

# WANDERBARES GRÜNES BAND

GRENZE

NATUR

GESCHICHTE

NATIONALES  
NATURMONUMENT

ABENTEUER

SCHUTZGEBIET

KOLONNENWEG

ARTENVIELFALT

TODESSTREIFEN

LEBENSLINIE

Ergebnisse einer  
Umfrage zum Wandern in  
Deutschland  
mit besonderem Fokus  
auf dem Grünen Band



Dieses Projekt wurde gefördert durch das Thüringer Ministerium für  
Umwelt, Energie und Naturschutz (TMUEN).

## Inhalt

1. Ausgangssituation .....	4
2. Methodik und Umsetzung.....	7
2.1 Aufbau der Befragung .....	8
2.2 Aussagekraft, Umfang und Vergleichbarkeit.....	9
3. Wandern allgemein.....	11
3.1 Warum wird gewandert? .....	11
3.2 Vor und während der Wanderung.....	13
3.3. Versorgung und Übernachtung .....	15
4. Bekanntheit Grünes Band .....	18
5. Wanderauswertung Grünes Band.....	22
6. Fazit und Schlussfolgerungen .....	27
6.1 Allgemeine Aussagen für das Wandern in Deutschland .....	27
6.2 Relevante Ergebnisse für das Wanderbare Grüne Band .....	28
7. Literaturhinweise.....	33

## Abbildungen

Abbildung 1: Aufbau Wanderumfrage .....	8
Abbildung 2: Geschlechterverteilung.....	9
Abbildung 3: Wanderhäufigkeit .....	10
Abbildung 4: Vergleich Teilnehmende/Bevölkerung .....	10
Abbildung 5: Wandermotive .....	12
Abbildung 6: Erreichbarkeit Wanderung mit ÖPNV.....	12
Abbildung 7: Information vor der Wanderung.....	13
Abbildung 8: Orientierung während der Wanderung .....	14
Abbildung 9: App-Nutzung .....	15
Abbildung 10: Versorgung/ Gastronomie .....	16
Abbildung 11: Übernachtungsmöglichkeiten.....	17
Abbildung 12: Vergleich Bekanntheit Begriff „Grünes Band“ .....	18
Abbildung 13: Bekanntheit Grünes Band nach Regionen .....	19
Abbildung 14: Begriffsassoziationen mit dem Grünen Band .....	20
Abbildung 15: Kolonnenweg als Teil einer Wanderung am Grünen Band.....	20
Abbildung 16: Wanderabsicht am Grünen Band.....	23
Abbildung 17: Anreiseempfindlichkeit Tagestour .....	24
Abbildung 18: Anreiseempfindlichkeit Mehrtagestour.....	24
Abbildung 19: Bevorzugte Art der Wanderung am Grünen Band.....	25
Abbildung 20: Wünsche an Wanderungen am Grünen Band .....	26
Abbildung 21: Entwicklungsdimension „Wanderbares Grünes Band“ .....	29



Das Wandern gehört seit vielen Jahren zu den am meisten verbreiteten Natursportarten und hat in den letzten Jahren einen zusätzlichen Zulauf erlebt. Gerade während der Corona-Pandemie und den damit einhergehenden Lockdowns haben viele Menschen das Wandern für sich (wieder-) entdeckt (vgl. DWV Service GmbH 2021).

Das Wandern bietet die ideale Möglichkeit, Natur, Kultur und Geschichte draußen und in Bewegung zu erleben. Es ermöglicht einen positiven Zugang der Menschen zur Geschichte am Grünen Band, zur Stärkung des Umweltbewusstseins und leistet einen Beitrag zu Naturschutz und Umweltbildung.

Diese Erfolge können durch ein nachfrageorientiertes, attraktives Wanderangebot unterstützt werden. Dabei ist anzunehmen, dass je attraktiver die Wanderqualität ist und je stärker die Profilierung durch die Anbindung themenbezogener Wanderziele ist, desto höher sind die zuvor beschriebenen positiven Effekte.

Voraussetzung für die zielgruppengerechte Wanderangebotsentwicklung sind umfangreiche Kenntnisse über die Erwartungen, Motive und Vorlieben der Wandernden. Der Deutsche Wanderverband (DWV) vertritt seit 1883 gegenüber Politik und Behörden die Interessen seiner Mitglieder und ist der Fachverband für das Wandern in Deutschland. Als anerkannter Naturschutzverband hat der DWV zudem eine wichtige Funktion im Dialog von Naturnutzenden und -schützenden. Seit vielen Jahren setzt er sich mit der Marktforschung im Bereich Wandern auseinander. Ein besonderer Fokus liegt darauf, wie die Angebote für die Wandernden verbessert werden können. Dies ist im Projekt „Wanderbares Grünes Band – Naturtouristische Wanderwegekonzeption Grünes Band Thüringen“ Grundlage und Ziel dafür, eine Umfrage unter Wandernden durchzuführen.

## Wandern am Grünen Band

Das Grüne Band als ehemaliger innerdeutscher Grenzstreifen ist ein ca. 1.400 km langes Symbol für die Entwicklungschancen nach 40 Jahren politischer Teilung und ist für viele Menschen Bestandteil der gesellschaftlichen Identität in Deutschland. Das Grüne Band scheint auch heute noch das individuelle Bild von Heimat der regionalen Bevölkerung in Thüringen und den anderen angrenzenden Bundesländern zu prägen. Nach dem Mauerfall wurde der Todesstreifen zur Lebenslinie – und damit zu einem länderübergreifenden Verbund wertvoller Lebensräume für Tiere und Pflanzen. Das Grüne Band Deutschland bietet mit über 150 verschiedenen Biotoptypen einen abwechslungs- und strukturreichen Lebensraum, in einer sonst deutlich weniger strukturierten Landschaft. Über 1.200 gefährdete Tier- und Pflanzenarten finden am Grünen Band einen Aufenthaltsort.

In den vergangenen Jahren hat sich das Grüne Band zu einer reizvollen Urlaubslandschaft entwickelt, in den Naturgebieten kommen Erholungssuchende und Abenteuerlustige auf ihre Kosten. Wildromantische Wälder, poetische Fluss- und Seenlandschaften und artenreiches Offenland laden dazu ein, das Grüne Band in all seiner Vielfalt zu genießen. Der Kolonnenweg, Grenzrelikte und -museen erhalten einen wichtigen Teil deutscher Geschichte aufrecht und sind Denkmal der Vergangenheit und Mahnmal für den Frieden zugleich. Besonders der Kolonnenweg stellt ein für die Wahrnehmung und für das Wandern besonders beeinflussendes Element dar. Er ist auf großen Teilen noch vorhanden und besteht meist aus Lochbetonplatten, teilweise ist er aber auch als Spurstreifen oder durch vollflächige Betonplatten ausgeprägt.

Im Jahr 2018 erhielt das „Grüne Band Thüringen“ vom Freistaat Thüringen den Status Nationales Naturmonument (NNL). Mit rund 760 km bildet es in Thüringen den längsten Abschnitt eines bedeutenden Naturschutzprojektes für Deutschland. Das Land Thüringen weist den mit Abstand größten Anteil am Grünen Band auf und nimmt somit eine hervorgehobene Rolle in der Entwicklung dieser grünen Lebenslinie ein.

Durch die Kombination von Natur und Geschichte bietet das Grüne Band eine einzigartige Grundlage für Wanderungen und hat ein entsprechend hohes Potential für eine wandertouristische Entwicklung. Durch die Identifizierung, Entwicklung und anschließende Vermarktung von Wanderwegen, die dieses Kultur- und Naturerbe erlebbar machen, kann hier ein starker Beitrag zur (wirtschaftlichen) Entwicklung der Regionen geleistet werden.

## Einbettung der Umfrage in das Projekt Wanderbares Grünes Band

Seit Beginn des Projektes „Wanderbares Grünes Band – Naturtouristische Wanderwegekonzeption Grünes Band Thüringen“ lag der Fokus für das Projektteam des DWV auf der Identifizierung von bestehenden touristisch gut vermarktbareren Wanderwegen am Grünen Band mit entsprechend hoher Wegequalität. Gleichzeitig sollten klare Entwicklungsperspektiven für das Wandern am Grünen Band herausgearbeitet werden, um für die Zukunft ein optimiertes, gut verteiltes Angebot entlang des Grünen Bandes Thüringen und darüber hinaus gestalten zu können. Die Ergebnisse sind im Wanderleitfaden Wanderbares Grünes Band (DWV 2023) zusammengefasst.

Um die Kriterienentwicklung und die Ausgestaltung der Naturtouristischen Wanderwegekonzeption auf eine solide Informationsbasis zu stellen, hat das Projektteam

neben einer Expert\*innen-Befragung auch eine Umfrage unter Wandernden konzipiert. Ziel der empirischen Untersuchung war es, durch zusätzliches Datenmaterial die Thesen und Annahmen im Prozess der Konzeptentwicklung zu überprüfen, und eine breite Basis für die Entscheidungsfindungen im Projekt zu schaffen. Die Resonanz auf den Aufruf der Befragung und die Teilnehmendenzahl an der Befragung hat die Erwartungen der Projektbeteiligten übertroffen und wesentliche Ergebnisse der Befragung konnten wichtige Impulse für den Projektfortgang liefern. Gleichzeitig bieten sie für Akteure vor Ort entlang des Grünen Bandes und darüber hinaus Anregungen und teilweise bisher wenig betrachtete Perspektiven. Sie leisten somit einen Beitrag für die Arbeit und Entwicklung des Wanderns am Grünen Band. Deshalb werden die Umfrageergebnisse in Form der „Wanderstudie – Wanderbares Grünes Band“ veröffentlicht.

### Das Projekt Wanderbares Grünes Band

Das Grüne Band ist ein Landschaftsabschnitt mit wertvollen Lebensräumen entlang der ehemaligen deutsch-deutschen Grenze zwischen Travemünde an der Ostsee und dem Dreiländereck bei Hof. Der einstige Sperrbezirk zwischen Ost und West war bis zum Mauerfall 1989 rund 30 Jahre fast unberührt, zahlreiche Tier- und Pflanzenarten fanden hier einen Rückzugsraum. Heute finden sich zudem zahlreiche Grenz Museen und Erinnerungsstätten entlang des Grünen Bandes, die an die Zeit der Teilung erinnern.

Um diesen einzigartigen Landschaftsraum besser zu erschließen, hat der Deutsche Wanderverband (DWV) ein Naturtouristisches Wanderwegekonzept für das Grüne Band Thüringen entwickelt.

Am Projekt beteiligt waren neben dem DWV und seinen am Grünen Band ansässigen Mitgliedsvereinen verschiedene Akteur\*innen und Interessenvertreter\*innen aus den Bereichen Tourismus, Landkreise, Naturschutz und Erinnerungskultur. Um den Austausch zu erleichtern, wurde eigens für das Projekt eine Steuerungsgruppe eingerichtet. Dieser gehörten neben dem Thüringer Ministerium für Umwelt, Energie und Naturschutz (TMUEN) die Stiftung Naturschutz Thüringen, der BUND Landesverband Thüringen, der Thüringer Wanderverband sowie Vertreter\*innen aus den Nationalen Naturlandschaften, dem Tourismus, von ThüringenForst und dem Thüringer Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitale Gesellschaft (TMWWDG) an.

Das Projekt ist vom Thüringer Ministerium für Umwelt, Energie und Naturschutz gefördert worden.

## 2. Methodik und Umsetzung



Die Wander-Umfrage wurde mit mehreren Zielen entwickelt. Einerseits sollten Informationen über das Verhalten und die Bedürfnisse von Wandernden (in Deutschland) gewonnen werden. Andererseits sollte mehr über das Wissen der Wandernden über das Grüne Band als Ort und Wanderziel und dessen Bekanntheit herausgefunden werden. Und schließlich sollten diese Informationen auch noch speziell zum Abschnitt des Grünen Bandes in Thüringen erfragt werden.

### **Breit angelegte Online-Befragung**

Um eine möglichst breite Verteilung der Antwortenden in Deutschland zu gewährleisten, wurde die Umfrage als Online-Umfrage konzipiert, an der sich jeder interessierte Wandernde beteiligen konnte. Daraus ergibt sich die Einschränkung, dass die Umfrage nicht statistisch repräsentativ ist. Nichtsdestotrotz lassen sich aus den Ergebnissen aussagekräftige und im Kern verlässliche Ergebnisse ableiten, darauf deuten die Antworten, die soziodemografischen Werte und die Teilnehmendenzahl hin. Der Befragungszeitraum von drei Monaten erstreckte sich von Mitte Juli bis Mitte September 2022.

Die Umfrage ist Teil des Projektes „Wanderbares Grünes Band - Naturtouristische Wanderwegekonzeption Grünes Band Thüringen“ und dient als ein Baustein in der Analysephase zum Wandern am Grünen Band. Wesentliche Ergebnisse sind in die Entwicklung des Naturtouristischen Wanderwegekonzepts für den Bereich des Grünen Bandes in Thüringen mit eingeflossen.

## Aussagekräftige Datenbasis

Für die Auswertung wurde in einem ersten Schritt eine Plausibilitätsprüfung der Antworten durchgeführt. Danach konnten 2.984 vollständig ausgefüllte Fragebögen für die Auswertung berücksichtigt werden. Aussagen zu allgemeinen Themen rund ums Wandern und die Bekanntheit des Grünen Bandes wurden von allen Teilnehmenden beantwortet. Zusätzlich lieferten ca. 2.100 Menschen, die das Grüne Band kennen oder davon gehört haben und über 850 Antwortende, die schon selbst am Grünen Band Thüringen waren, wertvolle Informationen zu diesem Themenkomplex. Die erreichte Datenbasis lässt gute Vergleiche unter den Gruppen zu und liefert aussagekräftige Ergebnisse.

### 2.1 Aufbau der Befragung

Die Befragung wurde in 4 Blöcke aufgeteilt, wobei die Teilnehmer\*innen zwei oder drei davon beantworten mussten, je nach Antwort in den Entscheidungsfragen (siehe Abb. 1). Im ersten Block wurden Wanderverhalten und Einstellungen abgefragt, sowie die Bekanntheit des Grünen Bandes (Filterfrage). Wenn den Antwortenden das Grüne Band bekannt war, wurde zusätzlich noch abgefragt, ob sie auch den Abschnitt des Grünen Bandes in Thüringen kennen. Darauf basierend wurde den Teilnehmer\*innen ein Fragenblock zum Grünen Band, bzw. zum Grünen Band Thüringen angezeigt.

