


# Wandermonitor 2020/2021 – Zwischenergebnisse 2020

Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack

**Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften**  
– Hochschule Braunschweig/Wolfenbüttel  
Karl-Scharfenberg-Straße 55–57 · 38229 Salzgitter  
**Fakultät Verkehr-Sport-Tourismus-Medien**



## 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 2020/2021

- Allgemeines Wanderverhalten und Motive
- Soziodemographische Vergleiche
- Einfluss von Wetter bzw. Witterung auf Entscheidungsprozesse
- Wie kurzfristig ist die Reiseentscheidung im Wandertourismus?



## Untersuchungsdesign

- Online-Befragung nach oder während der Wanderung mittels Selbstausfüllerfragebogen
- Feldzeit 1. Befragungswelle: 08.01.2020 – 03.01.2021
- 1.513 valide Fälle
- Statistische Auswertung und Analyse der erhobenen Daten mithilfe der Computersoftware IBM SPSS Statistics 27

## Unsere Partner

Institution/Firma	Region
Regionalverbund Thüringer Wald	Hochschwarzwald
Baumberge-Verein	Baumberge / Münsterland
Tourismus-Information Stadt Mössingen	Schwäbische Alb
Pfalz.Touristik e.V.	Pfalz
Wanderbüro Saar-Hunsrück	Saar-Hunsrück
Touristinformation des Birkenfelder Landes	Hunsrück-Hochwald
Thüringer Tourismus GmbH	Thüringen
Donautal-Aktiv e.V.	Schwäbisches Donautal
Sächsischer Wanderer- und Bergsteigerverein (SWBV e.V.)	Sachsen
Touristik Service Waldeck-Ederbergland GmbH	Waldecker Land
Marketing-Gesellschaft Oberlausitz-Niederschlesien mbH	Oberlausitz / Sachsen
Hochschwarzwald Tourismus GmbH	Hochschwarzwald
Wirtschaftsförderung Bergstraße GmbH	Odenwald / Bergstraße
Rheingau-Taunus Kultur und Tourismus GmbH	Rheingau-Taunus
Deutscher Wanderverband	Deutschland

## Unsere Partner

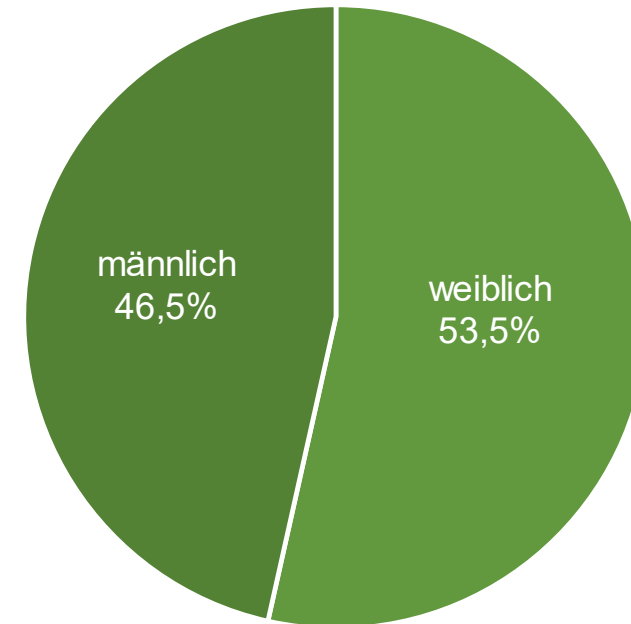
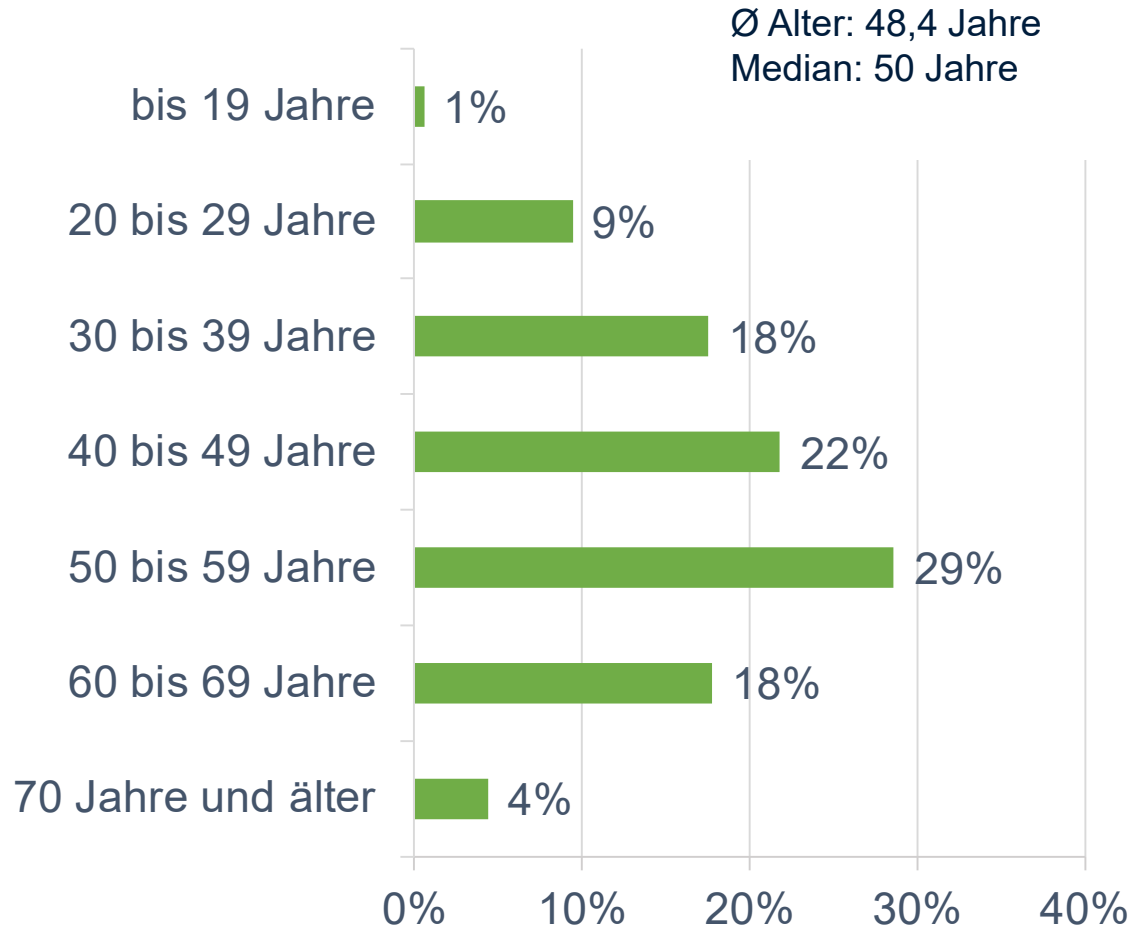
Institution/Firma	Region
Tourismusverband Erzgebirge e.V.	Erzgebirge
Landratsamt Waldshut	Südlicher Schwarzwald
Stadtverwaltung Albstadt	Schwäbische Alb
Stadtverwaltung Eisenach	Eisenach-Wartburg-Region
Touristikzentrum Westliches Weserbergland	Westliches Weserbergland
Rhein-Mosel-Eifel-Touristik	Traumpfade-Land Mayen-Koblenz
Tourismusverband Vogtland e.V.	Vogtland
Naturpark-Verein Dübener Heide e.V.	Dübener Heide / Sachsen-Anhalt
Tourismusverband Sächsische Schweiz e.V.	Sächsische Schweiz / Elbsandsteingebirge
Kultur und Tourismus Rheingrafenstein gGmbH	Nordpfälzer Bergland
tmu Tourismus Marketing Uckermark GmbH	Uckermark
Weserbergland Tourismus e.V.	Weserbergland
Sauerland-Tourismus e.V.	Sauerland
BKK Pfalz – Wanderfit	Pfalz
Kurverwaltung Bad Urach	Schwäbische Alb

## Unsere Partner

Institution/Firma	Region
Oberstauen Tourismus Marketing GmbH	Oberstauen
Tourismusverband „Liebliches Taubertal“	Taubertal / Main-Tauber-Kreis
Tourist-Information Dahner Felsenland	Dahner Felsenland / Pfalz
Allgäu GmbH	Allgäu
Tecklenburger Land Tourismus e.V.	Tecklenburger Land
Naturpark Schwalm-Nette	Niederrhein
Spessart Tourismus und Marketing GmbH	Spessart
Naturpark Hessischer Spessart	Hessischer Spessart
Schwäbische Alb Tourismus	Schwäbische Alb
Deutsches Wanderinstitut	Deutschland
Regionalmanagement NordHessen – Tourismus	Nordhessen
Taunus Touristik Service e.V.	Taunus
Donaubergland GmbH	Donaubergland / Schwäbische Alb
Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte e.V.	Mecklenburgische Seenplatte
Stadt Altena (Westf.)	Sauerland
Neckersteig-Büro	Odenwald

## Alter und Geschlecht der Befragten

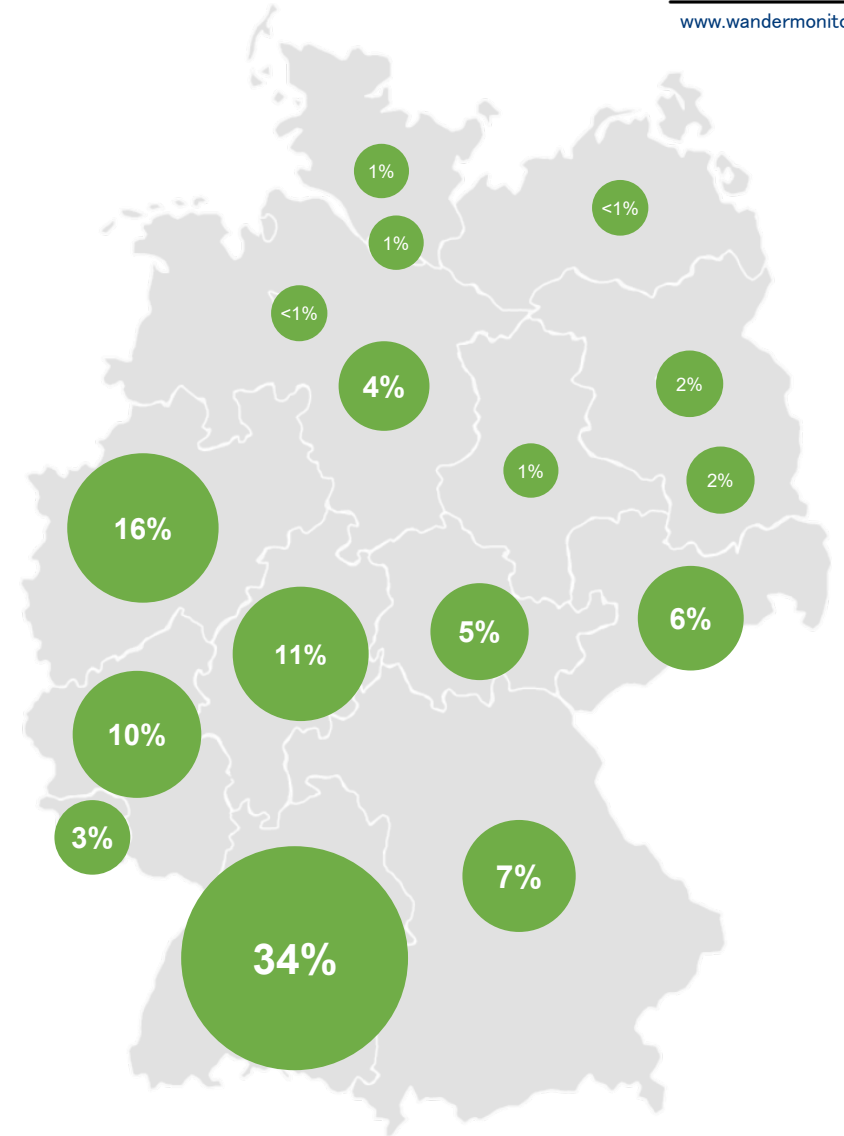
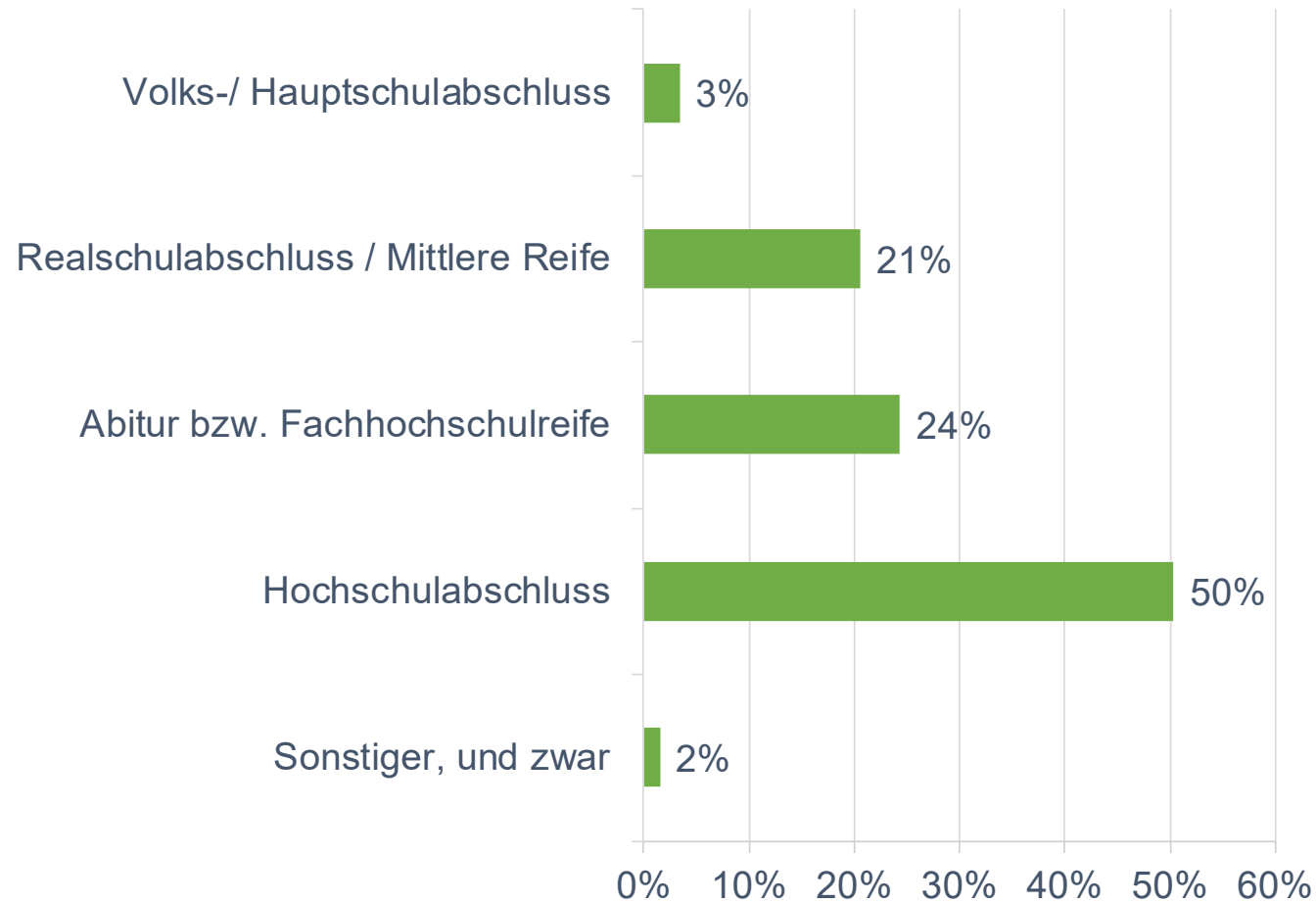
Vergleich 2019:  
Ø Alter: 48,7 Jahre  
Median: 50 Jahre



