

PRESSE NEWS

Allgäu GmbH befragt Gäste entlang der Wandertrilogie Allgäu Studie gibt Aufschluss über Wandergäste im Allgäu.

Kempten (AG, 04.11.2021) – Seit 2014 besteht nun schon das knapp 900 Kilometer lange Weitwanderwegenetz Wandertrilogie Allgäu. Mittels einer Gästebefragung wurde nun erstmals die Wandertrilogie als auch das Wanderangebot im Allgäu auf den Prüfstand gestellt. Von 2019 bis 2021 wurden über 2.400 Wanderer im Allgäu auf den Routen der Wandertrilogie zu ihrem Wanderverhalten und soziodemografischen Merkmalen befragt. Auch sollten sie die Qualität der Wanderung und Etappen bewerten. Das Ergebnis: Der Allgäu-Wanderer ist im Durchschnitt 52,4 Jahre. Die Urlaubswanderer kommen vornehmlich aus Nordrhein-Westfalen und Baden-Württemberg. Sie sind am liebsten zu zweit unterwegs. Urlaubswanderer geben im Durchschnitt 79,50 Euro pro Tag aus, der Tageswanderer 19,10 Euro, davon wurden 63 % für die Einkehr ausgegeben. 68 % der Allgäu-Gäste wandern mehrmals in der Woche, damit mehr als im bundesweiten Durchschnitt von 62 %. Und so ist das Wandern auch Hauptanlass, ins Allgäu zu reisen.

Wandertrilogie Allgäu: Schulnote 1,4 bis 1,6

Die Gästebefragung, die von Project M aus Hamburg durchgeführt und im Rahmen des Leader-Projekts „Qualitätssicherung Wandern und Rad im Allgäu“ von der Allgäu GmbH 2019 in Auftrag gegeben worden war, wurde nun den 34 Partnerorten der Wandertrilogie sowie den Projektpartner vorgestellt. „Mit dem Ergebnis können wir sehr zufrieden sein“, sagt Bernhard Joachim, Geschäftsführer der Allgäu GmbH. „Die Natur erleben, etwas für die Gesundheit tun und aktiv sein, sind die Hauptmotive der Allgäu-Wanderer. Sowohl die Wegeführungen, die Wegebeschaffenheit, die Orientierung durch Beschilderung und Wegweisung erhielten Schulnoten zwischen 1,4 bis 1,6. Für zwei Drittel der Urlaubswanderer ist Wandern der Hauptanlass für ihre Reise ins Allgäu.“ Zudem gaben 58 % der Befragten an, die Wandertrilogie Allgäu gerne Freunden und Bekannten weiterzuempfehlen. „Die Wandertrilogie Allgäu“ hat im Vergleich zu anderen Destinationen einen sehr hohen Anteil an begeisterten Gästen“, ergänzt Heinz-Dieter Quack von Projekt M. Überrascht wurde das Institut von den Ergebnissen zum Informationsverhalten: Die Unterkünfte wurden als zweit wichtigste Inspirations- und Informationsquelle genannt. Somit tragen die Gastgeber entscheidend zur Zufriedenheit der Gäste bei.

Die gesamte Studie wird bis Ende des Jahres vorliegen. Die Ergebnisse fließen sowohl in die Qualitätssicherung als auch in die Weiterentwicklung des Wandertrilogie Allgäu ein.

Pressekontakt

Simone Zehnpfennig
Pressesprecherin Allgäu GmbH
Tel 0831/5753737
zehnpfennig@allgaeu.de

Bernhard Joachim
Geschäftsführer Allgäu GmbH
Tel 0831 /5753731
joachim@allgaeu.de www.allgaeu.de