

BLICKPUNKT WANDERTOURISMUS 3

Heinz-Dieter Quack | Jürgen Schmeißer (Hrsg.)

Gruppen- wanderreisen

Marktstruktur – Organisation – Prozesse



ESV ERICH
SCHMIDT
VERLAG

Blickpunkt Wandertourismus

Herausgegeben von Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack

Band 3

Gruppenwanderreisen

Marktstruktur – Organisation – Prozesse

Herausgegeben von

Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack

und **Dr. Jürgen Schmeißer**

Mit Beiträgen von

Prof. Dr. Harald Christa,

Elke Eichler,

Günther Krämer,

Dr. Michael Krause,

Dr. Uwe Lorenz,

Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack,

Dr. Jürgen Schmeißer,

Kathrin Schumacher,

Dr. Henning Smolka,

Franziska Thiele

ERICH SCHMIDT VERLAG

Weitere Informationen zu diesem Titel finden Sie unter
ESV.info/978 3 503 17486 7

Gedrucktes Werk: ISBN 978 3 503 17485 0
eBook: ISBN 978 3 503 17486 7
ISSN: 2365-0257

Alle Rechte vorbehalten.
© Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG, Berlin 2017
www.ESV.info

Ergeben sich zwischen der Version dieses eBooks
und dem gedruckten Werk Abweichungen,
ist der Inhalt des gedruckten Werkes verbindlich.

Vorwort der Herausgeber

Wanderungen sind wesentlicher Bestandteil von Freizeitgestaltung und sportlicher Aktivität eines bedeutenden Anteils der Bevölkerung Deutschlands und zahlreicher europäischer Staaten. Jüngere Marktforschungsergebnisse legen den Schluss nahe, dass Wanderreisen in der Gruppe rezent und zukünftig Nachfragerückgänge zu verzeichnen haben. Dem entgegen steht jedoch eine schier unüberschaubare Vielzahl angebotener, organisierter ein- oder mehrtägiger Wanderveranstaltungen, sei es von Wandervereinen, Wanderreiseveranstaltern, Tourismusorganisationen und Schutzgebieten oder auch örtlicher Wanderführer. Diese organisierten Wanderungen finden üblicherweise in sozialen Gruppen – zumeist temporär-formalen – statt. Die Organisationen der Veranstaltungen greifen dabei häufig auf ein sehr persönliches Erfahrungspotential weniger Macher zurück, das infolge der demografischen Veränderungen im Vereinsleben oder der Fluktuation bei touristischen Veranstaltern mitunter droht, nicht in erforderlicher Qualität übergeben und weiterentwickelt zu werden. Es mangelt an fundierten theoretischen und die praktische Arbeit beschreibenden Grundlagen für die Organisation von Gruppenwanderungen und Gruppenwanderreisen, da auch in der Ausbildung von Touristikern Wanderaktivitäten als touristischer Leistungsbestandteil kaum bedeutsam sind.

Vorliegender Sammelband hat daher das Ziel, im Segment Gruppenwanderreisen folgende Erkenntnislücken zu bearbeiten:

- Welche wesentlichen Marktstrukturen lassen sich aus deutscher Perspektive erkennen? Vor welchen Herausforderungen stehen die Marktteilnehmer? (Beitrag Quack/Schumacher)
- Welche spezifischen Herausforderungen bestehen für das Marketing von Gruppenwanderreisen? Welche Marketinginstrumente können gerade von KMU in diesem Segment wie angewandt werden? (Beitrag Christa/Schmeißer)
- Gibt es, gerade bei (geführten) Kleingruppen besondere Herausforderungen, die zu beachten sind? (Beiträge Krämer; Eichler; Schmeißer)
- Wie funktionieren „moderne“, also der Nachfrageentwicklung der letzten Jahre angepasste Gruppenangebote? (Beitrag Lorenz/Krause)
- Was ist eigentlich mit dem „guten alten“ Schulwandern? (Beitrag Smolka)
- Was passiert in der Gruppe? Welche Formen von Erleben lassen sich erkennen? (Beitrag Thiele).

