



WANDERTOURISMUS IN NORDRHEIN-WESTFALEN

Themendossier 2022

Tourismus NRW e.V.

September 2022

INHALTSVERZEICHNIS

<u>Fact Snack To Go.....</u>	<u>3</u>
<u>Wandern Allgemein</u>	<u>4 – 19</u>
▪ <u>Wandern – Definition</u>	<u>5</u>
▪ <u>Wandern – Zahlen, Daten & Fakten</u>	<u>6 – 9</u>
▪ <u>Customer Journey eines Wandernden</u>	<u>10 – 19</u>
<u>Wandern in Nordrhein-Westfalen</u>	<u>20 – 25</u>
▪ <u>Auf einen Blick.....</u>	<u>21</u>
▪ <u>Customer Journey des Wandertourismus in NRW.....</u>	<u>22 – 25</u>
<u>Wandern & SINUS-Milieus</u>	<u>26 – 27</u>
<u>Quellen</u>	<u>28</u>
<u>Impressum</u>	<u>29</u>



Klicke auf unser Logo, um zurück
zum Inhaltsverzeichnis zu gelangen



**NORD
RHEIN
WEST
FALEN**

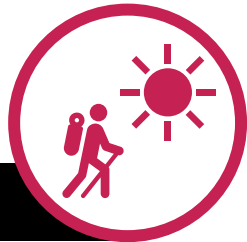
Tourismus NRW e.V.

FACT SNACK TO GO

Urlaubsreisen mit der Aktivität **Wandern in NRW** finden **überwiegend im Sommer** statt.

WANDERSAISON

Quelle: GfK DestinationMonitor 2018-2021. Urlaubsreisen ab einer Übernachtung, ab 50 km.



Das **Postmaterielle** Milieu ist besonders **wanderaffin**.

ZIELGRUPPE

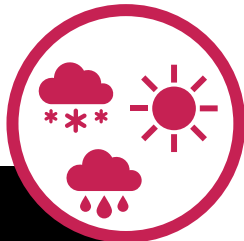
Quelle: Sinus-Institut 2021/2022. Infopaket „Basis“, n=31.132



Das **Wetter** ist bei Spontan- und Tageswanderungen **entscheidend**, bei Urlaubswanderungen nicht.

WETTER

Quelle: Ostfalia Wandermonitor 2021, n=908



Bei Urlaubsreisen mit der Aktivität **Wandern in NRW** wird vor allem das **Auto** genutzt.

AN- & ABREISE

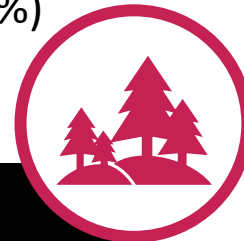
Quelle: GfK DestinationMonitor 2018-2021. Urlaubsreisen ab einer Übernachtung, ab 50 km.



Natur erleben (97,2 %) als häufigstes Motiv von Wandernden.

MOTIVE

Quelle: Ostfalia Wandermonitor, 2021; n= 908. Mehrfachantworten möglich



Bei Urlaubsreisen mit der Aktivität Wandern in NRW wird **vorrangig das Internet** genutzt.

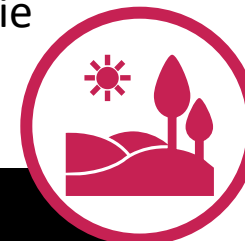
INFORMATIONSQLLE

Quelle: GfK DestinationMonitor 2020-2021. Urlaubsreisen ab einer Übernachtung, ab 50 km.

Das **Mittelgebirge** (65 %) ist die beliebteste Landschaftsform beim Wandern.

LANDSCHAFTSFORM

Quelle: Ostfalia Wandermonitor, 2021; n=908. Sonstige (6 %).



NORD
RHEIN
WEST
FALEN

Tourismus NRW e.V.

WANDERN – ALLGEMEIN



WANDERN – DEFINITION

Wie wird „Wandern“ definiert?



Wandern ist Gehen in der Landschaft. Dabei handelt es sich um eine Freizeitaktivität mit unterschiedlich starker körperlicher Anforderung, die sowohl das mentale wie physische Wohlbefinden fördert.

BMW Grundlagenuntersuchung - Wandern, 2010

CHARAKTERISTIKA EINER WANDERUNG



Dauer: min. 1 Stunde



Entsprechende Planung



Nutzung spezifischer Infrastruktur



Angepasste Ausrüstung

A low-angle shot looking up at a wooden suspension bridge with a person walking on it, surrounded by a dense forest with many tall trees and green leaves. Sunlight filters through the canopy.

WANDERN – ZAHLEN, DATEN, FAKTEN

WANDERN

Zahlen, Daten & Fakten

HOHE WANDERINTENSITÄT

Knapp $\frac{3}{4}$ der Befragten gehen häufig wandern (mehrmals in der Woche oder im Monat).

Quelle: Ostfalia Wandermonitor, 2021; n= 908

LÄNGE DER WANDERUNG

14,2 Kilometer legen die Befragten durchschnittlich pro Wanderung zurück.

Quelle: Ostfalia Wandermonitor, 2021; n=908

HÄUFIGSTE AUSTRÜSTUNGSGEGENSTÄNDE



Wanderschuhe (94,3 %)



Rucksack (93,3 %)



Outdoorjacke (78,7 %)

Quelle: Ostfalia Wandermonitor, 2018; n= 1.303

HÄUFIGSTE MOTIVE VON WANDERNDEN



Natur erleben (97,2 %)



Sich bewegen, aktiv sein (88,4 %)



Etwas für die Gesundheit tun (77,4 %)

