



LEITFADEN WANDERN NIEDERÖSTERREICH

NIEDERÖSTERREICH
Einfach erfrischend.



INHALT

LEITFADEN	S. 4
AUSGANGSLAGE IN NIEDERÖSTERREICH	S. 5
TYPEN VON WANDERGÄSTEN	S. 6
WANDER-STRATEGIE	S. 10
ANLEITUNG ZUR ENTWICKLUNG VON WANDERTOURISMUS-PROJEKTEN	S. 20
WEITERE INFORMATIONEN	S. 26
KONTAKTE	S. 27

Impressum

Herausgeber: Amt der Niederösterreichischen Landesregierung
Abteilung Wirtschaft, Tourismus und Technologie
3109 St. Pölten, Landhausplatz 1, Haus 14
post.wst3@noel.gv.at, www.noe.gv.at
Redaktion: Mag. Christian Neuwirth, Mag. (FH) Johannes Kalteis
Inhaltliche Beratung: Alpines Wandermanagement GmbH - Andreas Kranzmayr
Grafik: Sandra Almonte de Leon; Lektorat: Ivan Löffko, Achau
Druck: Amt der Niederösterreichischen Landesregierung, Abt. Gebäudeverwaltung, Amtsdruckerei
Coverfotos: Niederösterreich Werbung/Andreas Jakwerth
Stand: März 2021



Foto: Philipp Monihart

Wir machen Wandern zum Erlebnis!

Niederösterreich bietet mit seiner landschaftlichen Vielfalt unzählige Möglichkeiten, die Natur beim Wandern zu entdecken und seine sportlichen Aktivitäten in den Bergen auszuleben – und das Thema Wandern wird heutzutage den Niederösterreicherinnen und Niederösterreichern immer wichtiger.

Darum haben wir einen Leitfaden für das Wandern in Niederösterreich entwickelt. Dieser dient – mit der Wander-Strategie und ihrer Kategorisierung von Wegen in Leuchtturmprojekte, touristisch relevanten Angeboten und lokalen Basisangeboten – als Richtschnur für die Weiterentwicklung und zur weiteren Verbesserung der Qualität des touristischen Wanderangebotes in Niederösterreich. In einem weiteren Schritt sind als Ziele die digitale Erfassung der touristischen Wanderwege sowie eine klimagerechte Anreise in die touristischen Wandergebiete festgeschrieben.

Mit diesem Leitfaden wollen wir Vorreiter sein und allen mit dem Thema Wandern in Niederösterreich befassten Akteurinnen und Akteuren ein Instrument in die Hand geben, um den Gästen in Niederösterreich ein besonderes Wander- und Bergerlebnis zu ermöglichen.

Jochen Danninger
Tourismuslandesrat

LEITFADEN



Foto: Naturparke Niederösterreich/Robert Herbst

Wandern ist eine langjährige, nachhaltige Trendsportart und bildet eine wichtige Säule des niederösterreichischen Tourismus.

Zu seiner Beliebtheit tragen auch gesellschaftliche Veränderungen bei. Wachsende Anforderungen im Berufsleben und Alltagsstress schüren heute die Sehnsucht nach Natur- und Landschaftsgenuss. Wandern eignet sich mit seiner entschleunigenden Wirkung dafür ganz besonders. Obendrein birgt diese Freizeitaktivität großes markenstrategisches Potenzial: In Zeiten gesättigter Märkte wird die Vermittlung der regionalen Faszination und der regionalen (Marken-)Erlebnisse zur strahlkräftigen Positionierung und Abgrenzung von Mitbewerbern immer wichtiger.

Mit den gesellschaftlichen Veränderungen haben sich auch die Bedürfnisse und Erwartungen der

Wanderinnen und Wanderer gewandelt. Attraktive Wege, Einkehrmöglichkeiten mit regionalen Spezialitäten sowie zuverlässige Orientierungssysteme und qualitätsvolle Wegeinfrastruktur werden jetzt als Basisleistung gewünscht.

Der Leitfaden „Wandern Niederösterreich“ soll all jenen dienen, die mit Entwicklung, Bewirtschaftung, Erhaltung, Weiterentwicklung und Vermarktung von Wanderwegen betraut sind, wie Destinationsorganisationen, Tourismusvereine, Gemeinden, Privatinitiatoren usw.

AUSGANGSLAGE IN NIEDERÖSTERREICH

Niederösterreich verfügt über ein umfangreiches Wanderwegeangebot, welches durch sehr unterschiedliche Landschaftsräume führt: die verborgene Bergwelt und die fruchtbaren Ebenen des Mostviertels, die ewigen Wälder des Wienerwaldes, die grandiosen Aussichten von den markanten Gipfeln, weitläufigen Hochalmen und sanften Hügeln der Wiener Alpen, die erfrischenden Wälder, Teiche und Seen des Waldviertels, die genussreiche Kulturlandschaft des Weinviertels und die beeindruckende Fluss- und Weinriedenlandschaft der niederösterreichischen Donauregion mit dem Herzstück Weltkulturerbe Wachau.

Heute beschränkt sich Wandertourismus allerdings nicht mehr nur auf das Bereitstellen von beschilderten Wegen. In Zeiten großer Angebotsvielfalt wird es immer wichtiger, sich von den MitbewerberInnen abzugrenzen. Die emotionale Vermittlung der regionalen (Marken-)Erlebnisse und der Faszination der regionalen Landschaften sowie eine zielgruppenoptimierte Produktgestaltung sind dafür Hauptgestaltungsmittel. Hochwertige Umsetzungsqualität und stimmiger Pflegezustand der Wanderinfrastruktur spielen ebenso eine wichtige Rolle wie die (marken)erlebnisorientierte Abstimmung aller AkteurInnen zur optimalen Nutzung vorhandener Ressourcen.

Im Hinblick auf die Ausrichtung des Angebotes auf die Markterfordernisse und die Attraktivität für den Gast gilt es künftig auch, die Energie des niederösterreichischen Wandertourismus vermehrt auf touristisch relevante und wertschöpfungsorientierte Projekte zu fokussieren.



Foto: Niederösterreich Werbung/Robert Herbst

TYPEN VON WANDERGÄSTEN

IN NIEDERÖSTERREICH

Es gibt viele Formen des Wanderns, die sich in der zurückgelegten Distanz, Dauer, Schwierigkeit, Art der Landschaft sowie Charakteristik und Inszenierung des Weges unterscheiden. Eine Grundvoraussetzung für die Gestaltung von touristisch wertvollen Wanderwegen ist daher die Definition der für den Weg gewünschten Zielgruppe.

Wandergäste lassen sich grundsätzlich in die nachfolgend angeführten Typen unterscheiden, die als Basiszielgruppen für die Produktentwicklung dienen. Zusätzlich können sich aus markenstrategischer Sicht neue Zielgruppen ergeben, welche sich aus diesen Basistypen ableiten lassen.

SpaziergängerInnen

Im Vordergrund steht das bequeme fußläufige Erkunden eines Ortes und dessen Umgebung auf beispielsweise Dorfrundwegen oder im Umfeld von Ausflugszielen, aber auch der Auszeit-Aspekt und Abschalten durch Bewegung.

Genusswandergäste

Bei Wandern als Genuss spielt das Erlebnis eine zentrale Rolle. Zeit für Genuss und längeres Verweilen an attraktiven Orten, wie gemütlicher Gastronomie, eindrucksvollen Blickplätzen, entsleunigenden Rastplätzen, interessanten Sehenswürdigkeiten ..., sind Schlüsselemente. Diese Wandergäste sind in Bezug auf Erwartungen und Bedürfnisse die anspruchsvollste Zielgruppe – darauf ist bei der Produktgestaltung zu achten.

Sportliche Wandergäste

Beim sportlichen Wandern steht die Bewegung im Vordergrund. Längere und körperlich anspruchsvollere Touren sind kein Hindernis. Sie nehmen Verpflegungsmöglichkeiten gerne wahr, können sich aber auch selbst versorgen und sind vielfach eigenorganisiert. Somit spielen für sie hauptsächlich Orientierungssystem, Verpflegungs- bzw. Übernachtungsmöglichkeiten und eventuelle Serviceleistungen eine Rolle.



Foto: Naturparke Niederösterreich/Robert Herbst

BergsteigerInnen

Eindrucksvolle Bergtouren, erhebende Gipfelsiege und tolle Überschreitungen stehen im Fokus. Schwieriges Gelände ist dabei kein Hindernisgrund. BergsteigerInnen sind vielfach selbstständig, agieren unabhängig und eigenorganisiert. Somit spielen für sie hauptsächlich Orientierungssystem und Verpflegungs- bzw. Übernachtungsmöglichkeiten eine Rolle.

Weitwandergäste

Unter Weitwandern wird die Bewältigung eines längeren Weges in mehreren Tagesetappen verstanden. Das Angebot an Weitwanderwegen ist in Deutschland und Österreich in den letzten 10 Jahren stark gewachsen. Das ist ein Indikator für einen langjährigen Trendmarkt. Die Ansprüche an den Weg variieren je nach Zielgruppe. Unterstützung bei der Organisation von Route, Unterkünften, Gepäcktransport, Transfers usw. wird gerne in Anspruch genommen.