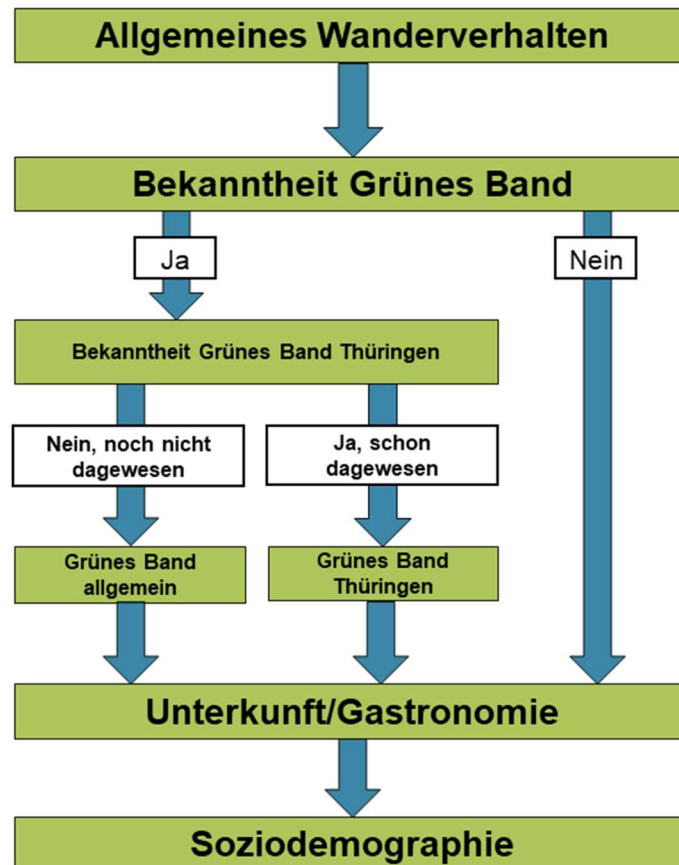


Abbildung 1: Aufbau Wanderumfrage



Beide Blöcke waren identisch aufgebaut, mit dem Unterschied, dass sich die Fragen des einen Blocks auf einen beliebigen Abschnitt des Grünen Bandes (oder das Grüne Band prinzipiell) bezogen, während der andere Block speziell auf den Abschnitt in Thüringen abzielte. Wer das Grüne Band überhaupt nicht kannte, bekam einen Block mit Fragen zu Beherbergung und Gastronomie beim Wandern, die den Kennern vom Grünen Band erst später gestellt wurden. Diese Fragen waren auch in den beiden anderen Blöcken enthalten, dort aber auf das Grüne Band (Thüringen) bezogen. Zum Abschluss erhielten alle Teilnehmer\*innen noch Fragen zur Soziodemographie.

Im Rahmen dieser Wanderstudie werden die Aussagen

- aller Teilnehmer\*innen zum Wandern und zur Bekanntheit des Grünen Bandes (siehe Kapitel 3 und 4) (2.984 Antwortende),
- derjenigen, die das Grüne Band kennen, aber (noch) nicht am Grünen Band in Thüringen waren (siehe Kapitel 4 und 5) (1.282 Antwortende) sowie
- derjenigen, die bereits am Abschnitt des Grünen Bandes in Thüringen waren (siehe Kapitel 4 und 5) (852 Antwortende)

ausgewertet und analysiert.

## 2.2 Aussagekraft, Umfang und Vergleichbarkeit

Unter den Teilnehmer\*innen an der Umfrage gab es einen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung erhöhten Anteil an Frauen (54,1 %), 45,6 % waren Männer und 0,3 % identifizierten sich als divers (n=2.901). Der Altersdurchschnitt lag bei 51,1 Jahren, wobei die/der jüngste Teilnehmer\*in 14, und die/der Älteste 99 Jahre alt waren.

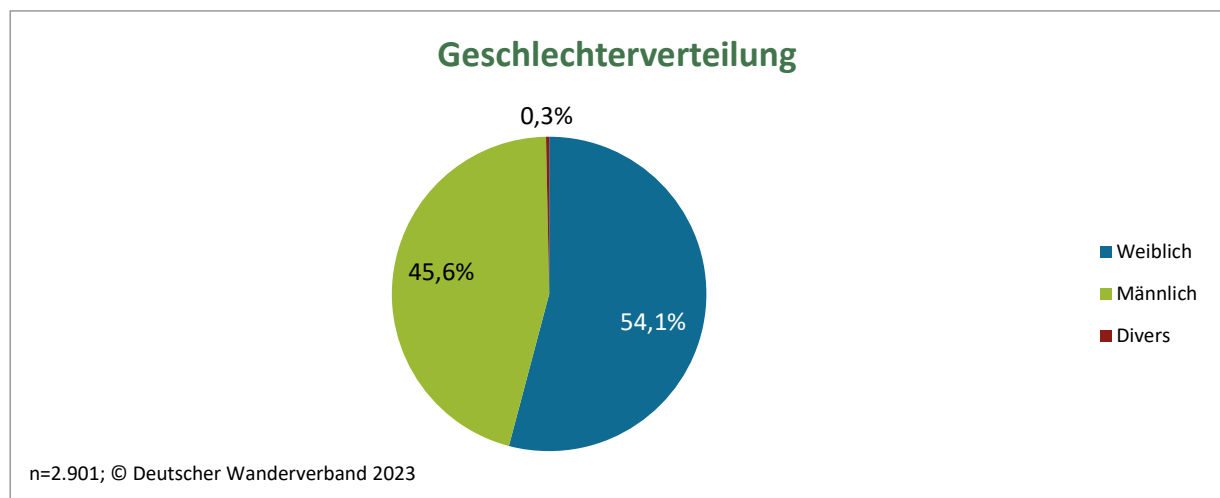


Abbildung 2: Geschlechterverteilung

Die Umfrage war direkt an Wandernde gerichtet. Geantwortet haben überdurchschnittlich viele erfahrene Wandernde, die häufiger unterwegs sind als der Durchschnitt. Diese Intensivwandernden bieten gute und verlässliche Informationen im Wanderbereich. Außerdem zeigt dies, dass die gewünschte Zielgruppe im Wesentlichen auch tatsächlich erreicht worden ist und ist bereits ein erster Hinweis darauf, dass das Grüne Band mit dem Thema Wandern

durchaus in Verbindung steht. Die Umfrageteilnehmer\*innen gehören zum Großteil (68,6 %) zur Gruppe der Intensivwandernden, das heißt, sie wandern mindestens 2- bis 3-mal im Monat. Dabei sind 14 % mehrmals pro Woche unterwegs, 23,3 % 1-mal pro Woche und 31,3 % 2- bis 3-mal pro Monat. Zum Vergleich: Laut Grundlagenuntersuchung Wandern liegt der Wert der Intensivwandernden in der Gesamtbevölkerung bei 15,8 % (BMWi, 2010).

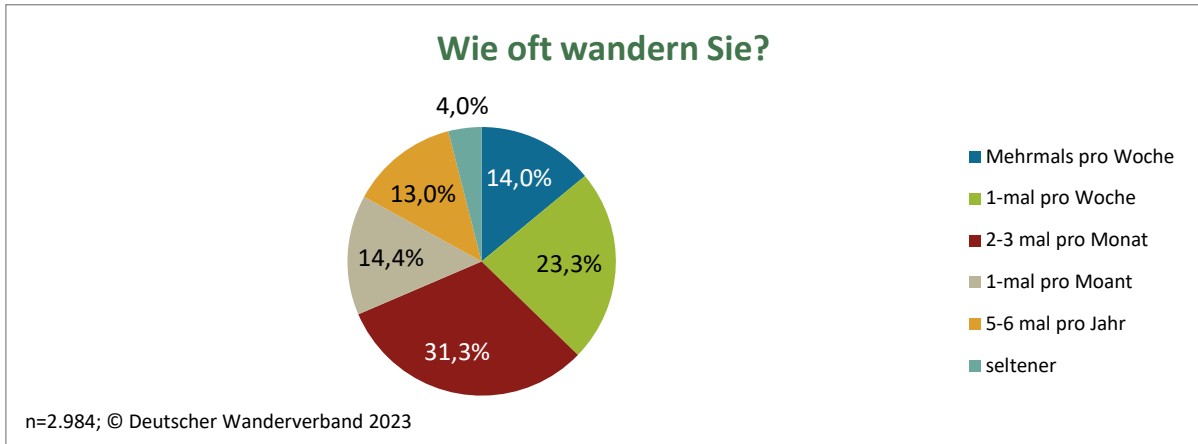


Abbildung 3: Wanderhäufigkeit

Auch die Verteilung der Antwortenden auf die Bundesländer entspricht mit wenigen Ausnahmen im Großen und Ganzen der tatsächlichen Bevölkerungsverteilung in der Bundesrepublik. Die Ausnahmen betreffen die direkt ans Grüne Band angrenzenden Bundesländer Thüringen und Hessen, die stärker vertreten sind, sowie Nordrhein-Westfalen, dass keinen direkten räumlichen Bezug zur ehemaligen innerdeutschen Grenze hat. Dies hängt wahrscheinlich mit der Verbreitung der Umfrage durch die im Projekt Beteiligten Personen und Institutionen und ihrer Verortung in Thüringen bzw. Hessen zusammen.

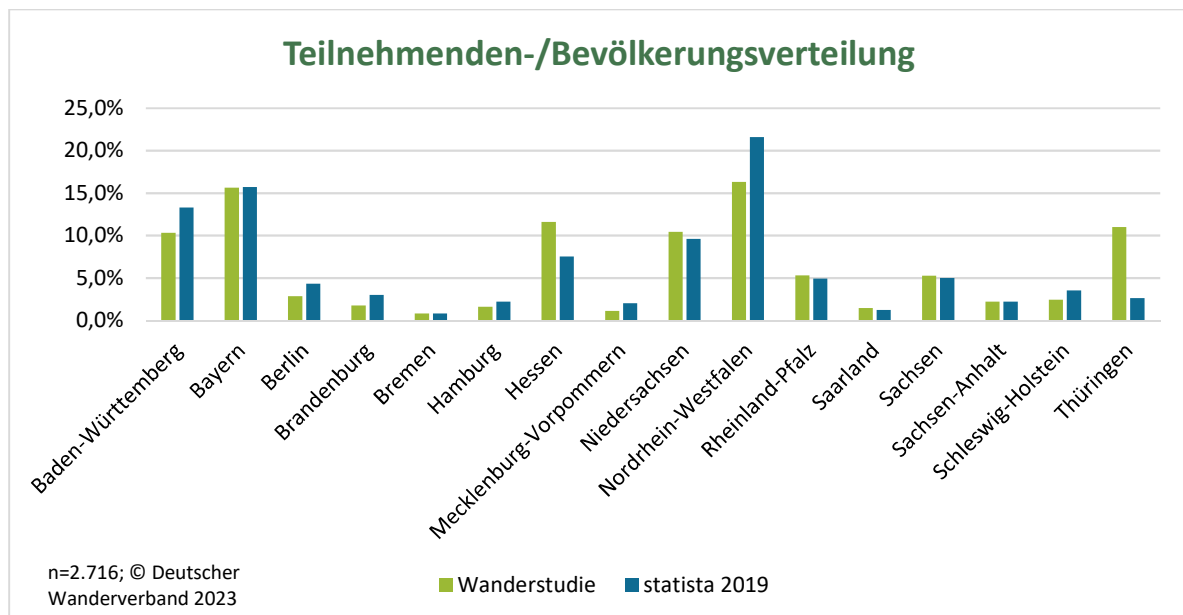


Abbildung 4: Vergleich Teilnehmende/Bevölkerung



### 3.1 Warum wird gewandert?

Bei den Motiven für das Wandern gibt es nur kleine Unterschiede zu anderen Studien, wie der Grundlagenuntersuchung Freizeit- und Urlaubsmarkt Wandern oder dem Wandermonitor, bei denen in der Regel ähnlich strukturierte Motivbündel erfasst wurden.

Das beliebteste Motiv ist das Erleben der Natur (91,5 %), gefolgt vom Wunsch, sich zu bewegen und aktiv zu sein (84,7 %). Danach folgen der Ausgleich zum Alltag (64,7 %), sowie das Erleben einer Region (54,2 %) und das Erleben von Ruhe (53,5 %). Auch diese Motive finden sich in den anderen Untersuchungen auf gleichen oder ähnlichen Plätzen.

