

Mathias Behrens-Egge, Erik Neumeyer | 29.8.2023

Deutscher Wanderverband

erste Ergebnisse der BTE-  
Wanderstudie 2023

# Aktuelle Entwicklungen im Wandermarkt; Bedeutung des Wanderns im Wohnmobilmarkt

# aktuelle Marktforschungen zum Wandern

Studie zu aktuellen Entwicklungen im Wandermarkt.

im Alter 16-75 Jahre | n = 1.000 Wandernde aus 1.400 Befragten

## Schwerpunkte

- Blick auf ausgewählte Präferenzen von Wandernden
- Informationsverhalten von Wandernden entlang der Customer Journey
- Nutzung digitaler Dienste, v. a. während der Wanderung
- Interesse an Inszenierungen an Wanderwegen
- Beschilderung von Wanderwegen-/Regionen: Verständnis und Präferenzen
- Bedeutung des Wanderns im Wohnmobilmarkt bzw. Bedeutung von Wohnmobilen für das Wandern



erste Ergebnisse der BTE-  
Wanderstudie 2023  
→ es wird noch mehr geben!

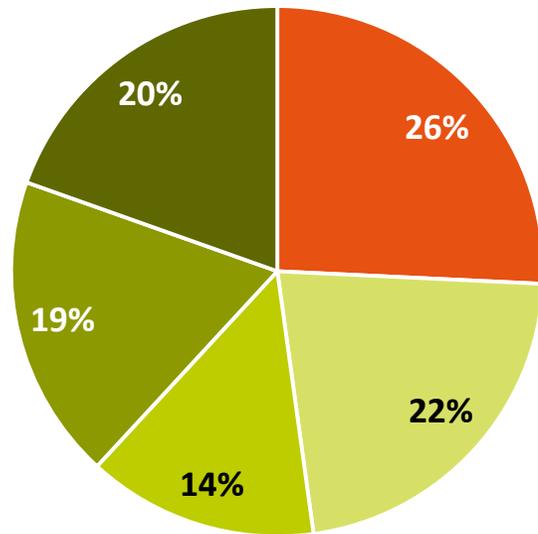
# Datengrundlage und Methodik

**Durchführung einer bevölkerungsrepräsentativen online Umfrage**  
im Alter 16-75 Jahre | n = 1.000 Wandernde aus 1.400 Befragten

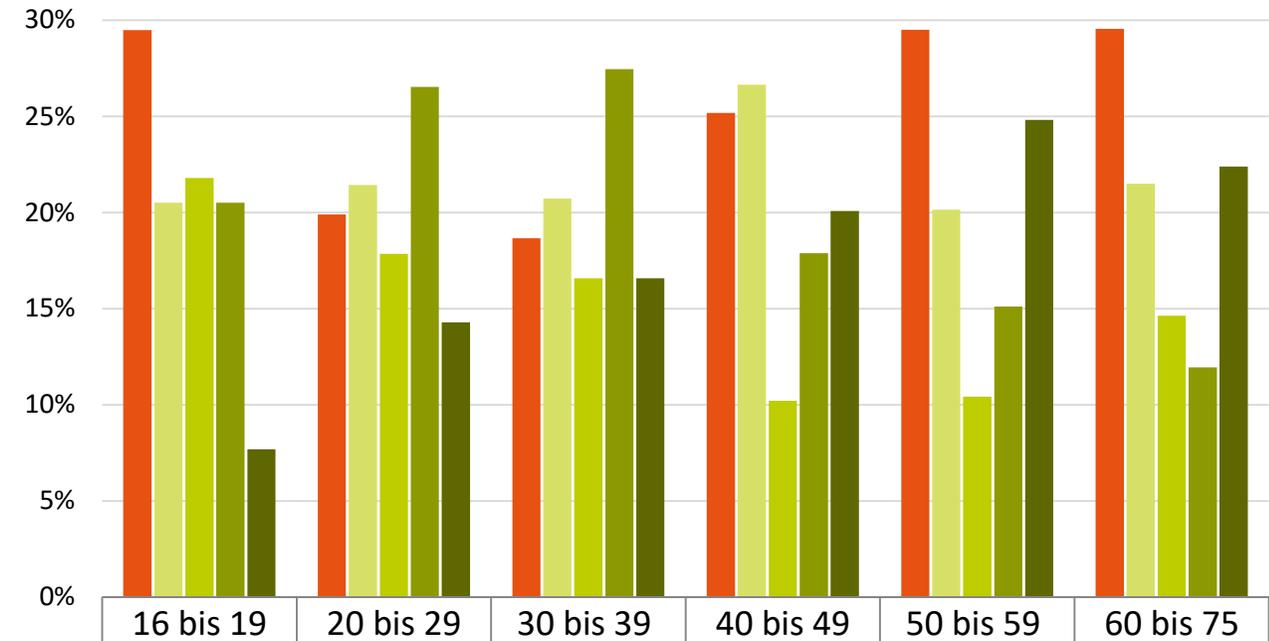
- **noch laufend/ergänzend: vergleichbare Befragung im Netzwerk des Deutschen Wanderverbandes: Mitglieder, Partner = Intensiv-Wandernde**
- **Fortschreibung einer vergleichbaren Befragung in 2017/2018**
- **Ergänzung vorliegender Marktforschungen**
  - Grundlagenstudie Freizeit- und Urlaubmarkt Wandern, 2010
  - Wanderstudie - Der Deutsche Wandermarkt, 2014
  - jährlicher Wandermonitor, Befragung von „häufig-Wandernden“
  - weitere Marktdaten und Statistiken, z. B. Allensbach

# BTE-Wanderstudie 2023 - ausgewählte Ergebnisse

## Wanderhäufigkeit | nach Alter



- nie
- ca. 1-3-mal im Jahr
- ca. 4-6-mal im Jahr
- ca. 1-mal im Monat
- ca. 2-mal im Monat oder öfter



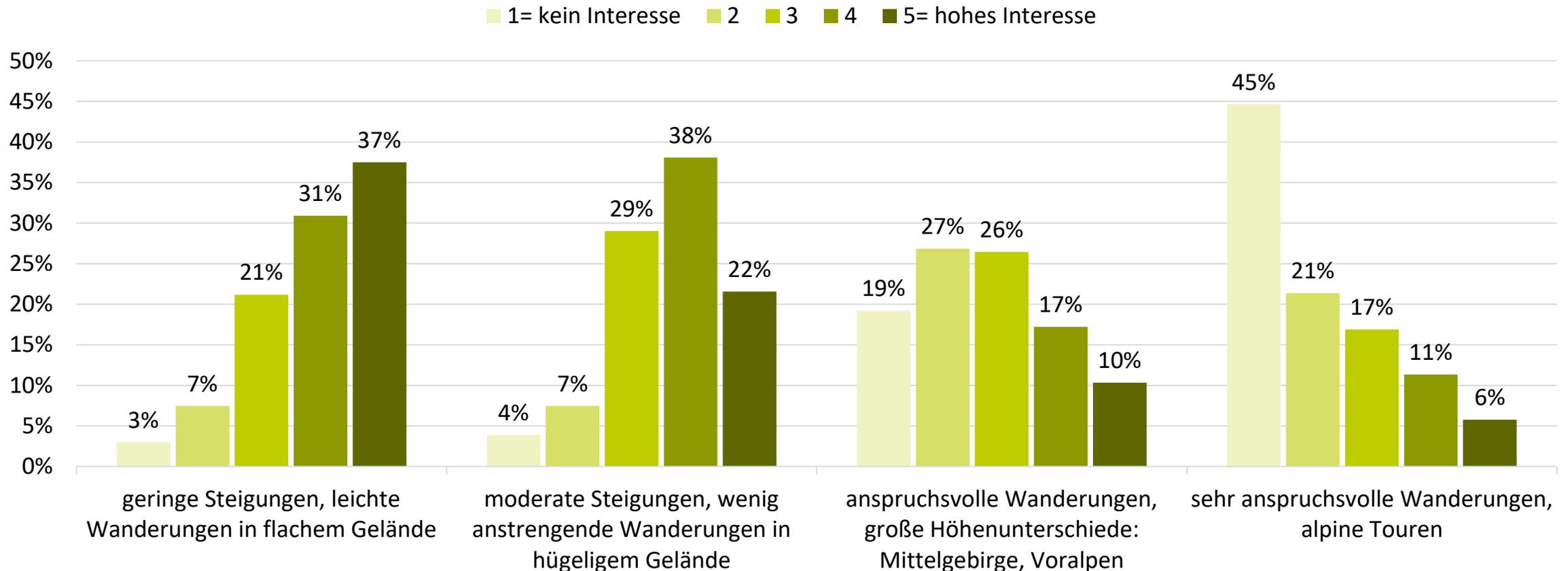
	16 bis 19	20 bis 29	30 bis 39	40 bis 49	50 bis 59	60 bis 75
<span style="color: #e67e22;">■</span> nie	29%	20%	19%	25%	29%	30%
<span style="color: #d4edda;">■</span> ca. 1-3-mal im Jahr	21%	21%	21%	27%	20%	21%
<span style="color: #c3e6cb;">■</span> ca. 4-6-mal im Jahr	22%	18%	17%	10%	10%	15%
<span style="color: #a6c9ec;">■</span> ca. 1-mal im Monat	21%	27%	27%	18%	15%	12%
<span style="color: #7ed321;">■</span> ca. 2-mal im Monat oder öfter	8%	14%	17%	20%	25%	22%

