



# Digitalisierung im Wandertourismus heute & morgen

Ergebnisse der Wanderstudie  
zum digitalen Verhalten  
der Wandernden



# Präsentation & Moderation



**Mathias  
Behrens-Egge**

**BTE**

---

**Geschäftsführender  
Gesellschafter**



**Christina Weiß**

**BTE**

---

**Consultant**



**Erik Neumeyer**

**Deutscher Wanderverband**

---

**Stellv. Geschäftsführer**

# Unsere Gäste zu Erfahrungen, Bewertungen, ...



**Markus Franz**

**Frankenwald Tourismus  
Service Center**

---

**Geschäftsführer**



**Roland Oberdorfer**

**Kärnten Werbung**

---

**Produktmanager  
Alpe-Adria-Trail**

# Agenda

1. Vorstellung ausgewählter Ergebnisse zur Mediennutzung und zum digitalen Verhalten der Wandernden | **60 Min.**
2. Diskussion zum Umgang mit den Ergebnissen | **60 Min.**
  - Erfahrungen und Bewertungen aus dem Frankenwald und vom Alpe-Adria Trail
  - Erfahrungen, Bewertungen, Hinweise und Fragen der Teilnehmenden

→ bitte stellen Sie Ihre Fragen im Chat, dort auch gern Anmerkungen und Hinweise



# Digitalisierung im Wandertourismus

- **2. Befragung** (2023, 1. aus 2017), bevölkerungsrepräsentative **deutschlandweite Haushaltsbefragung**
- **Ziel:** Ermittlung des Informationsverhaltens der Wandernden für die Ausrichtung der zukünftigen Wanderangebote auf deren Wünsche



**Methodik:** Online-Erhebung



**Laufzeit:** 12. bis 24. Juli 2023



**Stichprobe:** repräsentative Stichprobe der deutschen Bevölkerung

1.410 Probanden,  
davon 1.006 Wandernde



**Methodik:** Online-Erhebung



**Laufzeit:** 01. August bis 31. Oktober 2023



**Stichprobe:** nicht-repräsentativ

1.062 Probanden

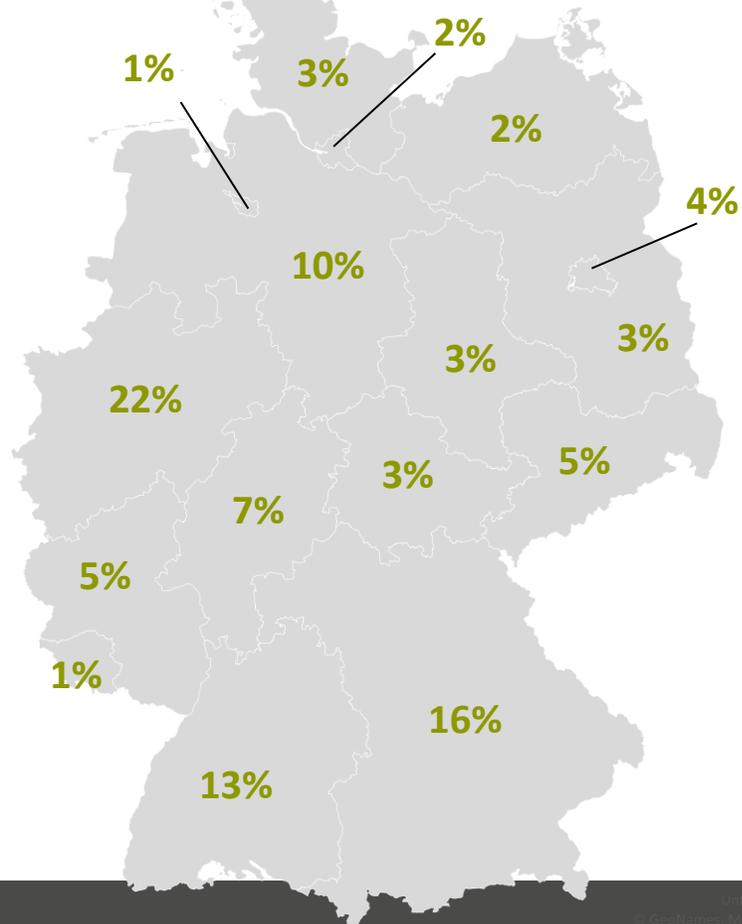
Teilmenge: 587 Mitglieder in einem  
Wander-/ Gebirgsverein

**zusätzlich: Verteiler DWV = Intensiv-Wandernde**

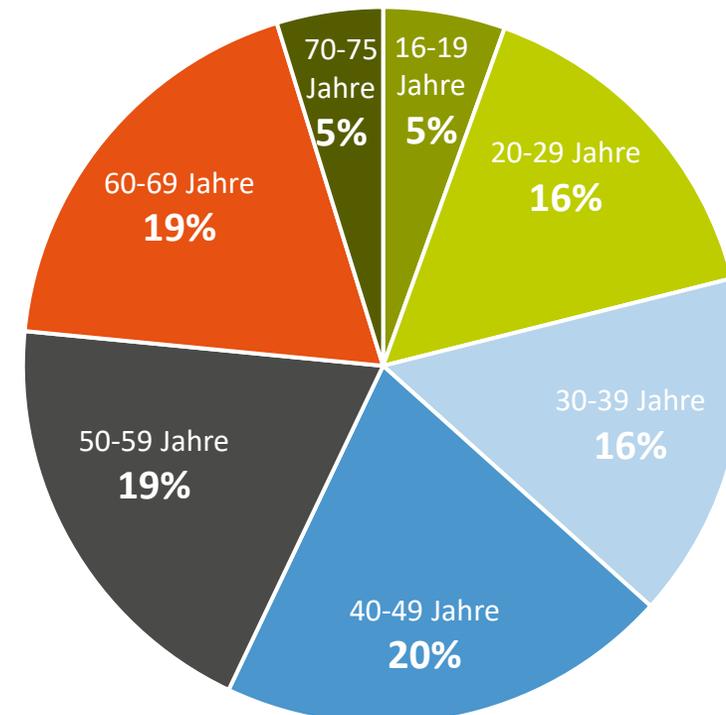
# Datenbasis

## Stichprobe der deutschen Bevölkerung

- repräsentative räumliche Verteilung bezogen auf deutsche Bundesländer



- repräsentative Altersverteilung im Segment 16 bis 75 Jahre
  - Altersdurchschnitt 45 Jahre

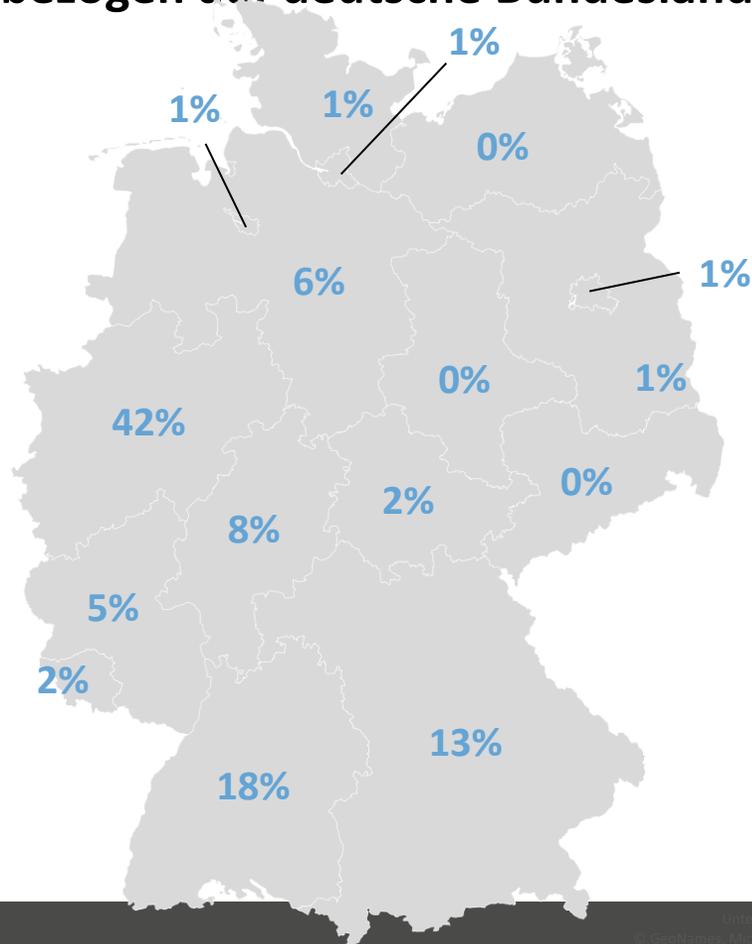


# Datenbasis

## Verteiler des Deutschen Wanderverbandes, Mitglieder Wander-/Gebirgsvereine

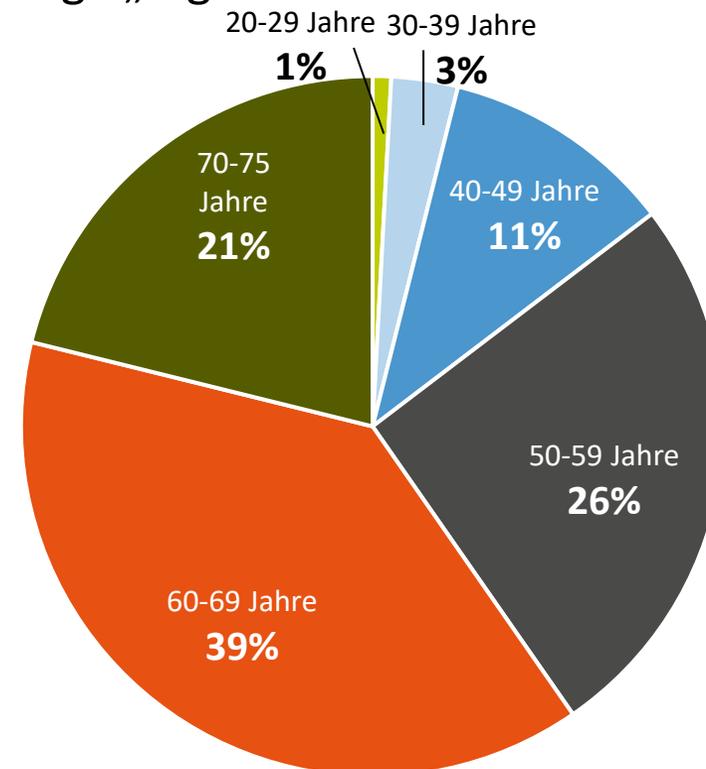
Stichprobe DWV  
Mitglieder  
Wandervereine  
n = 587