Was passiert mit mir und der Gruppe, während ich wandere? Welchen Einfluss haben Persönlichkeit und Expertise des Wanderreiseleiters? Sind Gruppenangebote

überhaupt noch zeitgemäß; haben Sie gar Zukunft? Welchen komparativen Vorteil haben spezialisierte Veranstalter und Anbieter, vor welchen Problemen und Herausforderungen stehen sie?

Diesen und weiteren Fragen nähert sich vorliegender Band mit Hilfe zahlreicher Beiträge von Expertinnen und Experten der Szene, die die relevanten Themen aus ihren jeweiligen Perspektiven untersuchen.

Hierbei wünschen wir allen Leserinnen und Lesern dieses Bandes eine aufschlussreiche Lektüre.

Salzgitter/Dresden im März 2017

Heinz-Dieter Quack und Jürgen Schmeißer

Inhalt

Vorwort der Herausgeber	5
Abbildungsverzeichnis	9
Verzeichnis der Autorinnen und Autoren	9
Marktstrukturen im Gruppenwanderreisemarkt: ein Überblick <i>Heinz-Dieter Quack, Kathrin Schumacher</i>	13
Die Wandergruppe – eine Solidargemeinschaft? Wissenschaftliche Erkenntnisse und praktische Implikationen zum Gemeinschaftserleben beim Wandern <i>Franziska Thiele</i>	31
Organisation und Durchführung von Gruppenwanderreisen und Gruppenwanderungen <i>Jürgen Schmeißer</i>	49
Aspekte moderner Gruppenwanderreisen in der Wahrnehmung des Reiseveranstalters und der Reiseteilnehmer <i>Uwe Lorenz, Michael Krause</i>	79
Wanderreisen in Kleingruppen <i>Günther Krämer</i>	103
Basisanforderungen an den Wanderleiter <i>Elke Eichler</i>	119
Aspekte des Marketings von Gruppenwanderreisen <i>Harald Christa, Jürgen Schmeißer</i>	139
Schulwandern – Relikt aus dem 20. Jahrhundert oder Chance für neues Lernen? <i>Henning Smolka</i>	163

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildungen

Abb. 1	Die fünf Wettbewerbskräfte nach Porter	24
Abb. 2	Modell der themenzentrierten Interaktion beim Wandern	34
Abb. 3	Arbeitsschritte der Entwicklung, Planung und Durchführung von Gruppenwanderreisen	50
Abb. 4	Typologie von Wanderungen	69
Abb. 5	Wanderertypen	114
Abb. 6	Mitgliederstruktur des SWBV nach Alter und Geschlecht	124
Abb. 7	Marktanalyse	145
Abb. 8	Portfolio-Analyse	147
Abb. 9	SERVQUAL-Dimensionen	153
Abb. 10	Schulfahrt aus dem Jahr 1965 des Kasseler Goethe-Gymnasiums auf den Hohen Meißner	166
Abb. 11	Screenshot des Angebotes des Europaparks in Rust mit den besonderen Angeboten für Klassenfahrten	168
Abb. 12	Fotowand des Kindergartens Marburg-Elnhausen mit monatlich wiederkehrenden Motiven, die bei den kleinen Wanderungen entstanden sind	175
Abb. 13	Ideensammlung für Aktivitäten an einem Weg – hier der Christenbergpfad im Burgwald bei Marburg mit Orten für Erlebnispädagogik, Naturerfahrung, Land- Art und GPS-gestützter Suche.	179