n = 1.355; Antworten auf Frage „Wie häufig wandern Sie?“

# BTE-Wanderstudie 2023 - ausgewählte Ergebnisse

## Präferierte Wanderformen - Landschaft

differenziertes Bild ermittelt, jeweiliges Interesse erfragt, nicht „entweder – oder“

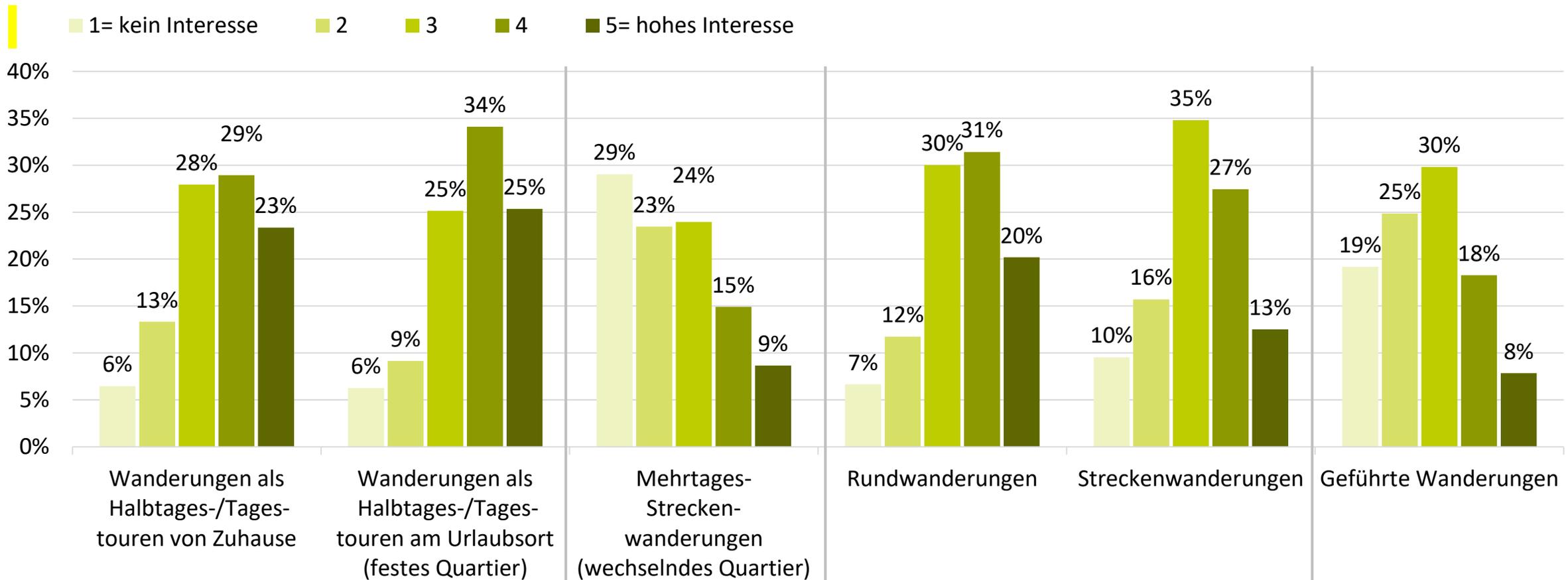


n = 1.006; Antworten auf Frage „Welchen Schwierigkeitsgrad bevorzugen Sie bei Ihren Wanderungen? Bitte bewerten Sie in 5 Stufen von 1 = "kein Interesse" bis 5 = "hohes Interesse"“

# BTE-Wanderstudie 2023 - ausgewählte Ergebnisse

## Präferierte Wanderformen - Format der Wanderung

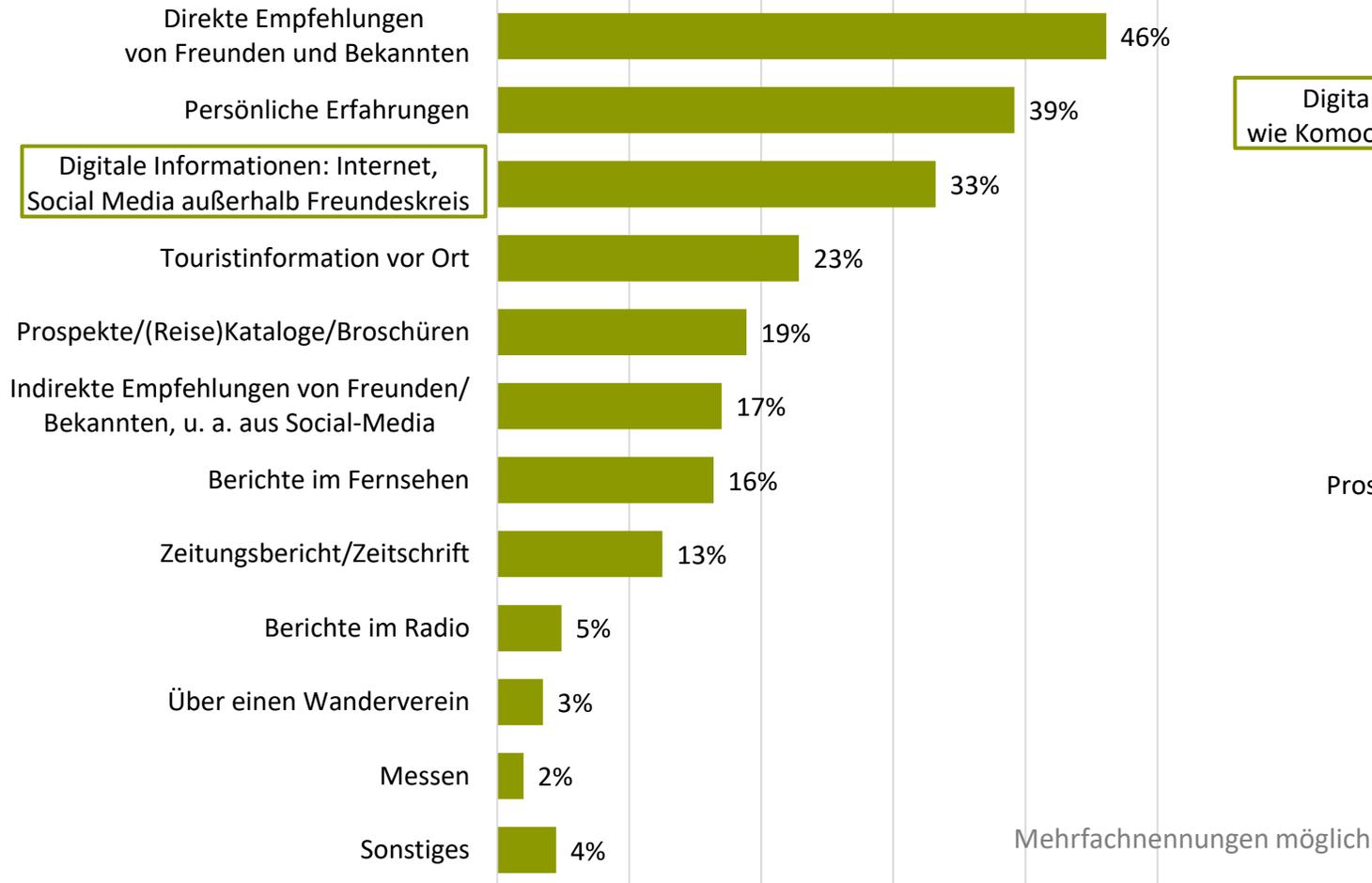
differenziertes Bild ermittelt, jeweiliges Interesse erfragt, nicht „entweder – oder“



n = 1.006; Antworten auf Frage „Wie interessant sind folgende Arten von Wanderungen für Sie? Bitte bewerten Sie in 5 Stufen von 1 = „kein Interesse“ bis 5 = „hohes Interesse“

