

Das Wanderverhalten der Deutschen in Zeiten der Corona-Pandemie – Chance für einen resilienteren Tourismus in Deutschland?

Christian Eilzer & Dr. Tim Harms

5. Deidesheimer Gespräche zur Tourismuswissenschaft

03.11.2021 bis 05.11.2021

Agenda

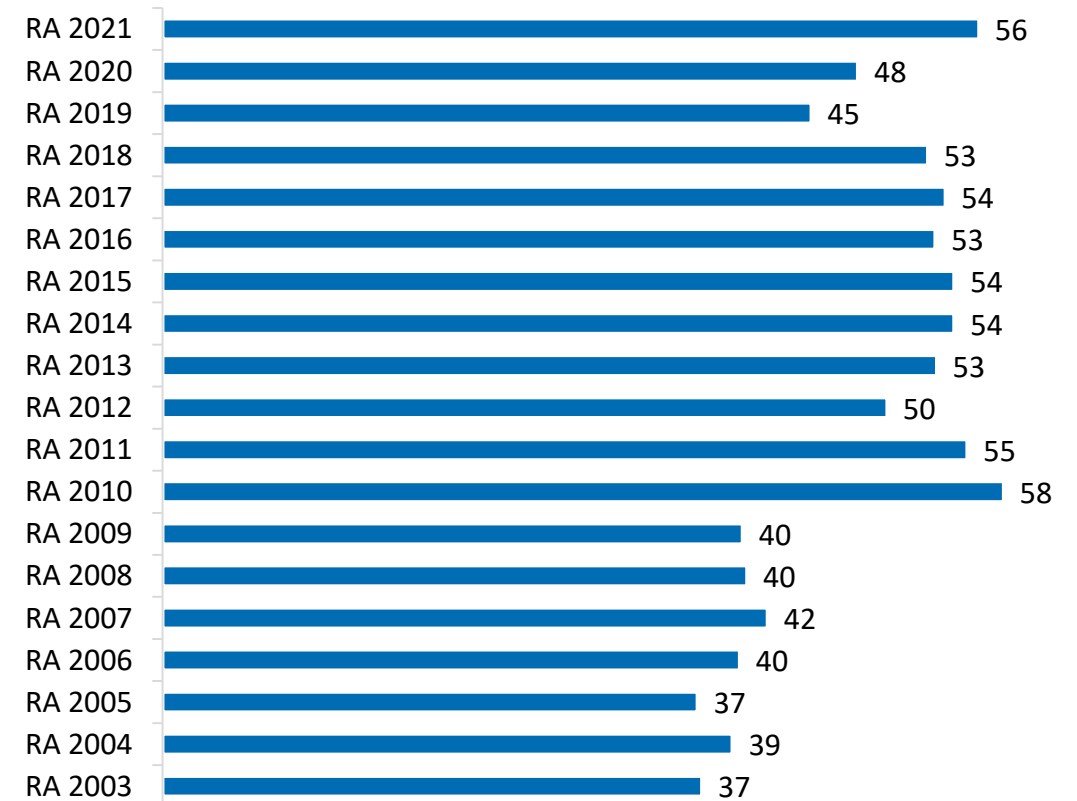
- ▶ **1. Bedeutung von Natur und Naturerleben in Zeiten von Covid-19**
- ▶ 2. Wanderverhalten der Deutschen
- ▶ 3. Wandertourismus nach Covid-19
- ▶ 4. Chancen für einen resilienteren Tourismus in Deutschland?

Hohe Bedeutung von Natur und Naturerleben vor Covid-19

- Entwicklungen in unserer Gesellschaft steigern den **Wunsch, draußen in der Natur zu sein**
- 94 % der Deutschen macht es **glücklich**, in der Natur zu sein (BfN 2020), 88 % der 14-17-Jährigen (BfN 2021)
- Steigende Bedeutung von Natur und Naturerleben **im Tourismus**
- **Schöne Natur** ist für die Mehrheit der Deutschen entscheidend für das Urlaubsglück (Stiftung für Zukunftsfragen 2014)
- Hoher Stellenwert des Motivs **Natur erleben** und der **Bedeutung von Natur für den Urlaub**

Quellen: BfN 2020, BfN 2021, Zukunftsinstitut 2020, Stiftung für Zukunftsfragen 2014, FUR (RA 2003 bis RA 2021)

Urlaubsmotiv Natur erleben*



Quelle: FUR (RA 2003 bis RA 2021)

* Ab 2010 Urlaubsmotiv „besonders wichtig“, davor andere Abfrage, Angabe in %, ausgewählte Motive, deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren in Deutschland

Natur, Naturerlebnisse und Outdoor haben in der Corona-Pandemie an Bedeutung gewonnen

Präferenzen für beliebte Urlaubsarten bleiben stabil...

...durch Natur- und Outdoor-Erlebnisse geprägte Aufenthalte gewinnen an Bedeutung

Mehr Google-Suchen nach Begriffen „Wandern“ und „Radfahren“

Häufigerer Zugriff auf die Website von Komoot

Wachstum bei naturnahen Aktivitäten im Tagestourismus

Wachstum bei
naturnahen
Aktivitäten
während der
Lockdowns

Wandern,
Radfahren,
Besuch von
Naturattraktio-
nen, Erholungs-
fahrten

Auch in den Re-
Start-Phasen
weiterhin
Verlagerung auf
naturnahe
Aktivitäten

Allgemeines Interessentenpotenzial bei Urlaubsreisen in Destination Brand 2020

Ranking der untersuchten Urlaubsaktivitäten zum allgemeinen Interessentenpotenzial				
		% der Fälle	% der Fälle	
1	Entspannung	78%	22 Kultur- / Musikfestivals	35%
2	Natur	75%	23 Aktiv-Sport	33%
3	Kulinarik	71%	24 Weinreise	32%
4	Baden / Strand	66%	25 Brauchtumsveranstaltungen	31%
5	Städtereise	63%	26 Familien	31%
6	Burgen	60%	27 Thalassoangebote	29%
7	Gärten / Parks	59%	28 Industriekultur	29%
8	Schlösser / Herrenhäuser	58%	29 Gesundheit	26%
9	Wandern	49%	30 Barrierefreier Urlaub	25%
10	Kultur	48%	31 Wassersport	25%
11	UNESCO Welterbestätten	45%	32 Bergsteigen	23%
12	Wellness	45%	33 Luxus	23%
13	Museen	43%	34 Wintersport	22%
14	Lebendige „Szene“	41%	35 Studien- / Bildungsangebote	20%
15	Landurlaub	41%	36 Mountainbike	19%
16	Shopping	40%	37 Luxus-Shopping	19%
17	Nachhaltiger Urlaub	38%	38 Fußball	18%
18	Indigene Völker	37%	39 Klettersteigen	16%
19	Freizeitparks	36%	40 Segeln	15%
20	Events	35%	41 Motorrad	15%
21	Rad fahren	35%	42 Volunteer	14%

Frage: Wie groß ist Ihr Interesse, in Ihrem Urlaub mit mindestens einer Übernachtung folgenden Aktivitäten nachzugehen?

Quelle: inspektour (international) GmbH / Deutsches Institut für Tourismusforschung 2020

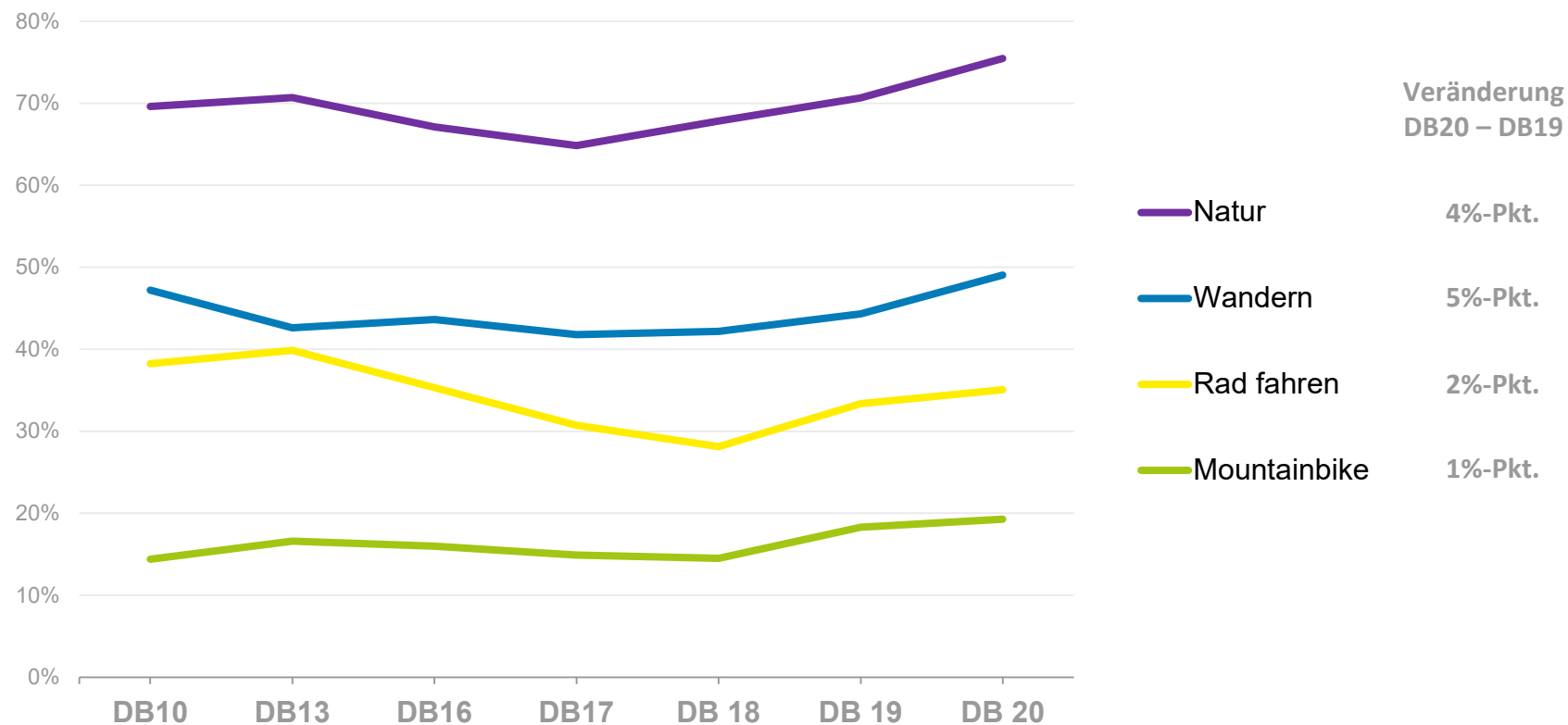
Basis: alle Befragte im QM Deutschland (n = 19.000)
Top-Two-Box: „5 = sehr großes Interesse“ bis „1 = gar kein Interesse“; Angabe in % der Befragten

Allgemeines Interessentenpotenzial bei Urlaubsreisen – Veränderung DB19/DB20

Frage: Wie groß ist Ihr Interesse, in Ihrem Urlaub mit mindestens einer Übernachtung folgenden Aktivitäten nachzugehen?