eigene Erhebung  
n=1.513

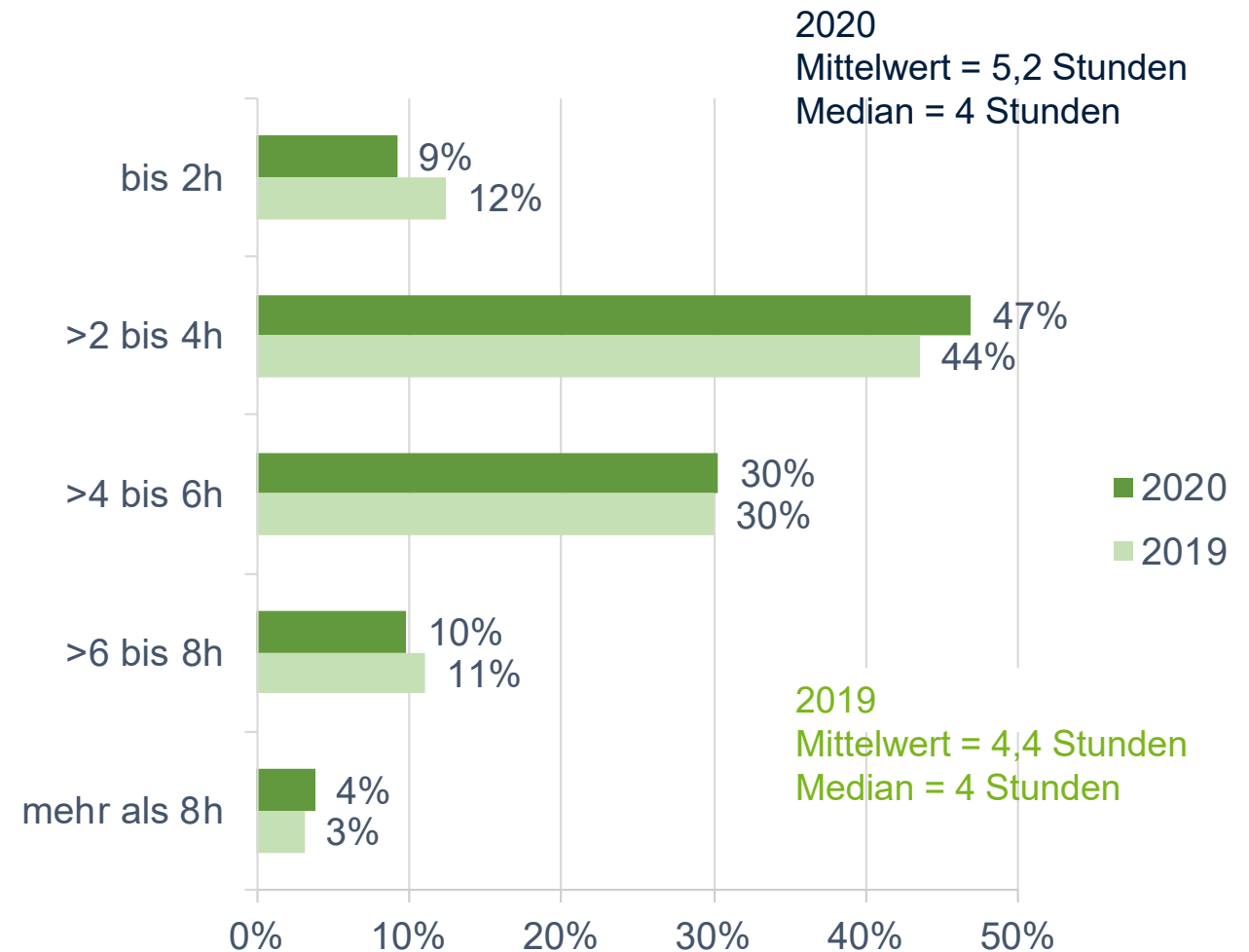
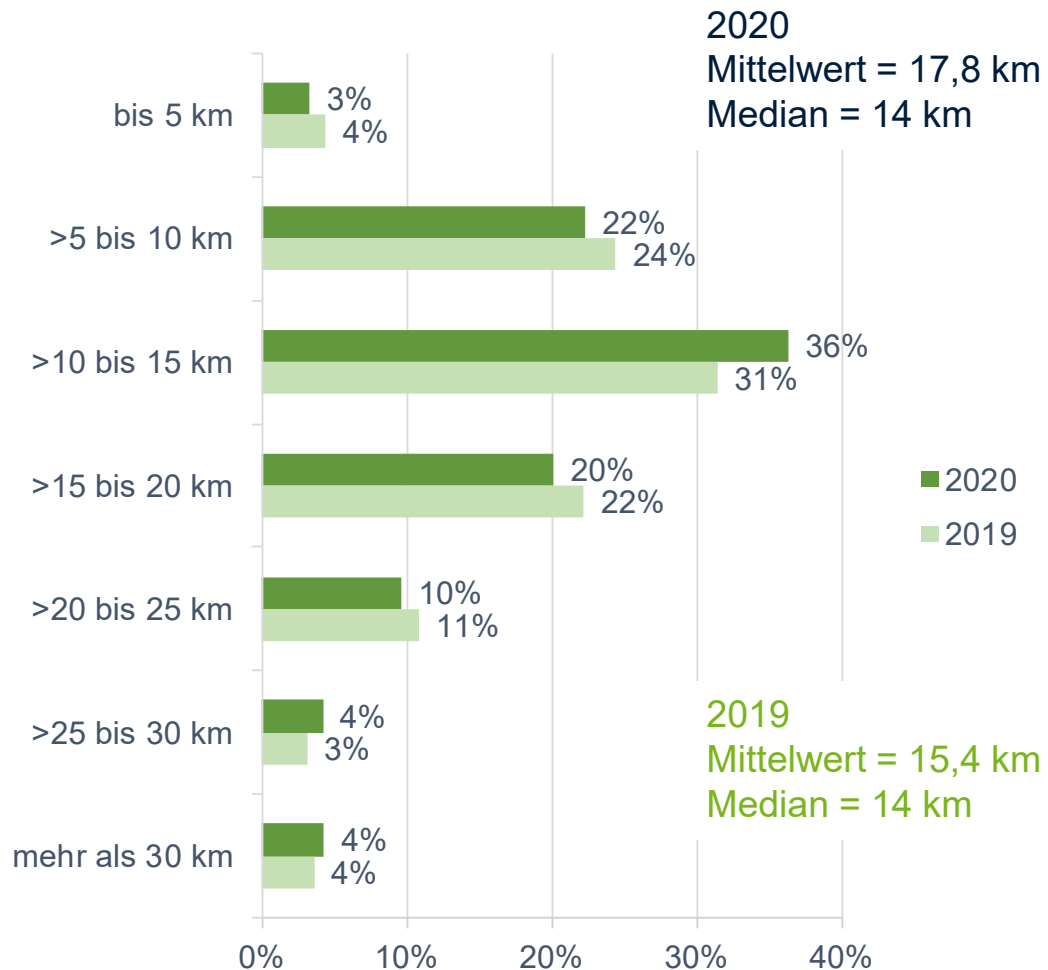