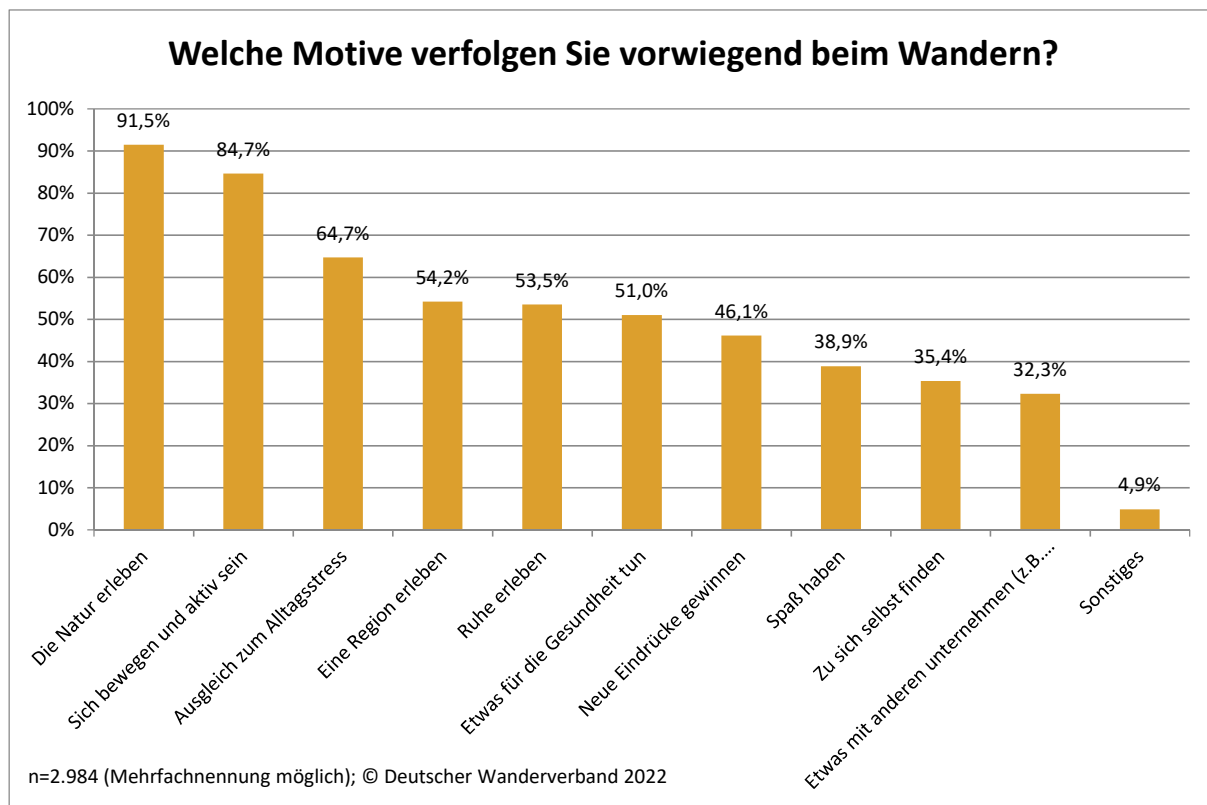


Abbildung 5: Wandermotive

Mehr als der Hälfte der Teilnehmer\*innen (55,6 %) ist es wichtig oder sehr wichtig, den Start- und Endpunkt einer Wanderung mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichen zu können. Trotz diesem Wunsch wurde bei den im letzten Jahr von den Teilnehmer\*innen durchgeführten Wanderungen nur in 25 % der Fälle der ÖPNV auch tatsächlich genutzt. Hier ergibt sich eine Diskrepanz zwischen dem Wunsch der Befragten und der gelebten Realität. Ob dies daran liegt, dass 79 % der Teilnehmer\*innen ein nutzbares Auto zur Verfügung haben, oder ob die Anbindungen der Wanderungen an den ÖPNV nicht vorhanden oder ungenügend sind, oder ob andere Gründe dagegenstehen, lässt sich anhand der Umfrage nicht beurteilen.

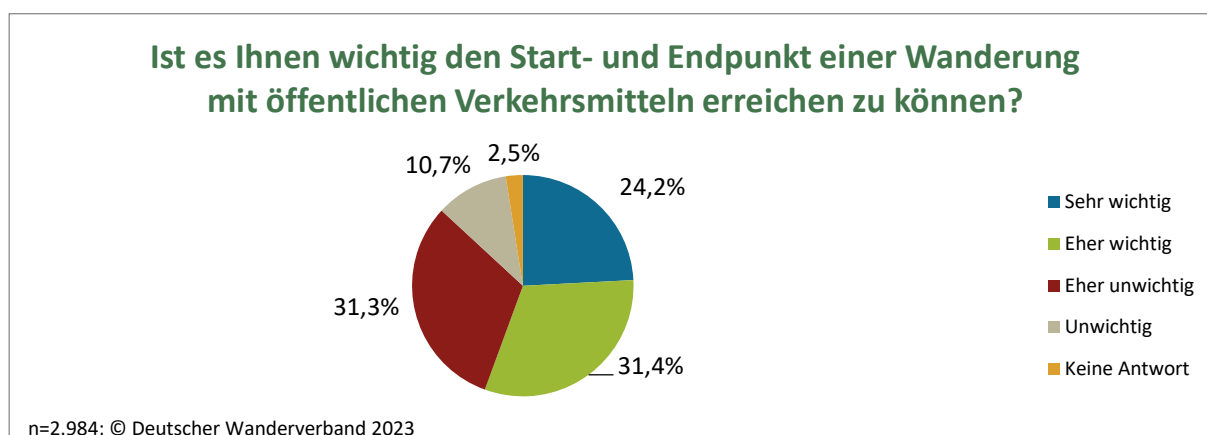


Abbildung 6: Erreichbarkeit Wanderung mit ÖPNV

### 3.2 Vor und während der Wanderung

Wenn es darum geht, Ziele und Routen für eine Wanderung auszuwählen, zeigt sich, dass die Teilnehmer\*innen verschiedene Informationsquellen nutzen (durchschnittlich 4 Nennungen). Hierbei werden hauptsächlich Online-Informationsquellen genutzt. 68,2 % nutzen Outdoor- und Tourenportale (wie z.B. komoot, outdooractive u. a.) und 66,5 % die touristischen Internetseiten der Regionen. Danach folgen dann klassische Printmedien wie Wanderkarten (49,16 %) sowie Bücher (z. B. Wanderführer) mit 43,6 %. Eine weitere wichtige Informationsquelle stellen die persönlichen Empfehlungen dar (44,5 %). Social-Media-Kanäle scheinen bei den erfahrenen Intensivwandernden für die Information vor der Wanderung eher eine untergeordnete Rolle zu spielen. YouTube, Instagram und weitere erreichen bei den Nennungen jeweils nicht einmal 10 %.

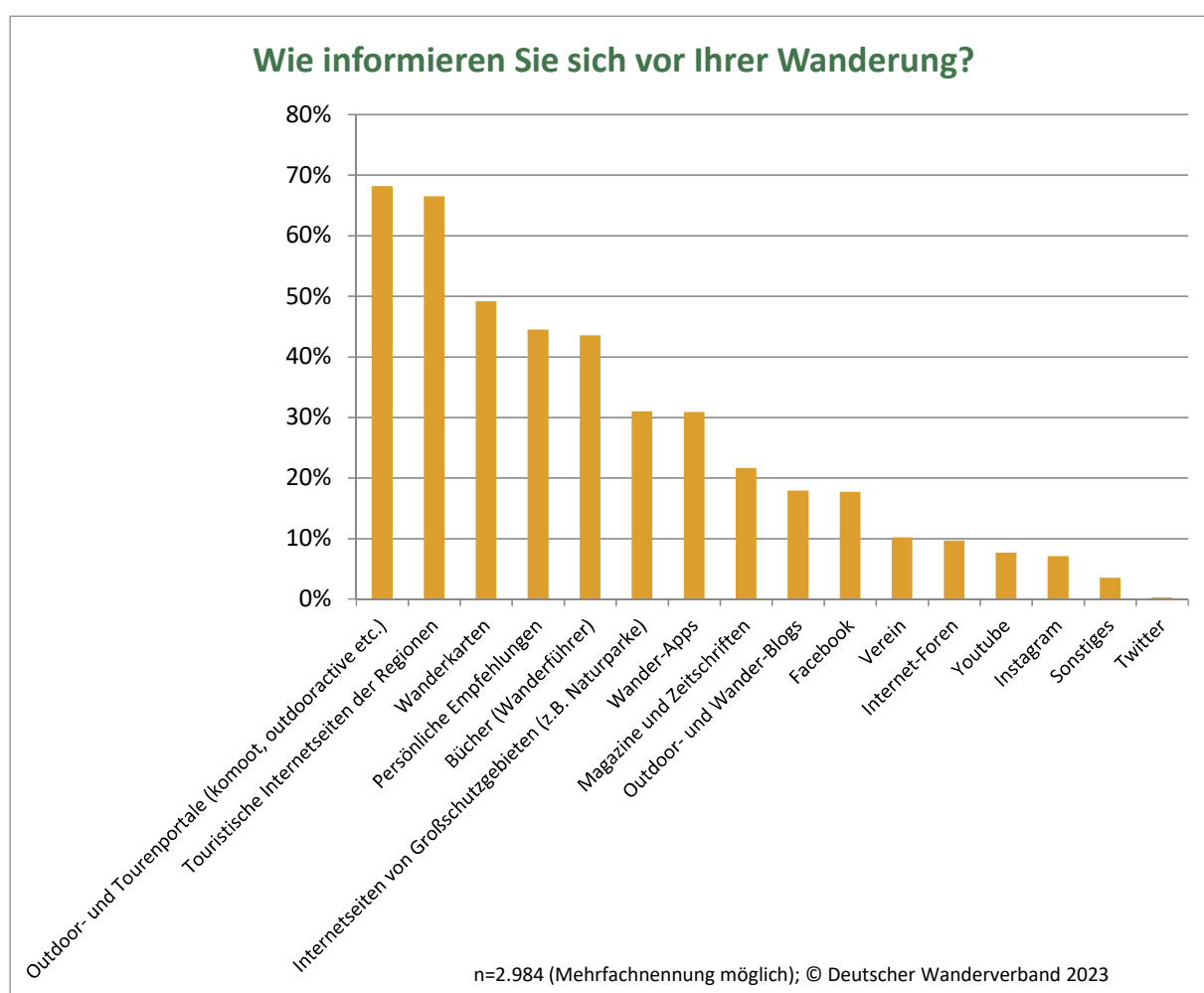


Abbildung 7: Information vor der Wanderung

Auch vor Ort nutzen die Befragten nicht nur ein Angebot, um sich bei ihrer Wanderung zu orientieren. Im Schnitt sind es drei Orientierungsmittel, die genannt werden. Die Bedeutung der physischen Markierung und Wegweisung im Gelände steht hier ganz deutlich vorne: Diese werden von 89 % der Teilnehmer\*innen genutzt und sind somit weiterhin zwingend notwendig – auch im Sinne der erwarteten Qualität von Wanderwegen.

Auf Platz zwei und drei landen dann Wander-Apps (56,4 %) und physische Wanderkarten (51,9 %). Für das Projektteam ist es interessant, dass die seit längerem beobachtete Tendenz zur verstärkten Nutzung von Wander-Apps im Vergleich zu physischen Karten in der Umfrage bestätigt wird und hier die Apps sogar etwas vor der klassischen Wanderkarte liegen. Dies zeigt die steigende Bedeutung dieser Apps und damit verbunden die Notwendigkeit, Wanderwege in den Apps zu präsentieren, um viele Menschen zu erreichen. Gleichzeitig muss in den Apps auf die Qualität und Verlässlichkeit der Wegeinformationen geachtet werden.

Von rund ein Drittel der Befragten werden Infotafeln für die Orientierung vor Ort genutzt. Überrascht hat das Projektteam der unerwartet hohe Anteil von Befragten, die ein GPS Gerät zur Orientierung nutzen.

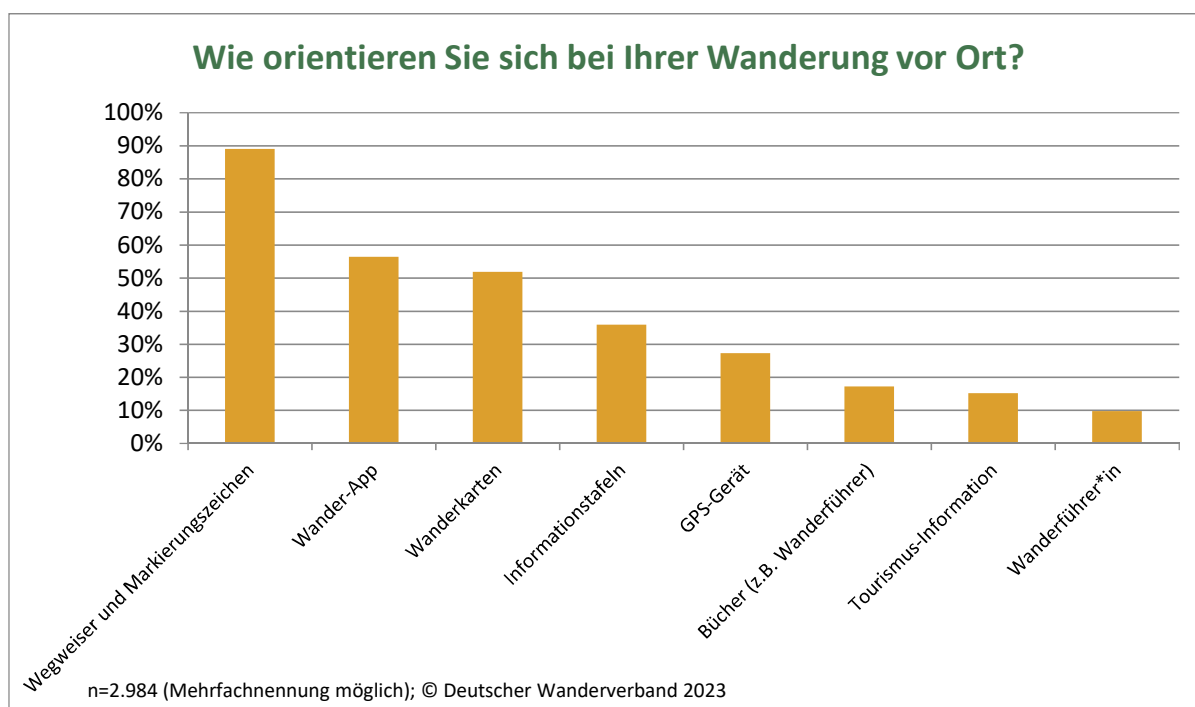


Abbildung 8: Orientierung während der Wanderung

Bei den Teilnehmer\*innen, die eine Wander-App nutzen, zeigt sich eine starke Präferenz: Fast 80 % nutzen Komoot. Jeweils rund 30 % nutzen Google Maps oder outdooractive und knapp 10 % nutzen die App einer Wanderregion. Die Dominanz von Komoot, die das Portal beim Radfahren schon entwickelt hatte (vgl. ADFC-Radreiseanalysen der letzten Jahre), lässt sich nun auch beim Wandern feststellen. Diese Entwicklung deckt sich mit den Ergebnissen anderer neuerer Wanderbefragungen (vgl. Bergzeit Wanderstudie 2022). Bisher fehlt dazu jedoch Datenmaterial aus einer repräsentativen Erhebung. Die Gruppe der „sonstigen“ Apps erreicht insgesamt knapp 30 %. Darunter fallen unter anderem Bergfex, Maps.me, Alltrails und die Kompass-Wanderkarten-App, die alle Werte zwischen 3 % und 4 % erreichen. Weitere, nicht namentlich genannte Apps erreichen zusammen einen Wert von 11 %.

