

Juni 2025

Behoefteonderzoek

KWBON



Met dank aan hoofdsponsor:



PROVINCIE  UTRECHT

Markteffect

Inhoudsopgave

Onderzoeksverantwoording & leeswijzer

3 t/m 5

Conclusie & aanbevelingen

6 t/m 9

Resultaten

- Welke type wandelaars zijn er?
- Hoe, waar en waarom wandelen wandelaars?
- Op welke manier zoeken wandelaars naar informatie en inspiratie?
- Met wie wandelen wandelaars en welke (hulp)middelen gebruiken ze?
- Wat bevordert en belemmert wandelaars?

10 t/m 14

15 t/m 19

20 t/m 26

27 t/m 33

34 t/m 37

38 t/m 39

Profiel steekproef

Bijlage

40 t/m 53

Onderzoeksverantwoording & leeswijzer

Onderzoeksverantwoording



Onderzoeksvraag

Hoofdvraag: Hoe kan KWbN Nederlandse wandelaars effectiever bereiken?

Subvragen:

- Welke verschillende type wandelaars kunnen worden onderscheiden?
- Hoe gaan wandelaars op zoek naar informatie en inspiratie?
- Hoe bekend zijn wandelaars met Kwbn en wandel.nl?



Doelgroep

n=2.489

Nederlandse wandelaars van 18 jaar en ouder

Markt: n= 1.030

Achterban KWbN: n= 1.459

Toelichting:

- Met deze steekproef is de foutmarge 2,0%. Dit betekent dat als een resultaat in het onderzoek 50% is, dit in werkelijkheid tussen 48% en 52% ligt.



Methode

Kwantitatief online onderzoek

Toelichting:

- De data is verzameld via het onderzoekspanel van Markteffect.
- KWbN heeft naar ontvangers van de nieuwsbrief een mail gestuurd met een uitnodiging om deel te nemen aan het onderzoek. Ook via andere kanalen is de achterban van KWbN uitgenodigd voor deelname, denk aan werving via de website en sociale media.



Dataverzameling

6 mei t/m 25 mei 2025

Toelichting:

- De vragenlijst bestond uit 42 vragen (inclusief screenings- en achtergrondvragen).

Leeswijzer

Uitsplitsing op basis van de clusters

In dit rapport worden uitsplitsingen gemaakt op basis van vier clusters die naar aanleiding van een clusteranalyse zijn vastgesteld. Bij de weergave van tabellen wordt een vaste volgorde gehanteerd, waarbij de resultaten zijn gesorteerd op basis van het totaalresultaat. De resultaten zijn hierbij gesorteerd van hoog naar laag.

Weergave significante verschillen

Wanneer er sprake is van significante verschillen dan wordt dit in de tabellen aangeduid middels groene en roze markeringen. Een groene markering duidt een significant hoger resultaat aan ten opzichte van het totaalgemiddelde. Een roze markering laat daarentegen een significant lager resultaat ten opzichte van het totaalgemiddelde zien.

Voorbeeld:

	Totaal (n= 2.489)	De Natuurwandelaar (n = 1.039)	De Bewuste Wandelaar (n= 634)	De Afleidingzoekende Wandelaar (n= 290)	De Prestatiezoekende Wandelaar (n= 495)
Korte ommetjes (vanuit huis)	91	90	95	93	86
Wandelroutes (bijvoorbeeld in natuurgebieden of steden)	83	95	69	64	87
Deelname aan georganiseerde tochten of evenementen	46	63	10	11	76
Langeafstands -of prestatietochten (4Daagse, Kennedymarsen, etc.)	35	43	5	10	67
Wandelen via een (georganiseerde) wandelgroep of vereniging	15	23	4	4	17

In bovenstaande tabel zien we dat significant meer Bewuste Wandelaars korte ommetjes lopen, waar significant meer Natuurwandelaars en Prestatiezoekende Wandelaars deelnemen aan georganiseerde tochten of evenementen.

Conclusie & aanbevelingen

Conclusie

De Natuurwandelaars en Prestatiezoekende Wandelaars zijn op dit moment de doelgroepen met de meeste potentie voor KWbN, gezien hun sterke betrokkenheid bij wandelen. Hoewel deze twee segmenten samen een relatief groot marktaandeel vormen (62%), is het ook belangrijk om Bewuste Wandelaars en Afleidingzoekende Wandelaars aan te spreken om zo als organisatie relevant te zijn voor alle type wandelaars.

Wandelroutes en korte ommetjes zijn populair binnen ieder segment.

Binnen elk segment loopt de meerderheid van de wandelaars regelmatig korte ommetjes en maakt men gebruik van wandelroutes. Meer 'serieuze wandelactiviteiten', zoals georganiseerde tochten en prestatietochten, zijn vooral populair onder Natuur- en Prestatiezoekende Wandelaars. Van de Prestatiezoekende Wandelaars neemt zelfs twee op de drie deel aan prestatietochten.

Ongeacht het segment geven wandelaars de voorkeur aan een bosrijke omgeving. Genieten van de omgeving is dan ook de belangrijkste reden om te wandelen, gevolgd door plezier en fit blijven.

Vooral Natuurwandelaars en Prestatiezoekende Wandelaars zoeken naar informatie en inspiratie.

Natuur- en Prestatiezoekende Wandelaars zoeken vooral informatie en inspiratie rondom wandelroutes. Gewoonte- en Afleidingzoekende Wandelaars doen dit minder, al zoeken opvallend veel Afleidingzoekende Wandelaars wél informatie over mentaal welzijn. Prestatiezoekende Wandelaars richten zich daarnaast op tochten, evenementen, training en voeding.

Wat betreft gebruikte apps en websites wordt Wandel.nl veel geraadpleegd door Natuurwandelaars en Prestatiezoekende Wandelaars, terwijl Bewuste Wandelaars en Afleidingzoekende Wandelaars vaker algemene platforms gebruiken. Komoot staat bij elk segment in de top 3.

Vooral Natuurwandelaars en Prestatiezoekende Wandelaars zijn bereid om een bijdrage te leveren aan een organisatie zoals KWbN.

Voor een loyaliteitsprogramma spreken vooral korting op een wandeluitrusting en horeca aan. Specifiek voor Bewuste Wandelaars geldt dat een meerderheid niet is geïnteresseerd in een dergelijk programma.

Van de Natuurwandelaars en Prestatiezoekende Wandelaars zijn ruim twee op de vijf wandelaars bereid om een bijdrage te leveren aan een organisatie zoals KWbN.

