruktur und vergleichsweise niedrige Investitionen.
- Wanderwege sind wunderbar geeignet, die attraktiven Naturräume und den Freiraum des Landes zu erschließen und erlebbar zu machen.
- Wandern ist gesund und kann unterschiedlichsten Bevölkerungsschichten zugänglich gemacht werden.

## Besonderheiten des Naturparkweges

Der Naturparkweg ist ein **Fernwanderweg.** Er durchquert ganz Mecklenburg-Vorpommern und erschließt alle sieben Naturparke des Landes, einen Nationalpark und ein Biosphärenreservat mit ihren Attraktionen.

Fernwanderwege ziehen Aufmerksamkeit auf sich, auch international, sind Gegenstand von Medienberichten und wecken das Interesse, die Region zu erwandern. Wandernde orientieren sich zunächst an Fernwanderwegen und entscheiden dann, welche Tour bzw. welchen Abschnitt dieses Weges sie tatsächlich gehen.

Mit aktuell 830 Kilometern Länge ist der Naturparkweg ein bedeutendes Wanderprojekt. Als Aushängeschild bietet er für Marketing und Produktentwicklung viele Möglichkeiten.

Quellen: * Deutscher Wanderverband, 2010 ** TMV, 2023



*Quer durchs Land!* ***Bis an die Ostsee!***

***Die Nationalen Naturlandschaften erleben.*** *Adlerbeobachtung. Flachlandwandern.* ***Gefahrloses Abenteuer.***

*Einstieg in die Welt der Fernwanderwege auch für weniger Geübte.*

***Wandern und Wassererlebnisse.*** *Nachhaltiger Tourismus.*

Der Fernwanderweg ermöglicht die Einbindung von Mehrtagestouren, Tagestouren und anderen Wanderangeboten. Demnächst wird der Naturparkweg um eine Nord-Variante entlang der Peene ergänzt, dann wird er insgesamt rund 907 Kilometer lang sein. Damit ist der Weg einer der längsten Fernwanderwege in Deutschland.

Der Weg unterstützt die Entwicklung des **nachhaltigen Tourismus** im Land: Als attraktives Inlandsziel ist der Weg gut erreichbar, emissionsarm nutzbar, er fokussiert auf Naturerlebnisse und unterstützt die Aktivitäten der Nationalen Naturlandschaften im Land.

## Projekt Naturparkweg

Der Naturparkweg wurde als verbindendes Wanderangebot quer durch das Land entwickelt. Ein abgestimmter Routenverlauf wurde in enger Abstimmung mit den Nationalen Naturlandschaften entlang der Strecke und dem Landesamt für Umwelt, Naturschutz und Geologie Mecklenburg-Vorpommern festgelegt – ein bedeutender gemeinsamer Planungserfolg.

Von 2022 bis 2023 wurde zur Entwicklung des Naturparkweges als touristisches Leitprodukt eine umfassende Bestandsaufnahme durchgeführt und ein Strategiepapier erarbeitet. Die beauftragte Agentur BTE Tourismus- und Regionalberatung und der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V. haben dieses gemeinsam mit dem Landesamt für Umwelt, Naturschutz und Geologie, regionalen Partnern, den beteiligten Landkreisen sowie den touristischen Regionen und Anbietern erstellt. Das im Jahr 2024 veröffentlichte → **Strategiepapier** enthält neben einer Bestandserfassung auch konkrete Etappenvorschläge sowie Maßnahmen zur Qualitätsentwicklung entlang des Weges.

Die Südvariante des Naturparkweges ist bereits vollständig begehbar und erlebbar, während die Nordvariante in weiten Teilen fertiggestellt ist. Einzelne Lücken westlich von Anklam bestehen derzeit noch, sollen aber in absehbarer Zeit geschlossen werden.

Die Route ist bereits beschildert und streckenweise markiert; eine durchgängige Markierung wird angestrebt.