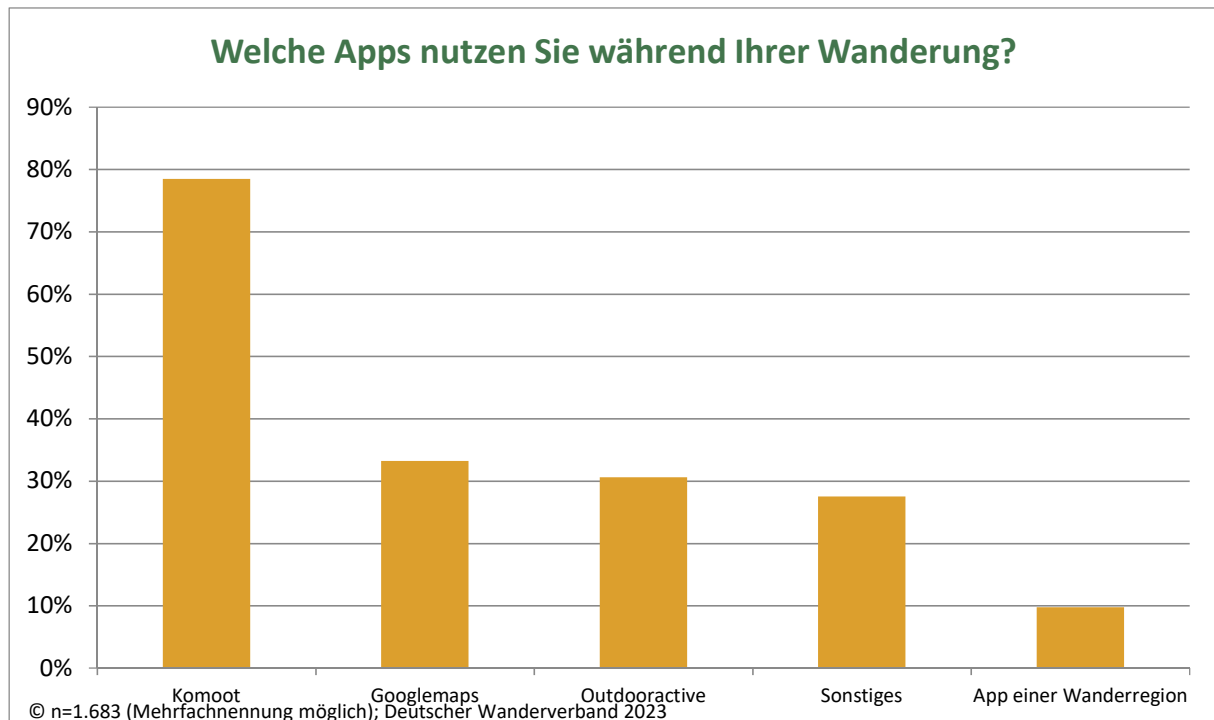


Abbildung 9: App-Nutzung

### 3.3. Versorgung und Übernachtung

Für eine gelungene Wanderung spielt auch das Angebot an Einkehr- und Übernachtungsmöglichkeiten eine Rolle. Die Befragten konnten mehrere Antwortmöglichkeiten auswählen. Bei den Versorgungsmöglichkeiten/gastronomischen Angeboten zeigt sich, dass während einer Wanderung oft ein eher einfaches Angebot gewünscht ist. Dies kann eine Versorgungsmöglichkeit wie ein Kiosk oder eine Bäckerei sein (57,9 %) oder auch eine Gaststätte mit einem einfachen Angebot (68,8 %). Gut die Hälfte der Antwortenden verpflegt sich auch ganz oder teilweise aus dem Rucksack (56,7 %).

Aus Sicht des Projektteams zeigt sich darin eine gewisse Flexibilität der Antwortenden und deren große Wandererfahrung. Sie sind darauf vorbereitet, dass es auch Streckenabschnitte mit weniger dichtem und abwechslungsreichem Angebot gibt, bzw. es stehen die Wanderung und das Erreichen des Ziels im Vordergrund. Während der Wanderung würden weniger als 5 % der Wanderenden ein gehobenes gastronomisches Angebot nutzen. Die Versorgungswünsche nach der Wanderung standen nicht im Vordergrund und wurden daher nicht abgefragt.

Gut jede/r Fünfte wünscht sich explizit Einkehrmöglichkeiten, die sich auf Wandernde spezialisieren (19,5 %).

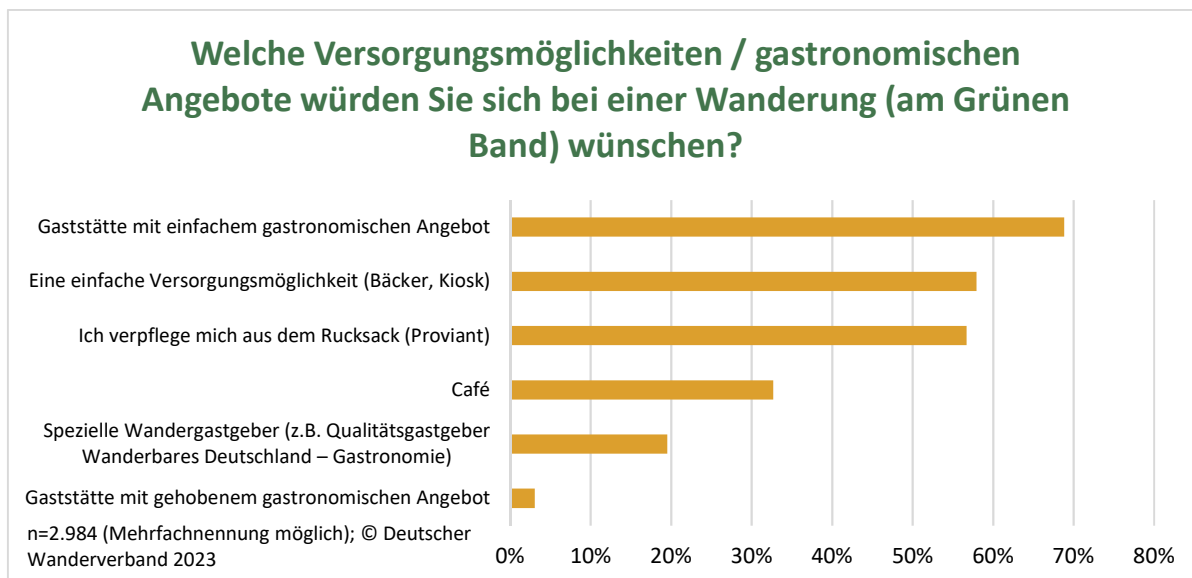


Abbildung 10: Versorgung/ Gastronomie

Im Bereich der Übernachtungsmöglichkeiten zeichnet sich ein ähnliches Bild ab. Hier sind besonders Pensionen und Gasthöfe, also als bodenständig wahrgenommene Betriebe, gefragt (67,7 %). Die anderen Betriebsarten liegen bei etwa um 20 %.

Besonders hervorzuheben ist dabei, dass hier die Nachfrage nach speziellen Wandergastgebern höher liegt als im Bereich der Gastronomie (27,5 %). Mehr als jede/r Vierte legt beim Beherbergungsbetrieb Wert auf spezielle Qualität und die Beachtung der besonderen Bedürfnisse von wandernden Gästen. Weiterhin zeigt sich, dass auch der aktuelle Trend Trekking bei den Umfrageteilnehmer\*innen sichtbar ist: 27,5 % wünschen sich als Übernachtungsmöglichkeit Trekkingplätze oder Biwak-Möglichkeiten.

Die Befragten wünschen sich also zu einem großen Teil eher einfache Unterkunftsmöglichkeiten, wobei jeweils ein gutes Viertel sich dem Anspruch an spezieller Wanderqualität (z. B: Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland ) und dem Trend zum ganz ursprünglichen Übernachten am Trekkingplatz nicht entziehen. Gegenüber dem Durchschnittswandergast scheint der besonders hohe Anteil der Intensivwandernden und deren überdurchschnittliches Interesse an Mehrtageswanderungen in dieser Studie einen Einfluss zu haben.



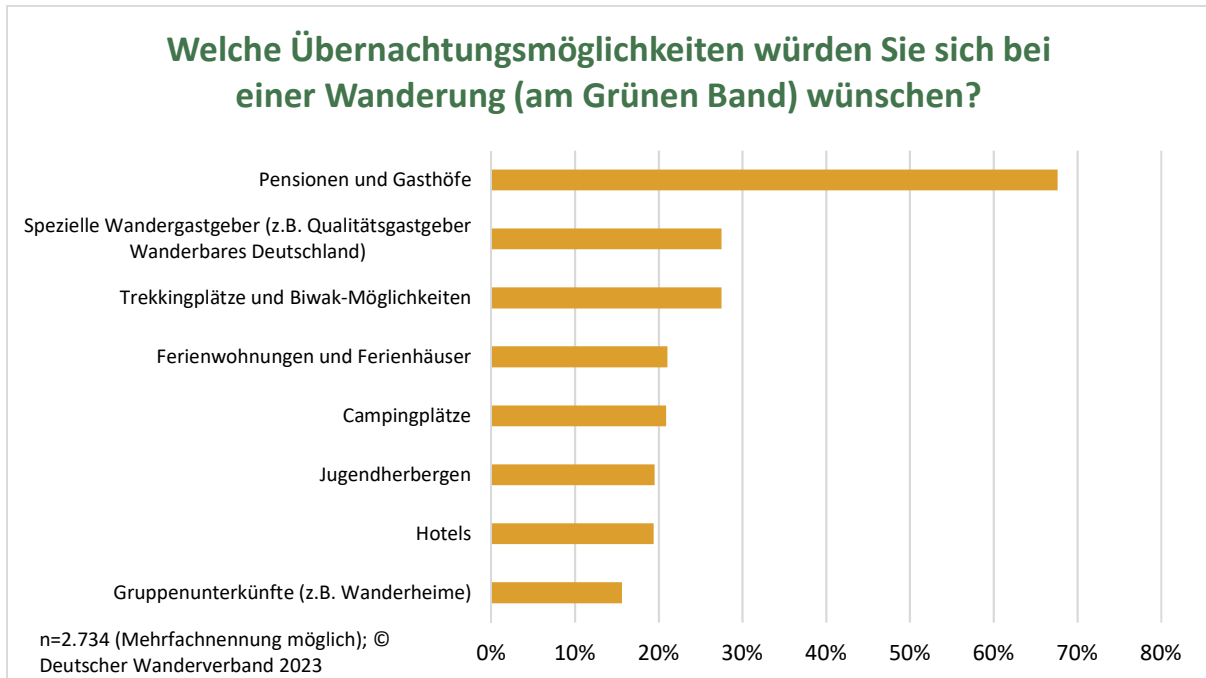


Abbildung 11: Übernachtungsmöglichkeiten

Es zeigt sich sowohl bei der gastronomischen Versorgung als auch bei der Beherbergung eine starke Nachfrage nach einfachen/bodenständigen Betrieben/Angeboten. Diese sind also für eine von den Wandernden akzeptierte und genutzte Infrastruktur unabdingbar. Außerdem gibt es einen deutlichen Wunsch nach Betrieben, die sich speziell auf Wandergäste eingestellt haben. Hier gibt es sicherlich noch Nachholbedarf, da es z. B. am Grünen Band Thüringen mit Stand März 2023 nur zwei zertifizierte Qualitätsgastgeber Wanderbares Deutschland gibt. Die ersten Trekkingplätze auf Thüringer Seite entlang der ehemaligen innerdeutschen Grenze sind aktuell in Vorbereitung.



© Stiftung Naturschutz Thüringen (SNT) – Joachim Neumann

Das Grüne Band ist unter den Umfrageteilnehmer\*innen überwiegend sehr bekannt. Dies lässt sich einerseits sicherlich mit einem erhöhten Interesse der Befragten am Grünen Band, andererseits aber auch dadurch erklären, dass die Umfrage das Grüne Band im Aufruf zur Beteiligung an der Befragung herausstellte. Zusätzlich wirkt sich hier wahrscheinlich die Streuung der Umfrage durch die am Projekt beteiligten Akteure vor Ort aus.

71,6 % der Befragten gaben an, den Begriff Grünes Band zu kennen. In einer repräsentativen Befragung des BUND (BUND e.V. 2021) lag der Wert dafür in der Gesamtbevölkerung bei 33 %. In beiden Befragungen zeigte sich auch 30 Jahre nach der Wiedervereinigung ein deutlicher Unterschied zwischen den östlichen Bundesländern, in denen die Werte deutlich höher liegen, und dem Westen. Während in den westlichen Bundesländern 69 % (30 % BUND) angaben, den Begriff zu kennen, waren es im Osten 80,4 % (51 % BUND).

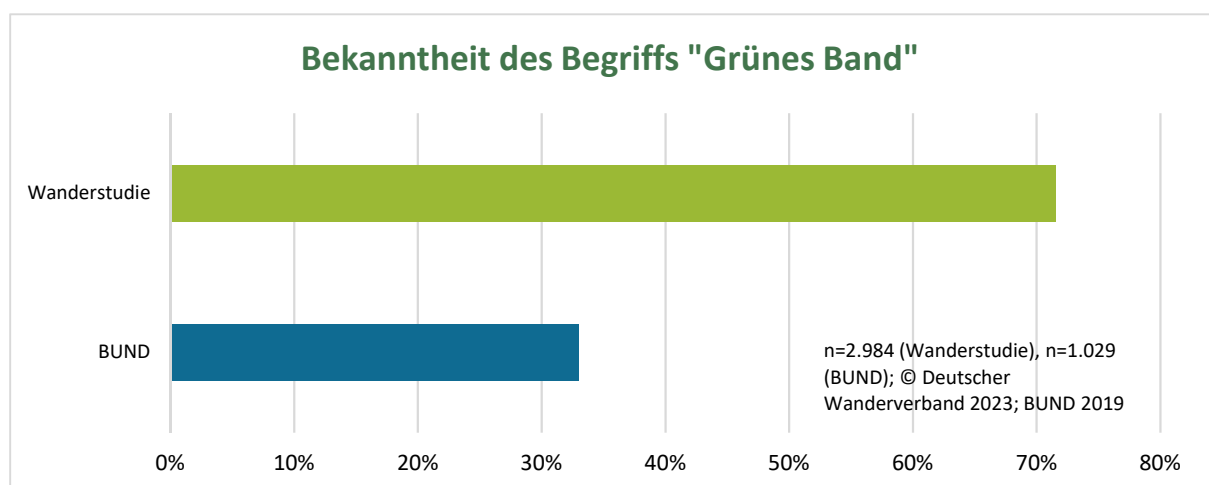


Abbildung 12: Vergleich Bekanntheit Begriff „Grünes Band“

Vergleichbare Unterschiede zwischen den östlichen und westlichen Bundesländern zeigen sich in der Wanderstudie Wanderbares Grünes Band bei der Betrachtung derjenigen, die schon einmal am Grünen Band waren. Während es im Bundesdurchschnitt 36,7 % sind, sind es im Westen 32,4 % und im Osten 51 %. In den direkt am Grünen Band liegenden Bundesländern ist der Anteil sogar noch höher, mit dem höchsten Wert für Thüringen mit 75,3 %<sup>1</sup>. Eine Ausnahme bildet Sachsen-Anhalt (43,3 %), dort ist der Anteil zwar höher als im Bundesschnitt, aber niedriger als der Durchschnitt der ostdeutschen Bundesländer.