- nicht-repräsentative räumliche Verteilung bezogen auf deutsche Bundesländer

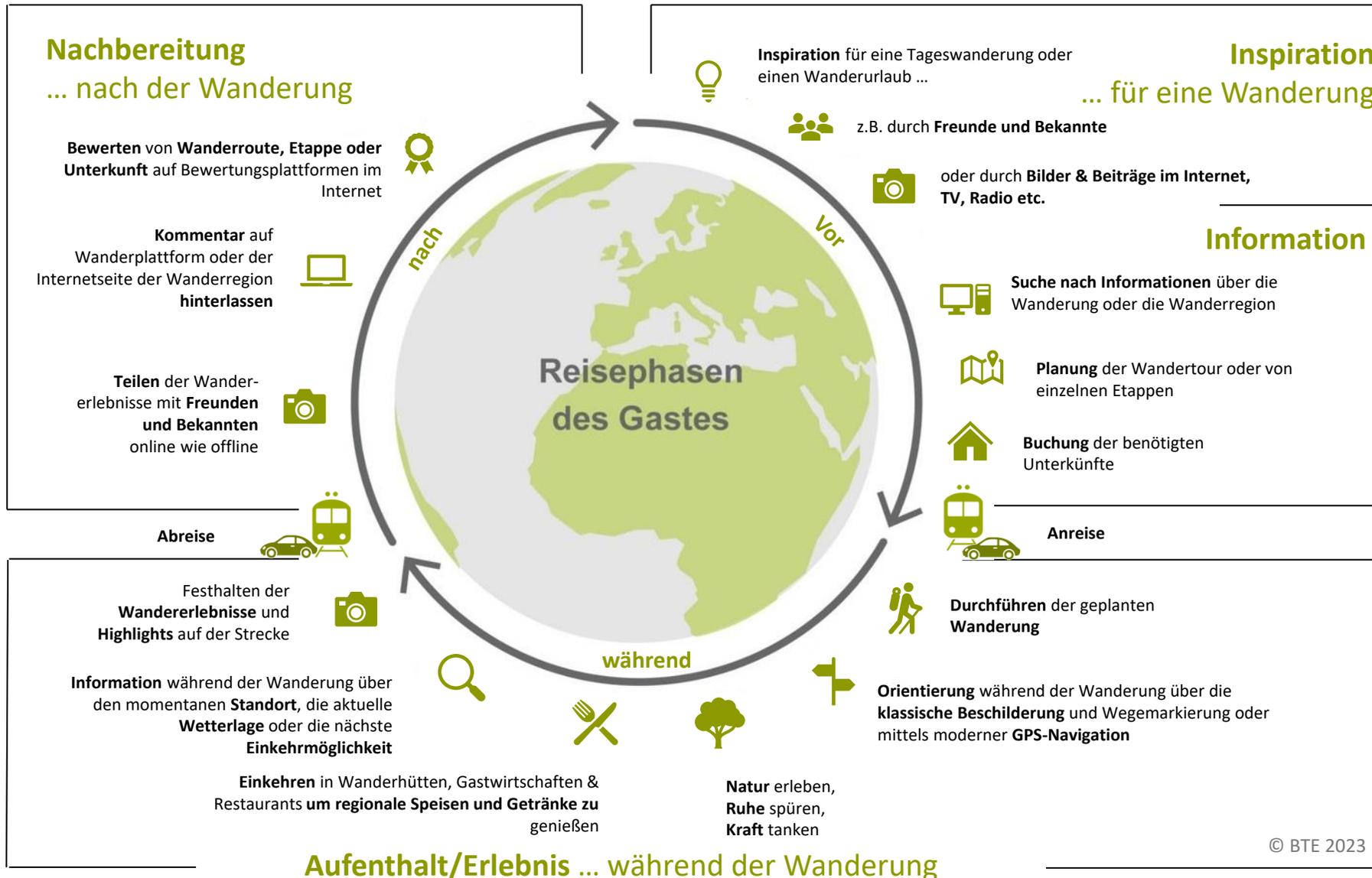


- nicht-repräsentative Altersverteilung

- Altersdurchschnitt 61 Jahre
- wenige „digital Natives“



# Digitalisierung entlang der Customer Journey



# Module



Wanderverhalten, -häufigkeit, Wanderlandschaften



Inspiration und Information VOR der Wanderung



Information WÄHREND der Wanderung



Beschilderung/Wegweisung entlang von Wanderwegen

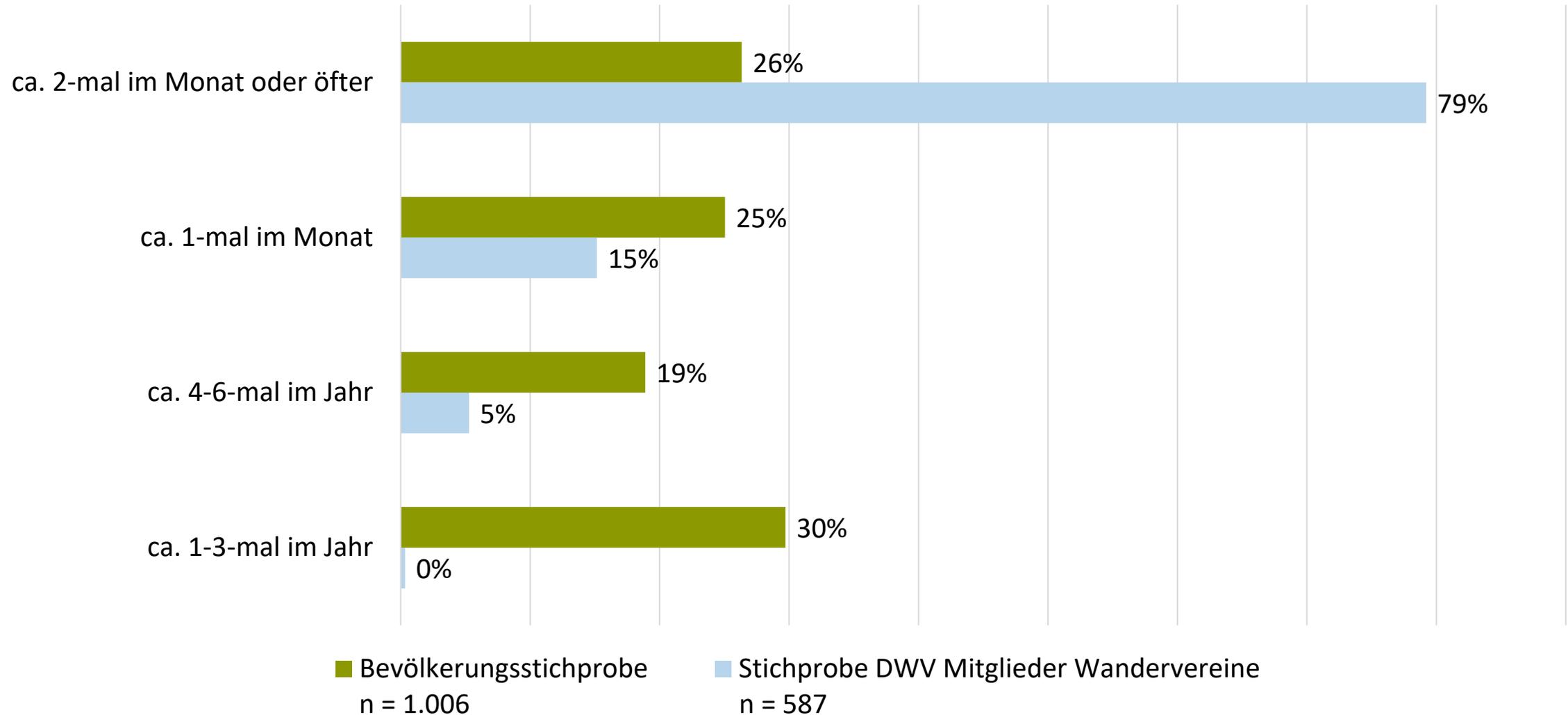


Inszenierungen & Erlebnisse am Wanderweg

**Wanderverhalten,  
-häufigkeit,  
Wanderlandschaften**



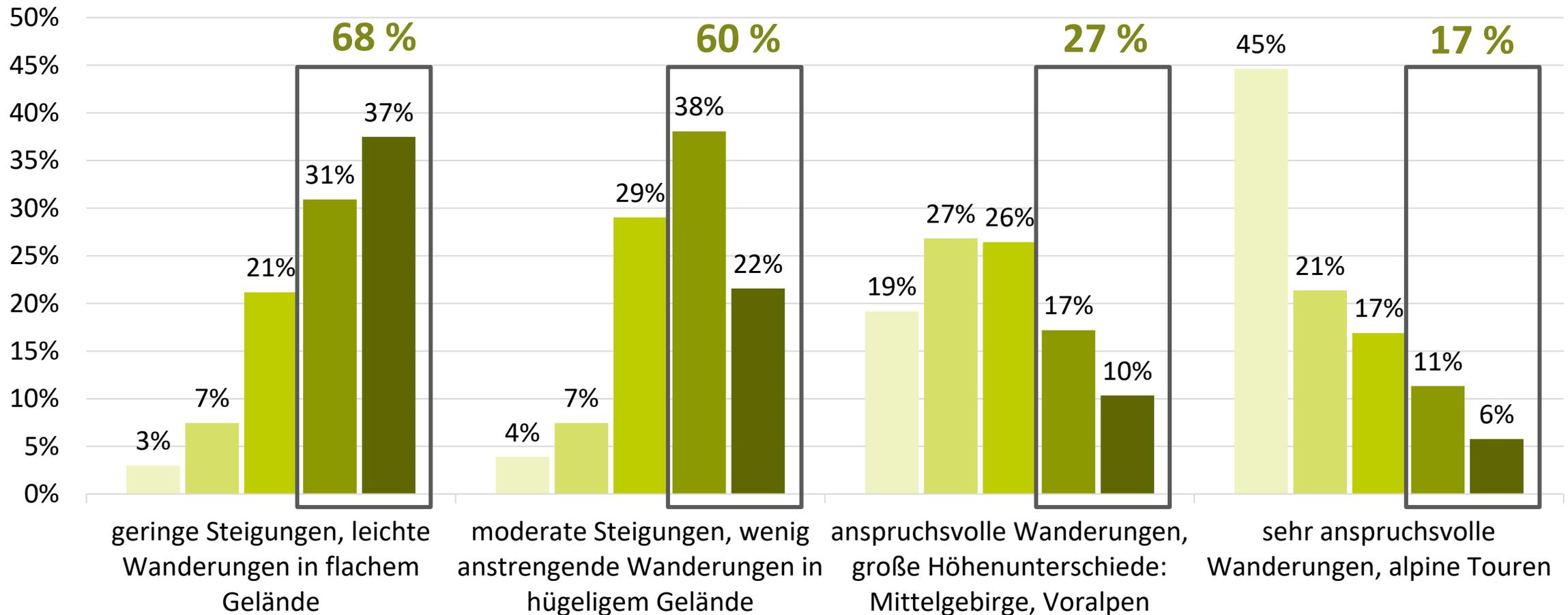
# Wanderhäufigkeit



# Schwierigkeitsgrad

Bevölkerungs-  
stichprobe  
n = 1.006

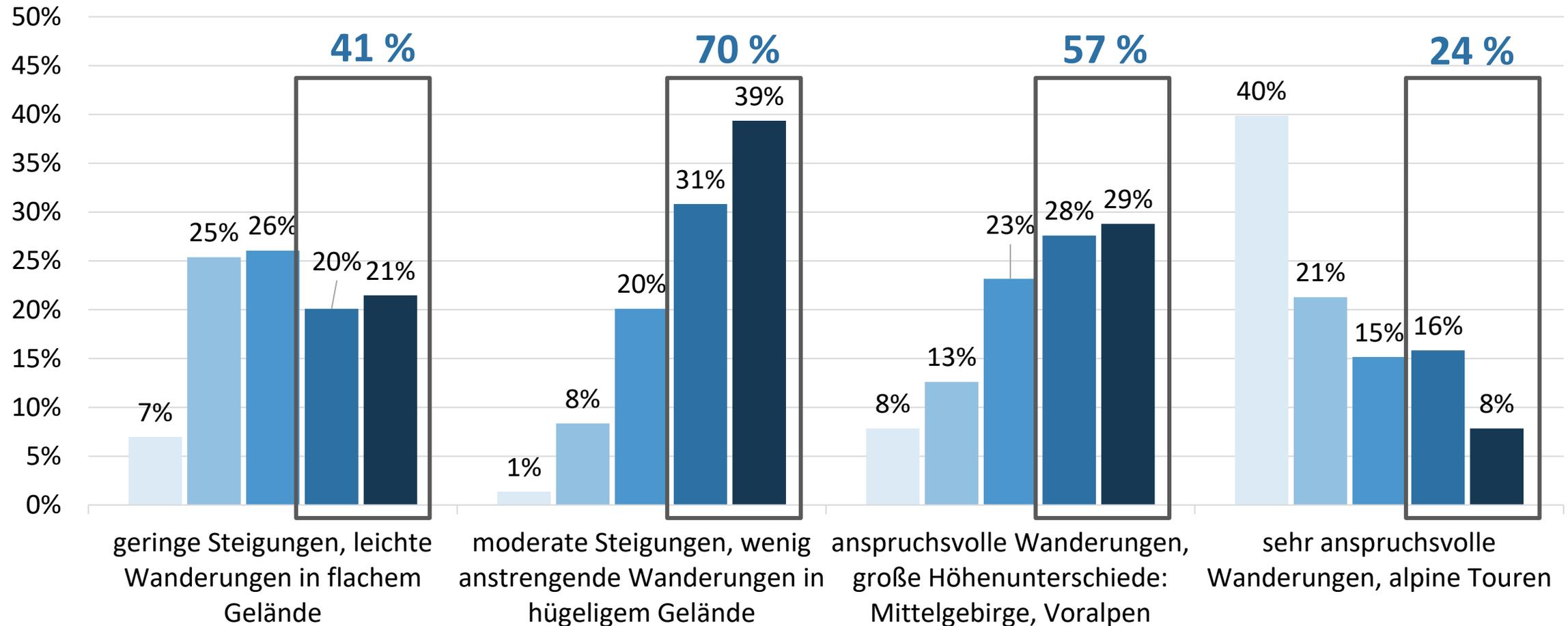
1= kein Interesse 2 3 4 5= hohes Interesse



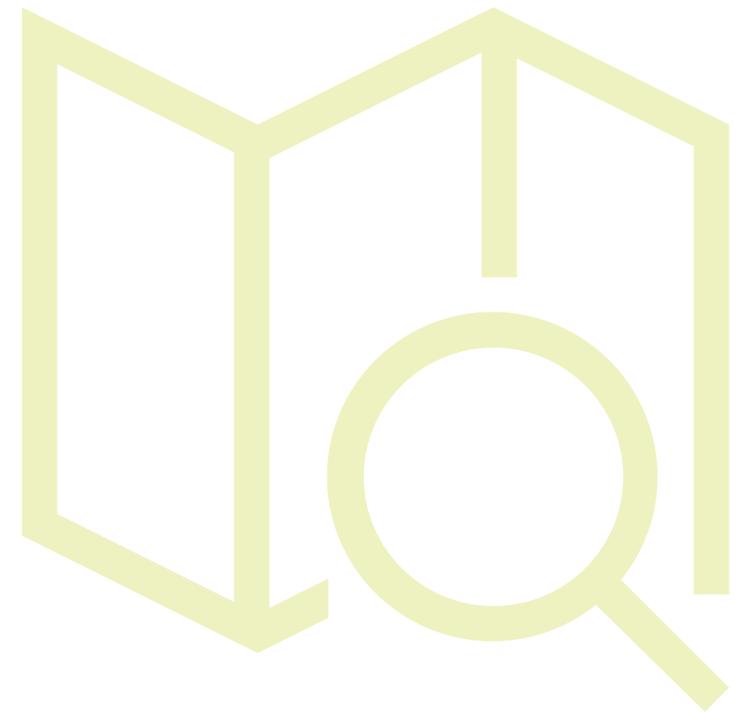
# Schwierigkeitsgrad

Stichprobe DWV –  
Mitglieder Wandervereine  
n = 587

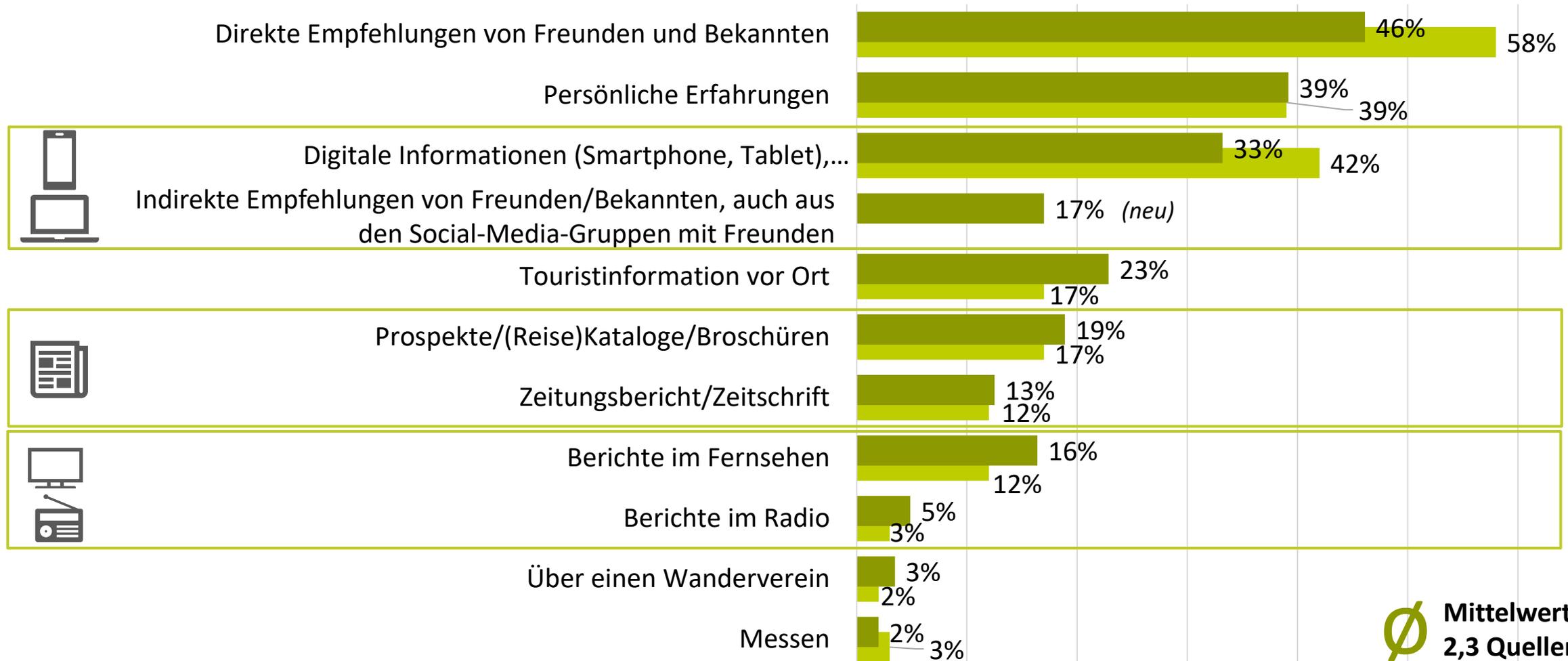
1= kein Interesse   2   3   4   5= hohes Interesse



# Inspiration und Information VOR der Wanderung

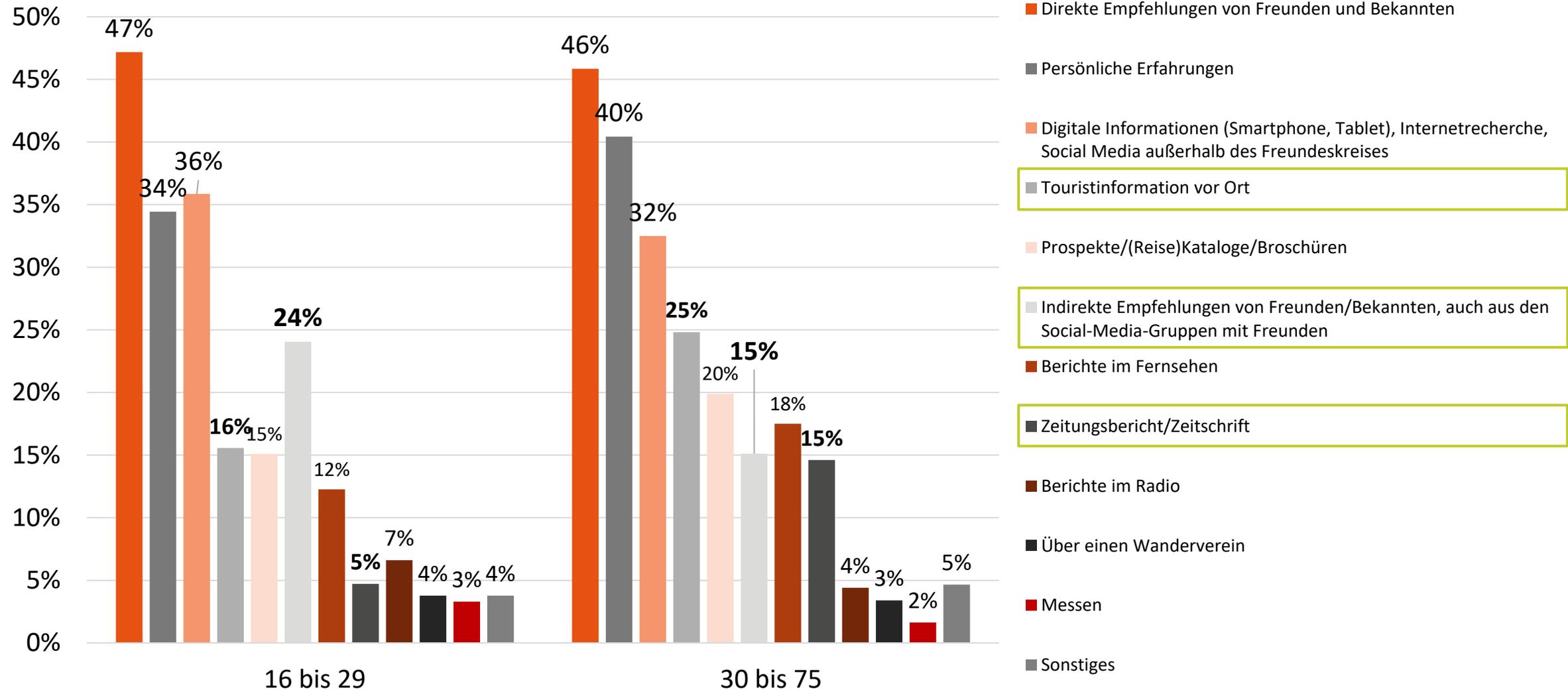


# INSPIRATIONQuellen



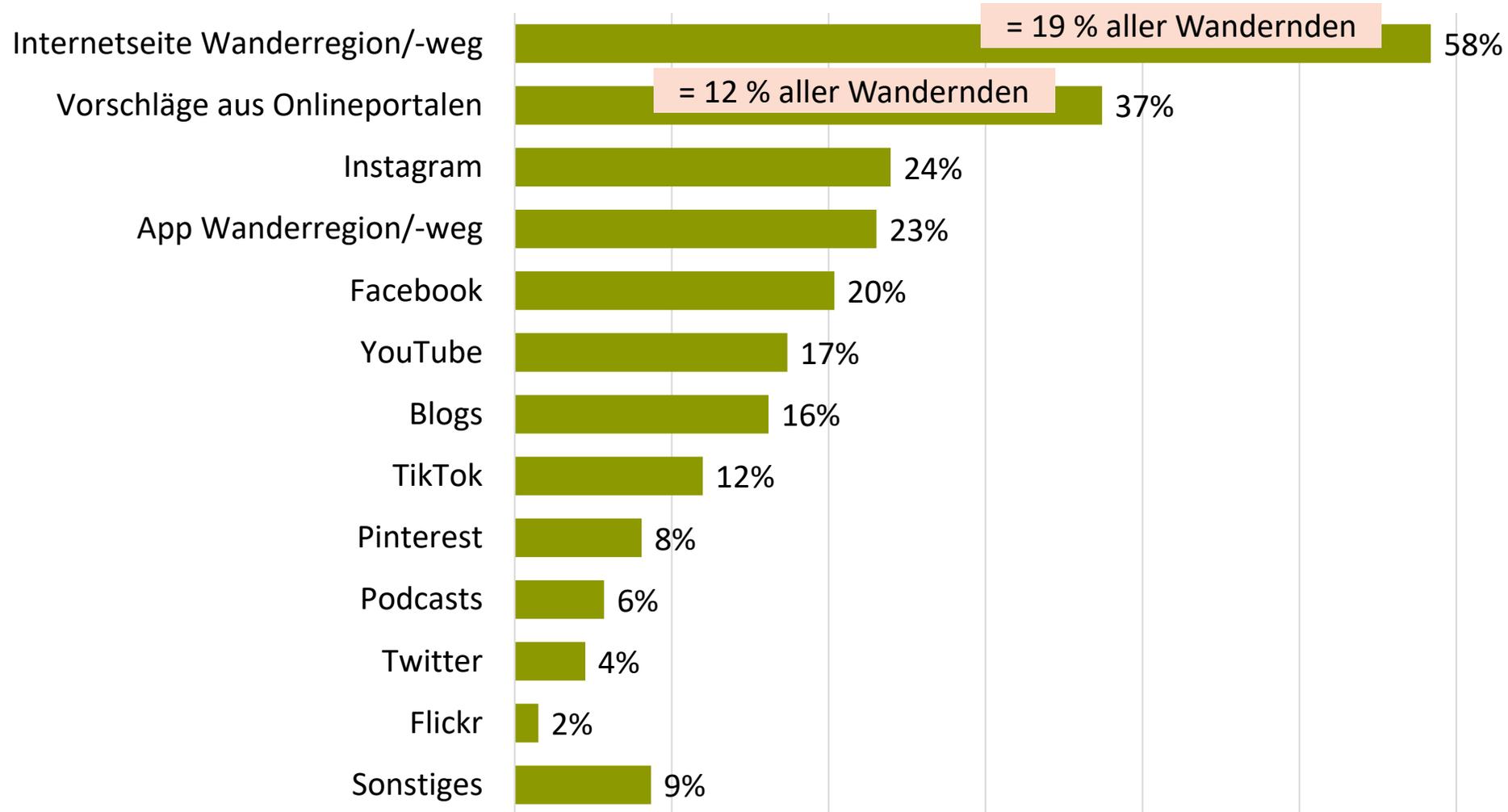
© BTE in Kooperation mit Deutscher Wanderverband 2023; n = 1.006; Frage: In Bezug auf Ihre letzte(n) Wanderung(en), wie sind Sie auf die Wanderregion/den Wanderweg aufmerksam geworden? Was hat Sie auf die Idee gebracht, die Wanderregion bzw. den Wanderweg zu besuchen?; Vorschlagsliste; Mehrfachnennungen möglich

