



Wandermonitor 2018 – Endergebnisse

Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack



Salzgitter

Suderburg

Wolfenbüttel

Wolfsburg

Interner Gebrauch

Sämtliche von der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften erarbeiteten Inhalte, Konzepte und sonstige Werke bleiben geistiges Eigentum. Sämtliche Nutzungsrechte erbrachter Leistungen verbleiben ebenfalls bei der Ostfalia. Weitergabe und Vervielfältigung (auch auszugsweise) sind lediglich mit schriftlicher Einwilligung zulässig.

Soweit Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken oder als Platzhalter verwendet wurden, für die keine Nutzungsrechte für einen öffentlichen Gebrauch vorliegen, kann jede Wiedergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung Ansprüche der Rechteinhaber auslösen.

Wer diese Unterlage - ganz oder teilweise - in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabern der Rechte, stellt die Ostfalia von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die Ostfalia.

Ziel und Inhalt des Wandermonitors 2018

- Erfassung von Vergleichsdaten zur Charakterisierung des Wandertourismus
- Soziodemographisches Profil der Wanderer
- Charakteristika der Wanderungen
- Erfassung der Gesellschafts- und Zielgruppentypologie (Motive und Lebenseinstellungen) der Wandergäste und Einordnung in die Sinus-Milieus





Untersuchungsdesign

- Online Befragung der Wanderer nach oder während der Wanderung mittels Selbstausfüllerfragebogen
- 1.303 valide Fälle
- statistische Auswertung und Analyse der erhobenen Daten mithilfe der Computersoftware IBM SPSS Statistics 25



Unsere Partner

Institution/Firma	Region
Naturpark Hessischer Spessart	Hessischer Spessart
Hochschwarzwald Tourismus GmbH	Hochschwarzwald
Naturpark Schwalm-Nette	Niederrhein
Verbandsgemeinde Rengsdorf - Tourismus und Kultur	Westerwald
Tourismusverband Alpenregion Tegernsee Schliersee e.V.	Tegernsee-Schliersee-Wendelstein
Pfalz. Touristik e.V.	Pfalz
Sächsischer Wanderer- und Bergsportverband (SWBV e.V.)	Sachsen
Tourismusverband Vogtland e.V.	Vogtland
Wirtschaftsförderung Bergstraße GmbH	Odenwald
Tourismus-Information Stadt Mössingen	Schwäbische Alb
Spessart Tourismus und Marketing GmbH	Hessischer Spessart
Rhein-Mosel-Eifel-Touristik	Traumpfade - Land Mayen-Koblenz
Projektstelle Schluchtensteig Schwarzwald	Landkreis Waldshut, südl. Schwarzwald
Stadtverwaltung Albstadt	Schwäbische-Alb



Unsere Partner

Institution/Firma	Region
Heimat- und Kulturverein Espenschied e.V.	Rheingau-Taunus-Kreis
Marketing-Gesellschaft Oberlausitz-Niederschlesien mbH	Oberlausitz / Sachsen
Weserbergland Tourismus e.V.	Weserbergland
Oberstauen Tourismus Marketing GmbH - OTM	Oberstauen
Naturpark-Verein Dübener Heide e.V.	Dübener Heide / Sachsen-Anhalt
Tourismusverband Sächsische Schweiz e.V.	Sächsische Schweiz
Alpenwelt Karwendel Mittenwald Krün Wallgau Tourismus GmbH	Alpenwelt Karwendel
Stadtinformation Calw	Schwarzwald
Teutoburger Wald Tourismus, OstwestfalenLippeGmbH	Teutoburger Wald
Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH	Sachsen
Tourist Information im Hilchenhaus	Rheingau
HaßbergeTourismus im Naturpark Haßberge	Franken
Touristik Service Waldeck-Ederbergland GmbH	Waldecker Land
Tourismusmarketing Niedersachsen GmbH	Niedersachsen

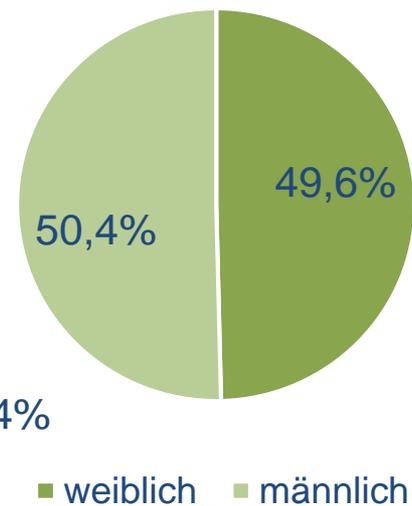
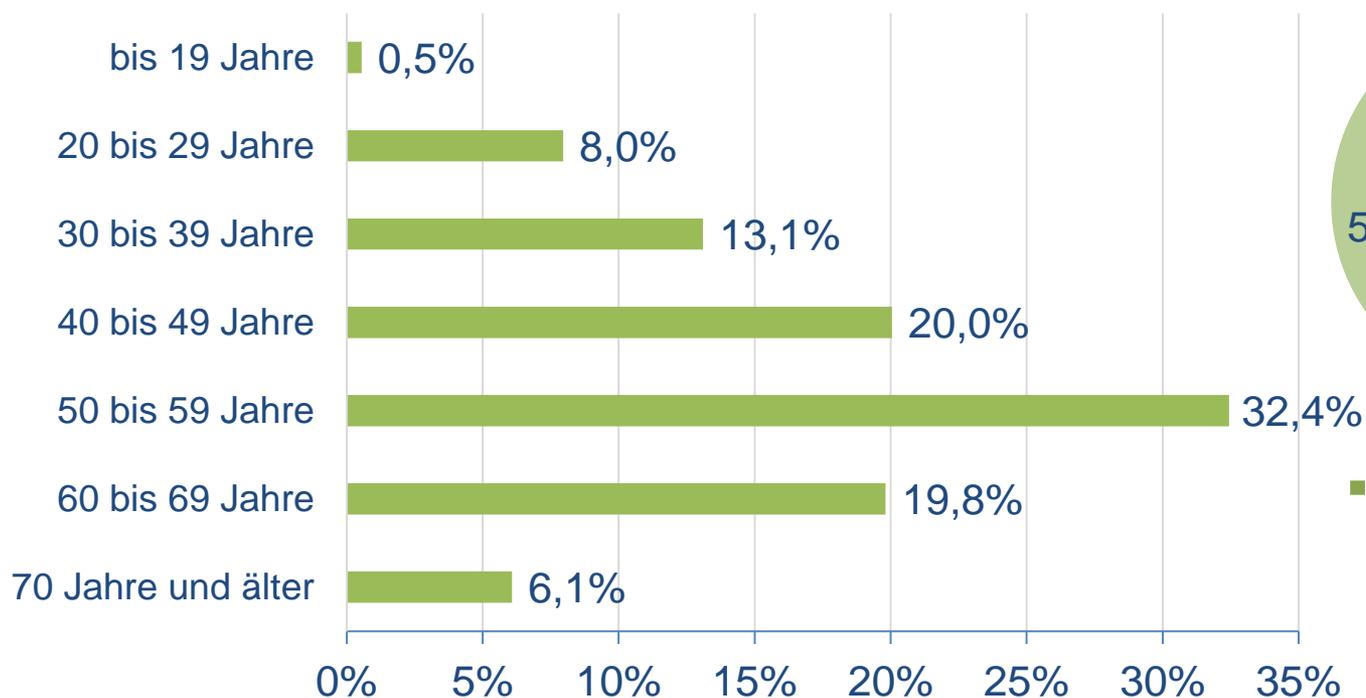
Unsere Partner