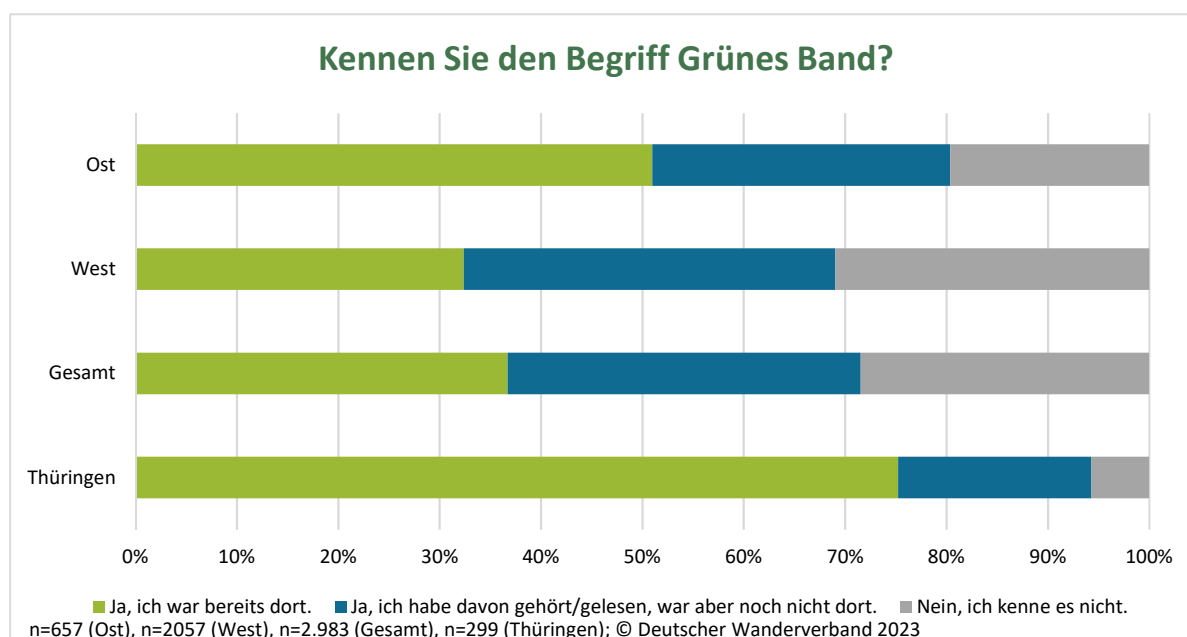


Abbildung 13: Bekanntheit Grünes Band nach Regionen

Bei der Frage danach, welche Begriffe die Teilnehmer\*innen mit dem Grünen Band assoziieren, zeigt sich ein vielschichtiges Bild. Im Schnitt verbindet jede/r Antwortende fünf Begriffe mit dem Grünen Band. Somit ergibt sich, dass das Grüne Band in seiner Breite nicht als ein eindimensionales Thema, sondern als komplexes Themenfeld wahrgenommen wird.

Die Begriffe, die mit Abstand am häufigsten ausgewählt wurden, sind Grenze (87,4 %), Natur (85,2 %) und Geschichte (83,4 %). Hier zeigt sich ganz klar, dass das Grüne Band für die Umfrageteilnehmer\*innen einerseits eine starke Erinnerungskomponente hat (Grenze), aber auch ein Ort zum Erleben und Genießen ist (Natur). Dies zeigt sich auch in den weiteren Antworten, in denen wieder beide Aspekte ähnlich häufig genannt wurden, wie zum Beispiel Artenvielfalt (52,7 %) und Todesstreifen (52,9 %) sowie Schutzgebiete (44,9 %) und Kolonnenweg (49,4 %). Das Gros der Nennungen unterstützt die These des Projektteams, dass das Grüne Band von vielen in seiner inneren Dualität zwischen „Natur & Umwelt“ einerseits und „Geschichte & Kultur“ andererseits wahrgenommen wird.

<sup>1</sup> Bei der herausgehobenen Position von Thüringen ist die besondere inhaltliche und räumliche Schwerpunktsetzung der Wanderstudie zu beachten.

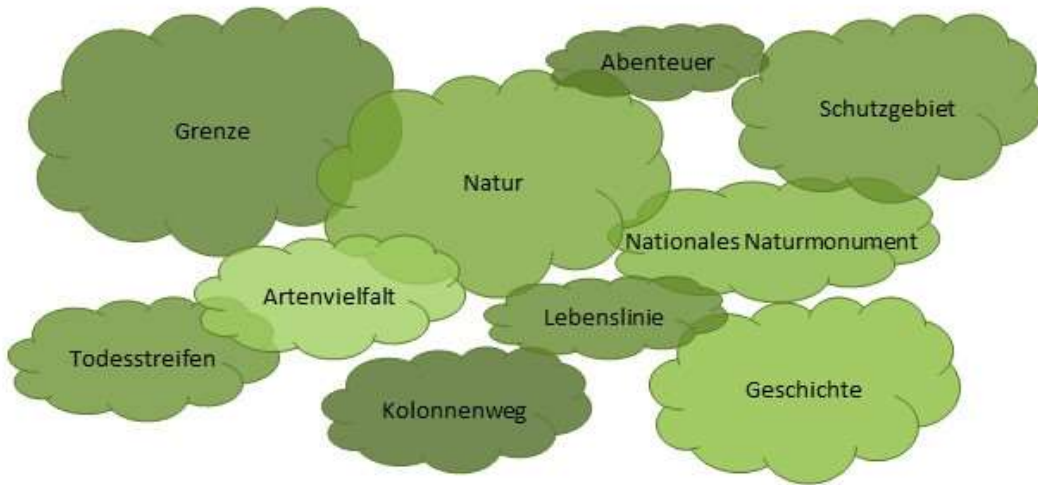


Abbildung 14: Begriffsassoziationen mit dem Grünen Band

Die Bedeutung der Vergangenheit des Grünen Bandes als Grenzstreifen zeigt sich auch in der Einschätzung, ob der Kolonnenweg zu einer Wanderung am Grünen Band dazugehört. Als Betonplattenstrecke stellt er eigentlich einen Wegeuntergrund dar, der bei einer Wanderung unbeliebt, ungewünscht und auf Dauer sehr anstrengend zu begehen ist. Auf die Frage, ob ein Stück Kolonnenweg zu einer Wanderung am Grünen Band dazugehört, stimmt die größte Gruppe der Befragten dieser Aussage völlig zu. Hier gibt es beträchtliche Unterschiede zwischen denjenigen, die das Grüne Band „nur“ kennen (41,2 %) und denjenigen, die schon einmal „vor Ort“ am Grünen Band (52,8 %) oder speziell am Abschnitt des Grünen Bandes in Thüringen waren (63,2 %). Es zeigt sich deutlich, dass das eigene Erleben des Grünen Bandes die Stellung des Kolonnenweges als „Pflichterlebnis“ erhöht.

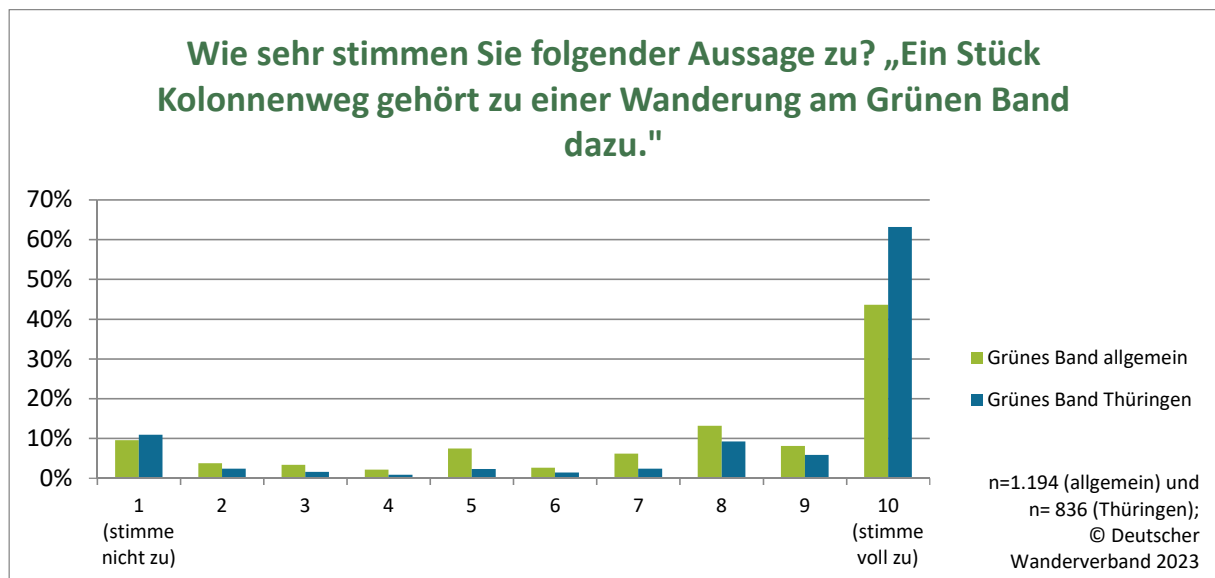


Abbildung 15: Kolonnenweg als Teil einer Wanderung am Grünen Band

### Kolonnenweg wird als „historischer Weg“ behandelt

Für die Interpretation der Ergebnisse hat das Projektteam auch die Erfahrungen aus dem Austausch mit dem Expert\*innenkreis zum Grünen Band im Projekt herangezogen. Der Kolonnenweg ist für viele einerseits ein sichtbares Grenzrelikt, das viele Menschen unmittelbar mit dem Grünen Band verbinden und ein Sinnbild für das Grüne Band darstellt. Andererseits entsprechen die Betonbahnen des Kolonnenweges nicht den Erwartungen von Wandernden an ein attraktives Wegeformat.



Für den Umgang mit dem Kolonnenweg hat der Deutsche Wanderverband in Anlehnung an die Regelung für den europäischen Wegestandard „Leading Quality Trails - Best of Europe“ eine Wertung als „historischer Weg“ vorgeschlagen. Die Passagen auf dem Kolonnenweg werden der Länge nach erfasst. In der anschließenden Auswertung werden 50 % der Strecke zu befestigten Wegen gerechnet und 50 % zu Verbunddecken.

Für den Kolonnenweg ohne Unterbrechung (am Stück) gelten folgende Grenzwerte:  
Halbtages- und Tagesstouren: max. 1.500 m am Stück.

Mehrtagesstouren: max. 3.000 m am Stück (bis zu 4.000 m – wenn die Passage auf dem Kolonnenweg in den Bereichen Natur und/ oder Kultur im Erlebnispotenzial punkten kann).

(Vgl. DWV Wanderleitfaden Wanderbares Grünes Band 2023)



Ein Besuch des Grünen Bandes stellt für die Umfrageteilnehmer\*innen prinzipiell ein kombiniertes Erlebnis aus Natur- und Geschichtserfahrung dar. Dabei scheint Wandern als Aktivität prädestiniert, dieses Erlebnis zu verwirklichen, da die Erlebbarkeit der Umgebung ein wesentliches Merkmal dieser Betätigung ist. Dies zeigt sich auch in anderen Umfragen, zum Beispiel in der Befragung des BUND, in der 37 % der Befragten angaben, bei ihrem Besuch am Grünen Band Wandern oder Spazieren gehen gewesen zu sein.

Bei den Umfrageteilnehmer\*innen, die das Grüne Band kennen oder bereits dort waren, ist das Interesse daran, dort in der nächsten Zeit wieder zu wandern, insgesamt hoch. Während die Hälfte (50 %) angibt, es sich vorstellen zu können, sagt fast ein Viertel (23,4 %), dass sie dies wahrscheinlich tun werden und 15,7 % sagen, dass sie das sicher tun werden. Nur jede/r Zehnte (10,9 %) gibt an, das nicht tun zu wollen. Hierbei gibt es jedoch starke Unterschiede zwischen denjenigen, die das Grüne Band prinzipiell kennen (oder bereits dort waren) und denjenigen, die bereits am Abschnitt des Grünen Bandes in Thüringen waren. Während sich bei den Befragten, die bereits am Thüringer Abschnitt des Grünen Bandes gewesen sind, die Wanderabsicht gleichmäßig verteilt (sicher 29,7 %, wahrscheinlich 29,9 %, vorstellbar 31,4 %) ist es bei den anderen Befragten so, dass die Mehrheit es sich zwar vorstellen kann (62,5 %), aber nur 6,3 % es sicher vorhaben.

Das höchste Interesse daran, erneut eine Wanderung am Grünen Band zu unternehmen, liegt bei den Menschen, die das Grüne Band Thüringen bereits erlebt haben. Es liegt also nahe, anzunehmen, dass diese Gruppe die klarste Vorstellung von dem hat, was sie dort erwartet. Deswegen empfiehlt das Projektteam, mit einem wandertouristischen Angebot am Grünen Band sowohl Urlaubsgäste, als auch an Tages- und Wochenendausflügler abzuholen, die eine gewisse räumliche Nähe zum Grünen Band haben.

