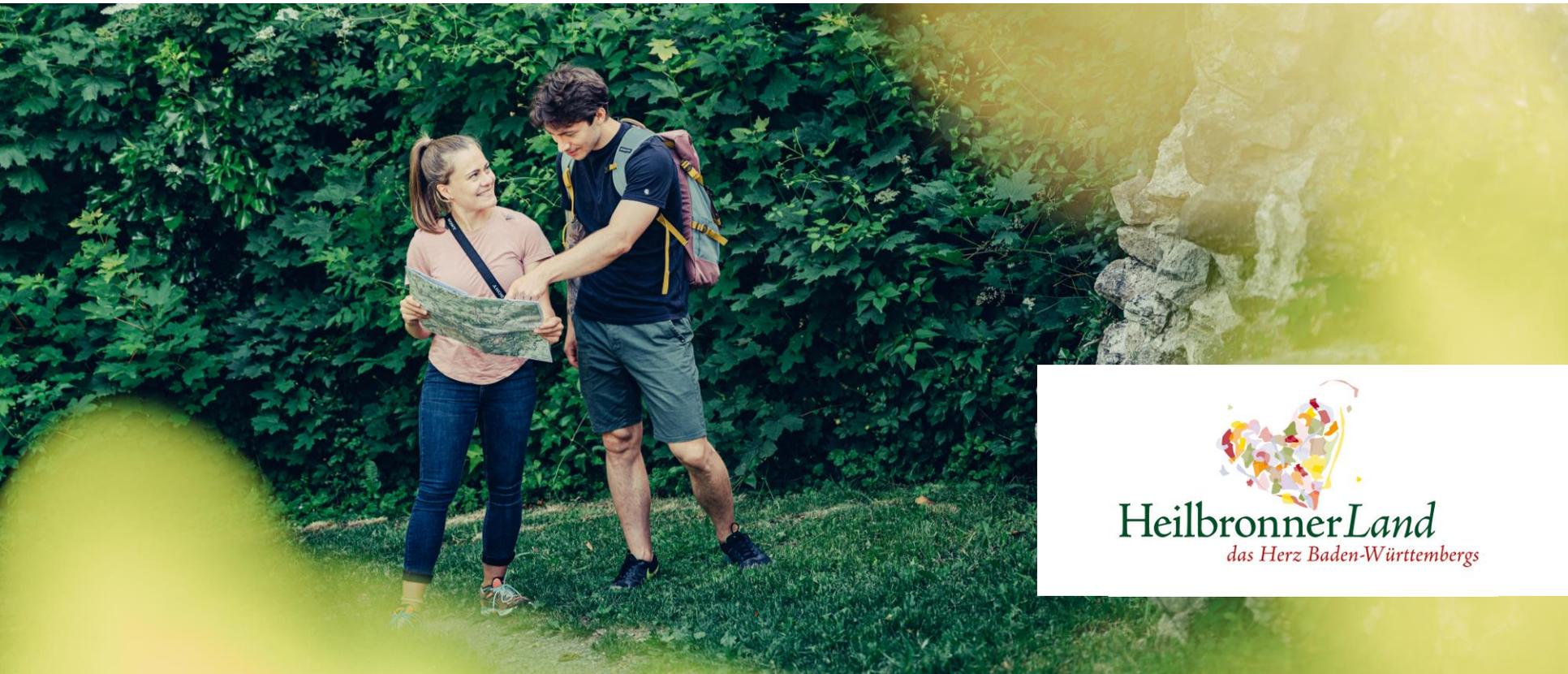


# Informationsmedien Wandern im HeilbronnerLand

Ergebnisse der Befragung im Sommer 2023 & Empfehlungen  
für die zukünftige Ausrichtung der Wanderkarten



# Agenda

---

- Rückblick
- Ergebnisse aus der Umfrage mit Handlungsempfehlungen
  - Stichprobenzusammensetzung und demographische Angaben der Befragten
  - Wanderverhalten der Befragten
  - Inspiration und Informationsverhalten
- Wie geht's jetzt weiter?

