



DeutscherWanderverband

Pressemitteilung 13 / Neue Studie: Wandermarkt 2014 /
Kassel, 2. April

Neue Studie zum deutschen Wandermarkt 2014

Pressemitteilung

Mehrheit wandert

Wandern wird nicht nur zunehmend beliebter, sondern ist inzwischen auch die mit Abstand beliebteste Outdooraktivität der Deutschen. Das ist ein Ergebnis der Studie „Der deutsche Wandermarkt 2014“. Die Studie basiert auf drei Erhebungen mit insgesamt rund 63.300 Personen. Sie führt eine Studie des Bundeswirtschaftsministeriums (BMWi) aus dem Jahr 2010 fort.



Laut neuer Untersuchung unter Leitung von Professor Heinz-Dieter Quack von der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften in Salzgitter werden nach innen gerichtete Wandermotive wie „Stress abbauen“ oder „zu sich selber finden“ für immer mehr Menschen wichtiger. Zudem entwickelt sich die Nachfrage nach Wandern im Urlaub und in der Freizeit weiterhin positiv. Mit einem Zuwachs von 13 Prozent gegenüber der Gesamtnachfrage aus dem Jahr 2010 sind jetzt 69 Prozent und damit die Mehrheit der deutschsprachigen Bevölkerung aktive Wanderer. Im Vergleich zur BMWI-Studie hat die Altersabhängigkeit der Wanderintensität deutlich abgenommen. Zwar wandern ältere Menschen weiterhin tendenziell regelmäßiger als jüngere. Unterm Strich aber nähert sich die Wanderintensität älterer der von jüngeren Menschen an. Außerdem wird inzwischen häufiger angegeben, selten beziehungsweise gelegentlich zu wandern. Quack: „Die erhöhte Nachfrage ist jedoch kein Selbstläufer: Zur Sicherung des Nachfragewachstums ist Engagement gefragt.“

Bei den Wandermotiven hat sich gegenüber den Zahlen von 2010 ebenfalls etwas getan. Auch wenn die vier wichtigsten Wandermotive nach wie vor „Natur erleben“, „sich bewegen, aktiv sein“ sowie „etwas für die Gesundheit tun“ und „eine Region erleben“ sind. Im Gegensatz zur BMWI-Untersuchung folgen dann nämlich sofort die nach innen gerichteten Wandermotive wie „Stress abbauen“, „frische Kraft sammeln“ oder „zu sich selber finden“ und „auf sich selbst besinnen“. An Bedeutung verloren

Deutscher Wanderverband
Wilhelmshöher Allee 157-159
34121 Kassel
Telefon 05 61 / 9 38 73 -0
Telefax 05 61 / 9 38 73 -10
info@wanderverband.de
www.wanderverband.de
www.wanderbares-deutschland.de



Pressemitteilung



Deutscher Wanderverband
Wilhelmshöher Allee 157-159
34121 Kassel

Telefon 05 61 / 9 38 73 -0
Telefax 05 61 / 9 38 73 -10
info@wanderverband.de
www.wanderverband.de

www.wanderbares-deutschland.de

haben dagegen nach außen gerichtete Motive wie „neue Eindrücke gewinnen“ und „viel erleben“. Quack begründet diesen Befund mit der derzeit hohen psychischen Belastung vieler Menschen: „Immer mehr auch jüngere Menschen entdecken, dass ihnen das Wandern größtmögliche mentale Entspannung bei moderater körperlicher Anspannung bietet.“ Zudem sei die bewusste Langsamkeit beim Wandern eine Gegenwelt zum hektischen Alltag, ein Ausstieg auf Zeit.

Neben dem Gehen als Solchem wollen Wanderer Quack zufolge beim Wandern vor allem spektakuläre und einzigartige Landschaften erleben. „Gehen ist Mittel zum Zweck, die `Landschaft` als Ressource wurde bislang unterschätzt“, so der Forscher. Dabei würden keineswegs ausschließlich Berglandschaften von den Aktiven in den Blick genommen. Auch Seen- und Flachlandschaften haben laut Quack gute Chancen auf dem Wandermarkt. Dank neuer Infrastruktur und „frischem“ Marketing hätten diese Regionen zumindest kurzfristig sogar Vorteile. Hier müssten die für das Wandern bereits etablierten Destinationen nachziehen, um nicht verdrängt zu werden.

Ebenfalls unter die Lupe nahmen die Forscher aus Salzgitter das Thema Wanderreisen. Sie stellten fest, dass eher ältere Menschen diese Reisen unternehmen: Das Durchschnittsalter der aktiven Wanderreisenden beträgt laut Untersuchung 52 Jahre. Aber immerhin 21 Prozent der 35- bis 49-Jährigen haben im Untersuchungsjahr 2012 ebenfalls mindestens eine Wanderreise unternommen.

Insgesamt, so Quack, hätten Wanderer heute einen hohen Qualitätsanspruch entlang der gesamten Kette von Berührungspunkten, die sie vor der Entscheidung für eine Destination, eine Dienstleistung oder ein Produkt passieren. „Wanderqualität muss im Wettbewerb der Regionen neu definiert werden - gute Wege reichen nicht aus“, so der Experte. Infostellen, die Qualität der Unterkünfte und die genaue Zielgruppenansprache etwa würden zunehmend wichtiger.

Kaum Veränderungen gegenüber der BMWI-Studie registrierten die Forscher beim Thema Haushaltseinkommen und Wandern. Hatte die 2010er Studie ergeben, dass 41 Prozent der aktiven Wanderer über ein Haushaltsnettoeinkommen von mindestens 2.250 Euro verfügten, besagt die 2014er Studie, dass rund 40 Prozent der Wanderreisenden über ein Haushaltsnettoeinkommen von mindestens 3.250 Euro verfügen. Die Bereitschaft an der Aktivität Wandern scheint also mit der Höhe des Einkommens zu steigen.

Neben der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften aus Salzgitter waren an der neuen Studie das Beratungsunternehmen ProjectM, das Institut für Management und Tourismus der



Fachhochschule Westküste (IMT) und der Deutsche Wanderverband beteiligt. Die Studie ist für 89 Euro zu bekommen bei ProjectM, Tempelhofer Ufer 23/24, 10963 Berlin, www.wanderstudie.de.

Pressekontakt: Jens Kuhr, Tel. (05 61) 9 38 73-14, E-Mail: j.kuhr@wanderverband.de

Pressemitteilung



Deutscher Wanderverband
Wilhelmshöher Allee 157-159
34121 Kassel
Telefon 05 61 / 9 38 73 -0
Telefax 05 61 / 9 38 73 -10
info@wanderverband.de
www.wanderverband.de
www.wanderbares-deutschland.de