Die folgenden Medien für Gäste gibt es bereits:

Website zum Weg:
→ **www.auf-nach-mv.de/wandern/fernwanderwege/a-naturparkweg**

Magazin-Artikel mit Video:
→ **www.auf-nach-mv.de/magazin/naturparkweg-wandern**

Progressive Web-App (PWA):
→ **www.naturparkweg-mv.de/**

Routenprofile beim Tourenportal Outdooractive:
**Südroute** → **www.outdooractive.com**
**Nordroute** → **www.outdooractive.com**

Berichterstattung, z. B. beim NDR:
→ **www.ndr.de**

Wanderführer der Nationalen Naturlandschaften:
→ **www.lm.mv-regierung.de/wandern**

# *Mit attraktiven Etappenorten Gäste gewinnen*

Mehrtagestouren dauern meist 3 bis 5 Tage. Für die Auswahl des Tourenverlaufes sind die Etappenorte von besonderer Bedeutung: Hier startet bzw. endet die Tagestour, hier nächtigen die Gäste, gehen essen, kaufen Verpflegung und eventuell Ausrüstung für den nächsten Tag, sie informieren sich und haben Kontakt mit den Gastgebern unseres Reiselandes.

Ein Vorschlag für die Etappenplanung ist auf Outdooractive dargestellt. Erfahrungsgemäß planen Gäste und auch Reiseveranstalter unabhängig davon, sodass sich weitere Orte am Weg als Etappenorte qualifizieren können.

## Checkliste
### Wanderfreundliche Etappenorte

- ◯ **Wanderkundige Gastgeber und Touristinformationen** kennen den Naturparkweg, geben Informationen und Tipps, Material zum Weg sowie Web-Links weiter.
- ◯ **Wanderfreundliche Quartiere** sind verfügbar und auffindbar (siehe Checkliste Seite 10).
- ◯ Die **Verpflegungsangebote** sind auf Wandergäste ausgerichtet (siehe Checkliste Seite 12).
- ◯ **Die Orte sind gut erreichbar** als Start- oder Zielpunkte einer Mehrtageswanderung. Ideal ist ein Bahnanschluss, alternativ werden Hinweise zu Bus, Rufbus oder Taxidiensten bereitgestellt.
- ◯ **Der Routenverlauf im Ort** sowie die Zuwege zum Naturparkweg und Abstiege vom Weg zu den Etappenorten sind gut markiert und beschildert.

## Checkliste Etappenorte aufwerten

Das können Kommunen und Tourismusorganisationen tun, um Etappenorte aufzuwerten:

- ◯ **Gastbetriebe am Ort einbinden**
  - für Beteiligung der Übernachtungsbetriebe werben
  - über Naturparkweg informieren, Material übergeben, Probewanderung für interessiertes Personal anbieten
  - Vereinbarungen zu koordinierten Ruhetagen anregen
  - Möglichkeit zu Lunchpaketen initiieren (ggf. auch bei Bäckereien, Lebensmittelhandel, bäuerlicher Direktvermarktung)
- ◯ **Gastbetriebe neu gewinnen**
  - für zusätzliche Angebote werben, potenziell geeignete Betriebe ansprechen und Herstellung (auch einfacher) Quartiere ermöglichen; Unterstützung bei erforderlichen Genehmigungen, Förderung, Bauanträgen
- ◯ **Lebensmittelversorger ansprechen** (siehe Checkliste Seite 12)
- ◯ Informationen über **Mobilitätsdienstleister** für Gäste und Leistungsträger bereitstellen
- ◯ **Partnerschaft mit Wanderreiseveranstaltern prüfen:** Reiseveranstalter können über eigene Kommunikations- und Vertriebskanäle Gäste gewinnen und zur Auslastung der Betriebe beitragen. Sie wünschen sich kundige und qualifizierte Kontakte in der Region als Ansprechpartner, ideal ist das Personal der Touristinfo. Veranstalter fordern in der Regel Abschläge in Höhe von 20 %.