Van de associaties met KWbN is een meerderheid positief (73%) waarbij vaak wordt verwezen naar de Nijmeegse Vierdaagse. Minder dan één op de tien associaties is negatief, waarbij vooral wordt verwezen naar het oubollige karakter van de organisatie.

Op basis van de clusteranalyse komen vier verschillende type wandelaars aan het licht



De Natuurwandelaars

De Natuurwandelaars zijn wandelaars die bewust natuur opzoeken om tot rust te komen en te genieten van de omgeving. Tijdens hun wandelingen letten ze op details in de natuur en gebruiken ze wandelen om het hoofd leeg te maken. Wekelijkse wandelingen van minimaal 30 minuten worden vaak ondernomen. Wandelen is zowel sport als ontspanning en draagt bij aan een gevoel van vrijheid. Daarnaast zien zij wandelen als een manier om nieuwe plekken te ontdekken. Hun wandelingen plannen ze meestal bewust, bijvoorbeeld in het weekend of tijdens vakanties, en minder vaak als spontane activiteit. Tijdens het wandelen vermijden ze afleidingen, zoals muziek, om zich zo volledig op de natuur te kunnen focussen.

Deze wandelaar kiest bewust voor stilte, natuur en balans en beschouwt het als een combinatie van sport en ontspanning.



De Bewuste Wandelaars

De Bewuste Wandelaars wandelen voor hun gezondheid en om van de natuur te genieten. Tijdens de wandelingen letten zij dan ook regelmatig op de details in de natuur. Technologie zoals apps of smartwatches gebruiken ze nauwelijks, en ook afleiding vermijden ze bewust. Ondanks dat Bewuste Wandelaars afleiding vermijden, wandelen ze relatief vaak het liefst samen met anderen. Alles bij elkaar staat de praktische kant centraal: wandelen is gezond, eenvoudig en goed in te passen in het dagelijkse patroon.

Deze wandelaar wandelt vooral om gezond te blijven zonder afleiding en samen met anderen.



De Afleidingzoekende Wandelaars

De Afleidingzoekende Wandelaars benaderen wandelen op een vrijblijvende en spontane manier. Voor hen is het vooral een recreatieve activiteit, waarbij weinig sprake is van planning of voorbereiding. Tijdens hun wandelingen maken ze vaak gebruik van digitale hulpmiddelen, zoals apps of een smartwatch. Afleiding zoeken ze bewust op: muziek of podcasts maken het wandelen voor hen compleet. Ze geven er de voorkeur aan om alleen te wandelen.

Deze wandelaar wandelt ongedwongen, spontaan, voor plezier en met afleidingen.



De Prestatiezoekende Wandelaars

De Prestatiezoekende wandelaars benaderen wandelen als een uitdagende activiteit, die zij beschouwen als sport. Voor hen is wandelen niet zomaar ontspanning, maar een manier om grenzen te verleggen, prestaties te leveren en actief bezig te zijn. Ze nemen geregeld deel aan georganiseerde evenementen en wandeltochten. Wekelijkse wandelingen van minimaal 30 minuten worden dan ook vaak ondernomen. Technologie speelt daarbij een rol: apps en smartwatches worden gebruikt om voortgang bij te houden en routes worden zorgvuldig voorbereid met kaarten of websites. Wandelen is doelgericht, gepland en zelden spontaan.

Deze wandelaar ziet wandelen als sport met een focus op prestatie, planning en technologie.

Aanbevelingen



Zet het platform van KWbN (actiever) in om wandelaars met elkaar te verbinden. Natuurwandelaars zoeken, net als de andere type wandelaars, online naar informatie over routes en wandeluitrusting. Wat hen onderscheidt is hun bovengemiddelde interesse in wandelreizen, wandelnieuws, maar ook de ervaringsverhalen van andere wandelaars. Vooral het laatste type content – de ervaringen van andere wandelaars – is momenteel nog beperkt aanwezig. Bovendien hechten Natuurwandelaars meer waarde aan het contact met wandelaars en geven zij vaker aan dat zij contact zouden willen leggen met andere wandelaars via apps of online platformen. Dit biedt kansen voor KWbN, omdat zij hier een actieve rol in kan vervullen door het eigen platform nadrukkelijker in te zetten als een community voor wandelliefhebbers. Dit platform kan eventueel ook ingezet worden om wandelaars aan een wandelmaatje te helpen, als zij daarin geïnteresseerd zijn.



Bied gerichte ondersteuning voor Prestatiezoekende Wandelaars door middel van individuele trainingsinformatie. Een meerderheid van de Prestatiezoekende Wandelaars geeft aan dat zij wandelen met een duidelijk sportief doel, zoals het trainen voor een afstand, evenement of prestatie. In hun informatiebehoefte ligt de nadruk dan ook op praktische en prestatiegerichte content, zoals trainingsschema's en adviezen over (sport)voeding. Op dit moment is het trainingsaanbod vanuit KWbN vooral gericht op trainingen in groepsverband, terwijl dit minder goed aansluit bij de voorkeuren van deze groep wandelaars. Prestatiezoekende Wandelaars zoeken eerder naar concrete (individuele) handvatten om hun prestaties te verbeteren. Aangezien zij bovengemiddeld vaak bereid zijn te betalen voor een persoonlijk trainingsprogramma of -schema, biedt dit een duidelijke kans voor uitbreiding van het aanbod. Door op deze behoefte in te spelen, kan KWbN haar toegevoegde waarde richting deze groep aanzienlijk versterken.



Verhoog de bekendheid en zichtbaarheid van KWbN en Wandel.nl onder de minder fanatieke wandelaars. Op dit moment lijken KWbN en Wandel.nl vooral bekend te zijn bij Natuurwandelaars en Prestatiezoekende Wandelaars, terwijl de organisaties in mindere mate bekend is bij de Bewuste Wandelaars en Afleidingzoekende Wandelaars. De eerste stap is daarom het vergroten van de naamsbekendheid, zodat ook deze groepen – die minder fanatiek zijn – in aanraking komen met het aanbod. Hoewel zij vaker aangeven niet actief op zoek te zijn naar wandelinformatie of -inspiratie, blijkt dat wanneer ze wél zoeken, hun interesses en behoeften al grotendeels worden bediend door het huidige aanbod. Er ligt dus een kans om deze doelgroepen gerichter te bereiken en te activeren, bijvoorbeeld via toegankelijke communicatie op plekken waar zij zich online of offline bevinden.



