

# WANDERTOURISMUS IN NRW UND DEUTSCHLAND

*Themendossier 2023*

*Tourismus NRW e.V.*

**NORD  
RHEIN  
WEST  
FALEN**

Tourismus NRW e.V.

# INHALTSVERZEICHNIS

<u>Fact Snack To Go</u>	<u>3</u>
<u>Wandern – Zahlen, Daten &amp; Fakten</u>	<u>4</u>
<u>Entwicklung der Aktivität Wandern</u>	<u>5</u>
<u>Wie wandert Deutschland?</u>	<u>6</u>
<u>Customer Journey im Wandertourismus</u>	<u>7</u>
<u>Wandern in Nordrhein-Westfalen</u>	<u>13</u>
<u>Auf einen Blick</u>	<u>14</u>
<u>Themeneignung Wandern in NRW</u>	<u>15</u>
<u>Einfluss der digitalen Transformation beim Wandern</u>	<u>17</u>
<u>Quellen</u>	<u>20</u>
<u>Impressum</u>	<u>21</u>



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



**NORD  
RHEIN  
WEST  
FALEN**

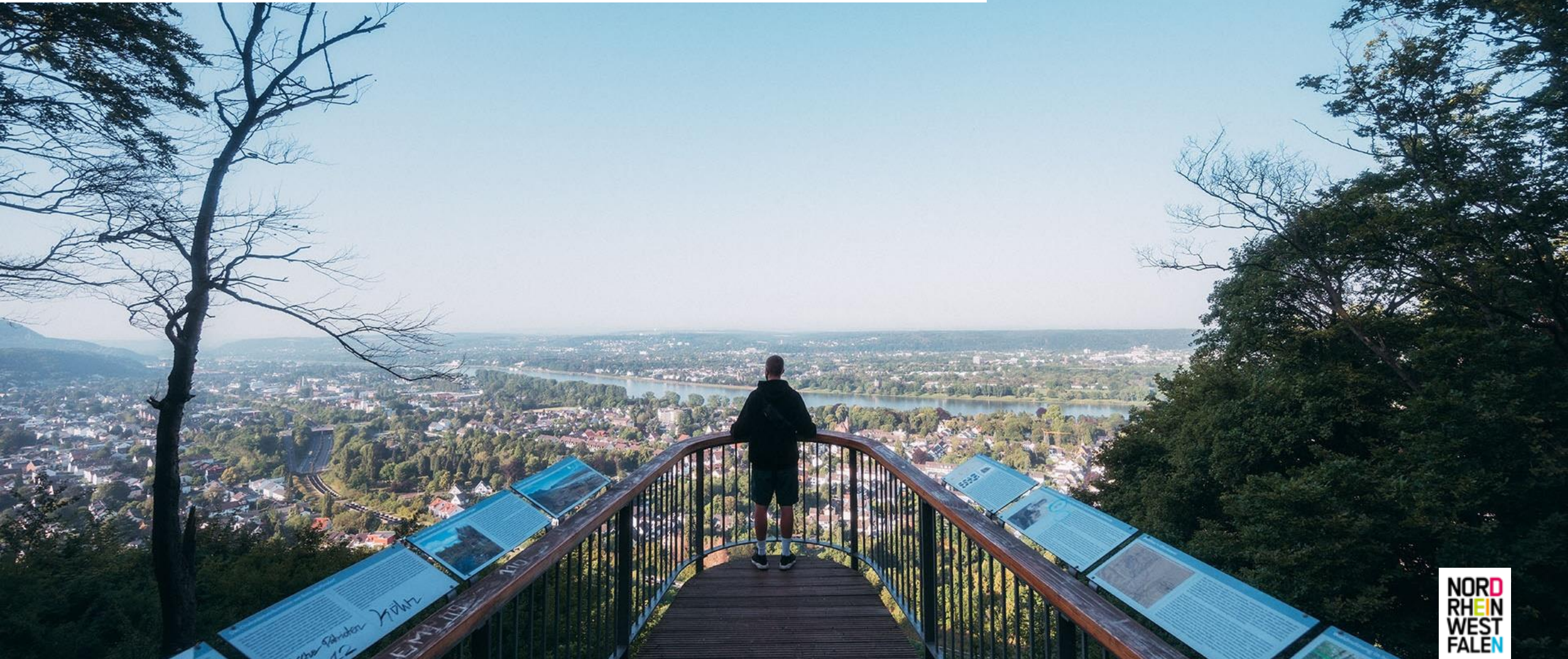
Tourismus NRW e.V.