*Praxisbeispiel für Kommunikation von Gastgebern und Zusammenarbeit mit Reiseveranstaltern:*
***Rheinsteig***

*Auf **www.rheinsteig.de** werden wanderfreundliche Unterkünfte und Pauschalangebote von Reiseveranstaltern unter einem separaten Menüpunkt »Gastgeber & Wanderangebote« dargestellt – mit interaktiver Karte, Kurz- und Langbeschreibung sowie Buchungsmöglichkeiten.*

*Für weitere Unterkünfte wird auf die Reiseregionen verwiesen, durch die der Fernwanderweg verläuft, diese sind verlinkt. Eigenveranstaltete Pauschalangebote von Romantischer Rhein Tourismus GmbH und buchbare Pauschalen »Wandern ohne Gepäck« von Kleins Wanderreisen werden präsentiert und können direkt auf der Website angefragt werden.*



Foto: Henry Tornow, Romantischer Rhein Tourismus GmbH

## Checkliste LQT-Kriterien

**Kernkriterien Leading Quality Trail (LQT), bezogen auf die zu zertifizierende Gesamtstrecke**

- ◯ **naturnahe Wege:** mindestens 35 % der Gesamtstrecke, die Hälfte der sicherheitsbefestigten Pfade wird angerechnet
- ◯ **schlecht begehbare Wege:** höchstens 5 % der Gesamtstrecke, höchstens 1.500 m am Stück
- ◯ **Verbunddecken:** höchstens 20 % der Gesamtstrecke, höchstens 3.000 m am Stück
- ◯ **Wege auf befahrenen Straßen:** höchstens 3 % der Gesamtstrecke, höchstens 300 m am Stück
- ◯ **Wege neben befahrenen Straßen:** höchstens 10 % der Gesamtstrecke, höchstens 3.000 m am Stück
- ◯ **Markierung:** auf 100 % der Gesamtstrecke
- ◯ **Abwechslung:** mind. 2 Formationswechsel auf 8 km
- ◯ **Erlebnispotenzial** (mind. 4 Punkte auf 8 km aus den folgenden Wahlkriterien)
  - attraktive Naturlandschaften
  - natürliche Gewässer
  - punktuelle Naturattraktionen
  - eindrucksvolle Aussichten
  - gefällige Ortsszenen
  - lokale Sehenswürdigkeiten (mind. 2)
  - überregionale Sehenswürdigkeiten, z. B. Burgen, Schlösser, Baudenkmale
- ◯ **intensiv genutztes Umfeld:** höchstens 10 % der Gesamtstrecke, höchstens 3.000 m am Stück
- ◯ **wanderfreundlicher Einstieg am Start-/Endpunkt:** mind. eine Infotafel, mind. zweisprachig
- ◯ **Start-/Endpunkt an öffentliche Verkehrsmittel angeschlossen (Bus/Bahn, alternativ Wandertaxi):** täglich mind. 2 Verbindungen

**Kernkriterien LQT–Etappenorte**

- ◯ **Mobilität:** Etappenorte sind direkt an öffentliche Verkehrsmittel (Bus/Bahn, alternativ Wandertaxi) angeschlossen, täglich mind. 2 Verbindungen
- ◯ **Unterkunft (Hotel, Gasthof, Pension, Camp):** am Beginn und am Ende einer Tagesetappe Übernachtungsmöglichkeit oder Transfer gewährleistet
- ◯ **Gepäcktransport für jede Tagesetappe über einen lokalen Anbieter buchbar**
- ◯ **wanderfreundlicher Einstieg, Wanderportal, Wanderparkplatz** (mit Informationen zum Wanderweg)

Weiterführende Infos unter:
→ **www.wanderbares-deutschland.de/service/qualitaetsinitiativen/leading-quality-trails**

# *Mit wanderfreundlichen Quartieren punkten*

Wanderurlaube brauchen geeignete Quartiere! Eine Streckenwanderung auf einem Fernwanderweg ist nur möglich, wenn Betriebe entlang der Strecke Wandernde auch für eine Nacht aufnehmen. Sternwanderungen, also Tagestouren ausgehend von einem festen Quartier, brauchen geeignete Betriebe und die erforderlichen Transfers. Den eigenen Pkw können Gäste nur nutzen, wenn sie Rundtouren wandern.