## Bildungsabschluss und Wohnsitz der Befragten

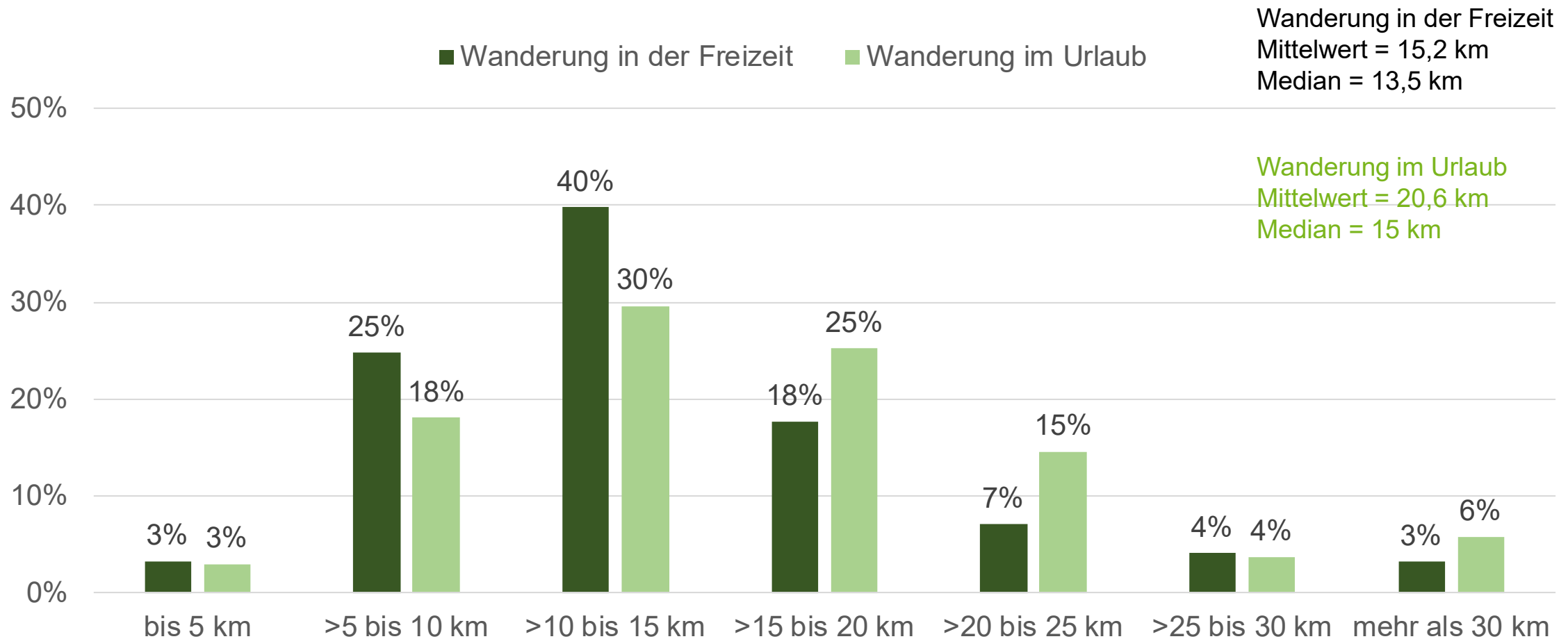


eigene Erhebung  
n=1.513

# Zurückgelegte Wegstrecke und Dauer der letzten Wanderung

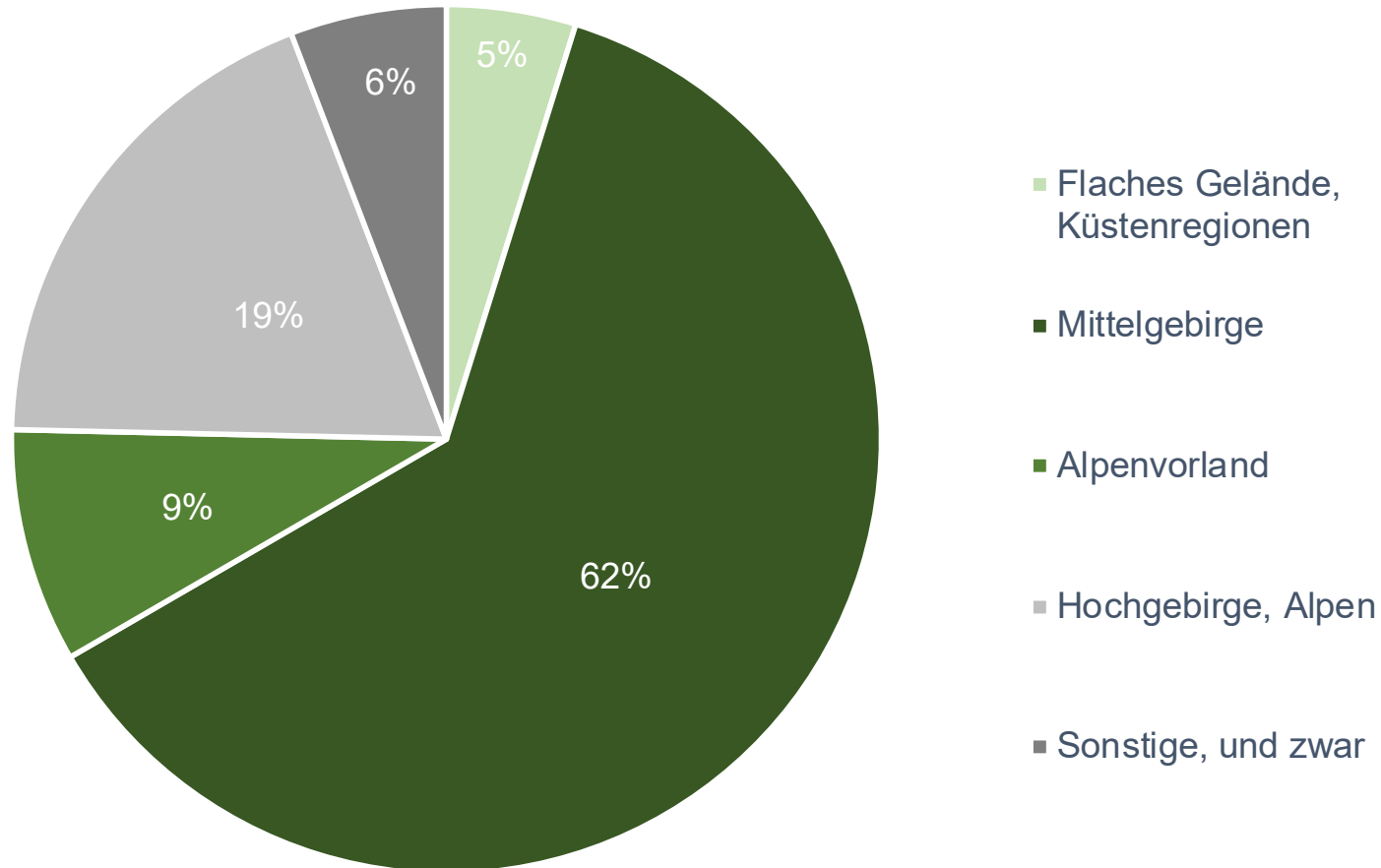


## Zurückgelegte Wegstrecke nach Wanderkontext

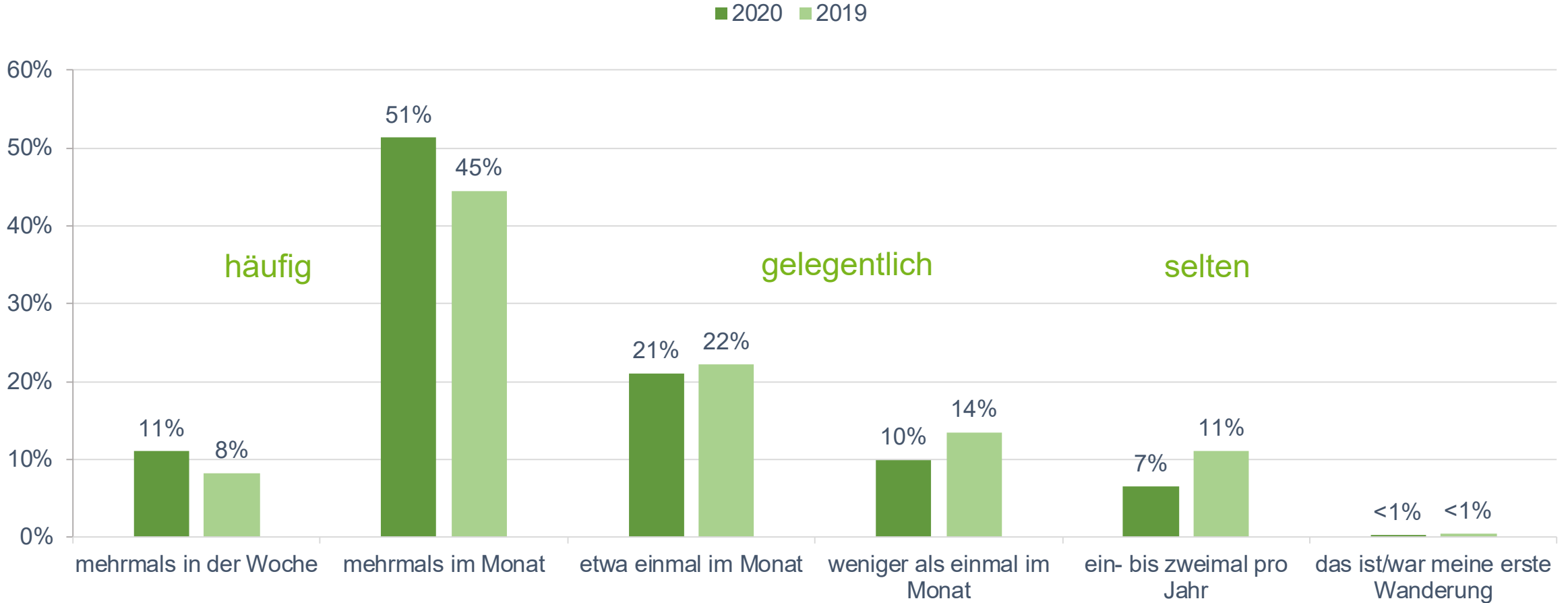


eigene Erhebung  
n=1.513

## Beliebteste Landschaftsform

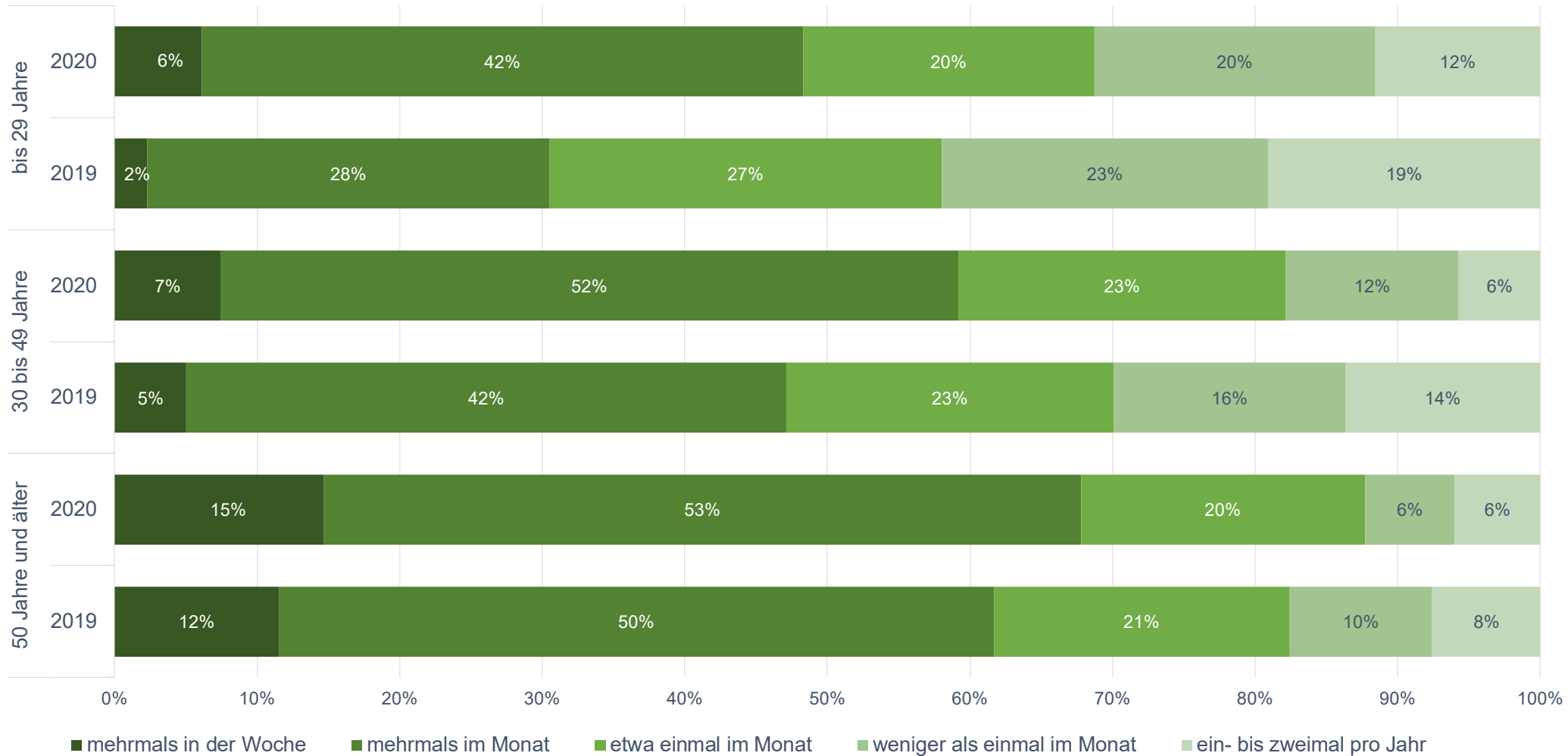


# Wanderintensität



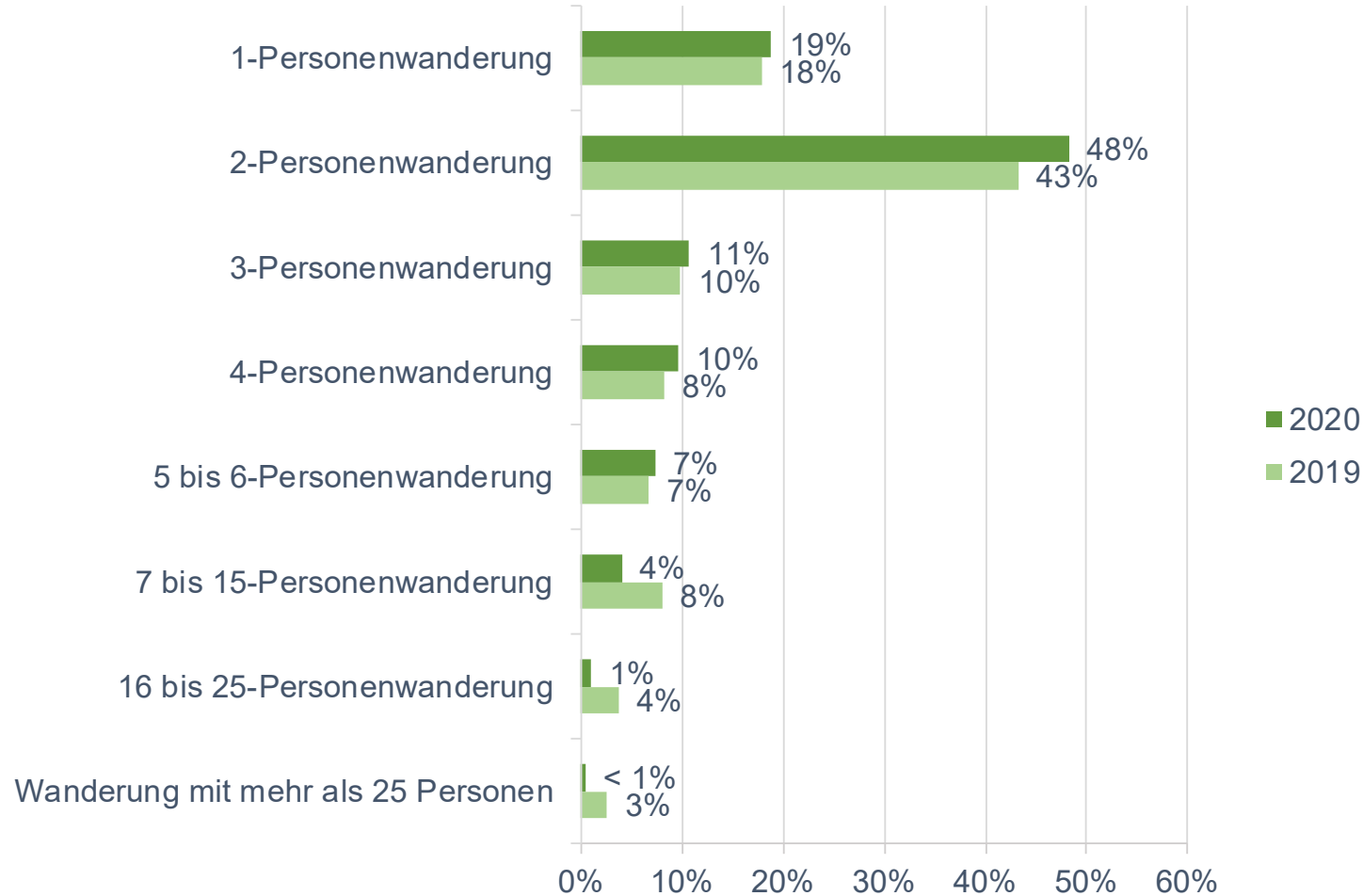
eigene Erhebungen; 2019 n=1.466; 2020 n=1.513