*Auf das Logo klicken, um auf diese Seite zurückzukehren.*

# FACT SNACK TO GO



# WANDERN – ZAHLEN, DATEN, FAKTEN



# ENTWICKLUNG DER AKTIVITÄT WANDERN



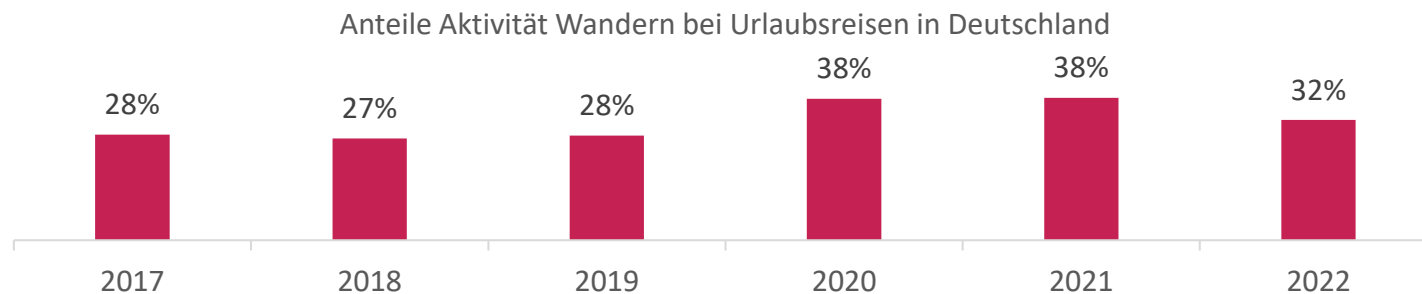
## DER HYPE UMS WANDERN

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“.