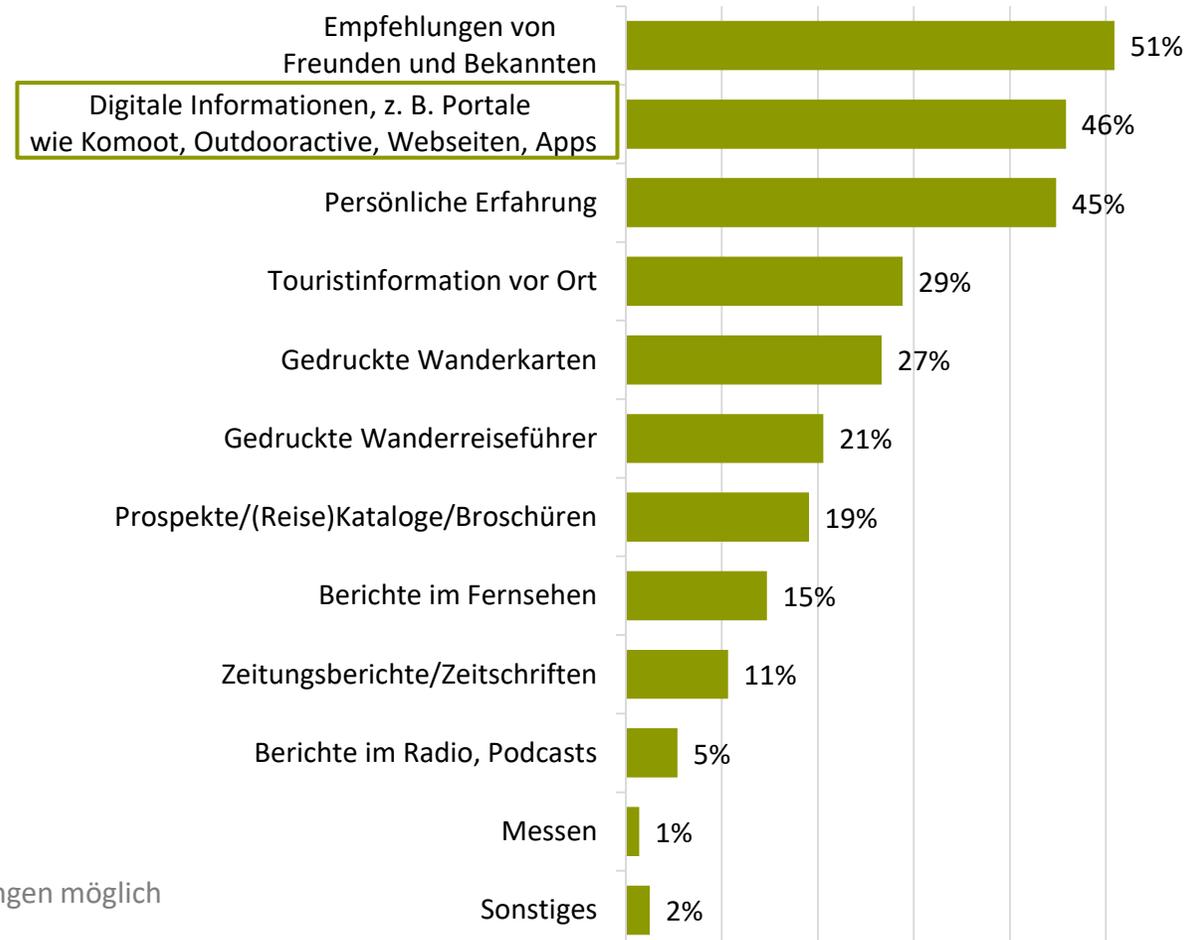
# BTE-Wanderstudie 2023 - ausgewählte Ergebnisse

## Inspirationsquellen vor einer Wanderung



n = 1.006; „In Bezug auf Ihre letzte(n) Wanderung(en), wie sind Sie auf Wanderregion/-weg aufmerksam geworden? Was hat Sie auf die Idee gebracht, Wanderregion/-weg zu besuchen?“

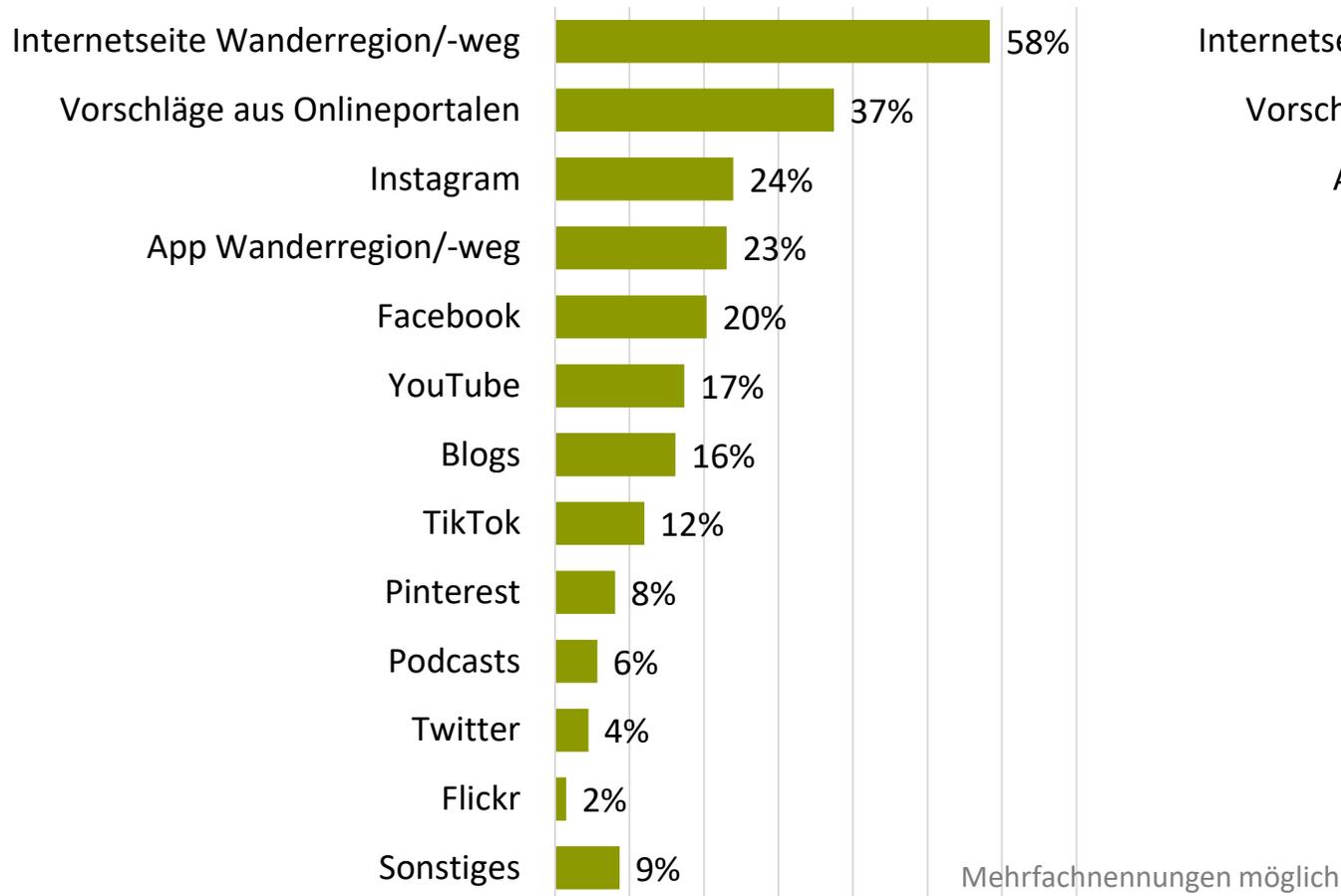
## Informationsquellen vor einer Wanderung