# INSPIRATIONQuellen nach Alter



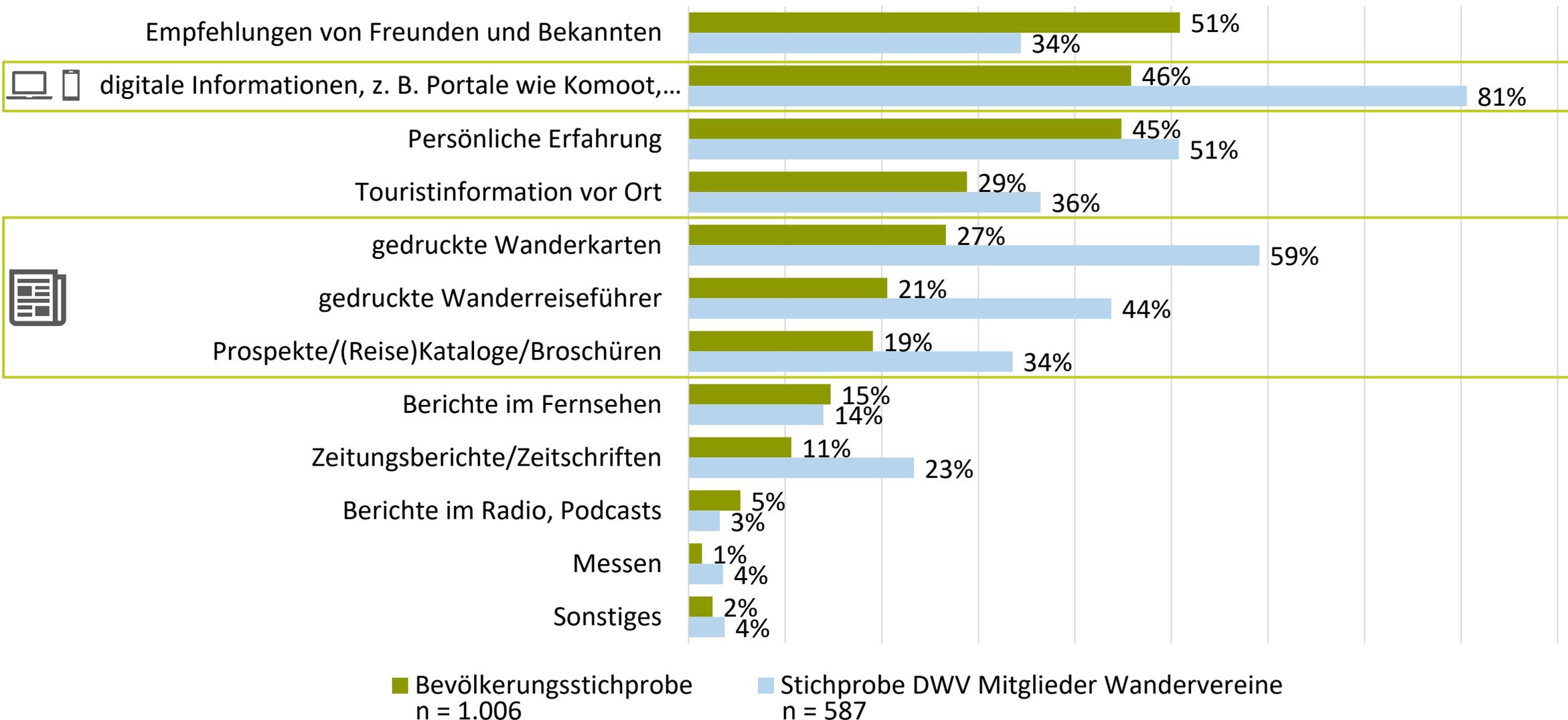
© BTE in Kooperation mit Deutscher Wanderverband 2023; n = 1.006; Frage: In Bezug auf Ihre letzte(n) Wanderung(en), wie sind Sie auf die Wanderregion/den Wanderweg aufmerksam geworden? Was hat Sie auf die Idee gebracht, die Wanderregion bzw. den Wanderweg zu besuchen?; Vorschlagsliste; Mehrfachnennungen möglich

# Digitale INSPIRATIONSources



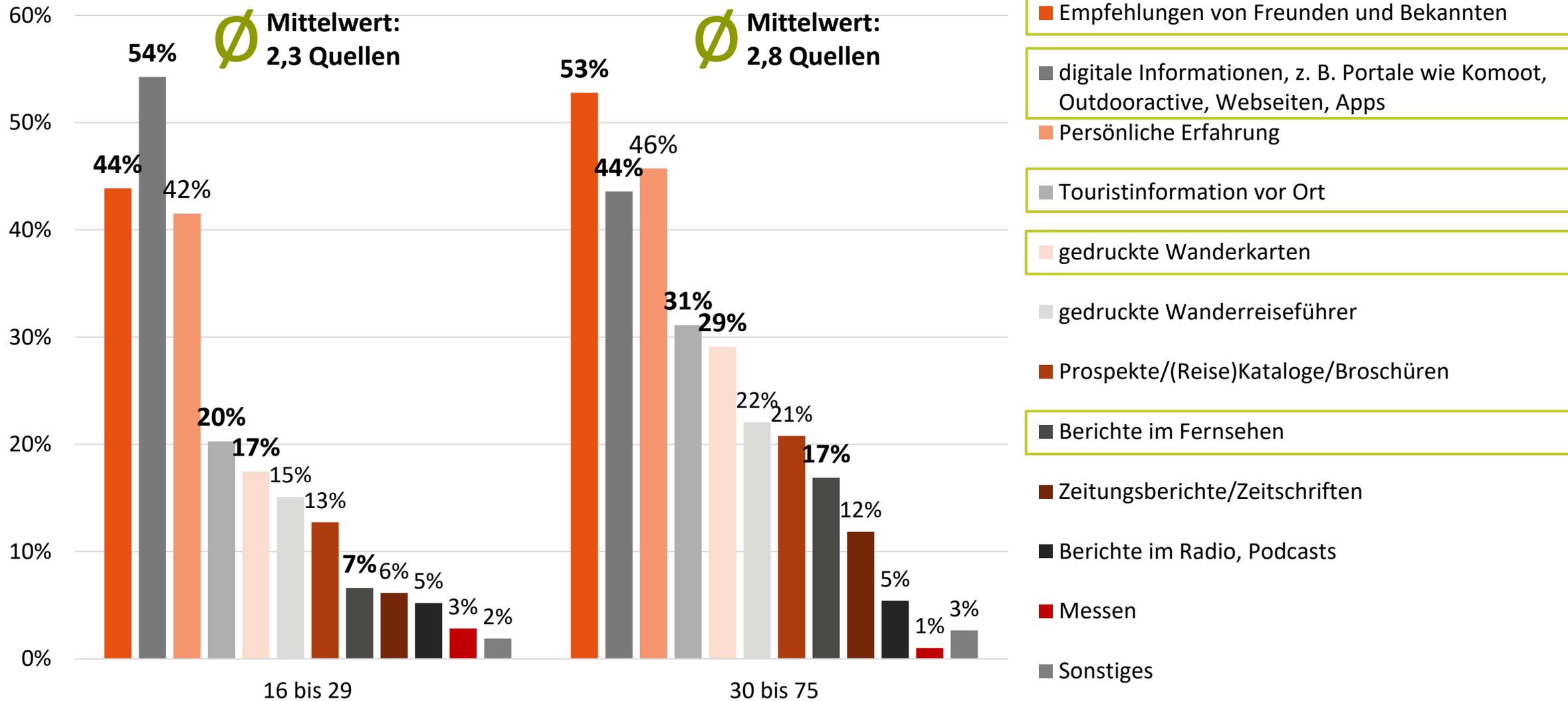
© BTE in Kooperation mit Deutscher Wanderverband 2023; n = 334; Wenn Sie über digitale Medien/im Internet darauf aufmerksam wurden: Wo genau haben Sie die Wanderregion/den Wanderweg entdeckt?; Vorschlagsliste; Mehrfachnennungen möglich

# Informationsquellen zur Vorbereitung/Planung



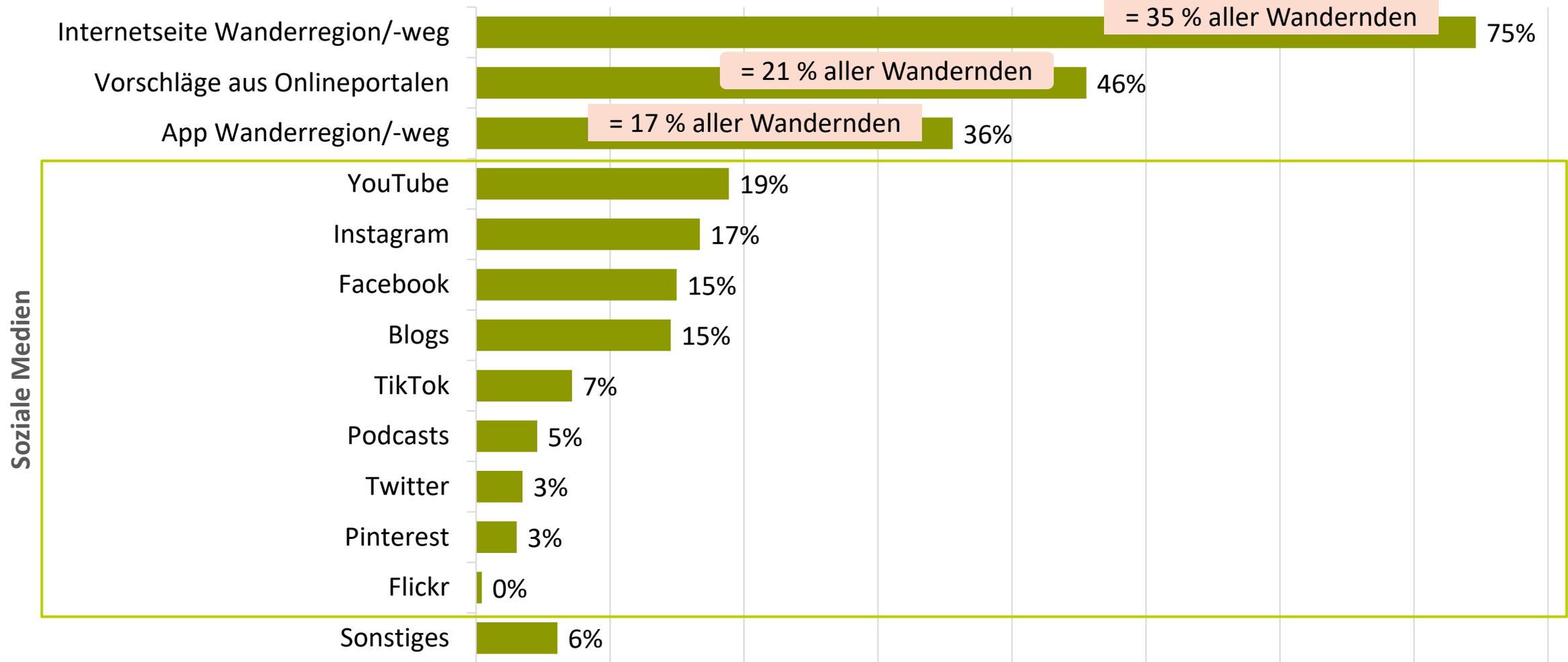
© BTE in Kooperation mit Deutscher Wanderverband 2023; Frage: Welche Informationsquellen nutzen Sie hauptsächlich bei der Vorbereitung/Planung der Wanderung?; Vorschlagsliste; Mehrfachnennungen möglich

# Informationsquellen nach Alter



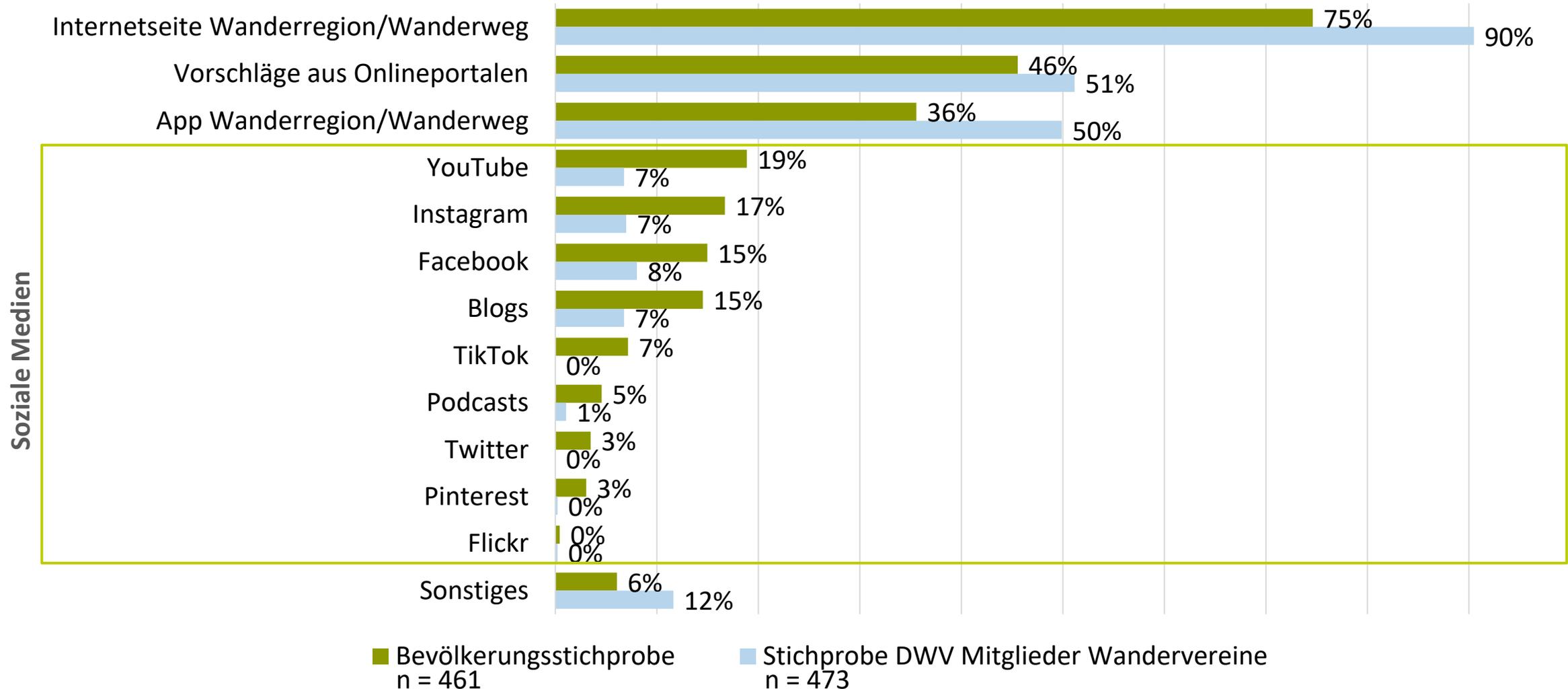
© BTE in Kooperation mit Deutscher Wanderverband 2023; n = 1.006; Frage: Welche Informationsquellen nutzen Sie hauptsächlich bei der Vorbereitung/Planung der Wanderung?; Vorschlagsliste; Mehrfachnennungen möglich

# Digitale Informationsquellen zur Vorbereitung/Planung



© BTE in Kooperation mit Deutscher Wanderverband 2023; n = 461; Frage: Wenn Sie digitale Medien/Recherche im Internet für Ihre Vorbereitung/Planung nutzen: Welche konkreten Informationsquellen nehmen Sie hierzu in Anspruch?; Vorschlagsliste; Mehrfachnennungen möglich

# Digitale Informationsquellen zur Vorbereitung/Planung



© BTE in Kooperation mit Deutscher Wanderverband 2023; n = 461; Frage: Wenn Sie digitale Medien/Recherche im Internet für Ihre Vorbereitung/Planung nutzen: Welche konkreten Informationsquellen nehmen Sie hierzu in Anspruch?; Vorschlagsliste; Mehrfachnennungen möglich

# DMO DigitalMonitor 2023

Wie werden die Erwartungen der Gäste an digitale Quellen zur Inspiration, Vorbereitung/Planung und während der Wanderung von DMOs erfüllt?