Ranking der untersuchten Urlaubsaktivitäten zum allgemeinen Interessentenpotenzial					
Veränderung der Top-Two-Box in %-Pkt. von DB19 zu DB20					
		Veränderung in %-Pkt.		Veränderung in %-Pkt.	
1	Kulinarik	6%	17	Segeln	1%
2	Gärten / Parks	5%	17	Städtereise	1%
2	Wandern	5%	17	Thalassoangebote	1%
4	Bergsteigen	4%	17	Wellness	1%
4	Burgen	4%	17	Wintersport	1%
4	Kultur	4%	25	Barrierefreier Urlaub	0%
4	Museen	4%	25	Gesundheit	0%
4	Natur	4%	25	Kultur- / Musikfestivals	0%
9	UNESCO Welterbestätten	3%	28	Entspannung	-1%
9	Wassersport	3%	28	Indigene Völker	-1%
11	Aktiv-Sport	2%	28	Motorrad	-1%
11	Baden / Strand	2%	28	Studien- / Bildungsangebote	-1%
11	Klettersteigen	2%	32	Events	-2%
11	Landurlaub	2%	32	Familien	-2%
11	Rad fahren	2%	32	Shopping	-2%
11	Weinreise	2%	35	Nachhaltiger Urlaub	-3%
17	Industriekultur	1%	36	Freizeitparks	-4%
17	Lebendige „Szene“	1%	37	Fußball	-5%
17	Mountainbike	1%	37	Luxusangebote	-5%

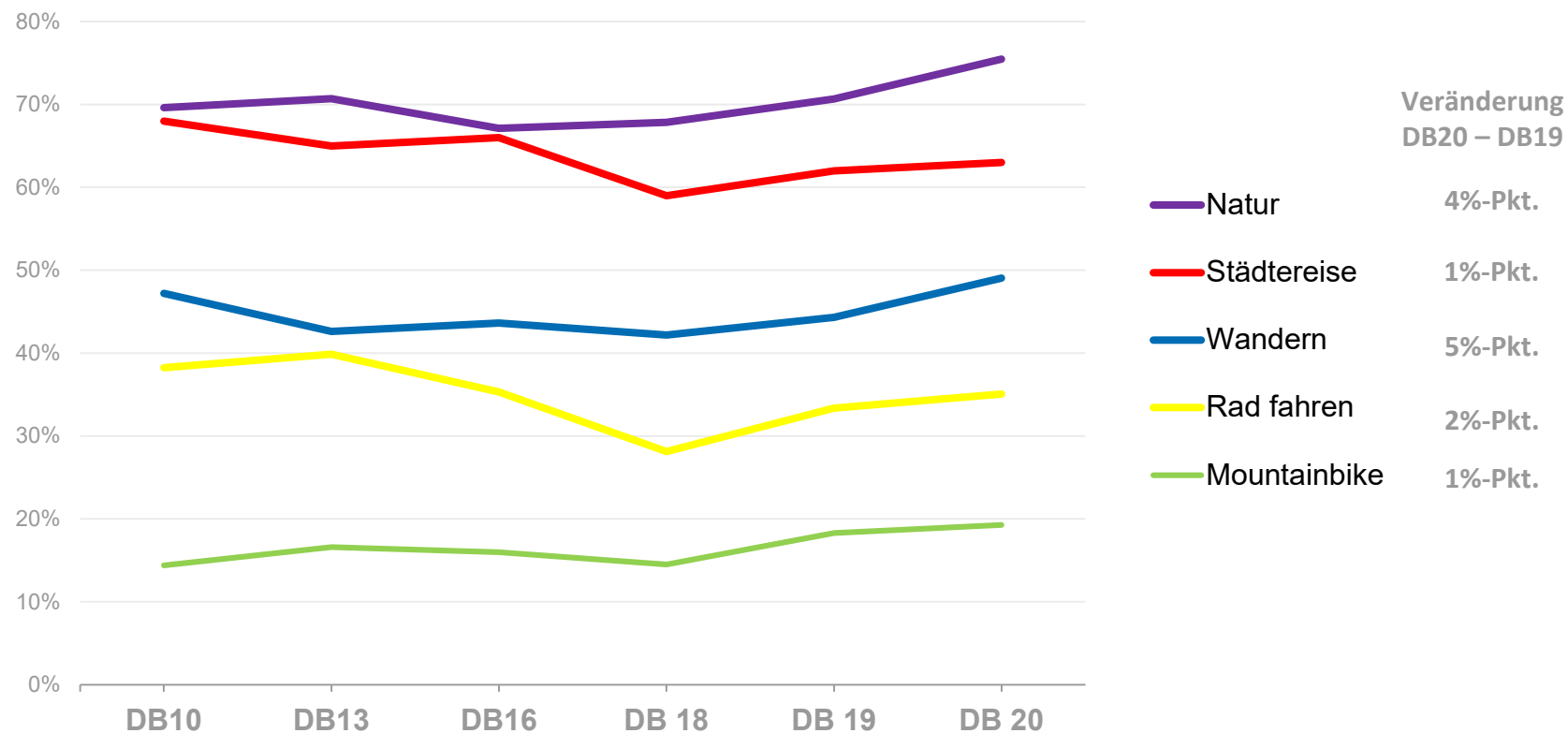
Allgemeines Interessentenpotenzial bei Urlaubsreisen – Veränderung DB10/DB20



Quelle: inspektour (international) GmbH / Deutsches Institut für Tourismusforschung 2010-2020

Basis: alle Befragte im QM Deutschland (n = mind. 4.000)
Top-Two-Box: „5 = sehr großes Interesse“ bis „1 = gar kein Interesse“; Angabe in % der Befragten

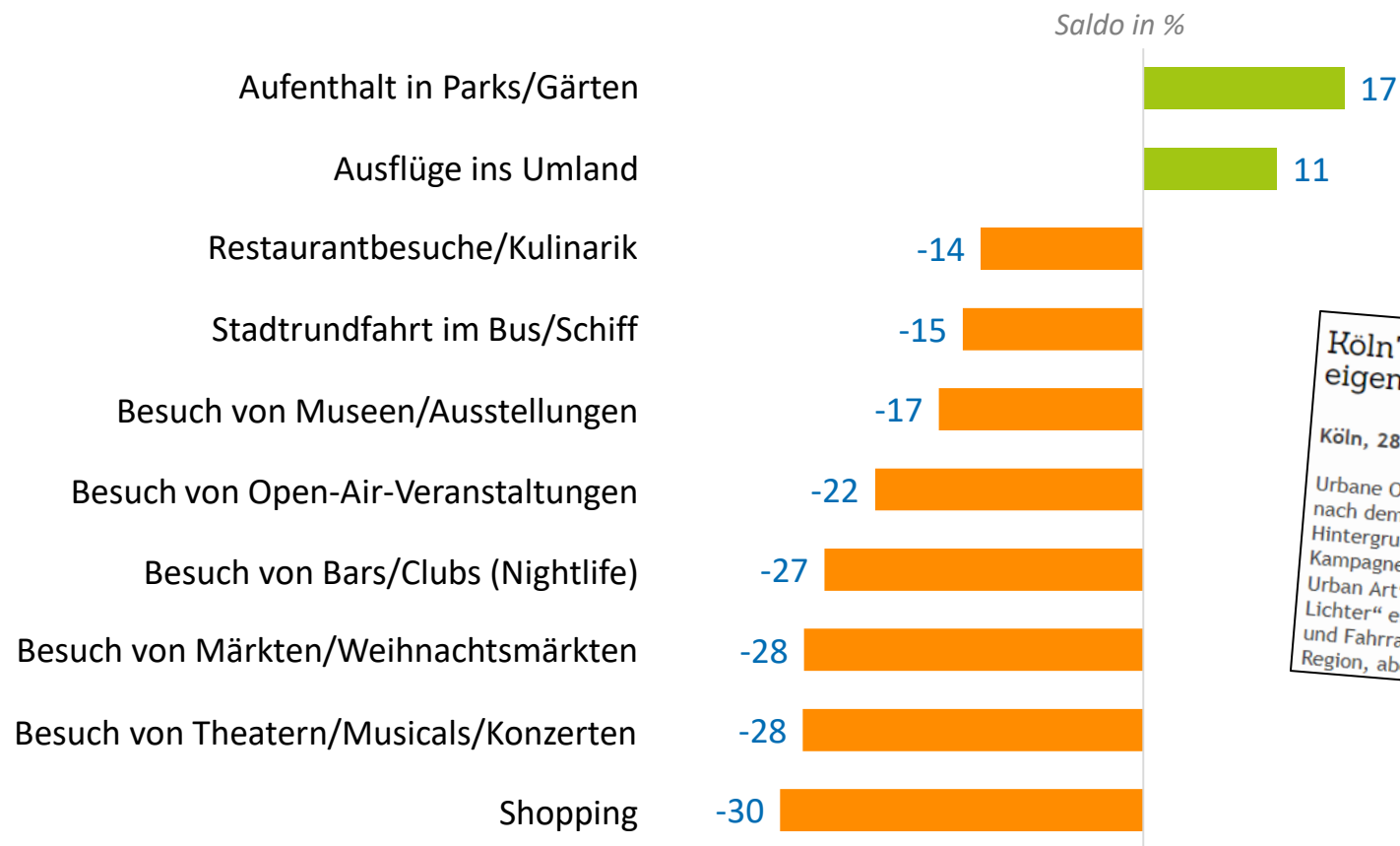
Allgemeines Interessentenpotenzial bei Urlaubsreisen – Veränderung DB10/DB20



Quelle: inspektour (international) GmbH / Deutsches Institut für Tourismusforschung 2010-2020

Basis: alle Befragte im QM Deutschland (n = mind. 4.000)
Top-Two-Box: „5 = sehr großes Interesse“ bis „1 = gar kein Interesse“; Angabe in % der Befragten

Veränderung von Interessen im Städtetourismus Covid-19



KölnTourismus erweitert Stadterlebnisse um eigene Outdoor-Angebote

Köln, 28. April 2021

Urbane Outdoor-Aktivitäten erfreuen sich im Zuge der Erholung des Tourismus nach dem Lockdown im Städtetourismus großer Beliebtheit. Vor diesem Hintergrund hat die KölnTourismus Gesellschaft im Rahmen der #inKöllezeHus-Kampagne vier themenbasierte Radtouren konzipiert. Die Radtouren „Street & Urban Art“, „Stadtarchitektur“, „Fotoshooting mit Köln“ und „Nächtliche Lichter“ entwickelte KölnTourismus in Zusammenarbeit mit Stadtführer*innen und Fahrradexpert*innen als Angebot für Bürgerinnen und Bürger von Stadt und Region, aber natürlich auch für Gäste der Stadt.