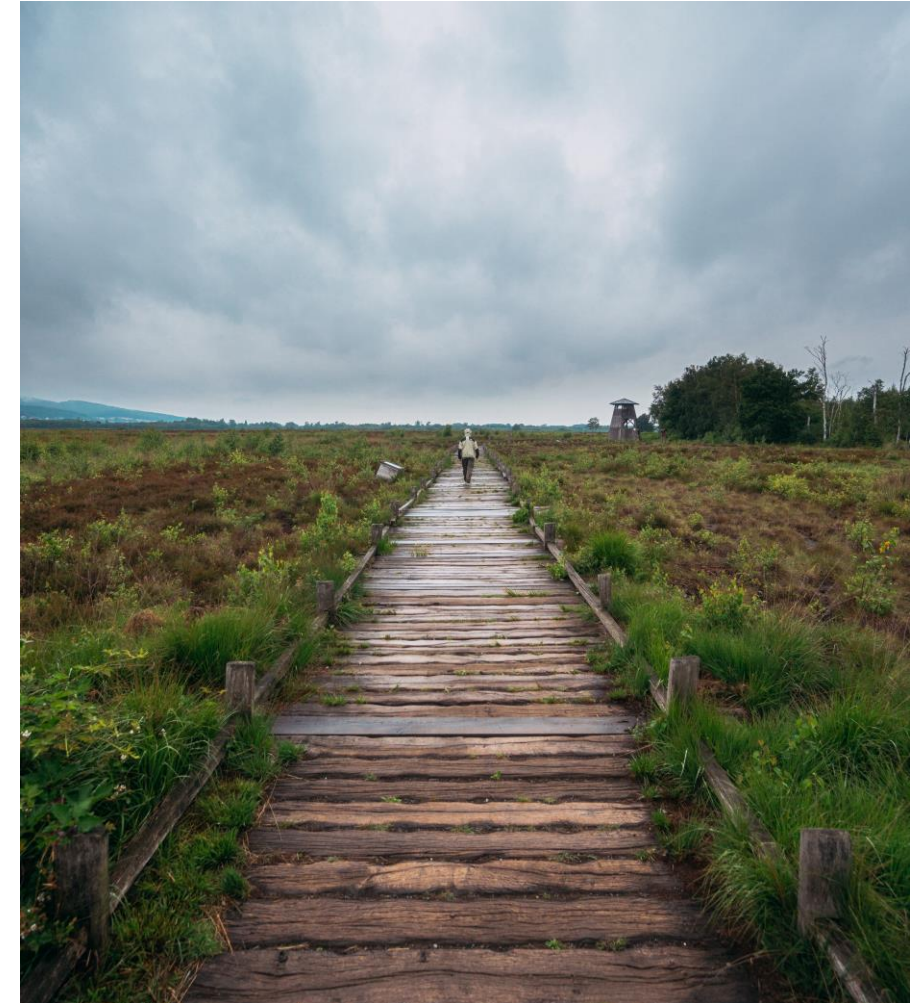


Bild: Naturschutzgebiet großes Torfmoor, Teutoburger Wald  
© Johannes Höhn

**NORD  
RHEIN  
WEST  
FALEN**

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

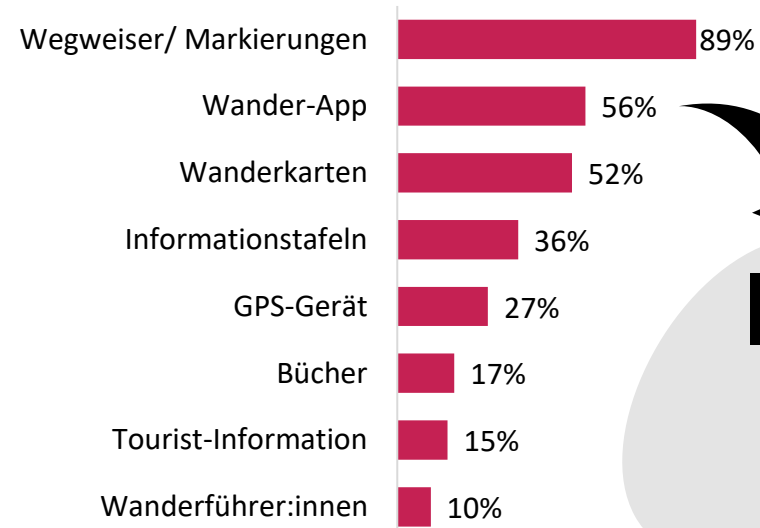
Mehr als jedem zweiten Befragten ist es (eher) wichtig, mit öffentlichen Verkehrsmitteln den Start- und Endpunkt einer Wanderung zu erreichen.

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

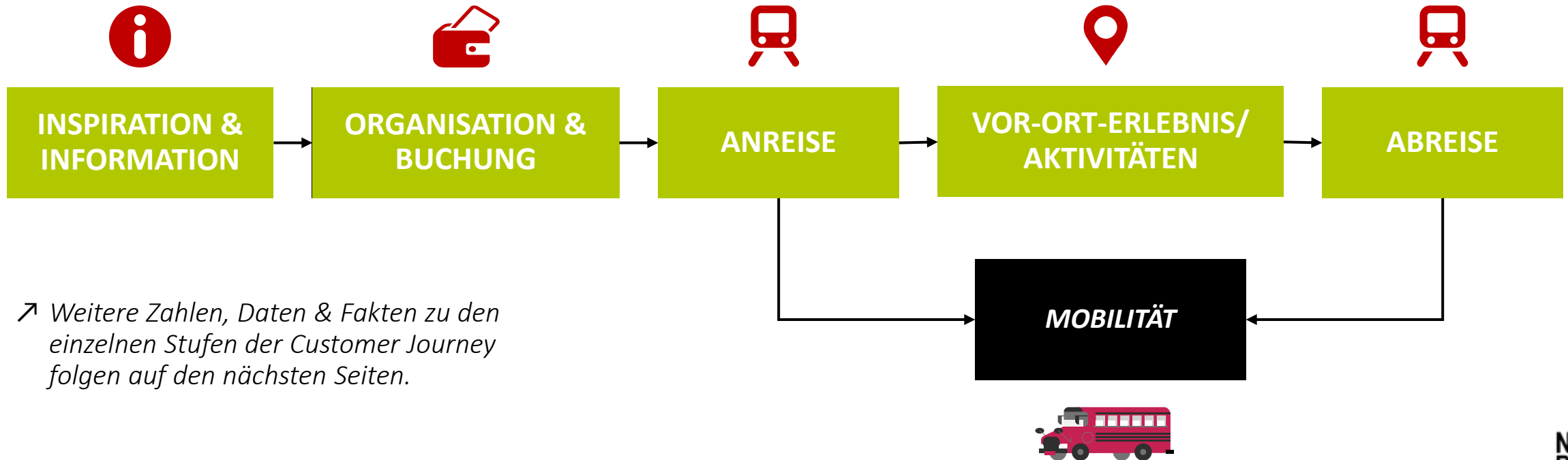
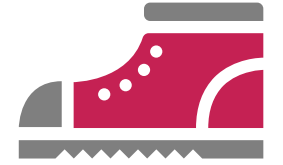
Quelle: Deutscher Wanderverband 2022