Winterwandergäste

Im Vordergrund steht das Wandern in winterlicher Landschaft ohne spezielle Ausrüstung, wie Schneeschuhe oder Ski. Die Ansprüche an Gehzeit, Anstrengung usw. variieren je nach Zielgruppe. Im Produktfokus stehen Gäste ohne Kenntnis winter-

licher bzw. alpiner Gefahren. Diese benötigen ein entsprechend sicheres Angebot. Winterwanderer*innen mit Sicherheits-Know-how sind dankbar für Tourentipps, agieren allerdings unabhängig und eigenorganisiert.

Schneeschuhwandergäste

Die Faszination des Schneeschuh-Gehens und das Erleben einer naturbelassenen Winterlandschaft stehen im Erlebnismittelpunkt. Die Ansprüche an Gehzeit, Anstrengung usw. variieren je nach Zielgruppe. Der Produktfokus liegt auf Wanderern ohne Kenntnis winterlicher bzw. alpiner Gefahren. Sie benötigen ein entsprechend sicheres Angebot. Schneeschuhwandergäste mit Sicherheits-Know-how sind dankbar für Tourentipps, agieren allerdings unabhängig und eigenorganisiert.

SkitourengeherInnen

Skitouren sind die winterliche Ausprägung des Bergsteigens und erfreuen sich steigender Beliebtheit. Die Motive und Ansprüche variieren je nach Zielgruppe. Im Produktfokus stehen Genuss und Gäste mit mäßiger Kenntnis winterlicher bzw. alpiner Gefahren. Diese benötigen ein entsprechend sicheres Angebot. SkitourengeherInnen mit Sicherheits-Know-how sind dankbar für Tourentipps, agieren allerdings unabhängig und eigenorganisiert. Generell ist im Sinne eines konfliktfreien Miteinanders von TourengeherInnen, JägerInnen, WaldbesitzerInnen, SchigebietsbetreiberInnen usw. großes Augenmerk auf eine abgestimmte Besucherlenkung und Aufklärung über richtiges Verhalten zu legen.

Führungsgäste

Gäste von geführten Touren möchten primär ein schönes Erlebnis leicht und organisiert konsumieren (z. B. geführte Themenwanderungen, ...). Diese Zielgruppe hat im Hinblick auf (Marken-) Erlebnisvermittlung und Wertschöpfung große Bedeutung. Eine weitere Kategorie sind Personen, die mit fachkundiger Unterstützung ihre eigene Komfortzone verlassen wollen (z. B. Touren mit BergführerInnen usw.). Insgesamt sehr anspruchsvoll in puncto Produktgestaltung.

KlettersteiggeherInnen

Klettersteige erfreuen sich zunehmender Beliebtheit, erlauben sie doch ein intensives Fels- und Höhererlebnis, welches ansonsten nur Kletterern vorbehalten ist. Bezogen auf ihre Bedürfnisse sind KlettersteiggeherInnen den sportlichen Wanderer*innen bzw. BergsteigerInnen am nächsten. Informationen bzgl. Schwierigkeitsklassifizierung, Baustandards etc. sind beim Österreichischen Kuratorium für alpine Sicherheit (siehe „Kontakte“) zu finden.

Kletternde

Diese Zielgruppe ist extrem selbstständig, agiert unabhängig und eigenorganisiert. Die Kletterszene und deren Bedürfnisse werden in diesem Wander-Leitfaden nicht näher beleuchtet. Nähere Informationen bzgl. Schwierigkeitsklassifizierung, Baustandards für Klettergärten etc. sind beim Österreichischen Kuratorium für alpine Sicherheit (siehe „Kontakte“) zu finden.

Zusätzliche markenstrategische Zielgruppen

Im Hinblick auf die Erweiterung des Wandermarktes und der markenstrategischen Produktentwicklung sind der Kreativität keine Grenzen gesetzt. So können sich zusätzlich markenstrategische Zielgruppen ergeben, die von den vorangegangenen Basistypen abgeleitet werden können:

- Familienwandern
- Wandern mit Hund
- Barrierefreies Wandern
- Gesundheits- oder Therapeutisches Wandern (Prävention)
- Geocaching
- Nordic-Walking
- Trail-Running
- Schiwandern (Variante von Langlauf)

	SpaziergängerInnen	Genusswandergäste	Sportliche Wandergäste	BergsteigerInnen	Weitwandergäste ²
Motiv	<ul style="list-style-type: none"> Umgebung erkunden Kurzprogramm für Stippvisite Auszeit Bewegung an der frischen Luft Einstieg in die körperliche Betätigung 	<ul style="list-style-type: none"> Lust am Wandern Freude am Entdecken eines Landschafts- bzw. Kulturräumens (= Fußreise) Genießen; sich Zeit lassen Kulinarik und gesellschaftlicher Kontakt 	<ul style="list-style-type: none"> Das Gehen an sich Körperliche Betätigung Intensive Natur-, Berg- und Gipfelerlebnisse 	<ul style="list-style-type: none"> Intensive Berg- und Gipfelerlebnisse Körperliches und mentales Bewältigen 	<ul style="list-style-type: none"> Herausforderung Fußreise durch Landschafts- und Kulturräume Auszeit Spirituelles Erlebnis (Pilgern, Selbstfindung usw.)
Wegcharakteristik/Etappenanforderungen	<p>Reine Gehzeit: 1/2 - 2 h Anspruch:</p> <ul style="list-style-type: none"> Anstrengung: gering Gehtechnik: bequeme Wege; kurze Pfade möglich Psyche: keine exponierten Stellen Erlebnisreizwechsel: abwechslungsreich, kurzweilig <p>Schwierigkeitsgrad: leicht (blau)¹ Länge: bis 8 km Höhenleistung: gering</p>	<p>Reine Gehzeit: 3 - 4 h Anspruch:</p> <ul style="list-style-type: none"> Anstrengung: mäßig Gehtechnik: naturnahe Wege und Pfade Psyche: keine exponierten Stellen Erlebnisreizwechsel: abwechslungsreich, kurzweilig <p>Schwierigkeitsgrad: leicht (blau), mittelschwer (rot)¹ Länge: bis 12 km Höhenleistung: bis 600 Hm</p>	<p>Reine Gehzeit: 3 - 6 h Anspruch:</p> <ul style="list-style-type: none"> Anstrengung: mittel-hoch Gehtechnik: naturnahe Wege, Pfade und Steige Psyche: kaum exponierte Stellen; kurze versicherte Passagen möglich Erlebnisreizwechsel: idealtypisch abwechslungsreich, aber auch monotone Abschnitte möglich <p>Schwierigkeitsgrad: leicht (blau), mittelschwer (rot)¹ Länge: bis 16 km Höhenleistung: bis 1.000 Hm</p>	<p>Reine Gehzeit: 5 - 8 h Anspruch:</p> <ul style="list-style-type: none"> Anstrengung: mittel-hoch Gehtechnik: naturnahe Wege, Pfade und Steige Psyche: exponierte Stellen möglich; versicherte Passagen möglich Erlebnisreizwechsel: idealtypisch abwechslungsreich, aber auch monotone Abschnitte möglich <p>Schwierigkeitsgrad: mittelschwer (rot), schwer (schwarz), weglos (Alpine Routen)¹ Länge: bis 18 km Höhenleistung: bis 1.400 Hm</p>	<p>Fußreisende (= EntdeckerInnen): siehe „Genusswandergäste“ PilgerInnen: siehe „Genusswandergäste“ bis „Sportliche Wandergäste“ Sportliche Weitwandergäste: siehe „Sportliche Wandergäste“ bis „BergsteigerInnen“</p>
Erlebnisunterstützung	<ul style="list-style-type: none"> Minimum: emotionale, erlebnisorientierte Wegbeschreibung Verweilplätze und Inszenierungen (Blickplätze, Attraktionskennzeichnung usw.) sinnvoll 	<ul style="list-style-type: none"> Stimmiges Gesamterlebnis wichtig Minimum: emotionale, erlebnisorientierte Tourenbeschreibung Verweilplätze und Inszenierungen (Blickplätze, Attraktionskennzeichnung usw.) wichtig Integration von lokaler/regionaler Kulinarik wichtig 	<ul style="list-style-type: none"> Minimum: emotionale, erlebnisorientierte Tourenbeschreibung Gipfelkreuz und Gipfelbuch sinnvoll Integration von lokaler/regionaler Kulinarik willkommen Verweilplätze möglich 	<ul style="list-style-type: none"> Minimum: emotionale, erlebnisorientierte Tourenbeschreibung Gipfelkreuz und Gipfelbuch sinnvoll Integration von lokaler/regionaler Kulinarik willkommen 	<p>Anforderungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> Inszenierter Start-/Endpunkt des Weges Inszenierte Etappenstartplätze Wegbuch mit Erlebnis-, Routen- und Serviceinformationen sinnvoll <p>Zielgruppenspezifische Anforderungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> Fußreisende: siehe „Genusswandergäste“ PilgerInnen: siehe „Genusswandergäste“ bis „Sportliche Wandergäste“ Sportliche Weitwandergäste: siehe „Sportliche Wandergäste“ bis „BergsteigerInnen“
Serviceleistung					<ul style="list-style-type: none"> Unterstützung bei der individuellen Organisation von Route, Unterkünften, Gepäcktransport, Transfers usw. wichtig Zentrale Service- bzw. Buchungsstelle sinnvoll. Alternativ ein koordiniertes Netzwerk von Infostellen möglich.
Orientierungssystem	<p>Minimum: Wegweiser und Markierungen Alternativ: Give-away-Karte, Übersichtstafeln an Kreuzungspunkten, digitale Orientierung</p>	<p>Minimum: Wegweiser und Markierungen Zusätzlich: digitale Orientierung möglich</p>	<p>Minimum: Wegweiser und Markierungen Zusätzlich: digitale Orientierung möglich</p>	<p>Minimum: Wegweiser und Markierungen Zusätzlich: digitale Orientierung möglich Alpine Routen: verfügen über kein offizielles Leitsystem (vielfach rudimentäre Orientierungshilfen wie Steigspuren, Steinmänner usw. vorhanden)</p>	<p>Minimum: Wegweiser und Markierungen, Übersichtskarte, detaillierte Etappenbeschreibungen, digitale Orientierung Zusätzlich: Service-Hotline für Echtzeitunterstützung am Weg willkommen</p>

