

Tourencheck–Leitfaden für die Natur–Aktiv–Themen Rad, Wandern und Wasser

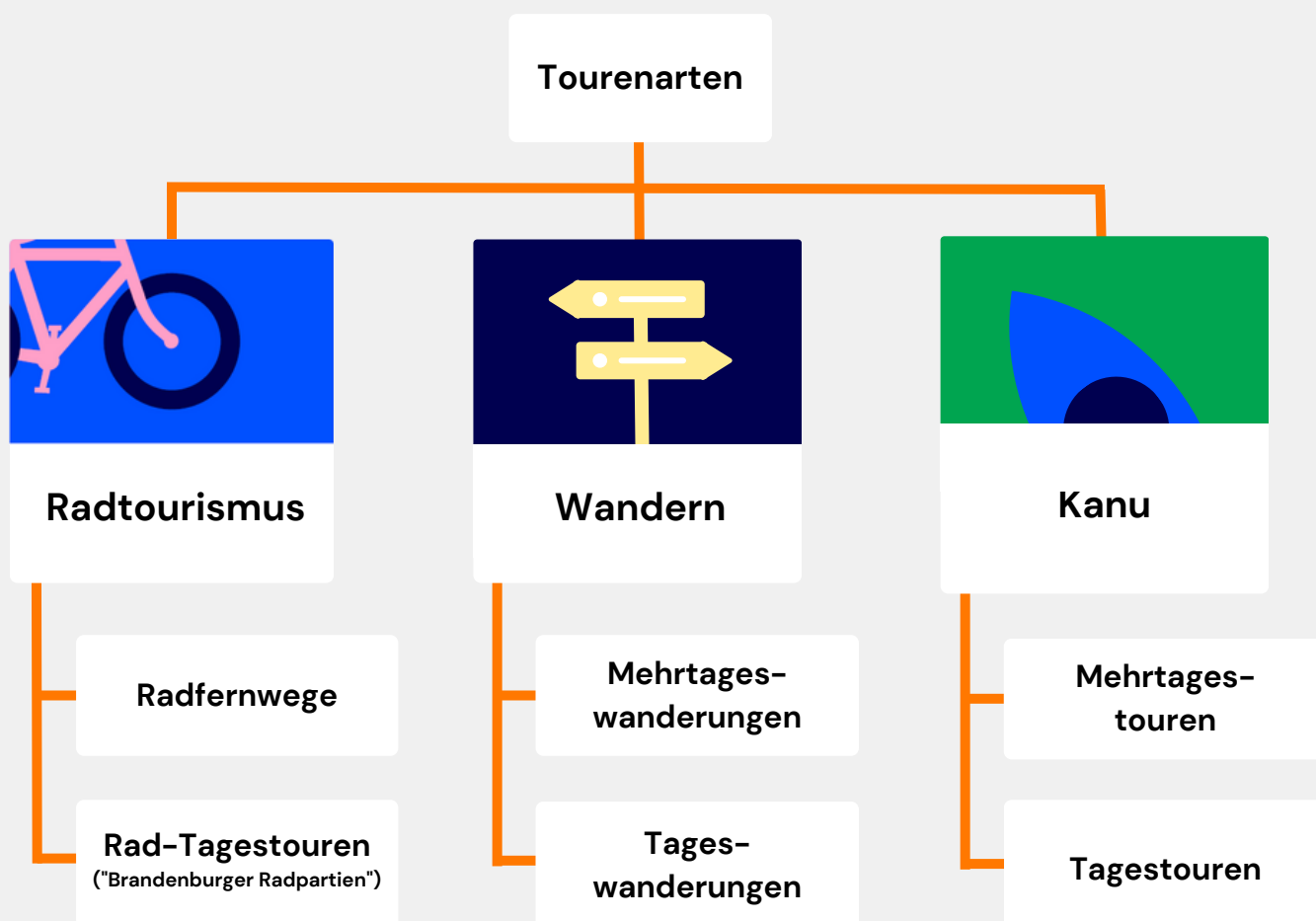


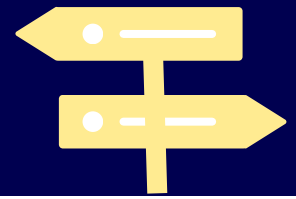
Das Kriterien–Konzept

„Die Checklisten dienen der Darstellung touristischer Themen wie Rad–, Wasser– und Wandertourismus und wurde in enger Zusammenarbeit zwischen TMB, dem Netzwerk Natur–Aktiv und den Reiseregionen zusammengestellt. Alle Touren dieser Kategorien sollten den hier genannten Mindest–Merkmale entsprechen, um über die regionale und die Landesebene vermarktet zu werden. Die Checklisten dienen auch dazu, eine Mindestorientierung bei der Produktentwicklung zu geben. Eine noch höhere (Service)qualität kann angestrebt werden, bspw. durch Zertifizierungen/Klassifizierungen. Diese Checklisten bestehen seit 2017 und werden in zyklischen Abständen weiterentwickelt.“

brandenburg


Netzwerk Natur–Aktiv
Brandenburg





Mehrtageswanderungen

Die Reiseregionen Brandenburgs und die TMB haben seinerzeit beschlossen, sich bei den weiteren Wanderwegen ab 20 km an den Qualitätskriterien des Deutschen Wanderverbandes e.V. (DWV) zu orientieren.

- Ansprechende Wegeführung (Abwechslung, attraktive Naturlandschaften, Naturattraktionen etc.)
- Ansprechendes Wegeformat (naturnahe Wege, minimaler Anteil von Asphalt/Beton etc.)
- Lückenlose und eindeutige Wegemarkierung (Logo, Markierung)
- Qualitätsmanagement („Routenbetreiber“, Absprachen mit Anrainern/Wegewarten etc.)
- Hauptansprechpartner für die Kunden (auch bei überregionalen Wegen)



