

Wanderer in der Marktforschung

Profis schauen genauer hin

Rainer Brämer

"Zum Thema Wandern fehle Wissen, daher liege Potenzial bracht. Das glaubt der Deutsche Wanderverband". Christof Wadlinger, Redakteur des renommierten monatlichen Fachmagazins W&V Media, glaubt das offensichtlich nicht. Zum Beweis trägt er in H9/2009 probeweise allerlei Marktdaten zusammen¹. Sie stammen u.a. aus den fünf übergreifenden Markterhebungen AWA 2009 (Allensbach), TdW 2008 (Burda), VuMA 2009 (ARD/ZDF), CN 12 (Focus) und VA 2008 (Springer) sowie aus wanderforschung.de: "Markterkundungen betreibt auch Rainer Brämer von der Universität Marburg in seinem Portal wanderforschung.de".

Sein Resümee: Je nach Erhebung schnüren rund 35 Mio. Deutsche zumindest selten ihre Wanderschuhe ... Die Sportart Wandern liegt im Trend. Zwar verzeichnet nicht jede Studie eine wachsende Zahl von Waldläufern. Eine Umfrage auf der Sportmesse Ispo zeigt aber: Unter Sporthändlern, die mit entsprechender Ausrüstung einen Teil ihres Geldes verdienen, sprechen gut drei Viertel Trecking und Wandern Wachstumspotenzial zu. Für rund zwei Fünftel ist es 2009 ihr umsatzstärkstes Outdoor-Segment. 2008 hatten dies nur 35% angegeben."

Und hier Marktdaten, die bislang noch nicht auf wanderforschung.de zu finden waren:

- Wanderurlaub in den letzten 12 Monaten in Prozent der Bevölkerung ab 14 Jahre (nach VuMA 2009):

Alter	Urlaubsreise	Kurzreise
14-29	1,7	1,6
30-49	2,4	2,8
50 und mehr	5,5	4,4
Summe in %	9,6	8,8
Summe in Mio	6,2	5,7

Über die 6+6 Mio. Deutsche pro Jahr hinaus, die Ihren Urlaub explizit als Wanderurlaub verstehen, dürften noch einmal rund doppelt so viele gelegentlich im Urlaub wandern: ein touristischer Kernmarkt!

¹ Alle Zitate und Daten aus Christof Wadlinger: Wenn der Weg das Ziel ist. W&V Media 9/2009, S. 46f

- Konsumkraft der Wanderer im Vergleich, gemessen in dem "Geld, das nach Abzug der Kosten pro Monat zum Konsum zur Verfügung steht" (nach AWA 2009):

Freies Geld	Wanderer häufig	Wanderer seltener	Deutsche ab 14
nichts	13%	14%	15%
bis 249 Euro	39%	41%	43%
250-499 Euro	19%	20%	20%
500 Euro und mehr	29%	24%	22%

Unter den engagierten Wanderern sind Betuchte (ebenso wie Hochschulabsolventen) also deutlich überproportional vertreten

- Bereitschaft zu Mehrausgaben (nach AWA 2009)

Ausgaben für	Wanderer häufig	Wanderer seltener
Ernährung, gutes Essen	62%	56%
Reisen	59%	50%
Gesundheit, Wellness	47%	39%
Hobbys	42%	39%
Kleidung	42%	42%
Garten	41%	33%

Besonderen Wert legen engagiert Wanderer offenbar auf Essen, Reisen, Gesundheit und ihren Garten.

- Umsatzanteile am Outdoor-Markt in Prozent bei einem Gesamtvolumen von 1.7 Mrd. Euro (nach VDS/G&J): Kleidung 43, Schuhe 16, Zubehör 14, Rucksäcke 11, Accessoires 9, Schlafsäcke 7
- Bevorzugte Zeitschriften-Lesethemen von Deutschen ab 14 Jahre, die "besonders gern wandern", in Prozent (nach VA Klassik):

Bevorzugte Themen	Wan- derer	Deut- sche	Bevorzugte Themen	Wan- derer	Deut- sche
Gesundheitstipps	73	62	Tier und Natur	64	54
Reiseberichte	73	60	Andere Schicksale	60	55
TV-Programm	71	74	Politik	59	47
Medizin, Gesundheit	69	56	Rätsel	57	49
Ernährungstipps	67	55	Körperpflegetipps	55	48

Beachtliche 10% und mehr über dem Niveau der Gesamtbevölkerung liegen die Leseinteressen unter den hier hervorgehobenen 6,4 Mio. leidenschaftlichen Wanderern bei den **Themen Gesundheit, Reisen, Ernährung, aber auch Natur - und Politik**, während sie mit Fernsehen etwas weniger am Hut haben. Sympathisch!