Basis: Planer einer Städtereise (n = mind. 3.746) (Städtereiseplaner 47,2 Mio. Personen),
Planer einer Städtereise „ziemlich sicher“ in den nächsten 12 Monaten in eine deutsche Großstadt.

Dargestellt ist der Saldo der Antwortmöglichkeiten 1 und 2 („das interessiert mich schon lange“ und „das interessiert mich jetzt deutlich mehr als vor der Corona-Krise“) und der Antwortmöglichkeit „das hat mich noch nie interessiert“ in Prozentpunkten.

Quelle: Deutsches Institut für Tourismusforschung 2020

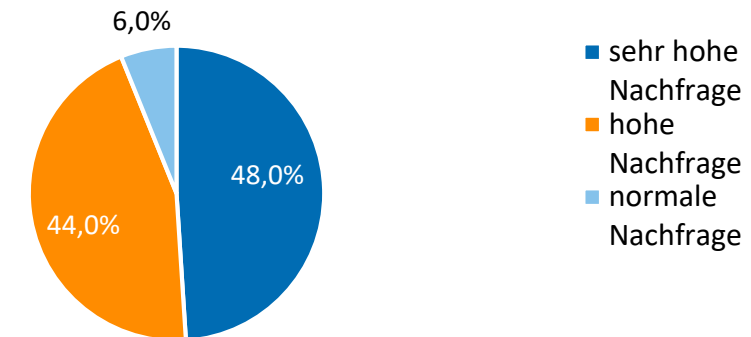
Wahrnehmungen zur Wandernachfrage in Deutschland in Zeiten von Covid-19

- Wahrgenommene **höhere Wanderwege-frequentierung** im ersten Lockdown sowie hohe Frequentierung nach dem ersten Lockdown
- 92 % der Befragten sehen im Vergleich zu 2019 eine **gestiegene Wanderwege-Nachfrage**

Fazit dieser Studie:
Nachfrage und Frequentierung auf Wanderwegen hat zugenommen

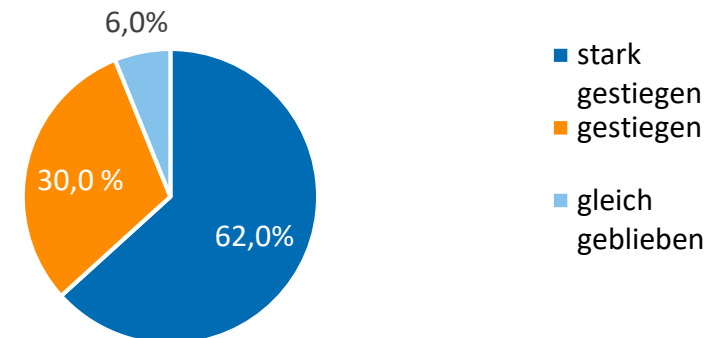
Quelle: Deutscher Wanderverband Service GmbH 2021

Wanderwege-Frequentierung nach dem 1. Lockdown



Quelle: Deutscher Wanderverband Service GmbH 2021

Wanderwege-Nachfrage im Vergleich zu 2019



Quelle: Deutscher Wanderverband Service GmbH 2021

Agenda

- ▶ 1. Bedeutung von Natur und Naturerleben in Zeiten von Covid-19
 - ▶ **2. Wanderverhalten der Deutschen**
 - ▶ 3. Wandertourismus nach Covid-19
 - ▶ 4. Chancen für einen resilienteren Tourismus in Deutschland?
-

Studien 2019 und 2020 des Deutschen Instituts für Tourismusforschung zur Untersuchung des Wanderverhaltens der Deutschen

Methode	<ul style="list-style-type: none"> ■ Befragung im Rahmen einer Online Mehrthemenumfrage ■ Durchgeführt im i:omnibus (Ipsos)
Repräsentativität	<ul style="list-style-type: none"> ■ Grundgesamtheit bilden deutschsprachige, in Privathaushalten lebende Internetnutzer im Alter von 16 bis 75 Jahren
Inhalt	<ul style="list-style-type: none"> ■ Wanderhäufigkeit, Motive, Terrain, Orientierung, Infrastruktur ■ in Teilen identischer Fragenkatalog in der 2019er- und 2020-Studie ■ Erhebung in 2020 ergänzt um Sonderfragen zum Thema Covid-19
Stichprobengröße	<ul style="list-style-type: none"> ■ jeweils n = 1.000 Personen, bundesweit
Erhebungszeiträume	<ul style="list-style-type: none"> ■ 29.11.2019 bis 02.12.2019 ■ 02.10.2020 bis 05.10.2020

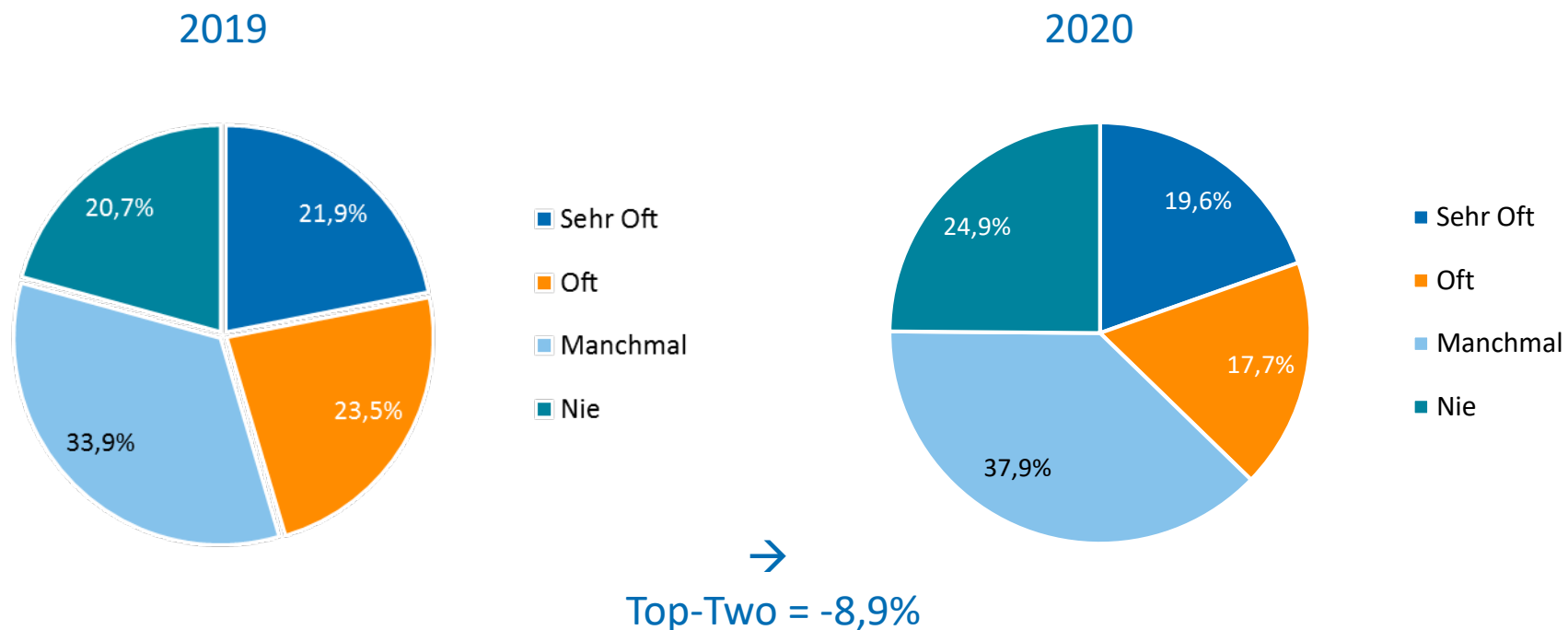
Aus diesen Studien
nur ein Ergebnis

Wanderhäufigkeit im Zeitvergleich 2020 - 2019

Wie oft gehen Sie wandern, sowohl im Urlaub, bei Tagesausflügen oder in der Nähe Ihres Wohnortes?