Tabellen

Tab. 1	Übersicht der betrachteten Reiseveranstalter	16
Tab. 2	Umsätze und Teilnehmer der Veranstalter	17
Tab. 3	Angebotsübersicht spezialisierte Wanderreiseveranstalter	18
Tab. 4	Angebotsübersicht Reiseveranstalter mit Wanderreisen im Portfolio	20
Tab. 5	Übersicht über die Anzahl und Dauer von Gruppenwanderreisen nach Art der Reiseveranstalter	20
Tab. 6	Reiseziele der Wanderreiseveranstalter	22
Tab. 7	Übersicht über die Mindest- und Höchstteilnehmerzahlen der analysierten Anbieter	23
Tab. 8	Bewertung der Wettbewerbskräfte im Gruppenwanderreisemarkt	27
Tab. 9	Anzahl der Begleitpersonen beim Wandern 2008	36
Tab. 10	Gruppenstruktur beim Wandern	36
Tab. 11	Kostenfaktoren bei Gruppenwanderreisen verschiedener Organisationsformen,	58
Tab. 12	Kostenstruktur bei der Durchführung einer öffentlichen nichtgeführten Wanderung durch eine Non-Profit-Organisation	74
Tab. 13	Klassifizierung Schwierigkeitsgrade	89
Tab. 14	Gruppengrößen verschiedener Wanderreiseveranstalter lt. Reisebeschreibung, Einteilung nach eigener Schätzung	105
Tab. 15	Kundengewinnung	106
Tab. 16	Altersgliederung	107

Tab. 17	Mitgliederstruktur des SWBV nach Alter und Geschlecht.....	124
Tab. 18	Konzeptioneller Rahmen des Marketings.....	142
Tab. 19	Dimensionen der Umfeldanalyse.....	144
Tab. 20	Kriterien für eine Markt- bzw. Kundensegmentierung.....	149
Tab. 21	Übersicht über einige direkte und indirekte Bezüge des Wanderns zu ausgewählten Fächern.....	174

Verzeichnis der Autorinnen und Autoren

Prof. Dr. Harald Christa

Lehrt Sozialmanagement an der Ev. Hochschule Dresden (ehs); Leiter des MBA Sozialmanagement an der ehs; Leiter der Arbeitsstelle für Praxisforschung, Beratung und Entwicklung gGmbH an der ehs;

Evangelische Hochschule Dresden – University of Applied Sciences for Social Work, Education and Nursing

Dürerstraße 25, 01307 Dresden

E-Mail: harald.christa@ehs-dresden.de

Elke Eichler

Geschäftsführerin des Sächsischen Wander- und Bergsportverbandes e.V.

Trainer C / Breitensport Wandern

Vereinsmanager C und B

Sächsischer Wander- und Bergsportverband e.V.

Blumenstraße 80, 01307 Dresden

E-Mail: geschaeftsstelle@swbv.de

Günther Krämer

Geograph und Pädagoge, tätig als Wanderführer und Wanderreiseveranstalter sowie als Berater bei der Umsetzung wandertouristischer Konzepte im Rahmen der EU-Donastrategie, Mitglied des Deutschen Wanderinstituts mit Arbeitsschwerpunkt in den Karpaten und im Donauraum.

Lustwandeln GbR

Schongauerweg 1, 89081 Ulm

E-Mail: info@lustwandeln.eu

Dr. Michael Krause

Diplomgermanist und Sprachhistoriker (Komparative Linguistik),

Freischaffender Autor und Journalist, Mitglied mehrerer Journalistenverbände,

Arbeitet als Studienreiseleiter u.a. bei Eberhardt TRAVEL GmbH

Platanenstr. 33, 01129 Dresden

Email: m.krause@eberhardt-travel.de, mihakra2000@yahoo.de

Dr. Uwe Lorenz

Diplompädagoge, Geschäftsführender Gesellschafter des mittelständischen Reiseveranstalters Eberhardt TRAVEL (www.eberhardt-travel.de) und des Beförderungsunternehmens Satra Eberhardt GmbH (www.satra-eberhardt.de)

Eberhardt TRAVEL GmbH

Zschoner Ring 30, 01723 Kesselsdorf

Email: u.lorenz@eberhardt-travel.de

Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack

Lehrt Destinationsmanagement an der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften; Leiter des Forschungszentrums Wandern & Gesundheit des Deutschen Wanderinstitutes; Mitglied der wissenschaftlichen Leitung bei PROJECT M sowie beim Europäischen Tourismus Institut (ETI).
Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften
Institut für Tourismus- und Regionalforschung
Karl-Scharfenberg-Straße 55/57, 38229 Salzgitter
Email: h-d.quack@ostfalia.de

Dr. Jürgen Schmeißer

Diplom-Psychologe, Systemischer Coach, Studienreiseleiter und Wanderleiter; Trainer C / Breitensport Wandern; Mitglied der Dresdner Wanderer und Bergsteigervereins; Mitglied des Deutschen Wanderinstitutes.
Wägnerstraße 13d, 01309 Dresden
Email: mail@coaching-wandern.de

Kathrin Schumacher, M.A.