Quelle: Ostfalia Wandermonitor, 2021; n= 908. Mehrfachantworten möglich

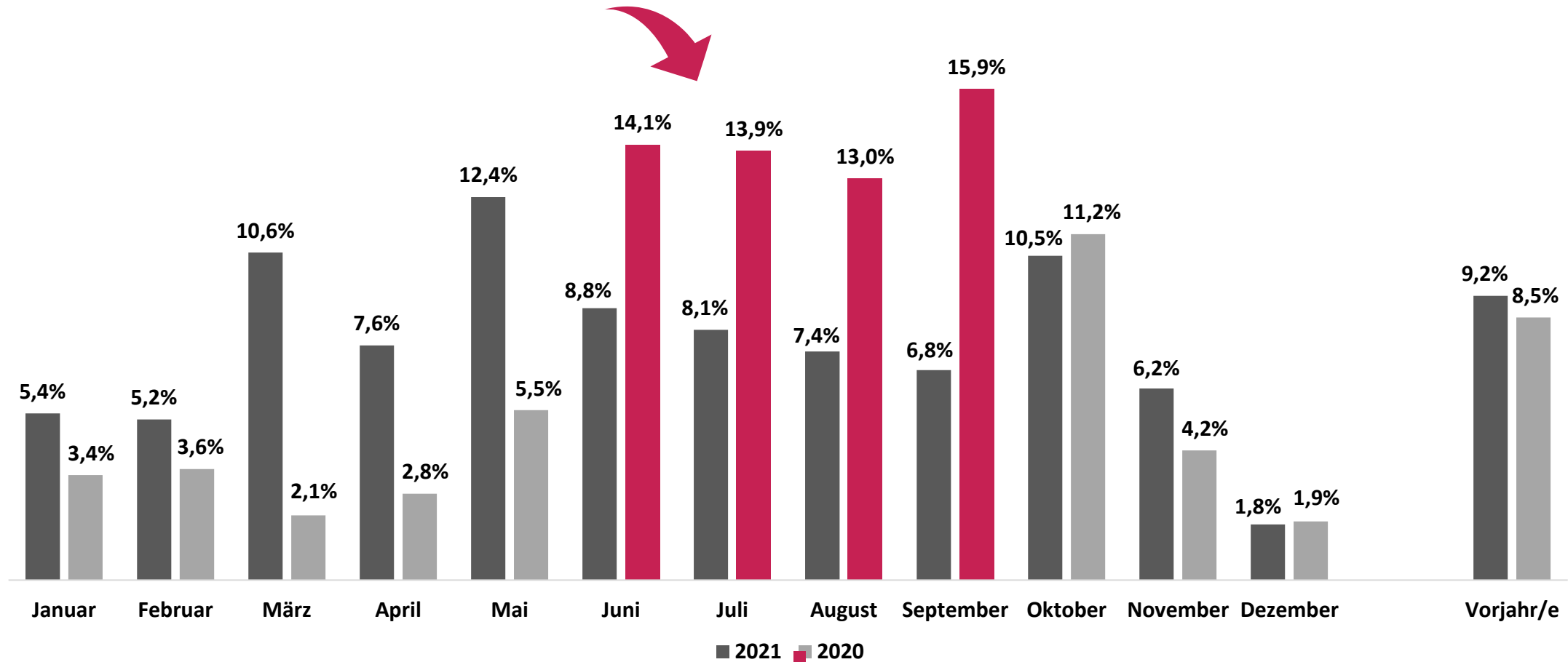


**NORD
RHEIN
WEST
FALEN**

Tourismus NRW e.V.

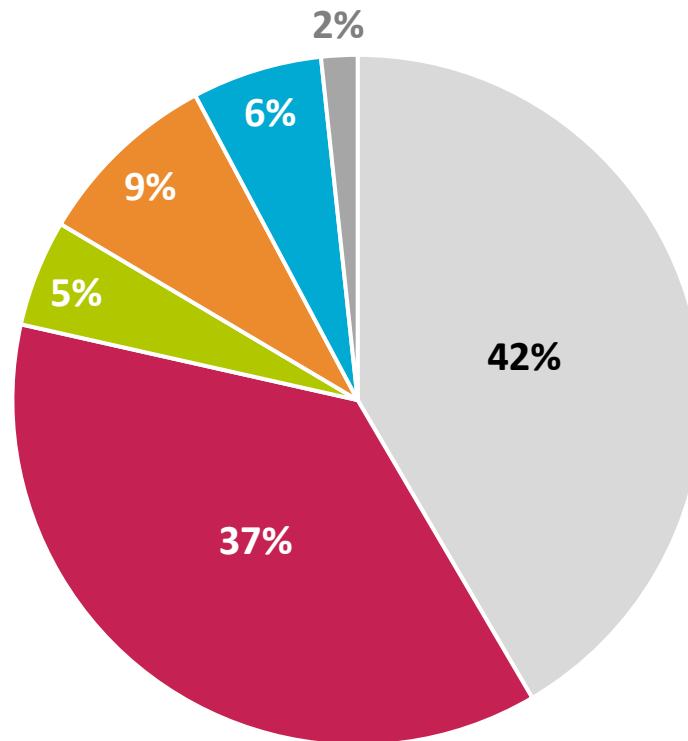
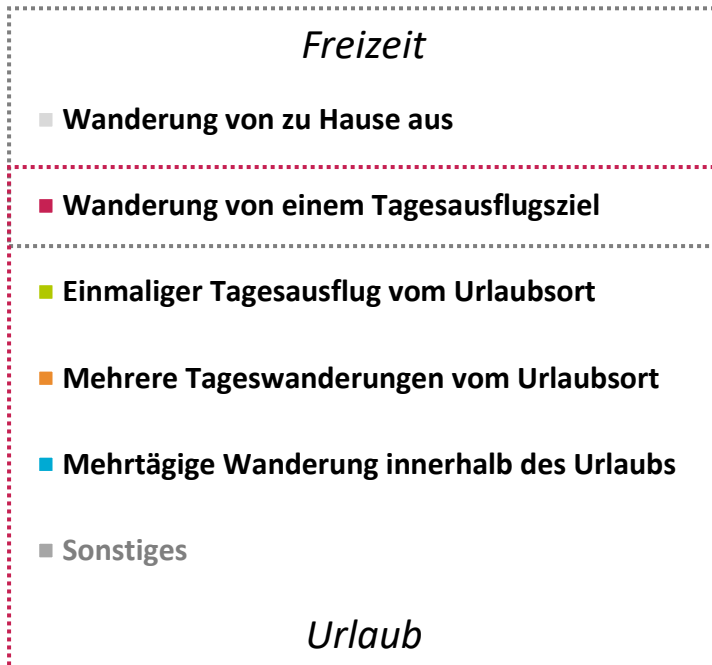
ZEITPUNKT DER LETZTEN WANDERUNG