Institution/Firma	Region
Donaubergland GmbH	Donaubergland/Schwäbische Alb
Tourismusverband „Liebliches Taubertal“	Taubertal
Stadtverwaltung Eisenach	Eisenach-Wartburg-Region
Thüringer Tourismus GmbH	Thüringen
Deutscher Wanderverband	Kassel
Singel-Wandern	Oberlausitz / Zittauer Gebirge
Rhön GmbH – Gesellschaft für Tourismus und Markenmanagement	Rhön
Tecklenburger Land Tourismus e.V.	Tecklenburger Land
Kur und Tourismus GmbH	Bad Peterstal Griesbach
Touristinformation des Birkenfelder Landes	Birkenfelder Land / Hunsrück-Hochwald
Wanderbüro Saar-Hunsrück	Saar-Hunsrück
Romantischer Rhein Tourismus GmbH	Romantischer Rhein
Deutsches Wanderinstitut	Kassel
Rheingau-Taunus Kultur und Tourismus GmbH	Rheingau-Taunus

Soziodemographie

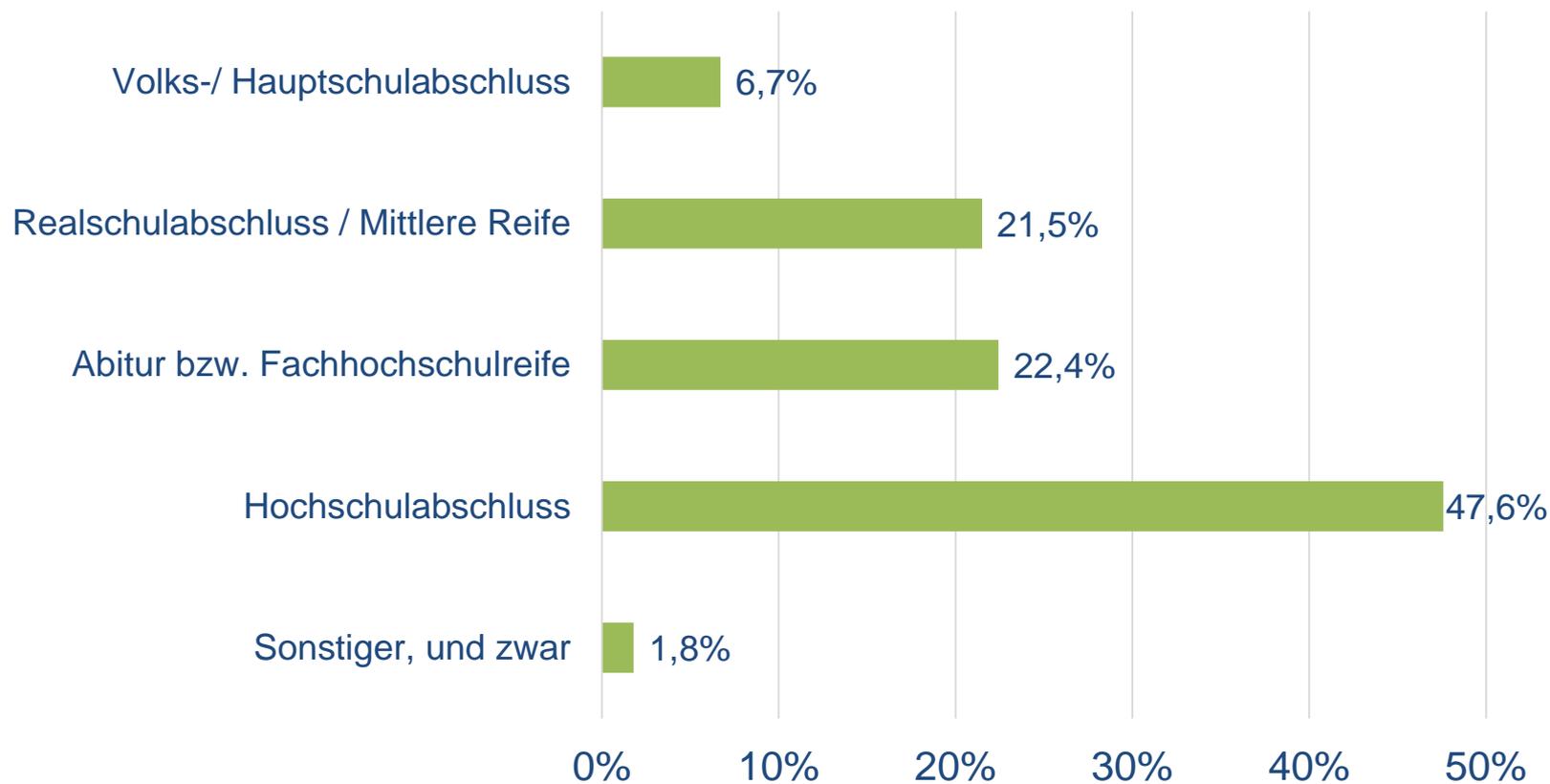
Ø Alter = 48 Jahre

Geschlecht

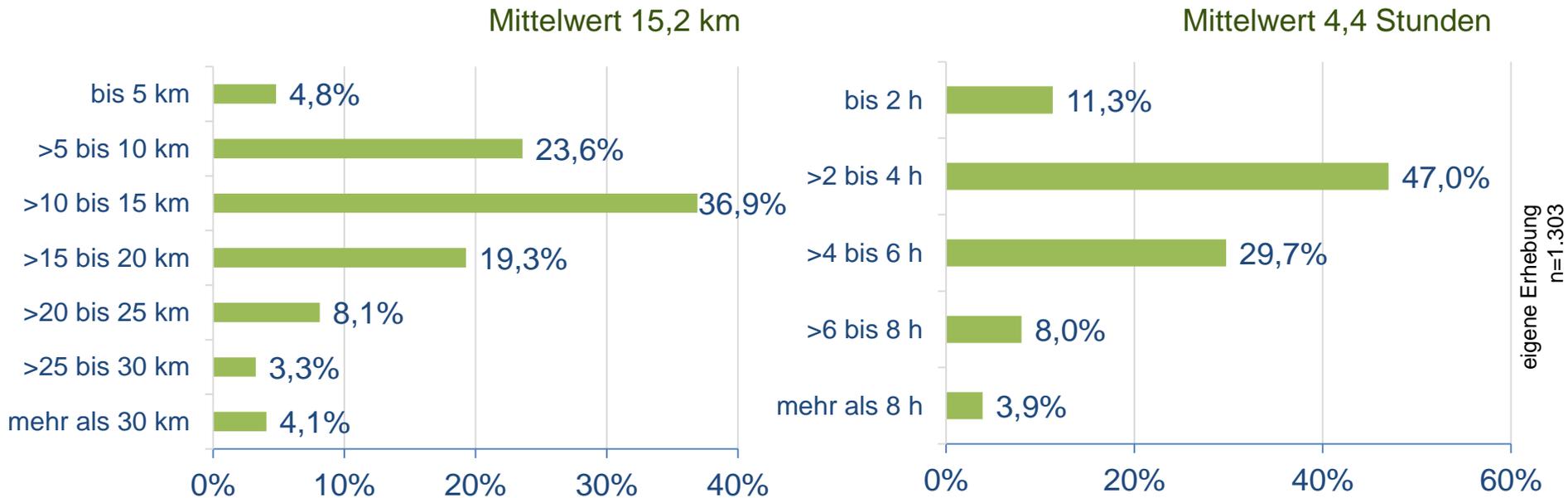




Bildungsabschluss