## Checkliste Wanderfreundliche Quartiere

- ○ **Gäste werden für eine Nacht** aufgenommen.
- ○ **Lunchpakete** werden als Zusatzleistung angeboten.
- ○ **Wasservorrat** und die Möglichkeit, Wasserflaschen aufzufüllen, werden vorgehalten.
- ○ **Informationen zum Naturparkweg** werden bereitgestellt, vor allem über:
  - ○ Wegstrecken (Besonderheiten, Sperrungen, Umleitungen), Tourenportal
  - ○ Verpflegungsangebote, Öffnungszeiten/ Ruhetage usw.
  - ○ Transferdienste (aktuelle Fahrpläne, Kontakte zu Taxiunternehmen)
  - ○ Erlebnismöglichkeiten, wie Badestellen, aktuelle Besonderheiten (Apfelblüte, Veranstaltungen usw.)
  - ○ Angebote, die zubuchbar sind, z. B. Gästeführungen, Führungen der Nationalen Naturlandschaften
  - ○ weitere Übernachtungsmöglichkeiten (wenn ausgebucht oder in weiteren Etappenorten)
- ○ Das **Personal der Betriebe** kennt den Naturparkweg am Ort aus eigener Erfahrung. Ein Betriebsausflug als Wandertag könnte dabei unterstützen.
- ○ Die **Partnerschaft mit einem Wanderreiseveranstalter** ist eine Möglichkeit, das Marketing zu stärken. Reiseveranstalter gewinnen über eigene Kommunikations- und Vertriebskanäle Gäste und tragen zur Auslastung der Betriebe bei. Sie organisieren die Programmgestaltung und die erforderlichen Transfers. Veranstalter fordern einen Wiederverkäuferrabatt, meist rund 20 %.
- ○ Wenn im Ort Übernachtungsgelegenheiten fehlen, könnten interessierte Betriebe **neue Übernachtungsangebote für Wandernde schaffen.** Denkbar wären zum Beispiel Schlummertonnen oder Tiny Houses auf Campingplätzen (Wanderer bringen selten ihr eigenes Zelt mit.), an »Ferien auf dem Bauernhof«-Betrieben oder Heuhotels. Es gibt System-Anbieter, die schlüsselfertige Tiny Houses liefern und auf Wunsch auch den Vertrieb übernehmen. Wichtig ist dafür eine nutzbare Ver- und Entsorgung und eine Rechtsgrundlage, die ein Übernachtungsangebot zulässt. An Campingplätzen, Bauernhöfen und auf einem Gelände, auf dem bereits Ferienwohnungen stehen, sind diese Voraussetzungen potenziell gut.

Tipp

**Weitere Hinweise bietet der Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland:**

→ **www.tourismus.mv/artikel/beduerfnisse-und-wuensche-von-aktivurlaubern**

→ **www.wanderbares-deutschland.de**






**Slubes bieten ein nachhaltiges, außergewöhnliches Übernachtungserlebnis.**




*Praxisbeispiel für einfache Quartiere:* ***slubes***

*In Neustrelitz und Krakow am See gibt es bereits slubes: autonome, beheizbare und gedämmte Betonröhren mit Schlafbereich (in der Basic-Variante an Standorten mit externen Sanitäranlagen) und Badezimmer, Sitzecke (in der Home- bzw. Tower-Variante). Die slube GmbH bietet Kommunen und Tourismusmanagementorganisationen (DMOs) Unterstützung bei der Suche nach Flächen und führt eine Standortanalyse durch. Das Unternehmen kann die slubes betreiben, der Eigentümer erhält die Pacht. Die Buchung erfolgt online auf der Website von slube.*

*Hotels, Campingplätze und Ferienbauernhöfe können die slubes auch selbst vermarkten. Weitere Informationen unter:* ***www.slube.de***

# *Rundum gute Verpflegung sichern*

Gäste wollen verpflegt werden, Wandernde bilden da keine Ausnahme. Wandernde auf Mehrtagestouren können bzw. wollen keine Verpflegung für mehrere Tage mitführen.

Hat ein Ort Quartiere mit Frühstücksversorgung, Lunchpaketen und geöffneten Restaurants, ist das kein Problem. In Orten mit Ferienwohnungen, aber ohne Bäcker und Lebensmittelhandel, sollten Alternativen angeboten werden.