Deutliche Boom-Phase nach erstem Corona-Lockdown in 2020



FREIZEIT VS. URLAUBSWANDERUNGEN

Kontext der Wanderung



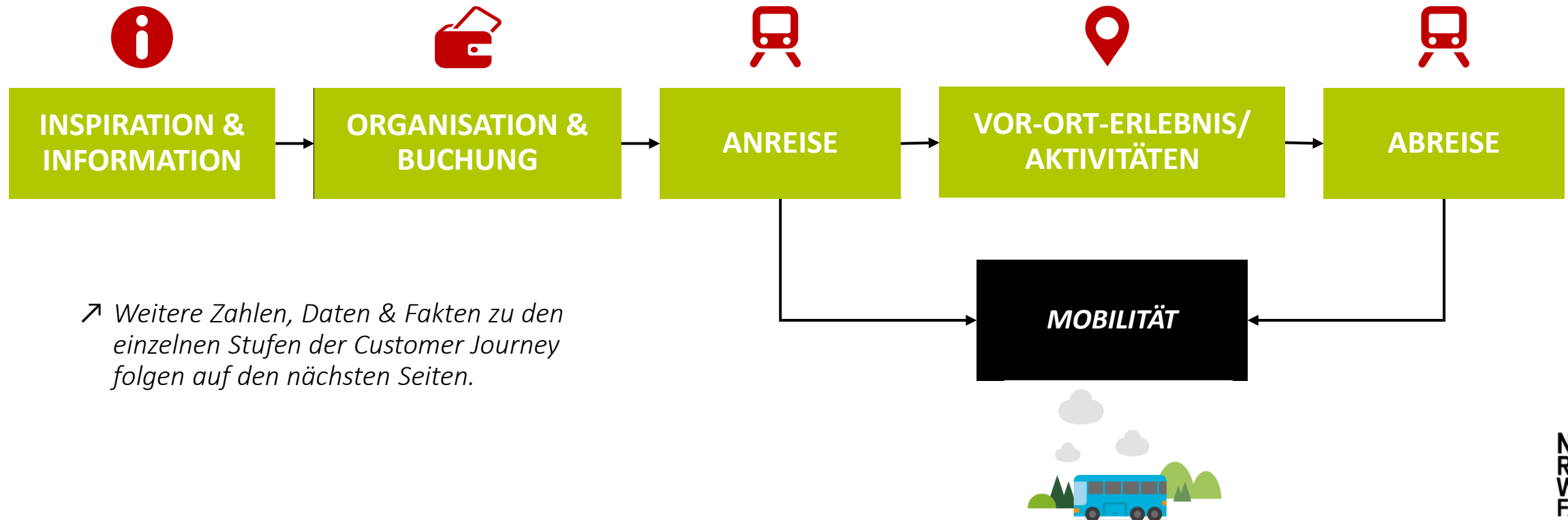


CUSTOMER JOURNEY

EINES WANDERNDEN IN DEUTSCHLAND

CUSTOMER JOURNEY EINES WANDERNDEN

...der Überblick



↗ Weitere Zahlen, Daten & Fakten zu den einzelnen Stufen der Customer Journey folgen auf den nächsten Seiten.

CUSTOMER JOURNEY

Top 3 Informationsquellen bei Urlaubsreisen mit der Aktivität Wandern

Knapp $\frac{1}{3}$ der Urlaubsreisen, die der Aktivität Wandern nachgehen, nutzen Informationsquellen.



Information über das Internet (41 %)



Persönliche Erfahrung (36 %)



Tipps von Bekannten (22 %)

Quelle: GfK DestinationMonitor 2020-2021. Urlaubsreisen ab einer Übernachtung, ab 50 km. Mehrfachantworten möglich.



**INSPIRATION &
INFORMATION**



**NORD
RHEIN
WEST
FALEN**

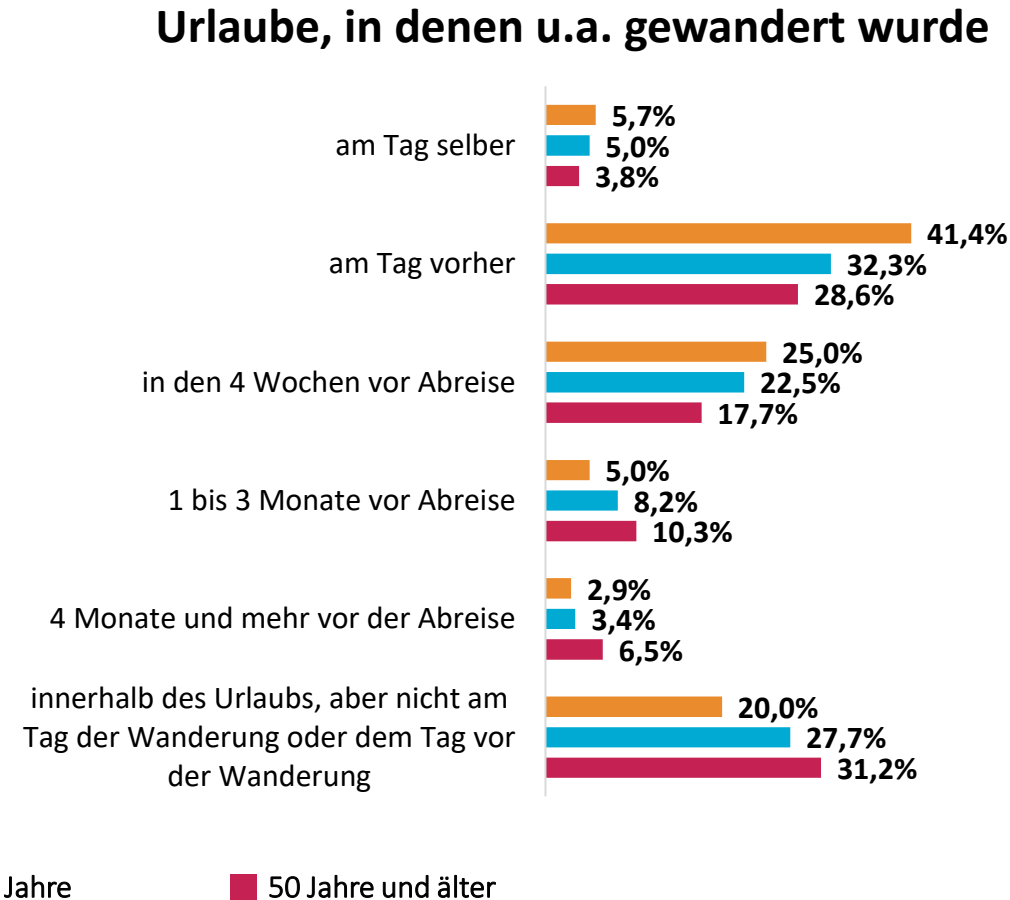
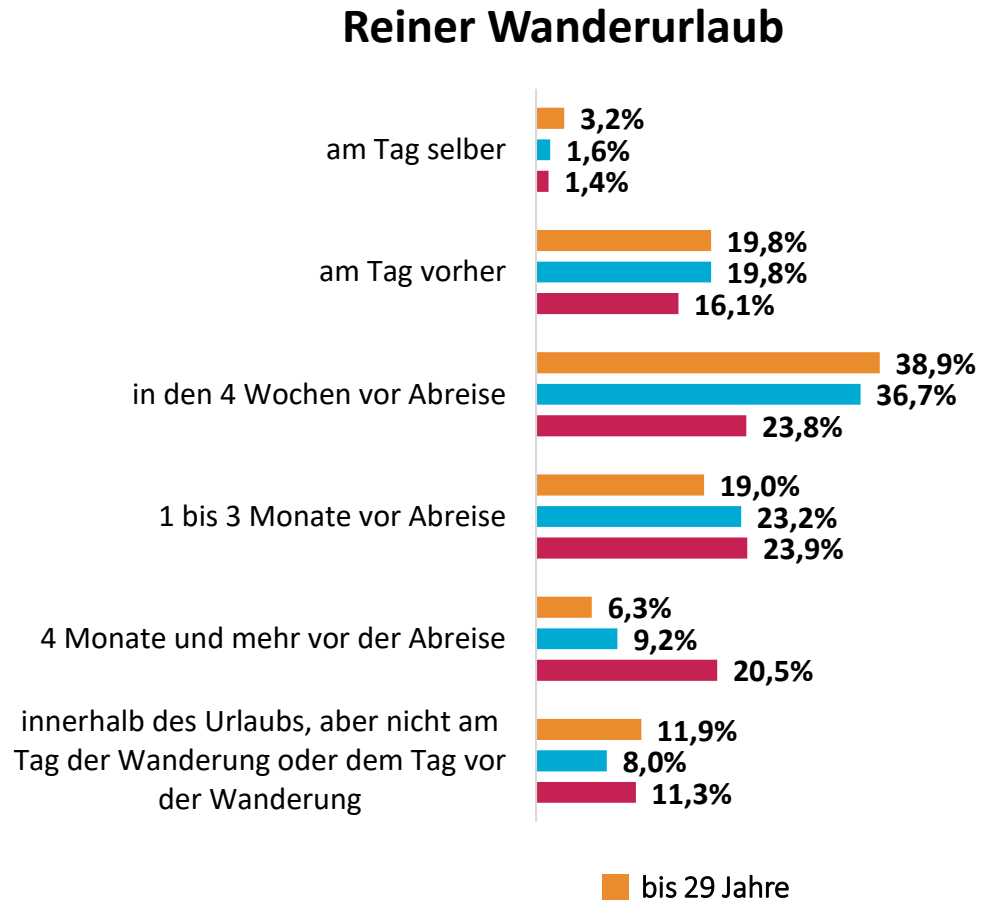
Tourismus NRW e.V.