# Wanderintensität nach Altersgruppen



eigene Erhebungen; 2019 n=1.466; 2020 n=1.513

## Anzahl Begleitpersonen (inkl. Kinder unter 18 Jahre)

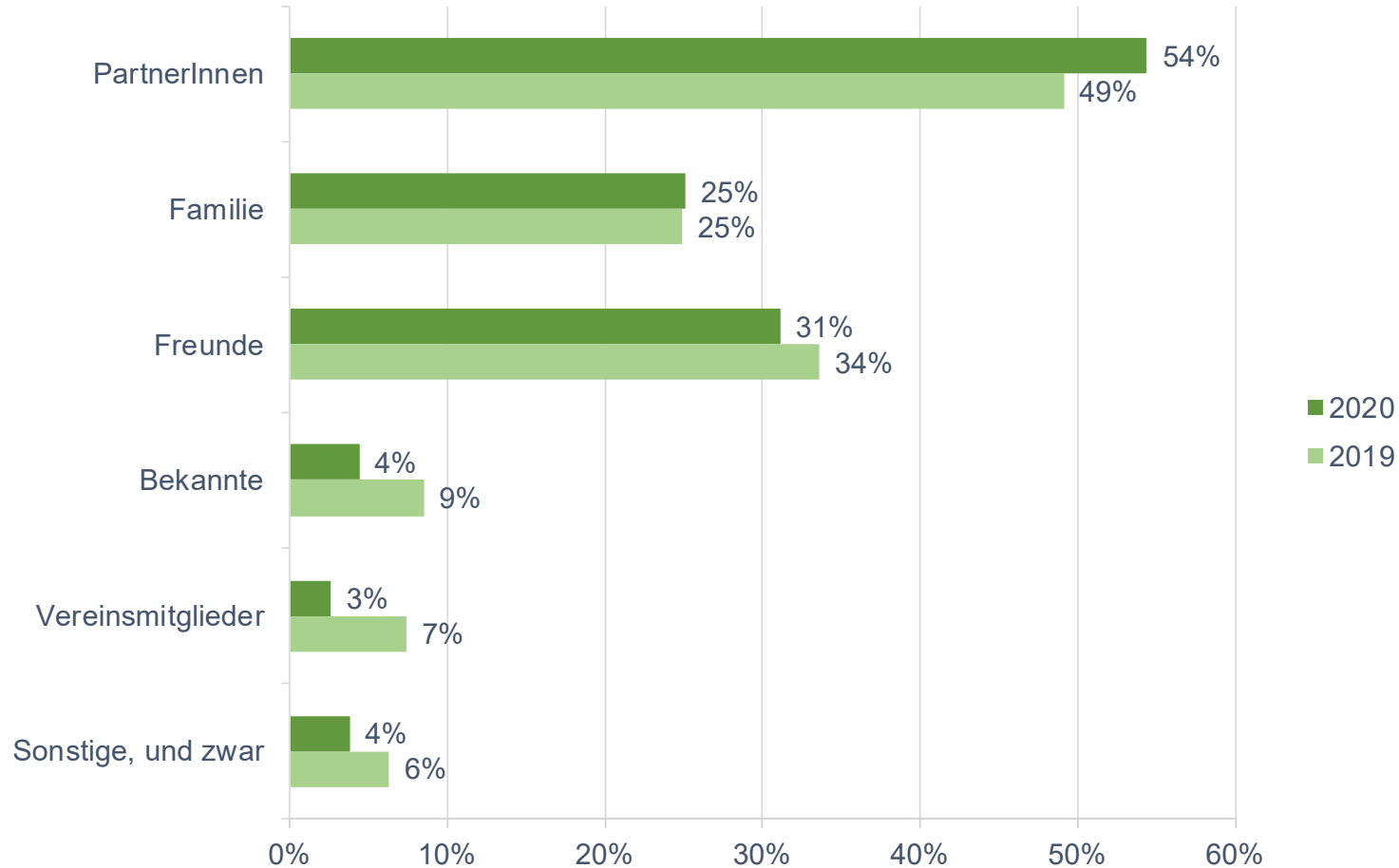


2020

Mittelwert = 2 Begleitpersonen

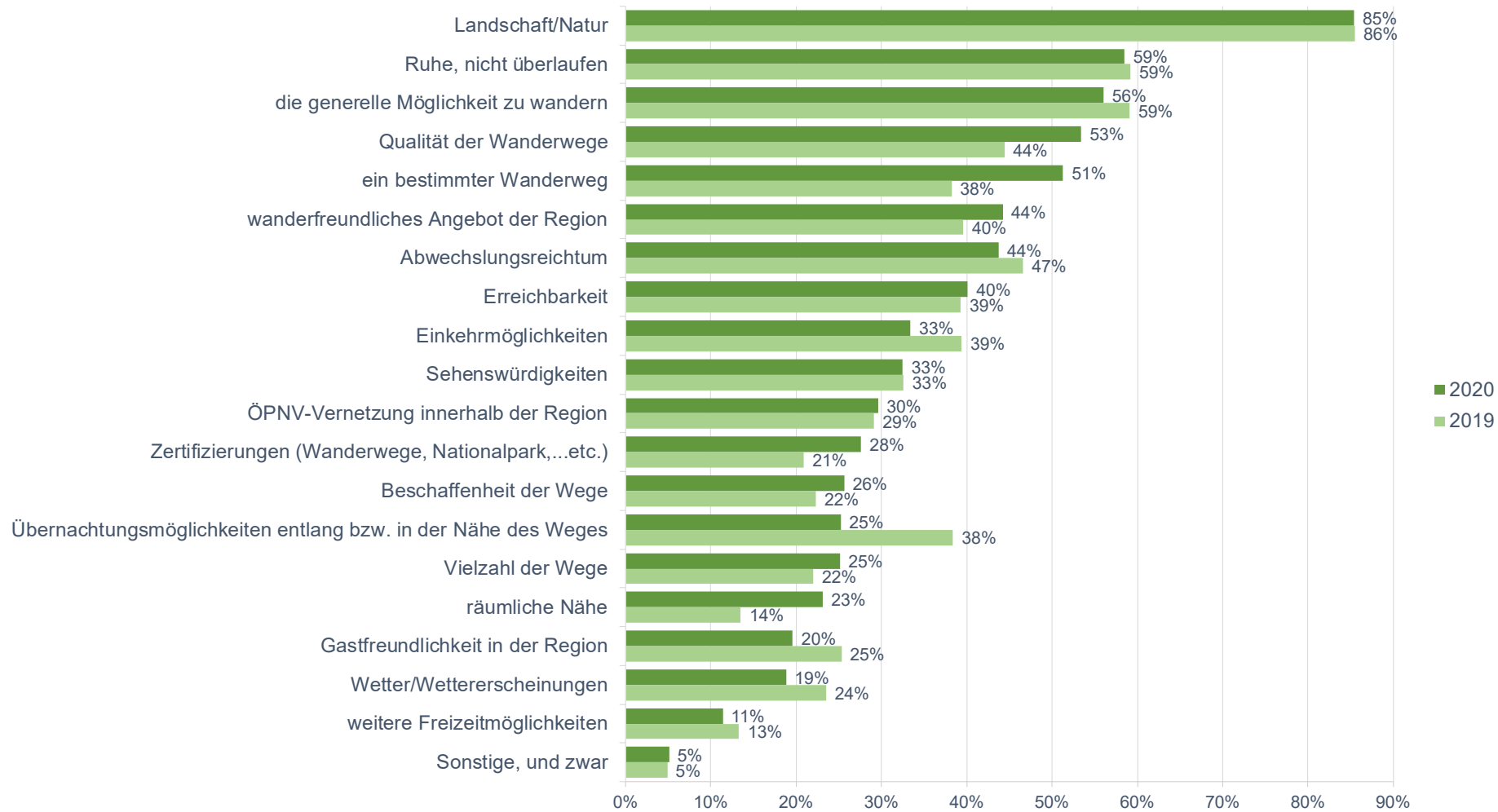
Median = 1 Begleitperson

## Begleitende Personen während der Wanderung



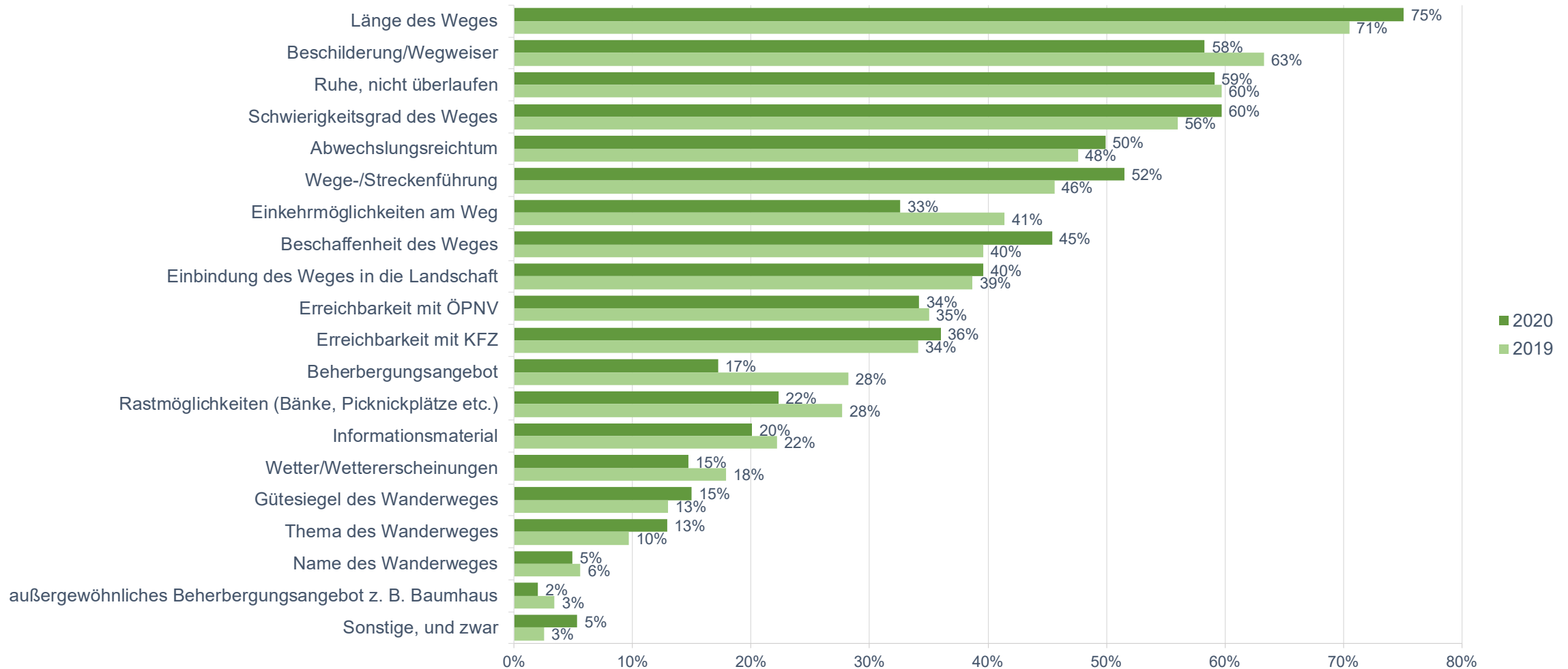


# Wichtige Kriterien zur Auswahl einer Region



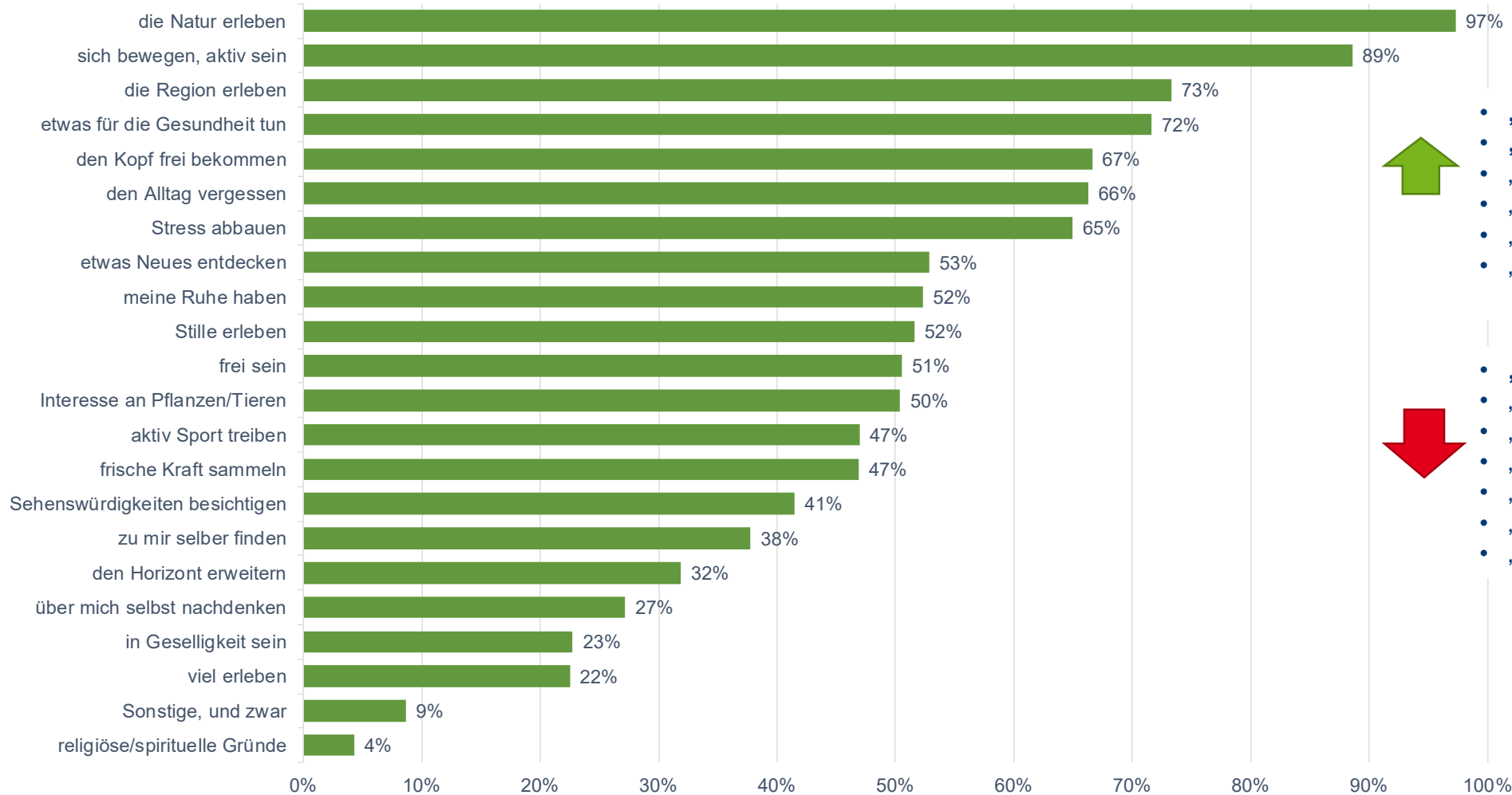
eigene Erhebungen; Mehrfachantworten; 2019 n=1.466; 2020 n=1.513