¹ Details siehe Leitfaden „Wandern Niederösterreich - Beschilderungshandbuch“

	Winterwandergäste	Schneeschuhwandergäste	SkitourengeherInnen	Führungsgäste	KlettersteiggeherInnen
Motiv	<ul style="list-style-type: none"> Intensives Winter- bzw. Naturerlebnis (ohne spezielle Ausrüstung wie Schneeschuhe, Ski usw.) Freude an der Bewegung Attraktives Zusatzerlebnis während klassischem Skiurlaub 	<ul style="list-style-type: none"> Schneeschuh-Gehen als Erlebnis an sich Durch naturbelassene Winterlandschaft bewegen (auch als Nicht-Skitourengeher bzw. Nicht-Schifahrer) Intensives Wintererlebnis 	<p>Im freien Gelände:</p> <ul style="list-style-type: none"> Intensives Winter- bzw. Naturerlebnis Freude an der Bewegung Einfaches Fortbewegen in weglosem Gelände Abfahrt im Tiefschnee <p>Auf Pisten:</p> <ul style="list-style-type: none"> Sicheres Gelände Freude an der Bewegung Schneemangel im freien Gelände Rasche und gute Erreichbarkeit Gastronomische Infrastruktur Abfahrt auf präparierter Piste 	<ul style="list-style-type: none"> Zeitersparnis - Planung und Organisation auslagern Überblick in kurzer Zeit Erlebnis konsumieren statt selbst suchen Gruppenerlebnis sozialer Anschluss Affiliationsbedürfnis Spezielles Themenwissen des Guides Sicherheitsgefühl in fremder Umgebung Fachkundige Unterstützung beim Verlassen der eigenen Komfortzone 	<ul style="list-style-type: none"> Herausforderung Wand- und Höherlebnis Klettererlebnis für Nicht-Kletterer <p>Steigcharakteristik:</p> <ul style="list-style-type: none"> Eigene Schwierigkeitsklassifizierung vorhanden
Wegcharakteristik	<ul style="list-style-type: none"> Geräumte bzw. präparierte Wege Sicher und gefahrlos zu begehen (keine alpinen Gefahren: Lawinen, Absturzgefahr, Steinschlag usw.) Zielgruppenspezifische Anforderungen: siehe „Spaziergänge-rInnen“ bis „Sportliche Wandergäste“ 	<ul style="list-style-type: none"> Naturbelassen (im Idealfall Tiefschnee; keine Präparierung) Sicher und gefahrlos zu begehen (keine alpinen Gefahren: Lawinen, Absturzgefahr, Steinschlag usw.) Zielgruppenspezifische Anforderungen: siehe „Spaziergänge-rInnen“ bis „Sportliche Wandergäste“ 			
Erlebnisunterstützung	<ul style="list-style-type: none"> Minimum: emotionale, erlebnisorientierte Tourenbeschreibung (Temporäre) Verweilplätze willkommen Integration von lokaler/regionaler Kulinarik wichtig 	<ul style="list-style-type: none"> Minimum: emotionale, erlebnisorientierte Tourenbeschreibung Integration von lokaler/regionaler Kulinarik willkommen 			<ul style="list-style-type: none"> Minimum: emotionale, erlebnisorientierte Tourenbeschreibung Verweilplätze (Zuwege, Einstieg, Ausstieg usw.) möglich Integration von lokaler/regionaler Kulinarik willkommen
Orientierungssystem	<p>Minimum: (temporäres) wintertaugliches Leitsystem Zusätzlich: digitale Orientierung möglich</p>	<p>Minimum: (temporäres) wintertaugliches Leitsystem Zusätzlich: digitale Orientierung möglich</p>			<p>Minimum: Anbindung des Klettersteiges durch Wegweiser und Markierungen Zusätzlich: digitale Orientierung möglich</p>



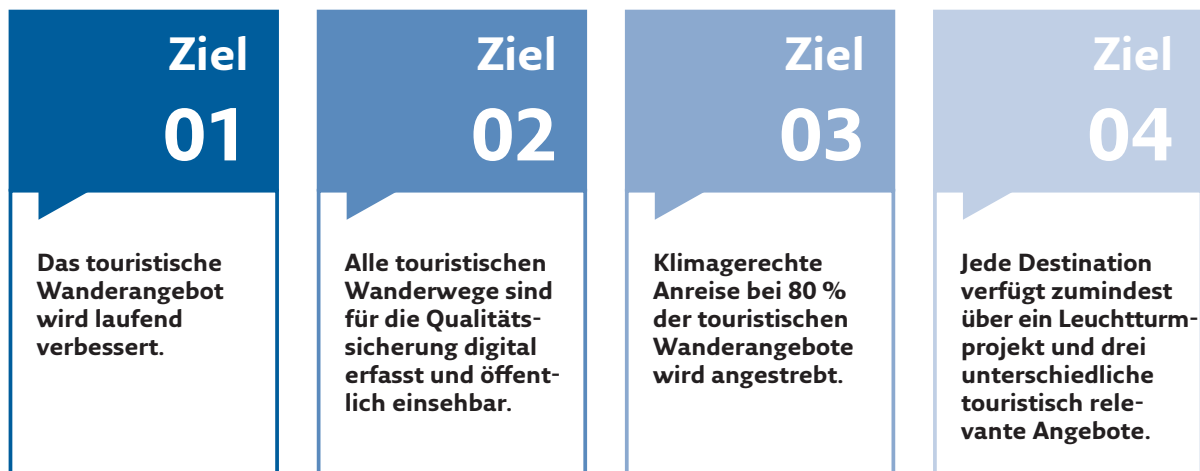
Foto: Niederösterreich Werbung/Andreas Jakwerth

WANDER-STRATEGIE

Zur Optimierung der Marktchancen und als Anleitung für die Gestaltung von erfolgreichen Wanderprodukten wurde in Niederösterreich eine eigene Wander-Strategie entwickelt. Diese steht im Ein-

klang mit den Vorgaben der Tourismusstrategie des Landes Niederösterreich in der aktuell gültigen Fassung.

Ziele bis 2030



Einteilung der touristischen Angebote in die Wanderpyramide

Je nach Angebotsqualität, Marktrelevanz und Wertschöpfungspotenzial werden Wandertourismus-Projekte in folgende drei Ebenen unterteilt:

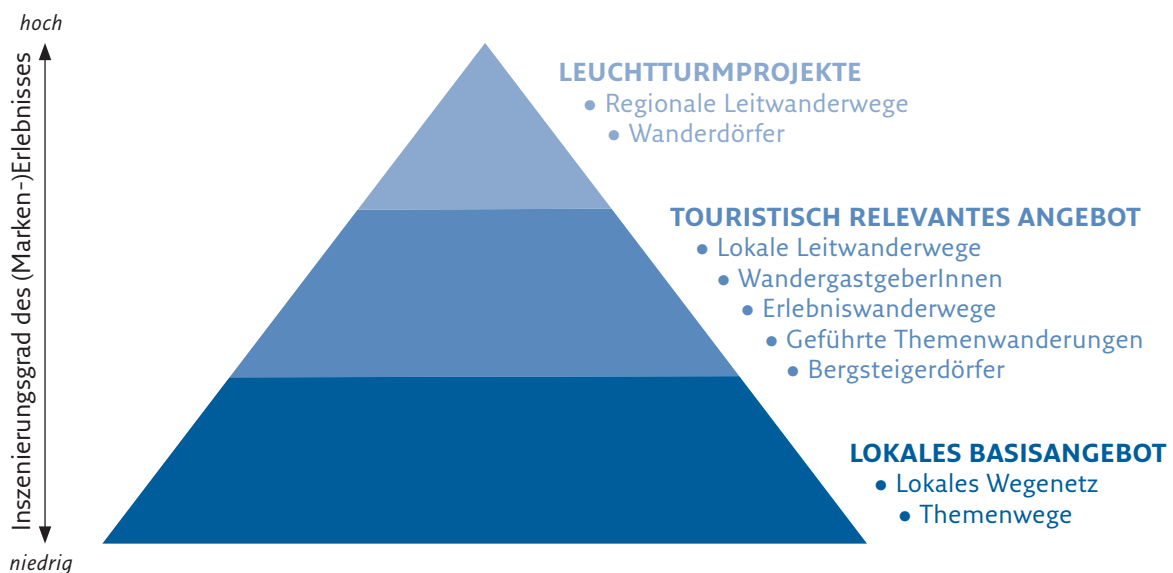




Foto: Niederösterreich Werbung/Andreas Jakwerth

LEUCHTTURMPROJEKTE

Diese Projekte haben überregionale touristische Strahlkraft, machen das regionale Markenversprechen bewusst erlebbar und unterstützen ein außerordentliches Wandererlebnis. Ein Leuchtturmprojekt ist ein gut strukturiertes, wertschöpfungsrelevantes Wanderprodukt, welches aus einzelnen Komponenten touristischer Leistungsträger wie Beherbergung, Gastronomie, Transportdienstleister usw. besteht. Es tritt als eigenständiges touristisches Produkt auf, wird eigenständig vermarktet und ist das Premiumprodukt einer Destination.

Anforderung

- Premiumprodukt mit überregionaler touristischer Strahlkraft
- Markenerlebnis der jeweiligen Tourismusdestination wird bewusst erlebbar gemacht
- Vermittelt außerordentliches Wandererlebnis
- Vermittelt Wanderkompetenz auf hohem Niveau (Vergleichsebene: Premium-Mitbewerb Österreich/Deutschland/Südtirol)
- Bedient Nächtigungs- und Ausflugstourismus
- Wertschöpfendes Leistungsbündel (Beherbergung, Gastronomie, Mobilitätslösungen, WanderführerInnen usw.)
- Eigenständige Vermarktung (Marketing, buchbare Pauschalen usw.)
- Buchbare Wanderpauschalen für bis zu einer Woche sind möglich
- Qualitätssicherungssystem vorhanden (analog und digital)
- Klimagerechte Anreise verpflichtend angeboten (öffentlicher Verkehr, Wandertaxi, etc...)

Angebote

- Regionale Leitwanderwege
- Wanderdörfer (zertifiziert nach dem Österreichischen Wandergütesiegel)

Regionale Leitwanderwege

Ein regionaler Leitwanderweg ist das strahlkräftige Aushängeschild einer Tourismusdestination. Entlang dieses Weges werden das versprochene (Marken-)Erlebnis und die besondere Faszination des Landschaftsraumes hochgradig erlebbar gemacht. Außerdem begeistert ein attraktives Wandererlebnis. Naturgemäß sind es Mehrtagestouren. Neben der Erlebnisvermittlung spielen markenkonforme Umsetzungsqualität und hochwertiger Pflegezustand eine Schlüsselrolle.

Beispiele: Unterwegs am Wiener Alpenbogen (Wiener Alpen), Welterbesteig Wachau (Wachau), Lebensweg (Waldviertel)

Kriterien:

Stimmiges Gesamterlebnis:

- Regionales Markenerlebnis wird attraktiv vermittelt:
 - Werbemittel
 - Inszenierung des Weges (Details siehe „Inszenierung des Wegeerlebnisses“)
- Attraktives Landschaftserlebnis:
 - Idealtypisches Landschaftsbild:
 - Ursprüngliche Naturlandschaft oder authentische Kulturlandschaft
 - Wechselnde Landschaftsbilder sorgen für Erlebnisreizwechsel
 - Keine störenden Elemente im Landschaftsbild (Hochspannungsleitungen, größere Industrieanlage, Autobahnen usw.)
 - Keine störende Geräuschkulisse (Gewerbetätigkeiten, Flugbetrieb, Bahnbetrieb, Straßenverkehr usw.)
 - Attraktive Ausblicke bieten Überblick
- Attraktives Wandererlebnis, optimiert für die jeweilige Zielgruppe (Anforderungen siehe „Typen von Wandergästen“)

Wegbeschaffenheit:

- Möglichst hoher Anteil an naturnahen Wegen und Pfaden
- Maximaler Straßen- bzw. Asphaltanteil stimmig im Hinblick auf Markenerlebnis und Zielgruppe

Inszenierung des Wegerlebnisses:

- Minimum: Inszenierter Start- und Endpunkt und emotionale, erlebnisorientierte Tourenbeschreibung
Optimal: Bauliche Inszenierungen konform zu regionalem Markenerlebnis und zu Zielgruppe (Anforderungen siehe „Typen von Wander Gästen“)

Orientierungssystem:

- Ausführung gemäß Leitfaden „Wandern Niederösterreich - Beschilderungshandbuch“
- Idealerweise Markierung mit Logo des Leitwanderweges (z. B. Welterbesteig)
- Hochwertige Umsetzung und professioneller Pflegezustand³
- Orientierungssicherheit gegeben
- Startplätze:
 - Beschilderung von attraktiver Haltestelle des öffentlichen Verkehrs zum Startplatz
 - Parkplatz am Tourenstartplatz (1. Startplatz) inkl. Möglichkeiten für e-Ladestationen
 - Etappenstartplätze vorhanden³

Eigenes Informationsmaterial:

- Website
- Imageprospekt
- Wanderkarte
- Digitale Tourenbeschreibungen inklusive GPS-Tracks

Mobilitätsangebot

(ÖPNV, Wandertaxi, Go-Mobil usw.)

- Für die Anreise und Rückreise muss ein Mobilitätsangebot vorhanden sein sowie
- für die Rückkehr vom Endpunkt zum Ausgangspunkt bei Linienwanderwegen.

Zentrale Service- und Infostelle/alternativ ein koordiniertes Netzwerk von Infostellen

Möglichkeit für Gepäcktransport

Interne Qualitätssicherung:

- Wegehalter und Zuständigkeiten für Umsetzungs-, Kontroll- und Wartungsmaßnahmen inklusive Meldekette sind digital bekannt gegeben und öffentlich einsehbar
- Hauptverantwortliche/r WegewartIn vorhanden (namentliche Nennung)
- Kontrollgänge: mind. 2x jährlich (Frühjahr und später) und nach Unwetter
- Dokumentation der Kontrollbegehungen bzw. der Wartungstätigkeiten³
- Weiterbildungsmaßnahmen für Wegewarte³

Regelmäßiges Monitoring (Evaluierung)

- Besucherzählung³
- Feedback³

Marken- und Wandererlebnis-Expertise für Planung notwendig

Wanderdörfer

Wanderdörfer bilden die Wanderkompetenzzentren einer Tourismusdestination. Sie machen das regionale Markenversprechen erlebbar und sind – von attraktiver Landschaft umgeben – optimale Ausgangspunkte für herrliche Wandererlebnisse. Dörflicher Charakter unterstützt heimeliges Sommerfrischegefühl. Bedarfsoptimierte Wanderinfrastruktur und hohe Beratungskompetenz zeugen von lokaler Wanderleidenschaft. Weitere Informationen bzgl. Kriterien und Zertifizierung sind dem Österreichischen Wandergütesiegel (siehe „Kontakte“) zu entnehmen.

Beispiele: Mitterbach, Annaberg, Puchberg am Schneeberg, Kirchberg am Wechsel, Moorbad Harbach, Zwettl, Yspertal



Foto: Naturparke Niederösterreich/Robert Herbst

TOURISTISCH RELEVANTES ANGEBOT

Diese Projekte verfügen über regionale touristische Strahlkraft. Sie unterstützen das regionale Markenversprechen zumindest passiv. Im Idealfall wird dieses aktiv erlebbar gemacht. Zudem bedienen sie nachhaltige Wandererlebnisse.

Das Produkt ist nicht alleinstehend, sondern ein ergänzendes Angebot zusätzlich zu anderen touristischen Leistungen.

Anforderung

- Regionale touristische Strahlkraft
- Unterstützt das Markenerlebnis der Tourismusdestination zumindest passiv
- Bedient zumindest den Ausflugstourismus
- Kein eigenständiges Produkt
- Qualitätssicherungssystem vorhanden (analog und digital)
- Klimagerechte Anreise ermöglichen (öffentlicher Verkehr, Wandertaxi, etc...)
- Buchbare Wanderpauschalen für bis zu 2 Nächte sind möglich

Angebote

- Lokale Leitwanderwege
- Wandergastgeber (zertifiziert nach dem Österreichischen Wandergütesiegel)
- Erlebniswanderwege
- Geführte Themenwanderungen
- Bergsteigerdörfer

Lokale Leitwanderwege

Ein lokaler Leitwanderweg ist das Aushängeschild einer kleineren Erlebniseinheit als eine Tourismusdestination, z. B. Naturpark, Dorf usw. Der Weg unterstützt das jeweilige regionale Markenversprechen zumindest passiv, im Idealfall wird dieses aktiv vermittelt. Die Basis bildet ein attraktives Wandererlebnis. Naturgemäß sind es eher Tagestouren.