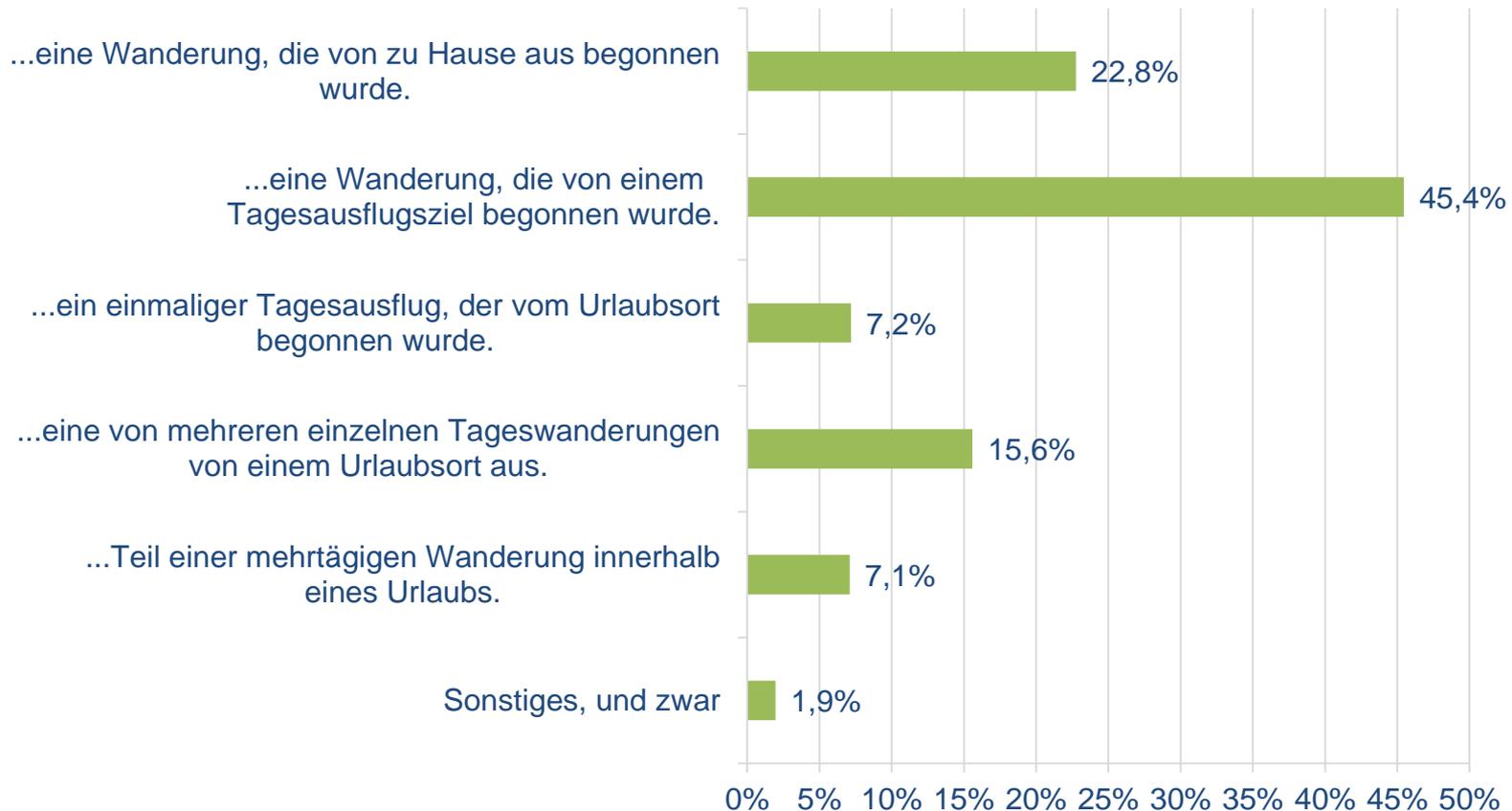


Zurückgelegte Wegstrecke und Dauer der letzten Wanderung





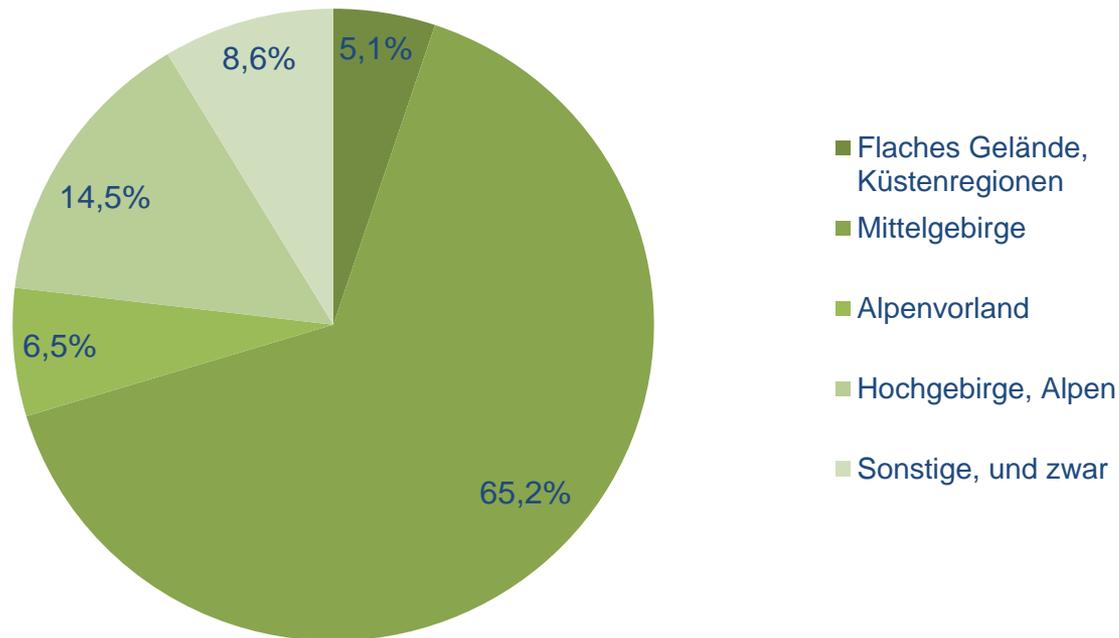
Charakter der letzten Wanderung



eigene Erhebung
n=1.303

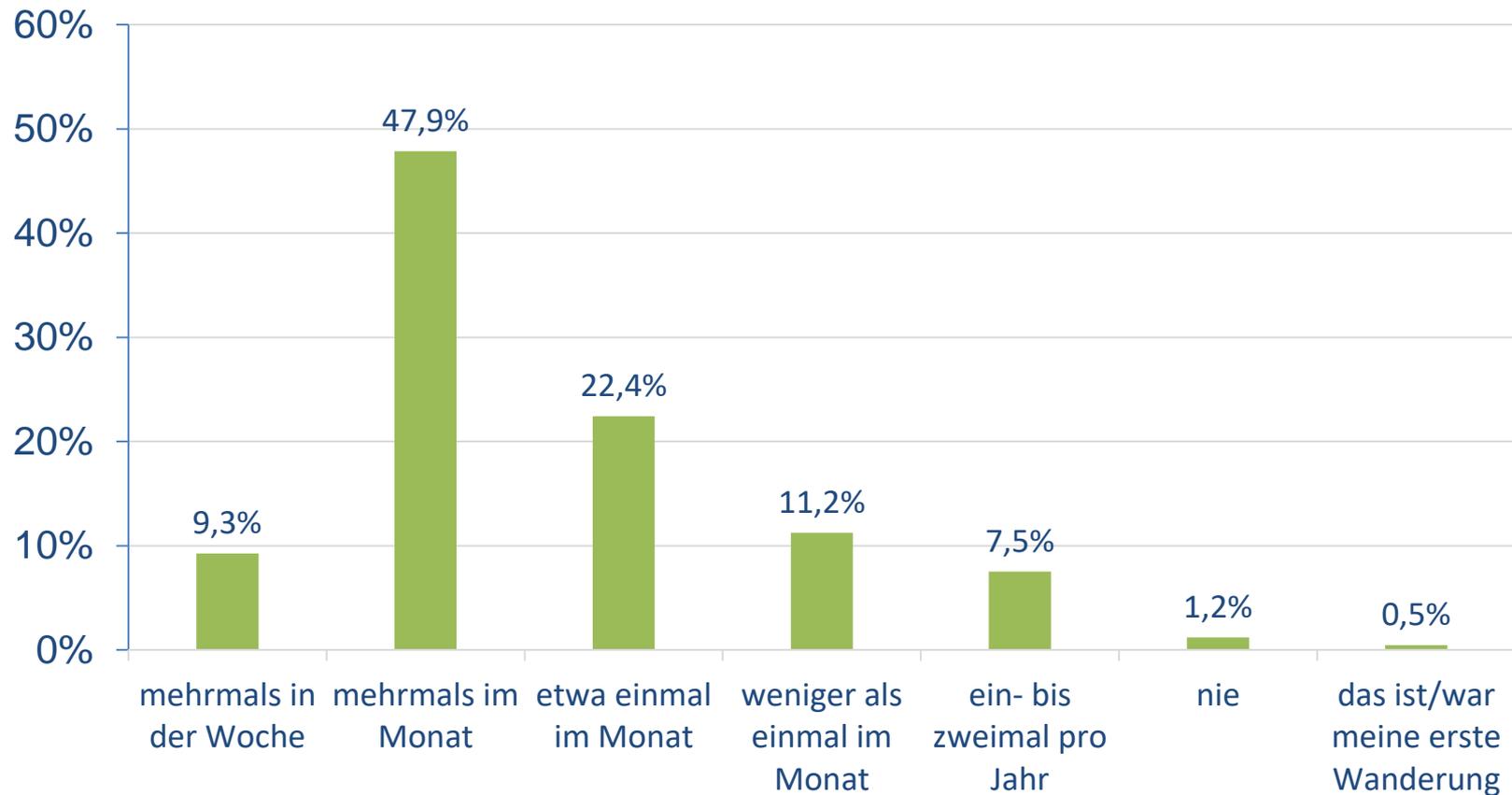


Beliebteste Landschaftsform



eigene Erhebung
n=1.303

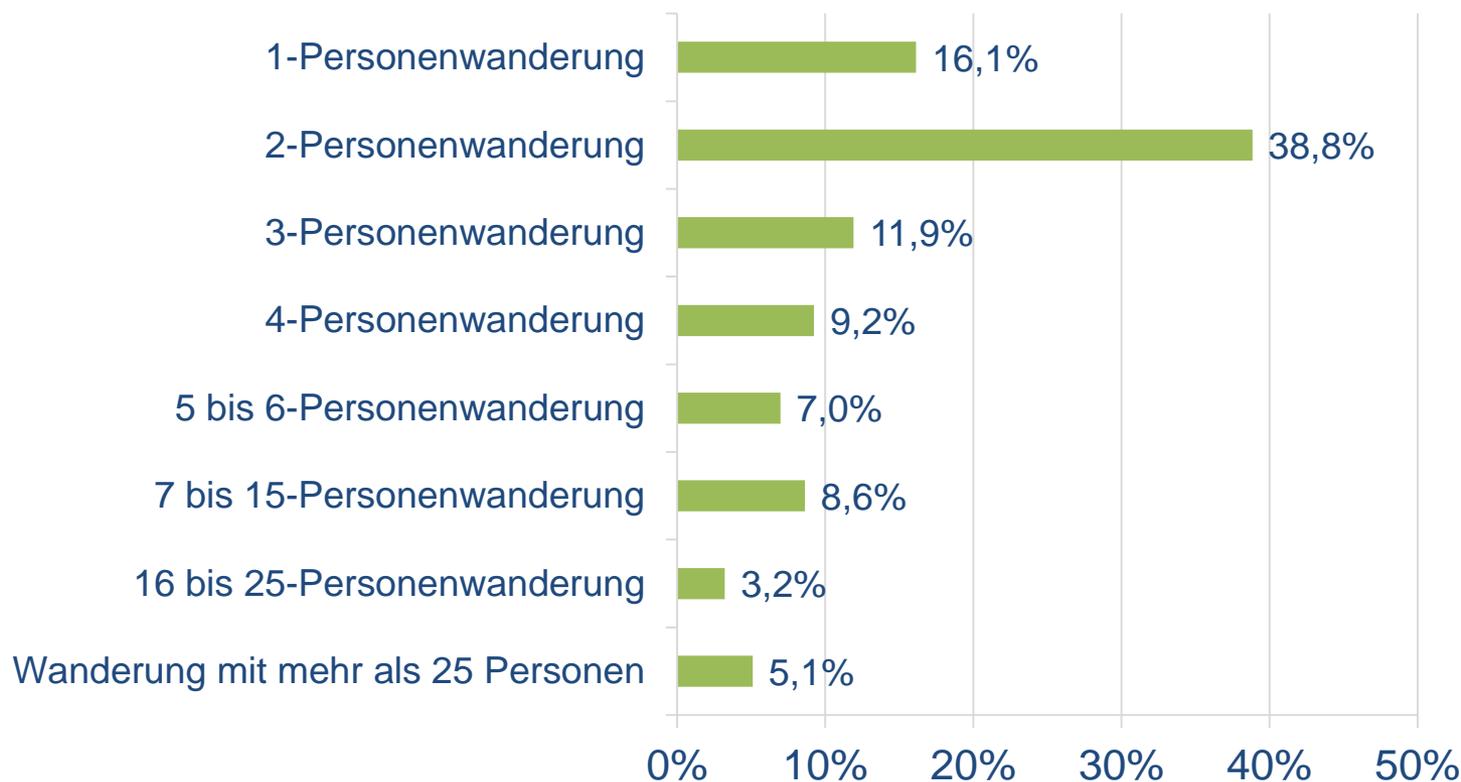
Wanderintensität





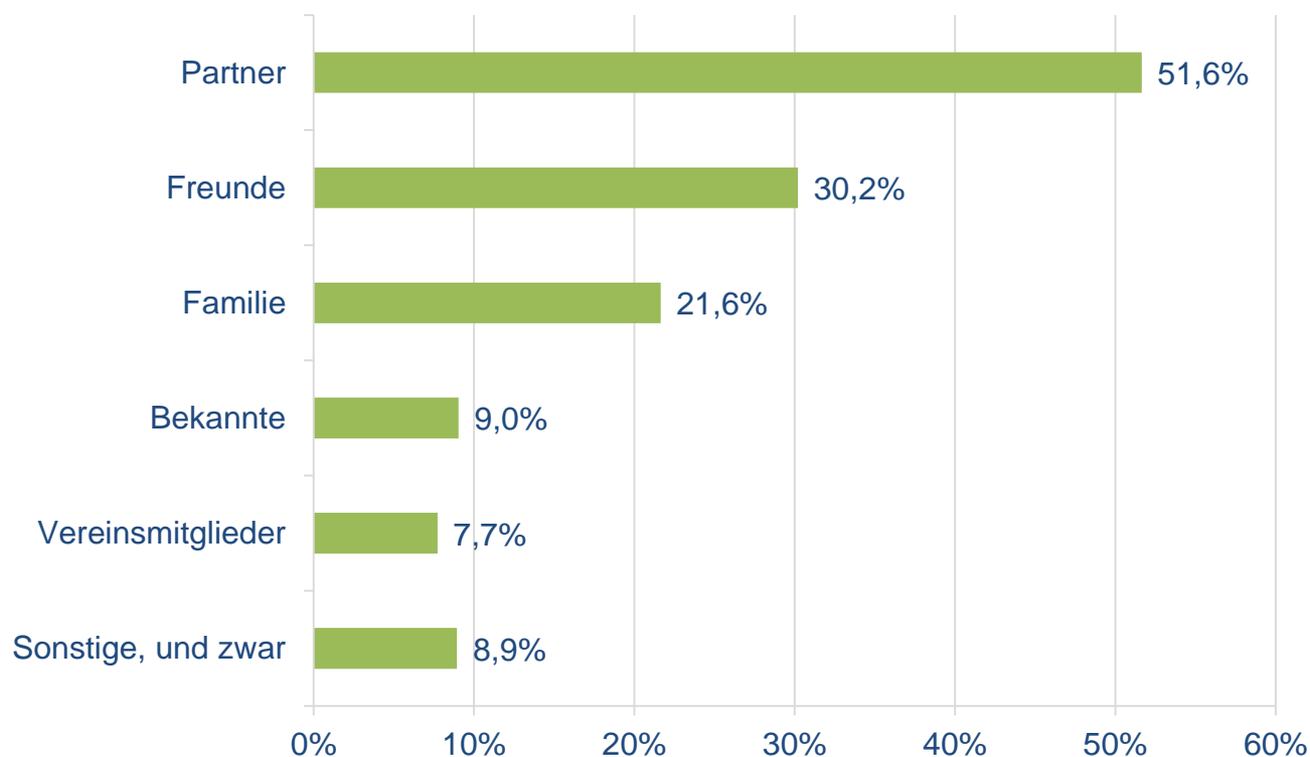
Anzahl der Teilnehmenden an der Wanderung