# Wichtige Kriterien zur Auswahl eines Wanderweges



eigene Erhebungen; Mehrfachantworten; 2019 n=1.466; 2020 n=1.513

# Wanderanlass



## Vergleich 2018:

- „den Alltag vergessen“ (+ 5)
- „meine Ruhe haben“ (+ 4)
- „frei sein“ (+ 3)
- „aktiv Sport treiben“ (+ 2)
- „Horizont erweitern“ (+ 2)
- „über mich selbst nachdenken“ (+ 2)

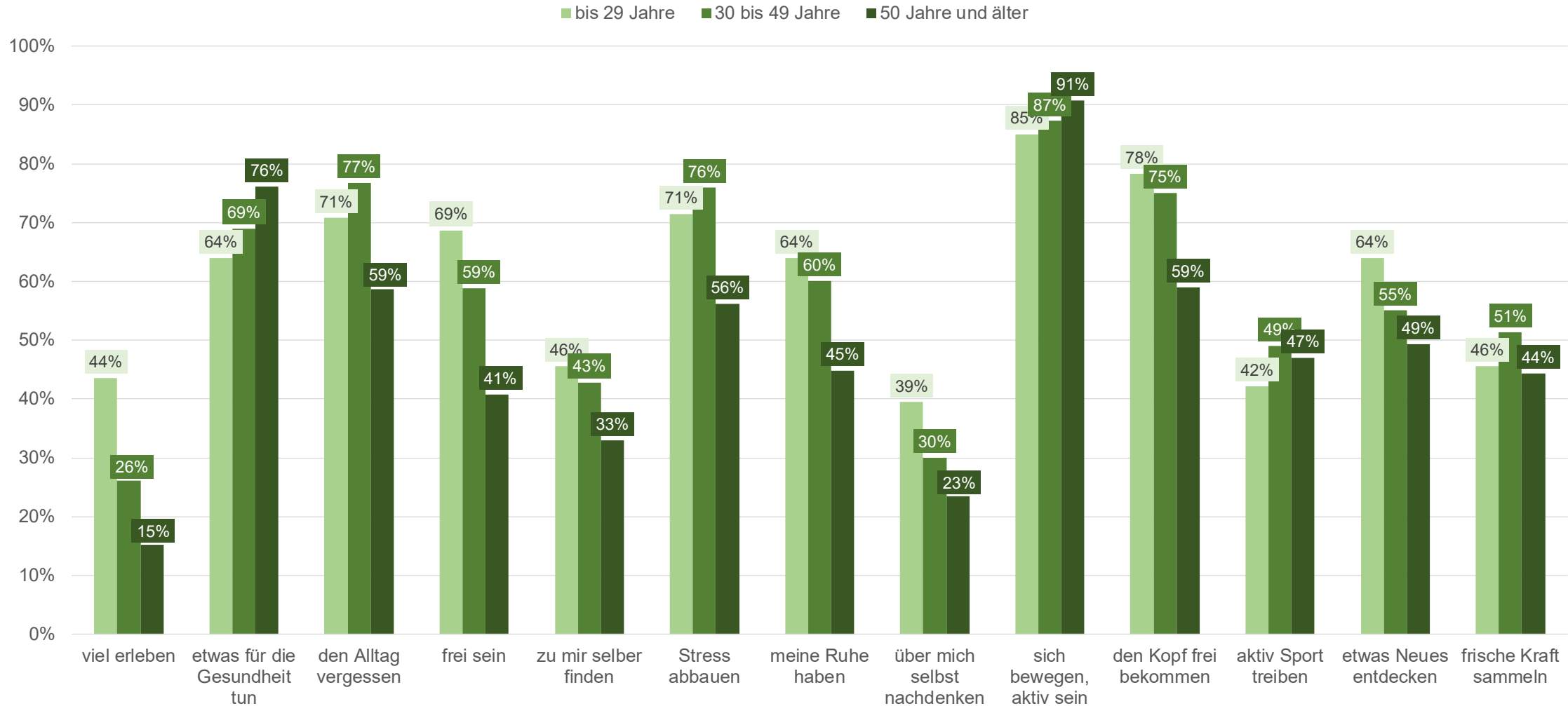


- „frische Kraft sammeln“ (- 4)
- „Interesse an Pflanzen/Tieren“ (- 3)
- „Sehenswürdigkeiten besichtigen“ (- 3)
- „etwas Neues entdecken“ (- 2)
- „Stille erleben“ (- 2)
- „in Geselligkeit sein“ (- 2)
- „viel erleben“ (- 1)