Versterk de rol van KWbN in het behoud en de ontwikkeling van aantrekkelijke wandelroutes. Wandelaars uit alle segmenten geven een duidelijke voorkeur aan wandelen in het bos. Mooie wandelroutes kunnen voor velen zelfs een motivatie vormen om vaker of langer te wandelen. Door als bond actief betrokken te zijn bij het ontwikkelen en behouden van kwalitatief hoogwaardige (natuur)routes, kan KWbN op een laagdrempelige manier haar zichtbaarheid vergroten. Bovendien sluit dit aan bij de verwachtingen die wandelaars hebben: zij zien het als een logische taak van KWbN om zich in te zetten voor de bescherming en verbetering van het wandelnetwerk in Nederland.



Onderzoek samenwerkingen met horeca langs wandelroutes. Een kans om het lidmaatschap van KWbN waardevoller te maken, ligt in samenwerkingen met horecagelegenheden langs wandelroutes. Relatief veel wandelaars hebben interesse in een loyaliteitsprogramma wanneer dit korting biedt op horeca onderweg. Aangezien een ruime meerderheid van de wandelaars uit alle segmenten al geld besteedt aan horeca tijdens het wandelen – of daar toe bereid is – sluit dit goed aan op hun bestaande gedrag. Door dit type voordeel aan het lidmaatschap toe te voegen en vervolgens duidelijk te communiceren, kan KWbN zowel haar aantrekkelijkheid als de praktische meerwaarde voor een bredere doelgroep vergroten.

A photograph of three people walking on a paved path in a park-like setting. On the left, a woman in a white t-shirt and blue skirt walks. In the middle, a woman in a black tank top and patterned shorts walks. On the right, a man in a dark polo shirt and shorts walks. The background shows greenery and a clear sky. The image has a semi-transparent green overlay.

Welke type wandelaars zijn er?

Clusteranalyse



In dit hoofdstuk wordt de uitkomst van een clusteranalyse beschreven.

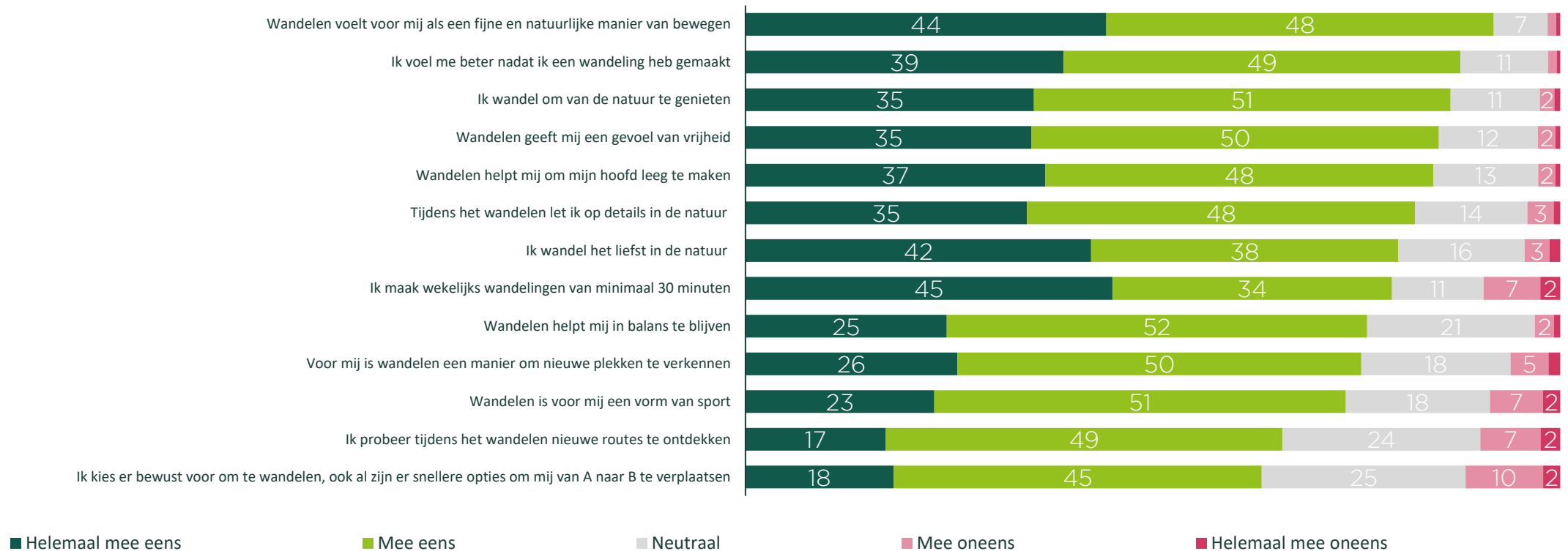
Een clusteranalyse is de classificatie van respondenten in clusters op basis van hun kenmerken. Het doel van clusteranalyse is om subgroepen in de totale populatie van wandelaars te vormen die elk hun eigen gedeelde kenmerken bevatten.

Om tot de clusters te komen zijn de resultaten op 27 stellingen gerelateerd aan verschillende aspecten met betrekking tot wandelen meegenomen. Uit de clusteranalyse komen vier clusters naar voren binnen de populatie van wandelaars in Nederland.

Deze vier clusters zijn qua omvang elk groot genoeg voor afzonderlijke verwerking.

Aan respondententen is gevraagd om te reageren op de volgende stellingen (1/2)

Stellingen (%)

