

Datenbasis

N = 1.189 Wanderer
an prominenten Wanderwegen

plus weitere
Regionalstudien

im
**Harz, Sauerland, Thüringer Wald,
Pfälzer Wald, Schwarzwald**

Mittleres Alter 47 Jahre, Höhere Bildung 54%, 39% Urlauber



Wanderer mit Hochschulabschluss

2005

2003

2000

41%

34%

25%

Unter Urlaubern sogar 48%



Wandern im Wohlfühlrend



Wer einmal wandert, wandert immer mehr

	2005	2004	2003
Häufig Wandern	53%	49%	41%
Mittlere Tourenlänge	16 km	14 km	15 km



Was Wanderer sonst noch machen

	2005	2004	2003
Radeln	47%	62%	61%
Mountainbiking	12%	15%	13%
Nordic Walking	9%	9%	2%

Nordic Walking Urlauber 6%



Naturmotiv baut Spitzenstellung aus

	2005	2004	2003
Naturgenuß		85%	83%
Schöne Landschaft		70%	65%
Natur und Landschaft genießen	91%		

Das gefällt Wanderern an unseren Wanderwegen spontan gut
(2004)

1. Natur 2. Aussichten 3. Landschaft



Der Appetit wandert mit

Vorliebe	2005	2004	2003
Einkehr unterwegs	43%	38%	24%
Essen gehen	56%	44%	32%
Motiv Gesundheit	69%	62%	59%
Motiv Stressentlastung	52%	47%	44%

**Wellness total:
Äußere und innere Natur genießen**



Wohlfühlen im Freundeskreis

Vorliebe für Touren	2005	2004	2003
mit Partner oder Freunden	71%	60%	54%
Aber:			
in großer Gemeinschaft	7%	13%	13%

Ich wandere normalerweise

mit Partner/in 77%
mit Freunden 69%

Ich wandere normalerweise

mit Kindern 19%
mit Hund 12%

Ich wandere normalerweise

Allein 9%
im Verein 7%



Bevorzugte Wanderungen: **Möglichst flexibel**

Vorliebe für	2005	2004	2003
Individuelle Touren	46%	34%	36%
Rundwanderungen	58%	54%	47%
Nicht denselben Weg zurück	62%		

Mehrtagestouren 2-3 Tage 16%
Mehrtagestouren eine Woche 8%

Neue Spitzenwanderwege
mit Qualitätsgarantie:
62%

Erwünschte Urlaubsinformationen:

Extra-Touren

Besonders schöne Wandertouren 76%

Lage und Aussehen der Unterkünfte 61%

Angebot an Wanderkarten 44%

Sehenswürdigkeiten im Umfeld 46%

Angebot geführter Wanderungen 13 %



Wanderwege im Gedächtnis

Ranking Bekanntheit

Bedeutung ausgewiesener Wanderwege

Ich wandere normalerweise auf markierten Wegen

Ja 72%

Fallen Ihnen spontan Namen von Fernwanderwegen ein?

Ja 63%

(2003: 53%)

Ich würde gerne eine Spitzenwanderweg mit Qualitätsgarantie ausprobieren

Ja 62%



Spontane Bekanntheit von Fernwanderwegen (1)

1369 auswertbare Nennungen, 188 verschiedene Wege, 65% Fremdnennungen

Die Spitzenreiter

	Prozent	Veränderung seit 2003
Rennsteig	20	- 3
Europäische Fernwanderwege	14	- 6
Jakobswege	13	+8
GR20 Korsika	3	+1
Heilbronner Weg	2	
München-Venedig	2	+1
Meraner Höhenweg	2	+2
Westweg/Schwarzwaldhöhenweg	4	- 3
Rothaarsteig	3	
Hermannsweg	3	+1
Rheinhöhenweg	2	- 1

Spontane Bekanntheit von Fernwanderwegen (2)

Gelistet (mind. 1% gerundet)

Rätikon Höhenweg , Lechtaler Höhenweg, Rotweinwanderweg,
Main-Donau-Wanderwege, Bodenseerundweg, Eselsweg,
Rheinsteig, Rheinburgenwanderweg

Nicht gelistet (Beispiele)

Maximiliansweg (Allgäu) Nordrandweg (Schwäbische Alb),
König-Ludwig-Weg (Bayern), Kammweg (Erzgebirge),
Ruhrhöhenweg, Taunushöhenweg, Lahnhöhenweg,

Frankenweg, Altmühltal-Panoramaweg,
Kellerwaldsteig, Uplandsteig,
Harzer Hexenstieg,
Via alpina, ...