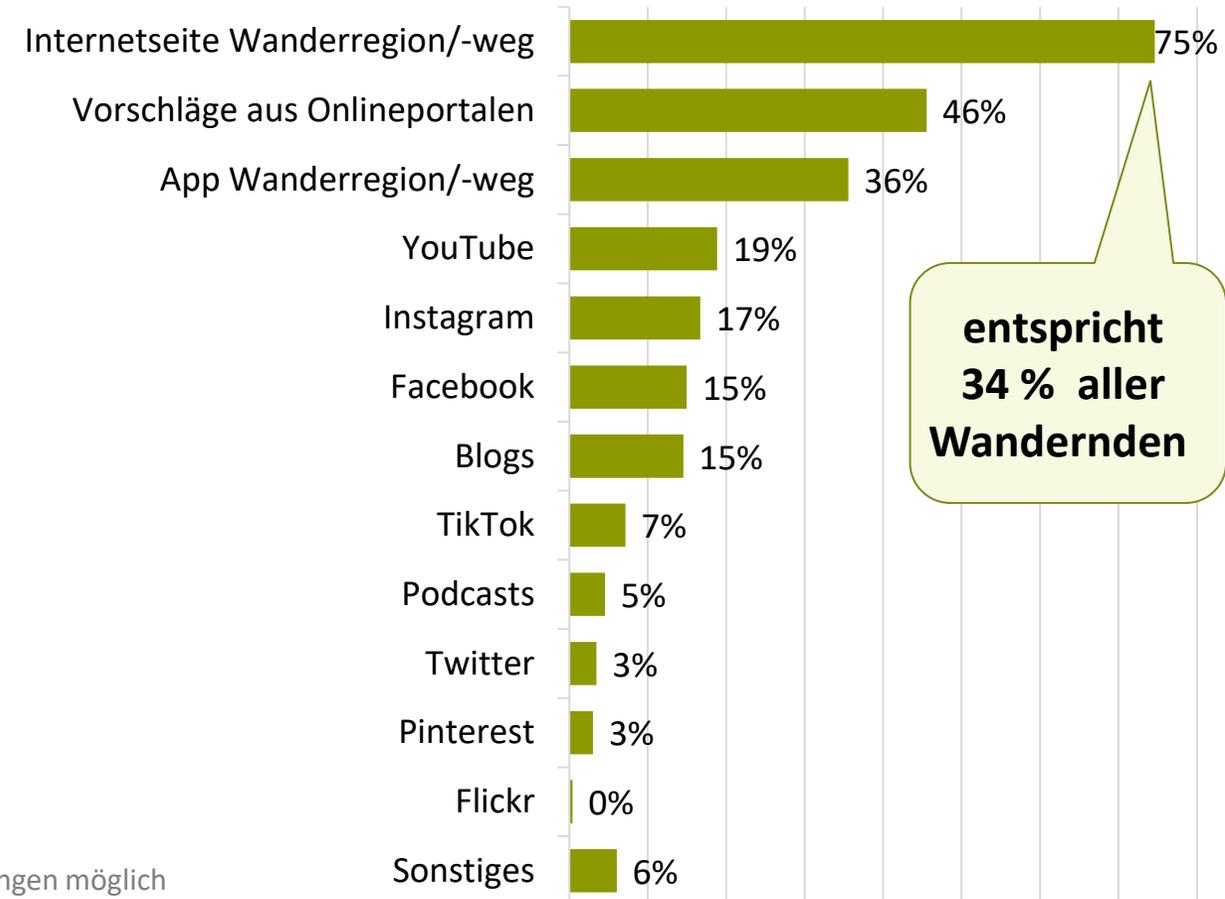
n = 1.006; „Welche Informationsquellen nutzen Sie hauptsächlich bei der Vorbereitung/Planung der Wanderung? Mehrfachnennungen möglich.“

# BTE-Wanderstudie 2023 - ausgewählte Ergebnisse

## Digitale *Inspirations*quellen vor einer Wanderung



## Digitale *Informations*quellen vor einer Wanderung



n = 334; Nutzende digitaler Medien/Internet für Inspiration: „Wo genau haben Sie die Wanderregion/-weg entdeckt?“ Mehrfachnennungen möglich

n= 461 Nutzende digitaler Medien/Internet für Planung: „Welche konkreten Informationsquellen nutzen Sie?“ Mehrfachnennungen möglich.

# BTE-Digital-Monitor 2023

Wie werden die Erwartungen der Gäste an digitale Quellen zur Inspiration, Vorbereitung/Planung und während der Wanderung von DMOs erfüllt?

hier ein Blick in den Digitalmonitor: bietet die Branche, was Wandernde wünschen?

Landesebene  
Regionale Ebene  
Teilregionale Ebene  
Lokale Ebene

- **Selbsteinschätzung der DMOs: Kontaktpunkte entlang der Customer Journey werden teils/teils erfüllt**

„Die Kundenkontaktpunkte entlang der Customer Journey sind umfassend digitalisiert und erfüllen die digitalen Anforderungen und Gewohnheiten der Zielgruppen.“

„Wir stellen unseren Gästen keine digitalen Angebote, Services und Produkte zur Verfügung.“



teils, teils

„Die Bedarfe und Potenziale zur Digitalisierung der Kundenkontaktpunkte haben wir umfassend analysiert. Passende Maßnahmen wurden entwickelt und umgesetzt.“

- **86 - 98 % der DMOs (je nach Organisationsebene) halten eine Website im responsiven Design vor**  
→ **wichtig für die Information der Wandernden über mobile Endgeräte, z. B. unterwegs**
- **unter den Social Media-Kanälen werden Facebook und Instagram von DMOs am meisten bespielt**  
→ **auch Wandernde lassen sich dort inspirieren**
- **rd. 70 % der DMOs auf Landesebene und rd. 50 % auf regionaler Ebene stellen eine App zur Verfügung (eigene App oder White Label-Produkt) → z. B. von Wandernden genutzte Tourenportale**

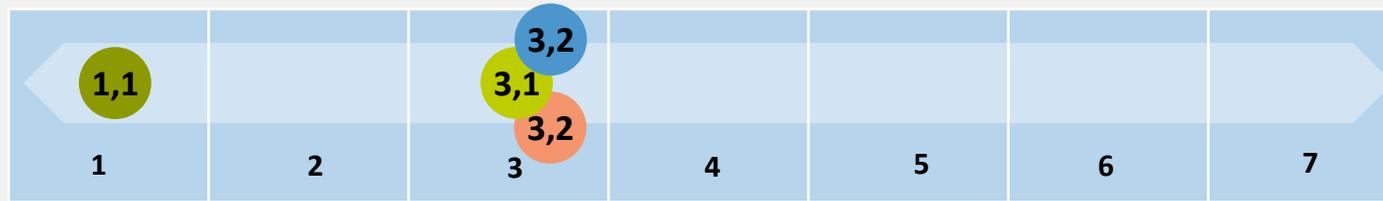
# BTE-Digital-Monitor 2023 - Digitalisierung Kundenkontaktpunkte

Landesebene  
Regionale Ebene  
Teilregionale Ebene  
Lokale Ebene

hier ein Blick in den Digitalmonitor: bietet die Branche, was Wandernde wünschen?

**„Onlinebuchungen machen einen relevanten Anteil am Umsatz unserer Tourismusorganisation aus.“**

Onlinebuchungen erzielen keinen relevanten Anteil am Umsatz.

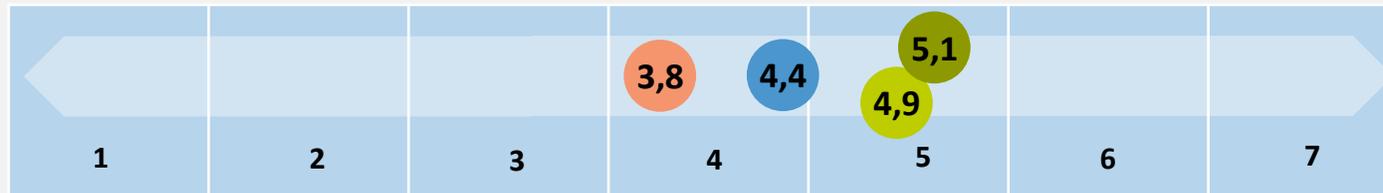


Onlinebuchungen erzielen einen dominierenden Anteil am Umsatz.

teils, teils

**„Der digitale Wandel spiegelt sich auch in unseren Produkten und Dienstleistungen wider.“**

Es gibt keine Ansätze zur Digitalisierung bei unseren Produkten und Dienstleistungen.