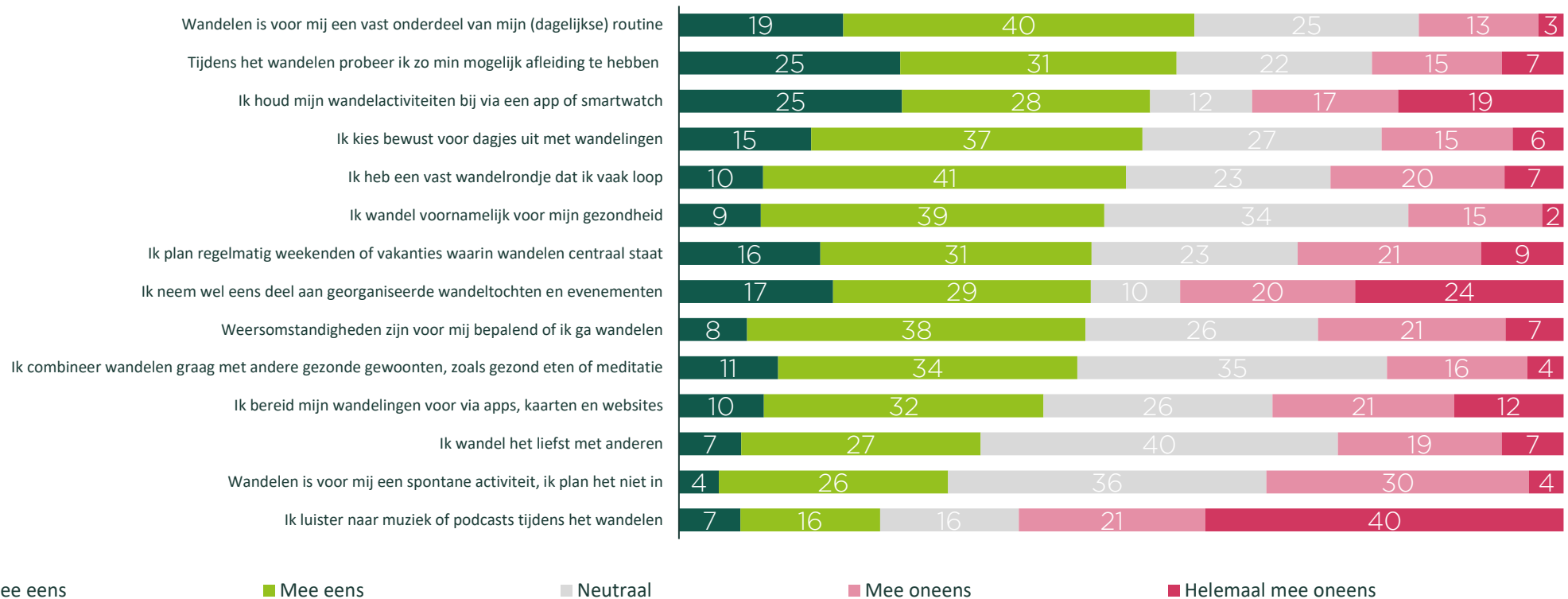


12

In hoeverre ben je het eens of oneens met de volgende stellingen? | Basis: alle respondenten (n = 2.489)

Aan respondententen is gevraagd om te reageren op de volgende stellingen (2/2)

Stellingen (%)



13

In hoeverre ben je het eens of oneens met de volgende stellingen? | Basis: alle respondenten (n = 2.489)

Typering wandelaars per cluster

Heatmap - % (Helemaal) mee eens

	De Natuurwandelaar (n = 1.039)	De Bewuste Wandelaar (n= 634)	De Afleidingzoekende Wandelaar (n= 290)	De Prestatiezoekende Wandelaar (n= 495)
Wandelen voelt voor mij als een fijne en natuurlijke manier van bewegen	97	87	85	91
Ik voel me beter nadat ik een wandeling heb gemaakt	95	79	82	88
Ik wandel om van de natuur te genieten	94	83	75	81
Wandelen geeft mij een gevoel van vrijheid	93	77	75	87
Wandelen helpt mij om mijn hoofd leeg te maken	90	77	80	85
Tijdens het wandelen let ik op details in de natuur	91	82	64	76
Ik wandel het liefst in de natuur	89	76	69	74
Ik maak wekelijks wandelingen van minimaal 30 minuten	90	64	68	85
Wandelen helpt mij in balans te blijven	85	65	68	79
Voor mij is wandelen een manier om nieuwe plekken te verkennen	91	57	57	79
Wandelen is voor mij een vorm van sport	83	56	59	84
Ik probeer tijdens het wandelen nieuwe routes te ontdekken	80	44	48	73
Ik kies er bewust voor om te wandelen, ook al zijn er snellere opties om mij van A naar B te verplaatsen	72	53	52	66
Wandelen is voor mij een vast onderdeel van mijn (dagelijkse) routine	71	41	47	61
Tijdens het wandelen probeer ik zo min mogelijk afleiding te hebben	85	74	6	6
Ik houd mijn wandelactiviteiten bij via een app of smartwatch	61	20	44	83
Ik kies bewust voor dagjes uit met wandelingen	74	26	28	56
Ik heb een vast wandelrondje dat ik vaak loop	47	53	60	51
Ik wandel voornamelijk voor mijn gezondheid	45	57	51	45
Ik plan regelmatig weekenden of vakanties waarin wandelen centraal staat	70	14	16	57
Ik neem wel eens deel aan georganiseerde wandeltochten en evenementen	64	7	13	79
Weersomstandigheden zijn voor mij bepalend of ik ga wandelen	29	73	70	33
Ik combineer wandelen graag met andere gezonde gewoonten, zoals gezond eten of meditatie	52	35	39	48
Ik bereid mijn wandelingen voor via apps, kaarten en websites	59	12	11	59
Ik wandel het liefst met anderen	34	40	26	33
Wandelen is voor mij een spontane activiteit, ik plan het niet in	17	56	57	12
Ik luister naar muziek of podcasts tijdens het wandelen	1	2	78	62

14

Niet alle respondenten zijn op basis van de clusteranalyse toe te wijzen aan één van de vier clusters. Daardoor is de som van de steekproefgrootte van de vier clusters (2.458) lager dan de totale steekproef (n = 2.489). Dit betekent dat 31 respondenten op basis van hun antwoorden op de stellingen niet zijn toe te wijzen aan een cluster.

In hoeverre ben je het eens of oneens met de volgende stellingen? | Basis: alle respondenten (n = 2.458)

Hoe, waar en waarom wandelen wandelaars?