Ist wissenschaftliche Mitarbeiterin unter der Leitung von Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack an der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften und Autorin des zweiten Bandes „Blickpunkt Wandertourismus – Wandern als Erlebnis“.
Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften
Institut für Tourismus- und Regionalforschung
Karl-Scharfenberg-Straße 55/57, 38229 Salzgitter
Email: kat.schumacher@ostfalia.de

Dr. Henning Smolka

Ist seit 1989 mit seinem Büro Umweltkommunikation in dem Bereich Umweltbildung und Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) tätig und unterrichtet an der Käthe-Kollwitz-Schule in Marburg an der Fachschule für Sozialwesen vorwiegend die Fächer Ökologie und Politik. Gründungsmitglied des Deutschen Wanderinstitut e.V. und dort verantwortlich für Fortbildung und als Zertifizierer tätig.
Umweltkommunikation Henning Smolka
Auf der Höhe 8, 35096 Oberweimar
E-Mail umweltkommunikation.smolka@t-online.de

Dipl.-Geogr. Franziska Thiele

Ist wissenschaftliche Mitarbeiterin an der Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften und bearbeitet vornehmlich Projekte der Arbeitsgruppe „Wandern“ unter Leitung von Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack. In Ihrer Dissertation analysiert Frau Thiele Wandererfahrungsberichte aus Weblogs in Hinblick auf die dargestellte Erlebensqualität.
Ostfalia Hochschule für angewandte Wissenschaften
Institut für Tourismus- und Regionalforschung
Karl-Scharfenberg-Straße 55/57, 38229 Salzgitter
Email: f.thiele@ostfalia.de

Marktstrukturen im Gruppenwanderreisemarkt: ein Überblick

1 Der Wander- und Gruppenreisemarkt im Überblick

Der Wanderreisemarkt

Sowohl in der Freizeit als auch im Urlaub ist das Wandern eine beliebte Aktivität. Zählten 2010 noch 56% der deutschen Bevölkerung ab 14 Jahren zu den aktiven Wanderern, waren es 2014 bereits 69% (vgl. Deutscher Wanderverband 2010: 24 / Project M 2014: 10). Von den aktiven Wanderern gibt etwa ein Viertel an, ausschließlich im Urlaub zu wandern, während der Großteil in der Freizeit wandert. Durch Wanderurlauber wird so immerhin eine Summe von ca. 1,7 Mrd. € erwirtschaftet (der Gesamtumsatz im Wandertourismus beträgt ca. 7,1-7,8 Mrd. €). (vgl. Deutscher Wanderverband 2010: 70)

Allerdings stellt das Wandern selbst in den meisten Fällen keinen Hauptreiseanlass dar. Vielmehr ist es eine von mehreren Urlaubsaktivitäten (z.B. Wandern und der Besuch von Denkmälern oder Museen), die von rund 12 Mio. Personen im Urlaub durchgeführt wird. Dabei ist der Anteil an inländischen (6,0 Mio. Wanderer) und ausländischen (6,4 Mio. Wanderer) Reisezielen relativ ausgewogen. Besonders beliebt sind im Inland Bayern, Baden-Württemberg, Sachsen, Niedersachsen, Thüringen, Mecklenburg-Vorpommern sowie im Ausland vor allem die Alpenländer Österreich, Italien und die Schweiz. Mit Abstand folgen Frankreich, Tschechien, Spanien, Türkei, Schweden und Polen. (vgl. Deutscher Wanderverband 2010: 53f)

Werden während des Urlaubs Wanderungen unternommen, liegt die Gruppengröße bei Eintageswanderungen von Urlaubsort aus bei etwa 3,6 Personen, bei Eintagesetappen im Rahmen einer Mehrtageswanderung bei ca. 4,2 Personen (vgl. Deutscher Wanderverband 2010: 56).