## Checkliste Verpflegungsangebot

- **Angebote für Frühstück, Lunch und Abendessen**
- **Versorgung mit Getränken** unterwegs
- **Verpflegungsangebot in Orten ohne Lebensmittelhandel:**
  - Ein **Liefer- oder Bestellservice durch nahe gelegene Versorger.** Der Lebensmittelhandel bietet zum Teil bereits einen Lieferservice, der auch Ferienwohnungen bedienen könnte. Diese Möglichkeit (Kontaktdaten, Service-Zeiten) sollte den Gästen offeriert werden.
  - Übernachtungsbetriebe bieten **Lunchpakete und Getränkeversorgung** an.
  - **Landwirtschaftliche Betriebe mit Direktvermarktung könnten Gäste versorgen.** Wichtig ist die Deckung des Grundbedarfs, also Backwaren, Käse, Wurst, Marmelade. Die Produkte sollten verzehrfertig sein, Eier also zum Beispiel gekocht.
  - **Verpflegungsstationen am Wanderweg** können Direktvermarkter und Gastbetriebe einrichten, Stationen mit Kassen des Vertrauens und Verpflegungsautomaten haben sich bewährt. Denkbar sind auch Bestelldienste für die Lieferung von Verpflegung an den Wanderweg.
  - Eine **Versorgung mit Getränken** ist für Wandernde besonders wichtig: Bei warmem Wetter muss viel getrunken werden, vielleicht mehr, als Wandernde tragen können. Versorgungsangebote für Getränke am Weg sollten gewährleistet werden.
- **Ruhetage** sind wichtig. Schön ist es, wenn die Betriebe Ruhetage absprechen, sodass nicht alle Betriebe am gleichen Tag geschlossen sind. Betriebe sollten an ihren Ruhetagen von außen sichtbar auf den nächsten geöffneten Betrieb hinweisen. Öffnungszeiten und Ruhetage sollten gut kommuniziert werden, vor Ort und im Web (eigene Website, Google).





Foto: Udo Fischer - Tourismusverband LK Rotenburg

**Auf Vorbestellung bieten gastronomische Partner kulinarische Verpflegung für Wandernde auf den NORDPFADEN an.**

*Praxisbeispiel:*
***»Tischlein deck Dich«-Picknickplätze, NORDPFADE***

*Auf den NORDPFADEN im Landkreis Rotenburg (Wümme) liefern lokale Gastronomen an zwei »Tischlein deck Dich«-Rastplätzen regionale Produkte an. Gäste können sich auf Vorbestellung bewirten lassen. Die Bewirtschaftung von Wanderwegen, die bislang nicht an die örtliche Gastronomie angebunden waren, sowie die enge Kooperation der Akteure wurden 2015 mit dem Sonderpreis im Wettbewerb »Nachhaltiger Tourismus in Niedersachsen« ausgezeichnet.*

*Weitere Informationen unter:*
***www.nordwaerts.de***

# *Erlebnisorientierte Infrastruktur entwickeln*

Das Schöne am Wandern aus Sicht der Anbietenden ist, dass wenig Infrastruktur und vergleichsweise geringer Herstellungsaufwand erforderlich sind. Es werden geeignete Wege genutzt, der Wegeverlauf wird markiert, Ziele am Weg und Etappenorte werden ausgeschildert. Darüber hinaus nutzen die Wandernden die – hoffentlich – bereits vorhandene Infrastruktur, wie Quartiere, Restaurants, Lebensmittelhandel, ÖPNV sowie Freizeitangebote, und bringen so Umsatz und damit Wertschöpfung in die Region.



Foto: MV Gross

Ausgezeichnete Wanderwege brauchen jedoch ein Mehr an Qualität: Markierung, Beschilderung, Infotafeln, Rastplätze sowie Abwechslung und Attraktionen am Wegesrand.

## Infrastruktur am Wanderweg

Alle Lösungen sollten die ästhetischen Ansprüche der Zielgruppe berücksichtigen. Es empfiehlt sich also natürliches, nachhaltiges Material, authentisches und einladendes Design sowie eine zeitgemäße Gestaltung.

## Hinweise:

- Die Standorte sind mit den Flächeneigentümern abzustimmen.
- Für Infrastruktureinrichtungen müssen Verkehrssicherung und Haftung geklärt sein: Notwendig ist ein zuständiger Träger, der regelmäßig (zweimal jährlich) Sicherheit und Funktion prüft, ggf. repariert oder sperrt und die Haftung übernimmt. Wenn die Kommune Träger der Einrichtung ist, übernimmt in aller Regel der Kommunale Schadenausgleich die Versicherungsrisiken ohne zusätzliche Kosten. Dazu ist eine Vereinbarung zwischen Flächeneigentümer und Träger der Infrastruktur nötig, in der Zuständigkeiten geregelt werden.