Ø = 7,4 Personen
Median = 2 Personen





Begleitende Personen während der Wanderung

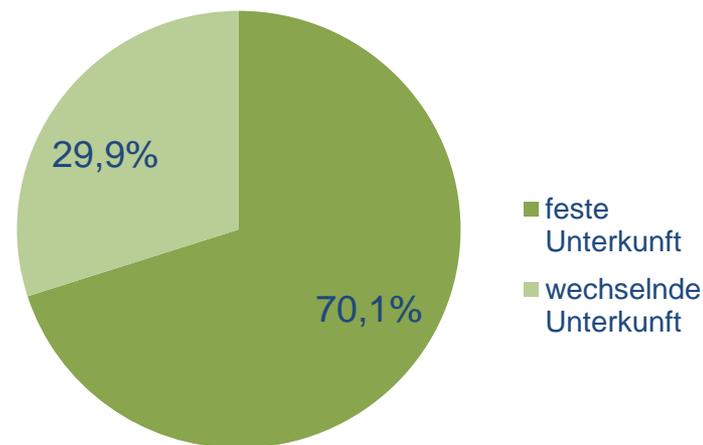
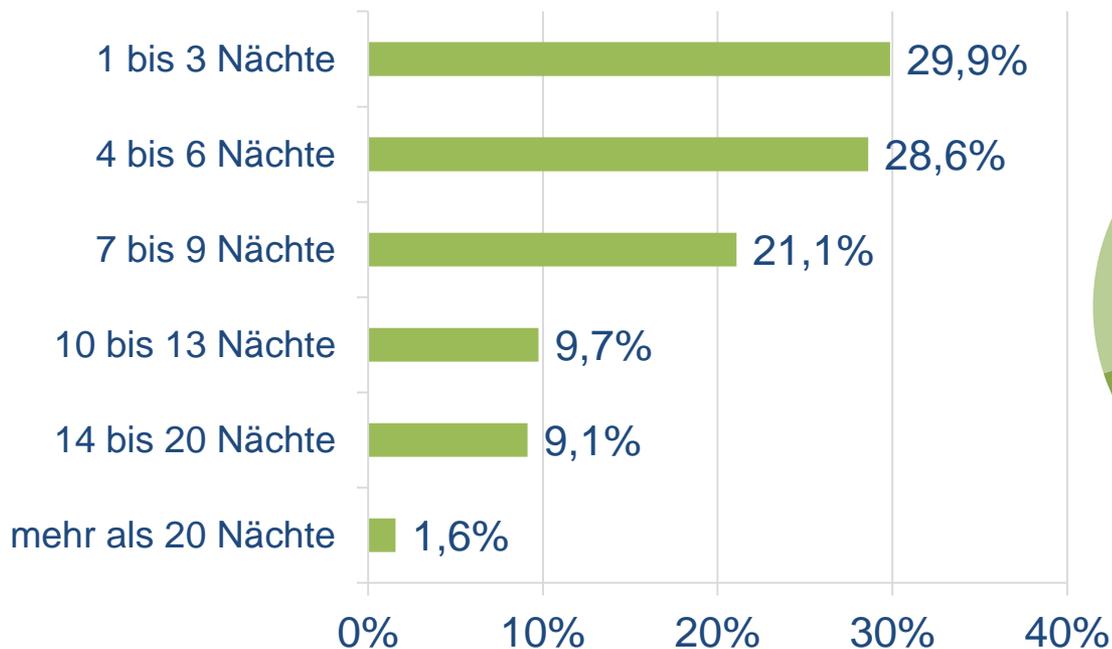