PLANUNGSZEITPUNKT DER LETZTEN WANDERUNG

ORGANISATION
& BUCHUNG

Unterscheidung nach Urlaubsart und Alter



REGIONSKRITERIEN & BELIEBTE LANDSCHAFTSFORMEN

KRITERIEN ZUR AUSWAHL EINER REGION



Landschaft/Natur (86 %)



Ruhe, nicht überlaufen (59 %)



Generelle Möglichkeit zu wandern (59 %)

Quelle: Ostfalia Wandermonitor, 2019; n=1.466. Mehrfachantworten möglich.



ORGANISATION & BUCHUNG

BELIEBTESTE LANDSCHAFTSFORMEN



Mittelgebirge (65 %)



Hochgebirge/Alpen (16 %)

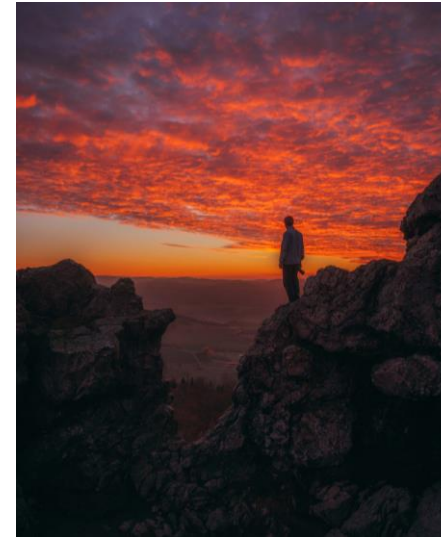
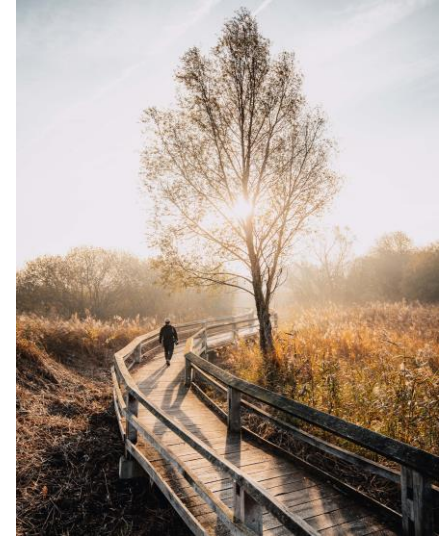


Alpenvorland (7 %)



Flaches Gelände, Küstenregionen (6 %)

Quelle: Ostfalia Wandermonitor, 2021; n=908. Sonstige (6 %).



Mittelgebirge am beliebtesten bei Wandernden

NORD
RHEIN
WEST
FALEN

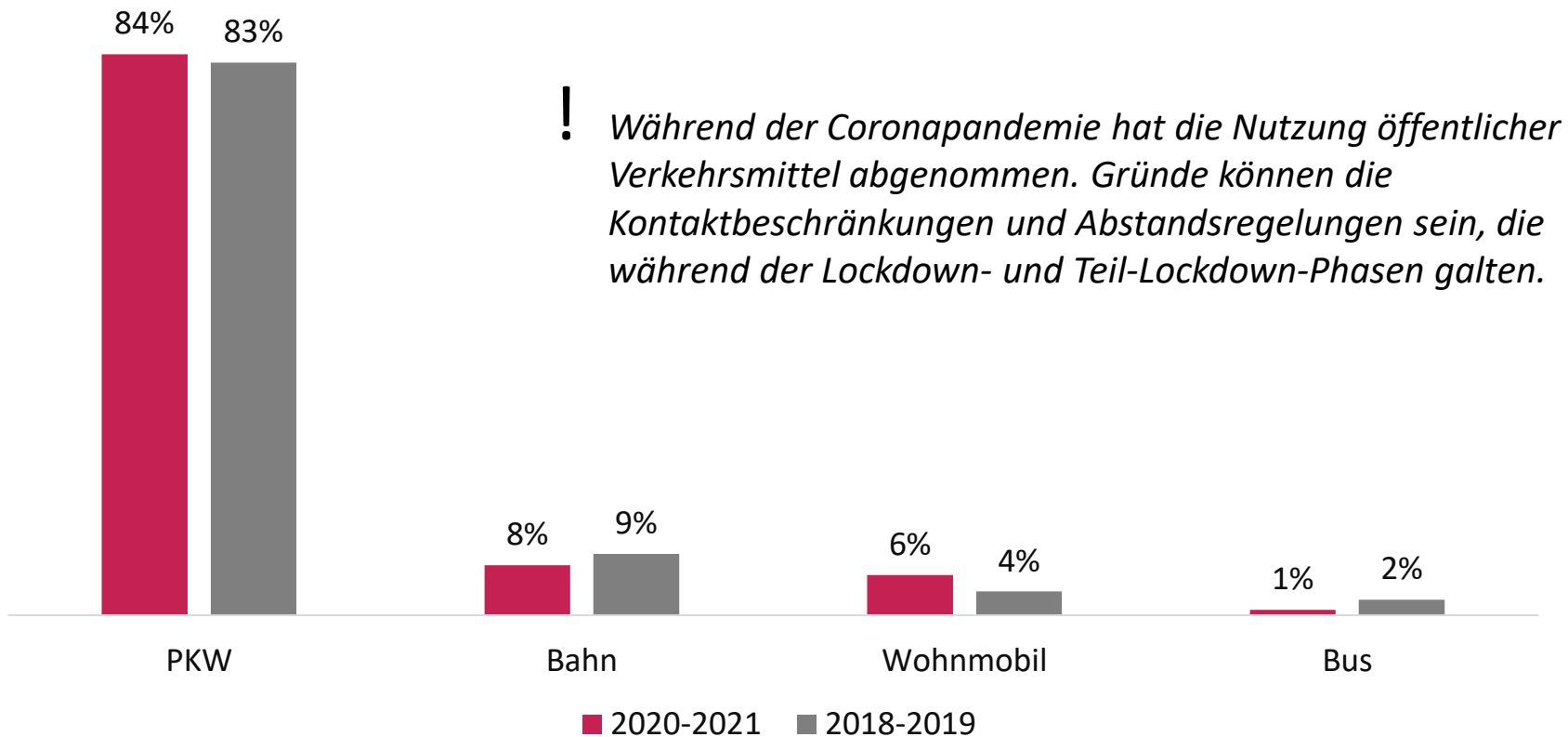
Tourismus NRW e.V.

