

WANDERSTUDIE

Der deutsche Wandermarkt 2014

Bestellung per Fax: 040 / 419 23 96 29
Bestellung per E-Mail: studien@projectm.de

Buchbestellung:
Wanderstudie „Der deutsche Wandermarkt 2014“

- Hiermit bestelle ich verbindlich _____ Exemplar(e).
- Ja, ich interessiere mich für einen vertiefenden Workshop bzw. Vortrag zur Studie. Bitte senden Sie mir weitere Informationen.

Der Preis pro Exemplar beträgt 89,00 Euro.

Meine Kontaktdaten (Rechnungsadresse):

Firma: _____

Name: _____

Straße: _____

PLZ/Ort: _____

Tel: _____

Fax: _____

E-Mail: _____

Lieferadresse (wenn abweichend von Rechnungsadresse):

Firma: _____

Name: _____

Straße: _____

PLZ/Ort: _____

Ort/Datum _____

Unterschrift _____

PROJECT^M
PROJECT M GmbH

Büro Hamburg
Gurlittstraße 28
20099 Hamburg
Tel. 040.419 23 96 0
Fax 040.419 23 96 29
hamburg@projectm.de

Büro München
Wilhelm-Kuhnert-Straße 26
81543 München
Tel. 089.614 66 08 0
Fax 089.614 66 08 5
muenchen@projectm.de

Büro Trier
Am Wissenschaftspark 25+27
54296 Trier
Tel. 0651.9 78 66 0
Fax 0651.9 78 66 18
trier@projectm.de

www.projectm.de



Top-Thema Wandern

Wandern boomt – keine namhafte deutsche Tourismusdestination im Mittelgebirge oder Alpenraum verzichtet auf Wanderangebote, Newcomer auch im Flachland entdecken das Thema. Im scharfen Verdrängungswettbewerb wächst der Profilierungsdruck für die Wanderanbieter. Gefragt sind Top-Wegeinfrastruktur und echte Wandererlebnisse bei gleichzeitig knappen Ressourcen.

Die Studie „Der deutsche Wandermarkt 2014“

Eine nachhaltige strategische Steuerung wandertouristischer Entwicklung benötigt daher vor allem eines: Aktuellste Marktdaten. Hier setzt die Wanderstudie „Der deutsche Wandermarkt 2014“ an. Erstmals seit der Grundlagenstudie Wandern (2010) analysiert sie Status Quo und Potenzial der deutschen (Wander-)Regionen aus der Sicht der Nachfrage. Grundlage hierfür sind neben weiteren Marktforschungen u. a. die aktuellsten Daten der **Destination Brand-Studienreihe**. Erstmals werden diese bundesweit repräsentativ für das Thema Wandern aufgearbeitet. Präzise Antworten auf drängende Fragen werden möglich:

- Wandertouristische Nachfrage: Welche Zielgruppen versprechen aktuell und künftig größte Nachfragepotenziale? Welche Motive und welches Verhalten sind relevant? Wie entwickeln sich die Quellmärkte der deutschen Regionen?
- Wandertouristisches Angebot: Genügt der Status Quo von Wegen, Unterkünften, buchbarem Produkt und im Marketing den Anforderungen der Gäste? Welche Trends sind zu beobachten?
- Entwicklung des Wettbewerbs: Wohin steuert der Markt? Für welche Regionstypen bestehen Wachstumspotenziale für welche Wanderer? Mit welchen Angebotsthemen ist zu kombinieren? Wie stellen sich die Wettbewerber bereits heute auf?

Die Verschneidung von Nachfrage und Status Quo ermöglicht die **Ableitung konkreter Handlungsfelder für die „Wandermacher“** vor Ort vom Wanderverein und Ehrenamtler über den Anbieter bis zu den Tourismusorganisationen.

Die getroffenen Ableitungen umfassen dabei deutlich mehr als die simple Aussage, wie künftig die Wegeinfrastruktur zu gestalten ist: Im Mittelpunkt der Wanderstudie stehen die zentralen **Herausforderungen und Erfolgsfaktoren**, um wandertouristische Angebote nachhaltig zu inszenieren, zu vermarkten und zu managen.

Die Autoren

Die Studie ist ein Projekt der renommierten Partner PROJECT M, Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften Salzgitter, des Instituts für Management und Tourismus an der Fachhochschule Westküste (IMT) und des Deutschen Wanderverbands e.V. (DWV). Die Gesamtleitung obliegt Professor Dr. Heinz-Dieter Quack.