WANDERTOURISMUS IN NRW UND DEUTSCHLAND

Themendossier 2023

Tourismus NRW e.V.

NORDRHEINWESTFALEN
Tourismus NRW e.V.

Bild: Panoramablick vom Eugenienstein in Nideggen © Johannes Höhn

INHALTSVERZEICHNIS

Fact Snack To Go 3

Wandern – Zahlen, Daten & Fakten 4
- Entwicklung der Aktivität Wandern 5
- Wie wandert Deutschland? 6

Customer Journey im Wandertourismus 7

Wandern in Nordrhein-Westfalen 13
- Auf einen Blick 14
- Themeneignung Wandern in NRW 15

Einfluss der digitalen Transformation beim Wandern 17

Quellen 20

Impressum 21

Bild: Blick auf die Externsteine bei Sonnenaufgang
Teutoburger Wald © Leo Thomas @theolator

Auf das Logo klicken, um auf diese Seite zurückzukehren.

FACT SNACK TO GO

Illustration: Leonie Jasper, Tourismus NRW e.V.
Quelle: GfK DestinationMonitor 2018-2022. Urlaubsreisen ab einer Übernachtung, ab 50 km mit Aktivität „Wandern".

WANDERN – ZAHLEN, DATEN, FAKTEN

Bild: Blick über Bonn vom Skywalk © Johannes Höhn

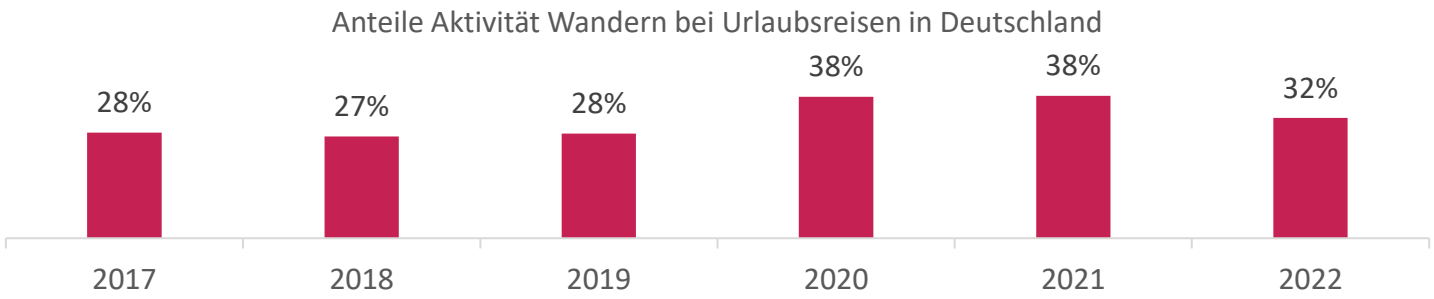
ENTWICKLUNG DER AKTIVITÄT WANDERN

DER HYPE UMS WANDERN

Spätestens seit Ausbruch der Coronapandemie hat das Wandern einen Hype erlebt. Bewegung in der Natur wurde zum **beliebten Substitut**, während pandemiebedingt unter anderem Sportanlagen geschlossen waren und Abstandsregelungen galten.
Gründe für die Aktivität sind dabei vielfältig; allen voran wird jedoch aus **Naturverbundenheit** und für die **mentale Gesundheit** gewandert.

Quelle: Bergzeit 2023

Die **absoluten Werte** bei Urlaubsreisen von Inländer:innen mit der Aktivität Wandern haben **2022 zum Vorjahr 23 Prozent zugelegt**, obwohl die Anteile an der Aktivität deutschlandweit 2022 leicht rückläufig waren – dies kann besonders mit der Zunahme anderer Urlaubsaktivitäten wie dem Besuch von Events oder ähnlichem begründet werden.



Quelle: GfK DestinationMonitor Deutschland 2017-2022. Urlaubsreisen ab einer Übernachtung, ab 50 km mit Aktivität „Wandern“.