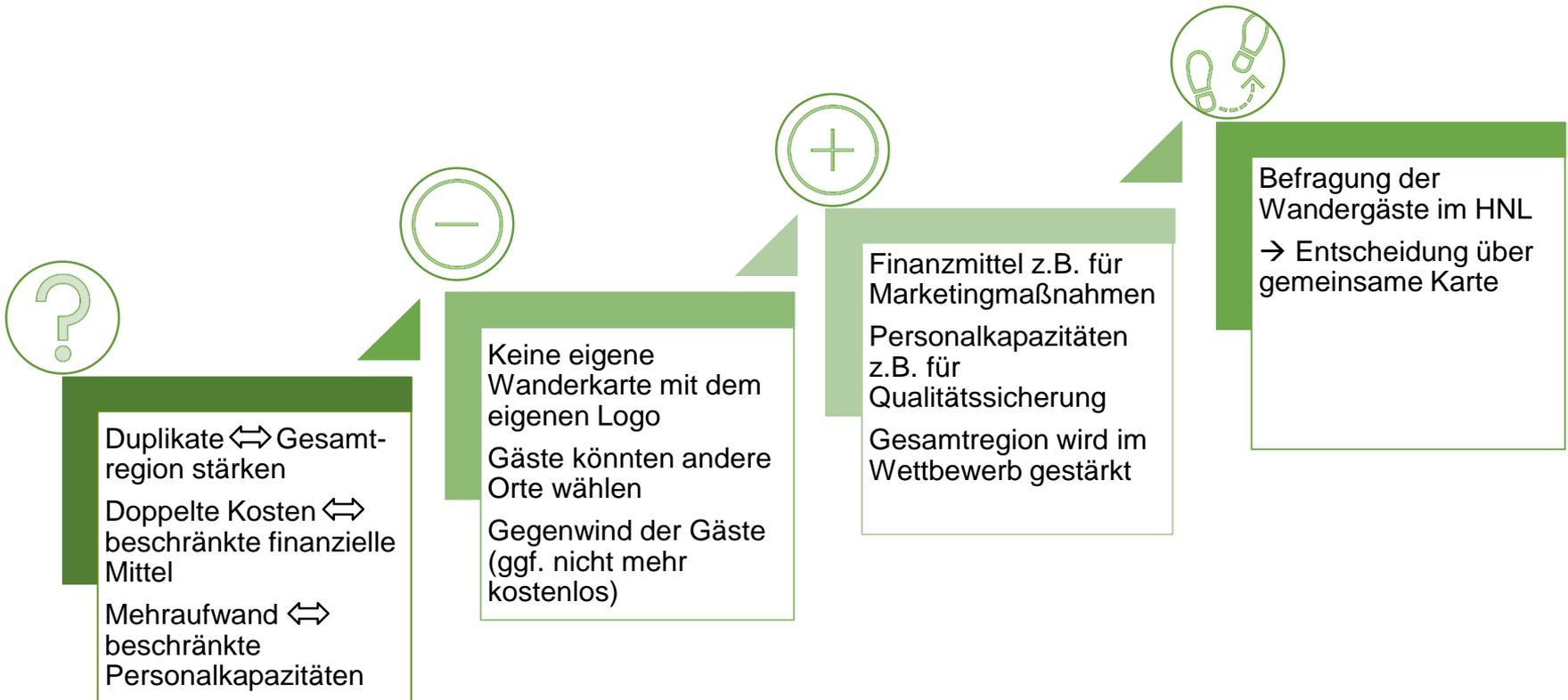


# Rückblick

## Wie können wir das besser machen?



HeilbronnerLand  
das Herz Baden-Württembergs



# Ergebnisse der Umfrage I

## Stichprobe und demografische Merkmale



HeilbronnerLand  
*das Herz Baden-Württembergs*

- Befragung musste für die Thesis ausgeweitet werden auf das Thema Informationsmedien i. A., nicht nur Wanderkarten
- Bereinigte Stichprobe von 207 Personen
- Geschlechterverteilung ausgewogen:  
56 % weiblich, 44 % männlich
- Durchschnittsalter ca. 44 Jahre,  
gleichmäßige Altersverteilung der Befragten
- Herkunft der Wandernden:  
89 Befragte aus dem Landkreis Heilbronn,  
94 von außerhalb