Beispiele: Ötschergräben (Naturpark Ötscher-Tormauer), Druidenweg-Ysperklamm (Waldviertel)

Kriterien:

Stimmiges Gesamterlebnis:

- Regionales Markenerlebnis wird zumindest passiv unterstützt
- Attraktives Landschaftserlebnis:
 - Idealtypisches Landschaftsbild:
 - Ursprüngliche Naturlandschaft oder authentische Kulturlandschaft
 - Wechselnde Landschaftsbilder sorgen für Erlebnisreizwechsel
 - Keine störenden Elemente im Landschaftsbild (Hochspannungsleitungen, größere Industrieanlage, Autobahnen usw.)
 - Keine störende Geräuschkulisse (Gewerbetätigkeiten, Flugbetrieb, Bahnbetrieb, Straßenverkehr usw.)
 - Attraktive Ausblicke bieten Überblick
- Attraktives Wandererlebnis optimiert für die jeweilige Zielgruppe (Anforderungen siehe „Typen von Wandergästen“)

Wegbeschaffenheit:

- Möglichst hoher Anteil an naturnahen Wegen und Pfaden
- Maximaler Straßen- bzw. Asphaltanteil stimmig im Hinblick auf Markenerlebnis und Zielgruppe

Inszenierung des Wegerlebnisses:

- Minimum: Touren-Wanderstartplatz (Tages-tour)/Etappen-Wanderstartplätze (Mehrtages-touren) und emotionale, erlebnisorientierte Tourenbeschreibung
- Optimal: Bauliche Inszenierungen konform zu regionalem Markenerlebnis und zu Zielgruppe (Anforderungen siehe „Typen von Wander-gästen“)

Orientierungssystem:

- Ausführung gemäß Leitfaden „Wandern Nieder-österreich – Beschilderungshandbuch“
- Hochwertige Umsetzung und professioneller Pflegezustand³
- Orientierungssicherheit gegeben
- Startplätze:
 - Beschilderung von attraktiver Haltestelle des öffentlichen Verkehrs zum Startplatz
 - Parkplatz am Tourenstartplatz (1. Startplatz) inkl. Möglichkeiten für e-Ladestationen
 - Tagestour: Tourenwanderstartplatz vorhanden
 - Mehrtagestouren: Etappenstartplätze vorhanden³

Informationsmaterial:

- Website (Integration in Website der Erlebnisein-heit möglich)
- Imageprospekt (Integration in Prospekte der Erlebniseinheit möglich)
- Wanderkarte (Integration in Wanderkarte der Erlebniseinheit möglich)
- Digitale Tourenbeschreibungen inklusive GPS-Tracks

Mobilitätsangebot (ÖPNV, Wandertaxi, Go-Mobil usw.)

- Für die Anreise und Rückreise muss ein Mobili-tätsangebot vorhanden sein sowie
- für die Rückkehr vom Endpunkt zum Ausgangs-punkt bei Linienwanderwegen.

Interne Qualitätssicherung:

- Wegehalter und Zuständigkeiten für Umsetzungs-, Kontroll- und Wartungsmaß-nahmen inklusive Meldekette sind digital bekannt gegeben und öffentlich einsehbar
- Hauptverantwortliche/r WegewartIn vorhanden
- Kontrollgänge: mind. 2 x jährlich (Frühjahr und später) und nach Unwetter
- Dokumentation der Kontrollbegehungen bzw. der Wartungstätigkeiten³
- Weiterbildungsmaßnahmen für WegewartIn³

Marken- und Wandererlebnis-Expertise für Planung notwendig





Foto: Wiener Alpen/Christian Kremsl

WandergastgeberInnen

Wandergastgeber sind Beherbergungsbetriebe mit hoher Spezialisierung auf Wandergäste. Von attraktiver Landschaft umgeben, sind diese Ausgangspunkte für herrliche Wandererlebnisse. Hohe persönliche Beratungsleistung und bedarfsoptimierte Wanderinfrastruktur zeugen von hoher Wanderaffinität und Stolz auf die Heimat. Weitere Informationen bzgl. Kriterien und Zertifizierung sind dem Österreichischen Wandergütesiegel (siehe „Kontakte“) zu entnehmen.

Erlebniswanderwege

Erlebniswanderwege sind touristische Produkte, welche sich auf die erlebnisorientierte Vermittlung eines besonderen Themas entlang eines meist längeren Weges spezialisiert haben. Neben der Vermittlung des besonderen Themas steht im Erlebnisfokus auch das Wandern. Diese Wege verfügen über eine hohe überregionale Strahlkraft und sind überregional beliebte Ausflugsziele. Neben der Erlebnisvermittlung spielen die hohe Umsetzungsqualität und ein professioneller Pflegezustand eine wichtige Rolle.

Beispiele: Weg auf den Hutwisch, Weg auf den Nebelstein, Via Aqua, Römerweg, Weinweg Langenlois (Langenlois), Jochis Höfeabenteuer (Annaberg), Coronas Ameisenpfad (St. Corona am Wechsel), ...

Zielgruppen:

Nach Alter: Kinder, Familien, Erwachsene

Nach Wissensdurst: Laien, Interessierte, Fachpublikum



Foto: Niederösterreich Werbung/Andreas Jakwerth

Kriterien:

Stimmiges Gesamterlebnis:

- Leitthema wird attraktiv vermittelt
 - Werbemittel
 - Inszenierung des Weges (Details siehe „Inszenierung des Wegeerlebnisses“)
- Landschaftserlebnis korrespondiert mit Leitthema
- Geherlebnis korrespondiert mit Leitthema und jeweiliger Zielgruppe

Wegbeschaffenheit korrespondiert mit Leitthema und jeweiliger Zielgruppe

Inszenierung des Wegeerlebnisses:

- Eingangs-/Ausgangsinszenierung (themenkonform)
- Themeninszenierung: Inhaltliche, didaktische und gestalterische Aufbereitung korrespondiert mit jeweiliger Zielgruppe

Infrastruktur:

- Parkplatz mit auf geplante Besucherzahl (im Jahresdurchschnitt) abgestimmter Fläche

Orientierungssystem:

- Ausführung gemäß Leitfaden „Wandern Niederösterreich – Beschilderungshandbuch“
- Startplatz mit Übersichtstafel³
- Internes Leitsystem:
 - Hochwertige Umsetzung und professioneller Pflegezustand³

- Orientierungssicherheit gegeben
- Externes Leitsystem (= Kennzeichnung der Zufahrt) vorhanden

Informationsmaterial: Online und Print

Mobilitätsangebot

(ÖPNV, Wandertaxi, Go-Mobil usw.)

- Für die Anreise und Rückreise muss ein Mobilitätsangebot vorhanden sein sowie
- für die Rückkehr vom Endpunkt zum Ausgangspunkt bei Linienwanderwegen.

Interne Qualitätssicherung:

- Wegehalter und Zuständigkeiten für Umsetzungs-, Kontroll- und Wartungsmaßnahmen inklusive Meldekette ist digital bekanntgegeben und öffentlich einsehbar
- Hauptverantwortliche/r WegewartIn vorhanden
- Kontrolle: mind. 4 x jährlich (Frühjahr und später) und nach Unwetter
- Dokumentation der Kontrollbegehungen bzw. der Wartungstätigkeiten³
- Weiterbildungsmaßnahmen für Wegewarte³

Regelmäßiges Monitoring (Evaluierung)

- Besucherzählung³
- Feedback³

Marken- und Wandererlebnis-Expertise für Planung notwendig



Foto: Niederösterreich Werbung/Andreas Jakwerth



Foto: Niederösterreich Werbung/Michael Liebert

Bergsteigerdörfer

Die Initiative „Bergsteigerdörfer“ wurde vom Alpenverein ins Leben gerufen. Es handelt sich um (Berg-)Dörfer, die sich dem Alpentourismus verschrieben haben. Neben alpinem Landschaftsumfeld und bergsteigerischen Betätigungsmöglichkeiten spielen Nachhaltigkeit sowie sanfter Tourismus eine besondere Rolle. Ein aktiver Konnex zur jeweiligen Regionsmarke wird allerdings nicht per se hergestellt. Weitere Informationen bzgl. Kriterien und Zertifizierung sind unter www.bergsteigerdoerfer.org zu finden. Beispiel: Lunz am See

Geführte Themenwanderungen

Auf diesen Führungstouren werden besondere Themen vermittelt, welche hochgradig das Markenversprechen der jeweiligen Destination erlebbar machen – beispielsweise Weinwanderungen in der Wachau oder dem Weinviertel, Naturvermittlungstouren im Naturpark Ötscher-Tormäuer. Um die Authentizität und die Wertschöpfung zu erhöhen, sollten lokale Produkte, Produzenten und Betriebe aktiv eingebunden werden (z. B. Verkostung, Betriebsbesuch, Übernachtung, ...).

