

Zusammenfassung - Wandern in Deutschland 2009, Trendscape Marktstudie (Ergebnisprotokoll)

1. Wandertourismus allgemein

- Mehrheit der Wandertouristen zwischen 26 und 65 Jahre alt
- Planung einer Wanderung bzw. Wanderreise v.a. durch Karten (ca. 50%) und Internet (ca. 40%)
- Reiseziele für Wanderurlaube und Urlaube mit Wanderaktivität sind eher Wanderregionen als spezielle Wanderwege
- Frage nach dem letzten Reiseziel: Eifel = bestbesuchte rheinlandpfälzische Wanderregion (12%)
- Mund-zu-Mund-Empfehlung = entscheidender Faktor für Wahl des Reiseziels
- Lieblingsziele für Tageswanderungen ohne Übernachtung: 3. Platz Eifel
- weitere Aktivitäten neben dem Wandern: schwimmen, Rad fahren, Wellness/Sauna, Besichtigungen von kulturellen Einrichtungen und Veranstaltungen
- sehr große Bedeutung: naturbelassene Wege und Pfade, Wegführung abseits von befahrenen Straßen, abwechslungsreiche Landschaft, Qualität der infrastrukturellen Angebotsbestandteile (durchgängige Markierung/Beschilderung)

2. Qualität und Zertifizierung

- Lediglich 14 % der Wandertouristen geben an, Gütesiegel für Wanderwege oder Wandergastgeber zu kennen; die bekanntesten Gütesiegel für Wanderwege sind der „Premiumweg Deutsches Wandersiegel“ und der „Qualitätsweg Wanderbares Deutschland“

3. Ökonomische Bedeutung

- Wandertourismus als einer der wichtigsten touristischen Märkte Deutschlands (alleine der von Deutschen betriebene Wandertourismus hat Anteil von etwa 13 - 16 % an der gesamttouristischen Wertschöpfung Deutschlands (Radtourismus: ca. 11 %)

4. Zielgruppen

- Identifikation von fünf Subgruppen von Urlaubswanderern, die sich durch einige prägnante Charakteristika unterscheiden lassen.

Typ 1: Der Erholungssuchende (142 Urlaubswanderer = 12,6 %)

Urlaubswanderer, die sich gerne in der Natur erholen und aktiv Stress abbauen wollen.

Typ 2: Der Informierte (258 Urlaubswanderer = 22,9 %)

Erfahrene Urlaubswanderer, die sich umfangreich informieren, Interesse an Kultur sowie Land und Leuten haben und als Ratgeber für andere Wanderer zur Verfügung stehen.

Typ 3: Der Abenteurer (223 Urlaubswanderer = 19,8 %)

Individuelle Urlaubswanderer, die das Abenteuer lieben und die Landschaft erkunden.

Typ 4: Der Spontane (292 Urlaubswanderer = 26,0 %)

Urlaubswanderer, die gerne spontan mit der Familie oder Freunden unterwegs sind.

Typ 5: Der Anspruchsvolle (210 Urlaubswanderer = 18,7 %)

Urlaubswanderer, die den Komfort lieben, hohe Ansprüche an die Infrastruktur stellen, gerne zu Wanderveranstaltungen gehen und vielseitig interessiert sind.

- es gibt nicht „den Wandertourismus“, vielmehr besteht der Wandertourismus aus mehreren Teilsegmenten, die beispielsweise anhand der bevorzugten Landschaftsform differenziert werden können (Flachland-, Mittelgebirgs- oder Hochgebirgsregionen)
- *Typ 4 und 5* (Anspruchsvolle und Spontane): Flachland
Typ 1 (Erholungssuchende): Mittelgebirge
Typ 2 und 3 (Abenteurer und Informierte): Hochgebirge
- Wanderurlaubslänge: Erholungssuchende verweilen am längsten in den Destinationen verweilen (durchschnittlich 10,1 Tage)