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ N=1069 ▶ Basis: Alle Befragte mit Angabe
Manchmal = 1-4 Mal im Jahr | Oft = 5-9 Mal im Jahr
Sehr oft >= 10 Mal im Jahr



Studie 2021 des Deutschen Instituts für Tourismusforschung zur Untersuchung des Wanderverhaltens der Deutschen

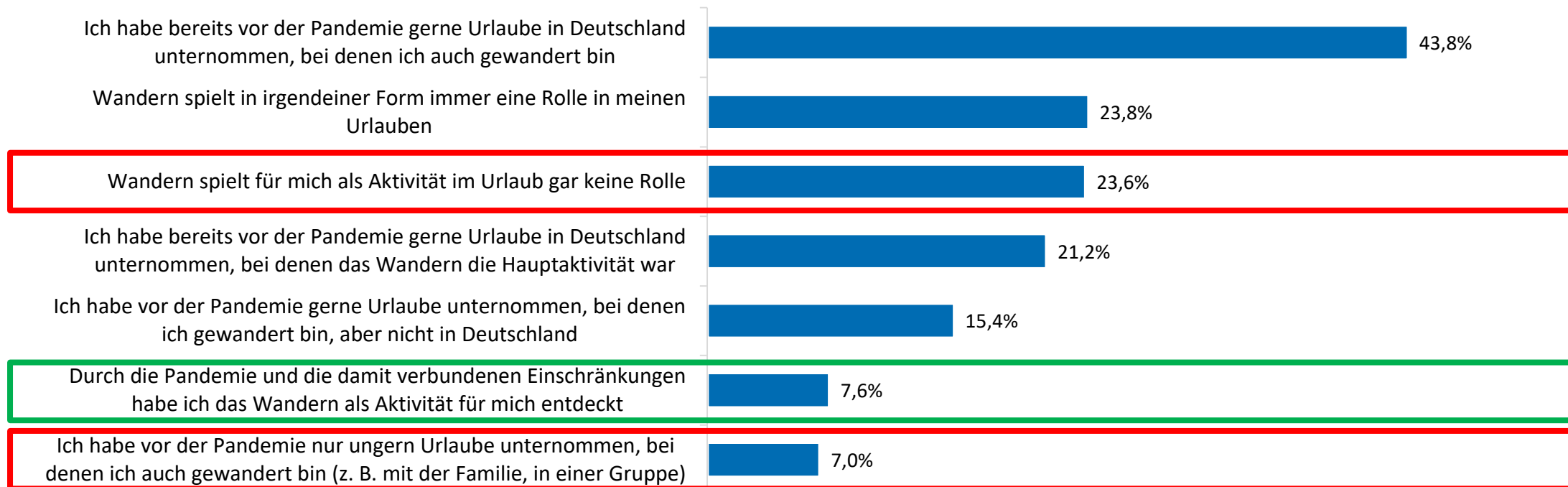
Methode	<ul style="list-style-type: none">■ Befragung im Rahmen einer Online-ad-hoc Befragung
Repräsentativität	<ul style="list-style-type: none">■ Grundgesamtheit bilden deutschsprachige, in Privathaushalten lebende Internetnutzer im Alter von 16 bis 75 Jahren
Inhalt	<ul style="list-style-type: none">■ Konzentration auf Wanderer, die sich aufgrund von Covid-19 für einen oder mehrere Wanderurlaube in Deutschland entschieden haben
Stichprobengröße	<ul style="list-style-type: none">■ N = 3.001 Personen, bundesweit
Erhebungszeitraum	<ul style="list-style-type: none">■ 21.07.2021 bis 27.07.2021

Aussagen zum Wandern

Welche dieser Aussagen zum Wandern treffen auf Sie zu?

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ N=3001 ▶ Basis: alle Befragten



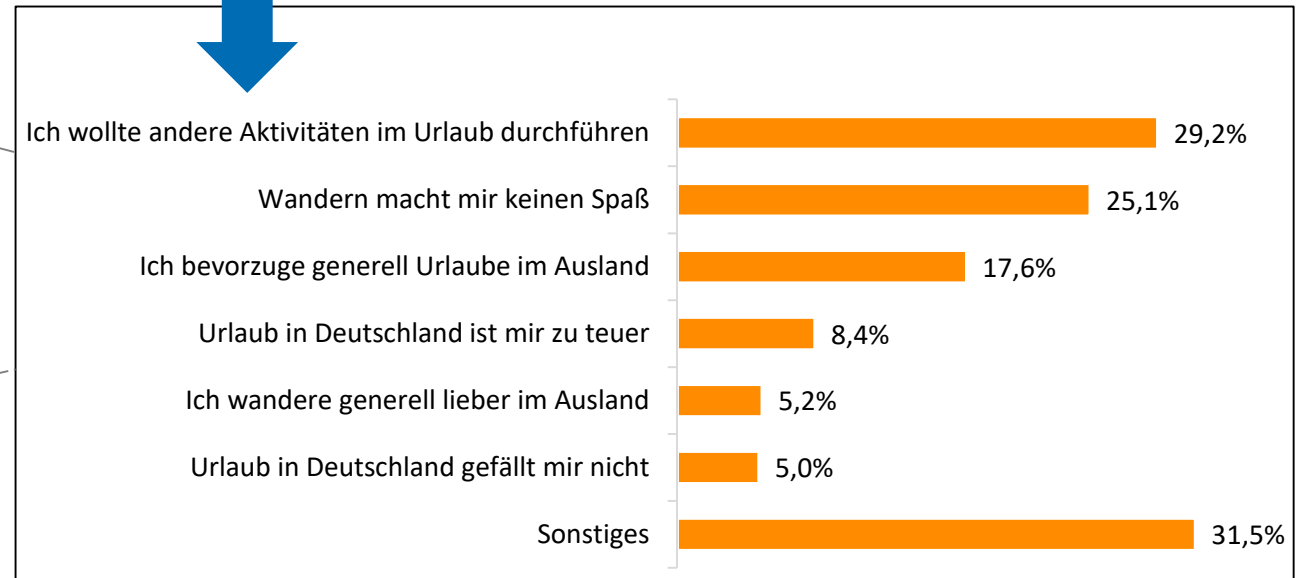
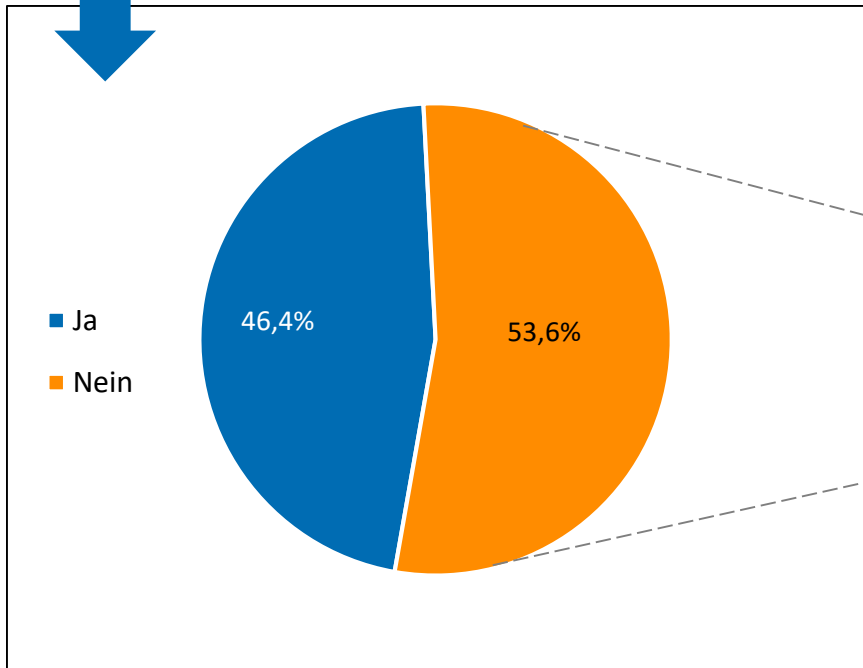
Urlaube mit der Aktivitäten Wandern in Deutschland seit März 2020

Haben Sie seit März 2020 einen oder mehrere Urlaube in Deutschland gemacht, bei dem/denen Sie gewandert sind?

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ N=3001 ▶ Basis: alle Befragten

Warum haben Sie seit März 2020 keinen Wanderurlaub oder Urlaub, bei dem Sie auch wandern, in Deutschland gemacht? (N=1610)

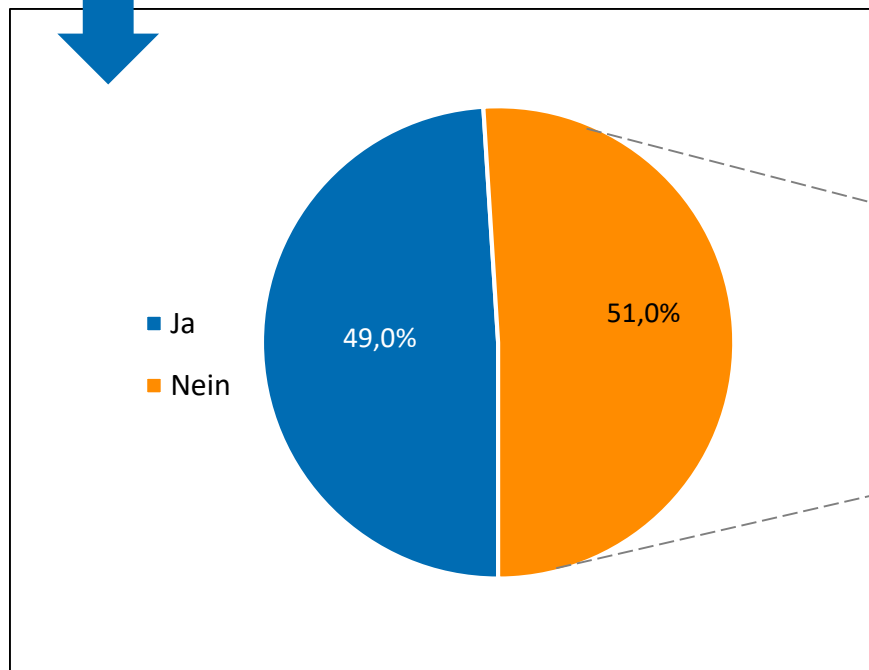


Ursprüngliche Pläne beim letzten Urlaub mit Wandern in Deutschland

Hatten Sie diesen Urlaub in Deutschland, bei dem Sie gewandert sind, bereits vor Corona geplant?