## Markierung und Beschilderung

Befragungen belegen regelmäßig: Wandernde nutzen bevorzugt Markierungen und Schilder für die Orientierung. Daher sind konsequente Markierung und Beschilderung wichtige Qualitätskriterien für die Bewertung von Wanderwegen.

### Tipp

→ Informationen zu den Markierungsrichtlinien



Foto: Schmallenberger Sauerland Tourismus, Klaus-Peter Kappest

## Checkliste

- **Rastplätze** (Bänke, Tisch, ggf. überdacht) oder Rastbänke an geeigneten Stellen: nahe am Weg, bevorzugt mit Ausblick bzw. an einer Stelle, die zum Verweilen einlädt.
- **Multifunktionale Plattformen:** Ein Vorschlag sieht vor, Holzplattformen herzustellen, die als Rastplätze, für Yoga in der Natur oder auch als Treffpunkte für Führungen multifunktional nutzbar sind.
- **Aussichtsplattformen oder -türme an speziellen Stellen:** nahe am Weg, mit lohnendem Ausblick, zum Beispiel in eine besondere Landschaft oder zur Tierbeobachtung. Das Besondere am Blick sollte kurz erläutert werden, etwa mit einer Infotafel oder einem QR-Code, der zu einem Info-Angebot im Internet führt.
- **Spielgelegenheiten in der freien Landschaft:** Sie können sehr einfach sein, zum Beispiel eine Schaukel oder Wippe. Idealerweise sind diese nicht nur für Kinder, sondern auch für Erwachsene interessant. Infotainment-Elemente vermitteln spielerisch Wissen, einfache Lösungen sind drehbare oder klappbare Holzkonstruktionen, aufwendige Lösungen können auch Audiostationen beinhalten (energieautark durch Kurbelstrom).
- **Kunstobjekte, spielerische Elemente:** Landschaftskunst kann Erlebnisse bieten und aufwerten, überraschen und spielerisch herausfordern (versteckte Installationen finden). Heimische Künstler könnten einbezogen werden. Kunst in der Landschaft zerfällt mit den Jahren, hier muss Instandhaltung/Ersatz bzw. Rückbau nach Ende der Standzeit eingeplant werden.

*Praxisbeispiel:*
***WaldSkulpturenWeg, Sauerland***

*Auf dem ca. 23 Kilometer langen Wanderweg zwischen Bad Berleburg und Schmallenberg wurden von internationalen Künstlern 11 Plastiken, Skulpturen und Inszenierungen gefertigt und installiert. Ziel war es, die Natur zu bewahren und zu betonen, die Geschichte der Kulturlandschaft widerzuspiegeln und für Wandernde eine Rastmöglichkeit zu schaffen. Der Wanderweg verläuft über Zuwege des Rothaarsteigs und hat Anschluss an den Fernwanderweg. Der Weg wird vom Wittgensteiner Akademie e. V. entwickelt. Das Projekt ist gefördert vom Land NRW, den Landkreisen und Städten der Region und der Kunststiftung NRW.*

*Weitere Informationen unter:*
***www.waldskulpturenweg.de***




*Praxisbeispiel:*
***Bosque de Oma, Baskenland (Spanien)***

*Der »bemalte Wald« befindet sich im Baskenland und wurde vom Künstler Agustín Ibarrola gestaltet. Die Bäume sind bunt bemalt und können auf einem Rundweg in 3 bis 4 Stunden erlebt werden. Die menschlichen oder geometrischen Figuren, Tiere usw. sind nur von bestimmten Positionen aus vollständig sichtbar. Die Kunst erscheint somit ständig aus einem anderen Winkel. Inspiriert wurde der Künstler von der Höhlenmalerei in der nahe gelegenen »Cueva de Santimamiñe«.*

*Weitere Informationen unter:*
***www.bosquedeoma.com***
***www.reisen-nach-spanien.com***