Een meerderheid van de wandelaars loopt weleens een wandelroute of een kort ommetje. Vooral **Prestatiezoekende Wandelaars** doen mee aan langeafstands- of prestatietochten

Type wandeling (%)

	Totaal (n= 2.489)	De Natuurwandelaar (n = 1.039)	De Bewuste Wandelaar (n= 634)	De Afleidingzoekende Wandelaar (n= 290)	De Prestatiezoekende Wandelaar (n= 495)
Korte ommetjes (vanuit huis)	91	90	95	93	86
Wandelroutes (bijvoorbeeld in natuurgebieden of steden)	83	95	69	64	87
Deelname aan georganiseerde tochten of evenementen	46	63	10	11	76
Langeafstands -of prestatietochten (4Daagse, Kennedymarsen, etc.)	35	43	5	10	67
Wandelen via een (georganiseerde) wandelgroep of vereniging	15	23	4	4	17

Binnen ieder segment loopt relatief gezien het grootste aandeel wandelaars het liefst in het bos. **Bewuste Wandelaars** en **Afleidingzoekende Wandelaars** geven bovengemiddeld vaak de voorkeur aan een stedelijk gebied, terwijl **Natuurwandelaars** liever de bergen opzoeken

Voorkeur omgeving (%)

	Totaal (n= 2.489)	De Natuurwandelaar (n = 1.039)	De Bewuste Wandelaar (n= 634)	De Afleidingzoekende Wandelaar (n= 290)	De Prestatiezoekende Wandelaar (n= 495)
In het bos	42	39	46	41	42
In landelijk gebied (bijv. weilanden, polders)	17	18	18	11	18
In de bergen of heuvelachtig terrein	14	20	6	7	15
In de stad	5	0,6	10	16	3
Aan het strand	5	5	6	9	4
In duingebied	4	5	4	3	5
Op de heide	4	3	4	9	4
Bij landgoederen en kastelen	3	3	3	3	4
Andere plek	5	6	3	2	4

Overall is de voornaamste reden om te wandelen om te genieten van de omgeving en omdat men het leuk vindt

Redenen om te wandelen (%)

	Totaal (n= 2.489)	De Natuurwandelaar (n = 1.039)	De Bewuste Wandelaar (n= 634)	De Afleidingzoekende Wandelaar (n= 290)	De Prestatiezoekende Wandelaar (n= 495)
Om te genieten van de natuur/omgeving	77	90	67	54	77
Omdat ik het leuk vind	73	87	57	52	77
Om fit te worden/blijven	67	74	57	54	71
Omdat het mij helpt te ontspannen of mijn hoofd leeg te maken	66	76	53	56	69
Omdat ik zelf kan bepalen hoe vaak, wanneer en hoe lang/ver ik ga wandelen	60	66	58	47	57
Om mijn algehele gezondheid te verbeteren	58	63	53	49	60
Omdat ik nieuwe plekken/omgevingen wil ontdekken	45	64	25	21	46
Om te bewegen zonder prestatiedruk	45	47	49	40	37
Omdat het flexibel en laagdrempelig is	44	48	37	38	49
Om mezelf uit te dagen/ grenzen te verleggen	25	31	7	12	45
Om samen met anderen actief bezig te zijn (voor mijn sociale contacten)	24	32	14	14	28
Omdat ik wil trainen voor een afstand, evenement of andere sportprestatie	23	25	2	9	54
Om de hond(en) uit te laten	16	15	15	13	18
Omdat ik tijdens mijn werk(pauze) in beweging wil zijn	15	17	9	18	19
Omdat ik het beste uit mezelf wil halen	14	14	6	14	22
Omdat het 'hoort' om aan beweging te doen	7	3	9	14	6
Als onderdeel van revalidatie(s)	6	5	8	7	5
Omdat veel mensen in mijn omgeving ook wandelen	3	3	1	2	6
Andere reden	1	1	2	1	1

Wanneer men een vervoermiddel gebruikt om naar het startpunt van een wandeling te komen, dan is dat vaak de auto

Gebruik vervoermiddel naar startpunt wandeling (%)

	Totaal (n= 2.180)	De Natuurwandelaar (n = 1.025)	De Bewuste Wandelaar (n= 453)	De Afleidingzoekende Wandelaar (n= 201)	De Prestatiezoekende Wandelaar (n= 473)
Auto	47	53	37	31	52
Openbaar vervoer	12	15	5	7	13
Fiets	11	10	12	14	10
Scooter/motor	0,6	0,3	0,7	2	0,4
Deelvervoer	0,6	0,4	0,4	1,0	0,8
Anders	2	3	2	1	1
Niet van toepassing – ik start mijn wandeling direct vanaf huis, werk of een andere locatie	27	18	42	43	23

Op welke manier zoeken wandelaars naar informatie en inspiratie?

Onder **Natuurwandelaars** en **Prestatiezoekende Wandelaars** is het aandeel dat naar informatie of inspiratie zoekt het hoogst. Prestatiezoekende Wandelaars focussen daarbij meer op tochten, events, voeding en training; Natuurwandelaars zoeken vaker naar wandelreizen en –nieuws en verhalen van andere wandelaars

Onderwerpen waar men wel eens naar zoekt voor informatie of inspiratie (%)

	Totaal (n= 2.489)	De Natuurwandelaar (n = 1.039)	De Bewuste Wandelaar (n= 634)	De Afleidingzoekende Wandelaar (n= 290)	De Prestatiezoekende Wandelaar (n= 495)
Routes	59	76	33	30	73
Schoenen	40	50	20	26	52
Tochten of evenementen	35	47	7	8	59
Kleding	31	40	12	15	44
Wandelreizen	23	37	4	7	27
Nieuws over wandelen	22	34	7	4	25
Algemene gezondheid	17	17	16	13	21
Ervaringsverhalen van wandelaars	16	24	5	6	18
(Voorkomen van) blessures	14	18	3	8	24
Activity trackers / Sporthorloges	12	12	4	12	22
Oefeningen ter ondersteuning van wandelen	11	13	3	6	17
Mentaal welzijn	10	11	7	15	11
(Sport)voeding	10	10	3	9	20
Trainingsschema's	9	8	1	7	23
Mogelijkheden voor samen wandelen/ wandelgroepen	8	12	2	3	8
Mogelijkheden voor begeleiding	3	4	0,6	3	3
Anders	1	2	0,9	0,3	0,8
Ik ben niet op zoek naar informatie of inspiratie over wandelen	20	6	46	38	6

Over welke onderwerpen rondom wandelen zoek je wel eens informatie of inspiratie? | Basis: alle respondenten (n = 2.489)

Wandelaars zoeken online vooral naar informatie op het vlak van wandelroutes en locaties

Online zoeken naar meer informatie of inspiratie over wandelen (%)



Wat zou je intypen als je online meer informatie wilt zoeken over wandelen?
Basis: respondenten die weleens online naar informatie of inspiratie zoeken (n = 2.220)
Noot: de open antwoorden zijn geclassificeerd middels een AI tool