CUSTOMER JOURNEY



MOBILITÄT

Verkehrsmittel bei Urlaubsreisen mit der Aktivität Wandern vor und während der Coronapandemie



NORD
RHEIN
WEST
FALEN

Tourismus NRW e.V.

WICHTIGE FAKTOREN BEI WANDERWEGEN

Länge des Weges und gute Beschilderung entscheidend für Wegewahl



VOR-ORT-
ERLEBNIS/
AKTIVITÄTEN

KRITERIEN ZUR AUSWAHL EINES WANDERWEGES

-  Länge des Weges (71 %)
-  Beschilderung/Wegweiser (63 %)
-  Ruhe, nicht überlaufen (60 %)

Quelle: Ostfalia Wandermonitor, 2019; n= 1.466. Mehrfachantworten möglich.

STÖRFAKTOREN AUF WANDERWEGEN

-  Abfälle in der Landschaft (63 %)
-  Vandalismus in der Wegeinfrastruktur (Beschilderung etc.) (61 %)
-  Schlechte Beschilderung (54 %)

Quelle: Ostfalia Wandermonitor, 2015; n= 366. Mehrfachantworten möglich.



EINFLUSS VON WETTER & WITTERUNG AUFS WANDERN

VOR-ORT-
ERLEBNIS/
AKTIVITÄTEN

Abhängig von der Art der Wanderung

WETTER BEIM REINEN WANDERURLAUB OFTMALS NICHT ENTSCHEIDEND

Über $\frac{2}{3}$ lassen ihre Entscheidung, einen Wanderurlaub zu unternehmen, **nicht** vom Wetter beeinflussen.

GENUTZTE INFORMATIONSQUELLE FÜR WETTERBEDINGUNGEN



Wetter-Apps (69 %)



Wetterdienste im Internet (60 %)



Fernsehen (20 %)

WETTER BEEINFLUSST WANDERUNG INNERHALB EINES URLAUBS UND TAGESWANDERUNGEN

73 % lassen ihre Entscheidung, eine **Wanderung innerhalb des Urlaubs** zu unternehmen, vom Wetter beeinflussen.

Knapp 80 % der Wanderer lassen Ihre Entscheidung, **eine Tageswanderung** zu unternehmen, vom Wetter beeinflussen.



NORD
RHEIN
WEST
FALEN

Tourismus NRW e.V.

DIE UNTERKUNFT BEIM WANDERN

Eine gewisse Ausstattung ist den meisten Wandernden wichtig.



VOR-ORT-
ERLEBNIS/
AKTIVITÄTEN

WAHL DER UNTERKUNFT BEI URLAUBSWANDERNDEN

 Hotel, Gasthof, Motel, Lodge (54 %)

 Pension (32 %)

 Ferienwohnung (20 %)

Quelle: Ostfalia Wandermonitor, 2016, n= 1.221

Ø 6,6 NÄCHTE



übernachten Wandernde
bei einer mehrtägigen
Wanderung.

Quelle: Ostfalia Wandermonitor, 2018; n= 383

WICHTIGSTE GRUNDAUSSTATTUNG EINER UNTERKUNFT BEIM WANDERN

 Schlafmöglichkeit im Bett

 WC

 Dusche

Quelle: Ostfalia Wandermonitor, 2019; n= 1.466

NORD
RHEIN
WEST
FALEN

Tourismus NRW e.V.

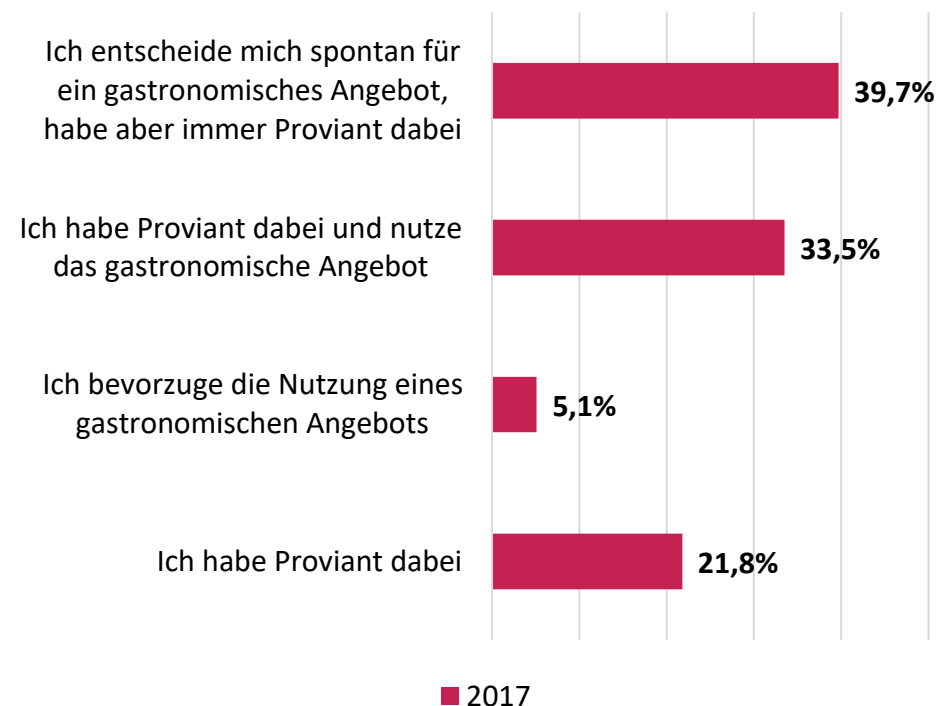
VERPFLEGUNG & GASTRONOMIE BEIM WANDERN



VOR-ORT-
ERLEBNIS/
AKTIVITÄTEN

Verpflegung beim Wandern oftmals spontan und individuell

Wahl der Verpflegung während der Wanderung



Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Ostfalia Wandermonitor, 2017; n= 1.118

DURCHSCHNITTliche AUSGABEN FÜR VERPFLEGUNG



Eigene Verpflegung/Proviant = **7,09 €**



Gastronomie während der Wanderung = **14,27 €**

Quelle: Ostfalia Wandermonitor, 2017; n= 1.118

BEREITSCHAFT EINES UMWEGES FÜR EINE GASTRONOMISCHE EINRICHTUNG



Tageswanderung = **Ø 933,17 m**



Mehrtageswanderung = **Ø 1062,40 m**

Quelle: Ostfalia Wandermonitor, 2017; n= 1.118

NORD
RHEIN
WEST
FALEN

Tourismus NRW e.V.