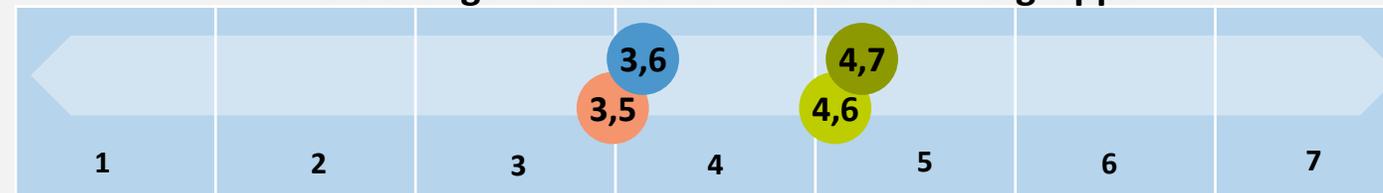


Die Digitalisierung von Produkten und Dienstleistungen führt zu einer Transformation im Geschäftsmodell mit signifikanten Wettbewerbsvorteilen.

teils, teils

**„Die Kundenkontaktpunkte entlang der Customer Journey sind umfassend digitalisiert und erfüllen die digitalen Anforderungen und Gewohnheiten der Zielgruppen.“**

Wir stellen unseren Gästen keine digitalen Angebote, Services und Produkte zur Verfügung.

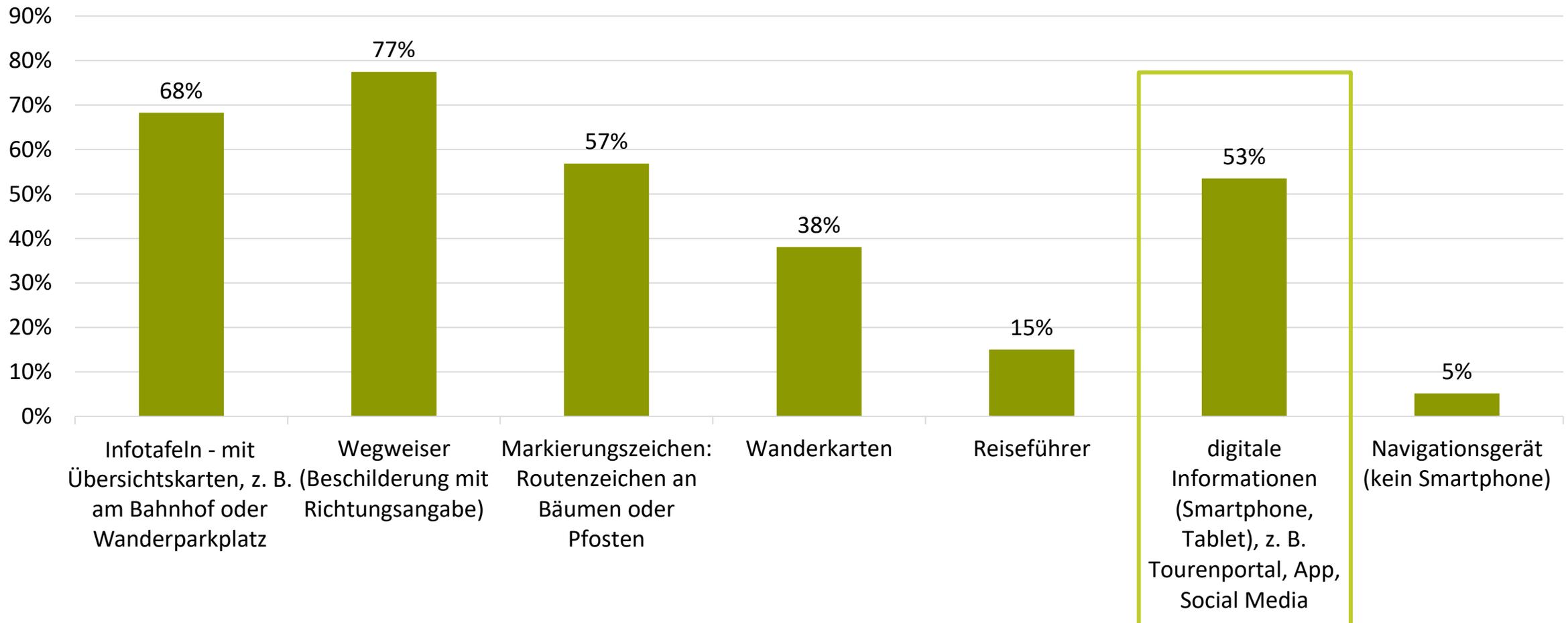


Die Bedarfe und Potenziale zur Digitalisierung der Kundenkontaktpunkte haben wir umfassend analysiert. Passende Maßnahmen wurden entwickelt und umgesetzt.

teils, teils

# BTE-Wanderstudie 2023 - ausgewählte Ergebnisse

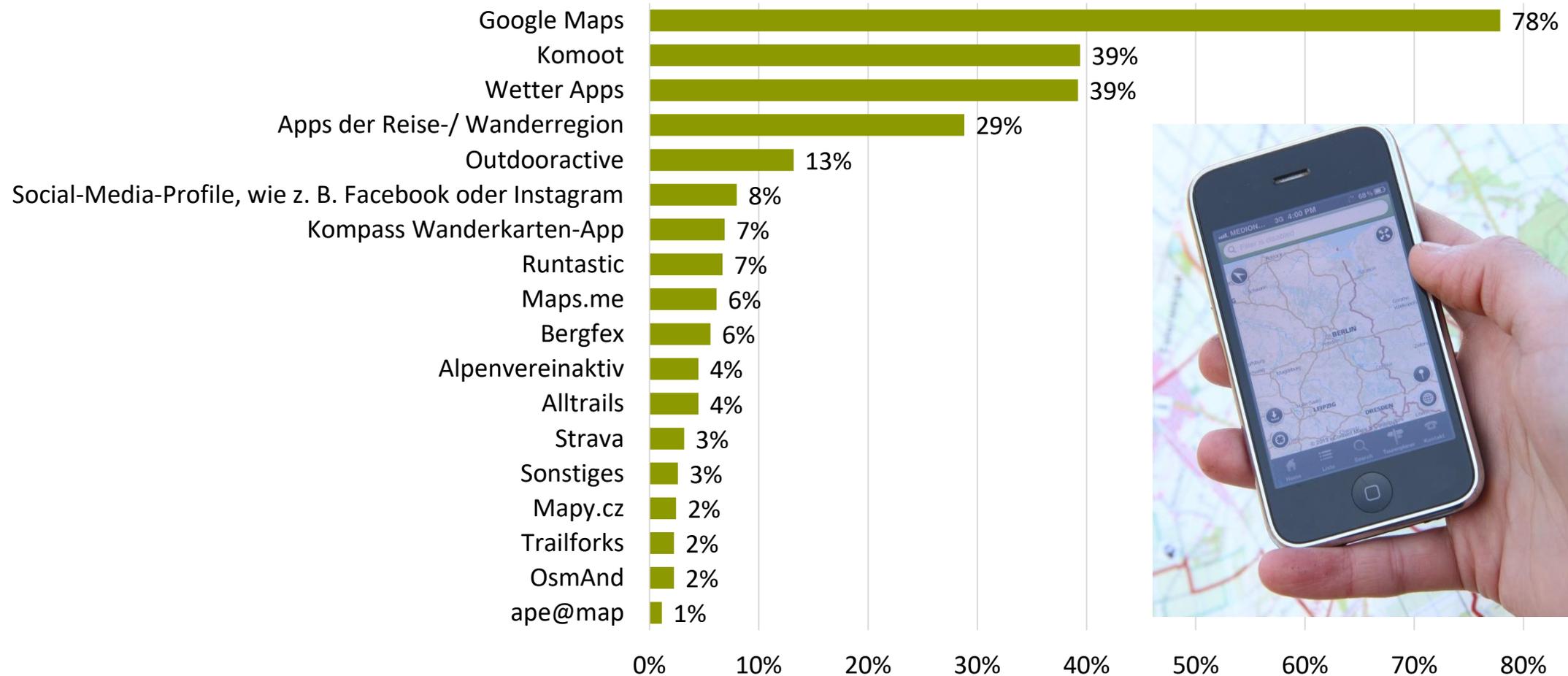
## Infoquellen/Mediennutzung während einer Wanderung



n = 1.006; Antworten auf die Frage: „Welche Informationsquellen sind während der Wanderung für Sie zur Orientierung von Bedeutung?“ Mehrfachnennungen möglich