Blick in den DMO DigitalMonitor: Bietet die Branche, was Wandernde wünschen?

Selbsteinschätzung der DMOs: Kontaktpunkte entlang der Customer Journey werden teils/teils erfüllt

*„Die Kundenkontaktpunkte entlang der Customer Journey sind umfassend digitalisiert und erfüllen die digitalen Anforderungen und Gewohnheiten der Zielgruppen.“*

*„Wir stellen unseren Gästen keine digitalen Angebote, Services und Produkte zur Verfügung.“*



teils, teils

*„Die Bedarfe und Potenziale zur Digitalisierung der Kundenkontaktpunkte haben wir umfassend analysiert. Passende Maßnahmen wurden entwickelt und umgesetzt.“*

Landesebene  
Regionale Ebene  
Teilregionale Ebene\*  
Lokale Ebene

\* Wir weichen bei der Kategorisierung bewusst vom 3-Ebenen-Modell im Deutschlandtourismus ab, um auch interkommunale Organisationsstrukturen (z. B. auf Landkreisebene) besser erfassen und vergleichen zu können.

Ergebnisse DMO DigitalMonitor 2023 © BTE in Kooperation mit DTV; n = Landesebene: 13, Regional: 63, Teilregional: 74, Lokal: 333

# DMO DigitalMonitor 2023

Wie werden die Erwartungen der Gäste an digitale Quellen zur Inspiration, Vorbereitung/Planung und während der Wanderung von DMOs erfüllt?

Blick in den  
DMO DigitalMonitor:  
Bietet die Branche, was  
Wandernde wünschen?



**86 - 98 % der DMOs** (je nach Organisationsebene) **halten eine Website im responsiven Design vor**  
→ **wichtig für die Information der Wandernden über mobile Endgeräte, z. B. unterwegs**



**unter den Social Media-Kanälen werden Facebook und Instagram von DMOs am meisten bespielt**  
→ **auch Wandernde lassen sich dort inspirieren**



**rd. 70 % der DMOs auf Landesebene und rd. 50 % auf regionaler Ebene stellen eine App zur Verfügung**  
(eigene App oder White Label-Produkt) → **z. B. von Wandernden genutzte Tourenportale**



**ca. ein Drittel der DMOs** auf regionaler bzw. teilregionaler Ebene **haben ihre Printprodukte reduziert**  
und setzen **zunehmend auf digitales Informationsangebot**

**ca. 50 % der DMOs** auf regionaler Ebene **und 33 % der DMOs** auf teilregionaler Ebene  
setzen **zunehmend auf digitale Verlängerungen**

→ **nicht übertreiben bei der Bevorzugung digitaler Medien?**

**analoge Medien haben für Wandernde weiterhin eine Relevanz**

→ **Mehrwerte durch sinnvollen Einsatz digitaler Medien**

## Inspiration und Information VOR der Wanderung | **Fazit**



Impulsgeber und Informationsquellen sind weiterhin **analoge Medien, digitale Medien gewinnen an Bedeutung.**



Über **alle Altersklassen** hinweg werden **digitale Medien** genutzt – von den Jüngeren etwas mehr als von den Älteren.



**Erfahrene Intensiv-Wandernde** nutzen vor der Wanderung in besonders hohem Maße **digitale Quellen** zur Information.

## Inspiration und Information VOR der Wanderung | Fazit

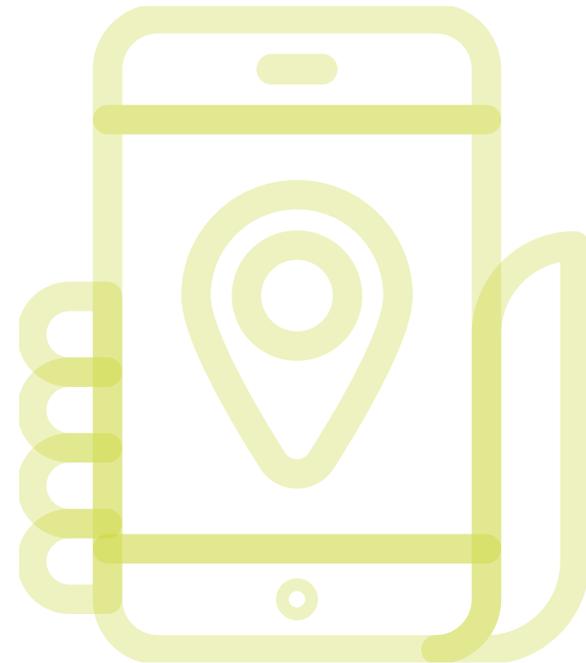


Für die **Inspiration** haben **persönliche Empfehlungen und Erfahrungen** eine höhere Bedeutung als Quellen, die von Destinationen bespielt werden.

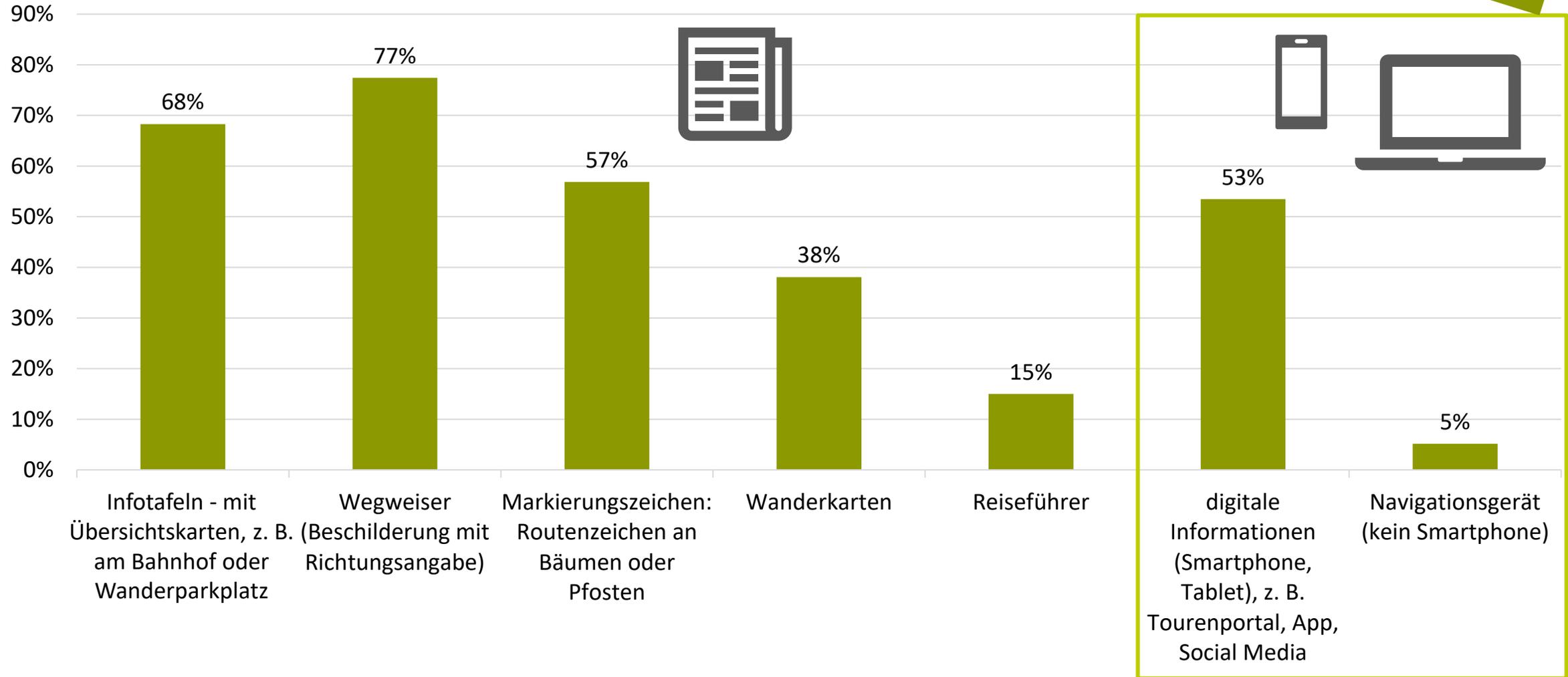


Für die konkrete **Information** über eine Wanderregion bzw. einen Wanderweg nutzen 35 % der Wandernden die **Website der Region/des Weges**.  
**Online-Portale** nutzen 21 % der Wandernden.

# Informationsverhalten WÄHREND der Wanderung



# Infoquellen/Mediennutzung während einer Wanderung

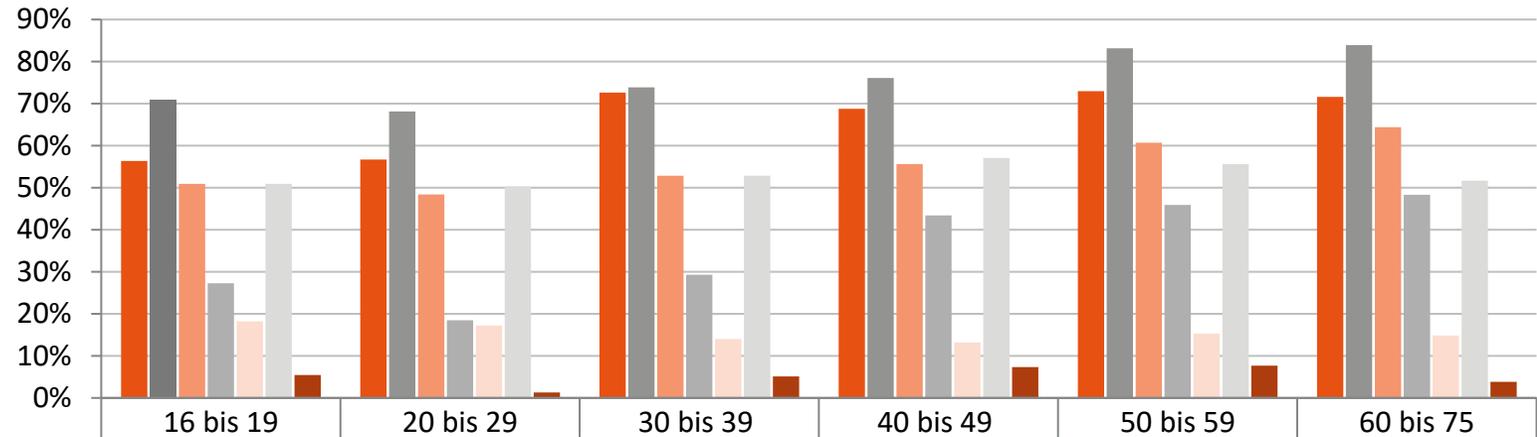


© BTE in Kooperation mit Deutscher Wanderverband 2023; n = 1.006; Frage: Welche Informationsquellen sind während der Wanderung für Sie zur Orientierung von Bedeutung?; Vorschlagsliste; Mehrfachnennungen möglich

# Infoquellen/Mediennutzung während einer Wanderung

Bevölkerungs-  
stichprobe  
n = 1.006

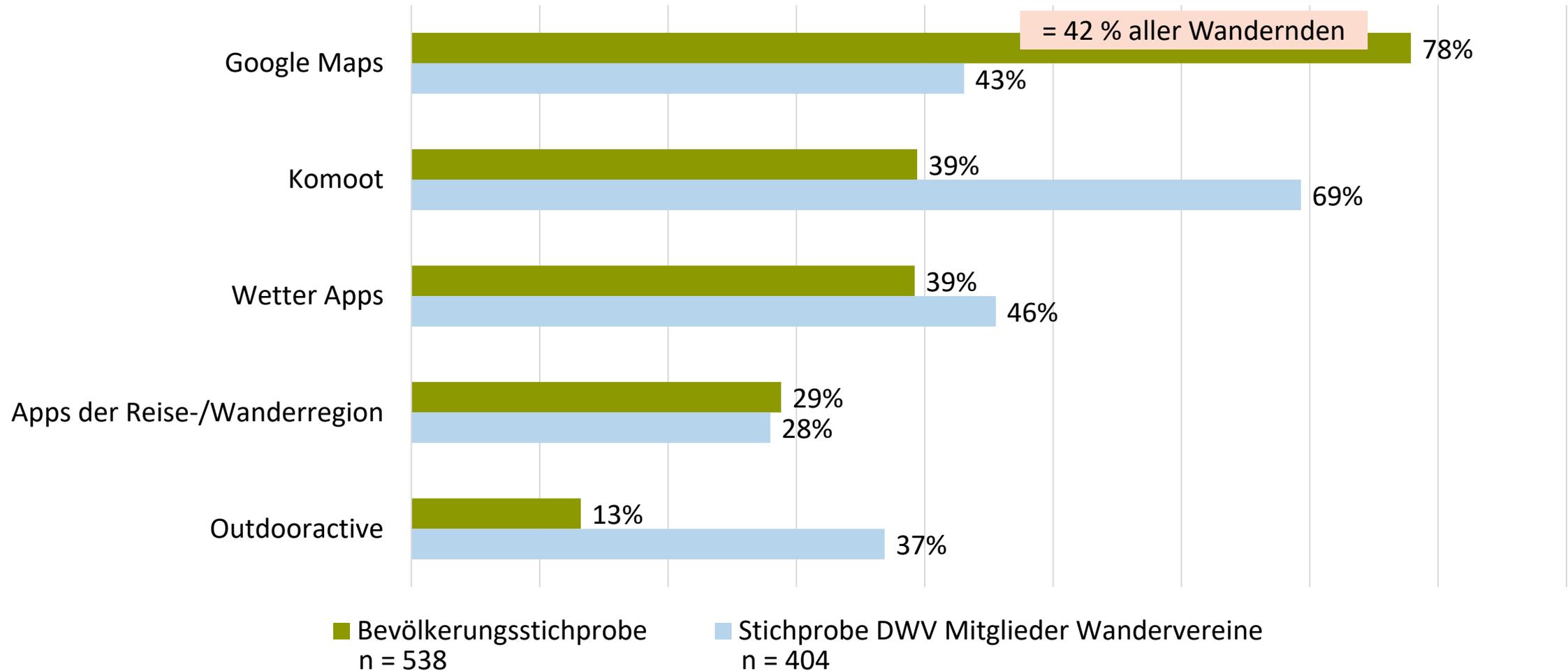
## Unterschiede nach Alter



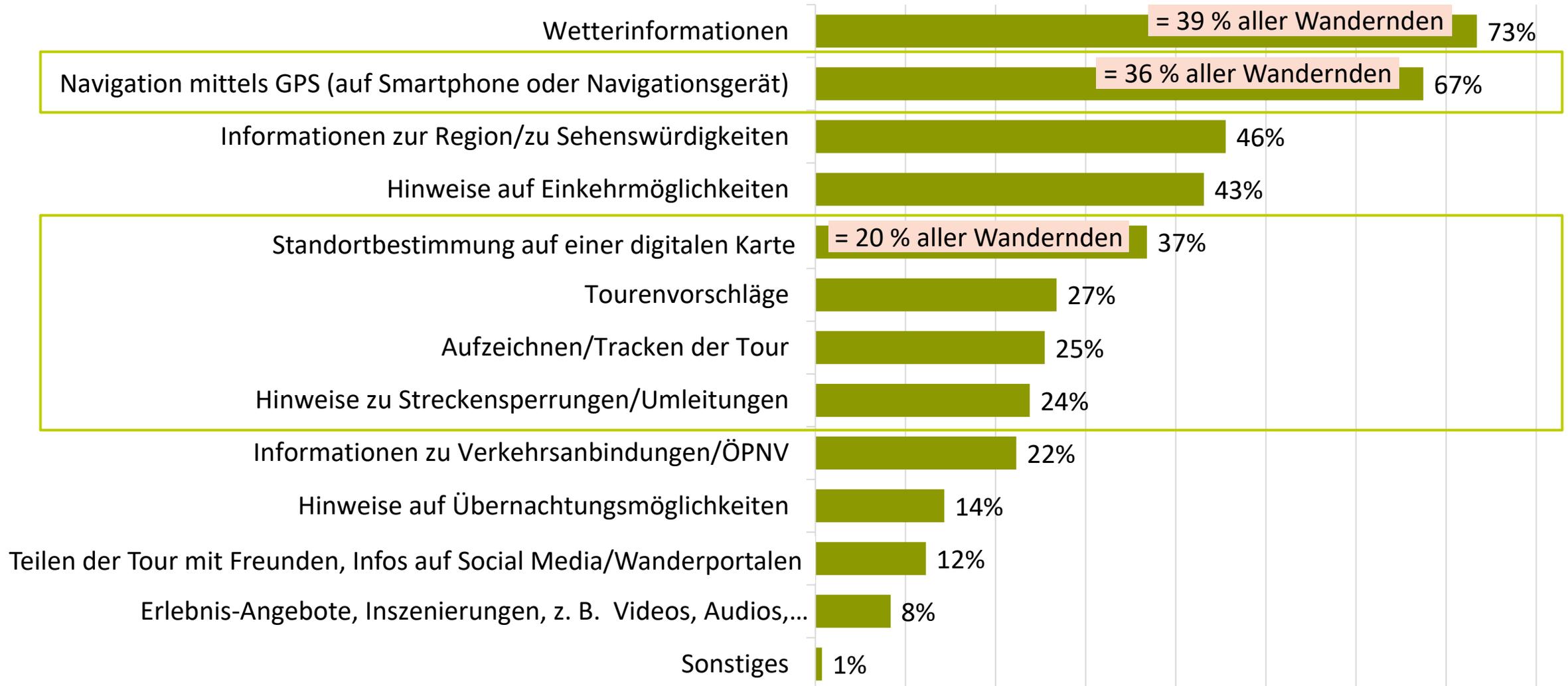
|  |     |     |     |     |     |     |                       |
|--|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----------------------|
| ■ Infotafeln - mit Übersichtskarten, z. B. am Bahnhof oder Wanderparkplatz           | 56% | 57% | 73% | 69% | 73% | 72% | Ü 30                  |
| ■ Wegweiser (Beschilderung mit Richtungsangabe)                                      | 71% | 68% | 74% | 76% | 83% | 84% |                       |
| ■ Markierungszeichen: Routenzeichen an Bäumen oder Pfosten                           | 51% | 48% | 53% | 56% | 61% | 64% | Ü 40                  |
| ■ Wanderkarten   | 27% | 18% | 29% | 43% | 46% | 48% |                       |
| ■ Reiseführer  | 18% | 17% | 14% | 13% | 15% | 15% | alters-<br>unabhängig |
| ■ digitale Informationen (Smartphone, Tablet), z. B. Tourenportal, App, Social Media | 51% | 50% | 53% | 57% | 56% | 52% |                       |
| ■ Navigationsgerät (kein Smartphone)   | 5%  | 1%  | 5%  | 7%  | 8%  | 4%  |                       |
| Anzahl der genutzten Medien (Mittelwert)   | 2,8 | 2,6 | 3,0 | 3,2 | 3,4 | 3,3 |                       |