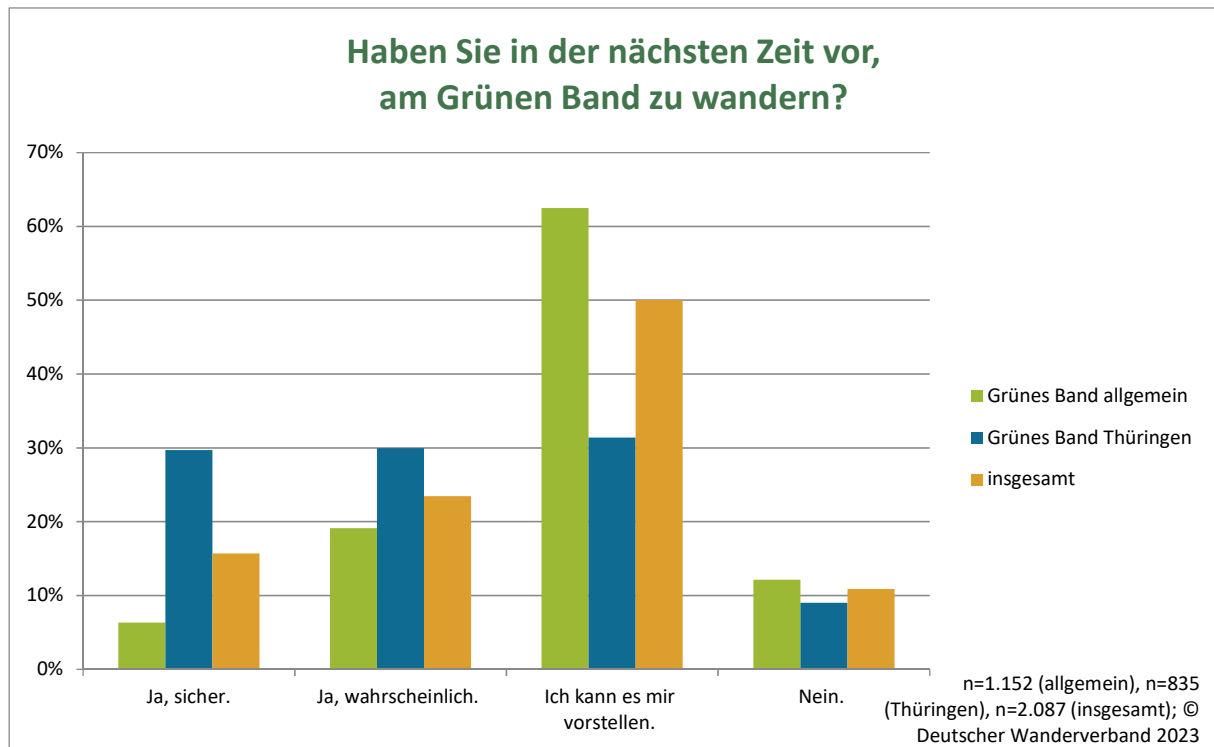


Abbildung 16: Wanderabsicht am Grünen Band

Ein weiterer Aspekt bei Besuchen/Wanderungen am Grünen Band ist die Anreise-Entfernung (Entfernungswiderstand) der Wandernden. Bei den Distanzen für eine Tagestour gibt es keine nennenswerten Unterschiede zwischen den Gruppen. Für ein gutes Drittel der Befragten (36,5 %) sollte die Anreise nicht mehr als 50 Kilometer betragen. Fast die Hälfte (45,3 %) ist bereit, auch eine längere Anreise in Kauf zu nehmen. Auf der anderen Seite darf für fast jede/n Fünften (18,3 %) die Anreise nicht weiter als 25 km sein.

Insgesamt sind also gut 80 % der Befragten bereit, 50 km oder mehr anzureisen, um am Grünen Band zu wandern. Die Hälfte der Teilnehmer\*innen liegt dabei in einem Bereich von 50 km bis 75 km. Die Bevölkerung in dieser Region ist also eine wichtige Zielgruppe für Halb- und Tageswanderungen. Dies sollte entsprechend bei der Angebotsentwicklung berücksichtigt werden.

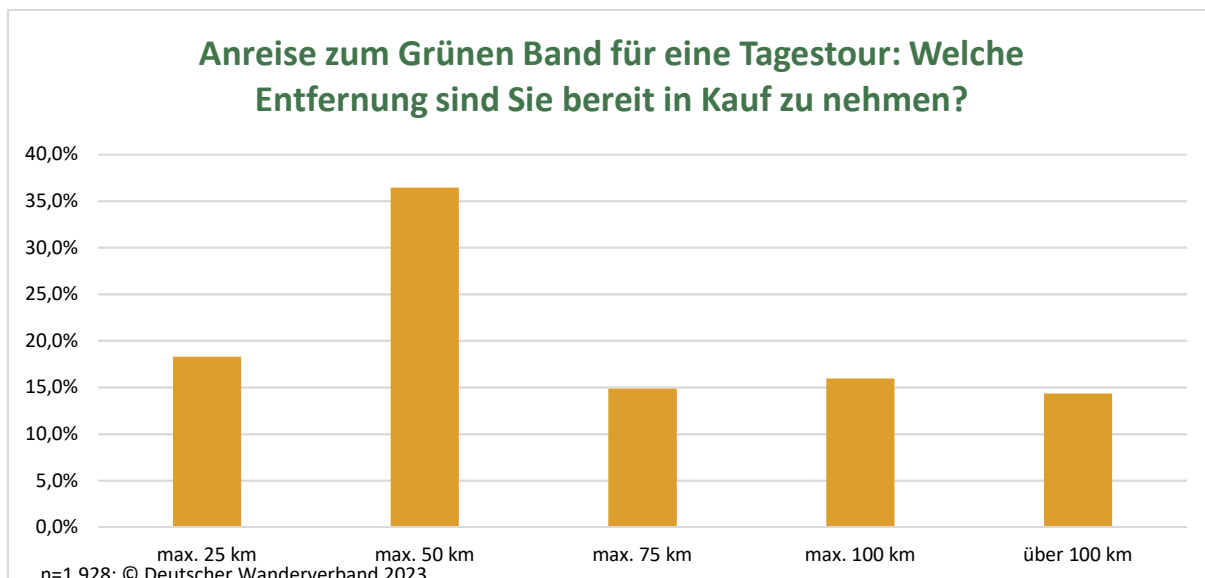


Abbildung 17: Anreiseempfindlichkeit Tagestour

Wenn es darum geht, für Mehrtagestouren anzureisen, ergibt sich ein anderes Bild. Während bei denen, die schon einmal am Grünen Band Thüringen waren, die größte Gruppe die Wandernden sind, die maximal eine Anreise von 100 km in Kauf nehmen (32,1 %), sind es bei denen, die das Grüne Band allgemein kennen oder schon einmal dort waren, nur 14,7 %. Hier sind die größte Gruppe diejenigen, die bereit sind, mehr als 300 km in Kauf zu nehmen (39,3 %). Beim Grünen Band Thüringen sind das nur 25,9 % der Befragten.

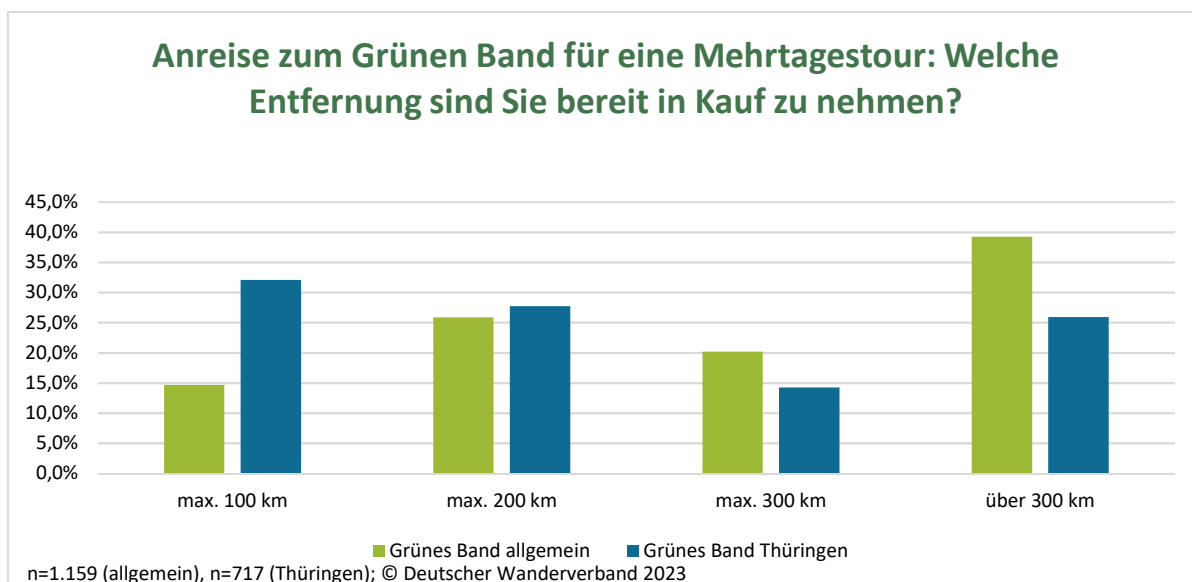


Abbildung 18: Anreiseempfindlichkeit Mehrtagestour

Ein gemischtes Bild ergibt sich auch bei der Frage nach der bevorzugten Art der Wanderung. Während bei den Befragten der Gruppe Grünes Band Thüringen die Nachfrage nach Halbtagestouren (50 %) sowie Tagestouren (50 %) deutlich größer ist, als nach Mehrtagestouren (36,7 %), so wünschen sich die Antwortenden der Gruppe Grünes Band



allgemein Angebote für Tages- und Mehrtagestouren (Halbtagestouren 35,4 %, Tagestouren 51,1 % und Mehrtagestouren 52,8 %). Hierfür könnte eine Erklärung der Wohnort der Antwortenden sein. Es ist eher unwahrscheinlich, dass jemand eine (sehr) weite Anreise nur für eine kurze Wanderung auf sich nimmt.

Insgesamt ist das Interesse an Halbtages- und Tagestouren deutlich größer als an Mehrtageswanderungen. Dies wird auch durch die aktuellen Ergebnisse des Sparkassen-Tourismusbarometer Ostdeutschland<sup>2</sup> bestärkt, welches die große Bedeutung des Tagestourismus bestätigt, dessen Akzeptanz als Wirtschafts-, Image- und Lebensqualitätsfaktor betont und die Entwicklung von Produkten und Erlebnissen in diesem Bereich empfiehlt. Das Projektteam empfiehlt daher, auf ein entsprechend differenziertes Wanderangebot zu achten, das gut verteilt ist und neben einem Schwerpunkt auf Halbtages- und Tagestouren auch zumindest einige Mehrtagestouren umfasst.

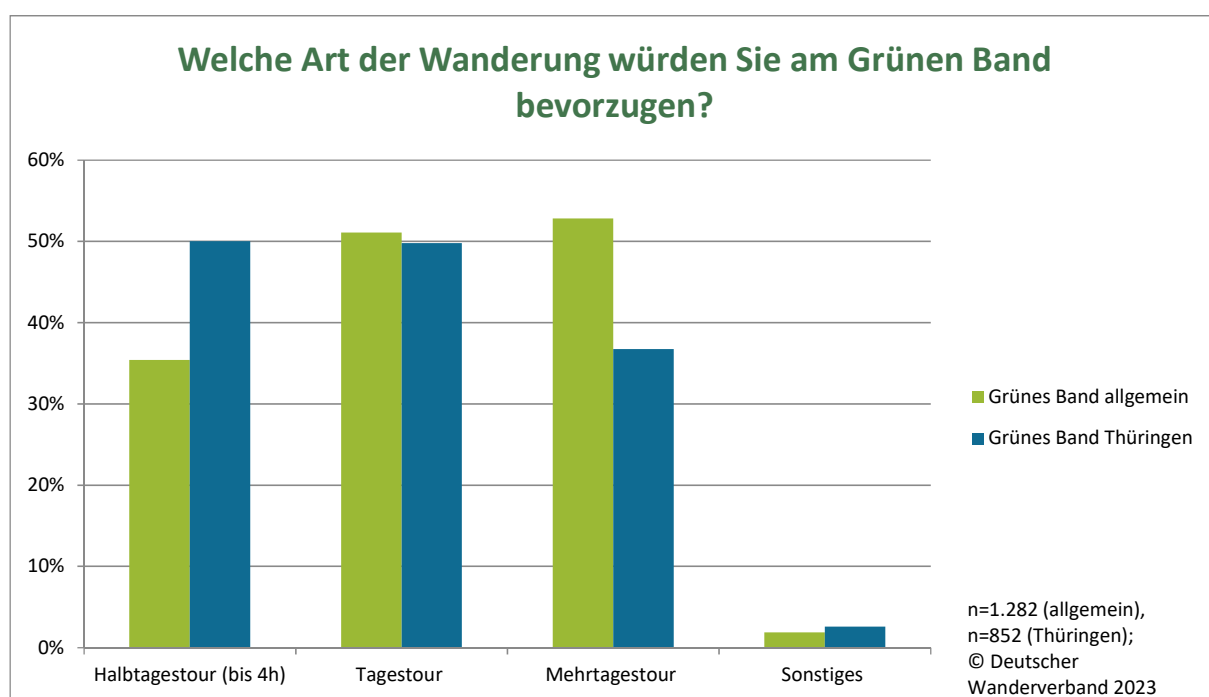


Abbildung 19: Bevorzugte Art der Wanderung am Grünen Band

Bei den Wünschen, die die Umfrageteilnehmenden an eine Wanderung am Grünen Band haben, spiegelt sich die bereits vorher festgestellte Dualität zwischen Natur und Umwelt einerseits und Kultur und Geschichte andererseits am Grünen Band wider: Der am häufigsten genannte Wunsch ist die sichtbare Zeitgeschichte (75,3 %). Diese stellt also ein essentielles Element dar und möchte auch so von den Wandernden erlebt werden. Auf dem nächsten Platz folgt eine gute Wanderinfrastruktur (73,7 %), die für jede Wanderung als unerlässlich angesehen wird. Direkt darauf folgt der Wunsch nach attraktiven Natur- und Kulturlandschaften (69,4 %). Hier wird das Thema Naturerleben betätigt. Dies wird durch den nächsten genannten Wunsch ergänzt, nämlich die besondere Artenvielfalt und Schutzgebiete

<sup>2</sup> Kurzfassung verfügbar unter [https://osv-online.de/wp-content/uploads/TB-Ost\\_Kurzfassung-2023-1.pdf](https://osv-online.de/wp-content/uploads/TB-Ost_Kurzfassung-2023-1.pdf); Die Langfassung wird im Sommer 2023 veröffentlicht werden.