eigene Erhebung  
n=1.513; Mehrfachantworten

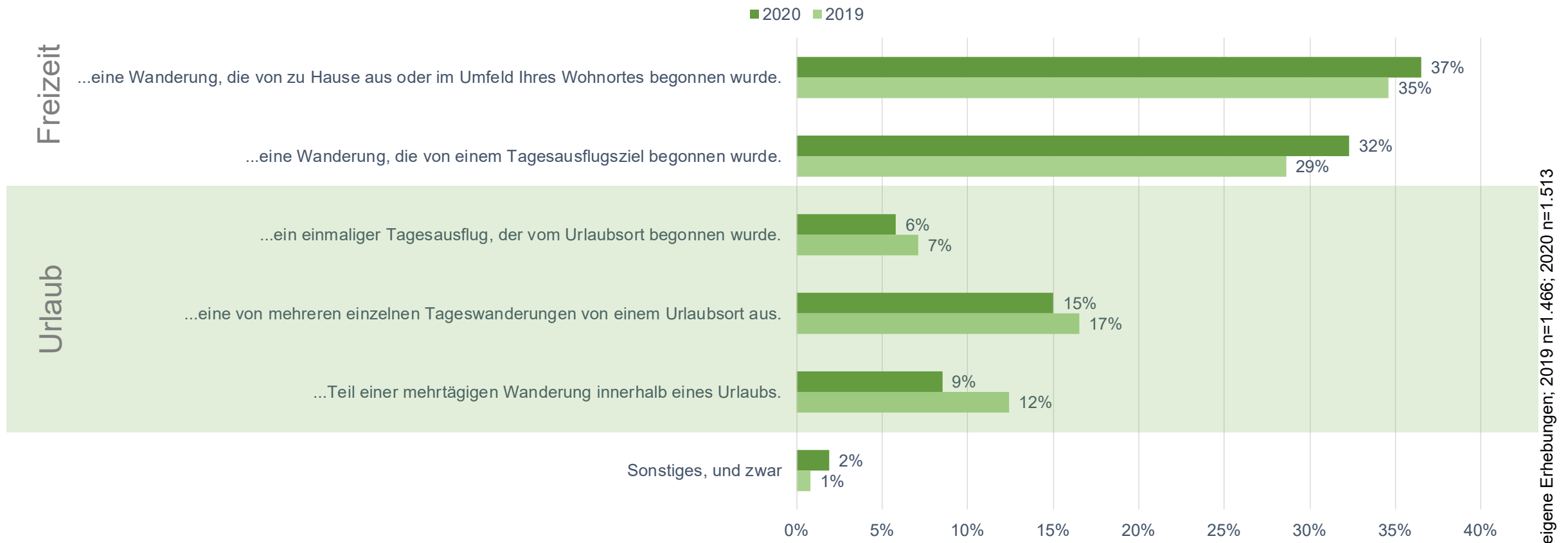
# Ausgewählte Wanderanlässe nach Alter



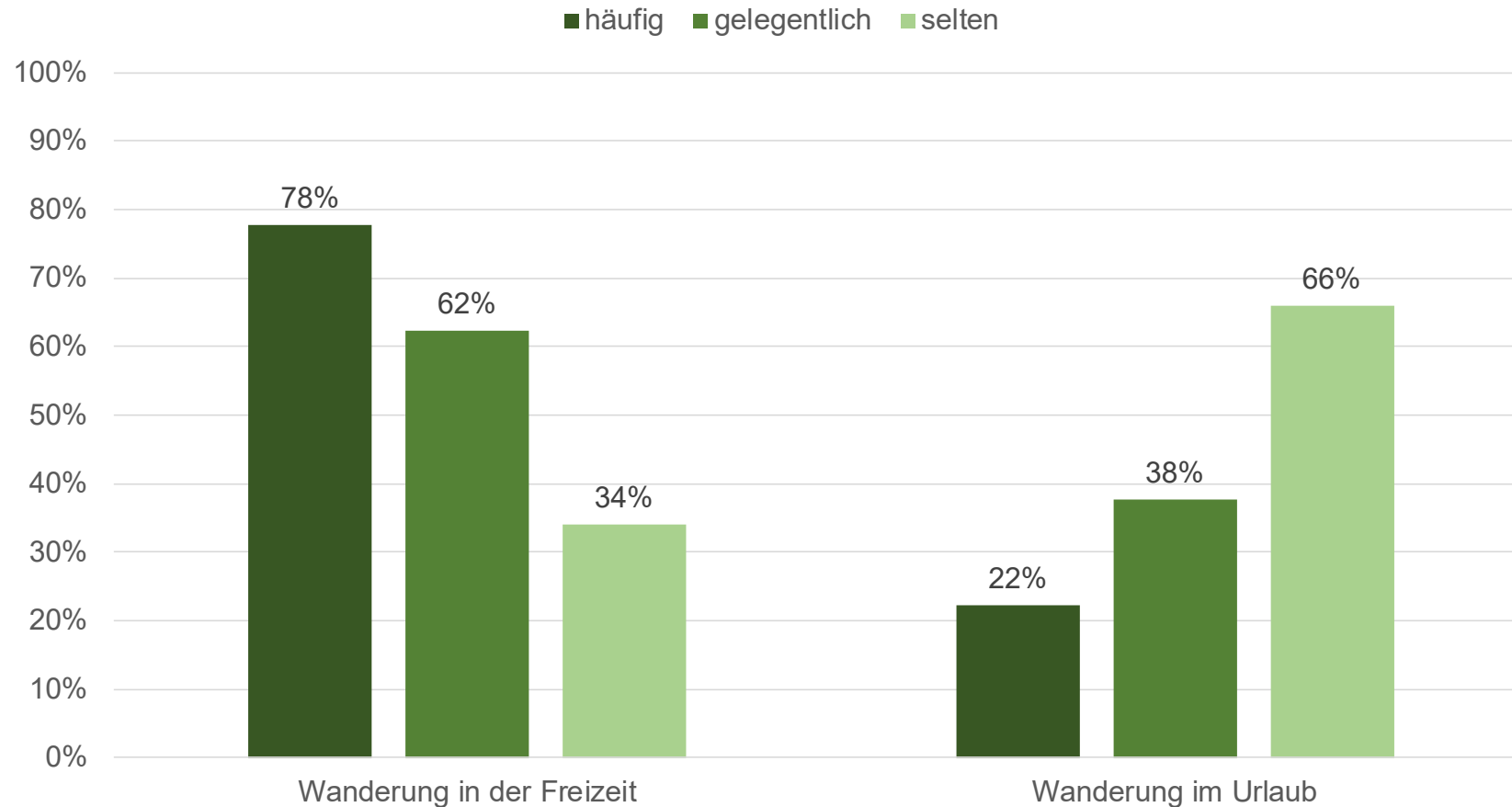
eigene Erhebung  
n=1.513; Mehrfachantworten

# Kontext der letzten Wanderung

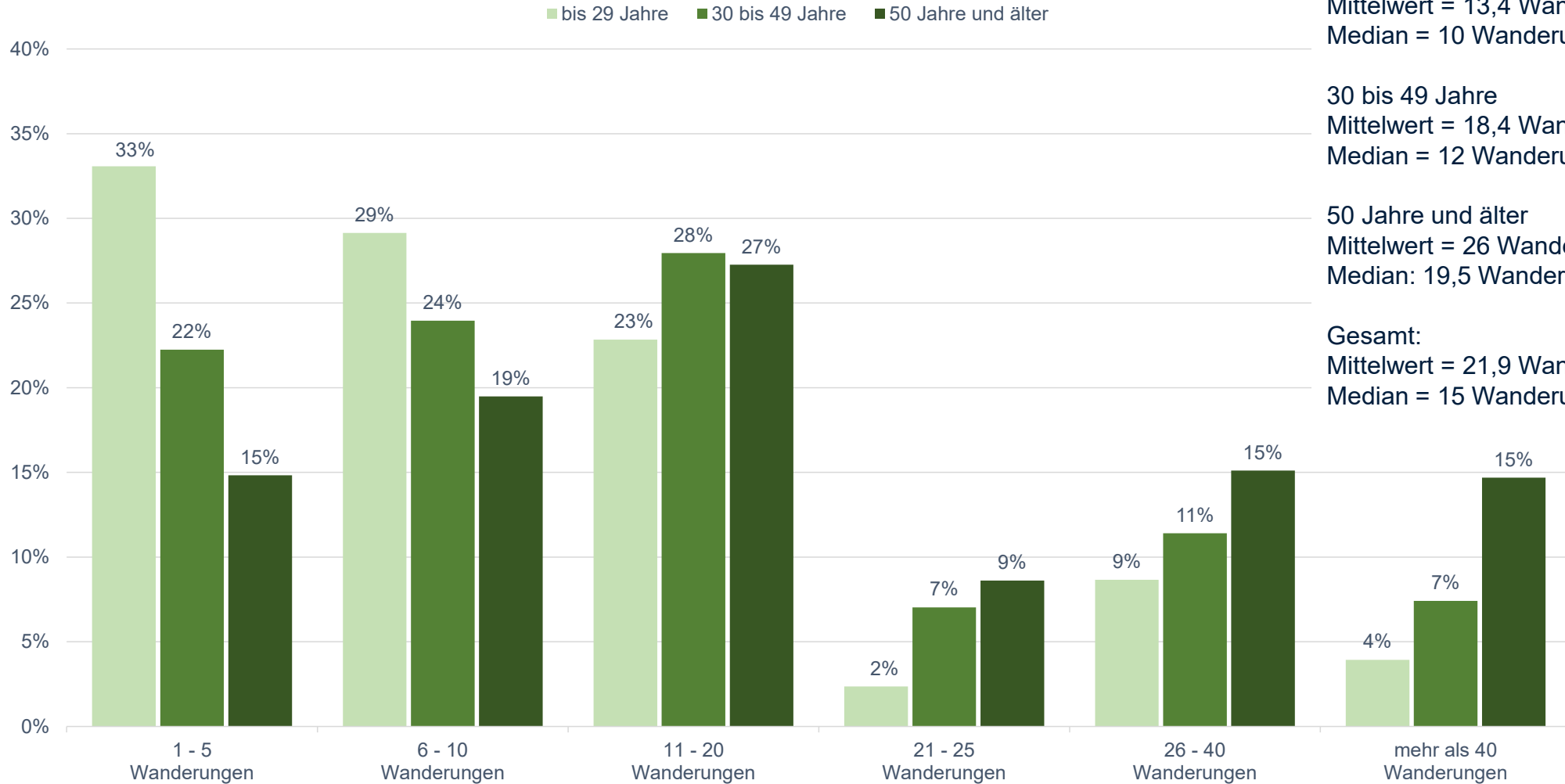
*Die Tageswanderung/ -etappe war...*



## Kontext der letzten Wanderung nach Wanderintensität



# Anzahl Tagesausflugswanderungen nach Alter



bis 29 Jahre  
Mittelwert = 13,4 Wanderungen  
Median = 10 Wanderungen

30 bis 49 Jahre  
Mittelwert = 18,4 Wanderungen  
Median = 12 Wanderungen

50 Jahre und älter  
Mittelwert = 26 Wanderungen  
Median: 19,5 Wanderungen

Gesamt:  
Mittelwert = 21,9 Wanderungen  
Median = 15 Wanderungen

eigene Erhebung  
n=1.513

## Reiseentscheidung Wandern in Urlaub und Freizeit 2019

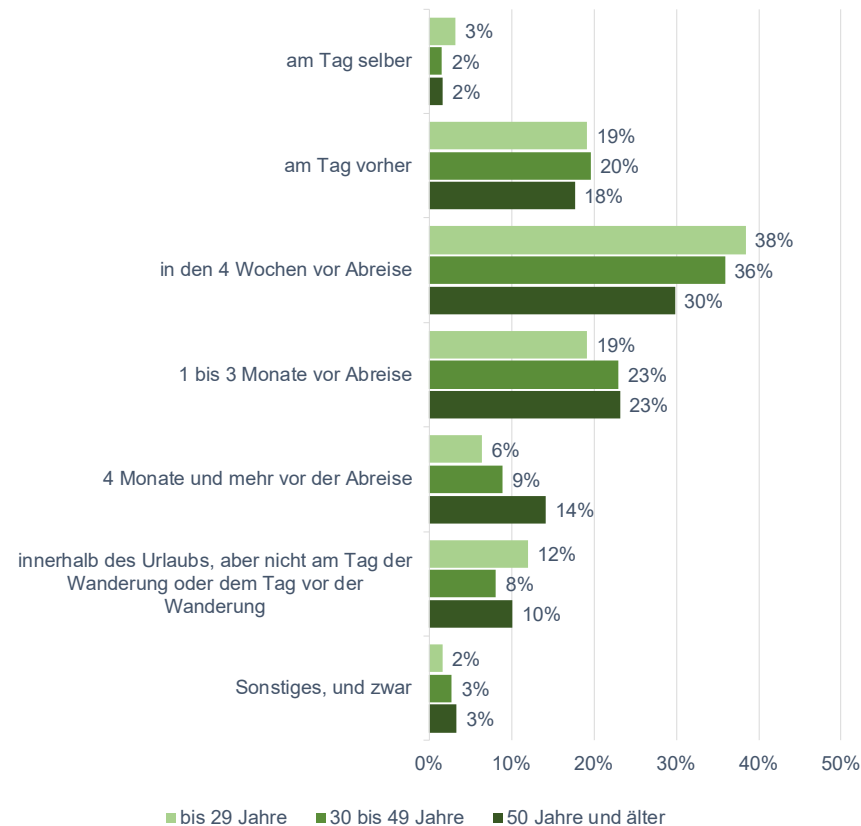
	<b>Tagesausflugs- wanderungen (in der Freizeit)</b>	<b>Urlaube (allgemein)</b>	<b>Urlaube, in denen u. a. gewandert wurde</b>	<b>Reine Wanderurlaube</b>
Anzahl (Mittelwert/Median)	21,9 / 15 Wanderungen	3,9 / 3 Urlaube	2,6/ 2 Urlaube	2,1/ 2 Urlaube
Planungszeitpunkt der Wanderung	56 % am Tag vorher  28 % in den 4 Wochen vor der Wanderung		31 % am Tag vorher  29 % innerhalb des Urlaubs, aber nicht am Tag der Wanderung oder dem Tag vor der Wanderung	30 % in den 4 Wochen vor Abreise  23 % 1 bis 3 Monate vor Abreise  18 % am Tag vorher