# Nutzung digitaler Medien während der Wanderung

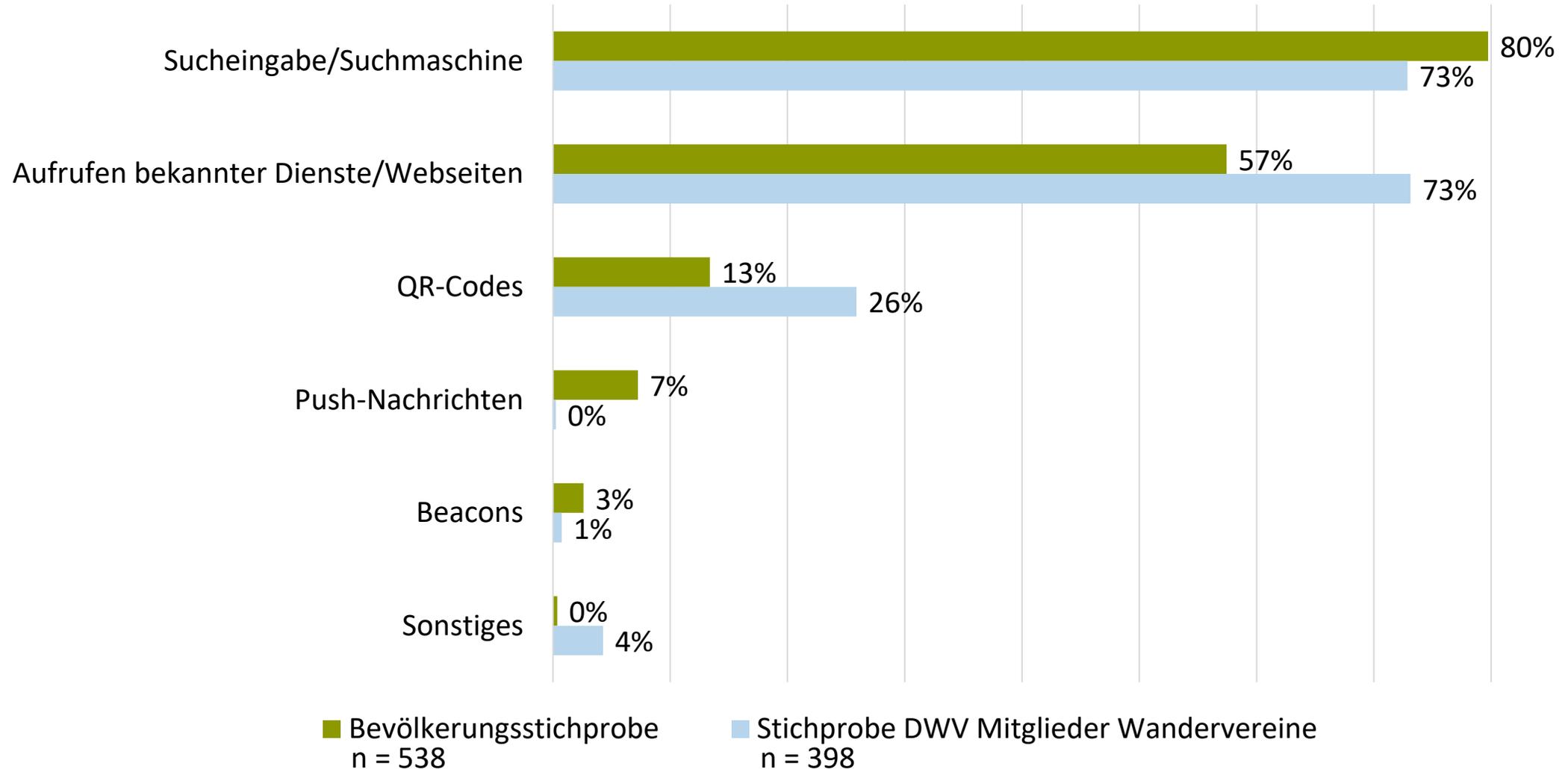
## TOP5-Antworten



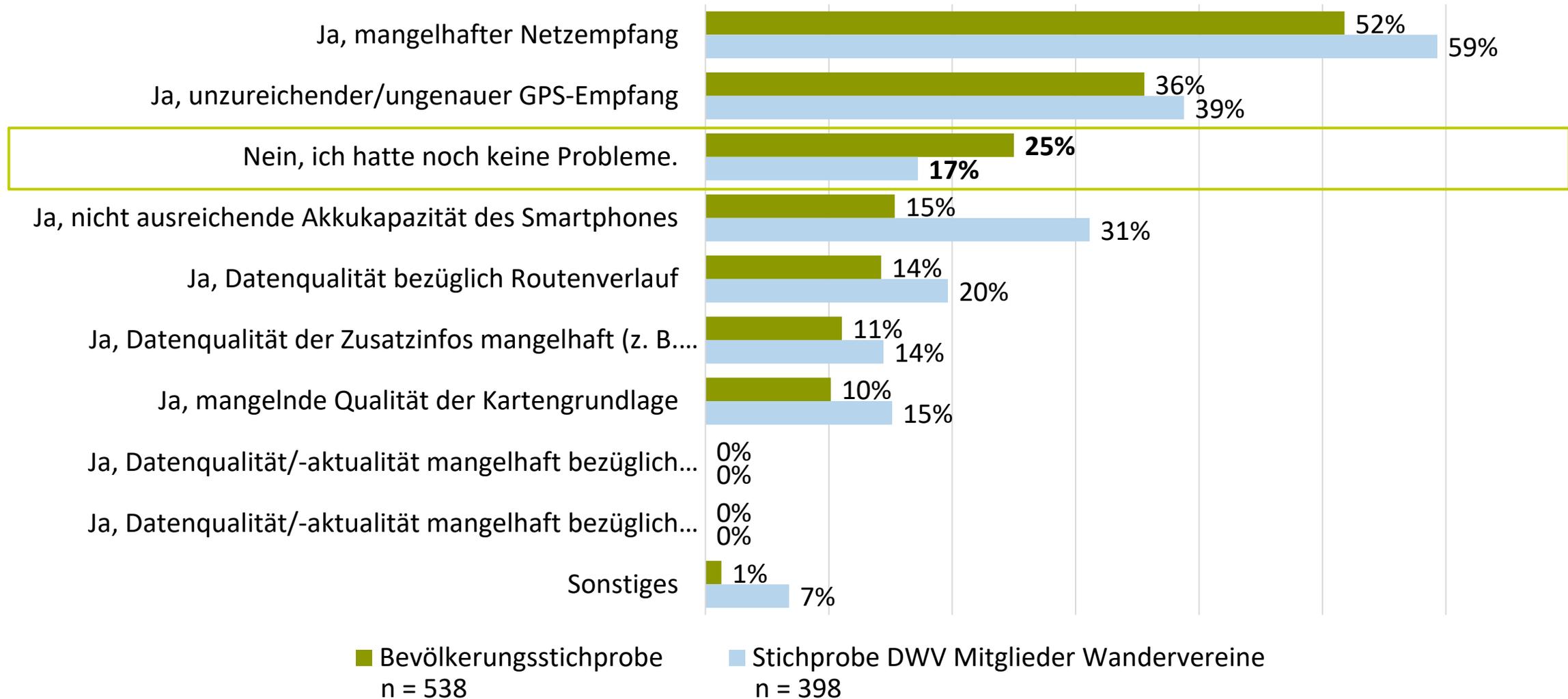
# Unterwegs online abgerufene Informationen



# Aufruf digitaler Informationen unterwegs

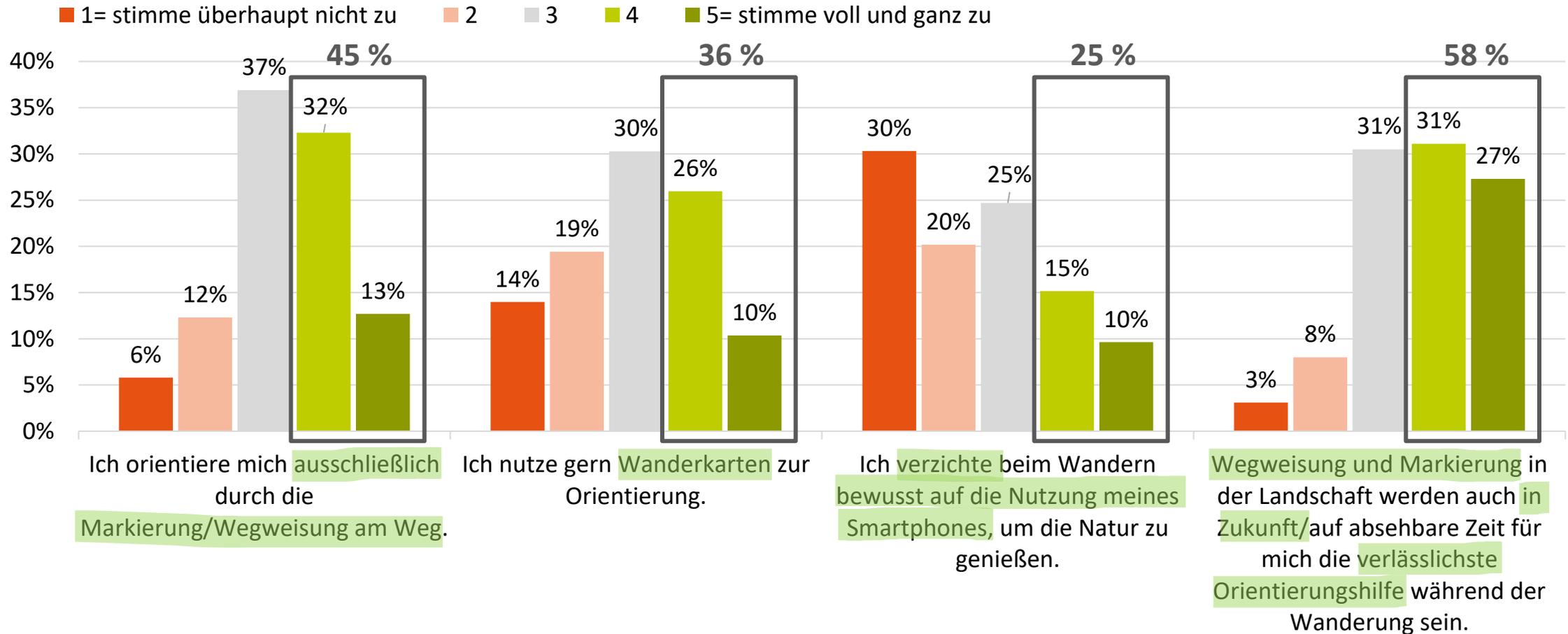


# Probleme mit digitalen Hilfsmitteln unterwegs



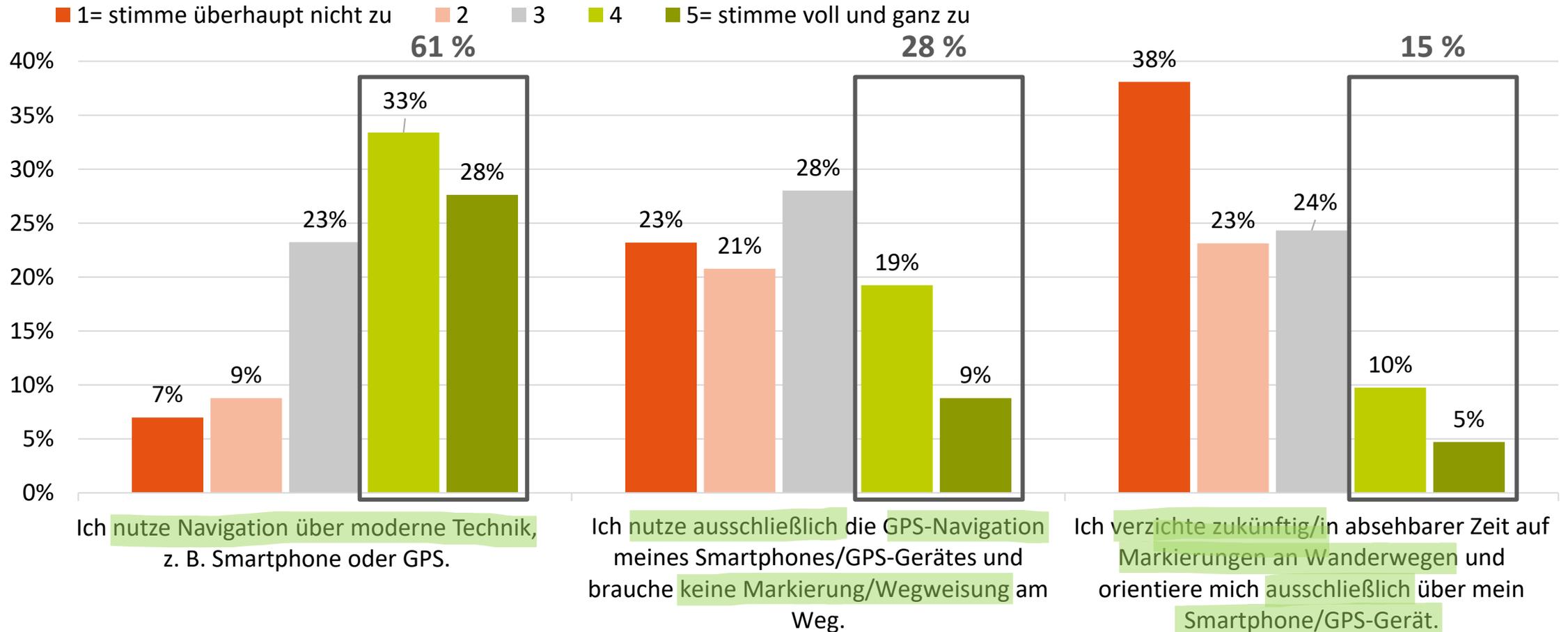
# Informationsverhalten WÄHREND der Wanderung