Die WanderbegleiterInnen müssen mit dem angebotenen Thema vertraut sein und über eine entsprechende thematische Ausbildung verfügen. Exemplarisch seien erwähnt: die Wanderführer-Ausbildung⁴ des VAVÖ, der Zertifikatslehrgang „Natur- und Landschaftsvermittlung“⁵ des Verbands der Naturparke Österreichs oder die naturpädagogischen Zertifikatslehrgänge⁶ des LFI Niederösterreich (Kräuterpädagogik, Grüne Kosmetik, Natur- und Landschaftsvermittlung, Weinerlebnisbegleiter, ...).

Produktbeispiel „Wein & Genuss“: Wanderung durch die Weingärten eines oder mehrerer Weinbaubetriebe, bei der von dem BegleiterIn das Thema „Wein“ erlebnisreich vermittelt wird. Im Anschluss folgt der Besuch eines Heurigenbetriebes (idealerweise ein Betrieb der durchwanderten Weingärten). Hier werden eine Verkostung der während der Wanderung erlebten Weinsorten und die Möglichkeit zum Ab-Hof-Einkauf angeboten.



Foto: Niederösterreich Werbung/Andreas Jakwerth



Foto: Donau Niederösterreich/Steve Haider

⁴ <https://vavoe.at/ausbildung/wanderfuhrer/>

⁵ <https://www.naturparke.at/vnoe/projekte/natur-und-landschaftsvermittlung/#c7068>

⁶ <https://noe.lfi.at/zertifikatslehrgaenge+2500+1056781>

LOKALES BASISANGEBOT

Diese Projekte stellen für Wanderer ein relevantes Basisangebot dar. Sie stehen nicht prominent im Schaufenster, beeinflussen in Umfang, Umsetzungsqualität und Pflegezustand aber massiv die Glaubwürdigkeit einer Wanderdestination.

Anforderung

- Relevantes Basisangebot für Wandergäste
- Lokale touristische Bedeutung

Angebote

- Lokales Wegenetz
- Themenwege



Foto: Wiener Alpen/Florian Lierzer

Lokales Wegenetz

Das Rückgrat einer jeden Wanderdestination ist ein solides Basisangebot an Wanderwegen, welches nicht nur eine gewisse Auswahl erlaubt, sondern auch besondere Wanderaffinität bzw. -kompetenz vermittelt. Spezielles Augenmerk ist hier auf attraktive Routenwahl, lückenlose Orientierungssicherheit und professionellen Pflegezustand zu legen.

Kriterien:

Ausführung gemäß Leitfaden „Wandern Niederösterreich – Beschilderungshandbuch“

Orientierungssicherheit gegeben

Hochwertige Umsetzung und professioneller Pflegezustand³

Dokumentation der Wegweiser³

Interne Qualitätssicherung:

- Zuständigkeiten für Umsetzungs-, Kontroll- und Wartungsmaßnahmen inklusive Meldekette geklärt
- Hauptverantwortliche/r WegewartIn vorhanden (namentliche Nennung)
- Kontrolle: mind. 1 x jährlich (Frühjahr) und nach Unwetter
- Dokumentation der Kontrollbegehungen bzw. der Wartungstätigkeiten³
- Weiterbildungsmaßnahmen für WegewartIn³

Themenwege

Diese Wege sind auf die Vermittlung eines besonderen Themas entlang eines Weges spezialisiert. Je nach Thema und Inszenierungsart verfügen sie über unterschiedliche Strahlkraft. So reicht die Bandbreite von regional beliebten Ausflugszielen bis zu klassischen Lehrpfaden. Im Erlebnisfokus steht das Thema. Hohe Dichte an Erlebnisinterventionen im Verhältnis zur Wegstrecke ist vorhanden.



Foto: Niederösterreich Werbung/Robert Herbst.

ANLEITUNG

ENTWICKLUNG VON WANDERTOURISMUS-PROJEKTEN

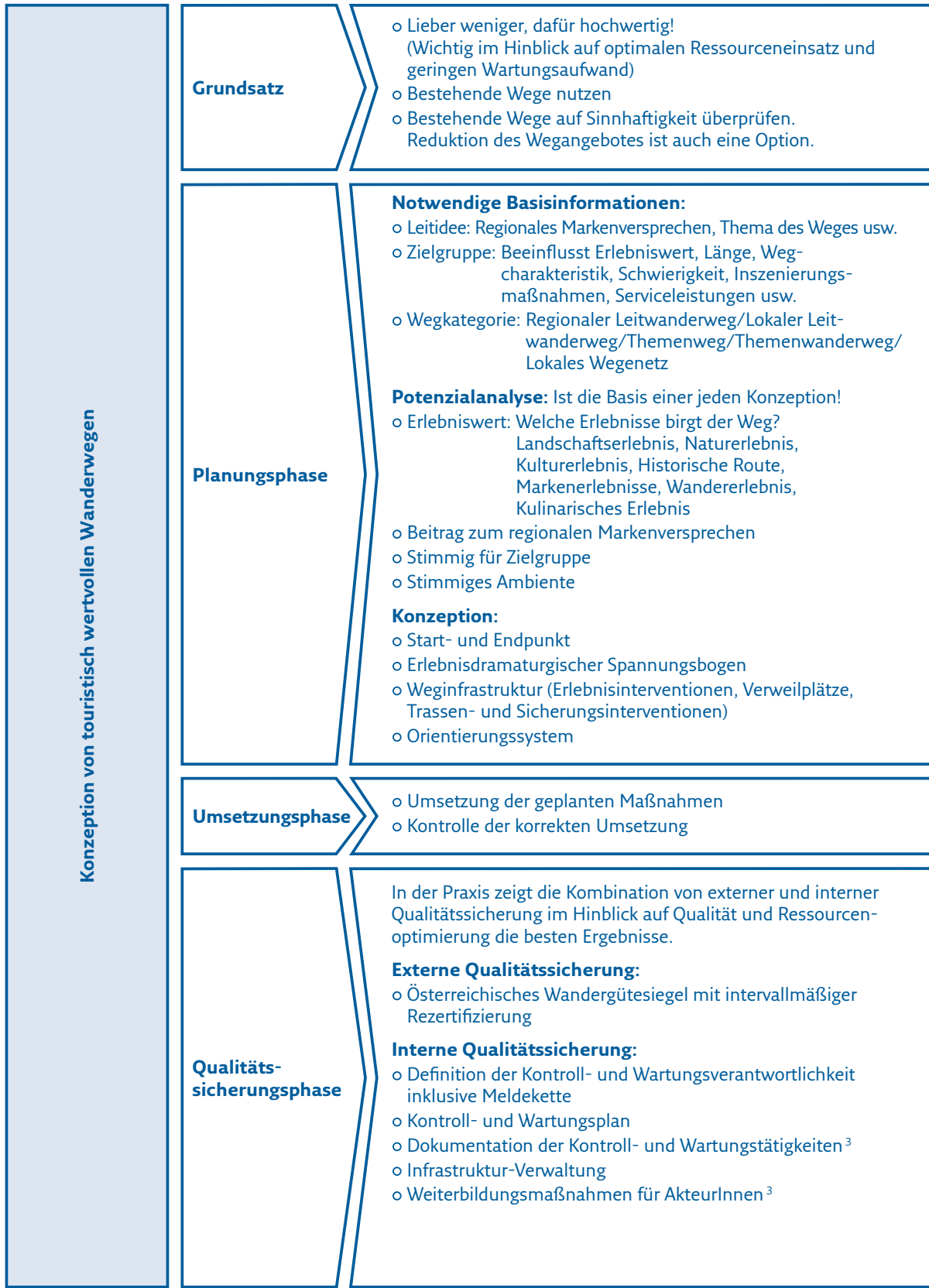
Konzeption von touristisch wertvollen Wanderwegen

Im Fokus steht die optimale Synergie eines stimmigen Marken- und eines intensiven Wandererlebnisses. Ausgangspunkt dafür sind das regionale Markenversprechen, die besondere Faszination der Landschaft und die gewünschte Zielgruppe. In der Konzeptionsphase werden gerne zwei wesentliche Punkte vergessen, die im Sinne der Ressourcenoptimierung mitgedacht werden müssen: die Kontrolle der Umsetzung und die Qualitätssicherung während des Betriebes.

Die Konzeption von touristisch wertvollen Wanderwegen bedarf sorgfältiger und umsichtiger Planung.



Foto: Wiener Alpen/Florian Lierzer



³ Details siehe Leitfaden „Wandern Niederösterreich – Beschilderungshandbuch“

Shared Trails – Kritische Punkte, Potenziale und Erfolgsfaktoren

Die Ansprüche an einen idealen Wanderweg und an einen optimalen MTB-Singletrail sind hochgradig ident. Große Differenzen eröffnen sich zwischen beiden Zielgruppen im Hinblick auf Erlebniswahrnehmung, Fortbewegungsgeschwindigkeit, Leitsystem und notwendige Wegbaumaßnahmen. Shared Trails sind somit immer ein Kompromiss. Bei bedachter und überlegter Konzeption bergen sie dennoch Potenzial für regionalen Mehrwert.

