

„Walk like a Local“ auch in Bingen?

Rüdesheimer Gründer erfindet digitales Wanderkonzept, inklusive Picknick-Rucksack

Von Christine Tscherner

BINGEN/RÜDESHEIM. Mit Cleverness und Charme: Kai Climenti schnürt Rucksäcke mit Wein, Spielkarten und Gläsern. Der Rüdesheimer erhielt für „Walk like a Local“ den Rheingauer Gründerpreis. Seit Frühjahr 2020 ist seine Idee auf dem Markt, die reales Ausflugserlebnis mit digital geführter Tour verbindet.

BLICK ÜBER DEN RHEIN

Corona gab den Anstoß. „Eigentlich verkaufen wir geführte Weinwanderungen, aber durch die Hygieneregeln war das lange Zeit nicht möglich.“ Climenti überlegte sich ein kontaktloses Konzept für den Kunden, das für Anbieter und Bucher möglichst stressfrei funktioniert. „Rebenschweber“ und „Raufgänger-Route“ sind lässige Namen für Spaziergänge, die auch Binger gut kennen: Hinauf zur Germania, durch Weinberge mit Ausblick und am Niederwald entlang gehen die digital geführten Strecken mit Videomaterial als Unterstützung.

Dazu gibt es lokalen Wein in der Thermotasche, Landkarte und 15 Spielkarten mit QR-Codes. „Das Riesenpfund ist, dass die Touren zeitunabhängig und komplett autark funktionieren.“ Sogar für Nacht-Wanderungen hat Climenti eine Mondschein-Edition parat.

Meist sind es Pärchen oder Freunde, die Walk-like-a-Local-Taschen ordern. 500 Stück hat Climenti seit dem Start verkauft. „Die Zielgruppe liegt zwischen 25 und 65 Jahren.“ Lust auf Weintrinken, wandern und Landschaftsgenuss ist Voraussetzung. Die Empfehlungsquote sei hoch. „Wir verschicken die Taschen auf Wunsch vorab oder der Kunde holt sie bei uns direkt an der Seilbahn ab.“

Das Voucher von der Binger Tourist-Information kaufen und in Rüdesheim einlösen? Das scheint für die meisten Gäste zu kompliziert. „Was da-

gegen gut läuft, ist die Vermarktung über das Papa Rhein Hotel“, sagt Climenti. Die Lage direkt an der Autofähre bringe mit Mini-Kreuzfahrt die Tour nach Bingen.

Ob sich der Gründer auch eine Kombi-Lösung der Schwesterstädte vorstellen kann oder ein Franchise-Prinzip auf der anderen Rheinseite? „Es gab schon eine konkrete Anfrage aus Ingelheim“, sagt Kai Climenti. Weingüter der Rotweinstadt sehen im Konzept wohl Chancen. Als Rüdesheimer-Spezialist sieht der Lokal-Profi sein Revier im Rheingau. „Aber ein Mini-Franchise

mit uns als Know-how-Geber ist ja durchaus denkbar.“

Der Tourist, so seine Erfahrung erlebe ohnehin die Region, nicht die einzelne Stadt. „An uns würde eine Kooperation nicht scheitern, wir haben Bock“, sagt Climenti offen. Als zusätzliches Standbein zu Ferienwohnungen und geführten Touren haben sich die „Walk-like-a-lokal“-Buchungen für seinen Betrieb etabliert.

„Sechs Monate Arbeit für das Konzept und über 50000 Euro Investition stecken darin“, sagt der Erfinder. Auch über Corona hinaus behält er es bei. „Wir können bei vollen Grup-

penführungen immer auf die Digital-Variante verweisen.“ Auch das Hickhack mit Stornos fällt bei „Walk-like-a-Local“ weg. Nur ein Smartphone und Wanderschuhe braucht der Kunde, kann ganz individuell starten, sein Tempo bestimmen, seine Pausen frei wählen.

Der Rheingau scheint ein guter Nährboden für die Versorgung von Wanderern abseits herkömmlicher Konzepte zu sein. Weinkühler zur Selbstbedienung an viel begangenen Routen, sie gab es hier lange, bevor professionelle Vinomaten überhaupt auf dem Markt waren.

Aulhäuser Winzer waren oberhalb der Ehrenfels Vorreiter. Viele Binger schätzen im Weinberg die gekühlten Weißwein-Boxen für Selbstein-schenker, später nachgerüstet mit Kartenlesegerät zum Jugendschutz. Während die Self-service-Boxen auf artige Wanderer vertrauen, ist bei Walk-like-a-Local Vorabkasse gefragt. Für beide Konzepte stehen sonnige Rastplätze auf Weinbergsmauern parat. Lock-down-Wochen lieferten die Basis für einen wahren Boom.

Fakt ist: Walk-like-a-Local könnte genauso schön rund um Bacharach, ins Viertäler-Gebiet, auf dem Rochusberg oder auf die Rhein-Nahe-Schleife bis in den Binger Wald oder ans Kulturufer führen. „Es braucht immer einen Local vor Ort, damit das Konzept authentisch ist“, gibt Climenti Interessenten auf den Weg.



„Walk like a Local“-Kühltasche und Inhalt.

Foto: Samira Schulz