## Orientierung analog

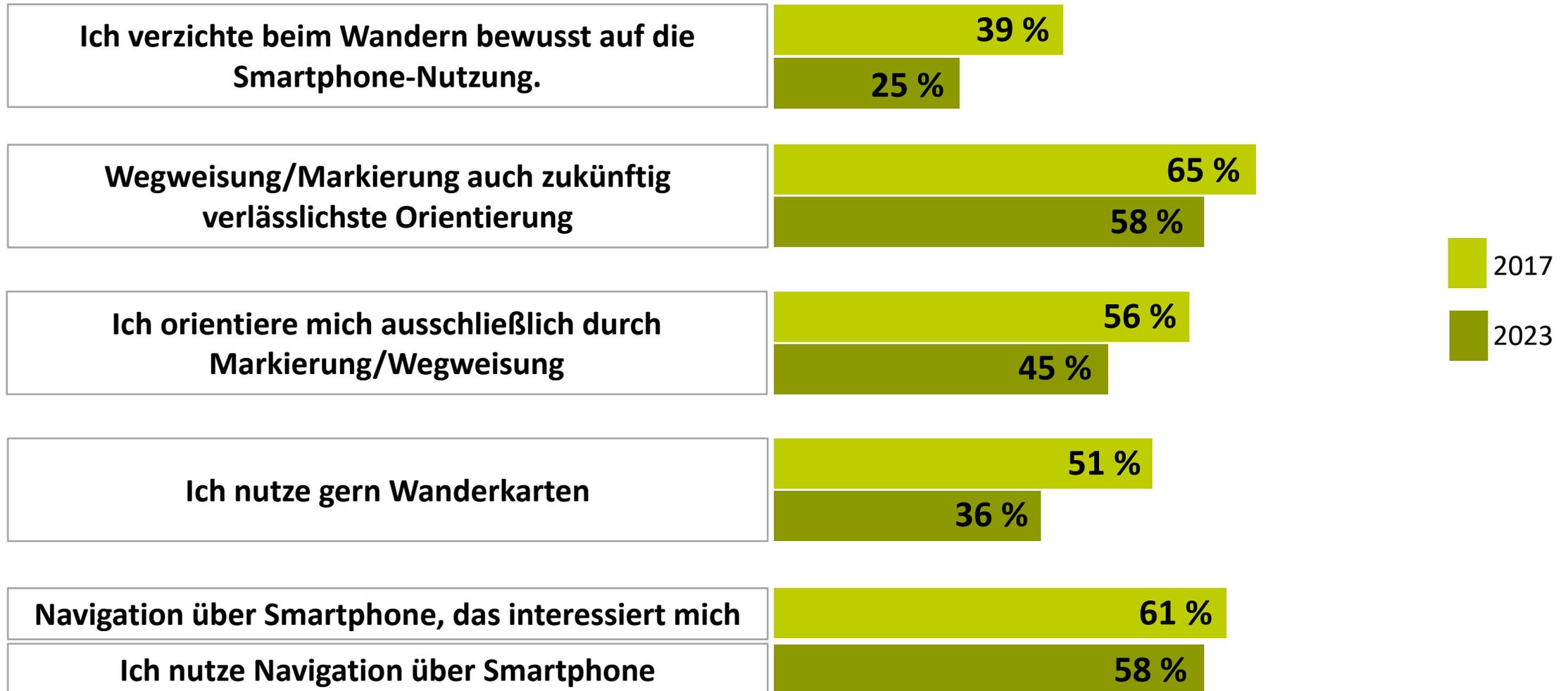


# Informationsverhalten WÄHREND der Wanderung

## Orientierung digital



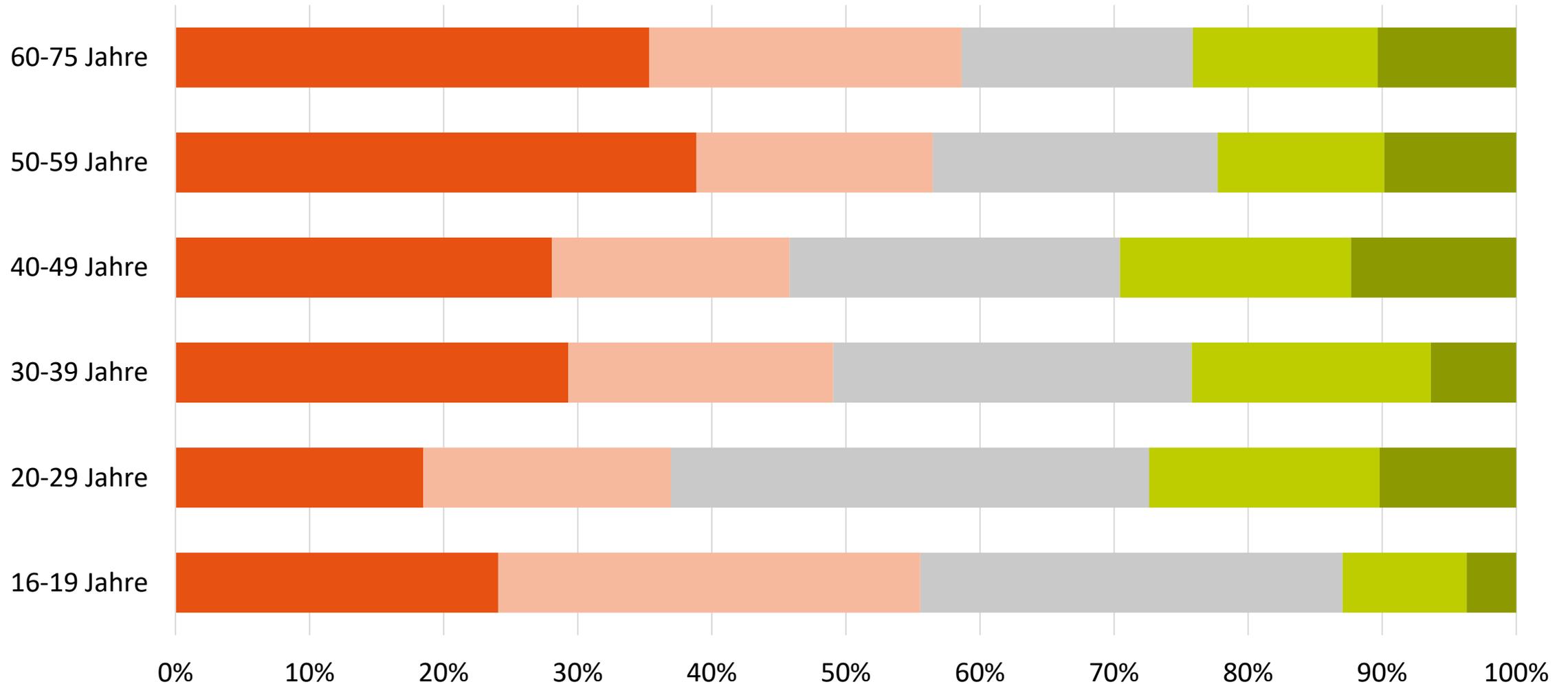
# Orientierung während der Wanderung | digital oder analog



*veränderte Aussage in 2023*

# Bewusster Verzicht auf die Nutzung des Smartphones beim Wandern

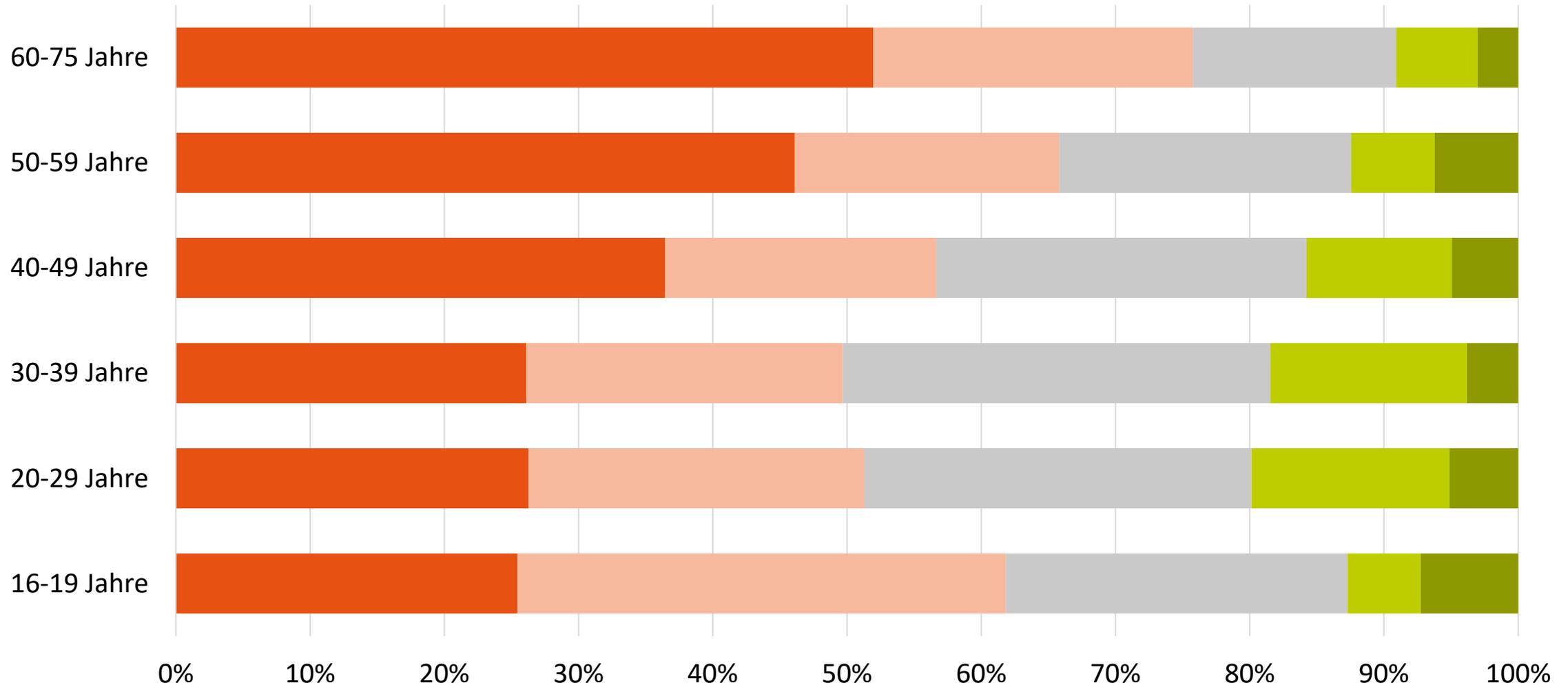
1= stimme überhaupt nicht zu    2    3    4    5= stimme voll und ganz zu



© BTE in Kooperation mit Deutscher Wanderverband 2023; n = 996; Frage: Orientierung während der Wanderung: Welchen Aussagen stimmen Sie zu?

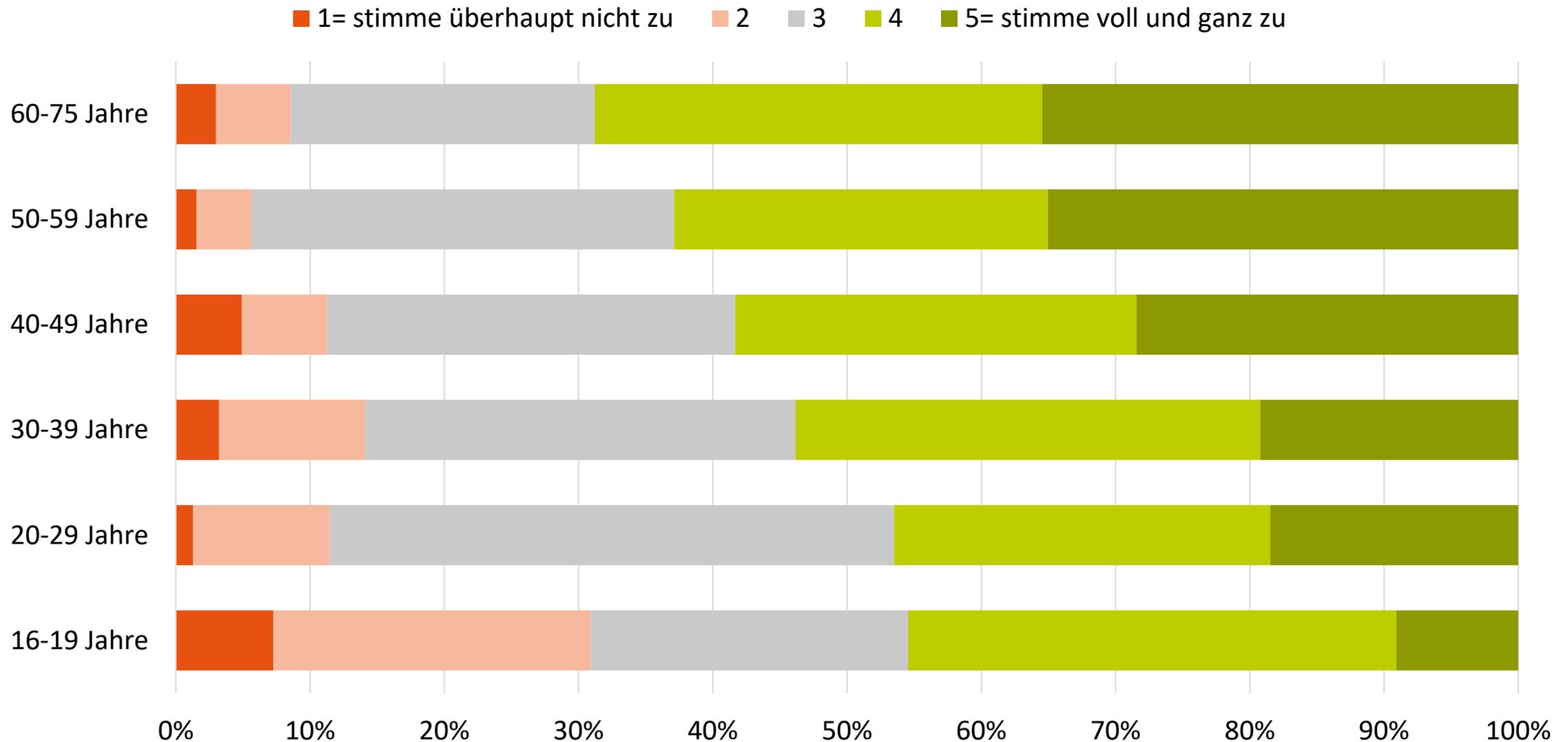
# Zukünftig ausschließlich Orientierung über Smartphone

1= stimme überhaupt nicht zu   2   3   4   5= stimme voll und ganz zu



© BTE in Kooperation mit Deutscher Wanderverband 2023; n = 995; Frage: Orientierung während der Wanderung: Welchen Aussagen stimmen Sie zu?

# Wegweisung/Markierung zukünftig verlässlichste Orientierungshilfe



© BTE in Kooperation mit Deutscher Wanderverband 2023; n = 1.000; Frage: Orientierung während der Wanderung: Welchen Aussagen stimmen Sie zu?

## Informationsverhalten WÄHREND der Wanderung | Fazit



Unterschiedliche Informations-Medien werden **ergänzend zueinander** genutzt.

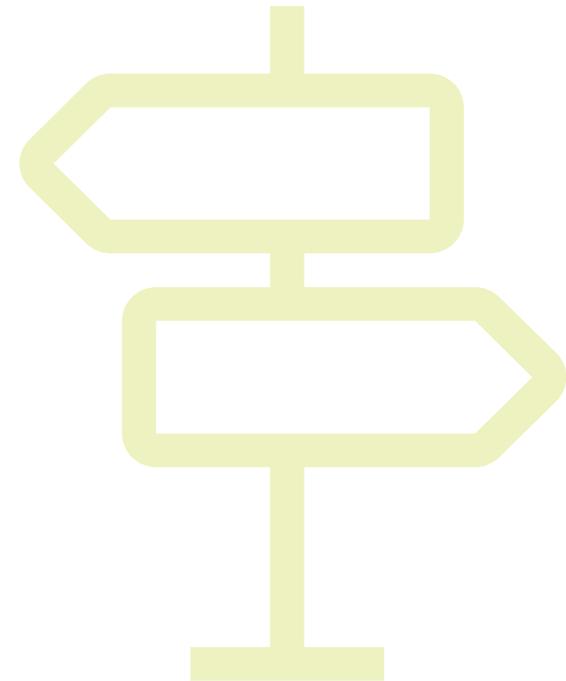


**Unverändert hohe Nutzung** - und damit Bedeutung - **von offline-Medien**, die unabhängig von Gerätetechnik, Akkustand und Netzempfang vor Ort Informationen liefern.

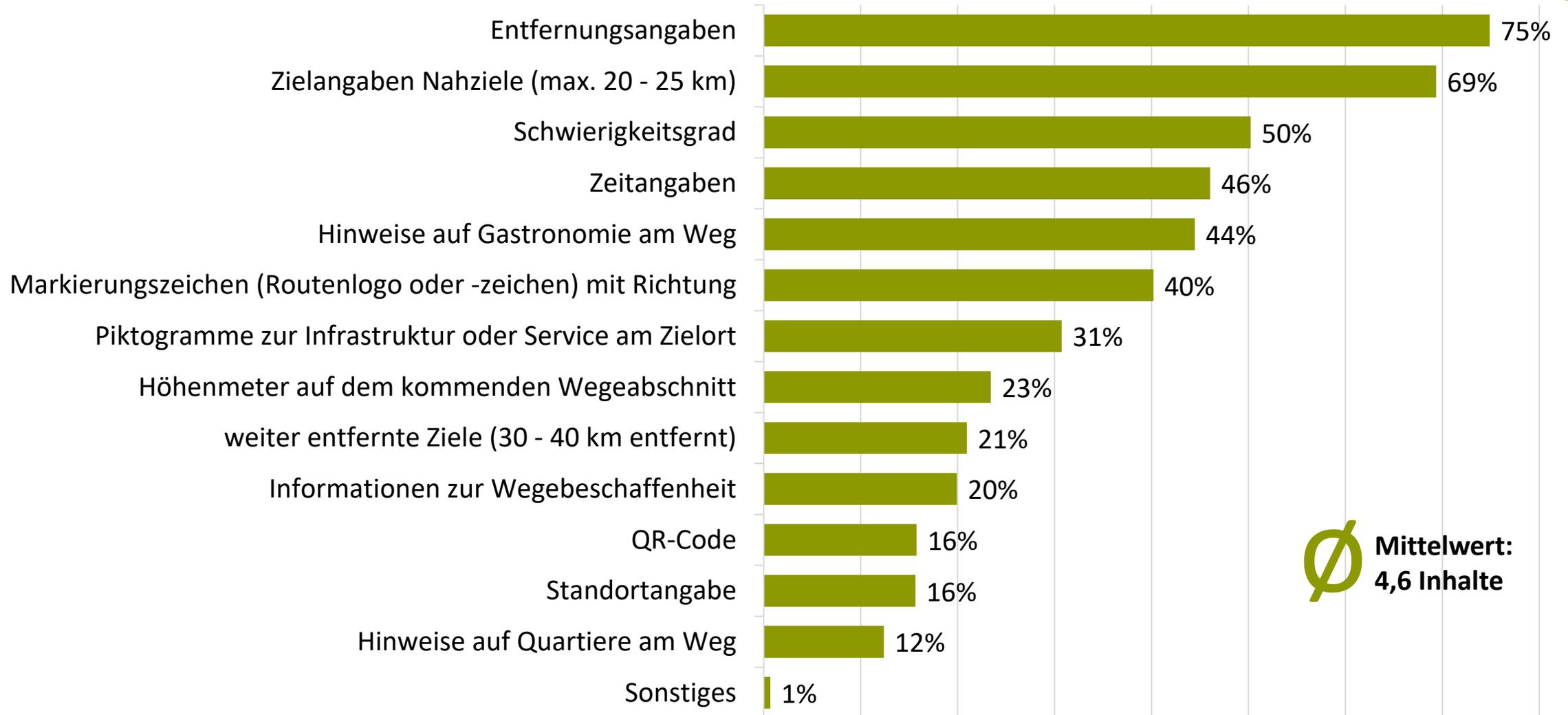


Bewusster Verzicht auf Smartphone: eine Teilgruppe wird **über digitale Medien nicht erreicht**.