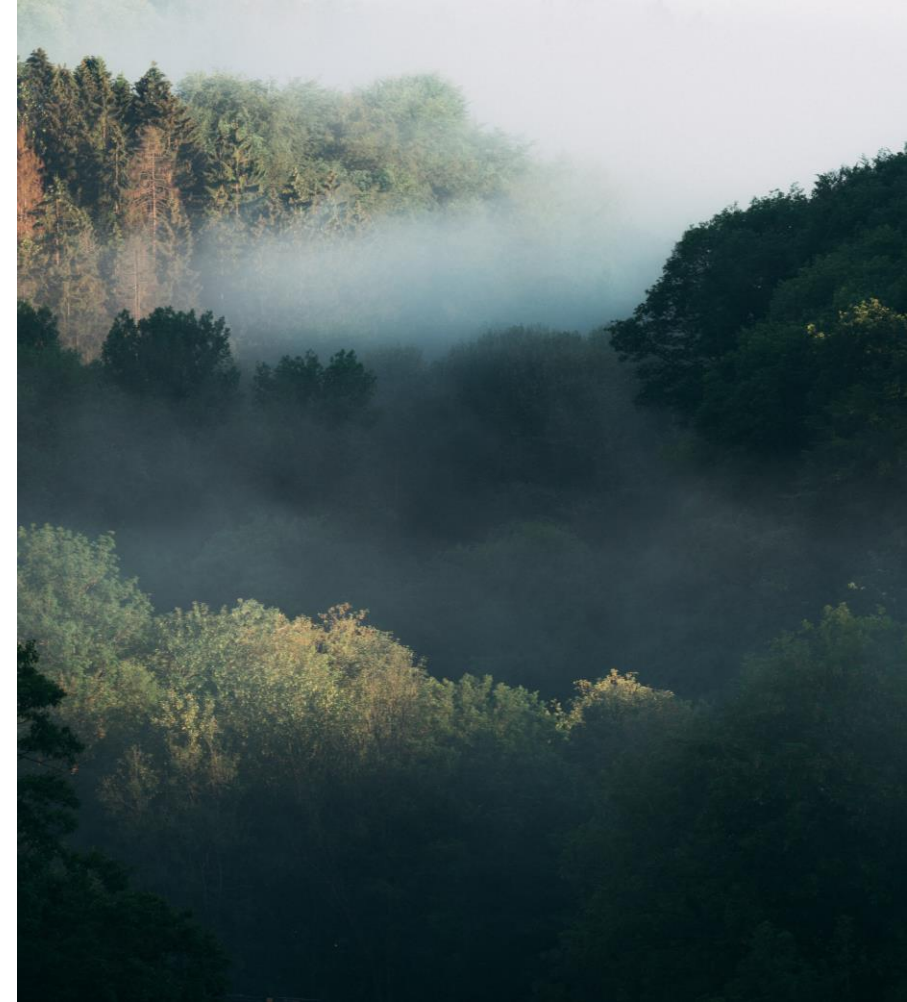
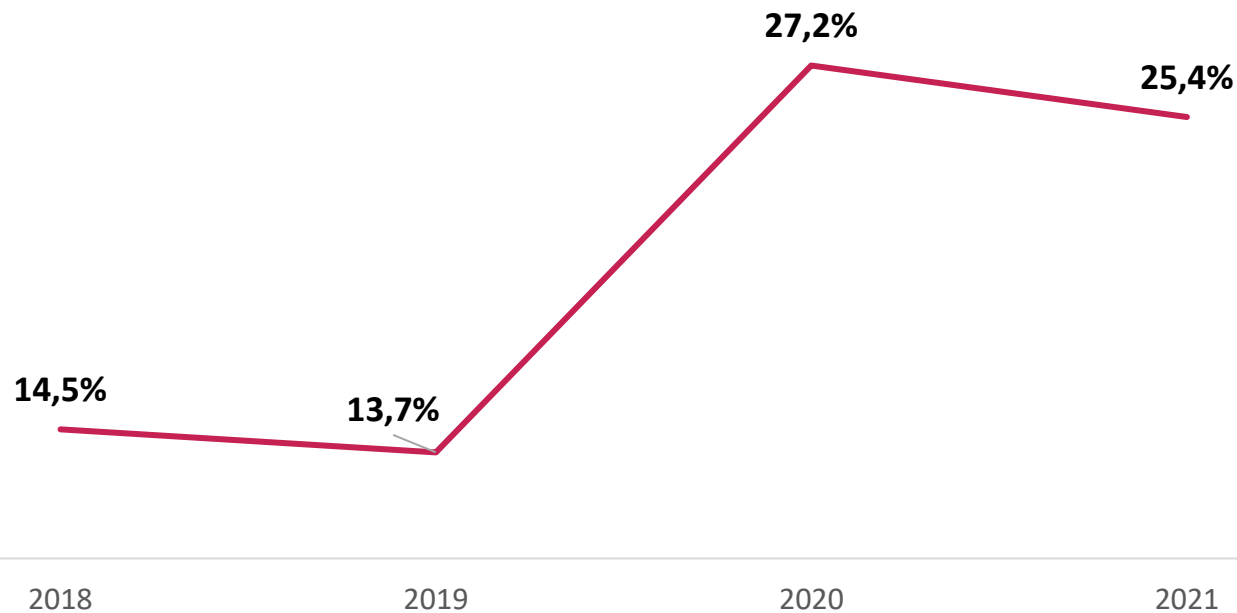
WANDERN IN NORDRHEIN-WESTFALEN



AUF EINEN BLICK – WANDERN IN NRW

Entwicklung der Aktivität Wandern in NRW seit 2018

- ✓ *Urlaubsreisen mit der Aktivität Wandern haben auch in Nordrhein-Westfalen im ersten Pandemiejahr ein Wachstum erlebt: Die Aktivität hat sich von 2019 zu 2020 etwa verdoppelt und lag 2021 noch weit über den Vorkrisenwerten.*