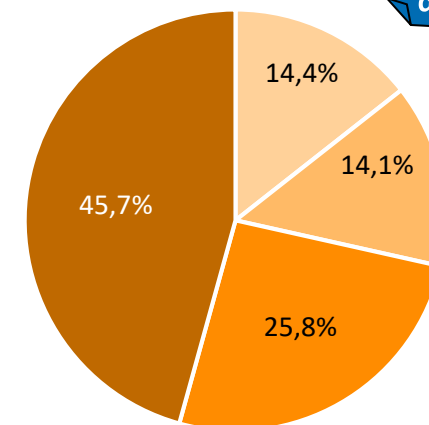
> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ N=1282 ▶ Basis: alle Befragten, die seit März 2020 mind. einen Wanderurlaub in Deutschland gemacht haben (Q1 = 1)



Wie haben Ihre ursprünglichen Urlaubspläne ausgesehen? (N=654)

- Ich hätte Wanderurlaub gemacht, aber nicht in Deutschland
- Ich hätte Urlaub in Deutschland gemacht, aber keinen Wanderurlaub
- Ich hätte weder einen Wanderurlaub noch Urlaub in Deutschland gemacht
- Ich hatte vor März 2020 noch keine Urlaubspläne



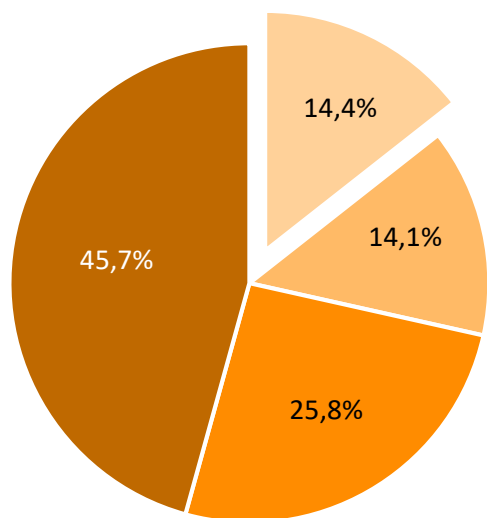
ähnliche Ergebnisse für vor- und drittletzten Urlaub

Ursprüngliche Pläne beim letzten Urlaub mit Wandern in Deutschland: Wanderurlaub nicht in Deutschland

Wie haben Ihre ursprünglichen Urlaubspläne ausgesehen?

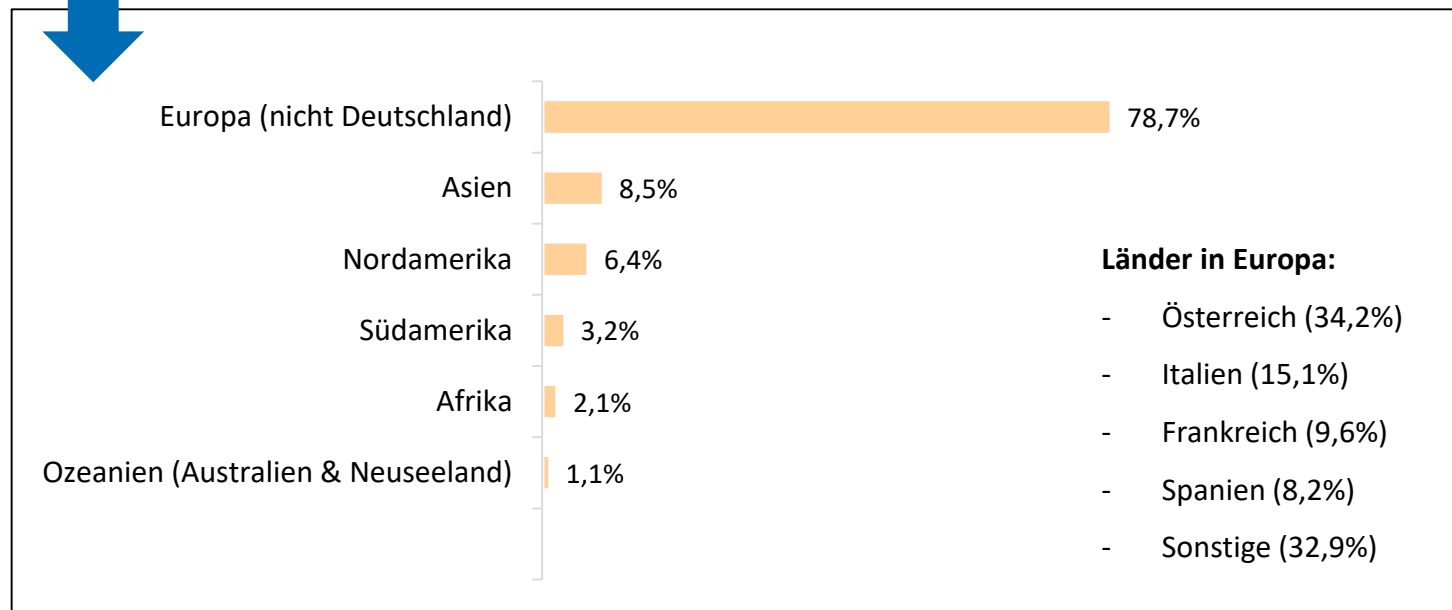
> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ N=654 ▶ Basis: alle Befragten, die seit März 2020 mind. einen Wanderurlaub in Deutschland gemacht haben (Q1 = 1) und diesen nicht im Vorfeld so geplant hatten (Q7_1 = 2)



Ich hätte Wanderurlaub gemacht, aber nicht in Deutschland

Wo wären Sie gewandert? (N=94)

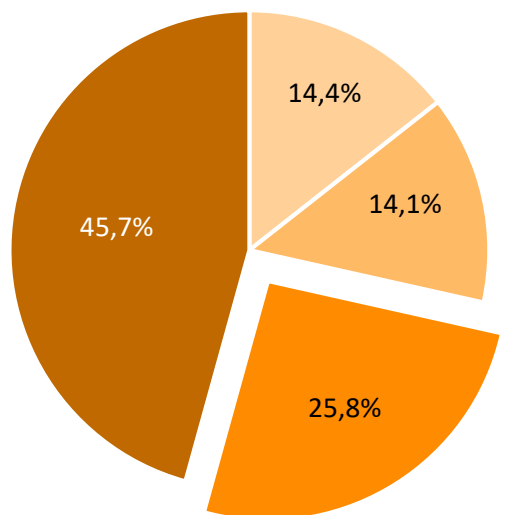


Ursprüngliche Pläne beim letzten Urlaub mit Wandern in Deutschland: Weder Deutschland noch Wanderurlaub

Wie haben Ihre ursprünglichen Urlaubspläne ausgesehen?

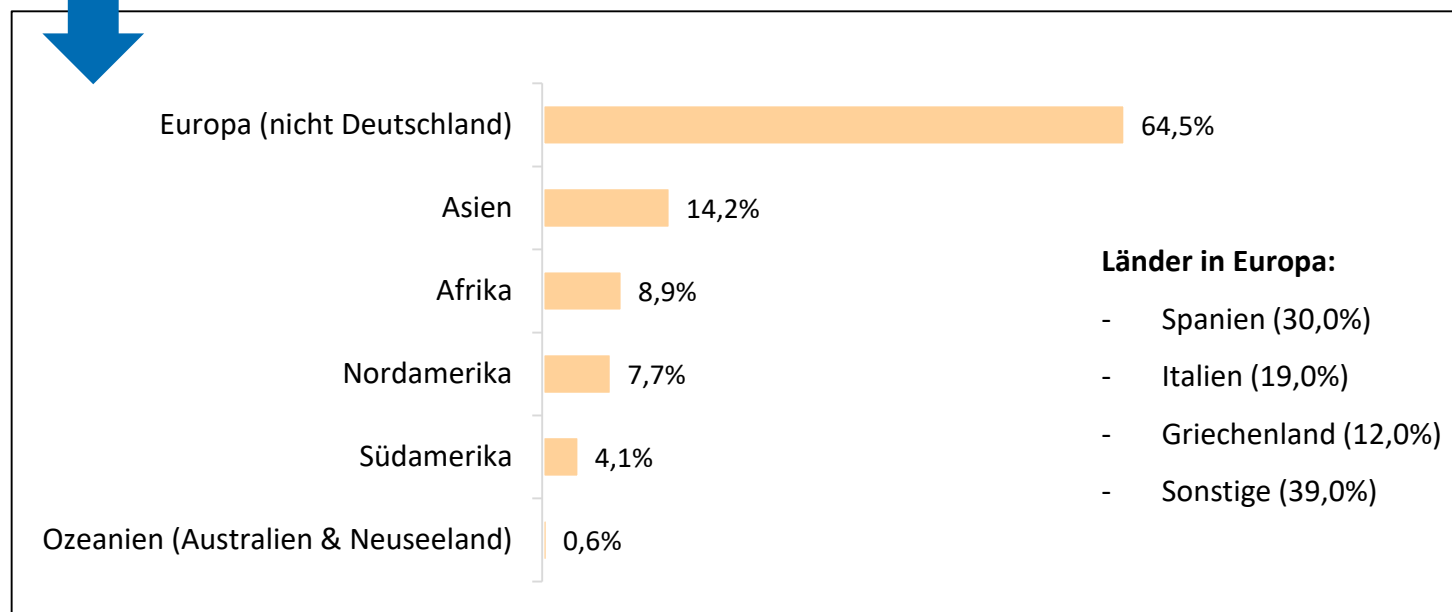
> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ N=654 ▶ Basis: alle Befragten, die seit März 2020 mind. einen Wanderurlaub in Deutschland gemacht haben (Q1 = 1) und diesen nicht im Vorfeld so geplant hatten (Q7_1 = 2)



Ich hätte weder einen Wanderurlaub noch Urlaub in Deutschland gemacht

Wo hätten Sie Urlaub gemacht? (N=169)

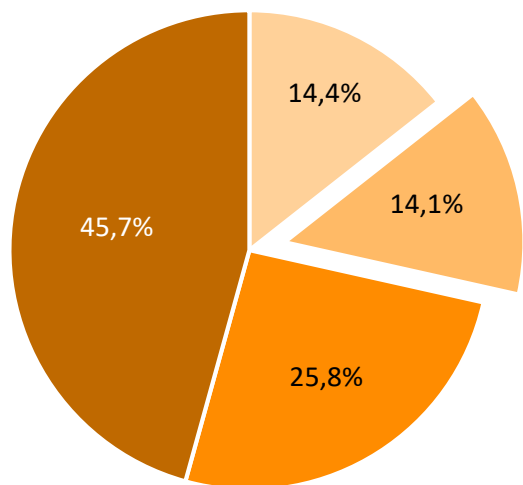


Ursprüngliche Pläne beim letzten Urlaub mit Wandern in Deutschland: Kein Wanderurlaub, aber Deutschland

Wie haben Ihre ursprünglichen Urlaubspläne ausgesehen?