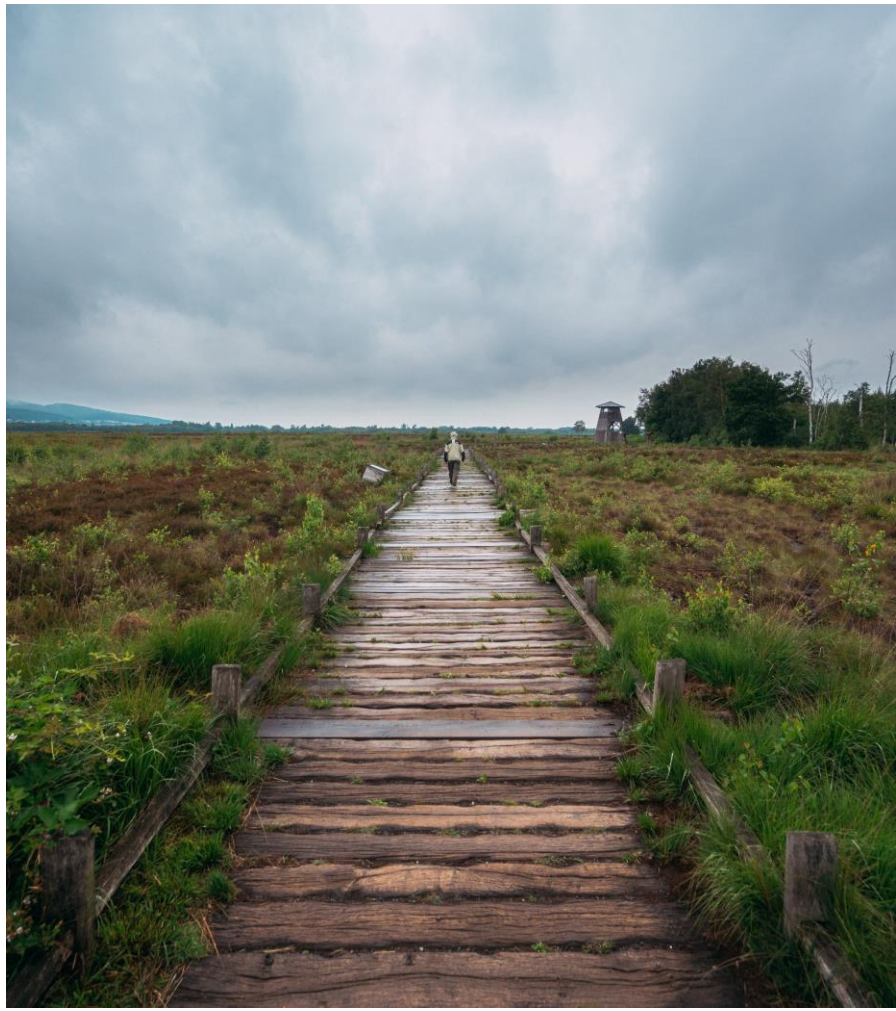


Bild: Naturschutzgebiet großes Torfmoor, Teutoburger Wald
© Johannes Höhn

NORDRHEINWESTFALEN
Tourismus NRW e.V.

WIE WANDERT DEUTSCHLAND?

Merkmale auf einen Blick

AKTIV NATUR ERLEBEN

92 Prozent wandern, um die Natur zu erleben, für **85 Prozent** steht Bewegung im Fokus und **65 Prozent** suchen beim Wandern einen Ausgleich zum Alltagsstress.

Quelle: Deutscher Wanderverband 2022

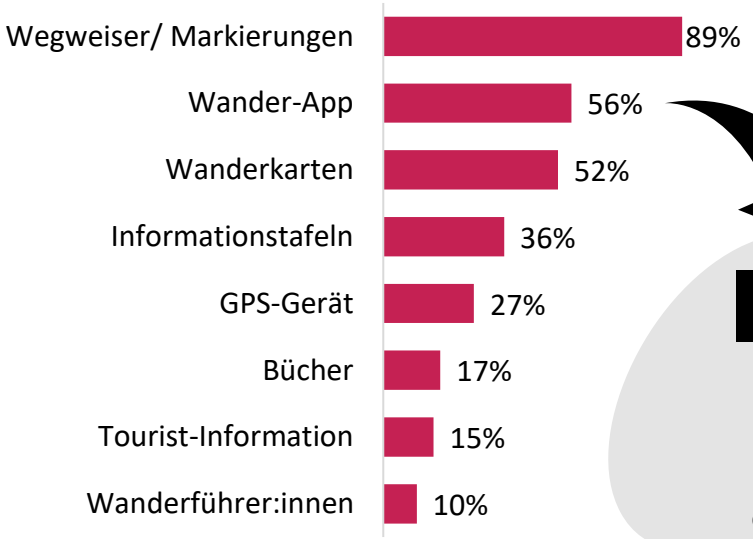
ÖFFENTLICHER VERKEHR

Mehr als jedem zweiten Befragten ist es (eher) wichtig, mit öffentlichen Verkehrsmitteln den Start- und Endpunkt einer Wanderung zu erreichen.
Den ÖV tatsächlich genutzt hat **jede:r Vierte**.

Quelle: Deutscher Wanderverband 2022

ORIENTIERUNGSHILFEN VOR ORT

Neun von zehn Wandernden sind Wegweiser sowie Markierungszeichen als Orientierungshilfen vor Ort am wichtigsten.



Quelle: Deutscher Wanderverband 2022

REISEART WANDERN

Mit **39 Prozent** waren die meisten Urlaubsreisen mit der Aktivität Wandern in den Jahren 2020 bis 2022 ein Landurlaub, gefolgt von einem Badeurlaub am Meer oder See (16 %) und einer Städtereise (11 %).

Quelle: GfK DestinationMonitor Deutschland 2020-2022. Urlaubsreisen ab einer Übernachtung, ab 50 km mit Aktivität „Wandern“.

