

**Raum: Goldene Zeit**  
**Uhrzeit: 12:00 Uhr**

## **Ergebnisse – Gedanken – Notiz-Splitter**

Vielen Dank an die Studenten der Hochschule Worms, die diese Session mitprotokolliert haben.

### **Tourismustrend – Mikroabenteurer**

Tourismus Trend: Mikroabenteurer. Wie erzeugen wir daraus Wertschöpfung?

Unterwegs und Abenteuer suchen. Wie können wir das besser verknüpfen?

- Seit dem Ausbruch von Corona, wollen Leute mehr denn je nach Draußen und dabei die Natur aktiv erleben. Dieser Trend ist auch durch mehrere Inhalte in digitalen Medien zu erkennen und verspricht auch dieses Jahr weiter zu zunehmen.
- Mikroabenteurer sind noch nicht so genau definiert. Hier wird aber auch als Wort für „Auszeit“, den **Alltag aufzutanken** oder eine „**kleine Flucht**“ aus dem Alltag zu finden, verstanden.
- Gesucht wird, was das Gegenteil vom Alltag ist, dieser kann z.B. auch nach dem Feierabend erfolgen.
- Christoph Foerster war der erste der diesen Begriff nutzte und diesen anderen „Outdoor-Trips“ abgrenzte, indem draußen übernachtet wird (ohne Zelt), insgesamt max. 72 Stunden unterwegs ist, nur ÖPNV nutzt (kein Auto, kein Flugzeug) und am wichtigsten alles wieder so verlassen wie es vorgefunden wurde, auch „**leave no trace**“.
- Bereits einige Startups sind schon im Trend eingestiegen (1NITE TENT, Wildes Schleswig-Holstein, Sleeperoo, VANSITE, CABIN, etc.) Allerdings folgen diese nicht dem gleichen Konzept wie Foerster.
- Potentielle Chancen/Handlungsfelder Vs. Risiken/Schwächen von Mikroabenteurer?
- Risiko durch uninformierte Abenteurersuchende, die der Natur schaden, ohne es zu wissen.
- Abenteuer-Momentum muss da sein, Reisende wollen aber trotzdem Sicherheit haben.

- Stadtnahe Produkte schaffen und Infrastruktur integrieren.
- Regionale Produkte und Austausch zwischen den Abenteurern und der lokalen Bevölkerung.
- Wandern und Genuss in den einzelnen Regionen.
- Bestehende Angebote wie Camping passen nicht zum Konzept oder diese reichen nicht, um die immer wachsende Nachfrage zu decken.
  - **Idee:** Hoteliers, Weingütern die „Outdoor“/“Nächte draußen“ in Zusammenarbeit mit Wandervereinen anbieten.
- Naturschutz muss im Vordergrund stehen.
- Aus Marketinggründe besteht die Möglichkeit, dass dieser Trend weiter gepusht wird ohne, dass die pushenden Akteure die Folgen dafür tragen. Dies führt zu einem hohen Konfliktpotential.
  - Besucher suchen weiterhin unberührte Natur, daher auch relativ schwierig Angebote zu finden.

#### **Fazit:**

- Mikroabenteuer sind noch nicht sehr klar definiert.
- Eine kleine Flucht in die Natur von heute auf morgen.
- Probleme: Spontantität, nicht genug vorhandene Infrastruktur, Naturschutz muss im Vordergrund stehen, fehlende Kommunikation und Integration der Angebote, um eine gewisse Wertschöpfung in der Destination zu erzeugen.