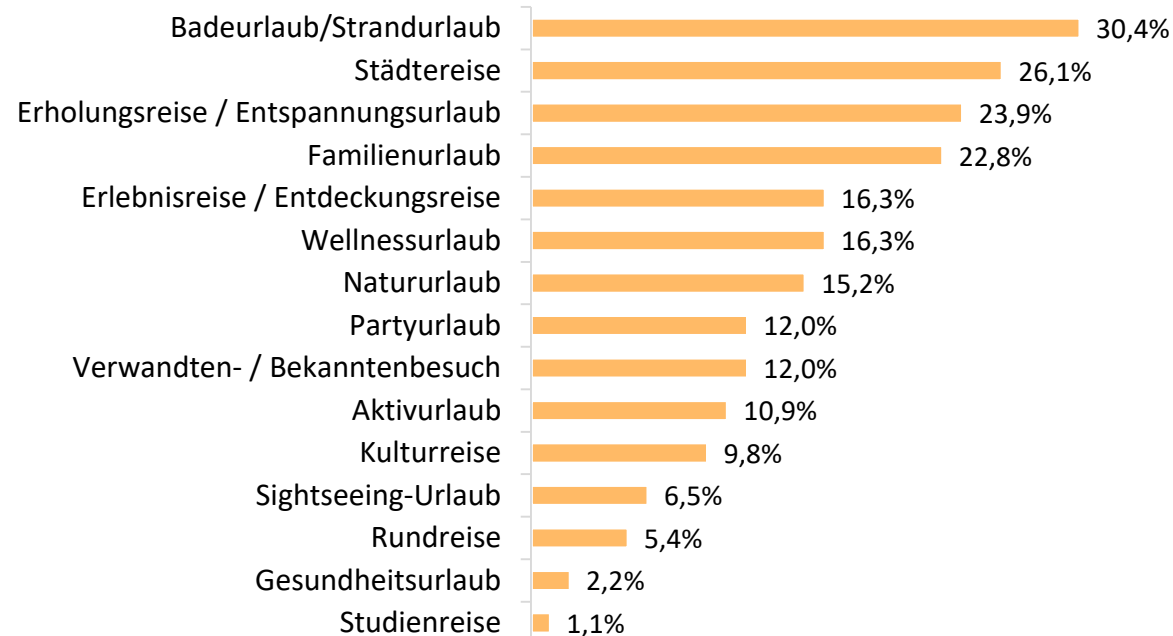
> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ N=654 ▶ Basis: alle Befragten, die seit März 2020 mind. einen Wanderurlaub in Deutschland gemacht haben (Q1 = 1) und diesen nicht im Vorfeld so geplant hatten (Q7_1 = 2)



Ich hätte Urlaub in Deutschland gemacht, aber keinen Wanderurlaub

Welche Art von Urlaub hätten Sie gemacht? (N=92)

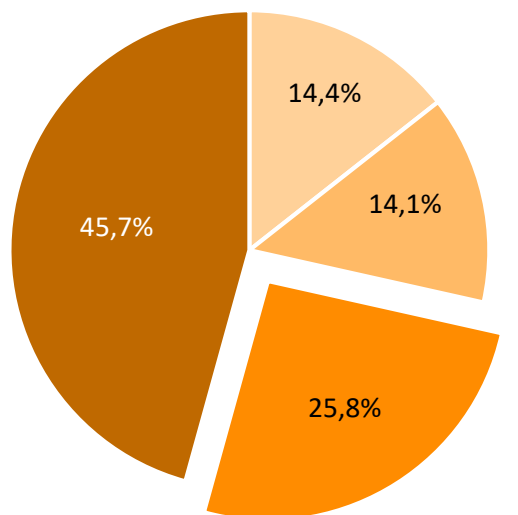


Ursprüngliche Pläne beim letzten Urlaub mit Wandern in Deutschland: Weder Deutschland noch Wanderurlaub

Wie haben Ihre ursprünglichen Urlaubspläne ausgesehen?

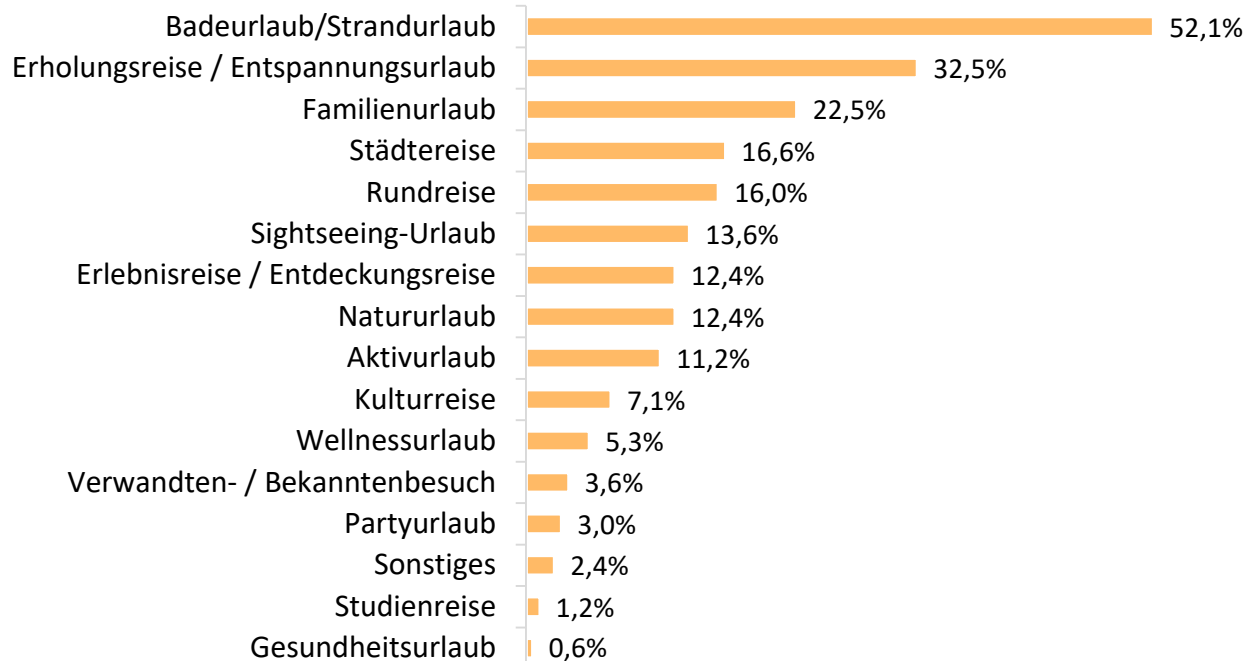
> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ N=654 ▶ Basis: alle Befragten, die seit März 2020 mind. einen Wanderurlaub in Deutschland gemacht haben (Q1 = 1) und diesen nicht im Vorfeld so geplant hatten (Q7_1 = 2)



Ich hätte weder einen Wanderurlaub noch Urlaub in Deutschland gemacht

Welche Art von Urlaub hätten Sie gemacht? (N=169)



Verknüpfung Wandern mit anderen Urlaubsaktivitäten beim letzten Urlaub mit Wandern in Deutschland

Mit welchen Urlaubsreiseaktivitäten haben Sie das Wandern während des letzten Urlaubs verbunden?

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ N=1282 ▶ Basis: alle Befragten, die seit März 2020 mind. einen Wanderurlaub in Deutschland gemacht haben (Q1 = 1)

Aktivitäten I	Anzahl	Prozent der Fälle
Landschaft erkunden und genießen	856	66,8
Stadt / Region kennenlernen	836	65,2
Natur pur erleben	744	58,0
Typische Speisen / Getränke genießen	615	48,0
Spazieren gehen	585	45,6
Kulturelle / historische Sehenswürdigkeiten besuchen	556	43,4
Radfahren / Radwandern	455	35,5
Aktivitäten am / im / auf dem Wasser (inkl. Baden, Segeln, Surfen, Tauchen, Schnorcheln)	393	30,7
Besonders viel Zeit mit der Familie / Partner / Freunden verbringen (z.B. romantisches Wochenende zu zweit)	338	26,4
Einkaufen / Shoppen gehen	292	22,8
Fortsetzung auf der nächsten Seite ...		

Quelle: Deutsches Institut für Tourismusforschung, 2021b

Verknüpfung Wandern mit anderen Urlaubsaktivitäten beim letzten Urlaub mit Wandern in Deutschland

Mit welchen Urlaubsreiseaktivitäten haben Sie das Wandern während des letzten Urlaubs verbunden?

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ N=1282 ▶ Basis: alle Befragten, die seit März 2020 mind. einen Wanderurlaub in Deutschland gemacht haben (Q1 = 1)

Aktivitäten II	Anzahl	Prozent der Fälle
Erlebniseinrichtungen wie Themen- / Freizeit- / Ferien- / Badeparks oder Zoo besuchen	233	18,2
Museen, Galerien, Ausstellungen besuchen	230	17,9
Wellnessangebote nutzen (Beauty, Vital, Medical)	142	11,1
sonstiger Aktivsport (z. B. Klettern, Trekking)	112	8,7
private Veranstaltungen / Treffen besuchen (z. B. Hochzeit, Geburtstag, Feiern, Klassentreffen)	108	8,4
Freizeitveranstaltungen wie Volksfeste, Gartenschauen, Weihnachtsmärkte, Konsumentenmessen besuchen	106	8,3
Veranstaltungen / Events besuchen (z. B. Sport, Musical, Oper, Konzert)	85	6,6
Zeit auf dem Bauernhof erleben / verbringen	73	5,7
Nachtleben genießen (z. B. Disco, Bar, Party, Clubs)	64	5,0
Golf spielen	56	4,4
Fortsetzung auf der nächsten Seite ...		

Quelle: Deutsches Institut für Tourismusforschung, 2021b

Verknüpfung Wandern mit anderen Urlaubsaktivitäten beim letzten Urlaub mit Wandern in Deutschland

Mit welchen Urlaubsreiseaktivitäten haben Sie das Wandern während des letzten Urlaubs verbunden?