Zum Vergleich

Wahl zum Wanderweg des Jahres 2005

Probleme: Vorgegebene Auswahl, unkontrollierte Beteiligung
 Auswahl- statt Bewertungstableaux: Chancen wachsen mit Bekanntheit

	Prozent	Wahl	Bekanntheit
Rennsteig		16,7	19,6
Altmühltal Panoramaweg		8,7	0,1
Rothaarsteig		8,5	3,1
König-Ludwig-Weg		5,2	0,3
Westweg		4,9	1,5 + 2,5
Frankenweg		4,6	0,3
Winterberger Hochtour		2,9	0,0
Maximiliansweg		2,8	0,1
Adalbert-Stifter-Litera-Tour-Wanderweg		1,5	0,0
Mühlensteig		1,4	0,0

Verblüffende Übereinstimmungen, verblüffende Abweichungen



Wanderregionen in der Kundengunst

Ranking Traumziele



Begehrte Wanderurlaubsziele (1)

**„Da würde ich gerne mal
einen Wanderurlaub machen“**

1133 spontane Nennungen,
223 verschiedene Ziele,
92% Fremdnennungen

Rohauswertung

Ausland	65%
Inland	26%
Alpen allg.	9%

Querschnittsbilanz

Über zwei Drittel Ausland
Ca. ein Drittel Alpen



Begehrte Wanderurlaubsziele (2)

Ausland
Ungebrochener Drang nach Süden

Anteil an allen Auslandszielen in Prozent Veränderung seit 2004

Italien	23	(Südtirol 21)	+1
Österreich	12	(Tirol 4)	+5
Spanien	12	(Inseln 7)	+3
Frankreich	7	(Korsika 3)	
Schweiz	5		- 3
Norwegen	4		+2
Großbritannien	3	(Schottland 2)	+1
Schweden	2		+1
Portugal	2		
Irland	1		- 1

Südliche Inseln im Aufwind: Auslandsanteil 13%



Begehrte Wanderurlaubsziele (3)

Inland

Ungebrochener Drang nach Süden

	Anteil an allen Inlandszielen in Prozent	Rang '05/'06	Rang 2004
Schwarzwald	12	1	2
Allgäu	10	2	1
Bayern allg.	9	3	3
Sächsische Schweiz	8	4	7
Bayerischer Wald	7	5	4
Harz	6	6	6
Eifel	5	7	14
Thüringen allg.	5	8	13
Thüringer Wald	4	9	10
Oberbayern	4	10	5

**Mythos Bayern:
insgesamt ein Drittel**

2-3% der Nennungen:

Odenwald, Pfalz, Lüneburger Heide, Bodensee Franken ges., Ostsee, Meck-Pomm, Spessart

Gelistet (1% der Nennungen):

Schwäbische Alb, Rhön, Taunus, Sauerland, Hunsrück, Erzgebirge

**Hauptverlierer:
Oberbayern
Schwaben**



Zum Vergleich

Wahl zur Wanderregion des Jahres 2005

Probleme: Vorgegebene Auswahl, unkontrollierte Beteiligung
 Auswahl- statt Bewertungstableaux: Chancen wachsen mit Bekanntheit

Prozent	Wahl	begehrtes Urlaubsziel
Vogtland	23,7	0,0
Ammergauer Alpen	21,1	0,0
Sächsische Schweiz	15,0	7,9
Hermannshöhen	8,2	0,3 (Teutoburger Wald)
Fränkische Schweiz	7,5	0,3
Gerolsteiner Land	4,9	0,0
Zweiseenland	4,2	0,0
Schwarzwald	3,2	12,0
Fichtelgebirge	2,7	0,3
Odenwald	2,6	3,1

**Sieger
ohne Appeal**



Zielgruppen

differenziert ansprechen



Zielgruppen im Profilvergleich (1)

Altersprofile (Auszug)

