



# Wanderstudie

DER DEUTSCHE WANDERMARKT 2014

PROJECT<sup>M</sup>

Erstmals seit 2010 liegen mit der Wanderstudie „Der deutsche Wandermarkt 2014“ bundesweit repräsentative Daten zu Struktur des Wandermarktes, Nachfragevolu-

men, wandertouristischem Angebot, Wettbewerbssituation, zukünftigen Entwicklungen, Herausforderungen und Handlungsfeldern vor.

## Die Workshops zur Studie

Die Ergebnisse der Studie zeigen: Wandern boomt. Mittlerweile wandern mehr als zwei Drittel der Deutschen. Zuwächse sind vor allem bei (neu einsteigenden und auch jüngeren) Seltenwanderern zu verzeichnen. Dennoch besteht auf Angebotsseite vielerorts noch Luft nach oben: Emotionen in Angebot und Vermarktung sind auszubauen, um unterscheidbar zu werden bzw. zu bleiben, Wege(netze) müssen an veränderte Anforderungen angepasst werden, digitales Marketing ist gefragt. Hier setzen die PROJECT M-Workshops zur Studie an: Was sind die spezifischen Konsequenzen und Handlungsoptionen für Wanderregionen und -orte?

### Mögliche Themenfelder

- Mit Blick auf die Nachfragetrends: Welche Kernzielgruppen sind künftig anzusprechen?
- Wie können regionale oder lokale Wanderwegenetze nachfrage- und einwohnerorientiert gestaltet werden? Wie kann in Zeiten knapper Kassen das Wegemanagement optimiert werden?
- Perspektiven für das Storytelling: Welche Inszenierungsansätze von Natur, Landschaft sind zu wählen? Welche wandertouristischen Produkte müssen demnach (weiter)entwickelt werden?
- Welche Formen der Netzwerkbildung und Qualifizierung von kleinen (wander)touristischen Unternehmen und Gastgebern sollen künftig forciert werden?
- Wer spielt welche Rolle im wandertouristischen Marketing und Vertrieb?

### Konkrete Mehrwerte

- Nutzung aktuellster Marktdaten zur Ableitung spezifischer regionaler oder lokaler Strategien im Wandertourismus
- Impulse für realisierbare Projekte und Maßnahmen für öffentliche und private wandertouristische Partner
- Ableitung wahrzunehmender Aufgaben und Zuständigkeiten
- Gelebtes Netzwerken mit Wanderpartnern vor Ort

### Bestandteile des Angebots

- 4-stündige Veranstaltung mit bis ca. 40 Teilnehmern Ihrer Wahl (z. B. Wandertouristiker, Anbieter, Unterkünfte)
- Impulsreferat zu Kernergebnissen der Wanderstudie (Zielgruppen, Potenziale, Handlungsfelder, Konsequenzen für Ihre Region/Ort)
- Moderation des Workshops; vorab erfolgt die Abstimmung von Zielen, Inhalten (z. B. Story-/ Inszenierungsansätze, Produktgestaltung, Wegemanagement) und Methoden (z. B. World Café-Sessions, Plenum)
- Zusammenfassung aller Ergebnisse in kompaktem Arbeitsprogramm (Leitprojekte, Zuständigkeiten, Fristen)
- Kosten: 1.600 Euro zzgl. MwSt. und Reisekosten
- Individuelle Anpassungen und Ergänzungen bzw. nur Impulsvortrag zur Studie möglich

## Ansprechpartner und weitere Informationen

- Informationen, Workshop- und Vortragsanfragen: PROJECT M GmbH, Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack und Hagen Melzer, [berlin@projectm.de](mailto:berlin@projectm.de), 030-21 45 87 0, [www.projectm.de](http://www.projectm.de)

- Bestellung der gesamten Studie: [www.wanderstudie.de](http://www.wanderstudie.de)