# BTE-Wanderstudie 2023 - ausgewählte Ergebnisse

## Nutzung digitaler Medien während der Wanderung



Mehrfachnennungen möglich

n = 538 Nutzende digitaler Medien/Internet während der Wanderung; „Welche digitalen Dienste, Portale, Apps etc. nutzen Sie regelmäßig während Ihrer Wanderung?“

# BTE-Wanderstudie 2023 - ausgewählte Ergebnisse

## Beschilderung

weiterhin mit hoher Bedeutung für Information und Orientierung während der Wanderung

bisher ist wenig darüber bekannt

- wie Schilder verstanden und gelesen werden
- welche Art von Beschilderung präferiert wird



# BTE-Wanderstudie 2023 - ausgewählte Ergebnisse

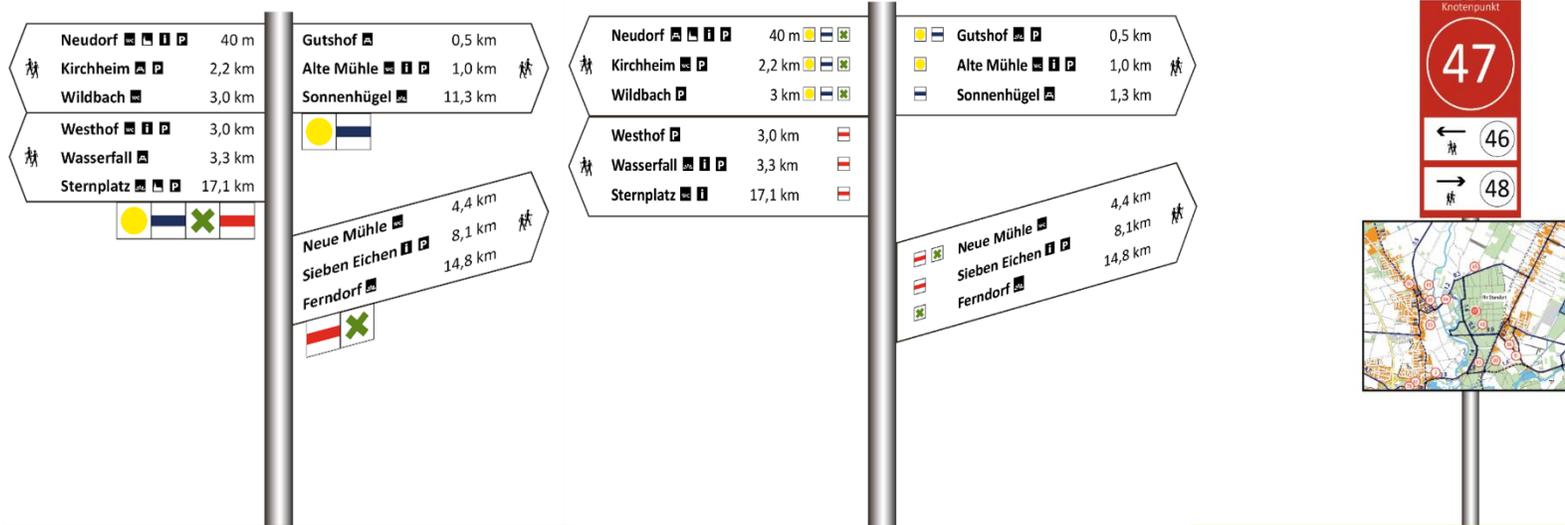


# BTE-Wanderstudie 2023 - ausgewählte Ergebnisse



# BTE-Wanderstudie 2023 - ausgewählte Ergebnisse

## Bevorzugtes Beschilderungssystem

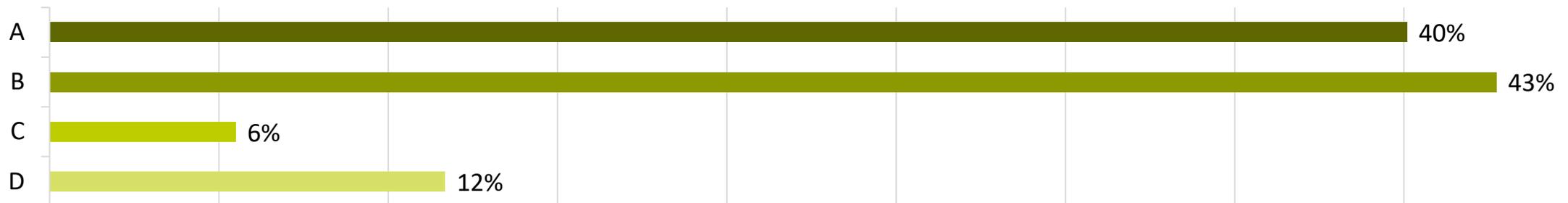


**A:** Beschilderung mit Richtungsangabe in km zu Zielen und (separat) Richtungsangabe der Routen mittels Routenlogo

**B:** Beschilderung mit Richtungsangabe in km zu Zielen und mit entsprechenden Routenlogos

**C:** Knotenpunktwegweisung mit Richtungsangabe zur nächsten nummerierten Kreuzung

**D:** Keine Präferenz



n = 873 „Welches Beschilderungssystem bevorzugen Sie?“ Vorlage Bilder