TOP-3-WANDER-APPS

1. Komoot
2. Google Maps
3. Outdooractive

Quelle: Deutscher Wanderverband 2022

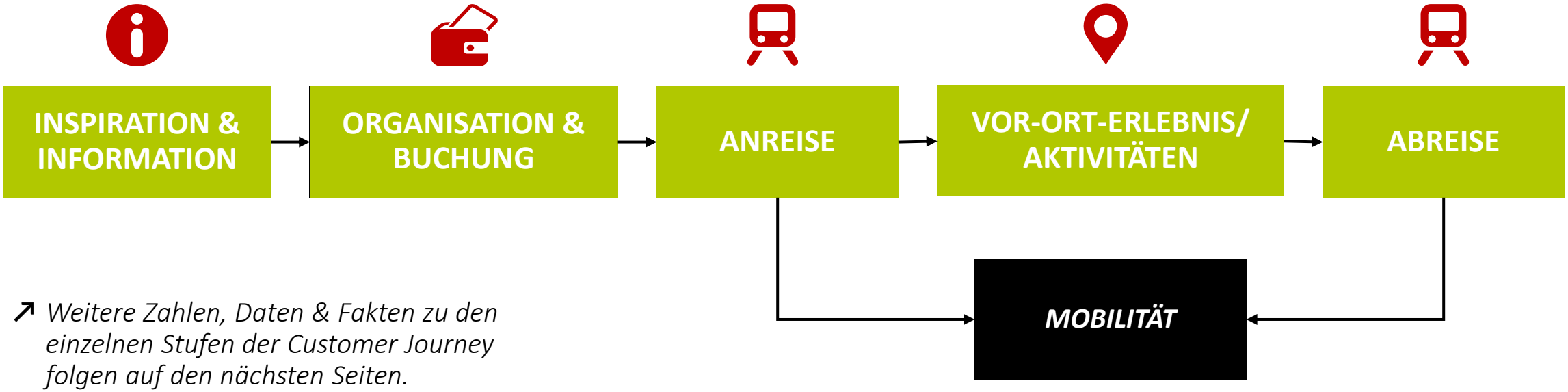
NORD RHEIN WESTFALEN
Tourismus NRW e.V.

CUSTOMER JOURNEY IM WANDERTOURISMUS

Bild: Winter- und Weierbachtal, Siegen-Wittgenstein © Johannes Höhn

CUSTOMER JOURNEY EINES WANDERNDEN

...im Überblick



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

NORD RHEIN WEST FALEN
Tourismus NRW e.V.

DIGITAL UND REGIONAL

Top-Informationsquellen für eine Wanderung

INFORMATIONSQUELLEN

43 Prozent informierten sich auf einer Wander-App.

36 Prozent ist die Region bekannt.

28 Prozent wohnen in der Nähe.

27 Prozent nutzten die Webseite der Wanderregion.

22 Prozent nahmen eine Wanderkarte zur Hand.

INSPIRATION & INFORMATION

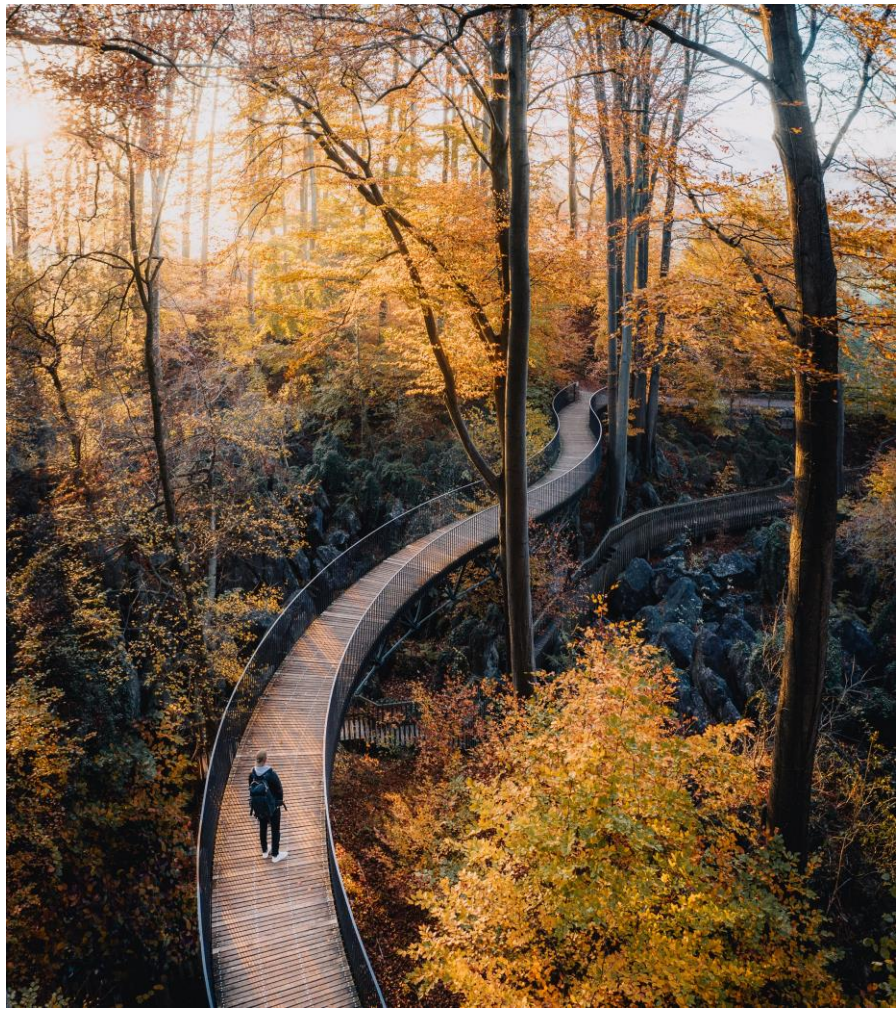


Bild: Felsenmeer Hemer, Sauerland © Lennart Pagel @lennart

NORD RHEIN WEST FALEN
Tourismus NRW e.V.