eigene Erhebung,
Mehrfachantworten
n = 1.071



Anzahl der Übernachtungen bei einer mehrtägigen Wanderung

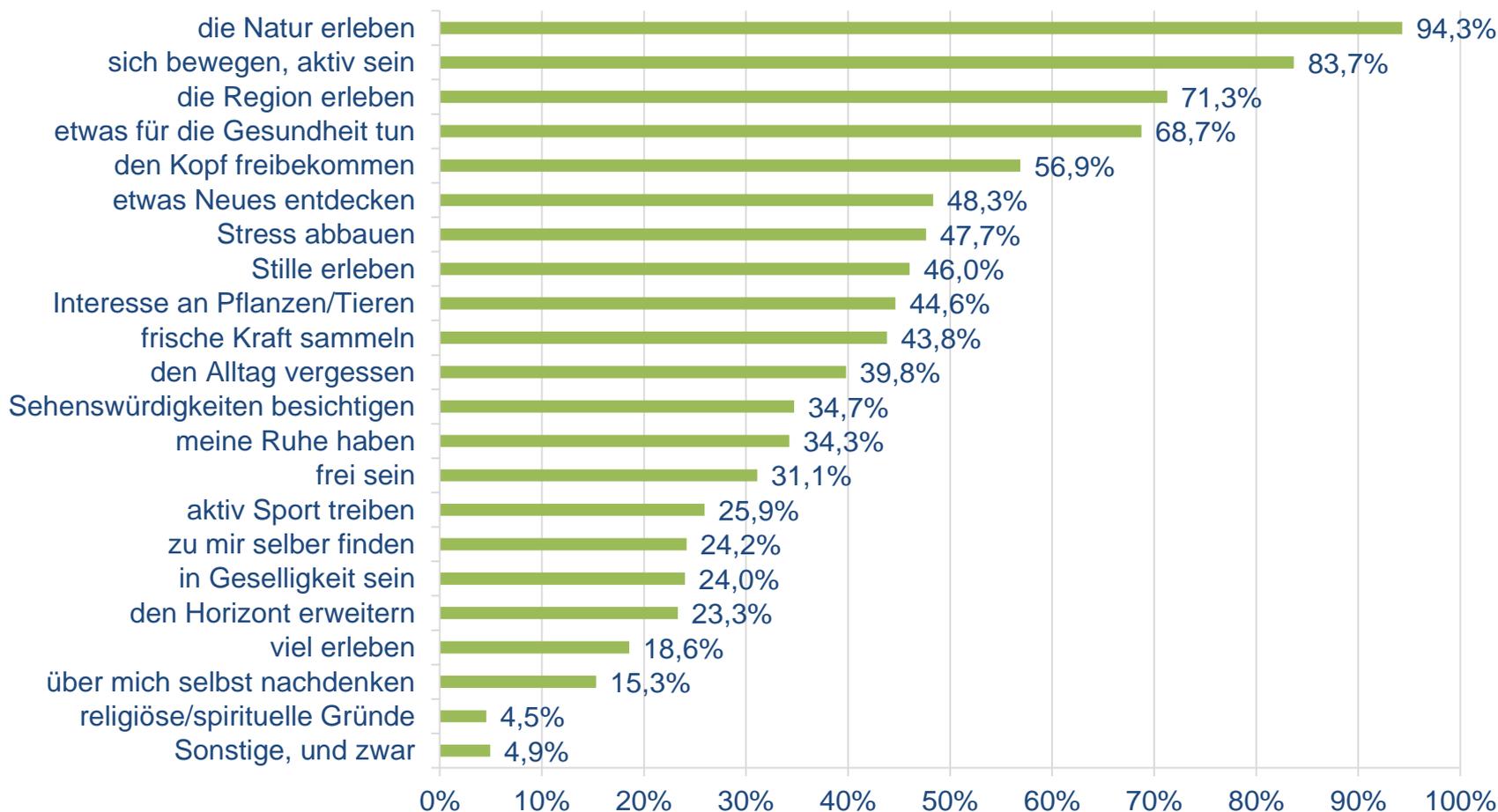
Ø = 6,6 Nächte
Median = 6,0 Nächte



eigene Erhebung
n = 383

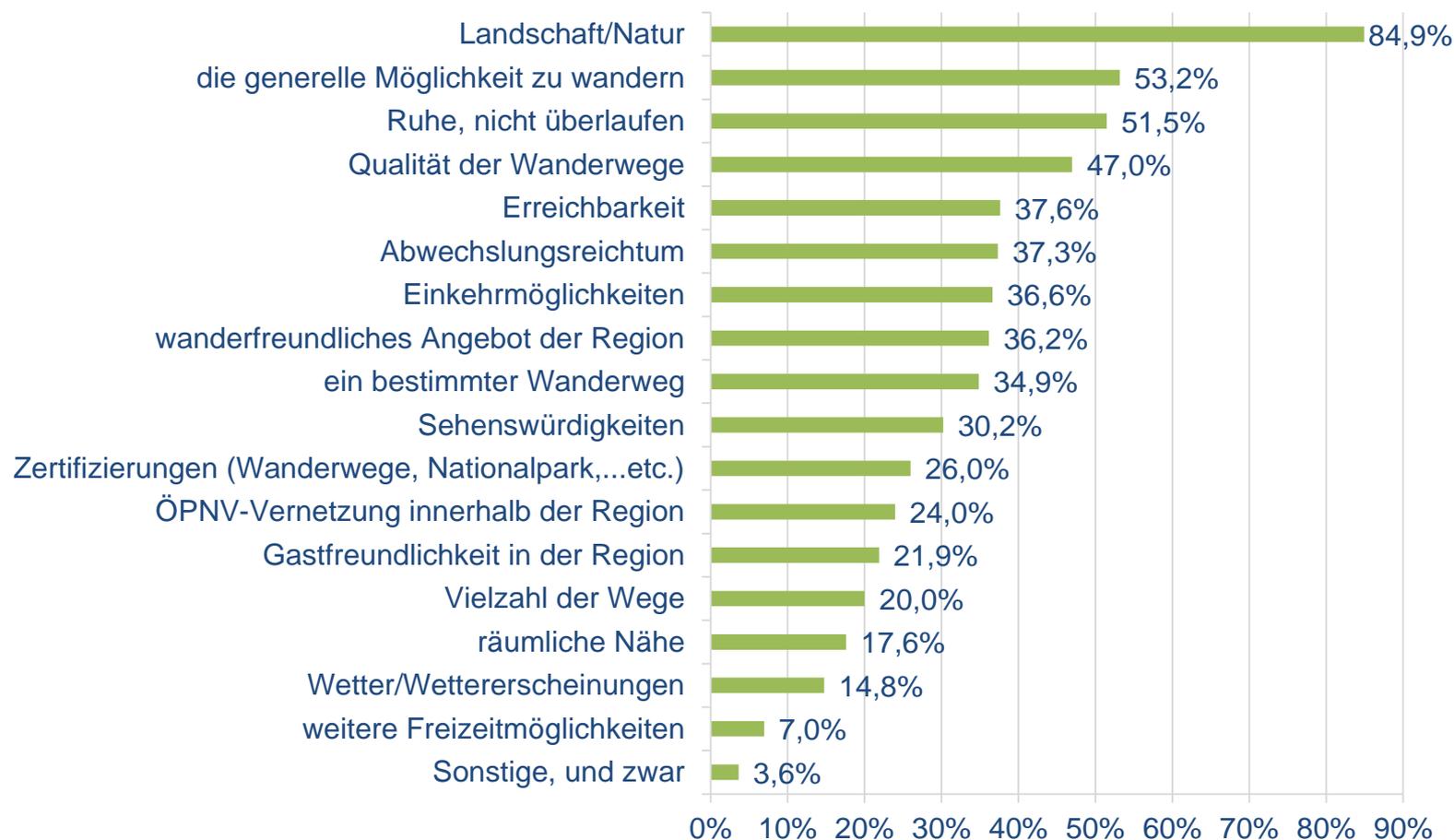


Wanderanlass



eigene Erhebung
n = 1.303

Wichtige Kriterien zur Auswahl einer Region





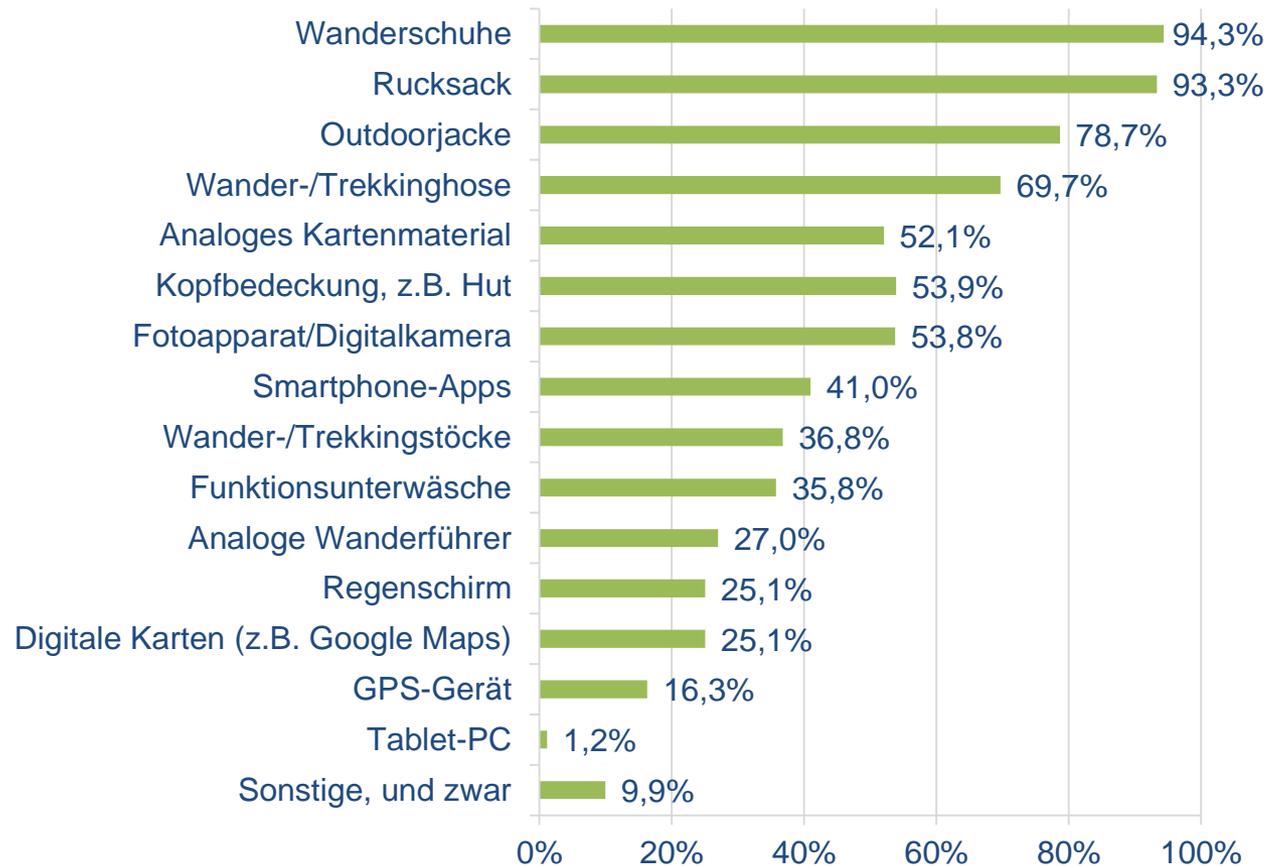
Wichtige Kriterien zur Auswahl eines Wanderweges