**Der Liebesbankweg war der erste Premiumwanderweg im Harz und in Niedersachsen. Die Bänke bieten Erlebnisstationen am Weg.**

*Praxisbeispiel:*
***Liebesbankweg, Harz***

*Der Liebesbankweg ist ein Themenweg im Harz, der besondere Rastmöglichkeiten mit einer Inszenierung des Weges kombiniert. 25 unterschiedlich gestaltete Liebesbänke sind am Weg platziert, sie stehen jeweils für einen Abschnitt eines gemeinsamen Lebensweges. Neben den Bänken gibt es Fotospots, Ge(h)dicht-Steine und Stationen wie eine Partnerschaukel, einen Wasserspielplatz oder die Quelle der Liebe. Das Standesamt Goslar ermöglicht Eheschließungen auf dem Liebesbankweg.*

*Weitere Informationen unter:*
***www.liebesbankweg.de***






# *Mit Wanderprogrammen begeistern*

Der Naturparkweg wird Interesse wecken und zusätzliche Gäste anziehen. Der Weg verbindet 9 von 13 Großschutzgebieten und zahlreiche Gewässer in Mecklenburg-Vorpommern.

Die Touristiker in Kommunen und die Gastbetriebe können den Naturparkweg nutzen, um eigene **Wanderprogramme zu entwickeln.** Manches muss gezeigt und erklärt werden, das gilt zum Beispiel für Naturerlebnis-Führungen. Anderes muss vorbereitet, gestaltet oder inszeniert werden, zum Beispiel Thementouren oder ausgearbeitete 3-Tages-Touren. In jedem Fall sollen Gäste die Gelegenheit haben, starke Wandererlebnisse zu finden und zu buchen.

## Checkliste Attraktive Wanderangebote

- Erlebnisprogramme und Führungen können vielfältige **Naturerfahrungen** ermöglichen. Angebote mit speziellen Themen wie Achtsamkeit, Meditation oder Yoga können hinzukommen. Der Weg und Infrastruktur am Weg (multifunktionale Plattformen, Rastplätze, Aussichtspunkte) können genutzt werden. Ideal wäre ein **Programmkatalog**, aus dem Gäste nach ihren Präferenzen wählen können.
- Die **zahlreichen Gewässer** machen Badeerlebnisse möglich und die Beobachtung von Adlern und Seevögeln. Zugänge zum Wasser sollten, wo immer machbar, zugelassen oder geschaffen und kommuniziert werden. Fähr- und Kanufahrten auf dem Wasser können eine willkommene Abwechslung oder Ergänzung bieten.
- **Stempelstationen** an erreichten Wanderspots sind beliebte Klassiker, mit traditionellem Stempelheft oder mit digitalen Wanderstempeln. Sie motivieren und lenken Wandernde. Die Stationen können genutzt werden, um eine Geschichte zu erzählen, zum Beispiel zu Stationen einer Reise, eines Abenteuers oder einer Schatzsuche. Besonders beliebt sind Stempelstationen bei Kindern, sie helfen, Kinder zum Wandern zu motivieren.
- **Tagestouren und Sternwanderungen** wählen Teile des Fernwanderweges für Gäste der Region aus. Dazu braucht es geeignete Wegeabschnitte, die einen Rundwanderweg ab ÖPNV-Station bzw. Wanderparkplatz ermöglichen, oder Abschnitte mit Rückreisemöglichkeit oder Transfer.
- Ausgearbeitete Mehrtageswanderungen stellen besonders geeignete Erlebnisstationen und Highlights zusammen. Die meisten **Mehrtageswanderungen sind 3 bis 6 Tage** lang, Tagesetappen haben bevorzugt Längen von 15 bis 20, maximal 24 Kilometern. Erste Pakete wurden beispielhaft im Strategiepapier ausgearbeitet (qn.tourismus.mv/wandern).