Quelle: Arbeitsgruppe Wandermonitor der Ostfalia HaW 2023, www.wandermonitor.de

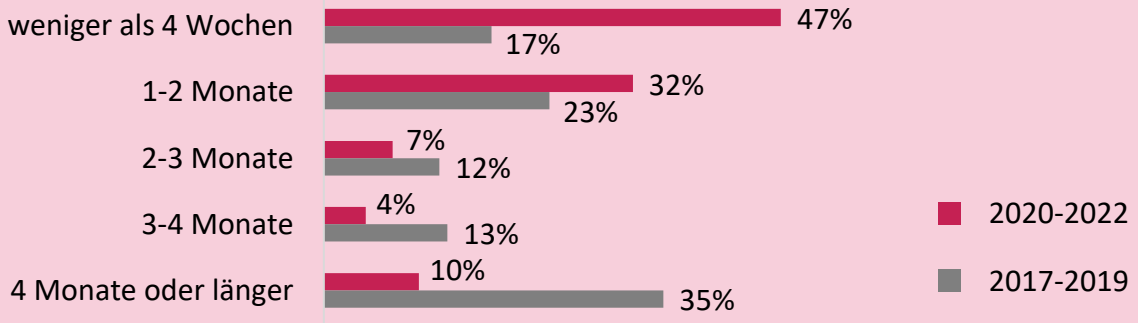
NACHHALTIGE AUSWIRKUNGEN BEIM BUCHUNGSVERHALTEN

Buchungsfristen und Reiseorganisation vor und während der Pandemie in NRW

ORGANISATION & BUCHUNG

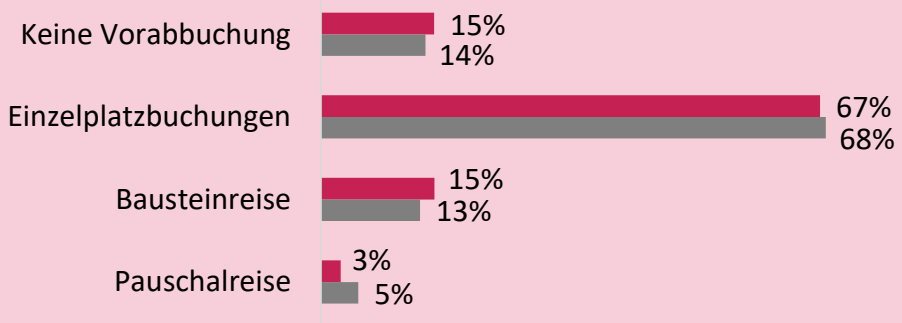
BUCHUNGSFRIST

Die Auswirkungen der Coronapandemie haben alle Phasen der Customer Journey beeinflusst. Bei einem Blick auf die Buchungsfrist ist ein deutlicher Trend hin zur Kurzfristigkeit ersichtlich. So nahm der Anteil der kurzfristig gebuchten Urlaubsreisen in NRW, bei denen gewandert wurde, um 30 Prozentpunkte zu.



REISEORGANISATION

Anders als bei den Buchungsfristen hat sich die Organisation von Urlaubsreisen mit der Aktivität Wandern im Jahresvergleich wenig verändert. Einzelplatzbuchungen, z.B. für die Unterkunft oder den Transport, nehmen in NRW weiterhin den größten Anteil ein.



Quelle: GfK DestinationMonitor 2020-2022 und 2017-2019. Urlaubsreisen ab einer Übernachtung, ab 50 km mit Aktivität „Wandern“.

NORD RHEIN WEST FALEN
Tourismus NRW e.V.

VON PKW BIS ZU WANDERBUSSEN

Distanzempfindlichkeiten bei Tageswanderungen und genutzte Verkehrsmittel

MOBILITÄT

DISTANZEMPFINDLICHKEIT BEI TAGESAUSFLÜGEN

Im Schnitt würden Wanderurlauber:innen mehr als **70 Kilometer** für einen Tagesausflug in Kauf nehmen.

12 Prozent der Befragten gaben an, zwischen **100 und 200 Kilometer** zum Startpunkt der Wanderung zurückzulegen. Die meisten würden zwischen **50 und 100 Kilometern** (37 %) oder **30 bis 50 Kilometer** (26 %) fahren.

Für die Anreisedauer wären dies im Schnitt **91 Minuten**. Der Großteil der Befragten (45 %) würde zwischen **1 und 2 Stunden** zum Startpunkt der Wanderung für einen Tagesausflug zurücklegen.

GENUTZTES VERKEHRSMITTEL

76 Prozent fuhren mit dem PKW.

21 Prozent nutzten den Zug.

8 Prozent waren mit dem Bus unterwegs.

1 Prozent radelte.

GOOD-PRACTICE: WANDERBUSSE IN NRW

Um die klimafreundliche An- und Abreise zu und von einer Wanderung zu stärken, werden in einigen Regionen und Destinationen in NRW touristische Buslinien oder spezielle Wanderbusse eingesetzt. Diese bringen die Gäste teils saisonal, teils ganzjährig zu den Start- und Endpunkten der Wanderung. Hier ein paar Beispiele: Bergischer Wanderbus, Nordeifel Wanderbusse, TouristikLinie Lippe.

NORDRHEINWESTFALEN Tourismus NRW e.V.