eigene Erhebung
Mehrfachantwort,
n= 1.303



Ausrüstungsgegenstände während einer Wanderung



eigene Erhebung
n= 1.303

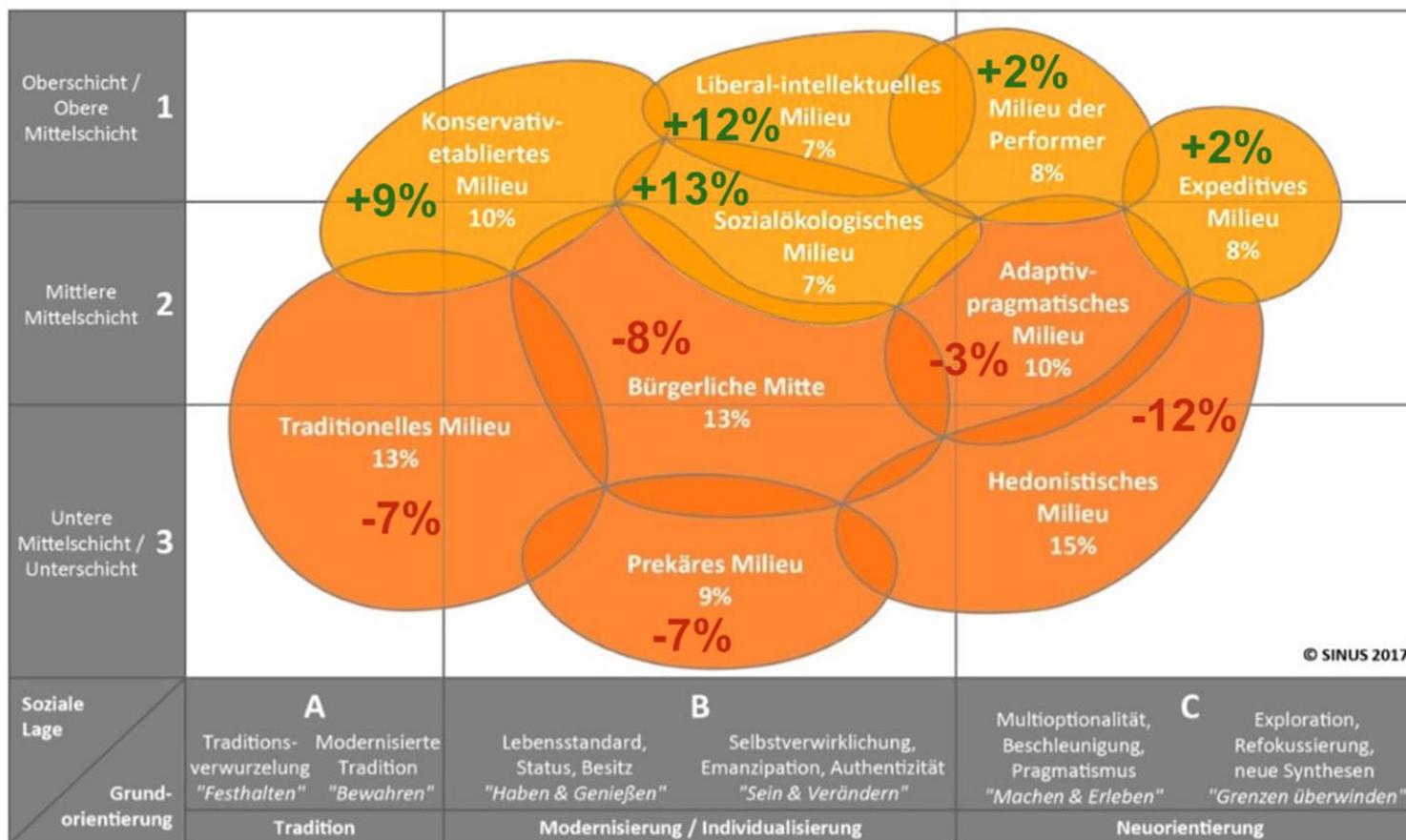


Zusammenfassung

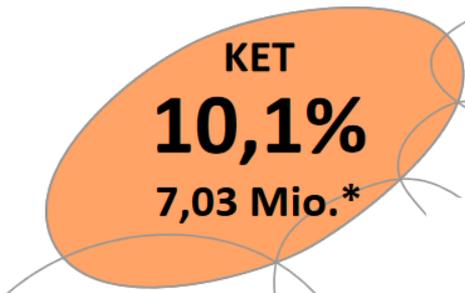
Im Zuge des Wandermonitors 2018 konnten 1.303 valide Fälle ermittelt und ausgewertet werden. Daraus ergaben sich folgende Ergebnisse:

- Bemerkenswert ist die **höhere Sensibilität jüngerer Zielgruppen** an den Servicegedanken wandertouristischer Angebote: Bestimmte Rahmenbedingungen zum Wandern wie Sehenswürdigkeiten in der Wanderregion, Beschilderung des Wanderweges sowie die lückenlose Anwendbarkeit wanderaffiner Smartphone-Apps während der Wanderung sind jüngeren Wandernden deutlich wichtiger als eher älteren Wandernden. Auch die Zweisamkeit während der Wanderung mit dem Partner kann bei der jüngeren Zielgruppe festgestellt werden.
- **Unterschiedliche Lebensstilmilieus** haben jeweils **unterschiedliche Anforderungen** an Region und Weg, aber auch an ihre Ausrüstung für die Wanderung.

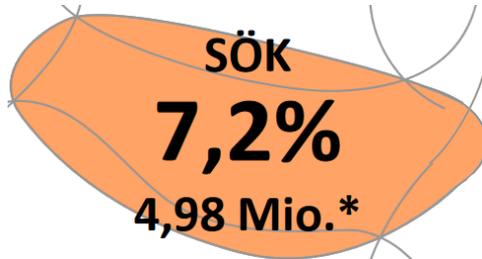
Anteil Sinus-Milieus am Wandermonitor



Ausgewählte Sinus-Milieus am Wandermonitor



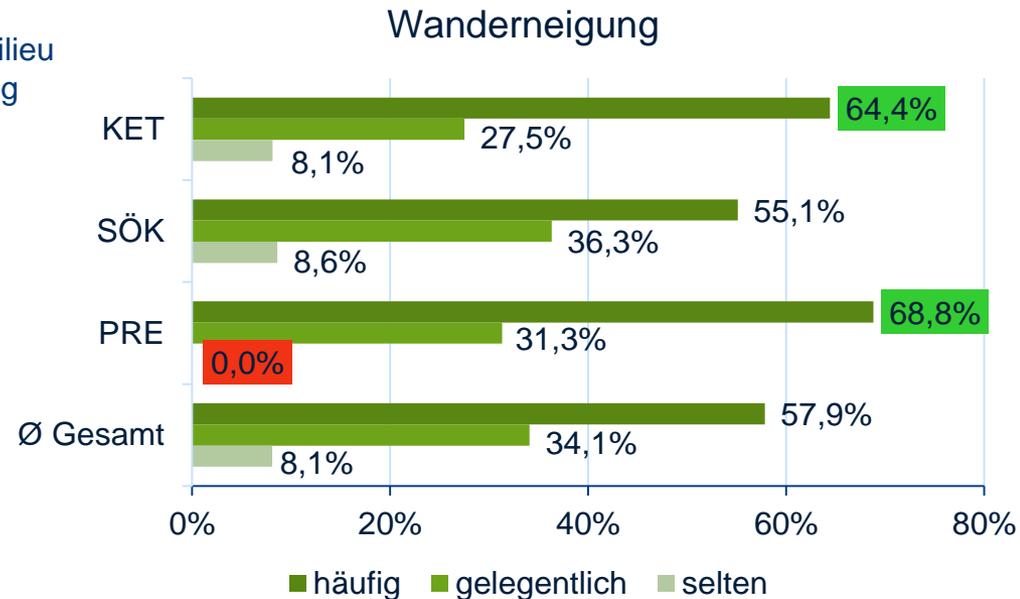
- Sozial gehobenes Milieu
- Hohe Wanderneigung