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ N=1282 ► Basis: alle Befragten, die seit März 2020 mind. einen Wanderurlaub in Deutschland gemacht haben (Q1 = 1)

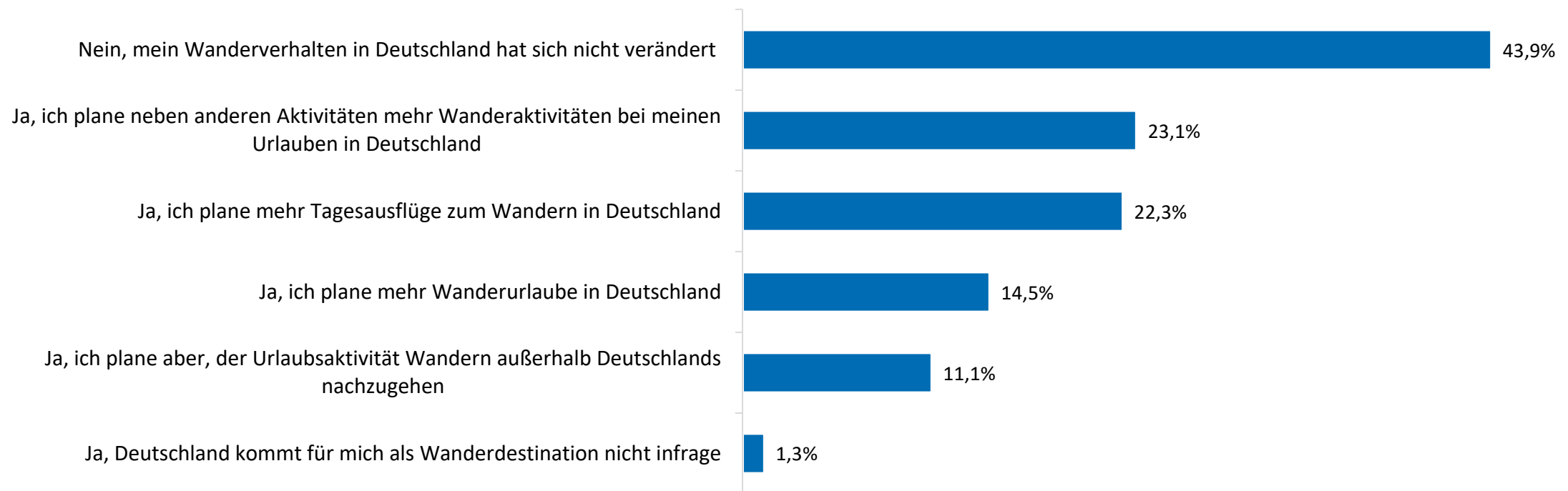
Aktivitäten III	Anzahl	Prozent der Fälle
Reiten	47	3,7
an kulturellen oder gesellschaftlichen Veranstaltungen und Aktivitäten teilnehmen (z. B. Vereinstreffen, Kegeln)	40	3,1
Mannschaftssport	36	2,8
Wintersportaktivitäten (z. B. Skifahren, Snowboarden, Langlaufen, Schlittschuhlaufen)	32	2,5
an politischen, kirchlichen oder sozialen Aktivitäten teilnehmen (z. B. Tagung, Kongress, Parteitage)	30	2,3
Kursangebote nutzen (z. B. Sprachen, Kreatives, Kochen) / Weiterbildung	27	2,1
Nichts davon	4	0,3
Sonstige Aktivität	29	2,3
Gesamt	7124	555,8

Veränderung des Verhaltens zum Wandern in Deutschland durch Covid-19

Hat sich durch Ihre in der Corona-Pandemie unternommenen Wanderaktivitäten Ihr Verhalten zum Wandern in Deutschland als Urlaubs- und Freizeitaktivität geändert?

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ N=1391 ▶ Basis: alle Befragten, die seit März 2020 mind. einen Wanderurlaub in Deutschland gemacht haben (Q1 = 1)



Was ist bei einem weiteren Wanderurlaub bzw. Urlaub mit Wandern in Deutschland wichtig?

Welche drei Aspekte sind Ihnen bei einem weiteren Wanderurlaub oder Urlaub, bei dem Sie auch wandern, in Deutschland besonders wichtig?

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ N=1244 ▶ Basis: alle Befragten, die planen (vielleicht) einen Wanderurlaub in den nächsten 12 Monaten bzw. 3 Jahren zu machen

Zusammenfassung nach Kategorien – Wichtige Aspekte I	Anzahl	Prozent der Nennungen	Prozent der Fälle
Natur/ Landschaft	627	17,1%	50,4%
Angebote der Region	350	9,5%	28,1%
Reiseziel	335	9,1%	26,9%
Unterkunft	284	7,7%	22,8%
Erholung & Ruhe	275	7,5%	22,1%
Wandern	259	7,1%	20,8%
Wetter	203	5,5%	16,3%
Preis	202	5,5%	16,2%
Menschen	181	4,9%	14,5%
Anreise	170	4,6%	13,7%
Gelände	157	4,3%	12,6%
Essen & Trinken	131	3,6%	10,5%
Fortsetzung auf der nächsten Seite ...			

Was ist bei einem weiteren Wanderurlaub bzw. Urlaub mit Wandern in Deutschland wichtig?

Welche drei Aspekte sind Ihnen bei einem weiteren Wanderurlaub oder Urlaub, bei dem Sie auch wandern, in Deutschland besonders wichtig?

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ N=1244 ▶ Basis: alle Befragten, die planen (vielleicht) einen Wanderurlaub in den nächsten 12 Monaten bzw. 3 Jahren zu machen

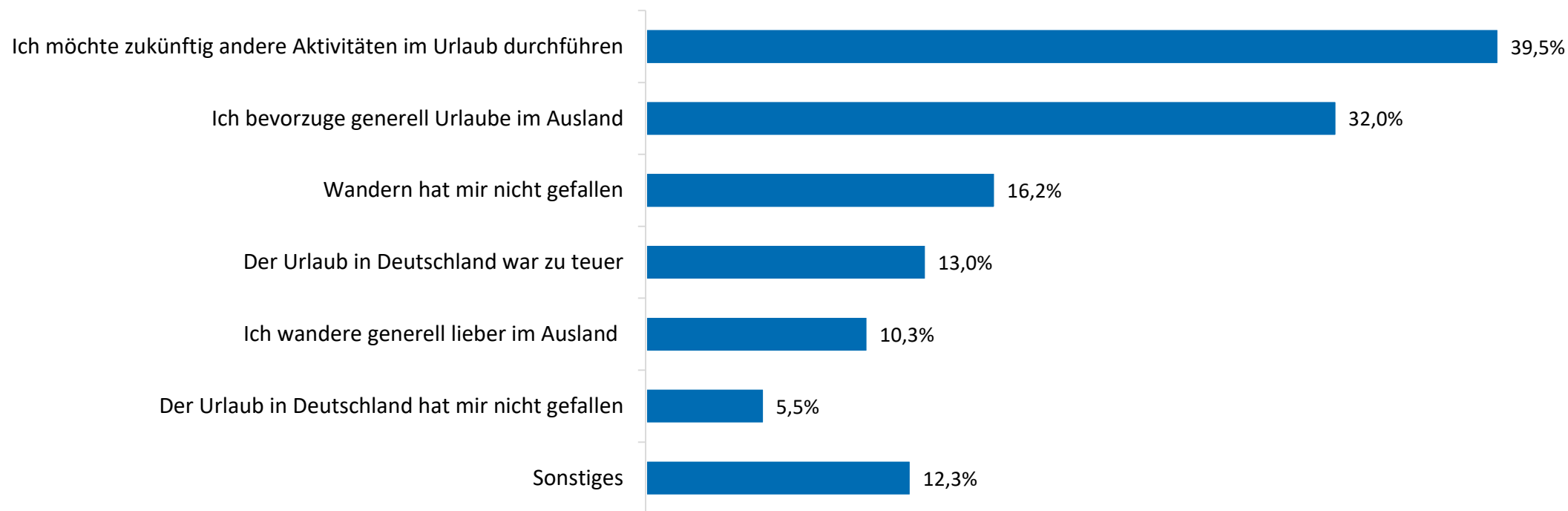
Zusammenfassung nach Kategorien – Wichtige Aspekte II	Anzahl	Prozent der Nennungen	Prozent der Fälle
Corona	129	3,5%	10,4%
weiß ich nicht/ nichts	86	2,3%	6,9%
Sportmöglichkeiten	62	1,7%	5,0%
Spaß/ Freude	42	1,1%	3,4%
Zeit/ Flexibilität	32	0,9%	2,6%
Gesundheit	29	0,8%	2,3%
gut/ schön	24	0,7%	1,9%
hundefreundlich	15	0,4%	1,2%
Freiheit/ freies Reisen	10	0,3%	0,8%
einfache Planung/ Reise	9	0,2%	0,7%
Sonstiges	59	1,6%	4,7%
Alle Nennungen	3.671	100,0%	295,1%

Deutschlandwanderer, die in der nächsten Zeit keinen weiteren Urlaub mit Wandern in Deutschland planen

Warum wollen Sie keinen weiteren Wanderurlaub oder Urlaub, bei dem Sie auch wandern, in Deutschland machen?

> Anteilswerte (Angabe in % der Befragten)

■ N=253 ▶ Basis: alle Befragten, die generell oder zurzeit nicht planen einen Wanderurlaub in den nächsten 12 Monaten bzw. 3 Jahren zu machen



Agenda

- ▶ 1. Bedeutung von Natur und Naturerleben in Zeiten von Covid-19
 - ▶ 2. Wanderverhalten der Deutschen
 - ▶ **3. Wandertourismus nach Covid-19**
 - ▶ 4. Chancen für einen resilienteren Tourismus in Deutschland?
-

Trendumkehr beim Reiseverhalten nach Covid-19 in Richtung Deutschlandtourismus, Natur, Nachhaltigkeit?

Was spricht dafür?

- **Positive Erfahrungen** mit Urlaub im Inland während der Pandemie
- Aufgezeigte Verwundbarkeit der Branche kann Wandel einen **resilienteren Tourismus** fördern
- Verstärktes **Nachhaltigkeitsbewusstsein**
- Steigende **Flugpreise** bzw. reduziertes Flugangebot?

Was spricht dagegen?