## Beschilderung/einheitliche Wegweisung entlang von Wanderwegen

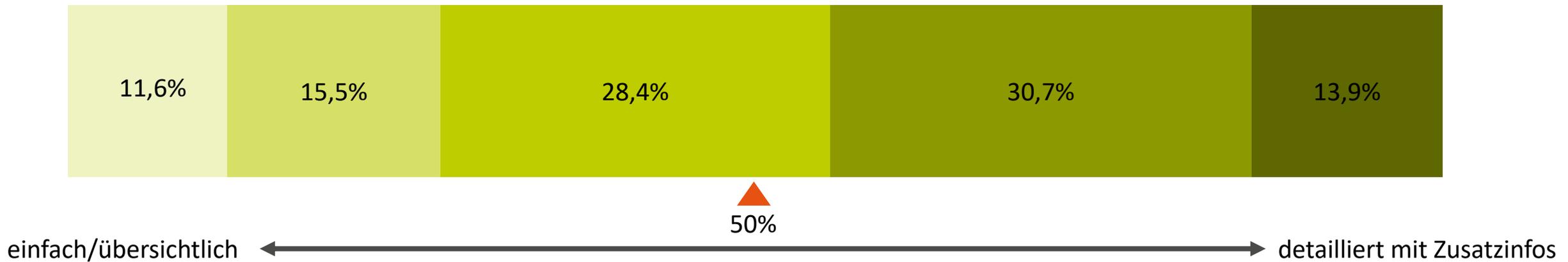


# Inhaltliche Anforderungen an Wegweiser

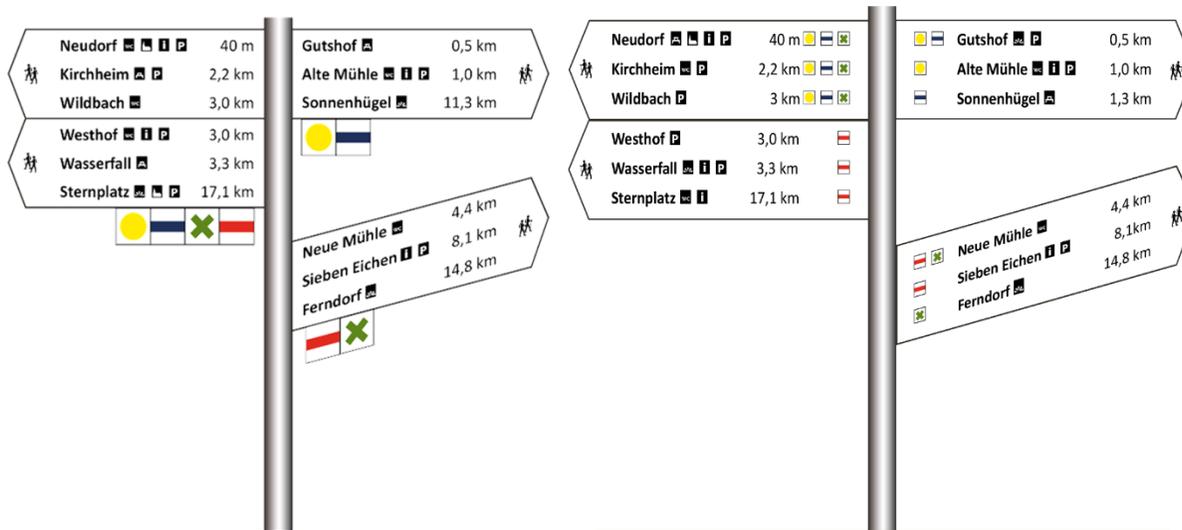


# Bevorzugtes Beschilderungssystem | einfach vs. detailliert

Bevölkerungs-  
stichprobe  
n = 871



# Bevorzugte Beschilderungssysteme

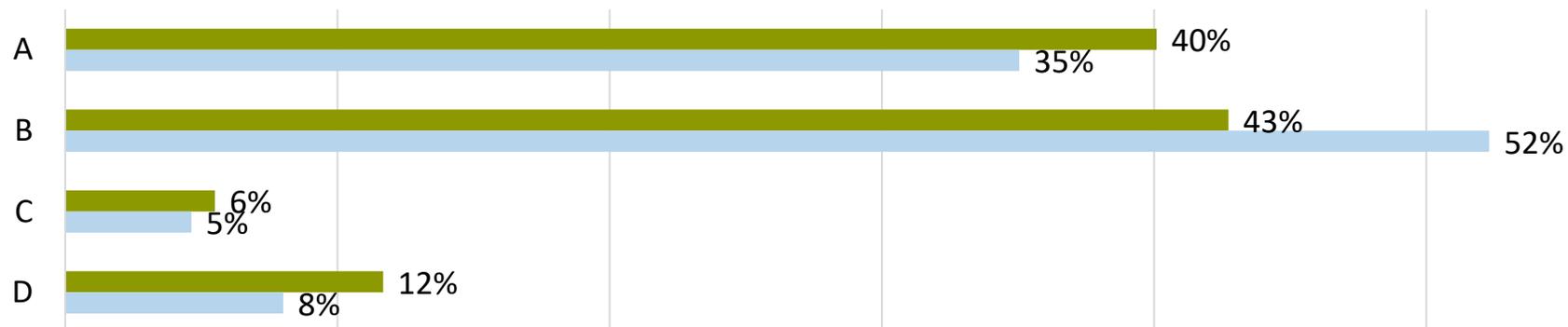


**A: Beschilderung mit Richtungsangabe in km zu Zielen und (separat) Richtungsangabe der Routen mittels Routenlogo**

**B: Beschilderung mit Richtungsangabe in km zu Zielen und mit entsprechenden Routenlogos**

**C: Knotenpunktwegweisung mit Richtungsangabe zur nächsten nummerierten Kreuzung**

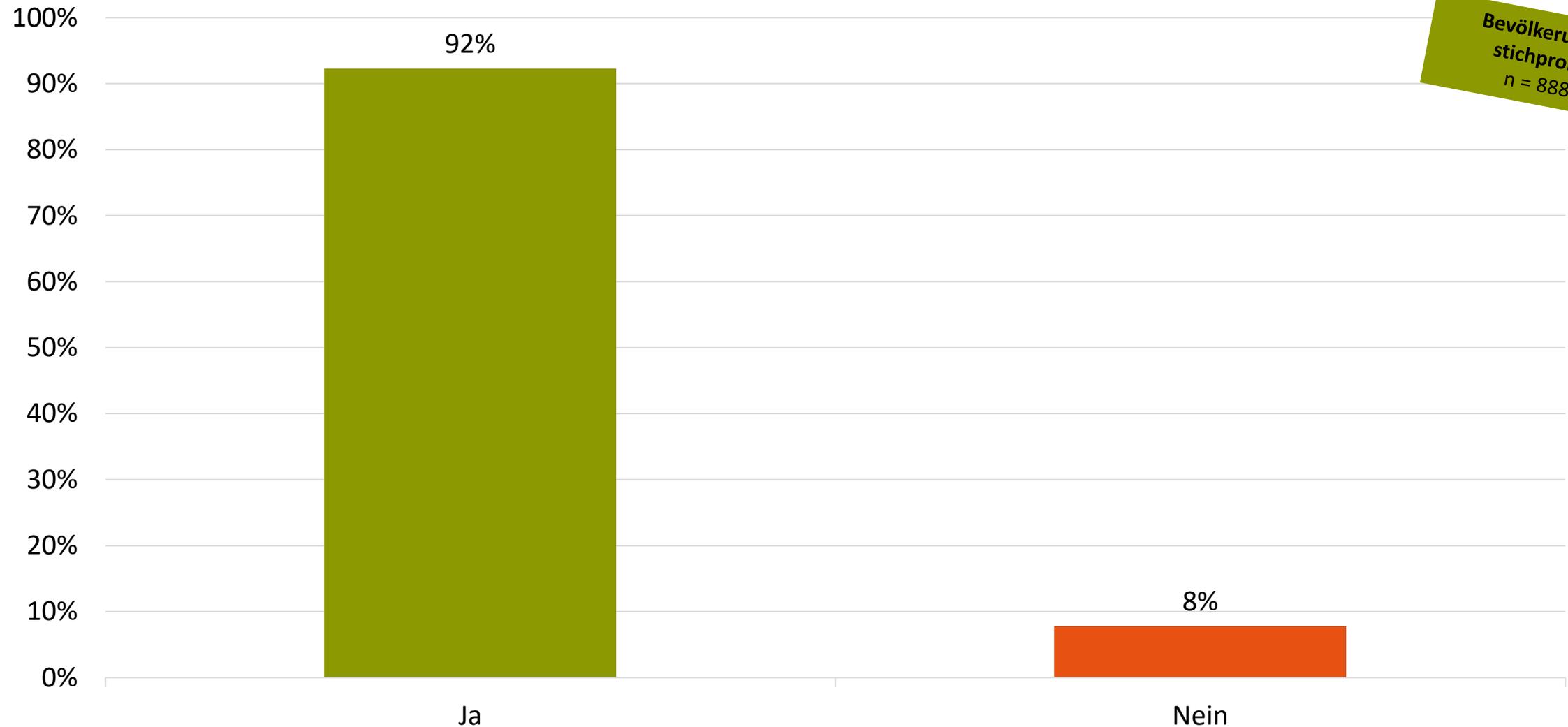
**D: Keine Präferenz**



■ Bevölkerungstichprobe  
n = 873

■ Stichprobe DWV Mitglieder  
Wandervereine  
n = 562

# Beschilderungs-Systeme in Deutschland – gleiche Systematik?



© BTE in Kooperation mit Deutscher Wanderverband 2023; n = 888; Frage: In Deutschland bestehen zahlreiche unterschiedliche Beschilderungssysteme, die sich nicht nur in der Gestaltung, sondern auch in der Systematik und den dargestellten Inhalten unterscheiden. Würden Sie es begrüßen, wenn die Beschilderung überall der gleichen Systematik folgt?; Auswahl

# Beschilderung/einheitliche Wegweisung von Wanderwegen | Fazit



**Von Wegweiser werden viele Informationen gewünscht.**

- Komplexe Beschilderungen werden präferiert
- Eine eindeutige Präferenz für ein System ergibt sich in der **Bevölkerungsstichprobe** nicht.
- **Erfahrene Intensiv-Wandernde** bevorzugen Wegweisung nach Standard DWV/DIN.
- Knotenpunktsysteme werden nicht bevorzugt.

## Beschilderung/einheitliche Wegweisung von Wanderwegen | Fazit

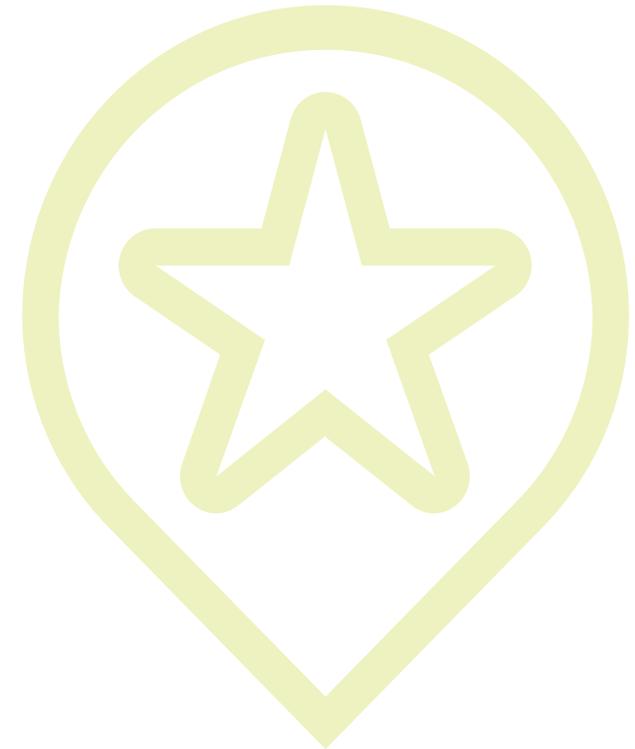


Über 90 % wünscht sich Beschilderungssysteme nach einer **einheitlichen Systematik**.

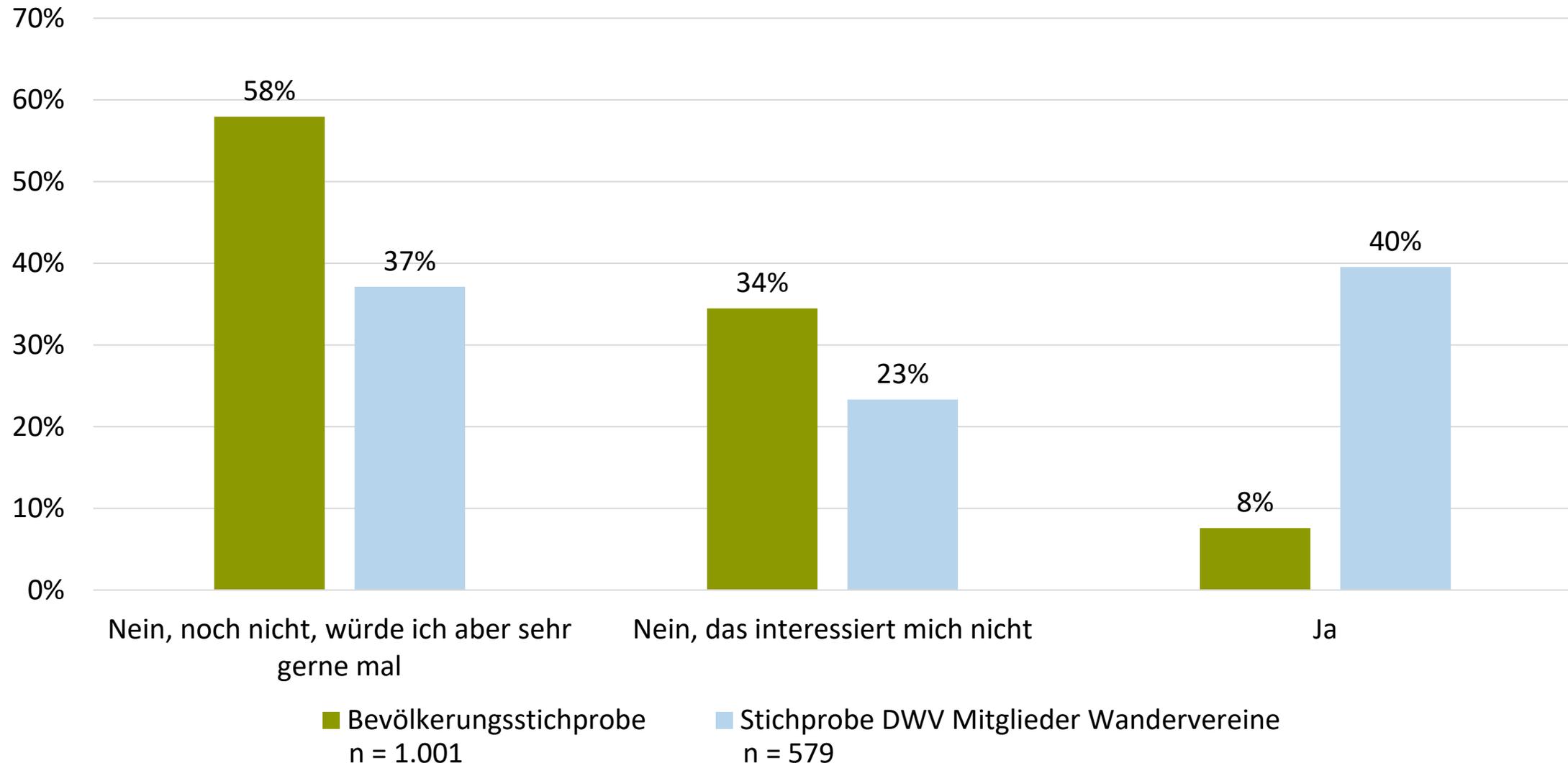


Digitale Medien werden gleichermaßen zur Orientierung genutzt. **Analoge und digitale Medien sollten sich ergänzen.**