Quelle: Arbeitsgruppe Wandermonitor der Ostfalia HaW 2023, www.wandermonitor.de

AKTIVITÄT IM FOKUS: REST DARF SCHLICHT UND EINFACH SEIN

Unterkunftsarten, Verpflegung und akzeptierte Gründe für Abweichungen der Routenplanung

VOR-ORT-ERLEBNIS/ AKTIVITÄTEN

UNTERKUNFTSART

29 Prozent der Befragten wechselte die Unterkunft während des Wanderurlaubs. Die restlichen **71 Prozent** hatten eine feste Unterkunft.

Quelle: Arbeitsgruppe Wandermonitor der Ostfalia HaW 2023, www.wandermonitor.de

PENSIONEN PRÄFERIERT

68 Prozent und damit der Großteil der Wandernden würde in Pensionen und Gasthöfen übernachten.

Quelle: Deutscher Wanderverband 2022

GASTRONOMISCHE ANGEBOTE

Einkehr- und Übernachtungsmöglichkeiten spielen eine wichtige Rolle für eine Wanderung. **69 Prozent** würden sich eine Gaststätte mit einfachem gastronomischen Angebot wünschen, **58 Prozent** würden eine einfache Versorgungsmöglichkeit wie eine Bäckerei oder einen Kiosk wählen und **57 Prozent** würden sich ganz oder teilweise aus dem Rucksack verpflegen.

Quelle: Deutscher Wanderverband 2022

GRÜNDE FÜRS REROUTING

92 Prozent der Wandernden sind (eher) bereit dazu, von der ursprünglichen Routenplanung zugunsten des Naturschutzes abzuweichen. Zentral bei einem Re-Routing ist eine transparente Kommunikation der Ursachen (91 %).

Quelle: Arbeitsgruppe Wandermonitor der Ostfalia HaW 2023, www.wandermonitor.de

NORDRHEINWESTFALEN
Tourismus NRW e.V.

Bild: pch.vector auf Freepik

WANDERN IN NORDRHEIN-WESTFALEN

NORDRHEINWESTFALEN
Tourismus NRW e.V.

Bild: Schilflehrpfad in den Rieselfeldern im Münsterland © Lennart Pagel @lennart

AUF EINEN BLICK

Urlaubsreisen der Inländer:innen mit der Aktivität Wandern in Nordrhein-Westfalen 2020 bis 2022

ABSEITS DER BEKANNTEN PFADE

Vier von zehn Urlauber:innen in Nordrhein-Westfalen **wandern während** ihres **Landurlaubs**, auf **Rang 2** der Reisearten **für** die Aktivität **Wandern** ist überraschenderweise die **Städtereise**. Hier kann NRW mit vielfältigen Angeboten punkten.

NRW IMMER BELIEBTER ZUM WANDERN

Höhere Zufriedenheit und Weiterempfehlungs-bereitschaft: Die Anteilswerte bei den Urlaubsreisen, die der Aktivität in NRW nachgegangen sind, konnten in den letzten Jahren einen deutlichen Anstieg verzeichnen.

ZUFRIEDENHEIT „sehr gut“: 63 % (+7%-Pkt.)

WEITEREMPFEHLUNG „ganz bestimmt“: 61 % (+2 %-Pkt.)

WANDERN IN NRW = FAMILIENZEIT

Der Anteil der Urlaubsreisen, bei denen **gewandert und Zeit mit der Familie verbracht** wurde, ist gegenüber den Vorkrisenjahren um fünf Prozentpunkte gestiegen und lag bei 41 Prozent. Ebenfalls dazugewonnen hat in den letzten Jahren der Anteil der **Aktivität Radfahren.**

GOLDENE SAISON

Für ein Viertel der Urlaubsreisenden in Nordrhein-Westfalen war der **Oktober** der **beste Monat zum Wandern.** Das entsprach dem höchsten Anteil.

NORDRHEINWESTFALEN
Tourismus NRW e.V.

Quelle: GfK DestinationMonitor 2020-2022. Urlaubsreisen ab einer Übernachtung, ab 50 km mit Aktivität „Wandern“. Vergleichsjahre: 2017-2019.
Bild: pch.vector auf Freepik

THEMENEIGNUNG WANDERN IN NRW

Interesse am Wandern und Eignung Nordrhein-Westfalens

INTERESSE AM WANDERN

Über **28 Millionen Menschen** in Deutschland sind (sehr) interessiert an der Urlaubsaktivität „Wandern“. Dies entspricht **46 Prozent** der Bevölkerung. Damit ordnet sich Wandern unter die Top 15 der beliebtesten Urlaubsaktivitäten der Deutschen ein.

THEMENEIGNUNG WANDERN IN NRW

33 Prozent der Deutschen, hochgerechnet mehr als 20 Millionen, halten Nordrhein-Westfalen für (sehr) gut geeignet fürs Wandern. Die eigene Bevölkerung nimmt ihr Bundesland als noch attraktiver für das Thema wahr: **75 Prozent** der NRWler:innen sehen die Destination als (sehr) gut geeignet zum Wandern.*

WANDERN ENTLANG DER ZIELGRUPPEN

Von den **Sinus-Milieus** halten besonders und deutlich überdurchschnittlich das Postmaterielle Milieu, das Konservativ-Gehobene Milieu sowie das Milieu der Performer und das Expeditive Milieu Nordrhein-Westfalen fürs Wandern geeignet.

Bild: Dingdener Heide Schwebezelt © Johannes Höhn

NORD RHEIN WEST FALEN
Tourismus NRW e.V.

Quelle: Inspektour Destination Brand 21, Gestützte Themeneignung und allgemeines Interessentenpotenzial. *Quelle: Inspektour/ Touristi(Con) Selbstbildstudie NRW 2022.