- **Nachholeffekte**, aufgestautes Fernweh, „Revenge-Travel“
- gegenüber Mai 2020 **verliert Deutschland als Reiseziel wieder an Aufmerksamkeit** (ReisePuls 2021)
- Langfristige Prognosen bis 2030 rechnen damit, dass ab 2025 die **Entwicklungen wieder in den alten Mustern verlaufen werden** (RA Trendstudie 2030)

„COVID-19 may provide an impetus for individuals to transform their travel behaviours, however transformation of the tourism system is extremely difficult“ (Hall, Scott, Gössling 2020)

Wandertourismus nach COVID-19?

„Der Wandertourismus [wird] kurz- und mittelfristig von der COVID-19 Pandemie profitieren und im besten Fall hält der Trend zum Wandern an. Denkbar ist aber auch, dass es sich um einen einmaligen Effekt handelt und es zu einer Abwanderung der neu gewonnenen Nachfrager zu anderen Marktsegmenten [...] kommt.“
(Schmude 2021)

Bei Wander-Interessenten zu beachten: Höhere Auslandsreiseabsicht bei längeren Urlauben im Vergleich zu allen Befragten (inspektour (international) GmbH / Deutsches Institut für Tourismusforschung 2020)

Die DITF-Wanderstudien zeigen, dass neue Gruppen in Corona dazugekommen sind. Ob und wodurch diese nachhaltig bleiben, müssen die Regionen mittels Mafo erarbeiten. Weitere Daten sind notwendig!

Agenda

- ▶ 1. Bedeutung von Natur und Naturerleben in Zeiten von Covid-19
- ▶ 2. Wanderverhalten der Deutschen
- ▶ 3. Wandertourismus nach Covid-19
- ▶ **4. Chancen für einen resilienteren Tourismus in Deutschland?**

Was hat das nun
mit Resilienz zu
tun?

Kann Wandern zu
resilienteren
Destinationen
beitragen?



Zu Wandern und Resilienz im Deutschlandtourismus

1) Hohe Stabilität naturnaher Aktivitäten, auch in der Covid-19 Pandemie

- Regionen mit Möglichkeiten für naturnahe Aktivitäten im Vorteil
- allerdings nicht automatisch Rückschlüsse auf wirtschaftlichen Erfolg möglich
- weitere Herausforderungen bedenken („temporärer Overtourismus“)
- keine Sicherheit für jegliche externe Schocks

2) „Neue“ Wanderer für deutsche Destinationen in der Pandemiezeit

- Chance, Nachfrager durch zielgruppengerechte Angebote erneut zu gewinnen



Wann stehen die Chancen gut, dass dies gelingen kann?

„Haben die Touristen in der Pandemie etwas kennengelernt oder haben sie sich sogar an etwas gewöhnt, das mittel- und langfristig Vorteile gegenüber dem bisherigen Verhalten bietet?“ (Eisenstein et al. 2021, S. 18)

Zwei Gedanken zur Umsetzung i.H.a. auf die „neuen“ Wanderer im Deutschlandtourismus

- ▶ Multifunktionalität in den Angebotsstrukturen durch **Diversifizierung und Modularität** (BTE 2020, Kompetenzzentrum Tourismus 2021) sowie **Nachfrageorientierung und Authentizität** (Beyer 2021)
 - Untersuchung der regionalen Wandernachfrage und Diversifizierung des Angebotes nach den entsprechenden Bedürfnissen
 - denkbar: Vernetzung mit anderen Aktivitäten, Wege- und allgemeine Infrastruktur
 - „Vorteile“ gegenüber bisherigem Reiseverhalten sichtbar machen

- ▶ Berücksichtigung im Sinne der Resilienz von z. B. **ökologischen und sozialen Aspekten**
 - Resilienz bezogen auf Umwelt
(Stichwörter: Verhalten „neuer“ Touristen in der Natur, Anstieg der Belastungen durch An- und Abreise)
 - Resilienz bezogen auf die Akzeptanz vor Ort



Unsere neuen
Wanderer?

Vielen Dank für Ihre/ Eure Aufmerksamkeit!

Quellen

- Beyer, M. (2021): Exzellenz durch Resilienz – Zukunftsfähige Tourismusedwicklung von Destinationen in Zeiten nach COVID-19. Vortrag auf der digitalen Fachkonferenz „Nachhaltigen Tourismus in Deutschland gestalten“ am 11.05.2021. Abrufbar unter: https://www.naturfreunde.de/sites/default/files/attachments/matthias_beyer_resilienz_vortrag-fachkonferenz_11-05-2021.pdf
- BfN (2021): Jugend-Naturbewusstsein 2020. Bevölkerungsbefragung zu Natur und biologischer Vielfalt. Abrufbar unter: <https://www.bmu.de/publikation/jugend-naturbewusstsein-2020/>
- BfN (2020): Naturbewusstsein 2019. Bevölkerungsbefragung zu Natur und biologischer Vielfalt. Abrufbar unter: <https://www.bfn.de/themen/gesellschaft/naturbewusstsein/studie-2019.html>
- BTE (2021): Krisenresilienz als Grundlage für nachhaltigen Tourismus. Abrufbar unter: <https://www.bte-tourismus.de/2020/12/02/workshop-krisenresilienz/>
- Burzinski, M. (2021): ReisePuls Deutschland 2021. So reisen die Deutschen.
- Deutscher Wanderverband Service GmbH (2021): Branchenbefragung Wandertourismus. Sommer- und Herbstbefragung 2020 zum Wandertourismus in der Corona-Pandemie. Abrufbar unter: <https://www.wanderbares-deutschland.de/Resources/Persistent/33eefa583d4e927b6f4804d40dd19d182d30cbe6/Branchenbefragung%20Wandertourismus%20-%20Corona%202020.pdf>
- Deutsches Institut für Tourismusforschung (2020): Städtetourismus in Zeiten von Covid-19: Erste Ergebnisse Deutscher Städtereisemonitor (DEST). Abrufbar unter: <https://www.ditf-fhw.de/forschung/aktuelle-projekte/detail/deutscher-staedtereisemonitor-dest>
- Deutsches Institut für Tourismusforschung (2021a): Untersuchung zur Nachfrage im deutschen Wandermarkt. (Bald) abrufbar unter: <https://www.ditf-fhw.de/forschung/aktuelle-projekte/detail/studien-zur-nachfrage-im-deutschen-wandermarkt>
- Deutsches Institut für Tourismusforschung (2021b): Untersuchung zur Nachfrage im deutschen Wandermarkt im Jahr 2021. <https://www.ditf-fhw.de/forschung/aktuelle-projekte/detail/studien-zur-nachfrage-im-deutschen-wandermarkt>
- dwif (2021): dwif-Tagesreisemonitor: Tagesreiseverhalten der Deutschen im Corona-Jahr 2020. Abrufbar unter: <https://www.dwif.de/item/corona-kompass-tagesreisemonitor-2020.html>

Quellen

Eisenstein, B., Köchling, A., Reif, J., Schmücker, D., Seeler, S. (2021): Tourismus in Zeiten der Corona-Pandemie. Ein Virus erschüttert das System Tourismus. In: Eisenstein, B., Kampen, J., Weis, R., Reif, J., Eilzer, C. (Hrsg.): Tourismusatlas Deutschland. 2. Auflage. München, 14-21.

FUR e.V. (2021): Reiseanalyse Trendstudie 2030. Urlaubsnachfrage im Quellmarkt Deutschland.

FUR e.V.: Reiseanalyse, diverse Jahrgänge.

inspektour (international) GmbH / Deutsches Institut für Tourismusforschung (2020): Destination Brand 2020. Webinar zu ersten Ergebnissen der Studie Destination Brand 20.

inspektour (international) GmbH / Deutsches Institut für Tourismusforschung (2019): Destination Brand 2019. Webinar zu ersten Ergebnissen der Studie Destination Brand 20.

Institut für Management und Tourismus (IMT) bzw. inspektour GmbH: Studienreihe Destination Brand, diverse Jahrgänge.

ITB Berlin NOW und Statista (2021): Über die Zukunft der deutschen Reisebranche und Trends wie Naturerlebnisse, Nachhaltigkeit und personalisiertes Reisen.

Pressemitteilung. Abrufbar unter: https://www.itb-berlin.de/Presse/Pressemitteilungen/News_91840.html

Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes (2021): Ergebnisprotokoll „Perspektive 2025: Revitalisierung durch Wandel“. Online-Tagung 20.09.2021.

Hall, C. M., Scott, D., Gössling, S. (2020): Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for, Tourism Geographies, 22:3, 577-598.

KölnTourismus GmbH (2021): KölnTourismus erweitert Stadterlebnisse um eigene Outdoor-Angebote, Pressemitteilung vom 28.04.2021. Abrufbar unter:

<https://www.koelntourismus.de/planen-informieren/newsroom/news/vier-neue-radtouren-fuer-koeln/>

Schmude, J. (2021): Marktsegmente des Tourismus.

Stiftung für Zukunftsfragen (2014): Der Dreiklang des deutschen Urlaubsglücks: Preis-Leistung, Natur und Freundlichkeit. Forschung aktuell, 256, 35. Jg., 01.07.2014. Abrufbar

unter: <https://www.stiftungfuerzukunftsfragen.de/newsletter-forschung-aktuell/256/>

Zukunftsinstitut (o.J.): Die Megatrends. Abrufbar unter: <https://www.zukunftsinstitut.de/dossier/megatrends/>

Ansprechpartner im Deutschen Institut für Tourismusforschung



Christian Eilzer

Leitungsreferent

Tel.: 0481 / 85 55 539

eilzer@fh-westkueste.de



Dr. Tim Harms

Mitglied des Deutschen Instituts für Tourismusforschung, Lehrkraft für besondere Aufgaben im Studiengang ITM

Tel.: 0481 / 85 55 561

harms@fh-westkueste.de



Sarah Dornheim

Projektmitarbeiterin im Deutschen Institut für Tourismusforschung

Tel.: 0481 / 85 55 606

dornheim@fh-westkueste.de

Impressum

Herausgeber

Fachhochschule Westküste
Deutsches Institut für Tourismusforschung der FH Westküste
Dipl.-Kfm. (FH) Christian Eilzer, M.A.
Dr. Tim Harms
Sarah Dornheim, B.A.
Fritz-Thiedemann-Ring 20
25746 Heide/Holstein

Projektdurchführung

Deutsches Institut für Tourismusforschung der FH Westküste, Heide

Deutsches Institut für Tourismusforschung, November 2021