Het grootste aandeel wandelaars binnen ieder segment zoekt naar informatie op het vlak van wandelroutes of locaties. Bovengemiddeld veel Natuurwandelaars zoeken naar informatie over wandelvakanties, terwijl bovengemiddeld veel Prestatiezoekende Wandelaars zoeken naar informatie over kleding en tochten

Online zoeken naar meer informatie of inspiratie over wandelen (%)

	Totaal (n= 2.220)	De Natuurwandelaar (n = 978)	De Bewuste Wandelaar (n= 529)	De Afleidingzoekende Wandelaar (n= 240)	De Prestatiezoekende Wandelaar (n= 445)
Wandelroutes en locaties	59	62	57	54	56
Wandekleding en uitrusting	19	20	11	14	30
Wandeltochten en evenementen	18	22	4	5	29
Tips voor wandelen	9	7	6	12	16
Natuurgebieden en bezienswaardigheden	9	10	12	8	4
Wandelapps en technologie	8	9	8	5	10
Gezondheidsvoordelen van wandelen	8	5	9	14	10
Wandelvakanties en bestemmingen	8	13	2	3	7
Wandelen met honden	2	2	2	0,8	0,7
Wandelen met kinderen	0,0	0,0	0,0	0,4	0,0
Wandelevenementen	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0
Anders	9	6	13	15	8

Wat zou je intypen als je online meer informatie wilt zoeken over wandelen?
 Basis: respondenten die weleens online naar informatie of inspiratie zoeken (n = 2.220)
 Noot: de open antwoorden zijn geclassificeerd middels een AI tool

Met name Natuurwandelaars en Prestatiezoekende Wandelaars maken al gebruik van de website Wandel.nl. Binnen ieder segment wordt Komoot relatief vaak ingezet

Gebruik websites en apps (%)



Top 3 websites of apps per segment

De Natuurwandelaar

Wandel.nl (325x), Komoot (309x), Strava (84x)

De Bewuste Wandelaar

ANWB (43x), Google (41x), Komoot (32x)

De Afleidingzoekende
Wandelaar

Google (28x), Strava (21x), Komoot (15x)

De Prestatiezoekende Wandelaar

Wandel.nl (182x), Komoot (163x), Strava (80x)

Een meerderheid van de Natuurwandelaars en Prestatiezoekende Wandelaars is bekend met coaching of training gericht op wandelen

Bekend met coaching of training gericht op wandelen (%)

	Totaal (n= 2.489)	De Natuurwandelaar (n = 1.039)	De Bewuste Wandelaar (n= 634)	De Afleidingzoekende Wandelaar (n= 290)	De Prestatiezoekende Wandelaar (n= 495)
Ja, ik weet goed wat het inhoudt	23	32	9	13	29
Ja, ik heb er wel eens van gehoord, maar weet er weinig van	34	37	29	31	37
Nee, ik ben hier niet mee bekend	42	31	62	56	34

Ook als het gaat om het nut van coaching of training gericht op wandelen, vinden vooral **Natuurwandelaars** en **Prestatiezoekende Wandelaars** dit (heel erg) nuttig. Echter, een groot aandeel wandelaars neemt een neutraal standpunt is en is mogelijk nog te overtuigen

Mate van nut coaching of training gericht op wandelen (%)

	Totaal (n= 2.489)	De Natuurwandelaar (n = 1.039)	De Bewuste Wandelaar (n= 634)	De Afleidingzoekende Wandelaar (n= 290)	De Prestatiezoekende Wandelaar (n= 495)
Top 2 Box - (Heel erg) nuttig	36	44	24	26	40
Heel erg nuttig	5	7	1	2	5
Nuttig	31	36	22	24	35
Neutraal	50	46	55	52	51
Niet nuttig	9	7	14	14	6
Helemaal niet nuttig	5	4	8	8	3

**Met wie wandelen wandelaars en welke
(hulp)middelen gebruiken ze?**

Wandelaars lopen vooral samen met hun partner of vrienden/kennissen.

Een opvallend groot aandeel **Afleidingzoekende Wandelaars** geeft aan meestal alleen te wandelen

Persoon met wie men wandelt (%)

	Totaal (n= 2.489)	De Natuurwandelaar (n = 1.039)	De Bewuste Wandelaar (n= 634)	De Afleidingzoekende Wandelaar (n= 290)	De Prestatiezoekende Wandelaar (n= 495)
Mijn partner	44	47	53	29	34
Mijn vrienden of kennissen	31	37	18	23	41
Mijn hond	12	12	13	10	13
Mijn (klein)kinderen	11	10	15	12	9
Mijn wandelgroep	8	14	2	1	7
Mijn collega's	6	6	5	7	8
Anders	6	7	2	4	10
Ik wandel meestal alleen	32	29	30	48	33

Met name **Natuurwandelaars** geven aan dat zij momenteel al een wandelmaatje hebben. Ruim één op de tien wandelaars zou graag een vast wandelmaatje willen.

Vast wandelmaatje (%)

	Totaal (n= 2.489)	De Natuurwandelaar (n = 1.039)	De Bewuste Wandelaar (n= 634)	De Afleidingzoekende Wandelaar (n= 290)	De Prestatiezoekende Wandelaar (n= 495)
Ja	43	55	32	21	47
Nee, maar die zou ik wel willen	11	10	10	17	12
Nee, en ik heb daar ook geen behoefte aan	45	35	58	62	41

Als het gaat om het belang van contact met andere wandelaars neemt een groot aandeel een neutraal standpunt in. Wel zijn meer **Natuurwandelaars** en **Prestatiezoekende Wandelaars** dan Bewuste Wandelaars en Afleidingzoekende Wandelaars van mening dat het (heel erg) belangrijk is

Belang contact met andere wandelaars (%)

	Totaal (n= 2.489)	De Natuurwandelaar (n = 1.039)	De Bewuste Wandelaar (n= 634)	De Afleidingzoekende Wandelaar (n= 290)	De Prestatiezoekende Wandelaar (n= 495)
Top 2 Box - (Heel erg) belangrijk	18	24	9	10	22
Heel erg belangrijk	2	2	1	1	2
Belangrijk	17	22	8	9	21
Niet belangrijk, noch onbelangrijk	45	51	37	33	53
Niet belangrijk	22	17	29	32	19
Helemaal niet belangrijk	14	8	26	24	6

Op Prestatiezoekende Wandelaars na, geven wandelaars binnen de overige drie segmenten aan dat zij vooral in contact willen komen met andere wandelaars via naasten die ook wandelen. Op hun beurt zouden **Prestatiezoekende Wandelaars** in contact willen komen met anderen via georganiseerde wandeltochten- of evenementen