EINFLUSS DER DIGITALEN TRANSFORMATION

Bild: Wegweiser Walderlebnispfad Saalhausen © Johannes Höhn

DIGITALE HILFSMITTEL UNTERSTÜTZEN DIE WANDERUNG

Nutzung digitaler Hilfsmittel und Gründe dafür bei der Wanderung vor Ort

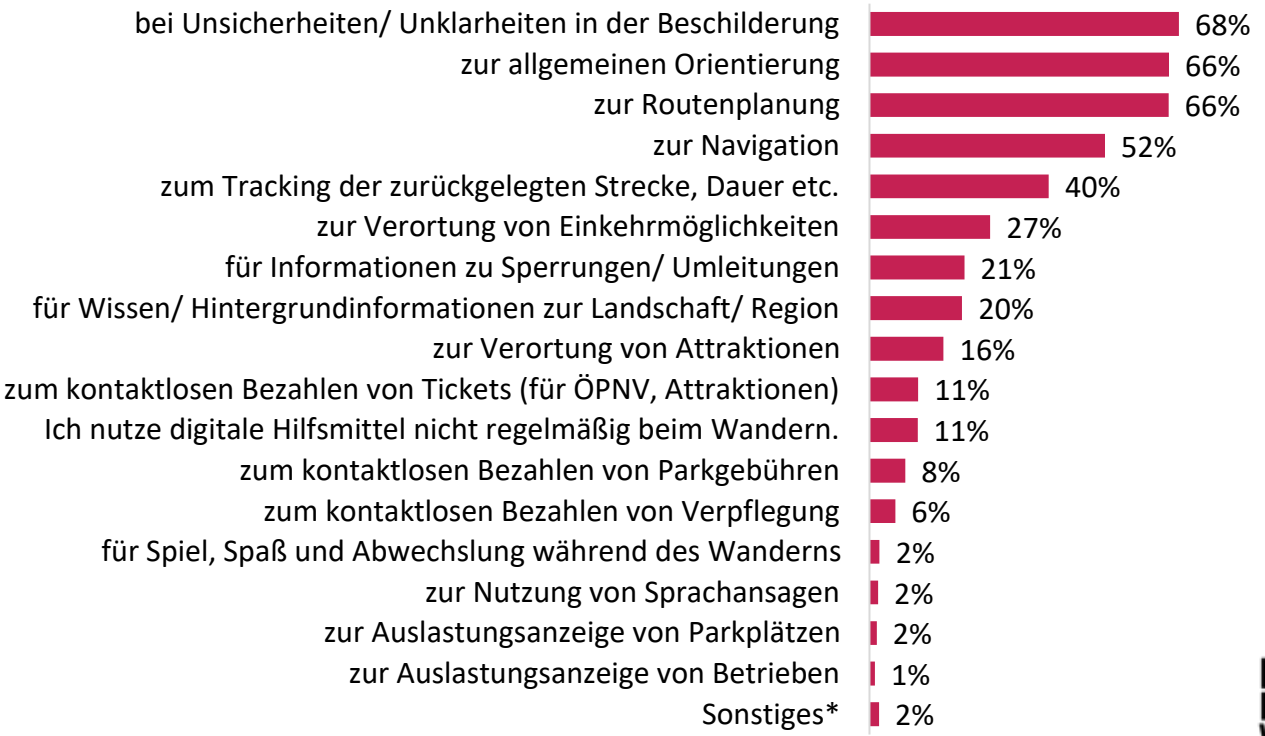
ALWAYS ON? DIGITALISIERUNG DES WANDERNS

Die Nutzung von digitalen Hilfsmitteln während der Wanderung hat in den letzten Jahren stark zugenommen. Am häufigsten genannt wurden **Wander-Apps** (62 %), das **Smartphone mit mobilem Internet** (59 %) sowie **Google Maps** (30 %).

Auf dem Radar tauchten – zwar mit geringem Anteil – aber auch **Offline-Karten auf dem Smartphone** oder über Apps (3 %) sowie **AR-Apps** (0,2 %) auf.

Gründe für die Nutzung digitaler Hilfsmittel sind dabei vielfältig, von der Absicherung im Falle unklarer analoger Beschilderung über die Verortung gastronomischer Angebote oder Attraktionen bis hin zum kontaktlosen Bezahlen.

Regelmäßig genutzt werden digitale Hilfsmittel beim Wandern …



NORD RHEIN WESTFALEN
Tourismus NRW e.V.

Quelle: Arbeitsgruppe Wandermonitor der Ostfalia HaW 2023, www.wandermonitor.de
*Sonstiges: u.a. zur Erfassung von digitalen Stempeln; zur Erfassung von Gesundheitsdaten; zum Abrufen von Wetterdaten

NUTZUNG NUR DURCH JÜNGERE MENSCHEN?

Altersspezifische Nutzung digitaler Hilfsmittel bei der Wanderung

DIGITALE HILFSMITTEL NACH ALTER

Die Altersgruppe **bis 29 Jahre** nutzt im Vergleich zu den anderen Altersgruppen digitale Hilfsmittel häufiger zur Navigation, zur Verortung von Einkehrmöglichkeiten sowie zum kontaktlosen Bezahlen von Tickets (für ÖPNV, Attraktionen).