Shared Trails sind Wege, die von Wandergästen und MountainbikerInnen gemeinsam genutzt werden.



Kritische Punkte aus wandertouristischer Sicht	Potenziale	Erfolgsfaktoren
<ul style="list-style-type: none"> ○ Minderung des Wandererlebnisses durch Mehrfachnutzung eines Weges ○ Angstmomente durch unerwartet bzw. schnell erscheinende MTB-FahrerInnen, starkes Abbremsen, Rutschen usw. ○ Wegbauschäden durch MountainbikerInnen mit geringen Fahrtechnik-Skills ○ Beeinträchtigung des Landschaftsbildes durch parallel erforderliche Leitsysteme 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Mehrwert durch aktive Produktkombination beider Bewegungsarten. <i>Beispiele:</i> <ul style="list-style-type: none"> _ Angebot für multiaktive Gäste _ Bike & Hike (Überbrückung langer Zuwege usw.) _ Green Hiking (Nutzung des Fahrrades bzw. des ÖPNVs für Transfers innerhalb einer Region) ○ Mehrfachnutzung von erlebnisarmen Wegabschnitten (Forst- und Almstraßen usw.) 	<p>Konzeption</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Paradigmenwechsel von „solitären Produktlinien“ zur „multioptionalen (Marken-)Erlebnisvermittlung“ ○ Bedachter und überlegter Einsatz von Shared Trails („Shared Trails sind immer ein Kompromiss!“) ○ Abstimmung mit Regionsmarke und deren Leitwanderwegemodell ○ Detailkenntnis der Bedürfnisse beider Zielgruppen ○ Lenkung von Mountainbikern durch aktiv kommunizierte Shared Trails <p>Praktische Umsetzung</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ Prägnante Kommunikation und Kennzeichnung als Shared Trails: <ul style="list-style-type: none"> _ Werbemittel, Tourenbeschreibungen usw. _ Wegbeginn (siehe Leitfaden „Mountainbike Niederösterreich“) ○ Prägnante Kommunikation der Biker-Fair-Play-Regeln (siehe Leitfaden „Mountainbike Niederösterreich“) ○ Adaption der Wegbaumaßnahmen gemäß beider Nutzungsgruppen ○ Abstimmung beider Leitsysteme

Rechtsgrundlage

BASIS FÜR DIE ENTWICKLUNG VON WANDERWEGEN

Basis für die Entwicklung von Wanderwegen ist oft eine Vereinbarung zwischen EntwicklerInnen und BetreiberInnen der jeweiligen Wege mit den betroffenen GrundeigentümerInnen.

Je nach Art und Beschaffenheit von Wegen, die als Wanderwege genutzt werden sollen, und je nach Art der Maßnahmen, die für die Planung und Gestaltung der geplanten Wege durchgeführt werden sollen, kommen unterschiedliche rechtliche Grundlagen zusätzlich zur Vereinbarung zwischen GrundeigentümerInnen und WegebetreiberInnen zum Tragen. Dementsprechend sind von den EigentümerInnen und BetreiberInnen im Hinblick auf die Entwicklung und den Betrieb der Wege diese rechtlichen Grundlagen zu berücksichtigen und gegebenenfalls auch weitere Bewilligungen oder Genehmigungen von relevanten Behörden einzuholen. Dies betrifft beispielsweise Regelungen im Forstgesetz (z. B. Rodungsbewilligungen), naturschutzrechtliche Genehmigungen, wasserrechtliche Genehmigungen (z. B. bei neuen Bachquerungen) und die Zustimmung von Servitutberechtigten (z. B. Dienstbarkeitsrechte von alpinen Vereinen).

Welche Genehmigungen vor Beginn der Wegentwicklung und etwaigen baulichen Maßnahmen erforderlich sind, ist mit den jeweils zuständigen Behörden (meist Bezirkshauptmannschaft) abzuklären und die entsprechenden Genehmigungen einzuholen.

WEGEFREIHEIT

Der Wald darf in Österreich grundsätzlich von jeder und jedem zu Erholungszwecken betreten werden. Rechtliche Grundlage ist das Österreichische Forstgesetz (1975):

Forstgesetz § 33.

(1) Jedermann darf Wald zu Erholungszwecken betreten und sich dort aufhalten. (...)

(3) Eine über Abs. 1 hinausgehende Benutzung, wie Lagern bei Dunkelheit, Zelten, Befahren oder Reiten, ist nur mit Zustimmung des Waldeigentümers, hinsichtlich der Forststraßen mit Zustimmung jener Person, der die Erhaltung der Forststraße obliegt, zulässig. (...)

Durch den Wald zu wandern ist also grundsätzlich ohne weitere Erlaubnis zulässig, ganz unabhängig von der Tages- und Jahreszeit. Das gilt besonders auf angeschriebenen Wanderwegen. Bestimmte Betretungsverbote und Absperrungen, z. B. bei Jungwäldern, Jagdgebieten und -einrichtungen oder anderen forstlichen Sperrgebieten, sind jedoch zu beachten. Ein allgemeines Betretungsrecht gilt für öffentliche Wege, Straßen und Parks, Waldwege, Forststraßen, Wälder, Schotterbänke öffentlicher Flüsse und Ödland oberhalb der Baumgrenze. Kein zustimmungsfreies Betretungsrecht besteht für private Wege ohne Öffentlichkeitsrecht, private Gärten und Parks, Jungwald, Skipisten, Wiesen und Wiesenwege sowie Felder und Feldwege. Auch in diesen Fällen kann der Grundeigentümer einer Betretung jedoch zustimmen, die Situation vor Ort ist jedoch nicht immer ganz übersichtlich. Schilder und Wanderkarten geben oft Anhaltspunkte.

Bedachte und aufmerksame Wandergäste, die mit offenen Augen durch die Natur schreiten, markierte Wanderwege benutzen und Schilder beachten, werden auch nicht mit dem Gesetz in Konflikt geraten.

ERSITZUNG DES WEGERECHTES

Wer ein Recht in dem schützenswerten Glauben ausübt, dass er oder sie dieses innehat (dauerhafter echter und redlicher Besitz), kann es auch ersitzen. Die Ersitzungsfrist beträgt bei unbeweglichen

Sachen 30 Jahre gegenüber natürlichen Personen und 40 Jahre gegenüber juristischen Personen und der öffentlichen Hand. So kann zum Beispiel auch ein Wege- oder Betretungsrecht ersessen werden. EigentümerInnen können dem jedoch durch das Aufstellen einer Tafel mit einem Inhalt wie z. B. „Privateigentum – Begehen bis auf Widerruf gestattet!“ zuvorkommen, da dann die BenutzerInnen eines Weges im Hinblick auf die Ersitzung nicht mehr als gutgläubig anzusehen sind. Dadurch wird nämlich die gestattete Nutzung des Weges ermöglicht, jedoch kein Recht darauf begründet.

WEGEHALTERHAFTUNG UND VERKEHRSSICHERUNGSPFLICHTEN

Wer anderen schuldhaft und rechtswidrig einen Schaden zufügt, haftet dafür (zivilrechtlicher Schadenersatz). Zu beachten sind außerdem die Normen des Justiz- (z. B. fahrlässige Körperverletzung, Imstichlassen eines Verletzten, Unterlassung der Hilfeleistung) und Verwaltungsstrafrechts (z. B. naturschutzrechtliche Vorschriften).

Nach der Verkehrssicherungspflicht hat jene Person, die auch erlaubterweise, eine Gefahrenquelle schafft, dafür Sorge zu tragen dass daraus kein Schaden entsteht. Wer erkennt, dass von seinem/ihrem Eigentum eine Gefahr ausgeht, ist verpflichtet, Sicherheitsvorkehrungen zu treffen, wenn die Gefahr erkennbar ist und durch zumutbare Maßnahmen abgewehrt werden kann.

Ein Sonderfall der Verkehrssicherungspflicht ist die Wegehalterhaftung nach § 1319a ABGB. HalterIn eines Weges ist, wer die Errichtungs- und Erhaltungskosten für den Weg trägt und die Verfügungsmacht darüber hat. Das ist grundsätzlich der oder die EigentümerIn, die Pflicht kann jedoch auch vertraglich übertragen werden. WegehalterInnen sind für den ordnungsgemäßen Wegezustand verantwortlich. Dies umfasst die Beschaffenheit des Weges, die Sicherung des Weges von außen (z. B. vor auf den Weg stürzenden Bäumen) und den Schutz der Benutzer des Weges (z. B. Sicherung vor Absturzgefahr). WegehalterInnen haften jedoch nur bei einer grob fahrlässigen oder sogar vorsätzlichen Vernachlässigung ihrer Pflichten.

Bei nicht beherrschbaren Gefahren haben WegehalterInnen den Weg abzusperren. Wenn die Gefahr durch eigenes Verhalten der Wandergäste beherrschbar ist, dann sind die BenutzerInnen durch entsprechende Kenn- und Warnzeichen darauf hinzuweisen. Ansonsten sind die zumutbaren Sicherungs- und Beseitigungsmaßnahmen zu treffen. Es ist zu empfehlen, die getroffenen Maßnahmen zu Beweiszwecken sorgfältig zu dokumentieren³.