Manier waarop men in contact wil komen met andere wandelaars (%)

	Totaal (n= 1.582)	De Natuurwandelaar (n = 779)	De Bewuste Wandelaar (n= 291)	De Afleidingzoekende Wandelaar (n= 127)	De Prestatiezoekende Wandelaar (n= 371)
Via vrienden, familie, kennissen of collega's die ook wandelen	39	41	36	34	40
Via georganiseerde wandeltochten of evenementen	33	39	8	13	43
Via een wandelgroep met of zonder begeleiding	21	26	12	17	18
Via apps of online platforms die wandelaars met elkaar verbinden	20	25	8	17	22
Via sociale media	17	17	8	20	23
Anders	5	6	6	4	2
Ik kom liever niet in contact met andere wandelaars	22	14	43	35	17

In mindere mate gebruiken **Bewuste Wandelaars** en **Afleidingzoekende Wandelaars** (hulp)middelen tijdens het wandelen. Opmerkelijk is dat meer Prestatiezoekende Wandelaars hun smartwatch gebruiken, waar Natuurwandelaars vaker naar een wandelkaart of routebeschrijving grijpen

(Hulp)middelen tijdens het wandelen (%)

	Totaal (n= 2.489)	De Natuurwandelaar (n = 1.039)	De Bewuste Wandelaar (n= 634)	De Afleidingzoekende Wandelaar (n= 290)	De Prestatiezoekende Wandelaar (n= 495)
Wandelschoenen	74	93	46	43	88
Wandelrugzak – of tas	58	81	22	17	77
Wandel-apps	47	62	13	24	72
Wandekleding	47	67	13	13	66
Smartwatch	36	38	14	34	58
Wandelkaart / routebeschrijving	28	44	16	6	25
Reflecterende of verlichte accessoires voor in het donker	20	27	7	6	32
Wandelstokken	16	23	8	5	17
Drinksysteem	15	16	3	8	29
GPS-apparaat	14	18	6	11	18
Anders	2	2	3	2	2
Ik gebruik geen (hulp)middelen tijdens het wandelen	14	2	36	27	3

Met name **Natuurwandelaars** en **Prestatiezoekende Wandelaars** geven momenteel geld uit aan zaken gerelateerd aan wandelen of zijn daartoe bereid

Uitgaven gerelateerd aan wandelen (%)



33

Aan welke zaken op het vlak van wandelen geef je geld uit of ben je bereid geld uit te geven? | Basis: alle respondenten (n = 2.489)

Noot: een dikgedrukte groene waarde geeft een significant hoger resultaat dan het totaalgemiddelde weer, waar een dikgedrukt roze resultaat een significant lager resultaat aanduidt ten opzichte van het totaalgemiddelde

**Wat bevordert en belemmert wandelaars
om vaker of langer te wandelen?**

Mooie wandelroutes in de omgeving zouden vooral Natuurwandelaars en Prestatiezoekende Wandelaars motiveren om vaker/langer te wandelen, terwijl relatief veel Bewuste Wandelaars en Afleidingzoekende Wandelaars aangeven dat niets kan helpen

Aspecten die motiveren om vaker/langer te wandelen (%)

	Totaal (n= 2.489)	De Natuurwandelaar (n = 1.039)	De Bewuste Wandelaar (n= 634)	De Afleidingzoekende Wandelaar (n= 290)	De Prestatiezoekende Wandelaar (n= 495)
Mooie wandelroutes in mijn omgeving	43	48	35	34	48
Grotere variëteit aan wandelroutes (kortere of langere routes)	25	33	15	13	27
Een concreet wandeldoel	21	24	8	13	34
Toegang tot wandelapps met routes en uitdagingen	20	23	9	12	31
Betere informatie over wandelroutes	18	23	12	7	22
Openstelling van natuurgebieden	18	21	15	13	18
Betere wandelvoorzieningen	15	17	12	9	20
Een wandelmaatje	12	12	9	14	18
Korting op wandelaccessoires of – uitrusting	11	13	3	7	18
Betere infrastructuur	6	8	3	4	6
Ondersteuning bij het opbouwen van een wandelroutine	4	4	2	4	7
Meer informatie over de voordelen van wandelen	4	3	3	4	5
Persoonlijke begeleiding	3	2	2	3	3
Anders	9	11	8	5	9
Niets zou mij helpen om vaker te wandelen	27	20	43	36	17

Binnen ieder segment geldt dat onvoldoende tijd de voornaamste belemmering is tijdens het wandelen. Specifiek voor **Bewuste Wandelaars** en **Afleidingzoekende Wandelaars** vormt onvoldoende energie en motivatie een belemmering

Belemmeringen tijdens wandelen (%)

	Totaal (n= 2.489)	De Natuurwandelaar (n = 1.039)	De Bewuste Wandelaar (n= 634)	De Afleidingzoekende Wandelaar (n= 290)	De Prestatiezoekende Wandelaar (n= 495)
Onvoldoende tijd	27	26	23	32	32
Te weinig toiletten onderweg	19	19	16	16	28
Last van blessures	13	13	13	11	14
Onvoldoende energie	11	8	15	22	8
Onvoldoende motivatie	6	3	10	15	5
Onvoldoende kennis over routes of leuke wandelplekken	6	6	5	7	8
Weinig of geen wandelevenementen of -tochten in de buurt	5	6	1	3	10
Afnemende toegankelijkheid van natuurgebieden	5	6	5	4	6
Geen geschikte wandelpartner of gezelschap	5	5	4	6	5
Onvoldoende routes	4	3	4	7	5
Onvoldoende wandelpaden	4	4	4	5	4
Onvoldoende informatie over wandelroutes	4	4	2	4	4
Gebrek aan veiligheid in de buurt	3	2	2	6	3
Onvoldoende aanbod aan tochten en evenementen	3	3	0,6	1	5
Geen goede wandeluitrusting	2	2	0,9	4	3
Onvoldoende wandelvoorzieningen	2	2	1	3	2
Anders	5	6	6	3	4
Ik ervaar momenteel geen belemmeringen tijdens het wandelen	37	41	40	28	34

Welke belemmeringen ervaar je momenteel tijdens het wandelen? | Basis: alle respondenten (n = 2.489)

Over het algemeen is een meerderheid van de wandelaars van mening dat zij voldoende wandelmogelijkheden vanaf de voordeur hebben. Echter, minder **Afleidingzoekende Wandelaars** beamen dit, terwijl zij juist ommetjes lopen