eigene Erhebung  
n=1.513

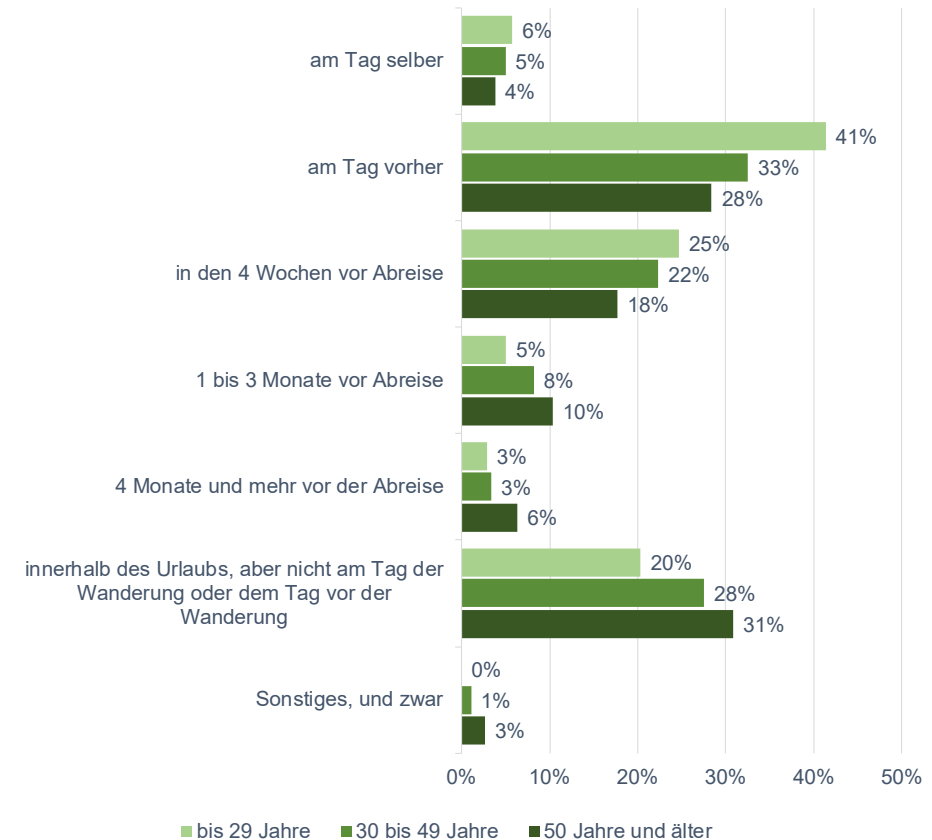


# Planungszeitpunkt der Wanderung bei einem reinen Wanderurlaub und bei einem Urlaub, indem u. a. gewandert wird

Reine Wanderurlaube

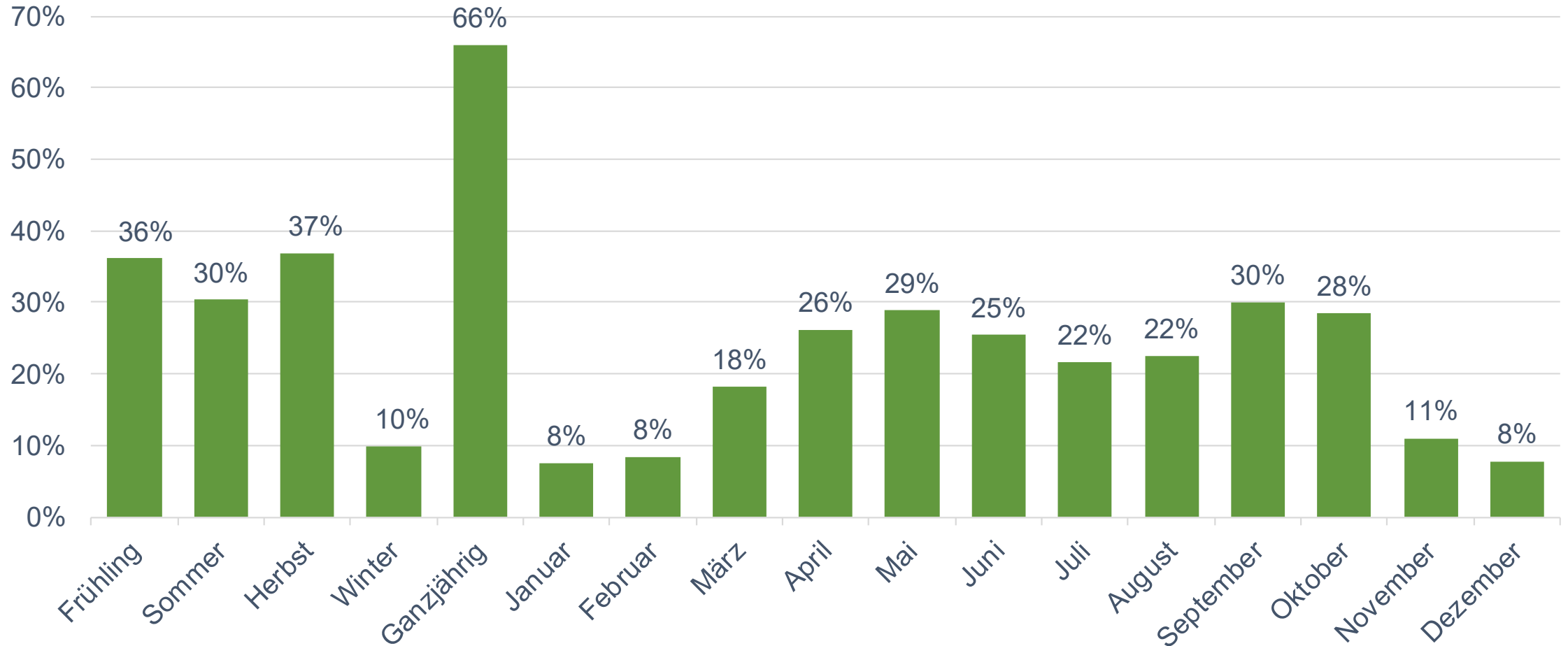


Urlaube, in denen u. a. gewandert wurde



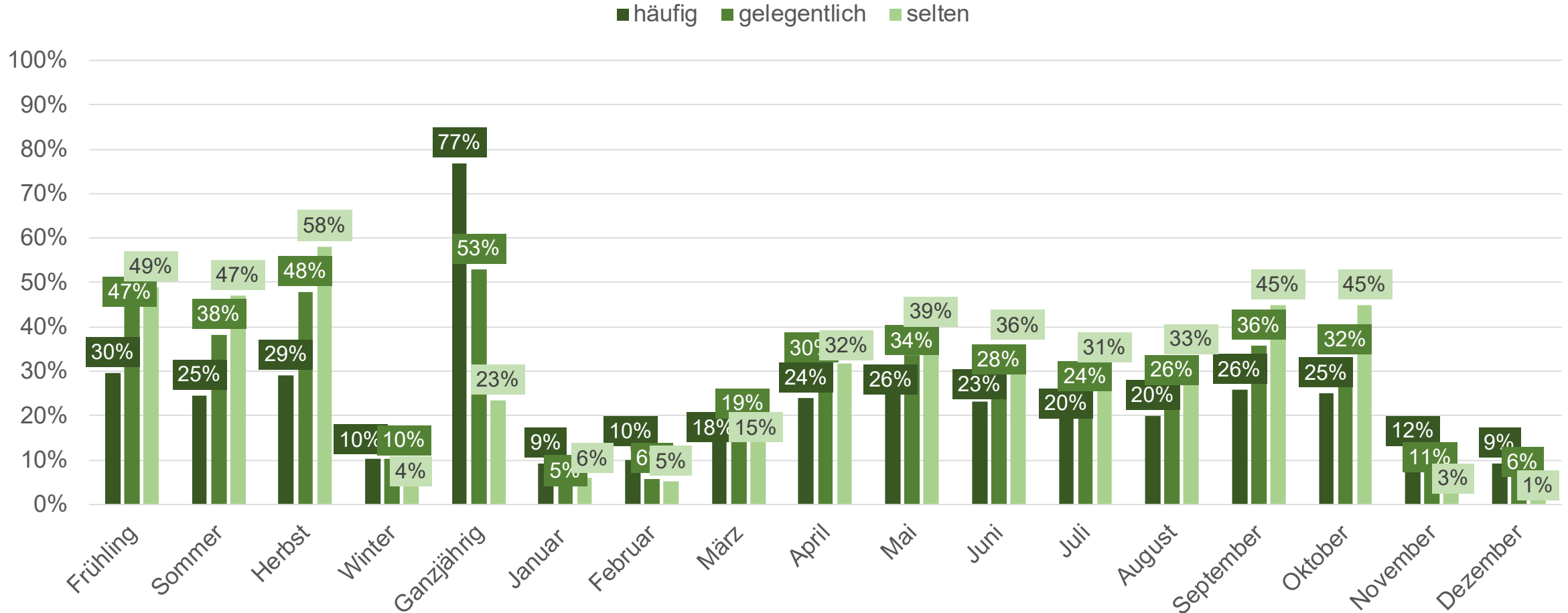
eigene Erhebung  
n=1.513

## Bevorzugte Wanderzeiträume



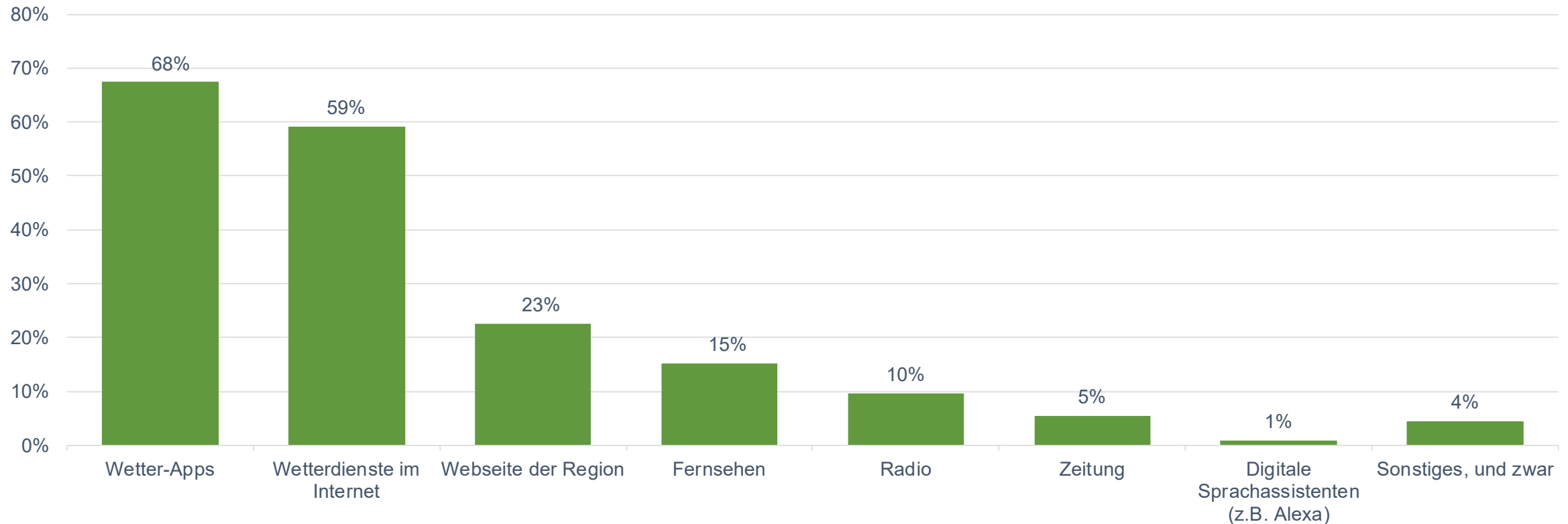
eigene Erhebung  
n=1.513; Mehrfachantworten