CUSTOMER JOURNEY DES WANDERTOURISMUS IN NRW

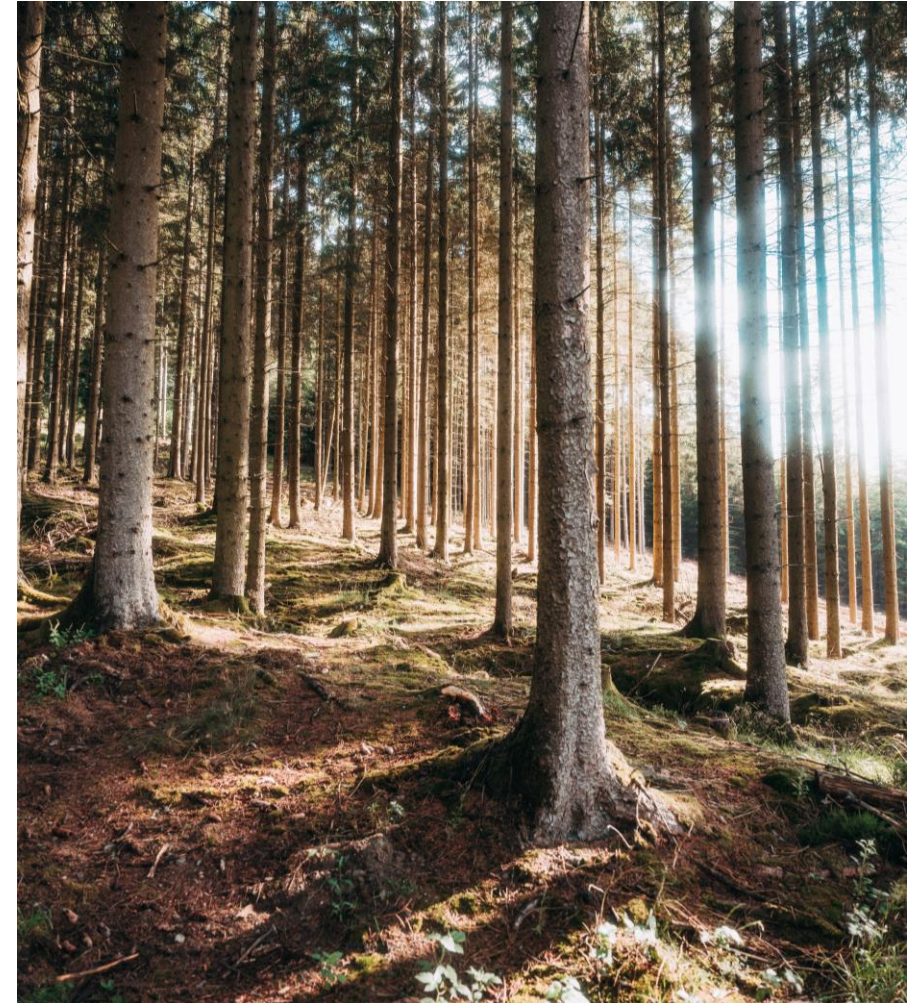
WANDERN IN NRW

Entwicklung von Urlaubsreisen mit der Aktivität Wandern vor und während der Coronapandemie

2018 – 2019
SAISON
 Winter (30 %)
 Sommer (70 %)

2020 – 2021
SAISON
 Winter (45 %)
 Sommer (55 %)

✓ *Über die Pandemiejahre hat sich die Saison bei Urlaubsreisen mit der Aktivität Wandern verlagert: Flexibilität zu jeder Jahreszeit steht im Fokus!*



WANDERN IN NRW

Die Customer Journey von Urlaubsreisen mit der Aktivität Wandern

TOP-INFORMATIONQUELLEN*

-  Internet allgemein (43 %)
-  Persönliche Erfahrung (29 %)
-  Tipps von Bekannten (20 %)

TOP-UNTERKÜNFTE

-  Hotel, Gasthof, Lodge (38 %)
-  Ferienwohnung (29 %)
-  Camping (12 %)

TOP-VERKEHRSMITTEL

-  PKW (84 %)
-  Wohnmobil/ -wagen/
Kleinbus (11 %)

TOP-REISEDAUER

-  1 – 3 Nächte (48 %)
-  4 – 9 Nächte (49 %)

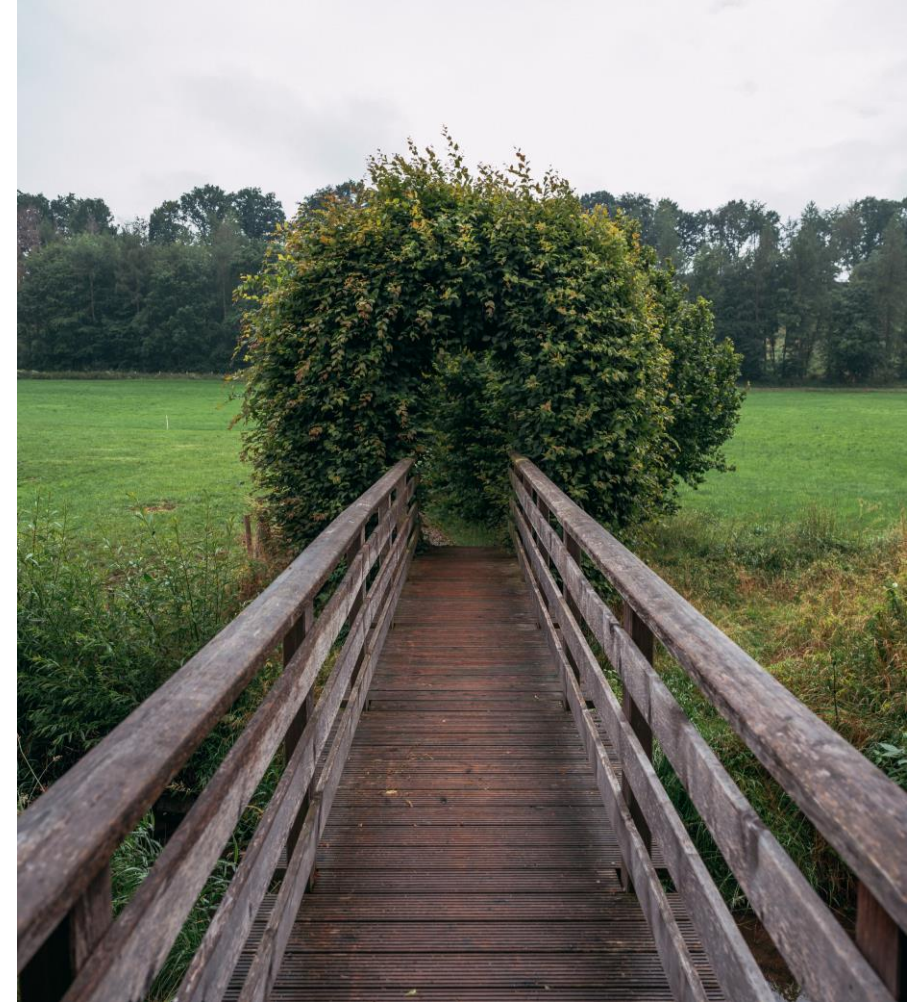
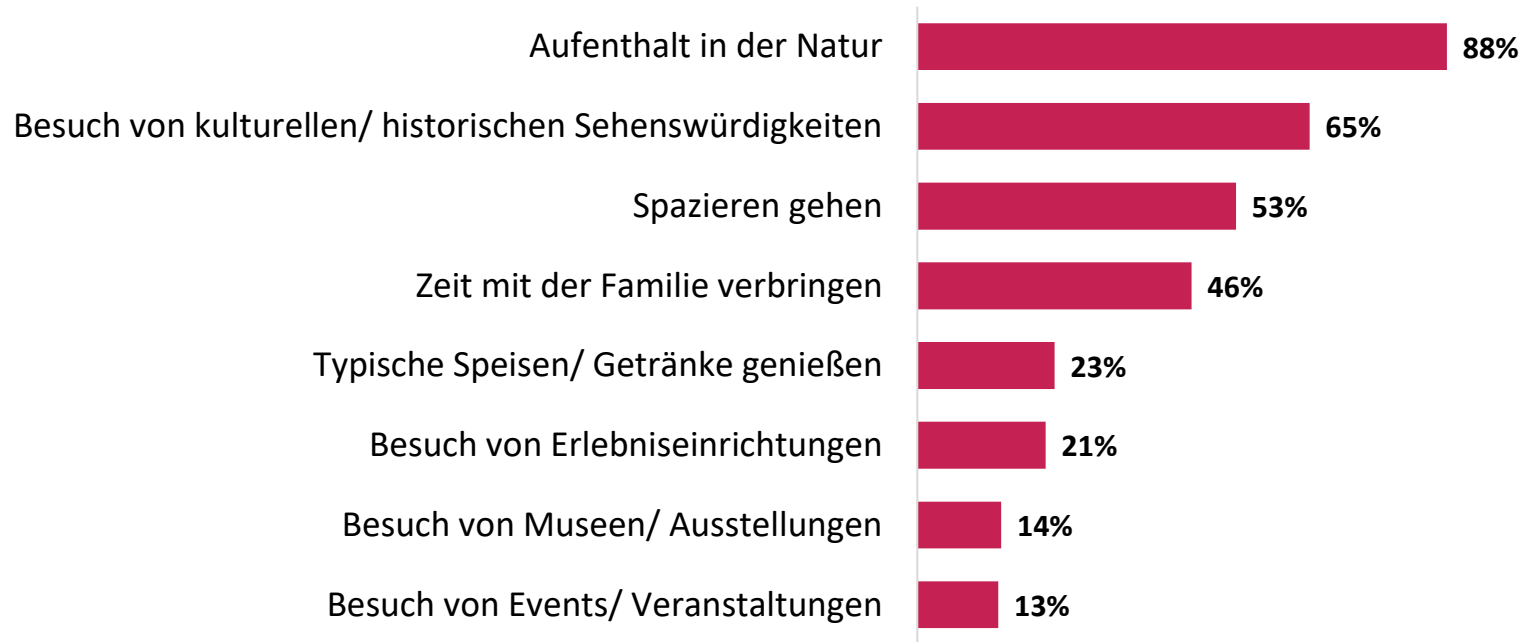


