

4-Seasons.de



Globetrotter.de
Ausrüstung



Merke: Alle sitzen
im selben Boot.

»Die Überdosis Adrenalin ist out«

25 Jahre Faszinatour: Das sind 25 Jahre organisierter, trendiger Natursport – ein Vierteljahrhundert, in dem »Outdoor« vom Nischenprodukt zur Massenkultur geworden ist. 4-Seasons sprach mit Werner Vetter, der Faszinatour 1986 mitgegründet hat.

4-Seasons: Eure Spezialität sind Raftingtrips und Canyoningtouren. War das 1986 eure Antwort aufs verstaubte Berg- und Wanderführerimage?

In den USA, Australien, Neuseeland, ja sogar in Afrika und Nepal war Rafting damals längst etabliert. Aber bei uns gab es das halt noch nicht. Wir wollten weder Animatoren noch Bergführer sein und pflegten eine jüngere, frechere Guide-Kultur, die den Zeitgeist traf – mit aller Professionalität, was die Sicherheit angeht.

Heute ist Faszinatour kein kleiner Schlauchbootvermieter mehr, sondern ein Unternehmen mit 160 Mitarbeitern.

Ja, wir haben uns zum größten europäischen Outdoor-Dienstleistungsanbieter gemauert! Wir bieten neben dem Adventure & Sports Programm auch Management-Trainings, Outdoor-



Werner
Vetter ist
fasziniert
von der
Natur.

Events, Schüler- und Azubi-Camps, Hochseilgartenbau und unsere Outdoor-Akademie.

Seid ihr die Outdoor-Dienstleister der Spaßgesellschaft?

Wer bei uns bucht, sucht nicht den ultimativen Kick, sondern eine Auszeit von der stressigen

Arbeitswelt. Unsere Gäste empfinden die Aktivitäten als persönlich bestätigend, belohnend, bereichernd. Dabei spielen die Guides eine wesentliche Rolle – mit ihrer ausgeprägten sozialen Kompetenz, mit der vollen Fachkompetenz am Fluss, auf dem Berg oder im Hochseilgarten. Wir machen ständig pädagogische Aus- und Weiterbildungen.

Ihr habt 1997 den ersten Hochseilgarten in Deutschland gebaut. Wozu ist diese Turnerei eigentlich gut?

Auf solchen Anlagen erweitert der Mensch seine Basisfähigkeiten, er definiert seine Möglichkeiten neu, lernt zu entscheiden, zu kommunizieren, mit Ängsten umzugehen. Er verankert im limbischen System des Gehirns neue Glaubenssätze: »Ich kann es schaffen«; »Ich bin besser, als ich dachte«; »Ich verzichte, dann geht es mir besser«. Hochseilgärten setzt man in der Persönlichkeitsentwicklung, der Psychotherapie und in der Erlebnispädagogik ein. Wissenschaftlich belegt werden zum Beispiel Burnout-Patienten, die man im Hochseilgarten »therapiert«, schneller und nachhaltiger gesund.

Wie sieht denn eure Kundschaft aus?

45 Prozent sind touristische Kunden, 30 Prozent kommen aus dem Business. Schulen und Azubis machen die restlichen 25 Prozent aus.

Ihr veranstaltet viele Jugend-Camps. Was sind denn das für Kinder und Jugendliche, die zu euch kommen?

Da gibt es zum einen Schüler mit städtischer oder großstädtischer Sozialisierung. Sie sind eher naturfremd und verhalten sich sowohl im Koordinativen als auch in ihrem Engagement sehr verstört. Die fragen dann, wie sie



Wisse: Du kannst das.

Wer bei uns bucht, sucht nicht den ultimativen Kick, sondern eine Auszeit von der stressigen Arbeitswelt.

durch den Bach kommen und ob sie dazu Schuhe und Socken ausziehen sollen, ob es Fische im Wasser gibt, wann es dunkel und wieder hell wird und ob das immer so ist. Und wo das nächste Internetcafé ist. Nach zwei bis drei Tagen sind sie aber voll dabei. Schüler aus ländlicher Herkunft sind meist schon von Anfang an begeistert und motiviert.

Eine andere »Problemgruppe« sind die Führungskräfte. Hätte es die Finanzkrise nicht gegeben, wenn die Banker sich vorher bei euch in die Schlauchboote gesetzt hätten?

Na, so einfach ist das nicht. Unsere Gesellschaft ist auf Autonomie, Gewinnmaximierung und Optimierung programmiert. Das betrifft Manager und Banker ebenso wie dich und mich. Schlauchbootfahren oder sich in der Natur zu bewegen, wäre hilfreich, wenn dabei auch die Sozialkompetenzen geschult beziehungsweise neu gelernt werden

würden. Leider hat sich diese Erkenntnis noch nicht überall durchgesetzt.

Mal angenommen: Merkel, Westerwelle und Seehofer kommen zu euch – zum »Teambuilding«. Wo geht ihr mit denen hin? Auf den Hochseilgarten? Oder besser in die Höhle?

Na, das wär mal was! Wir würden erst mal sauber analysieren: Was fehlt, was funktioniert nicht, was ist das Ziel und zu welchem Zweck wird es verfolgt? Daraus ergäbe sich bestimmt ein anderes Bild als das, was wir gerade vor Augen haben. Nach der Diagnose würden wir entscheiden, ob das eine oder das andere sinnvoll ist. Ich glaube, bei den Dreien wäre es weder der Hochseilgarten noch die Höhle.

Wie geht es »outdoor« weiter: Zurück zur Natur oder hin zu noch wilderen Installationen und Sensationen?

Das Spektakuläre wird immer gefragt sein, schon weil die Medien am liebsten darüber berichten. Die Zeit der »Fun«-Gesellschaft ist aber schon zu Ende gegangen. Nun wird entschleunigt, man besinnt sich, man redet wieder stärker von Werten und Nachhaltigkeit. »Outdoor« wird in den nächsten zehn bis 20 Jahren als ein wesentlicher

Gesundheitsfaktor im psychosozialen Bereich wahrgenommen werden. Diese Bewegung hat gerade erst begonnen!

Man liest von jungen Leuten, die über grüne Wiesen wandern und die Zeitschrift »Landlust« abonnieren. Merkt ihr was von diesem Trend?

Definitiv ja – in bestimmten Programmen. Da kommen jüngere Kunden zu uns ins Inntal, um zu raften und zu wandern. Das ist neu. Diese Menschen stellen sich wieder zunehmend Fragen: Wo kommt alles her? Warum ist es so, wie es ist? Wie lebe ich glücklich und zufrieden? Schneller, höher, wilder: Das ist den Wilden vorbehalten, die es immer gab und immer geben wird. Sie werden allerdings in den nächsten Jahren von den Anbietern weniger beachtet werden. Die Überdosis Adrenalin ist out.

Mehr Infos: www.faszinatour.de



Oregon® 450t

Wenn die Welt wartet. Losgehen.

Der Garmin Oregon® 450t ist dabei. Er zeigt mir per Touchscreen und Farbdisplay, was Europa zu bieten hat. Mit plastischer Geländedarstellung, Höhenlinien, barometrischem Höhenmesser und 3-Achsenkompass. So mache ich meinen Weg!
www.garmin.de


GARMIN