Der Gruppenreisemarkt

Trotz steigender Individualisierung im Tourismus verreisen deutsche Urlauber gern in der Gruppe und entdecken gemeinsam verschiedenste Reiseziele. Im Jahr 2014 unternahm etwa ein Drittel der Deutschen ihre Hauptreise zusammen mit Freunden, Verwandten und Bekannten oder wählten eine Gruppenreise. Aufgrund des Komfort, der unkomplizierten Gepäckmitnahme und der Mobilität fällt die Wahl oftmals auf eine Gruppenreise mit dem Bus (61% aller Gruppenreisen). Dies kommt insbesondere deutschen Reisezielen zugute, denn rund ein Drittel der Gruppenreisenden wählen Ziele im Inland (2014: 0,63 Mio. Gruppenurlaubsreisen in Deutsch-

land, 1,24 Mio. Gruppenurlaubsreisen im Ausland). Beliebt sind hier die Bundesländer Mecklenburg-Vorpommern, Bayern, Niedersachsen, Sachsen und Baden-Württemberg. Geht die Reise ins Ausland, wird neben dem Bus auch mit dem Flugzeug (27%) gereist. Hier wird vor allem Italien als Reiseziel gewählt, gefolgt von Österreich, Kroatien, Spanien und der Tschechischen Republik. Insgesamt unternahmen 1,72 Mio. deutsche Reisende 2014 1,87 Mio. Gruppenurlaubsreisen mit einer Dauer ab 5 Tagen. Die bevorzugten Reisearten sind dabei Rundreisen, Erlebnisurlaube sowie Natururlaube. Diese werden zum größten Teil (82% an allen Gruppenreisen) als Pauschalreisen gebucht. Insgesamt liegt der Anteil der Gruppenreisen an allen Urlaubsreisen seit 2010 konstant bei 3%. (vgl. RDA 2015: 11ff)

Die beiden vorgestellten Märkte stellen einen Teil des Tourismusmarktes dar, welcher als abstrakter Ort, also ein gedankliches Konstrukt, verstanden wird, wo Angebot und Nachfrage aufeinander treffen (vgl. Freyer 2015: 385). In diesem Konstrukt sind der Wander- sowie der Gruppenreisemarkt jeweils als ein Nischenmarkt oder auch „Special-Interest-Markt“, wie Freyer (2015: 398) sie nennt, zu bezeichnen. Merkmale für diese Märkte sind vor allem das **spezielle Interesse der Nachfrager** an bestimmten Aktivitäten (hier das Wandern) oder auch spezielle Gruppen (bezogen auf das Alter, Verhalten o.ä.), die **speziellen Anbieter und Angebote**, wie kleine oder spezialisierte Anbieter, die individuelle, kundennahe Produkte anbieten sowie die **speziellen Marktstrukturen und –größen**, wie bspw. eine kleine Zahl von Anbietern, es werden keine Massenmärkte bedient etc. (vgl. Freyer 2015: 398f.).

2 Der Gruppenwanderreisemarkt – Markt- und Wettbewerbsbetrachtung

Stellen die Märkte für Wander- und Gruppenreisen Nischenmärkte dar, so ist der Gruppenwanderreisemarkt als eine „Nische in der Nische“ zu bezeichnen. 6,1% von allen Wanderurlauben und 5,8% aller Kurzreisen, die als Wanderurlaub gelten, zählen zu organisierten Gruppenreisen (vgl. VuMA 2016). Nachfrager sind hier insbesondere Alleinreisende und Paare bzw. Freunde ab 40 Jahren mit einem besonderen Interesse am Wandern. Der Markt ist geprägt von wenigen großen und einer Vielzahl kleiner Anbieter, wovon ein noch kleinerer Teil auf individuelle Wanderreisen für den Einzelnen und Wandergruppenreisen spezialisiert ist.