# CUSTOMER JOURNEY IM WANDERTOURISMUS



# CUSTOMER JOURNEY EINES WANDERNDEN

...im Überblick



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



# 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

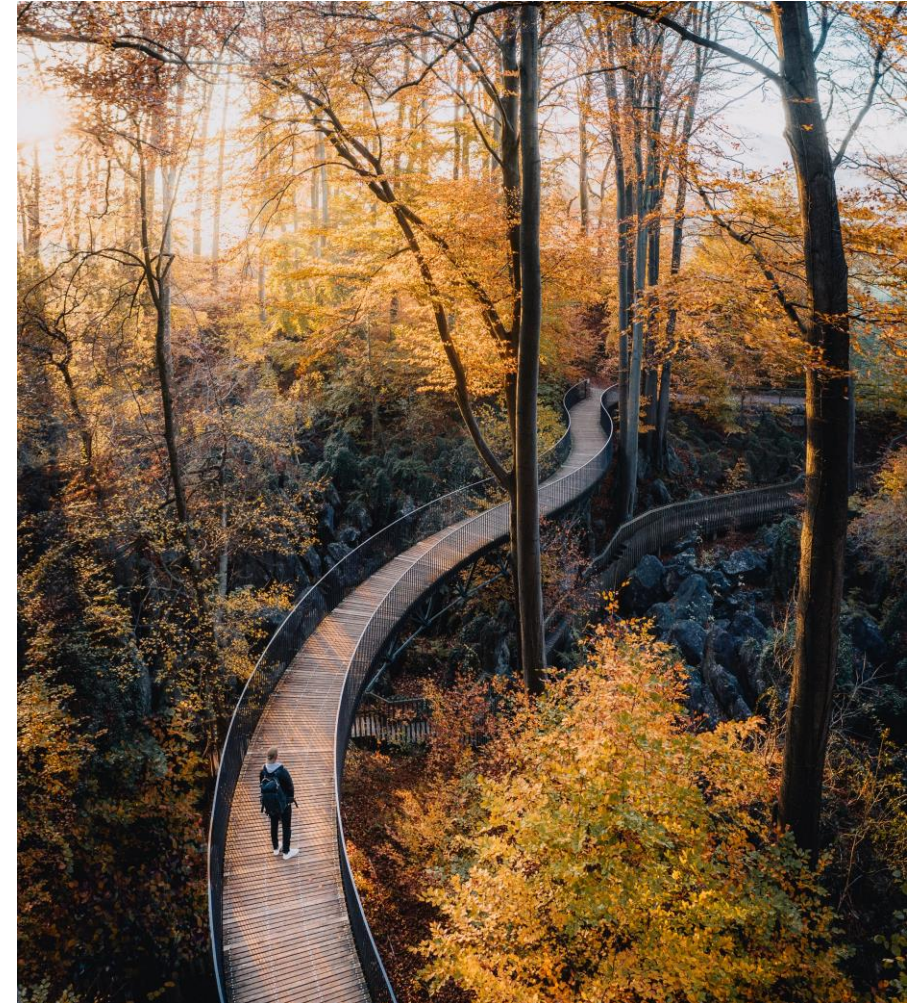


Bild: Felsenmeer Hemer, Sauerland © Lennart Pagel @lennart

NORD  
RHEIN  
WEST  
FALEN

Tourismus NRW e.V.

# 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, 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.

**NORD  
RHEIN  
WEST  
FALEN**

Tourismus NRW e.V.

# VON PKW BIS ZU WANDERBUSSEN



MOBILITÄT

## *Distanzempfindlichkeiten bei Tageswanderungen und genutzte Verkehrsmittel*

### 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** fahren 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](#).