## Inszenierungen & Erlebnisse am Wanderweg



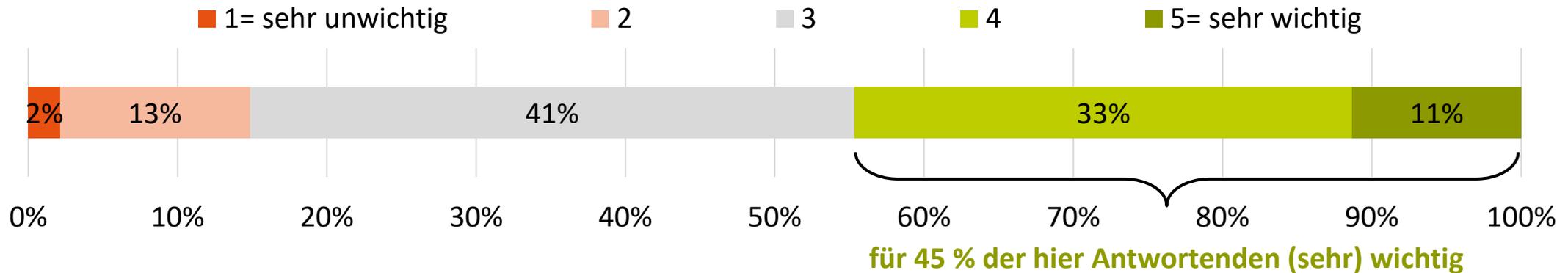
# Erfahrungen Wanderwege mit Inszenierungselementen



# Wichtigkeit von Inszenierungselementen

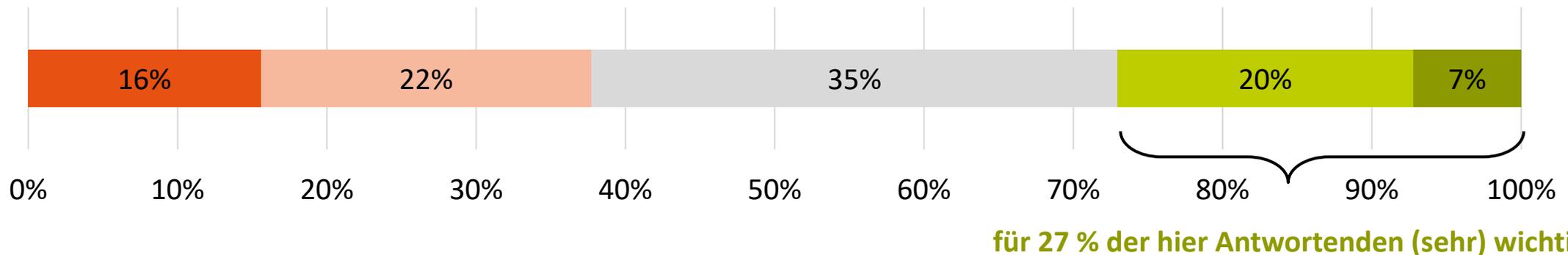
Bevölkerungs-  
stichprobe  
n = 654 / 636

## Wichtigkeit Infrastruktur-basierte Inszenierungen



= 29 % aller Wandernden

## Wichtigkeit digitale Inszenierungen



= 17 % aller Wandernden

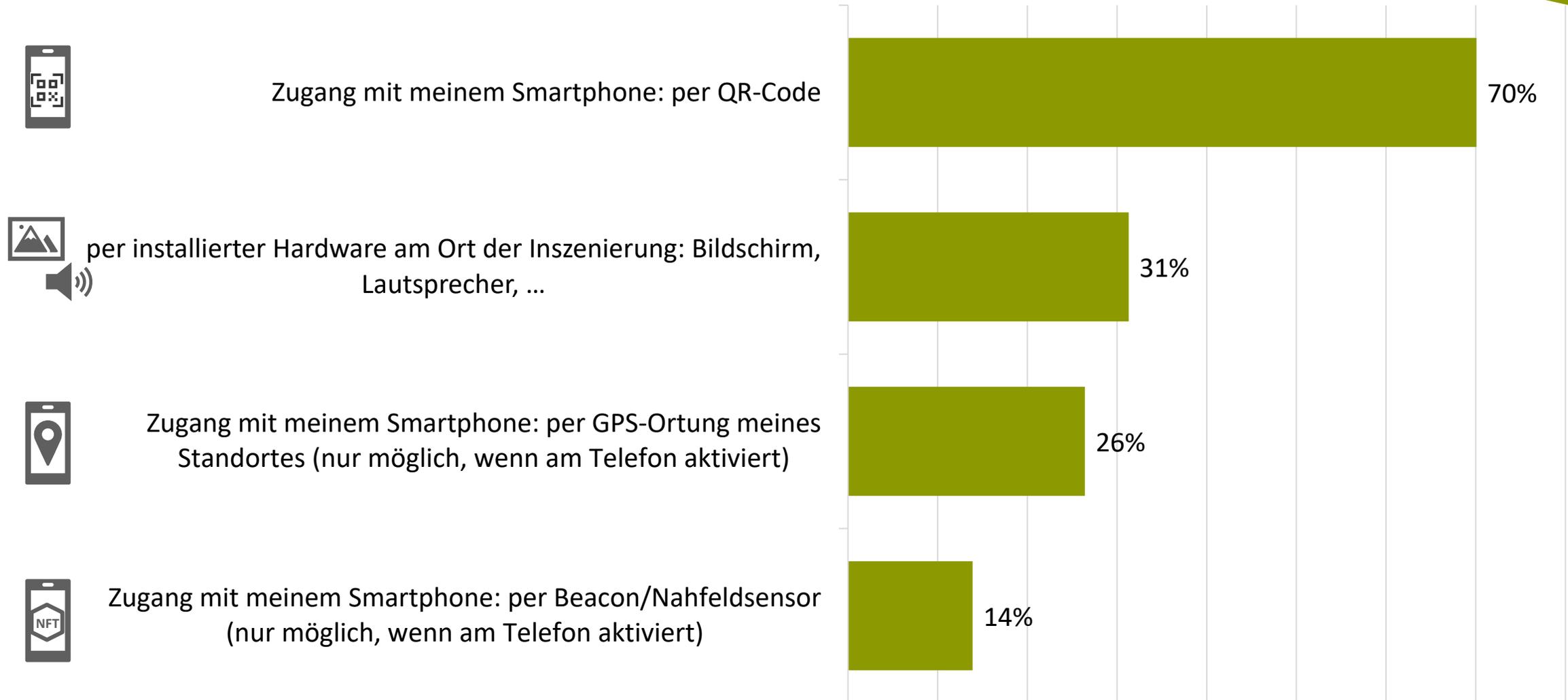
© BTE in Kooperation mit Deutscher Wanderverband 2023;

n = 654; Frage: Wie wichtig sind Ihnen Infrastruktur-basierte Inszenierungen am Weg (Spielgeräte, Infotafeln, Kunstobjekte, ...)?“

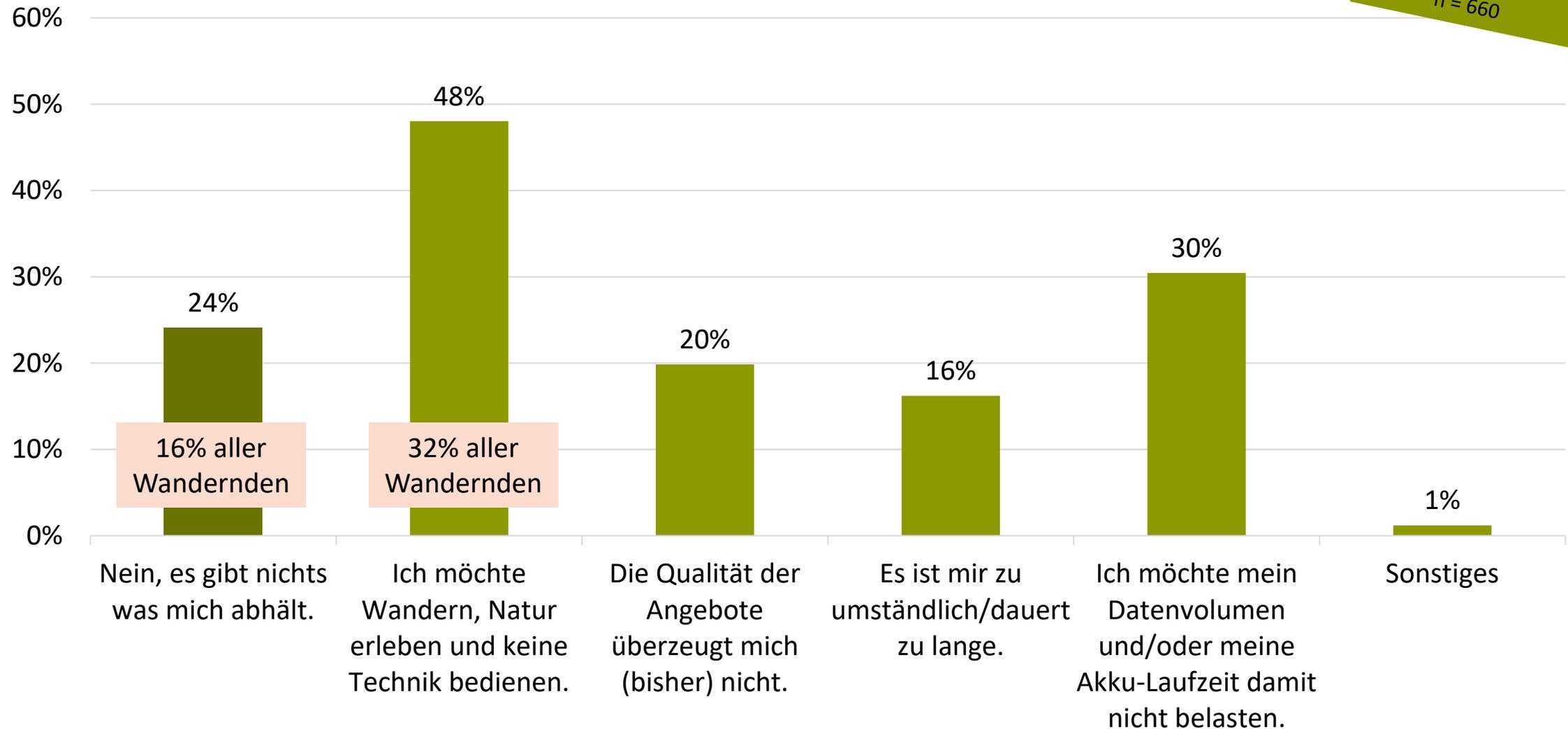
n = 636; Frage: Wie wichtig sind Ihnen digitale Inszenierungen am Weg? z. B. Inhalte zum Abruf auf mobilen Endgeräten: Hörspiele, Videos, Fotos, Animationen, Virtual oder Augmented Reality-Elemente, ... häufig über QR-Code abrufbar

# Gewünschter Zugang zu digitalen Inszenierungen

Bevölkerungs-  
stichprobe  
n = 655



# Gründe gegen die Nutzung digitaler Inszenierungen



© BTE in Kooperation mit Deutscher Wanderverband 2023; n = 660; Frage: Gibt es Gründe, die Sie von der Nutzung digitaler Inszenierungen abhalten?; Vorschlagsliste; Mehrfachnennungen möglich

## Inszenierungen und Erlebnisse am Wanderweg | Fazit



**58 % der Wandernden haben Interesse an Inszenierungen am Wanderweg, 8 % haben Inszenierungen an Wanderwegen bereits erlebt: Hinweis auf Potenziale.**

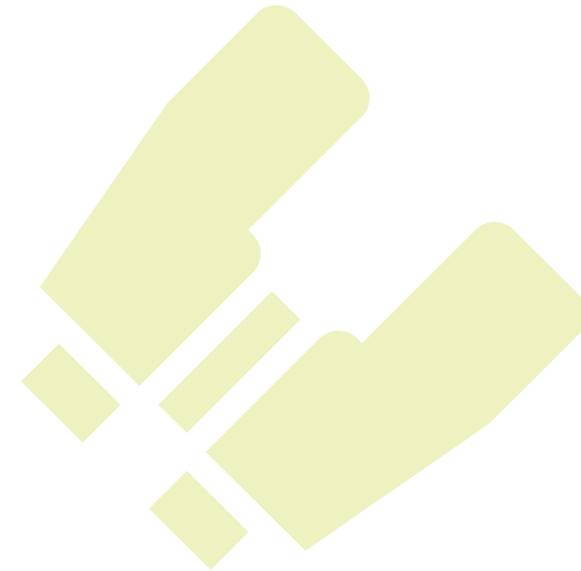


**Infrastruktur-basierte Inszenierungen haben eine etwas höhere Bedeutung als digitale Elemente | rd. 40 % bzw. 30 % äußern sich indifferent**



**Es besteht ein Nachfragepotenzial für leistungsfähige Angebote.**

# Fazit



# Fazit

## Empfehlungen



**analoge und digitale Informationen sind gleichermaßen wichtig**, beides sollte angeboten werden - frei von Widersprüchen!

denkbar: **Grundgerüst analog mit digitaler Verlängerung**



**Datenmanagement und Datenpflege** auf der eigenen Website, in eigene App und in Wanderportalen für die Information und Besucherlenkung

# Fazit

## Empfehlungen



**gute Auffindbarkeit der eigenen digitalen Informationen (SEO)**, da der Zugang unterwegs hauptsächlich über Suchmaschine stattfindet



Ausbau oder verstärkte Vermarktung von **offline-Kartenfunktionen** von (eigenen) Tourenportalen, kombiniert mit entsprechender **Datenqualität**

# Fazit

## Empfehlungen



Inhalte für die **Orientierung unterwegs** sollten über **analoge und digitale Medien** bereit gestellt werden.



gewünscht wird eine **komplexe, einheitliche Beschilderung**  
→ *zum Verständnis der unterschiedlichen Systeme werden wir noch weiter forschen*

## Fazit

## Empfehlungen



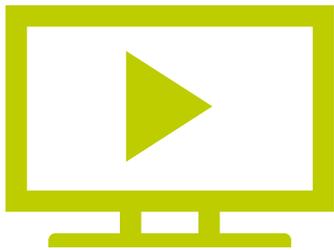
es besteht ein Nachfragepotenzial **leistungsfähige Angebote für Inszenierungen** an Wanderwegen (Infrastruktur-basiert und digital)

# Ausblick

## Ausblick



Die heute gezeigte Präsentation versenden wir im Nachgang per E-Mail an alle, die für das Webinar angemeldet waren.

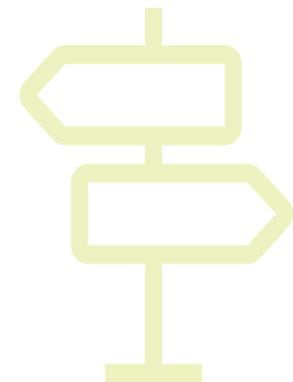


Die Aufzeichnung des Webinars veröffentlichen wir im Nachgang als Webinar on Demand auf YouTube und unserer Webseite: [www.bte-tourismus.de](http://www.bte-tourismus.de)



Die ausführlichen Ergebnisse werden wir in einem Bericht digital veröffentlichen. Die Teilnehmenden werden wir dazu informieren.

Zur Frage von Wahrnehmung von und Präferenzen zu Beschilderung werden wir weiter arbeiten.



Mathias Behrens-Egge, Christina Weiß (BTE), Erik Neumeyer (DWV) | 14.3.2024

**Vielen Dank,  
dass Sie dabei waren!**



## weiterer Dialog

Bei Fragen und für Anregungen sprechen Sie uns an.

**Christina Weiß**

✉ [weiss@bte-tourismus.de](mailto:weiss@bte-tourismus.de)

☎ 030 / 32 79 31 0

**Mathias Behrens-Egge**

✉ [behrens-egge@bte-tourismus.de](mailto:behrens-egge@bte-tourismus.de)

☎ 0511 / 70 132 20



Für den Kooperationspartner DWV:

**Erik Neumeyer**

✉ [e.neumeyer@wanderverband.de](mailto:e.neumeyer@wanderverband.de)

☎ 0561 / 93873 13

# BTE Tourismus- und Regionalberatung

**Ihr verlässlicher Partner in der Tourismusentwicklung - erfahren, kompetent, engagiert & kreativ seit 1989**

**BTE steht für praxisorientierte, umsetzbare Tourismusberatung und Konzeptentwicklung in der Regionalentwicklung auf Basis profunder Fachkenntnisse in einem interdisziplinären Team. Wir denken umsetzungsorientiert und fach-übergreifend Prozesse bis zum Ende und bieten für jeden Kunden verständliche und visuell aufbereitete Ergebnisse.**

**Von uns erhalten Sie Beratungsleistungen von der Strategieentwicklung bis zur praktischen Umsetzung.**

## **Zentrale Leistungen:**

- Organisationsberatung
- Marken- und Marketingstrategien
- Machbarkeit- & Wirtschaftlichkeitsstudien
- Destinationsentwicklung & Tourismuskonzepte
- Event- und Wettbewerbsorganisation
- Regionale Entwicklungskonzepte
- Grafik, PR & Kommunikation
- Infrastrukturplanung & Standortentwicklung
- Vorträge, Coaching, Moderation

## **Wichtige Themenfelder:**

- Aktivtourismus (Wandern, Radfahren, Reiten, Wasser)
- Nachhaltiger Tourismus
- Naturtourismus
- Beschilderung & Besucherlenkung
- Gastgewerbe & Freizeitattraktionen
- Kulturtourismus
- Digitalisierung

[www.bte-tourismus.de](http://www.bte-tourismus.de)