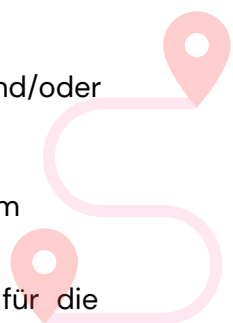
Tageswanderungen

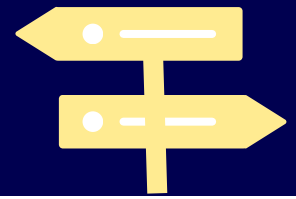
Da Tageswanderungen, gerade im ausflugsaffinen Berliner Umland, immer wichtiger werden, hat sich der DWV ebenfalls um Kriterien für kurze Wege unter 20 km bemüht. Die Nachfrage nach Tageswandertouren ist enorm, auch in Verbindung mit dem ÖPNV.

Auch wenn der DWV die kurzen Wege in acht verschiedene Themenwege für verschiedene Zielgruppen untergliedert, sollten sich alle Brandenburger Akteure an den o.g. Kriterien auch für kurze Wanderwege orientieren. Je nach Zielgruppe kommen noch diverse Ausprägungen dazu (bspw. unterschiedliche Länge, Einbindung für die Zielgruppe relevanter Attraktionen, ausreichende Rastmöglichkeiten usw.).

Tourenführung

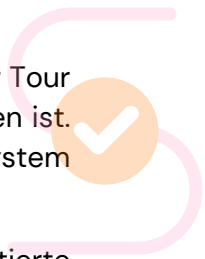
- Start/Ziel sind eindeutig mit georeferenzierter Adresse (Parkplatz, Bhf.) und/oder direkter ÖV-Anbindung
- Länge: 4 – max. 20 km (Genuss, Kultur, Natur), bei Familien/Komfort: 2 – max. 7 km
- Tour ist Landschaftserlebnis und mit touristisch relevanten Anlaufpunkten für die jeweilige Zielgruppe und mit kundenfreundlichen Öffnungszeiten versehen
- Ausreichende Rast- und Ausruhmöglichkeiten auf der Strecke sind vorhanden
Einkehrmöglichkeiten (alle 3-4 km)
- Weitere touristisch relevante Points of Interest (POI) sind in sinnvollem Abstand vorhanden und passen zum Thema der Tour. Diese POIs müssen in der touristischen Datenbank Tourism Data Hub hinterlegt sein.