**Zu einem guten Paket gehören:**

- Titel: Thema, Aufhänger, Besonderheit
- Tourenverlauf, evtl. Transfers
- Übernachtungen
- Verpflegung
- Zusatzangebote wie Boots- oder Kanu-Tour, Führungen, Lichtbilder-Abend, thematisches Essen
- ggf. Buchungsmöglichkeit mit Pauschalpreis (Optionen mit Aufpreis)

*Dafür braucht es einen zuständigen Reiseveranstalter, rechtliche Konsequenzen (Pauschalreiserecht, Reisesicherung) müssen geklärt werden. Wiederverkäufer fordern in der Regel einen Nachlass von etwa 20 % auf den Verkaufspreis.*



Foto: TMV/Gansicke

## Ansprechpartner

**Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e.V.**
Konrad-Zuse-Straße 2
18057 Rostock

**Nicolle Völcker**
Managerin Aktivtourismus
Telefon: +49 381 40 30-667
E-Mail: n.voelcker@auf-nach-mv.de

**Ulrike Bodieschek**
Managerin Qualität & Nachhaltigkeit
Telefon: +49 381 40 30-670
E-Mail: u.bodieschek@auf-nach-mv.de

**Landesamt für Umwelt, Naturschutz und Geologie Mecklenburg-Vorpommern**
Goldberger Str. 12
18273 Güstrow

**Udo Steinhäuser**
Dezernat 220, Naturparke
Telefon +49 385 588 64-221
E-Mail: udo.steinhaeuser@lung.mv-regierung.de





***Sei mein Freund, schütze, was uns vereint.***

**#natürlich Mit Verantwortung**
**Mecklenburg-Vorpommern**

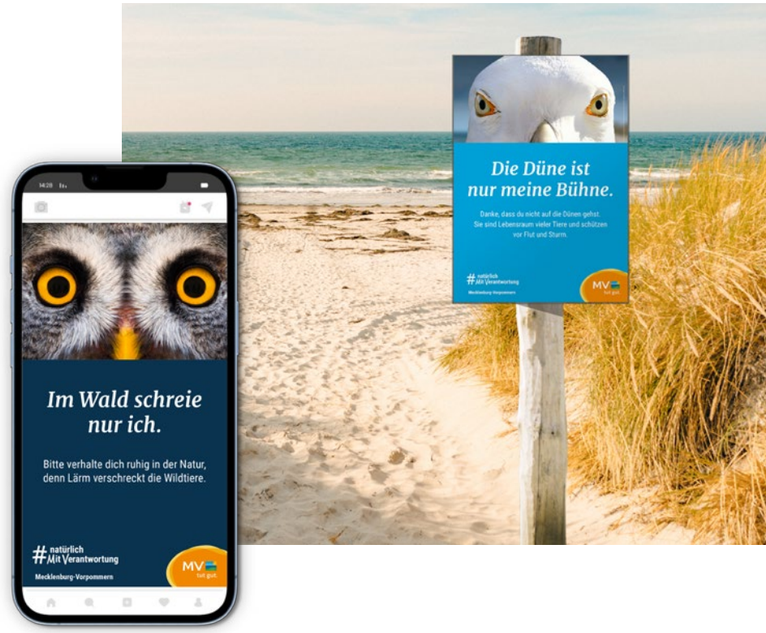
# *Unterstütze die Initiative #natürlichMitVerantwortung*

Nutze unsere kostenlosen Vorlagen, um deine Gäste über Themen wie Dünenschutz, Müllvermeidung und Waldbrandschutz in Mecklenburg-Vorpommern zu informieren.

**Kostenlos herunterladen:**

- Plakate und Aushänge
- Social-Media-Vorlagen
- Häufig gestellte Fragen
- Texte für E-Mails und Webseiten
- Kommunikationsideen u. v. m.

*Jetzt Zugriff erhalten!*
***www.natuerlichMitVerantwortung.de***



# Qualitätslotse

## Digitaler Helfer für mehr Qualität und Nachhaltigkeit im Urlaubsland MV

### Mit Weitblick auf Erfolgskurs

Ausgerichtet auf die Marke und Zielgruppe des Urlaubslandes MV ist der Qualitätslotse euer persönlicher Begleiter auf dem Weg zu einer nachhaltigeren Zukunft. Ein Selbst-Check bietet eine erste Orientierung und die Möglichkeit zum Branchenvergleich. Individuelle Empfehlungen mit praktischen Tipps, Checklisten und schnellen Maßnahmen unterstützen bei der Umsetzung.

**qualitaetslotse.tourismus.mv**