NORD  
RHEIN  
WEST  
FALEN

Tourismus NRW e.V.

# 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](http://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](http://www.wandermonitor.de)



NORD  
RHEIN  
WEST  
FALEN

Tourismus NRW e.V.

# WANDERN IN NORDRHEIN-WESTFALEN



**NORD  
RHEIN  
WEST  
FALEN**

Tourismus NRW e.V.

# 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 Weiterempfehlungsbereitschaft:** 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 entspricht dem höchsten Anteil.



NORD  
RHEIN  
WEST  
FALEN

Tourismus NRW e.V.

# 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 Expositive Milieu Nordrhein-Westfalen fürs Wandern geeignet.



Bild: Dingdener Heide Schwebzelt © Johannes Höhn

# EINFLUSS DER DIGITALEN TRANSFORMATION





# DIGITALE HILFSMITTEL UNTERSTÜTZEN DIE WANDERUNG

## Nutzung digitaler Hilfsmittel und Gründe dafür bei der Wanderung vor Ort

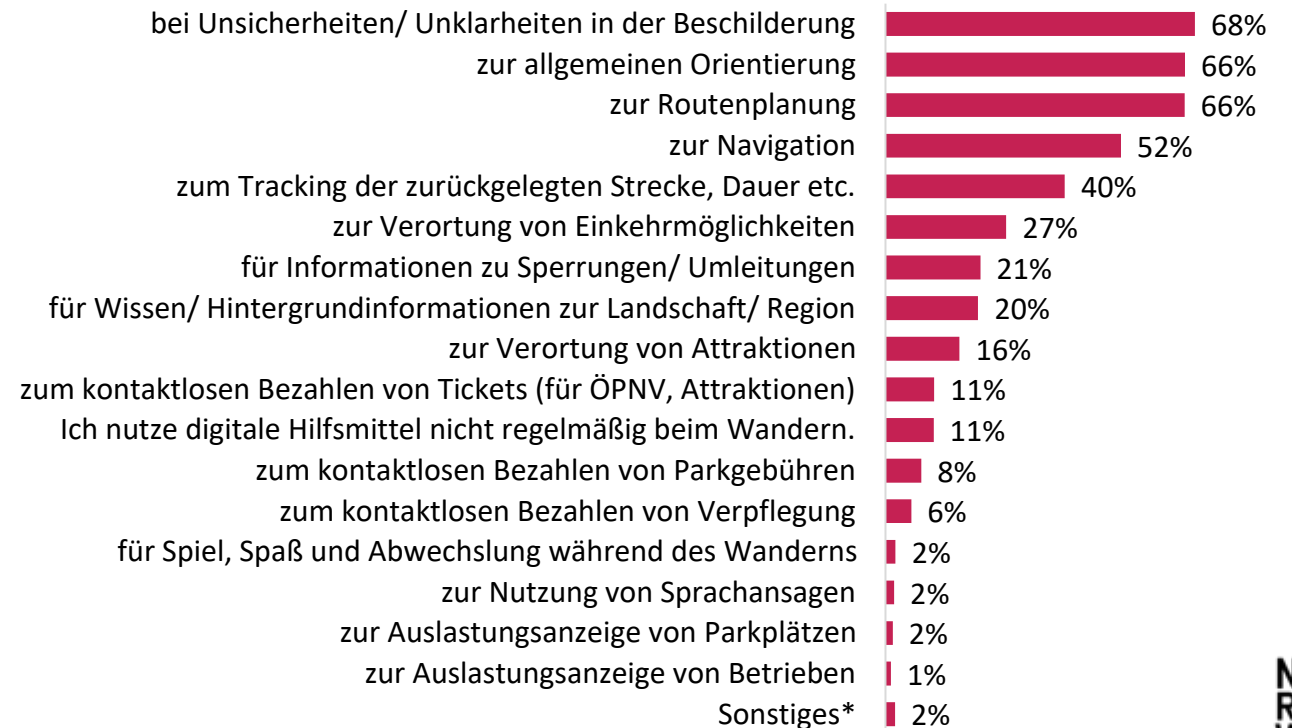
### ALWAYS ON? DIGITALISIERUNG DES WANDERNS

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 ...