Eine Analyse der Anbieterstrukturen des Veranstaltermarktes gestaltet sich im Allgemeinen als schwierig – sowohl des Gesamtmarktes als auch der Teilmärkte. Denn es gibt keine umfassende Statistik, die alle Veranstalter berücksichtigt, noch dazu sind diese nicht dazu verpflichtet ihre Daten zu veröffentlichen. Auch die dauernden Marktveränderungen, Unternehmensfusionen, Insolvenzen etc. sowie die unterschiedlichen Erfassungsmethoden verschiedener Erhebungen erschweren eine umfassende Analyse. (vgl. Kirstges 2014: 23)

Im Folgenden soll daher ein Einblick in die Anbieterstrukturen der Gruppenwanderreisen ermöglicht werden, wenngleich dieser nur einen Ausschnitt darstellen kann.

2.1 Ein Einblick in die Anbieterstruktur von Gruppenwanderreisen

Wird der Veranstaltermarkt insgesamt betrachtet, umfasst er ca. 1.700 Reiseveranstalter, weitere 1.000 Busreiseveranstalter, die regelmäßig Busreisen organisieren sowie ca. 800 bis 1.000 veranstaltende Reisebüros (vgl. Freyer 2015: 264 / Kirstges 2014: 26). Davon halten 3-6 große sowie etwa 50 mittelgroße Veranstalter drei Viertel des Marktvolumens, das restliche Viertel verteilt sich auf Kleinveranstalter (vgl. Freyer 2015: 266). D.h. dass von etwa 26 Mrd. € Gesamtumsatz durch die deutschen Veranstalter nur knapp 6,5 Mrd. € auf die Kleinveranstalter fallen (vgl. Kirstges 2014: 25). In dieses Segment lässt sich der Großteil der Veranstalter für Gruppenwanderreisen einordnen. Genaue Umsatzzahlen für diese Reiseveranstalter lassen sich allerdings nicht ermitteln.

Wie viele von diesen Reiseveranstaltern zählen nun zu den Gruppenwanderreiseveranstaltern? Diese Frage zu beantworten, ist ein durchaus schwieriges Unterfangen. Um zumindest ein Gefühl für eine ungefähre Anzahl zu erhalten, wird die Internetseite „TID Kontakte zur Touristik“ der FVW Medien GmbH herangezogen. Hier lassen sich insgesamt 417 Reiseveranstalter in der Kategorie „Gruppenreisen“ finden, darunter 118 Spezialisten (auf ein bestimmtes Segment spezialisierte Reiseveranstalter) (vgl. FVW Medien GmbH 2016). Um die Suche nach Gruppenwanderreiseveranstaltern ein wenig einzuschränken, kann eine Auswahl im Bereich „Wandern/Bergsteigen/Trekking“ vorgenommen werden. Hierunter fallen 166 Reiseveranstalter, wovon wiederum 70 zu den Spezialisten gezählt werden (vgl. FVW Medien GmbH 2016). Allerdings ist hieraus nicht auf Anhub ersichtlich, welche Veranstalter sich insbesondere auf Wanderreisen spezialisiert haben. Eine noch genauere Auflistung bietet die Internetseite „wirsindanderswo.de“ der Firma fairkehr GmbH. Der Fokus liegt hier auf nachhaltigem Reisen, weshalb jedoch auch sie keinen Gesamtüberblick ermöglicht. Insgesamt 34 Veranstalter organisieren Wanderreisen mit einem besonderen Fokus auf nachhaltigen Reisen (vgl. fairkehr GmbH 2016). Darunter sind sieben Anbieter auf Wanderreisen spezialisiert, wovon fünf Veranstalter Gruppenwanderreisen anbieten (vgl. fairkehr GmbH 2016).