- Milieu der Mitte
- Hohe Naturaffinität
- Ø Wanderneigung



- Milieu der unteren Mitte
- Hohe Wanderneigung



Konservativ-etabliertes Milieu (KET) Das klassische Establishment





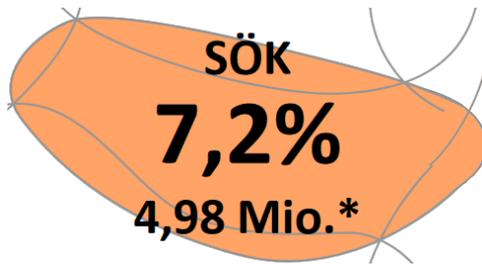
- **Konservativ-etabliertes Milieu:**

Die KET wandern überdurchschnittlich viel im **Alpenvorland**, unternehmen auch vermehrt längere Wanderungen **ab 4 h Dauer** und **ab einer Länge von 15 km**. Dies spricht auch für die hohe Wandererfahrung. Weiterhin sind Wanderer dieses Milieus vermehrt **in Begleitung von Kindern** und wählen ihre Region überdurchschnittlich oft nach dem **Wetter bzw. Wettererscheinungen** aus, die Erreichbarkeit ist hingegen weniger von Bedeutung. **Gütesiegel** sind bei der Auswahl des Wanderweges von überdurchschnittlicher Relevanz. Zu den überdurchschnittlich oft angegebenen Motiven gehören „**etwas für die Gesundheit tun**“, „**sich bewegen, aktiv sein**“ sowie „**religiöse/spirituelle Gründe**“. Zu den überdurchschnittlich häufig genannten Ausrüstungsgegenständen gehören „**Wander-/Trekkingstöcke**“ und der „**Regenschirm**“, weniger bedeutet ist hingegen der „**Tablet-PC**“.

Sozialökologisches Milieu (SÖK)

Engagiert gesellschaftskritisches Milieu mit normativen Vorstellungen vom „richtigen“ Leben

Leitmotiv: „Nachhaltigkeit und Entschleunigung“



Globalisierung-Skeptiker
Bannerträger von Political Correctness und Diversity
Achtsamkeit und Multikulturalismus
Ausgeprägtes ökologisches und soziales Gewissen
Normative Vorstellungen vom „richtigen“ Leben
Kritik der Wachstums- und Konsumgesellschaft





- **Sozialökologisches Milieu:**

Die SÖK wandern vermehrt in großen **Gruppen von 16-25 Personen**, wobei es sich nicht um Vereinsmitglieder handelt. Sie wandern größtenteils **ohne Kinder mit Freunden und Bekannten**, dabei unternehmen sie mal eine **Tageswanderung während des Urlaubs**. Die Motive „**Stille erleben**“ und „**Neues Entdecken**“ stehen dabei im Vordergrund. Die „**ÖPNV-Vernetzung innerhalb der Region**“ und ein „**bestimmter Wanderweg**“ werden vermehrt als bedeutsam aufgeführt, die „Erreichbarkeit mit dem KFZ“, „weitere Freizeit- und Einkehrmöglichkeiten“, der „Name des Wanderweges“ sowie die „Gastfreundlichkeit in der Region“ werden unterdurchschnittlich wenig erwähnt. Zu den häufig genannten Ausrüstungsgegenständen gehören das „**analoge Kartenmaterial**“ und das „**Tablet PC**“.

Prekäres Milieu (PRE)

Die um Orientierung und Teilhabe („dazu gehören“) bemühte
Unterschicht

PRE

9,0%

6,24 Mio.*

Leitmotiv: „Anschluss halten und dazu gehören“

Affinität

heimorientierte Freizeitaktivitäten

Schnäppchen

Technik

Gesundheitsurlaub

Unterhaltung

deutsche Destinationen

Selbstbild als Benachteiligte
der Gesellschaft

Zukunftsängste und
reaktive Grundhaltung

Wunsch nach Konsum,
Prestige und Anerkennung

Bemüht, mitzuhalten

Ausgrenzungserfahrungen

Verbitterung und
Ressentiments

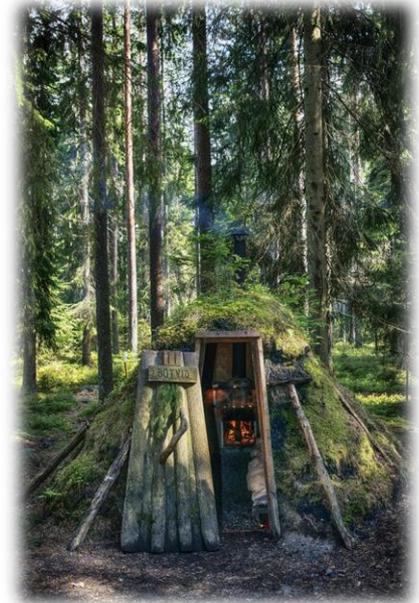


- **Prekäres Milieu:**

Die PRE unternehmen vermehrt lange Wanderungen von **25-30 km** Länge **oder 5-10 km**. Daraus ergibt sich auch eine überdurchschnittliche **Dauer von über 8 h**. Größtenteils sind diese Wanderer im **Mittelgebirge** anzutreffen, dabei häufig mit **Freunden und Vereinsmitgliedern** sowie auch **Kindern**. Die Wanderungen starten vielfach **von zuhause**, was für die Heimorientierung steht, oder im Urlaub als Tageswanderung in der Gruppe. Die Motive „**viel erleben**“, „**Geselligkeit**“ und „**Stress abbauen**“ sind vermehrt überdurchschnittlich vertreten, Regionsspezifika und abwechslungsreiche Landschaft sind dabei unwesentlich. Das gemeinsame Erleben in der Gruppe steht im Vordergrund, daher sind weitere Freizeit- und Einkehrmöglichkeiten von Relevanz.

Thematische Orientierung des Wandermonitors 2019

- Alternative Übernachtungsmöglichkeiten



Unser Onlinefragebogen ist wie gewohnt abrufbar unter: <http://www.unipark.de/uc/wandermonitor/>

Bildquellen: Thurgauer Bubble-Hotel ©michelphotography; Tiny Houses ©Tiny House Resort Wredenhagen; Kolarbyn Eco-Lodge ©www.kolarbyn.se



Kontakt

Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack

Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften

Institut für Tourismus- und Regionalforschung

- Hochschule Braunschweig/Wolfenbüttel -
Karl-Scharfenberg-Fakultät Verkehr-Sport-Tourismus-Medien
Karl-Scharfenberg-Straße 55/57
D-38229 Salzgitter

Telefon: +49 (0)5341 875 52020

Telefax: +49 (0)5341 875 52022

E-Mail: h-d.quack@ostfalia.de

Web Ostfalia: www.ostfalia.de/fks

Web Wandermonitor: www.wandermonitor.de