# BTE-Wanderstudie 2023 - ausgewählte Ergebnisse WoMo und Wandern

**Bedeutung des Wanderns im Wohnmobilmarkt  
bzw. Bedeutung von Wohnmobilen für das Wandern**

**Bisher ist eine generelle Wanderaffinität der Wohnmobilst\*innen bekannt**

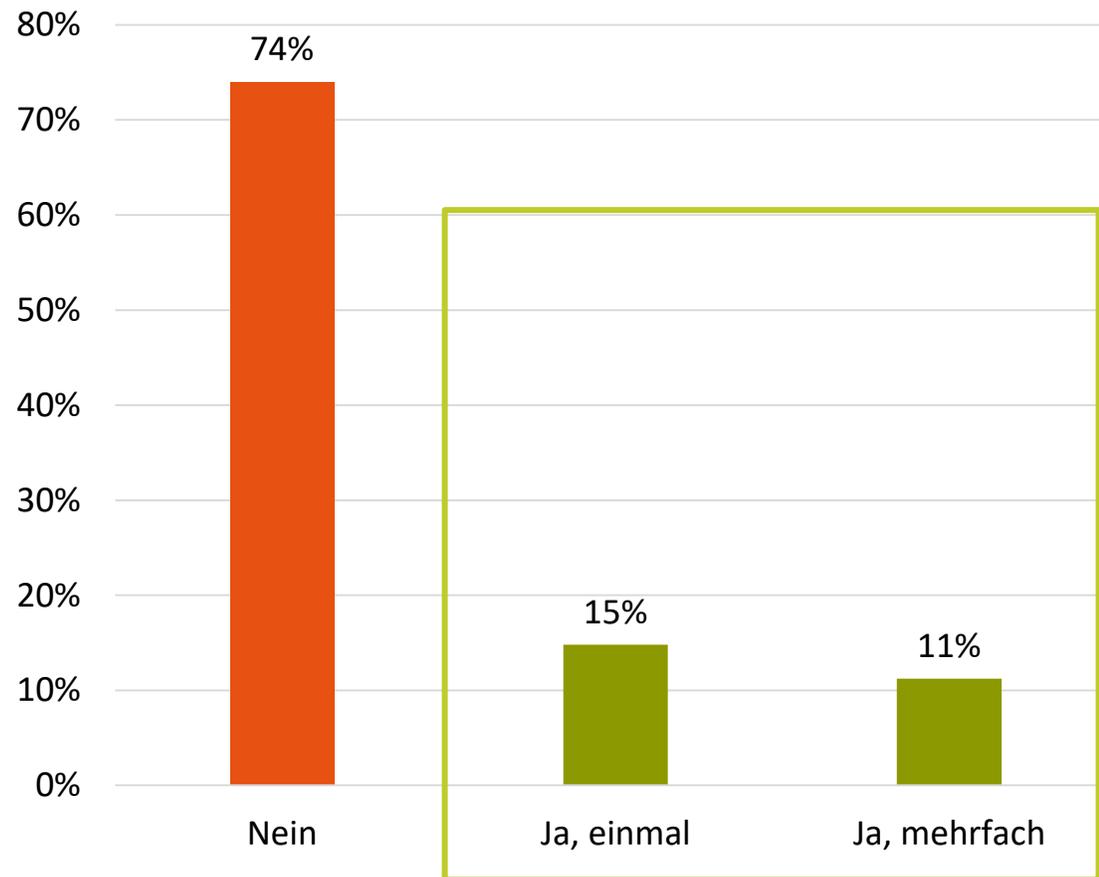
**Aus Sicht des Wandermarktes**

- wie groß ist das WoMo-Potential innerhalb der Wandernden?
- vor Ort-Mobilität:  
**Wie weit dürfen Wanderangebote vom Stellplatz entfernt sein?**
- wie gut sind die Infos zum Wandern und Wohnmobil-Urlaub?

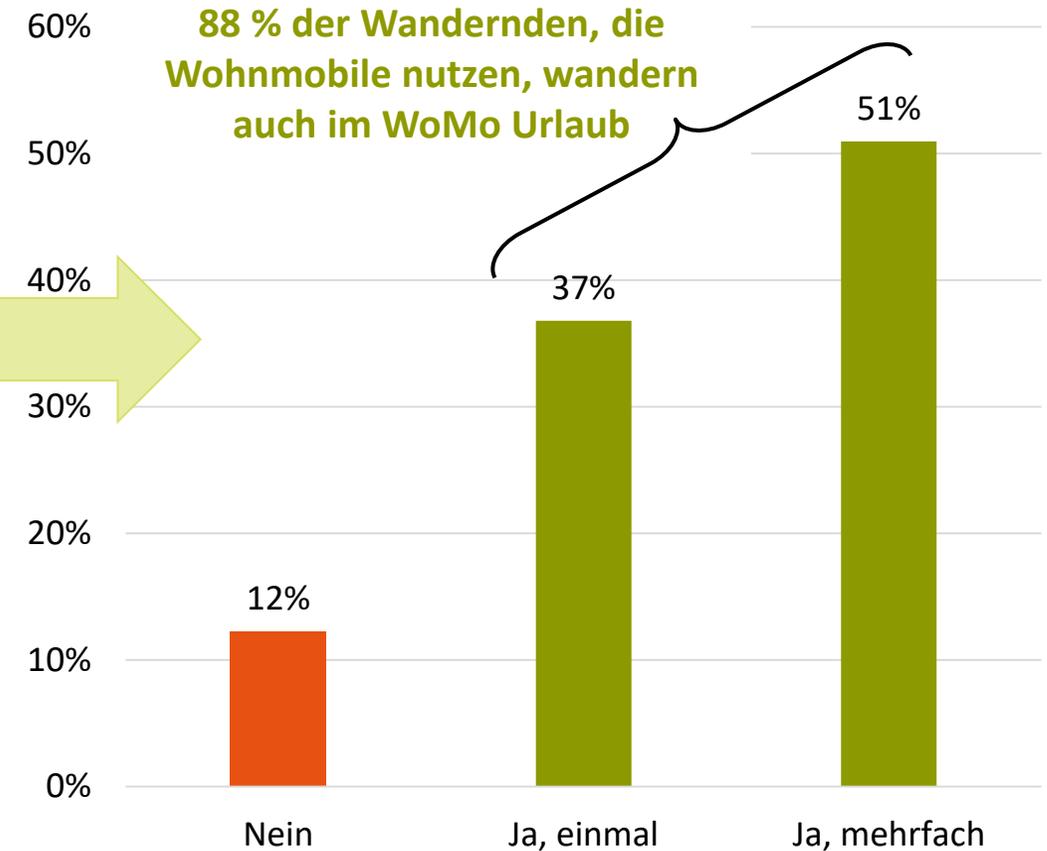


# BTE-Wanderstudie 2023 - ausgewählte Ergebnisse WoMo und Wandern

## Wandernde mit einem oder mehreren Urlauben mit einem Wohnmobil in den letzten 5 Jahren



## Gewandert in mind. einem der Wohnmobil-Urlaube der letzten 5 Jahre

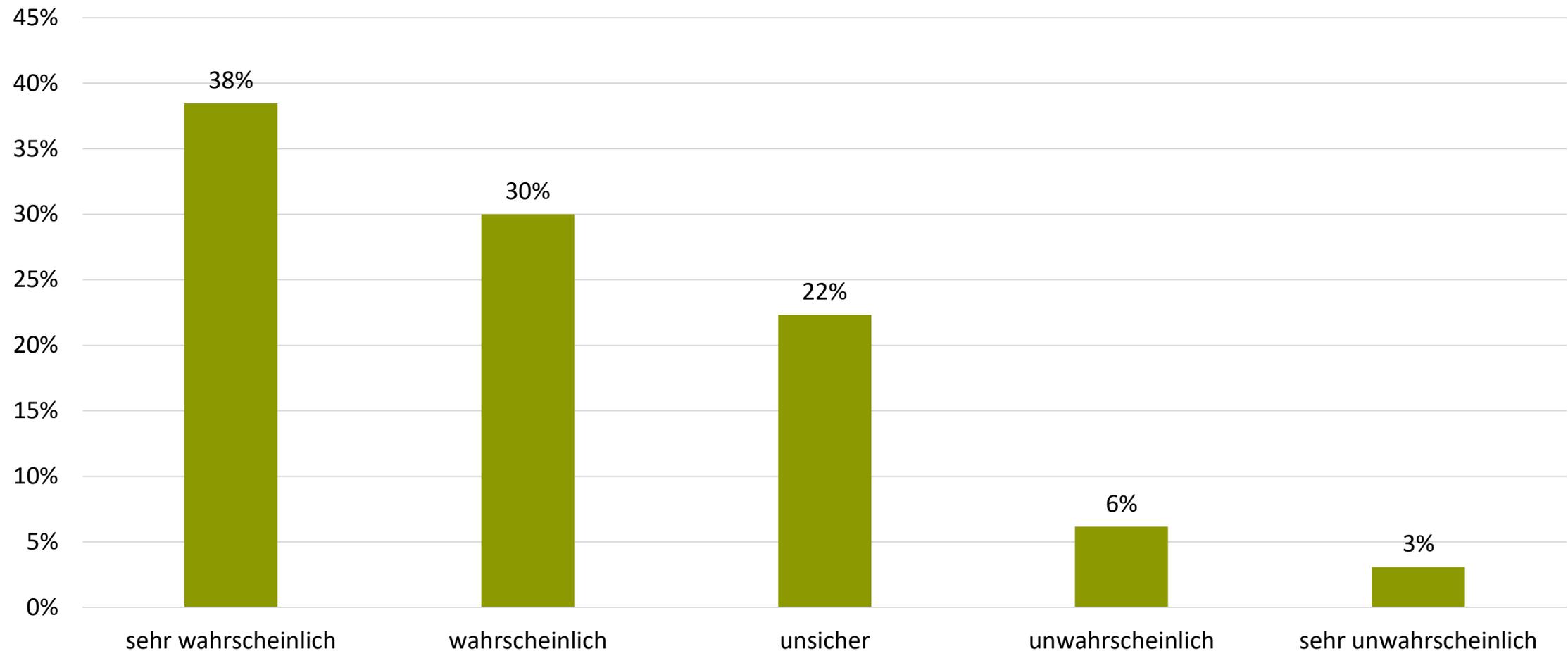


n = 1.006; „Haben Sie in den letzten 5 Jahren einen oder mehrere Urlaube mit einem Wohnmobil unternommen?“

n = 259 Wandernde mit WoMo Erfahrung: „Sind Sie in Ihrem Wohnmobil-Urlaub (zumindest in einem davon) auch gewandert?“