Tourenzustand

- Die Tour verläuft auf eindeutig markierten Wegen. Falls mehrere Markierungen der Tour zugewiesen sind, ist eindeutig dargestellt, ab wann welche Markierung zu beachten ist. Ausnahme: Stadtwanderungen. Hier ist eine Integration in ein städtisches Leitsystem sicherzustellen
- Geeigneter Belag in gutem Zustand: schmal, naturbelassen, kurvig, wenig asphaltierte Wegeanteile; wenig Doppelführungen mit anderen Nutzungsarten (Rad). Nur temporäre Führung auf Bundes- oder Landesstraßen entsprechend DWV-Kriterien. Ausnahme: Stadtwanderungen und innerörtliche Führung von Wanderwegen.



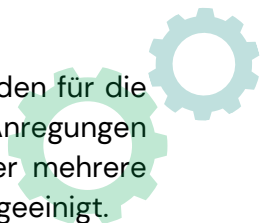
Vermarktung & Tourism Data Hub-Check

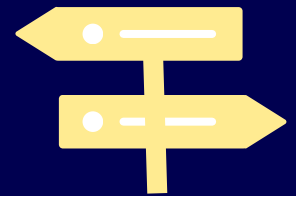
- Der Name der Tour ist authentisch und mit eindeutigem Bezug zur Streckenführung (auf mögliche Doppelungen im Land achten und starke Ähnlichkeiten vermeiden!)
- Digitale Infos: Die Routenführung muss auf einer digitalen Kartengrundlage im Internet zu finden und der GPS-Track der Route herunterladbar sein (bspw. Website der Tourismusorganisation des Reisegebietes, Verlinkung zu Outdoor-, Routingportalen – Infos sollten korrespondieren mit anderen Darstellungen, bspw. auf reiseland-brandenburg.de)
- Zielgruppengerechte Serviceangebote/Begleitinfrastruktur (z.B. Hofläden, Spielplätze, Naturdenkmäler an der Tour etc.) entsprechen den Empfehlungen des DWV und werden in der Vermarktung ausgewiesen.
- Darstellung enthält qualitätsvolle Fotos, die das Wesen der Tour vermitteln und DSGVO-konform sind
- Mindestens ein guter Wander-Kartentipp/Verlagsprodukt wird kommuniziert



Management

- Es existiert ein touristischer Hauptansprechpartner (Institution) für Endkunden für die Tour, der auch Kontakt mit Baulastträgern/Anrainerkommunen hält und Anregungen sowie Beschwerden der Kunden aufnimmt. Auch wenn die Tour sich über mehrere Reiseregionen erstreckt, haben sich die Anrainer auf einen Ansprechpartner geeinigt.
- Infrastruktur: für jeden kommunalen Tourenabschnitt gibt es einen Ansprechpartner in der jeweiligen Kommune, der dem o.g. Hauptansprechpartner bekannt ist (Anrainerliste existiert)





Im Meldeportal [MAERKER Brandenburg](#) gibt es die Kategorie „touristische Rad- und Wanderwege“. Wenn alle Anrainerkommunen der Tour Teil des MAERKER-Systems sind, werden Kunden in der Darstellungen der Tour in on- und offline-Medien darauf hingewiesen, dass im MAERKER Hinweise zur Infrastruktur zu melden sind.

Mind. alle drei Jahre erfolgt eine Begehung unter Routenqualitäts-Gesichtspunkten mit kurzer Dokumentation. Diese wird den Anrainern an der Tour zur Verfügung gestellt. Ein „Kümmerer“ wird dazu benannt.

Binnenkommunikation: u.a. Touristische Anbieter, Tourismusinformationen, Restaurants, Kultur- und Freizeiteinrichtungen erhalten schriftliche Informationen zur Tour mit Links, Inhalten der Tour etc. und regelmäßige Informationen bei Änderungen oder Neuigkeiten zur Tour.

KONTAKT

TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH

Babelsberger Straße 26, 14473 Potsdam

Dirk Wetzel

Teamleiter Marken- und Themenmanagement/
Stellv. Leiter Marketing

☎ 0331-29873-789

📠 0331-29873-73

✉ dirk.wetzel@reiseland-brandenburg.de

🌐 www.reiseland-brandenburg.de

Netzwerk Natur-Aktiv

✉ natur-aktiv@proagro.de

🌐 [Netzwerk Natur-Aktiv](#)