Zu keiner Haftung kommt es, wenn der Schaden bei einer unerlaubten oder widmungswidrigen Nutzung des Weges entstanden ist und eine entsprechende Wegesperre ordnungsgemäß vorgenommen wurde.

ALMEN – SICHERES NEBENEINANDER VON WEIDEVIEH UND FREIZEITNUTZERINNEN

„Wandergäste und Weidevieh“ werden mit wachsendem Wandertourismus und parallel zunehmender Entfernung großer Bevölkerungsteile vom Landleben immer häufiger zu einem Haftungsthema. Das Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus hat aus diesem Grund ein eigenes Informationsportal eingerichtet – für WeidebetreiberInnen und BesucherInnen.

Informationsportal „Sichere Almen“:
www.sichere-almen.at

Bereitgestellte Leitfäden:

- Verhaltensregeln für BesucherInnen
- Standard für die Alm- und Weidewirtschaft
- Hinweisschilder



Foto: Naturparke/Niederösterreich/Robert Herbst

Versicherung

WEGEHALTERHAFTPFLICHT-VERSICHERUNG DES LANDES NIEDERÖSTERREICH

Um eine Absicherung zu schaffen, wurde seitens des Landes Niederösterreich eine subsidiär geltende Wegehalterhaftpflichtversicherung abgeschlossen.

Unabhängig von der in der oben beschriebenen Haftpflichtversicherung der WegbetreiberInnen getroffenen Versicherungsvereinbarung besteht über das Amt der NÖ Landesregierung eine subsidiär geltende Wegehalterhaftpflichtversicherung mit einer Pauschalversicherungssumme von 5 Mio. Euro für Personen-, Sach- und daraus abgeleiteten Vermögensschäden. Darin mitversichert ist die Grundstückseigentümerin und der Grundstückseigentümer sowie die/der Berechtigte, die/der die Wegehalterhaftung übernommen hat. Versichert ist auch das Haftungsrisiko der befugten Bewirtschafterinnen und Bewirtschafter des Waldes, der Alm oder des Landwirtschaftsbetriebes für Schäden, die den Wegbenützenden zugefügt werden, analog dem Deckungsumfang einer landwirtschaftlichen Betriebshaftpflichtversicherung. Der Versicherungsschutz bezieht sich auch auf die Haftung der Wegehalterin und des Wegehalters hinsichtlich der an die Wege und Routen angrenzenden Grundstücke, sofern sie für deren Instandhaltung verantwortlich sind. Im Falle eines versicherten Personenschadens übernimmt der Versicherungsbetrieb auch die Kosten (Verteidigungs- und Sachverständigenkosten, Zeuginnen-/Zeugengebühren und Gerichtskosten) zu einem eingeleiteten Strafverfahren.

Förderungen

Analog zum Leitfaden Wandern Niederösterreich werden seitens des Landes Niederösterreich und seiner unterschiedlichen Organisationseinheiten (z. B. Niederösterreich-Werbung, ecoplus Regionalförderung, Destinationsorganisationen) verschiedene Unterstützungsleistungen geboten. Eine Form der Unterstützungsleistungen stellen auch monetäre Förderungen für Wanderprojekte dar. Sämtliche Unterstützungsleistungen und somit auch etwaige monetäre Förderungen werden nach dem Prinzip der tourismuswirtschaftlichen Relevanz der Projekte eingestuft. Basis für diese Förderleistungen bildet die in der Wander-Strategie Niederösterreich definierte Wanderpyramide mit ihren drei Ebenen. Reine Beschilderungsprojekte können über den NÖ Landschaftsfonds unterstützt werden. Diese werden in der Abteilung Wirtschaft, Tourismus und Technologie des Amtes der NÖ Landesregierung abgewickelt und sind auch hier zu beantragen.

Projekte zur touristischen Wegeentwicklung können über die ecoplus Regionalförderung Unterstützung erhalten. Die Beschilderung touristischer Wege ist wiederum beim Landschaftsfonds über die Abteilung Wirtschaft, Tourismus und Technologie des Amtes der NÖ Landesregierung zu beantragen.

Details zur unterschiedlichen Charakteristik der Wanderprojekte findet man im Kapitel Wander-Strategie Niederösterreich. Die detaillierten Vorgaben/Voraussetzungen für Wander-Projekte finden sich unter www.ecoplus.at/wandern

BASISVORAUSSETZUNGEN FÜR FÖRDERPROJEKTE

Um förderfähig zu sein, müssen Projekte den Vorgaben des Leitfadens Wandern Niederösterreich und dem Beschilderungskonzept des Landes Niederösterreich entsprechen, über touristische Relevanz verfügen sowie digital erfasst und öffentlich einsehbar sein.



Foto: Niederösterreich Werbung/Robert Herbst

WEITERE INFORMATIONEN

TOURISMUSSTRATEGIE DES LANDES NIEDERÖSTERREICH:

tourismus.niederoesterreich.at/tourismusstrategie

WANDERANGEBOT DER NIEDERÖSTERREICH WERBUNG:

www.niederoesterreich.at/wandern

ÖSTERREICHISCHES WANDERGÜTESIEGEL:

(Marken-)Erlebnisorientierte Qualitätsstandards, Kriterien, Zertifizierung von Wanderdörfern und Wandergastgebern. Vereinigung zur Qualitätssicherung für Wandern in Europa
www.wanderguetesiegel.at

WEGEHANDBUCH DER ALPENVEREINE:

Grundlagenwerk für die Planung, Umsetzung und Instandhaltung von (alpinen) Weganlagen. Enthält auch den Beschilderungsstandard des Österreichischen Alpenvereins
www.alpenverein.at/portal/huetten-wege/wegenetz/

SICHERE ALMEN:

Standard für Alm- und Weidewirtschaftung, Hinweisschilder, Verhaltensregeln für Besucher. Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus
www.sichere-almen.at

KLETTERGARTEN- UND KLETTERSTEIGBAU:

Technische Standards, Umsetzungsempfehlungen usw. Österreichisches Kuratorium für Alpine Sicherheit
www.alpinesicherheit.at

Erste Ansprechpartnerinnen sind vor Ort die jeweiligen Destinationen

Mostviertel Tourismus GmbH

www.mostviertel.at

Destination Waldviertel GmbH

www.waldviertel.at

Wiener Alpen in Niederösterreich Tourismus GmbH

www.wieneralpen.at

Wienerwald Tourismus GmbH

www.wienerwald.info

Donau Niederösterreich Tourismus GmbH

www.donau.com

Weinviertel Tourismus GmbH

www.weinviertel.at

Niederösterreich-Werbung GmbH

Hier finden Sie Informationen zum Thema touristisches Wandern in Niederösterreich
www.tourismus.niederösterreich.at/wandern

Förderungen für Wandertourismus-Projekte

Touristische Wanderwegentwicklung:

www.ecoplus.at/wandern

Beschildungsprojekte: Amt der NÖ Landesregierung, Abteilung Wirtschaft, Tourismus und Technologie

www.noe.gv.at/wandern

Weitere AnsprechpartnerInnen

Österreichisches Wandergütesiegel:

Vereinigung zur Qualitätssicherung für Wandern in Europa
Unterwollaniger Straße 53, 9500 Villach
Tel. +43(0) 4242 / 25 75 30
office@wanderguetesiegel.at
www.wanderguetesiegel.at

Wegehandbuch des Alpenvereins:

Österreichischer Alpenverein
Olympiastraße 37, 6020 Innsbruck
Tel. +43(0) 512 / 595 47,
office@alpenverein.at
www.alpenverein.at

VAVÖ: Verband alpiner Vereine Österreichs

Bäckerstraße 16, 1010 Wien
Tel. +43(0) 1 / 512 54 88, vavoe@vavoe.at
www.vavoe.at

VNÖ: Verband der Naturparke Österreichs

Alberstraße 10, 8010 Graz
Tel.: +43(0) 316 / 31 88 48 - 99
office@naturparke.at
www.naturparke.at

LFI: Ländliches Fortbildungsinstitut

Niederösterreich
Wiener Straße 64, 3100 St. Pölten
Tel. +43(0) 50 / 25 92 61 00, lfi@lk-noe.at
noe.lfi.at

Sichere Almen:

Bundesministerium für Nachhaltigkeit und Tourismus
Stubenring 1, 1010 Wien
Tel. +43(0) 1 / 71 10 00,
office@bmnt.gv.at
www.sichere-almen.at

Klettergarten- und Klettersteigbau:

Österreichisches Kuratorium für Alpine Sicherheit
Olympiastraße 10, 6020 Innsbruck
Tel. +43(0) 512 / 365 451
office@alpinesicherheit.at
www.alpinesicherheit.at

Abteilung Wirtschaft, Tourismus und Technologie
beim Amt der Niederösterreichischen Landesregierung
3109 St. Pölten
Landhausplatz 1, Haus 14
Telefon: +43 (0)2742 / 9005 - 16119
post.wst3@noel.gv.at
www.noel.gv.at