(53,8 %). Die Wandernden wünschen sich also, die Flora und Fauna dieses einmaligen Ortes erleben zu können.

Der nächste Wunsch bezieht sich wieder auf das Thema Wandern, nämlich die einfache Erreichbarkeit (46,1 %). Auch dies ist ein Anliegen, das bei der Entwicklung des Wanderangebotes berücksichtigt werden sollte. Die einfache Erreichbarkeit ist aber auch einer der beiden Wünsche, bei denen es eine starke Abweichung zwischen der Gruppe Grünes Band allgemein und Thüringen gibt. Während die einfache Erreichbarkeit in der Thüringen-Gruppe nur für 37,6 % wichtig ist, so sind es in der allgemeinen Gruppe 51,7 %. Hier könnten die örtliche Nähe und die gemachten Erfahrungen eine Rolle bei der Bewertung der Wichtigkeit spielen.

Der zweite große Unterschied ist die Rolle, die interessanten Grenz Museen zugewiesen wird. Bei der allgemein-Gruppe sind diese von 24,7 % gewünscht, wohingegen es in der Thüringen-Gruppe 38,5 % sind. Hier scheint das regionale Interesse also deutlich höher zu sein. Das Projektteam empfiehlt daher die Prüfung, Wanderangebote direkt mit den Grenz Museen (wie auch den Naturschutzzentren) zu verknüpfen.

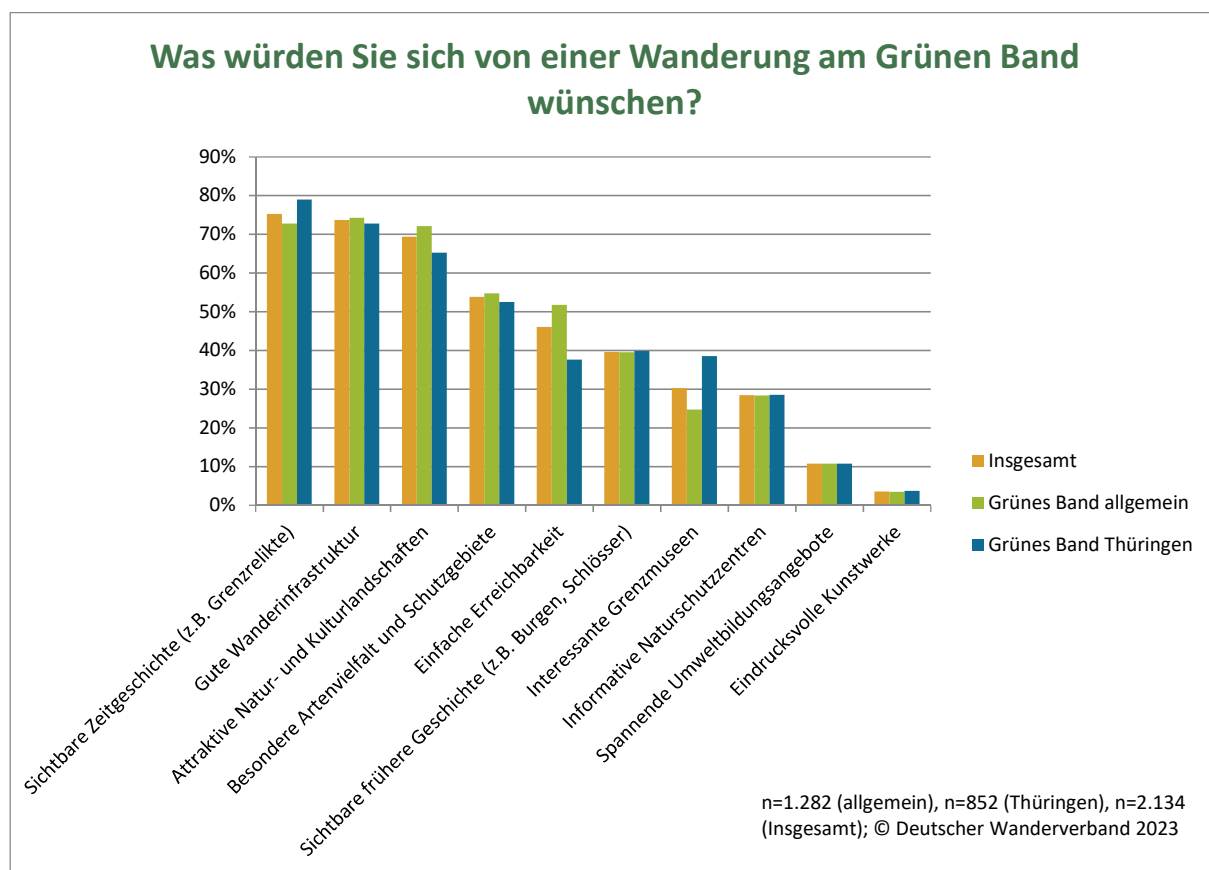


Abbildung 20: Wünsche an Wanderungen am Grünen Band



Knapp 3.000 Personen haben an der Umfrage Wandern am Grünen Band teilgenommen. Rund 2.100 Teilnehmende kennen das Grüne Band oder haben zumindest davon gehört und 850 Teilnehmende sind bereits am Grünen Band in Thüringen gewesen. Damit ist eine aussagekräftige Informationsquelle entstanden.

Wesentliche Aussagen der Teilnehmenden zum Wandern (z. B. mit Bezug auf die Wandermotive) decken sich mit bestehenden Erhebungen und lassen zusammen mit weiteren Indizien (Bevölkerungs- und Geschlechterverteilung, Information vor der Wanderung und Orientierung während der Wanderung etc.) den Schluss zu, dass die „Wanderstudie – Wanderbares Grünes Band“ im Kern verlässliche Ergebnisse liefert und aussagekräftige Schlussfolgerungen zulässt. Die rege Teilnahme der Intensivwandernden an der Umfrage stützt diese These zusätzlich.

## 6.1 Allgemeine Aussagen für das Wandern in Deutschland

Die Wanderstudie beinhaltet neben konkreten Ergebnissen im Hinblick auf das Wanderbare Grüne Band (vgl. 6.2) auch wesentliche Aussagen, die für den Freizeit- und Urlaubsmarkt Wandern relevant sind:

Die Motive, die die Befragten für ihre Wanderintention angegeben haben, bestätigen in weiten Teilen die Ergebnisse bisheriger Studien (s. Abb. 5) und stellen genauer betrachtet ein Bündel aus verschiedenen Motiven dar. Diese Übereinstimmung ist eines mehrerer Indizien für die Aussagekraft der Umfrage, die überdurchschnittlich aktive Wandernde (Intensivwandernde) erreicht hat.

Es besteht ein großes Interesse daran, beim Wandern sowohl das Thema Kultur als auch das Thema Natur in ausgewogener Form zu erleben (s. Abb. 14). Über das Grüne Band hinaus

können hier Ansätze für eine weitere Profilierung und ggfs. auch Inszenierung des Wanderangebotes abgeleitet werden.

Über die Hälfte der Wandernden würden den Start-/Zielpunkt ihrer Wanderung gerne mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichen (55,6 %; s. Abb.6). Hier gibt es ein wichtiges Potenzial, entsprechende Angebote zu schaffen. Das eigene Handeln entspricht aktuell noch nicht unbedingt dem entsprechend geäußerten Wunsch.

Die Ergebnisse zur Informationsbeschaffung vor der Wanderung und zur Orientierung während der Wanderung geben wichtige Hinweise darauf, dass Wanderangebote inzwischen bei den großen Tourenportalen und ihren Navigations-Apps zu finden sein müssen (nutzen knapp 56% der Befragten; s. Abb. 7). Komoot hat, zumindest in dieser Befragung Outdooractive und GoogleMaps mit großem Abstand überholt.

Für Destinationen und Wanderregionen ergibt sich daraus die Anforderung, ihre Wander-Informationen sowohl auf der eigenen Internetseite zu präsentieren und zu pflegen (nutzen über 65 % der Befragten; s. Abb. 7), als auch ihre Wanderwege in den Touren-Portalen entweder selbst zu präsentieren oder zumindest die dort angebotenen Wegeinformationen regelmäßig auf Richtigkeit und Aktualität zu prüfen.

Während der Wanderung sind Markierung und Wegweisung für die Befragten unerlässlich für die Wanderorientierung und mit 89% mit großem Abstand das Orientierungsmittel Nr. 1. Die klassischen Wanderkarten sind weiterhin für über 50% der Befragten ein wichtiges Orientierungsmedium (s. Abb. 8), knapp hinter Wander-Apps.

Sofern das Angebot da ist, kehren die Befragten während der Wanderung gerne ein (knapp 70 %; s. Abb. 10). Ihnen reicht auch ein einfaches Angebot. Die Versorgung der Wandergäste unterwegs und die Informationen dazu bleiben ein Knackpunkt und bilden in Zukunft eine echte Herausforderung im Wandermarkt.

Die Erwartung der Wandernden an die Übernachtungsangebote decken ein breites Spektrum von Trekkingplätzen bis zu Betrieben ab. Gut 20% wünschen sich Betriebe, die auf Wandernde spezialisierte Angebote vorhalten und ggfs. zertifizierte Wandergastgeber sind (s. Abb. 11).

Die Wanderstudie macht aus Sicht des Projektteams zum einen im Kern deutlich, dass die Wünsche und Erwartungen der wandernden Gäste in Freizeit und Urlaub der wesentliche Maßstab für die Entwicklung attraktiver Angebote sein müssen. Zum anderen zeigen die Ergebnisse, dass das Grüne Band mit seinen ausgeprägten kulturellen und naturbezogenen Aspekten ein hervorragendes Beispiel für einen besonders geeigneten Erlebnisraum für das Wandern darstellt.

## 6.2 Relevante Ergebnisse für das Wanderbare Grüne Band

Für den Aufbau und die Ausarbeitung der Naturtouristischen Wanderwegekonzeption Grünes Band Thüringen hat die „Wanderstudie – Wanderbares Grünes Band“ dem Projektteam wichtige Hinweise geliefert.

Die Umfrageergebnisse bestätigen die thematische Schwerpunktsetzung innerhalb der Wanderwegekonzeption Grünes Band Thüringen. Dort werden die Themen Geschichte und

Kultur, Natur und Umwelt sowie Tourismus und (Wander-) Qualität in den Fokus genommen. Ebenso werden die vom Projektteam entwickelten Kriterien und Anforderungen, die ein Wanderweg Wanderbares Grünes Band zukünftig erfüllen muss, von den Umfrageergebnissen gestützt oder lassen deren Ableitung zu. Weiterhin unterstützen die Umfrageergebnisse die vom Projektteam ausgesprochenen Empfehlungen und formulierten Maßnahmen zur Entwicklung der Wanderwege Wanderbares Grünes Band. Einzelne Aspekte und deren Zusammenhang mit dem Projekt Wanderbares grünes Band werden im Folgenden dargestellt.

### Entwicklungsdimension "Wanderbares Grünes Band"

Der vom Projektteam vorgeschlagene thematische „Dreiklang“ aus „Natur & Umwelt“, „Kultur & Geschichte“ sowie „Tourismus & Qualität“ wird durch die Antworten auf die Frage „Was würden Sie sich von einer Wanderung am Grünen Band wünschen?“ bestätigt. Die Sichtbarkeit der Zeitgeschichte, eine gute Wanderinfrastruktur sowie die attraktive Natur- und Kulturlandschaft belegen mit Ergebnissen von rund 70 % die ersten drei Plätze auf der Wunschliste, gefolgt von der besonderen Artenvielfalt und Schutzgebieten auf Platz vier (über 50 %).

Auch die Begriffsassoziationen mit dem Grünen Band (vgl. Abb. 14 und 15) unterstützen die thematische Ausrichtung. Hier stehen Natur, Geschichte, Grenze und Artenvielfalt ganz vorne (vgl. Abb. 14).

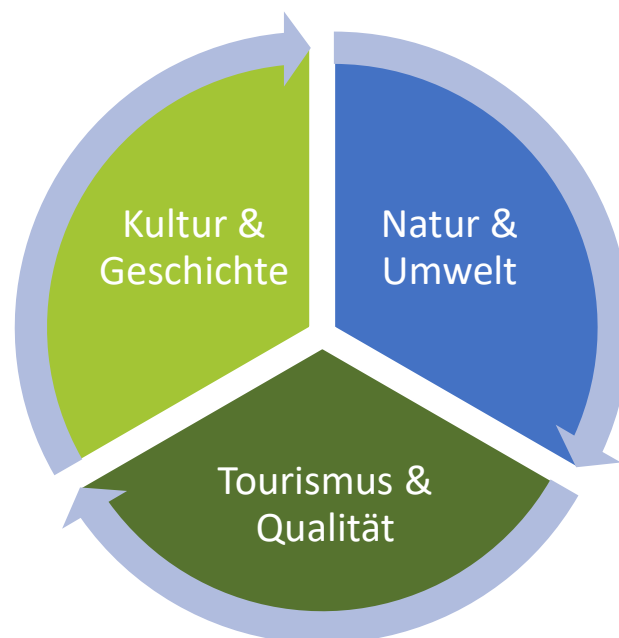


Abbildung 21: Entwicklungsdimension „Wanderbares Grünes Band“

## **Kriterien und Anforderungen an einen zukünftigen Wanderweg Wanderbares Grünes Band**

Das Projektteam hat Kriterien und Anforderungen entwickelt, die ein Wanderweg Wanderbares Grünes Band zukünftig erfüllen muss, und in einer „Checkliste für Wege Wanderbares Grünes Band“ zusammengefasst (vgl. Wanderleitfaden Wanderbares Grünes Band Leitfaden, Deutscher Wanderverband, 2023). Die Ergebnisse der Befragung unterstützen und bestätigen diese Anforderungen, wie nachfolgend zusammengefasst dargestellt wird.