30- bis 49-Jährige nutzen digitale Hilfsmittel wesentlich häufiger zur Routenplanung, bei Unsicherheiten/ Unklarheiten in der Beschilderung, für Informationen zu Sperrungen/ Umleitungen, zur Verortung von Attraktionen, zum kontaktlosen Bezahlen von Parkgebühren, zum kontaktlosen Bezahlen von Verpflegung sowie zum Tracking der zurückgelegten Strecke, Dauer etc.

Über 50-Jährige nutzen digitale Hilfsmittel häufiger für Wissen/ Hintergrundinformationen zur Landschaft/ Region als die anderen Zielgruppen.

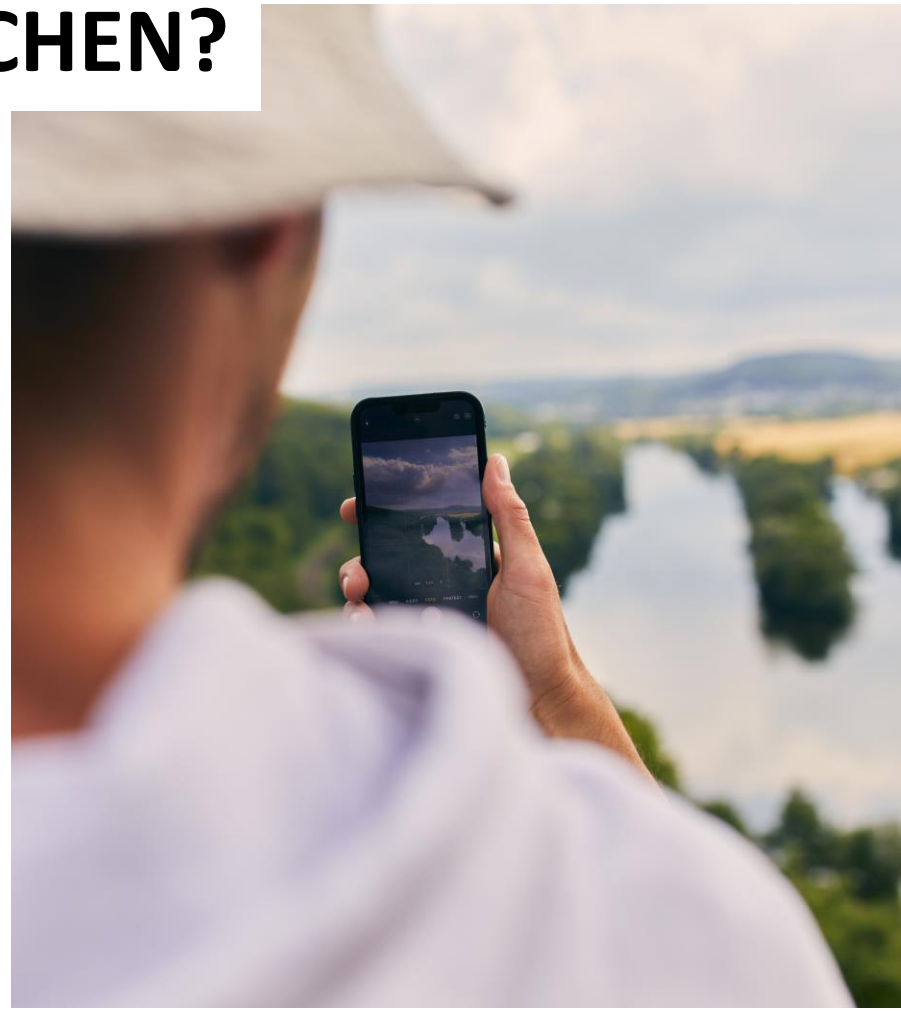


Bild: Berger-Denkmal Witten © CC-BY-SA P.A., Ruhr Tourismus GmbH

NORD RHEIN WEST FALEN
Tourismus NRW e.V.

Quelle: Arbeitsgruppe Wandermonitor der Ostfalia HaW 2023, www.wandermonitor.de

SMARTPHONE UND SOCIAL MEDIA BEIM WANDERN

Nutzung digitaler Hilfsmittel und Gründe dafür bei der Wanderung vor Ort

SMARTPHONE MUST-HAVE BEIM WANDERN?