# BTE-Wanderstudie 2023 - ausgewählte Ergebnisse WoMo und Wandern

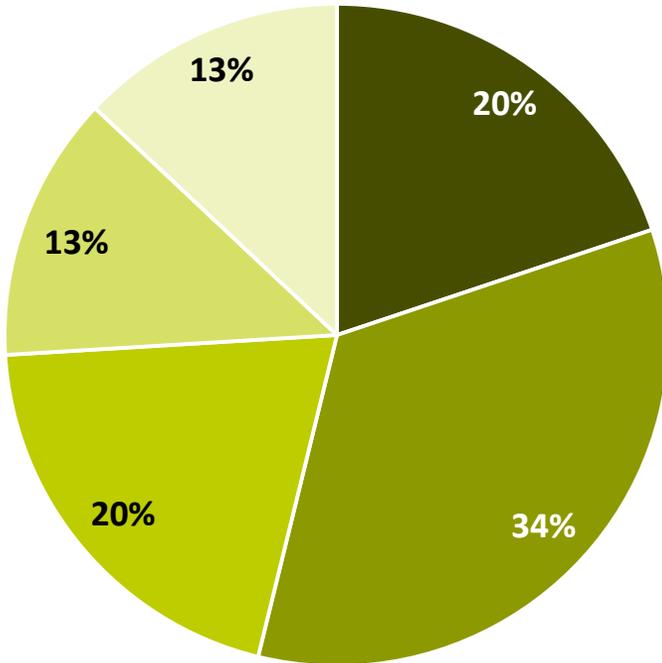
## Urlaub der Wandernden im Wohnmobil in den nächsten 3 Jahren geplant?



n = 260; „Planen Sie in den nächsten 3 Jahren einen Urlaub mit dem Wohnmobil?“

# BTE-Wanderstudie 2023 - ausgewählte Ergebnisse WoMo und Wandern

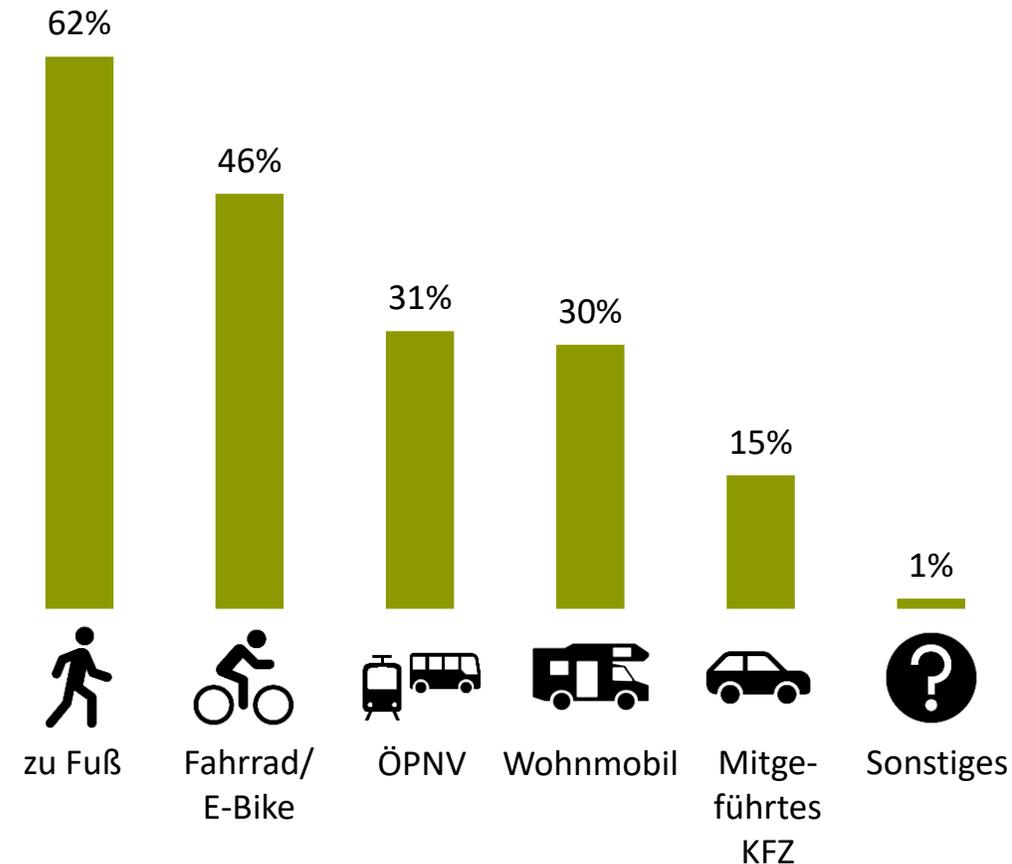
## Entfernung des Wanderstartpunktes vom WoMo Stellplatz



- Direkt am Stellplatz (bis 500 m)
- Bis 2 km (ca. 30 Min.)
- Bis 3-5 km
- Bis 6-10 km
- Mehr als 10 km

n = 262 „Wie weit darf eine Wanderung (Startpunkt) vom Wohnmobilstellplatz entfernt sein?“

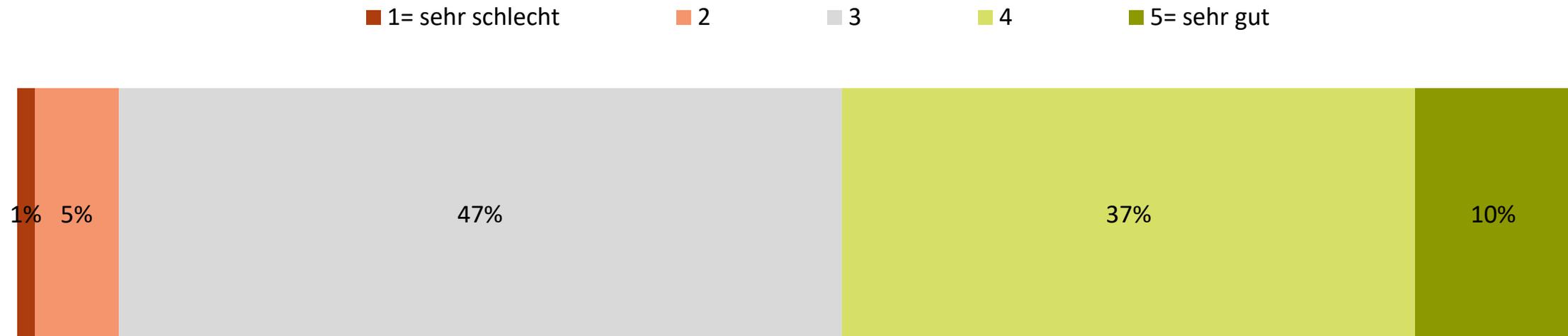
## Genutzte Verkehrsmittel zum Startpunkt der Wanderung



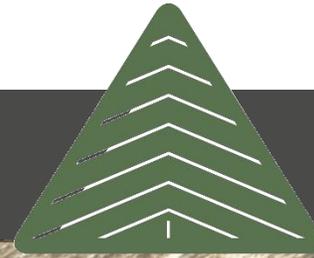
n= 261 „Welche Verkehrsmittel nutzen Sie vor Ort, um den Wanderstartpunkt zu erreichen?“ Mehrfachnennungen möglich.

# BTE-Wanderstudie 2023 - ausgewählte Ergebnisse WoMo und Wandern

## Informationsangebot zu Wandern und Wohnmobil-Urlaub



n = 259; „Wie beurteilen Sie die das Informationsangebot zum Thema Wandern und Wohnmobil-Urlaub? Bitte bewerten Sie die Beispiele in 5 Stufen von 1= "sehr schlecht" bis 5= "sehr gut". Bewegen Sie dazu den Schieberegler auf die gewünschte Abstufung.“



Deutscher Wanderverband



Mathias Behrens-Egge, Erik Neumeyer | 29.8.2023

**Vielen Dank!**

*Dieses Dokument ist Teil der  
Präsentation und ohne die mündliche  
Erläuterung unvollständig*



## Interesse an mehr?

für Herbst/Winter 2023/2024 planen wir

- eine umfangreiche online-Präsentation
- die Veröffentlichung der Studie
- ein Webinar zu Schlussfolgerungen

Bei Interesse nehmen wir Sie gern in den Einladungsverteiler auf.

Hier der Zugang

- [www.bte-tourismus.de/2023/08/14/wanderstudie-2023/](http://www.bte-tourismus.de/2023/08/14/wanderstudie-2023/)
- oder via QR-Code