### **Der Weg hat einen konkreten räumlichen Bezug zum Grünen Band**

Wie bei den Entwicklungsdimensionen festgestellt, wollen die Wandernden das Grüne Band auf ihrer Wanderung erleben. Dabei hat der Kolonnenweg eine besondere Bedeutung. Für die Wandernden ist ein Stück Kolonnenweg ein essentieller Bestandteil einer Wanderung am Grünen Band. Dieses sichtbare Grenzrelikt wird von den Menschen unmittelbar mit dem Grünen Band verbunden und stellt ein Sinnbild für dieses dar. Da die Betonbahnen jedoch nicht den Erwartungen von Wandernden an ein attraktives Wegeformat entsprechen, braucht es hier auch entsprechende Begrenzungen im Wanderangebot, um die Attraktivität der Wege als Wanderweg hoch zu halten. Um der besonderen Bedeutung des Kolonnenwegs aber auch weiterhin gerecht zu werden, schlägt der Deutsche Wanderverband hier in Anlehnung an die Regelung für den europäischen Wegestandard „Leading Quality Trails - Best of Europe“ eine Wertung als „historischer Weg“ vor (s. Infokasten „Kolonnenweg“, Seite 21).

### **Für den Weg kann eine hohe Wanderqualität nachgewiesen werden**

Dass jeder künftige Wanderweg Wanderbares Grünes Band verantwortliche Ansprechpartner\*innen hat, ist eine Grundvoraussetzung des Wegemanagements, wurde aber in der Befragung, die sich an die Nutzergruppe richtet, nicht thematisiert. Das Bedürfnis nach einer hohen und verlässlichen Wanderqualität am Grünen Band lässt sich jedoch aus der bevorzugten Orientierung während der Wanderung ablesen: Fast 90 % nutzen Wegweiser und Markierungszeichen zur Orientierung (s. Abb. 8). Garantiert werden kann eine geeignete Wegequalität nur durch eine qualifizierte Erfassung durch geschulte Wegeexperten, die ein hohes Qualitätsniveau explizit bestätigt, wie etwa im Zuge von Zertifizierungsverfahren.

### **Die Profilierung des Weges ist durch thematische Wanderziele (POIs) gegeben**

Die Wandernden erwarten am Grünen Band sowohl das Erleben der Geschichte als auch der Natur. Dies machen die Antworten zu den Begriffsassoziationen sehr deutlich (s. Abb. 15). Die Geschichts- und Natur-Sehenswürdigkeiten entlang des Grünen Bandes erfüllen diese Erwartung am besten und die Verknüpfung der zukünftigen Wanderwege Wanderbares Grünes Band mit den POIs gehört daher zum Katalog der Grundanforderung.

### **Es liegen ausreichende und aktuelle Informationen zum Weg vor**

Gut gepflegte und stets aktuelle Informationen zu jedem Weg aus **einer** Quelle sind eine Grundvoraussetzung für die Wanderwege Wanderbares Grünes Band. Die Wandernden informieren sich bereits vor der Wanderung aus verschiedenen Quellen (vgl. Kap. 3.2 und Abb. 7). vor allem auch in den einschlägigen Onlineportalen/-Plattformen. Diese, wie auch Wander-Apps werden von den Wandernden immer stärker genutzt, sowohl bei der Planung von Touren

als auch während der Wanderung. Daraus ergibt sich ein wichtiger Hinweis auf die Erreichbarkeit der Zielgruppe.

### **Betroffene Akteur\*innen sind beteiligt sowie Prozess Forsten & Tourismus**

Grundlegend für alle Bemühungen im Bereich der Wanderwege am Grünen Band ist die Schaffung und Erhaltung geeigneter Wanderinfrastruktur. Hierbei gilt es, neben der benötigten Quantität, vor allem die Qualität des Angebots auf einem hohen Niveau sicherzustellen.

Diese Punkte stellen zum Teil große Herausforderungen dar und benötigen eine gut geplante Umsetzung. Für diese ist es unerlässlich, dass alle Akteure, die an der Entwicklung des Wanderangebots beteiligt sind, gut, intensiv und vor allem konstruktiv zusammenarbeiten. Das Grüne Band hat großes Potenzial, sich in den nächsten Jahren nicht nur, aber vor allem auch im Bereich Wandern weiterzuentwickeln. Hier bietet sich die Chance, dieses Projekt konkret anzugehen und es auch im großen Stil zu betrachten, da mit neun Bundesländern mehr als die Hälfte Anrainer am Grünen Band sind. Die gemeinsame Entwicklung gelingt nur mit der Beteiligung der betroffenen Akteure beiderseits des Grünen Bandes.

Das jeder künftige Wanderweg Wanderbares Grünes Band (nur) in Thüringen den Prozess Forsten & Tourismus durchlaufen muss, ist ebenfalls eine Grundvoraussetzung des Wegemanagements und wurde in der Befragung nicht thematisiert.

### **Vermarktung als „Wanderbares Grünes Band“**

Unter den Umfrageteilnehmer\*innen ist das Grüne Band sehr bekannt. Aber auch bundesweit lag der Bekanntheitsgrad in der Gesamtbevölkerung in einer Umfrage des BUND bei 33 % (s. Abb. 12 u. 13). Diese gute Ausgangssituation empfiehlt das Projektteam, zu nutzen und die Wanderwege unter dem Dach „Wanderbares Grünes Band“ zu kommunizieren und darzustellen.

### **Sichtbarkeit Wanderbares Grünes Band vor Ort herstellen und Vermarktungsempfehlungen**

Um die Wege des Wanderbaren Grünen Bandes in Thüringen sichtbar zu machen, empfiehlt das Projektteam, jeden Leitweg und Zubringer „Wanderbares Grünes Band“ mit einer Infotafel am Startpunkt bzw. an einem Berührungspunkt mit dem Grünen Band auszustatten. Dies folgt dem Orientierungs-Verhalten der Wandernden, von denen über 35 % während der Wanderung Infotafeln nutzen (s. Abb. 8). Die Vermarktungsempfehlung für alle Leitwege eine sog. Collection auf dem Routenportal Komoot unter dem Titel „Wanderbares Grünes Band Thüringen“ anzulegen zielt in die gleiche Richtung. Über 50 % der Wandenden nutzen inzwischen nicht nur die klassische Wanderkarte, sondern auch eine App der großen Routenportale (s. Abb. 9).

### **Angebot von Halbtages- und Tagestouren sowie Mehrtagestouren**

Der Fokus der Wanderwegeentwicklung sollte vor allem auf kürzeren Touren im Bereich der Halbtages- sowie Tagestouren (ca. 4 bis 10 km sowie 10 bis 20 km) liegen. Hier ist die Nachfrage mit rund 50 % sehr groß (s. Abb. 20).

Zusätzlich sollten Mehrtagestouren das Angebot ergänzen. Insbesondere von Wandergästen, die Urlaub in Thüringen machen, werden diese Touren nachgefragt (ca. 50 %, Einheimische

ca. 30 %). Ggf. können Halbtages- und Tagestouren in die Mehrtagestouren einbezogen werden.

### **Distanzempfindlichkeit und Abstandsfrequenz der Wanderangebote**

Die Distanzempfindlichkeit für die Anreise der Wandernden zeigt, dass die Angebote am Grünen Band nicht allzu weit auseinanderliegen sollten. Da 50 % der Wandernden bereit sind für Tagestouren maximal 50 km bis 75 km anzureisen, empfiehlt das Projektteam eine entsprechend ausgestaltete Angebotsdichte mit einem Richtwert von maximal 30 km zwischen zwei Leitwegen (s. Abb. 18).

### **Wandergastgeber fördern**

Um als attraktive Wanderdestinationen wahrgenommen zu werden, gehört neben attraktiven Wanderwegen auch ein gutes Angebot an Übernachtungs- und Einkehrmöglichkeiten dazu. Bei den Umfrageteilnehmer\*innen steht ein einfaches gastronomisches Angebot oder Rucksackverpflegung im Vordergrund. Knapp 20 % wünschen sich jedoch Gastgeber und Quartiere mit Informationen und Angeboten, die gezielt auf die Bedürfnisse von Wandern eingehen (s. Abb. 10). Der aktuell nachweisbare Trendbereich Trekkingplätze wird bereits in der Planung am Grünen Band aufgegriffen und sollte entsprechend umgesetzt und gefördert werden.

Die für das Grüne Band relevanten Ergebnisse der Wanderstudie haben an mehreren Stellen vorherige Annahmen und Entscheidungen für die Prozessstruktur bestätigt. Auch in Hinblick auf die Kriterienauswahl bei der Entwicklung der Naturtouristischen Wanderwegekonzeption Grünes Band Thüringen hilfreiche Ableitungen getätigt werden. Insgesamt wird deutlich, dass das Grüne Band auch über Thüringen hinaus ein großes Potential für den Freizeit- und Urlaubsmarkt Wandern besitzt.



## 7. Literaturhinweise

- BUND e.V. (Hrsg.), 2019: Grünes Band Deutschland. Grenzen trennen, Natur verbindet. 30 Jahre grenzenlose Liebe zur Natur. Nürnberg: ohne Verlag.
- BUND e.V. Fachbereich Grünes Band, 2021: Ergebnisse der Umfrage „Meinungen zum Grünen Band“. Nürnberg.
- Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hrsg.) (2010): Grundlagenuntersuchungen Freizeit und Urlaubsmarkt Wandern. Forschungsbericht Nr. 591, Berlin
- BTE Tourismus und Regionalberatung (2018): Wandertourismus in Deutschland. Ergebnisse einer Befragung zum digitalen Verhalten der Wanderer entlang der Customer Journey. Hannover.
- Deutscher Wanderverband (2019): „Natursport in Deutschland“ - eine Studie zu Einstellungen, Verhalten und Kommunikation von Natursporttreibenden. Ergebnisbericht zur Natursportstudie im Rahmen des Projektes „Natursport.Umwelt.Bewusst“ mit der Beispielaktivität Geocaching. Kassel.
- Deutscher Wanderverband (Dezember 2022): Wanderbares Grünes Band, Naturtouristische Wanderwegekonzeption Grünes Band, Grobkonzept (Zwischenbericht), unveröffentlicht, Kassel.
- Deutscher Wanderverband, 2023: Wanderleitfaden Wanderbares Grünes Band, Ergebnisse und Handlungsempfehlungen zur Naturtouristischen Wanderwegekonzeption Grünes Band Thüringen. Kassel.
- Deutscher Wanderverband Service GmbH, 2021: Branchenbefragung Wandertourismus. Sommer und Herbstbefragung 2020 zum Wandertourismus in der Corona-Pandemie. Kassel.
- Deutscher Wanderverband Service GmbH & BTE Tourismus- und Regionalberatung Partnerschaftsgesellschaft GmbH, 2017: Touristische Wanderwegekonzeption. Thüringen 2025 - Endbericht. Erfurt.
- Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften (Hrsg.) (2015-2022) Wandermonitor. Salzgitter. Verfügbar über: [www.ostfalia.de/cms/de/iftr/projekte/wandermonitor/](http://www.ostfalia.de/cms/de/iftr/projekte/wandermonitor/) (Datum des letzten Zugriffs: 31.01.2023)
- Stiftung Naturschutz Thüringen (Hrsg.), 2021: #grünebandbreite. Nationales Naturmonument „Grünes Band Thüringen“ 2018-2021. Erfurt: ohne Verlag.
- Thüringer Ministerium für Umwelt, Energie und Naturschutz (2022): Offizielle Internetseite des Thüringer Umweltministeriums. Das Grüne Band Thüringen - Nationales Naturmonument. [Online] Verfügbar unter: <https://umwelt.thueringen.de/themen/naturartenschutz/naturmonument-gruenes-band> (Datum des letzten Zugriffs: 1. August 2022).

# IMPRESSUM

## PROJEKTFÖRDERER

Thüringer Ministerium für Umwelt,  
Energie und Naturschutz  
Beethovenstraße 3  
99096 Erfurt  
Tel.: 0361 / 57 100  
Fax: 0361 / 57 3911939  
Internet: [www.umwelt.thueringen.de](http://www.umwelt.thueringen.de)



Ministerium  
für Umwelt, Energie  
und Naturschutz

## PROJEKTRÄGER

Deutscher Wanderverband  
Kleine Rosenstr. 1-3  
34117 Kassel  
Tel.: 0561 / 9 38 73-0  
Fax: 0561 / 9 38 73-10  
E-Mail: [info@wanderverband.de](mailto:info@wanderverband.de)  
Internet: [www.wanderverband.de](http://www.wanderverband.de)



Deutscher Wanderverband

**REDAKTION:** Jan Fillisch, Michael Neugaertner, Erik Neumeyer

**MITWIRKENDE:** Rosa Brandt, Ute Dicks, Leon-Noel Hochhaus, Hannes Imke, Lucas Simon

**UMSCHLAGGESTALTUNG:** Maria Rufle – [www.maria-rufle.de](http://www.maria-rufle.de)

Dank geht an die **Steuerungsgruppe**, die mit Vertreterinnen und Vertretern der folgenden Organisationen besetzt war und das Projektteam sehr unterstützt hat:

- Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland e.V. (BUND) LV Thüringen
- Deutscher Wanderverband - Ressort Naturschutz
- Naturpark Eichsfeld-Hainich-Werratal für die Nationalen Naturlandschaften am Grünen Band Thüringen
- Stiftung Naturschutz Thüringen
- ThüringenForst
- Thüringer Ministerium für Umwelt, Energie und Naturschutz (TMUEN),
- Thüringer Ministerium für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitale Gesellschaft (TMWWDG)
- Thüringer Tourismus GmbH
- Verband Deutscher Gebirgs- und Wandervereine – Landesverband Thüringen e.V.
- Wartburgkreis für die Landkreise am Grünen Band Thüringen

Titelbild: Kolonnenweg. Stiftung Naturschutz Thüringen (SNT) - Joachim Neumann

# WANDERSTUDIE