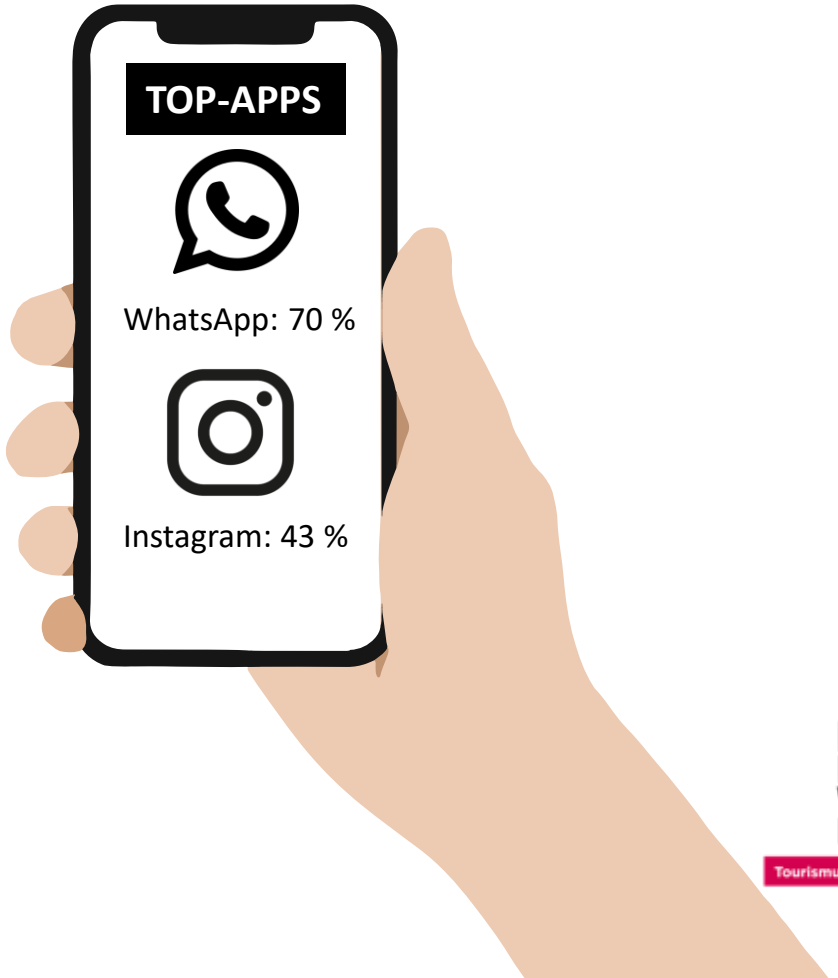
Für mehr als **jeden zweiten** Wandernden ist das **Smartphone (eher) wichtig**. **Jede:r Zehnte** gab sogar an, ohne sein Handy beim Wandern verloren zu sein.

TEILEN AUF SOCIAL MEDIA HÄLT SICH IN GRENZEN

Lediglich **29 Prozent** der Befragten teilt die eigene Wanderung regelmäßig oder (fast) immer über Social Media. Die restlichen **71 Prozent** tun dies selten (39 %) oder nie (32 %). Wenn etwas über eine Wanderung geteilt wird, dann vor allem per WhatsApp oder Instagram.

INFLUENCER:INNEN VOR ALLEM INSPIRATIONSQUELLE

12 Prozent der Befragten folgen Wander-Influencer:innen. Davon gaben 76 Prozent an, diesen als Inspirationsquelle zu folgen. **75 Prozent** schauen auf den Kanälen nach Tourentipps und **über die Hälfte** (57 %) erfreuen sich an schönen Fotos.



Quelle: Bergzeit 2023, Mehrfachnennungen möglich.
Logos: Freepik

NORD RHEIN WEST FALEN
Tourismus NRW e.V.

WEITERE INHALTE ZUM THEMA WANDERN IN NRW

September 2022

WANDERTOURISMUS

Umfangreiche Informationen zum Wandertourismus sowie Daten, Zahlen und Fakten rund um die Customer Journey eines Wandernden in Deutschland und in Nordrhein-Westfalen bietet das Wandertourismus-Dossier.

MEHR LESEN >

Weitere Informationen auf: tourismusverband.nrw

NORDRHEINWESTFALEN
Tourismus NRW e.V.

QUELLEN

BERGZEIT 2023

- *Online-Umfrage von Wandernden in Deutschland, Österreich und der Schweiz*
- *Befragungszeitraum: Mai bis Juni 2023*
- *Stichprobengröße: n=2.233*
- *Verfügbar unter: bergzeit.de*

DEUTSCHER WANDERVERBAND 2022

- *Online-Befragung von Wandernden in Deutschland*
- *Befragungszeitraum: Juli bis September 2022*
- *Stichprobengröße: n=2.984*
- *Verfügbar unter: wanderverband.de*

GFK DESTINATIONMONITOR 2017-2022

- *Repräsentative monatliche Befragung (online + offline) im Panel*
- *Stichprobengröße: n = ca. 35.000 Personen (netto) in ca. 18.000 deutschen Haushalten*

INSPEKTOUR DESTINATION BRAND 21

- *Repräsentative Online-Erhebung der deutschen Wohnbevölkerung zwischen 14 und 74 Jahren*
- *Befragungszeitraum: Oktober und Dezember 2021*
- *Stichprobengröße: n=1.000*

INSPEKTOUR/ TOURISTI(CON) SELBSTBILDSTUDIE NRW 2022

- *Repräsentative Befragung der deutschen Wohnbevölkerung in Nordrhein-Westfalen ab 16 Jahren (entspricht 15,2 Mio. Personen)*
- *Stichprobengröße: n=604*
- *Befragungszeitraum: Juli 2022*

OSTFALIA WANDERMONITOR 2022

- *Online-Befragung nach oder während der Wanderung mittels Selbstausfüllerfragebogen*
- *Befragungszeitraum: Januar bis Dezember 2022*
- *Stichprobengröße: n=1.270*
- *Weitere Infos unter: wandermonitor.de*

NORD RHEIN WEST FALEN
Tourismus NRW e.V.

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: tourismusverband.nrw |
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

Leonie Jasper
Projektreferentin Forschungskooperation
„Smart Destination“
E-Mail: jasper@nrw-tourismus.de
Tel.: 0211 91320-598

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

GEFÖRDERT DURCH

EUROPÄISCHE UNION
Investition in unsere Zukunft
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung

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

NORD RHEIN WEST FALEN
Tourismus NRW e.V.