Um einen Einblick in die spezifischen Marktstrukturen des Gruppenwanderreisemarktes zu gewähren, wurden 25 Veranstalter, teils orientiert an Krämer (hier im Band) und ausgewählt nach dem Zufallsprinzip über die beiden genannten Internetseiten, genauer betrachtet. Darunter elf Veranstalter, die sich auf Wanderreisen spezialisiert haben, sowie weitere 14 Veranstalter, die auch Wanderreisen im Portfolio führen.

Auf Wanderreisen spezialisierte Reiseveranstalter	Reiseveranstalter mit Wanderreisen im Portfolio
ASI	Berge & Meer
Lustwandeln	Gebeco
Natur & Kultur	Karawane
Via Liguria	Kiwi Tours
Weltweitwandern	schulz aktiv reisen
Wikinger Reisen	Hauser Exkursionen
Kleins Wanderreisen	Eberhardt Travel
Sento Wanderreisen	Studiosus
Highländer Reisen	DIAMIR Erlebnisreisen
Wanderlust	DAV Summit Club
Tra Cultura E Natura (TCEN)	Heideker Reisen
	Baumeler Reisen
	SDR Reisen
	Natours Reisen

Tab. 1 Übersicht der betrachteten Reiseveranstalter, Quelle: eigene Erhebung auf Basis der Internetseite des jeweiligen Veranstalters (siehe Literaturliste)

Um die aufgeführten Veranstalter den großen, mittelgroßen oder kleinen Reiseveranstaltern zuzuordnen, werden folgende Messkriterien herangezogen (vgl. Freyer 2015: 266ff):

- Großveranstalter
 - über 5% Marktanteil (bezogen auf Teilnehmer, Umsatz und Flugaufkommen)
- Mittelgroße Veranstalter
 - zwischen 0,05 bis 0,5% Marktanteil
 - Teilnehmerzahlen von über 10.000 Teilnehmern
 - und/oder ein Umsatz von über 6 Mio. €
- Kleine Veranstalter
 - unter 0,05% Marktanteil
 - Teilnehmerzahlen von weniger als 10.000 Teilnehmern
 - und/oder ein Umsatz von unter 6 Mio. €

Von den 25 analysierten Anbietern haben neun ihre Umsatz- bzw. Teilnehmerzahlen wie folgt veröffentlicht:

Veranstalter	Umsatz in €	Teilnehmerzahlen
Studiosus	262,5 Mio. (2016)	ca. 100.000 (2016)
Gebeco	116 Mio. (2014/15)	58.500 (2014/15)
Wikinger Reisen	99,1 Mio. (2016)	58.625 (2016)
Eberhardt Travel	38,9 Mio. (2014/15)	40.877 (2014/15)
DIAMIR Erlebnisreisen	26,1 Mio. (2014/15)	9.445 (2014/15)
Hauser Exkursionen	21,5 Mio. (2014/15)	9.000 (2014/15)
DAV Summit Club		über 12.000/Jahr
Heideker Reisen		ca. 11.000 (2009)
Weltweitwandern		3.000 (2015)

Tab. 2 Umsätze und Teilnehmer der Veranstalter, Quelle: eigene Aufstellung auf Basis der Internetseite des jeweiligen Veranstalters (siehe Literaturliste) / fvw Beilage Nr. 26/18, 2015: 5

Wie sich an der obigen Aufführung zunächst erkennen lässt, haben nur zwei von elf Wanderreisespezialisten Umsatz- und Teilnehmerzahlen veröffentlicht. Bis auf Weltweit wandern können alle hier aufgeführten Veranstalter den mittelgroßen Reiseveranstaltern zugeordnet werden. Zu den 50 umsatz- und teilnehmerstärksten Veranstaltern zählen laut FVW Medien GmbH (2015: 5) allerdings nur sechs der hier gelisteten Unternehmen: studiosus, Gebeco, Wikinger Reisen, Eberhardt-Travel, DIAMIR und Hauser Exkursionen. Bezogen auf den Umsatz zählt Wikinger Reisen, als einziger Wanderreisespezialist, zu den 20 stärksten Reiseveranstaltern im Jahr 2014/15 (vgl. FVW Medien GmbH 2015: 5). Gemessen an diesen Kriterien und aufgrund der Tatsache, dass der Großteil der Veranstalter keine Zahlen veröffentlicht bzw. zur Verfügung stellt, sind zehn von elf spezialisierten Wanderreiseveranstaltern und sieben von 14 Veranstaltern mit Wanderreisen im Portfolio den kleinen Reiseveranstaltern zuzuordnen. Dies bestätigt nochmals, dass es sich bei dem Markt für Gruppenwanderreisen eindeutig um einen Nischenmarkt mit einer Vielzahl von kleinen Anbietern handelt.