# Ergebnisse der Umfrage II

## Wanderverhalten der Befragten



### Wanderstrecke

Ø 10,5 km



### Wanderdauer

2-3 Stunden



### Wandermotive

Naturerlebnis,  
Bewegung, Ausgleich  
im Alltag

# Ergebnisse der Umfrage III

## Inspirations- und Informationsverhalten

### Informationssuche über das Wanderangebot

- Suchmaschinen (64%)
- Website und Broschüren der Region HeilbronnerLand je 34 %
- Komoot 49% ↔ Outdooractive 16%
- Touristinformation vor Ort 17%
- Zentrale Plattform zur Information gewünscht



Fokus auf digitale Medien

Stellenwert der Website  
HeilbronnerLand stärken

Präsenz auf Komoot verstärken:  
Wandercollections erstellen,  
Datenpflege von Touren &  
Highlights

# Ergebnisse der Umfrage III

## Inspirations- und Informationsverhalten

### Gewünschte Informationen – digital & analog

- Online-Informationen bevorzugt, Nachfrage nach Informationen in Printform <10%
- Detailinformationen nur online (z.B. Familienfreundlichkeit, Barrierefreiheit, ÖPNV)
- Kombination von Print & Online in Altersgruppen 50+



Fokus auf digitale  
Informationen

Detailinformation nicht explizit  
gefordert, sollten dennoch  
mitgeliefert werden

# Ergebnisse der Umfrage IV

## Inspirations- und Informationsverhalten



HeilbronnerLand  
das Herz Baden-Württembergs

### Nutzung von Wanderkarten

- Auswahl der Wanderroute (47 %)
- Orientierung im Gelände (44%)
- Überblick über die Region (42%)
- Ein Drittel nutzt keine Wanderkarten (Hauptgrund: Online-Informationen)

### Erwartungen an Wanderkarten

- Handliche Größe (66%)
- Überblick über gesamte Region (60%)
- Maßstab zur Orientierung im Gelände (45%)

### Zahlungsbereitschaft für Wanderkarten

- 40 % erwarten kostenlose Wanderkarten
- 60 % sind bereit, für eine Wanderkarte zu zahlen, davon 40 % bis zu einem Betrag von Ø 8,70 €

# Ergebnisse der Umfrage IV

## Inspirations- und Informationsverhalten

### Printprodukte Wandern

- WanderErlebnisKarte am häufigsten bekannt (24 %) und genutzt (17 %)
- Wanderkarte & -magazin WT Bekanntheit 12%, Nutzung 8 %
- Wander-Spaß NZT Bekanntheit 7%, Nutzung 5% (am geringsten)
- Sonstiges: lokale Flyer genannt (z. B. Bad Wimpfen, Wüstenrot)



Bekanntheit & Nutzung der  
Wanderkarten durch  
Zusammenführung erhöhen

Umgestaltung der topografischen  
Karten (Überblick der Region fehlt)

Zahlungsbereitschaft vorhanden →  
Pauschalpreis durch Mischkalkulation

Fokus auf digitale Informationen,  
Printprodukte als Ergänzung sehen

# Wie geht's weiter?

---



HeilbronnerLand  
*das Herz Baden-Württembergs*

- Kostenlose WanderErlebnisKarte HeilbronnerLand wird eingestellt und in der zweiten Jahreshälfte 2024 durch ein kostenloses „Wandermagazin“ (nur zur Inspiration & Verweis auf digitale Kanäle) ersetzt
- Neuauflage der topografischen Wanderkarten zur Wandersaison 2024
  - Entscheidung, wer sich den gemeinsamen Karten anschließt bis Ende November
  - Halten Regionen an der eigenen Wanderkarte fest, stellt THL die topografische Karte für diese Region ein
  - Vertrieb über THL weiterhin kostenpflichtig, möchten Regionen/Gemeinden die Karten kostenlos an ihre Gäste herausgeben, dann übernehmen sie die Kosten
- Weiterhin zur kostenfreien Nutzung: digitale Tourenbooklets