Nennenswerte Differenzen in 40% der Fälle

40-

Anteil 27%

Motiv Stressentlastung
Motiv Sport und Abenteuer

Neue Wege, spontane Touren
Lange PKW-Anfahrten

Breite Freizeitinteressen
Gerne Essen, Bummeln, Wellness
Internetnutzung

Ärger über Asphalt
Kritik an Wegen

60+

Anteil 24%

Motiv Gesundheit
Motiv Wissen (Kultur und Natur)

Lange Touren
Häufig unterwegs

Geführte Touren
Vereinsmitgliedschaft

Ärger über Lärm
Beschwerdefreudig

40- : Flexibel und anspruchsvoll

60+ : Wanderfreudig und sensibel



Zielgruppen im Profilvergleich (2)

Organisierte Wanderer: Gegensatz der Extreme

Nennenswerte Differenzen in 30% der Fälle,
 Organisationsgrad < 5%, organisierte Wanderer auf Tour 13% (2003: 17%),
 Davon überregionale Vereine 5%, regionale Vereine 6%, lokale Vereine 2%

Profilspezifika

(Abweichungen von Mittelwerten - Auszüge)

Regionalvereine (meist DWV)

++

Häufig unterwegs
 An Spitzenwanderwegen interessiert
 Nordic Walking

Nutzung ÖPNV
 Kulturinteressiert
 Meditationsneigung

Wandern in Großgruppen (Verein, Führung)
 Alter, Frauenanteil
 Beschwerdefreudig

--

Internetnutzung
 Standardabschlüsse

Überregionale Vereine (meist DAV)

++

Lange unterwegs (Strecke, Tage)
 Interesse an Tourenvorschlägen
 Weiter Wanderhorizont
 Früher Start

Breite sportliche Ambitionen
 Asphalt-Aversionen
 Lange Anfahrten

Natursensibel
 Zivilisationsflucht

Internetnutzung
 Hochschulabschlüsse

DWV: klassisch-gesellig

DAV: klassisch-sportlich



Zielgruppen im Profilvergleich (3)

Mit Kindern unterwegs

Nennenswerte Differenzen in 25% der Fälle
Teilstichprobe: Nachfrager nach Kinderangeboten für den Urlaub
Durchschnittsalter 37, 53% weiblich, 75% haben Kindern unter 14

Profilspezifika

++

**Sport und Abenteuer
Freizeitorientierung**

**Schwimmen, Walking
Bummeln
Schlechtwetterangebote**

**PKW- Nutzung
Ansprüche an Unterkünfte**

--

**Wanderintensität (Strecke, Frequenz)
Landschaftsorientierung**

**Interesse an Fern- und Spitzenwegen
Ansprüche an Wanderinfrastruktur
Interesse an Wandervorschlägen**

**Urteil Gastronomie
Interesse an Kultur**

+ Hohe Ansprüche an Umfeld - Geringes Wanderengagement



Zielgruppen im Profilvergleich (4)

Was hat Wandern mit Bildung zu tun?

Nennenswerte Differenzen in 15% der Fälle
Bildungsquoten: Standard 14%, Mittel 32%, Abitur 13% Hochschule 41%

Profilspezifika (Auszug)

Standard

Gemeinschaftserlebnis
Vereinszugehörigkeit
Begleitung Freund und Verwandte

Spitzenwege ausprobieren

Wandervorschläge vom Gastgeber
Ärger über Gasthauspreise

Standard: Geselligkeitstypus

Hochschule

Individuelle Tour
Wandern nach Karte

Kenntnis Wanderwege und -ziel
Wanderwegeskritik

Interesse an Besichtigungen
Internetnutzung

Diplom: Kritische Individualisten



Zielgruppen im Profilvergleich (5)

Geschlechterprofile

Nennenswerte Differenzen in 8% der Fälle
Konzentriert auf den Bereich Freizeit – sonstige Urlaubsaktivitäten

M

**Biken
Kartennutzung**

Zusätzlich aus der Profilstudie 2004

Internetnutzung

Zusätzlich aus der Profilstudie 2003

Herausfordernde Wege

W

**Schwimmen
Bummeln, Ausflüge**

**Wandererleichterungen
(Bänke, Schilder)
Gemütliche Touren, Walking**

Interesse an Kultur und Natur

Wandern = Unisex statt Gender