**NORD
RHEIN
WEST
FALEN**

Tourismus NRW e.V.

WANDERN IN NRW

Weitere Aktivitäten, die neben Wandern getätigt werden



✓ *In den Pandemie Jahren wurden die meisten Urlaubsreisen mit der Aktivität Wandern im Sauerland, in der Eifel und im Teutoburger Wald getätigt.*

WANDERN & SINUS-MILIEUS



WANDERN & SINUS-MILIEUS

Postmaterielle sind besonders wanderaffin

Überdurchschnittlich geeignet für die Aktivität „Wandern“ ist NRW für das...

Postmaterielle Milieu (48 %)

Konservativ-Gehobene Milieu (42 %)

Milieu der Performer (37 %)

Expeditive Milieu (35 %)

Quelle: inspektour Destination Brand 21. Gestützte Themeneignung, n=1.000



18% der Deutschen gehen mindestens einmal im Monat wandern. Überdurchschnittlich häufig wandern gehen ...

das Postmaterielle Milieu (25 %)

die Adaptiv-Pragmatische Mitte (22 %)

das Expeditive Milieu (21 %)

das Konsum-Hedonistische Milieu (21 %)

Quelle: Sinus-Institut 2021/2022. Infopaket „Basis“, n=31.132

QUELLEN

Ostfalia Wandermonitore

- 2018, 2019, 2020/ 2021:
Onlinebefragung nach oder während der Wanderung mittels Selbstausfüllerbogen; n 2018 = 1.303, n 2019 = 1.501, n 2020 = 1.521, n 2021 = 908
- 2016 und 2017:
Schriftliche Befragung nach oder während der Wanderung sowie Onlinebefragung nach der Wanderung mittels Selbstausfüllerfragebogen; n 2016 = 1.221, n 2017 = 1.118
- 2015:
Face-to-Face- face-Befragung auf ausgewählten Prädikatswanderwegen sowie schriftliche Befragung nach oder während der Wanderung mittels standardisiertem, vollstrukturiertem Fragebogen; n = 366

GfK DestinationMonitor 2018 - 2021

- Monatliche Befragung (online + offline) von ca. n = 36.000 Personen (netto) in ca. 18.000 deutschen Haushalten

Sinus-Institut 2021/2022

- Infopaket „Basis“
- Repräsentative Befragung der deutschsprachigen Wohnbevölkerung ab 14 Jahre; n=31.132

inspektour Destination Brand 21

- Repräsentative Online-Erhebung der deutschen Wohnbevölkerung zwischen 14 bis 74 Jahre im Oktober und Dezember 2021, n=1.000

BMWi-Grundlagenuntersuchung - Wandern

- Grundlagenuntersuchung Freizeit und Urlaubsmarkt Wandern, 2010
- Herausgeber: Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie
- Online verfügbar unter: [Weblink](#)

IMPRESSUM

HERAUSGEBER

Tourismus NRW e. V.
Vertretungsberechtigter Vorstand:
Dr. Achim Schloemer
Geschäftsführung:
Dr. Heike Döll-König

Völklinger Str. 4
40219 Düsseldorf
Telefon: 0211 91320-500
Fax: 0211 91320-555
E-Mail: info@nrw-tourismus.de
Internet: www.touristiker-nrw.de |
www.dein-nrw.de

Registergericht: Amtsgericht Düsseldorf

Vereinsregisternummer: VR 10493
V.i.S.d.P. und Verantwortlicher gem. § 18 Abs. 2
Medienstaatsvertrag: Markus Delcuve,
Völklinger Str. 4, 40219 Düsseldorf

REDAKTION

Martin Voß
Referent Themenmanagement Natur-
und Aktivtourismus, Landesmarketing,
Nachhaltigkeit
E-Mail: voss@nrw-tourismus.de
Tel.: 0211 91320-530

Leonie Jasper
Assistentin Marktforschung
E-Mail: jasper@nrw-tourismus.de
Tel.: 0211 91320-598

GEFÖRDERT DURCH

Ministerium für Wirtschaft,
Industrie, Klimaschutz und Energie
des Landes Nordrhein-Westfalen

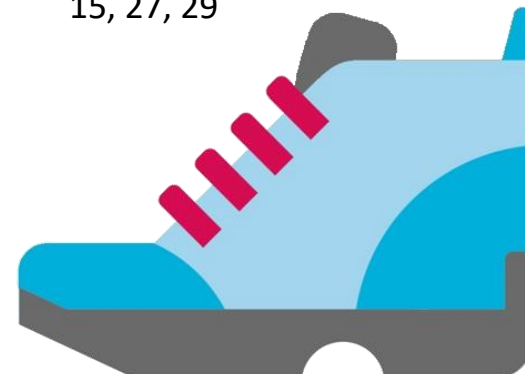


BILDNACHWEISE

Leo Thomas @theolator: S. 1, 6,
10, 22
Johannes Höhn: S. 2, 4, 7, 9, 12,
14, 20, 21, 23, 24, 25, 26
Lennart Pagel: S. 14

ILLUSTRATIONEN

Mario Puschmann: S. 3, 5, 8, 11,
15, 27, 29



**NORD
RHEIN
WEST
FALEN**

Tourismus NRW e.V.