# 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.

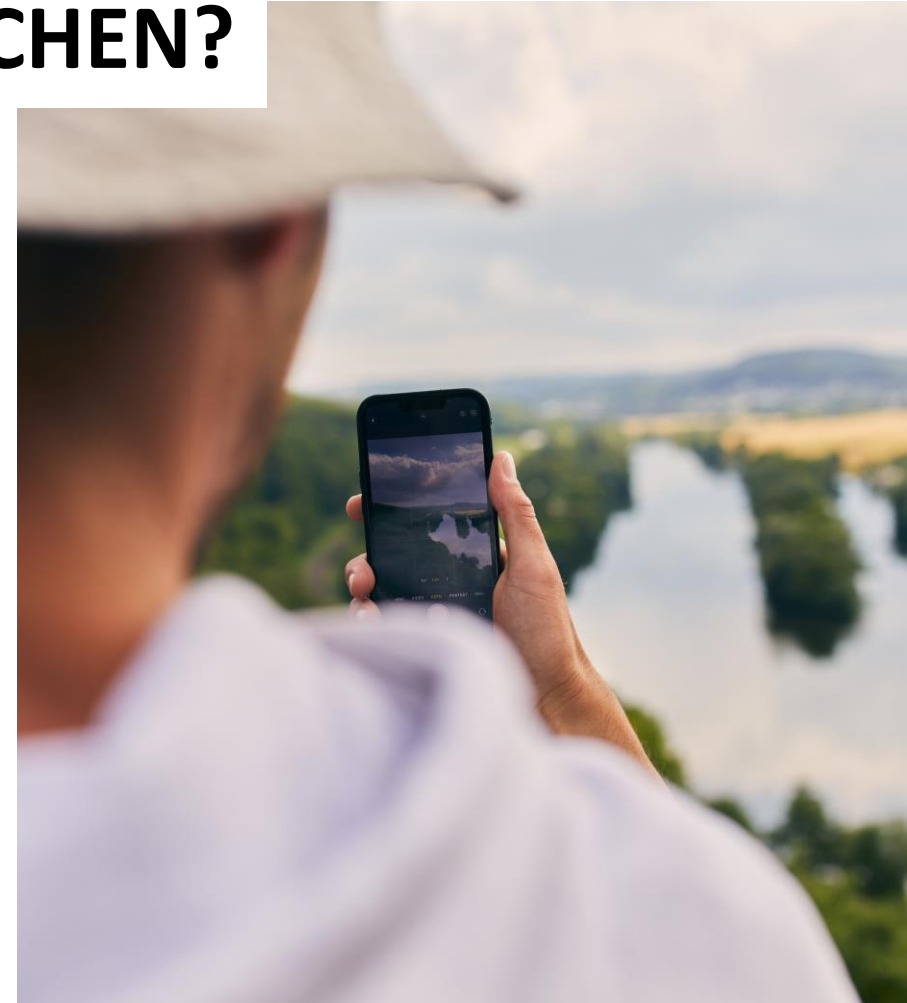


Bild: Berger-Denkmal Witten © CC-BY-SA P.A., Ruhr Tourismus GmbH

# 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.



# WEITERE INHALTE ZUM THEMA WANDERN IN NRW



## AKTIV & NATUR

Startseite > Themen > Aktiv & Natur



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](https://www.tourismusverband.nrw)

NORD  
RHEIN  
WEST  
FALEN

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](http://bergzeit.de)

## DEUTSCHER WANDERVERBAND 2022

- Online-Befragung von Wandernden in Deutschland
- Befragungszeitraum: Juli bis September 2022
- Stichprobengröße: n=2.984
- Verfügbar unter: [wanderverband.de](http://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

## INSPEKTUR DESTINATION BRAND 21

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

## INSPEKTUR/ 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](http://wandermonitor.de)

# 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](mailto:info@nrw-tourismus.de)  
Internet: [tourismusverband.nrw](http://tourismusverband.nrw) |  
[www.dein-nrw.de](http://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 Forschungskoooperation  
„Smart Destination“  
E-Mail: [jasper@nrw-tourismus.de](mailto:jasper@nrw-tourismus.de)  
Tel.: 0211 91320-598

Martin Voß  
Referent Themenmanagement Natur- &  
Aktivtourismus, Nachhaltigkeit  
E-Mail: [voss@nrw-tourismus.de](mailto: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.