2.2 Angebotsanalyse

Um im nächsten Schritt eine Wettbewerbsbetrachtung durchführen zu können, ist es zunächst notwendig, das Angebot der ausgewählten Anbieter zu analysieren. Hier stellen sich insbesondere die folgenden Fragen:

- Gibt es nennenswerte bzw. besondere Unterschiede in den Angeboten der spezialisierten Wanderreiseveranstalter (z.B. hinsichtlich der Reiseziele, Anzahl der Reisen im Angebot o.ä.)?
- Welche Unterschiede gibt es bei den Angeboten zwischen spezialisierten Wanderreiseveranstaltern und Reiseveranstaltern, die auch Wanderreisen anbieten?
- Entsteht daraus jeweils eine starke Konkurrenz oder sind die Angebote genügend voneinander abgegrenzt, sodass nur ein mäßiger Konkurrenzdruck entsteht?

Die folgende Darstellung soll zunächst einen Überblick über das jeweilige Angebotsportfolio der Anbieter hinsichtlich der Reisearten, Reiselänge und der Anzahl der unterschiedlichen Gruppenwanderreisen (Reisen mit unterschiedlichen Reisezielen bzw. Reiseschwerpunkten/-themen) im Angebot ermöglichen:

Anbieter	Reisearten im Portfolio	Reiselänge	Insg. angebotene Gruppenwanderreisen
ASI	Wandern/Trekking, Rad, Alpin, Experience, Schnee, Specials	6-15 tägig	145; 18 Schneeschuhwanderreisen
Lustwandeln	Wanderreisen, Wanderstudienfahrten, Exkursionen, Tageswanderungen	1-11 tägig	9
Natur & Kultur	Wanderreisen, Radreisen	8-15 tägig	44
Via Liguria	Wanderung vom Bodensee zum Kigurischen Meer in Etappen		1
Weltweitwandern	Multiaktivreisen, Familienreisen, Bergtrekking, Wanderreisen, Privatreise, Rundreise	7-23 tägig	214
Wikinger Reisen	Wanderstudienreise mit und ohne Reiseleitung, Wanderurlaub individuell, Radreise mit Reiseleitung (weltweit) und individuell (Europa), Trekking-Touren, Fernreisen, Winterurlaub, Silvesterreisen, maßgeschneiderte Gruppenreisen, Tageswanderungen	5-27 tägig	302 geführter Wanderurlaub; 90 Wanderstudienreisen; 119 Fernreisen
Kleins Wanderreisen	Individuelle Wanderreisen, Standortwanderungen, geführte Wanderung in Deutschland und Europa	7-9 tägig	1 Deutschland; 15 Europa
Sento Wanderreisen	Wander-, Winter-, Frauen-, Individualreisen	4-14 tägig	17
Highländer Reisen	Wanderreisen, Radreisen, Aktivwochen, Thementouren, Sondergruppenreisen	8-13 tägig	31
Wanderlust	Wandern, Bergwandern, Aktiv-Ferien, Inselwandern, Gartenreisen, Natur Retreat, Kräuterwandern	7 tägig	5
Tra Cultura E Natura (TCEN)	Wanderreisen	7 tägig	13

Tab. 3 Angebotsübersicht spezialisierte Wanderreiseveranstalter, Quelle: eigene Erhebung auf Basis der Internetseite des jeweiligen Veranstalters, Stand Nov. 2016 (siehe Literaturliste)