## Bevorzugte Wanderzeiträume nach Wanderintensität



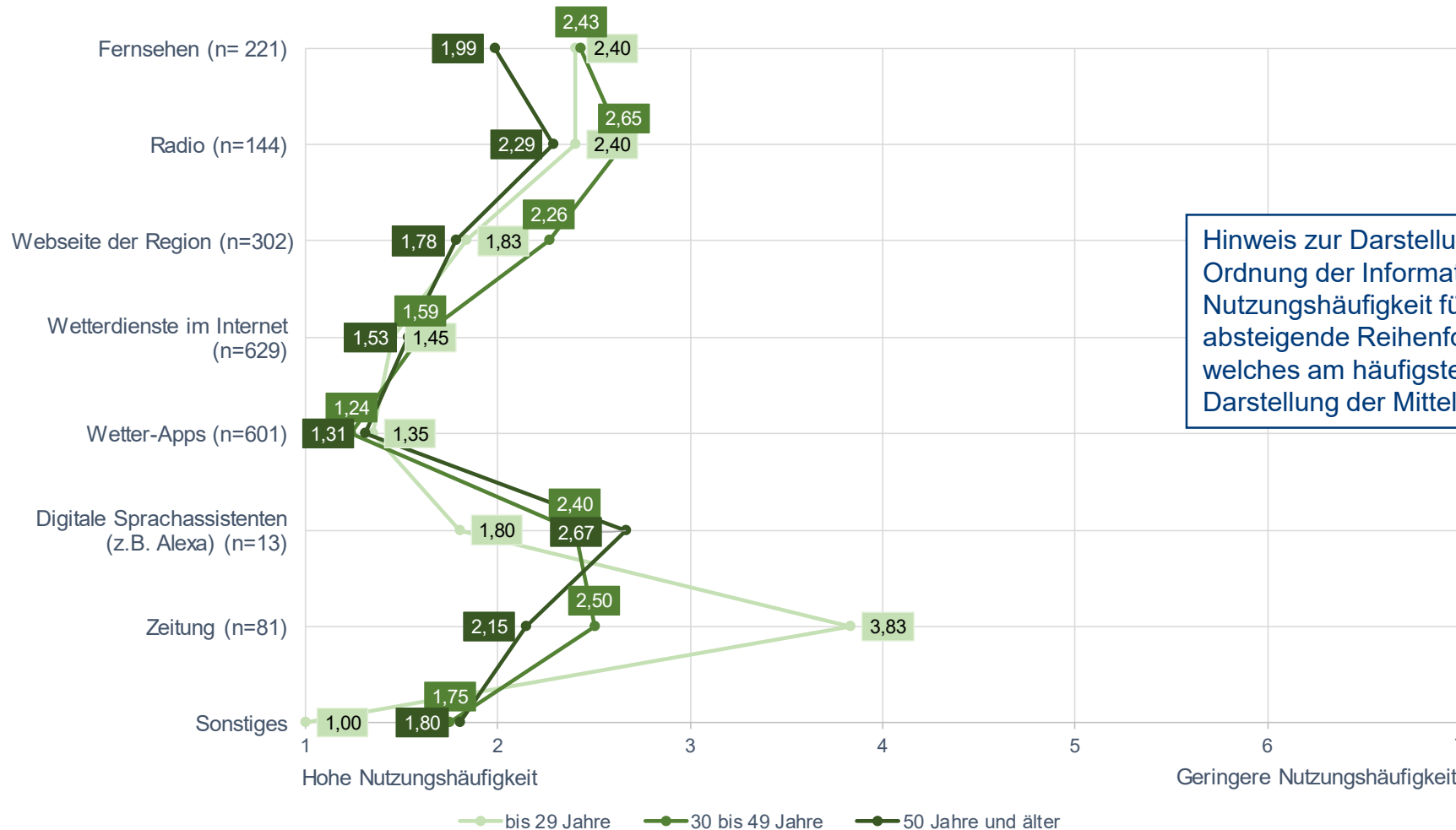
eigene Erhebung  
n=1.513; Mehrfachantworten

# Genutzte Informationsquellen für Wetterbedingungen



eigene Erhebung  
n=1.513; Mehrfachantworten

# Nutzungshäufigkeit der Informationsquellen für Reiseentscheidung nach Alter



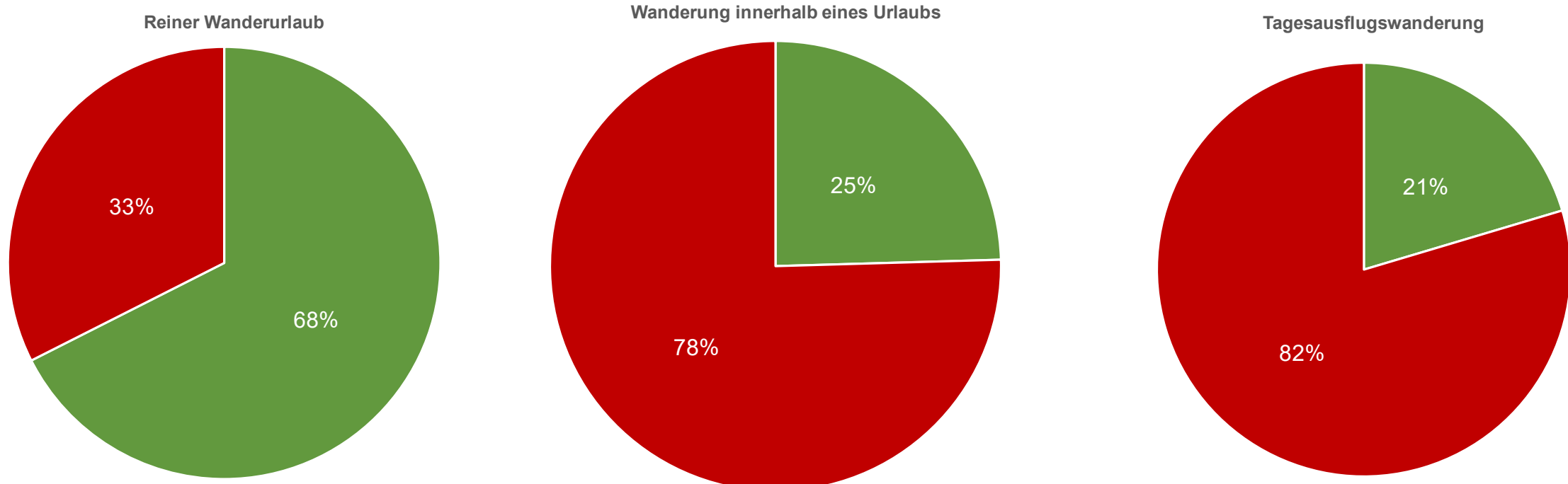
Hinweis zur Darstellung:  
Ordnung der Informationsmedien nach ihrer Nutzungshäufigkeit für die Wanderreiseentscheidung; absteigende Reihenfolge (1= Informationsmedium, welches am häufigsten genutzt wird). Darstellung der Mittelwerte.

# Einfluss des Wetters auf die Reiseentscheidung



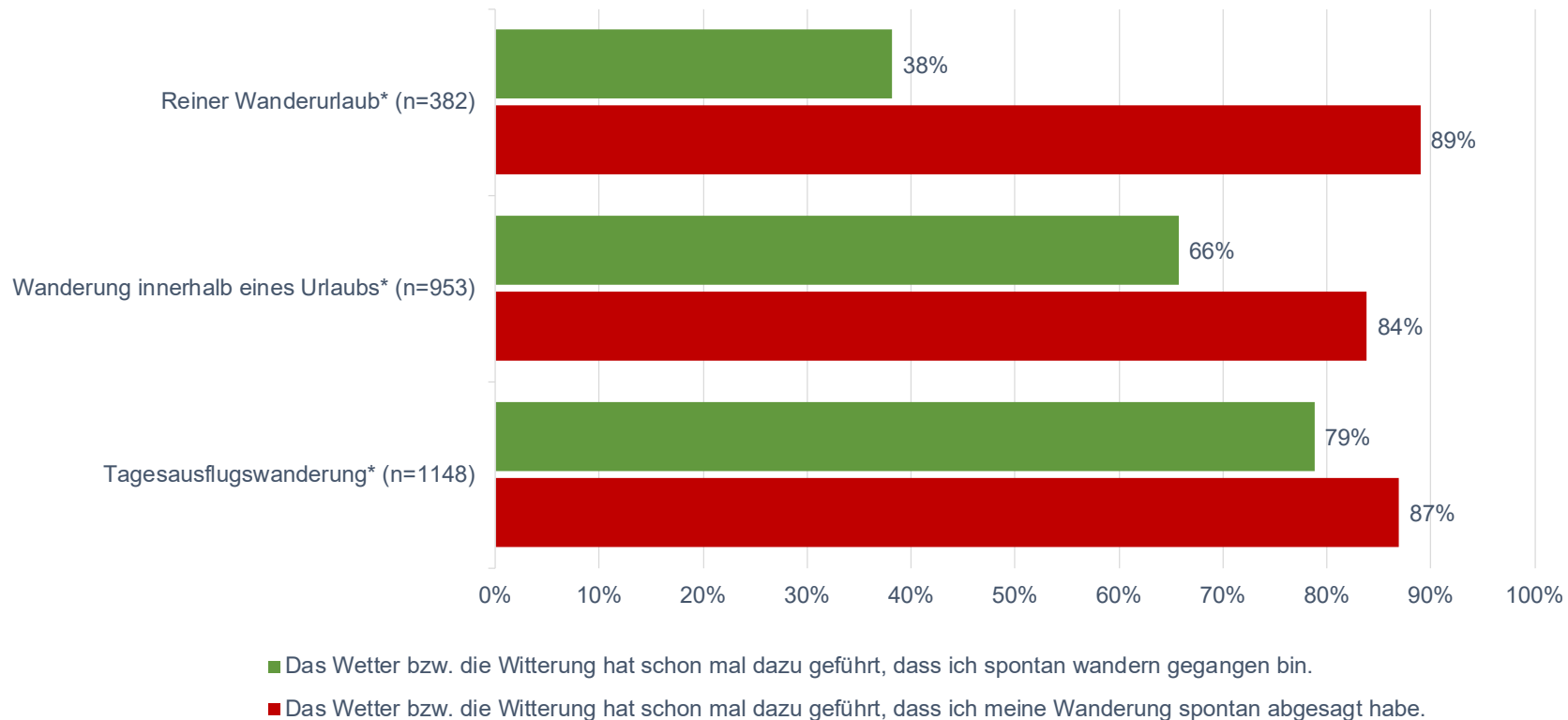
Bildquellen: pixabay.com

# Einfluss des Wetters bzw. der Witterung auf die Entscheidung, wandern zu gehen



- Das Wetter bzw. die Witterung beeinflusst meine im Vorfeld getroffene Entscheidung, wandern zu gehen, nicht.
- Das Wetter bzw. die Witterung beeinflusst meine im Vorfeld getroffene Entscheidung, wandern zu gehen.

## Art des Einflusses des Wetters bzw. der Witterung auf die Entscheidung, wandern zu gehen



\*nur diejenigen, die angeben, dass das Wetter bzw. die Witterung ihre Reiseentscheidung beeinflusst



## Zusammenfassung

Im Zuge des Wandermonitors 2020/2021 konnten 2020 1.513 Wanderer befragt werden. Daraus ergeben sich folgende Zwischenergebnisse:

- Die Anzahl der häufig Wandernden ist um 10 Prozentpunkte gestiegen, vor allem in den jüngeren Altersgruppen zeigt sich eine höhere Wanderintensität im Vergleich zu 2019. Dennoch wandern weiterhin Personen in der Altersgruppe „50 Jahre und älter“ häufiger als jüngere Altersgruppen.
- Selten Wandernde wandern überwiegend im Urlaub, während eine hohe Wanderintensität überwiegend mit Wandern in der Freizeit verbunden ist (häufig Wandernde machen 4x häufiger eine Tageswanderung als selten Wandernde).
- Häufig Wandernde gehen ganzjährig wandern, während selten Wandernde vornehmlich von April bis Oktober wandern gehen.
- Die Anzahl der Tagesausflugswanderungen nimmt in höheren Altersgruppen zu. Jüngere Altersgruppen planen ihre Wanderungen tendenziell kurzfristiger als ältere Altersgruppen.
- Die Anteile der Wanderungen in der Freizeit sind 2020 gestiegen und im Urlaub gesunken. Im Urlaub werden tendenziell weitere Strecken zurück gelegt als in der Freizeit.
- Wetter-Apps und Wetterdienste im Internet sind die häufigsten Informationsquellen für Wetterbedingungen.
- Das Wetter beeinflusst die im Vorfeld getroffene Entscheidung wandern zu gehen vor allem bei Tagesausflugswanderungen und Wanderungen innerhalb eines Urlaubes, bei reinen Wanderurlauben werden die Entscheidungen weniger vom Wetter beeinflusst.
- Bei der Auswahl von Wanderweg und Region spielte das Gastgewerbe eine deutlich geringe Rolle als im Vorjahr, Kriterien wie die Qualität und Auswahl eines bestimmten Weges, die Beschaffenheit und Streckenführung sowie Länge und Schwierigkeitsgrad der Wege haben dagegen an Bedeutung gewonnen. Die Wichtigkeit von Wetter bzw. Wettererscheinungen hat abgenommen.
- Die Motive „den Alltag vergessen“ und „meine Ruhe haben“ sind gegenüber 2018 in der Rangfolge um fünf bzw. vier Plätze aufgestiegen.

## Vertiefende Auswertungen des Wandermonitors 2020/2021

- Vergleiche 2020/2021
- Welche Wetterverhältnisse sind bei der Reiseentscheidung relevant?
- Welche Auswirkungen haben die sich verändernden Wetterverhältnisse der letzten Jahre auf die Wandersaison?



Bildquellen: pixabay.com



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

## **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](mailto:h-d.quack@ostfalia.de)

Web Ostfalia: [www.ostfalia.de/fks](http://www.ostfalia.de/fks)

Web Wandermonitor: [www.wandermonitor.de](http://www.wandermonitor.de)