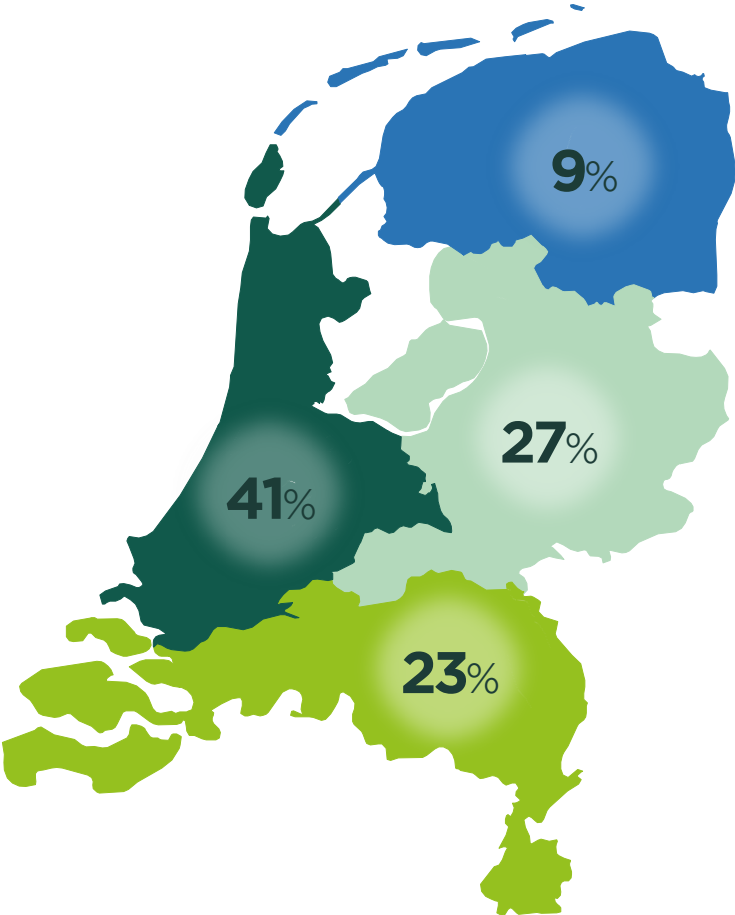
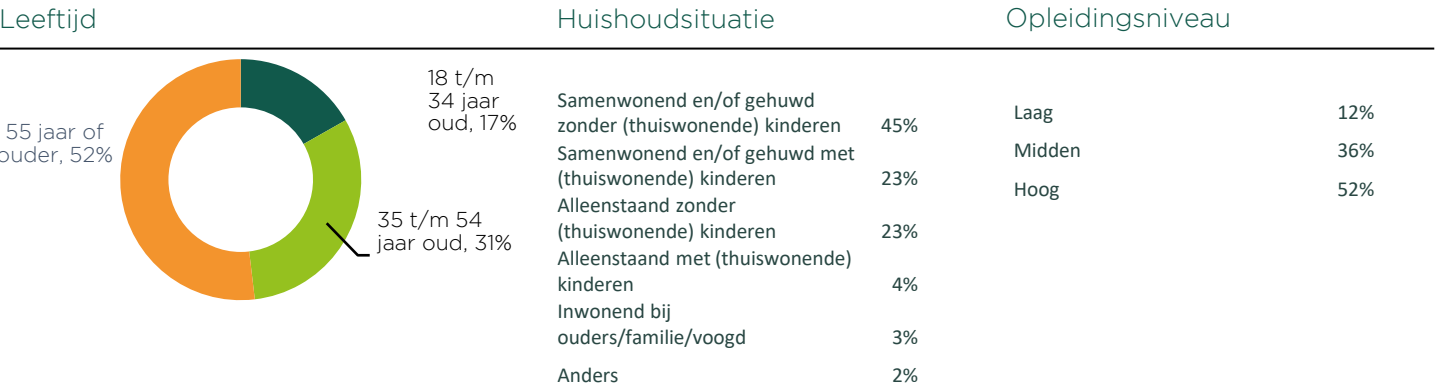
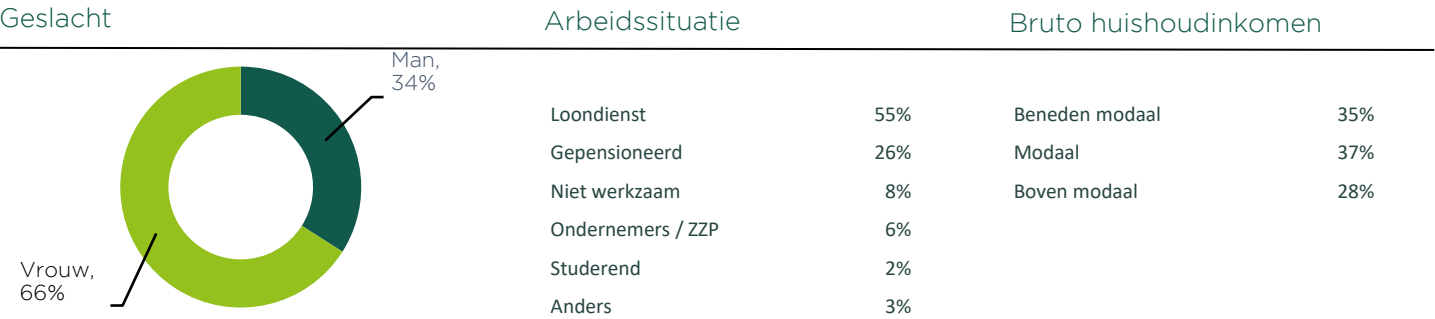
Voldoende wandelmogelijkheden vanaf de voordeur (%)

	Totaal (n= 2.489)	De Natuurwandelaar (n = 1.039)	De Bewuste Wandelaar (n= 634)	De Afleidingzoekende Wandelaar (n= 290)	De Prestatiezoekende Wandelaar (n= 495)
Ja, ik kan gemakkelijk een wandelroute starten vanuit huis	71	72	69	63	73
Deels, er zijn mogelijkheden maar wel met beperkingen	22	22	21	27	20
Nee, ik ervaar weinig tot geen wandelmogelijkheden vanuit huis	5	4	6	7	4
Weet ik niet	3	1	4	3	3

Profiel steekproef

Profiel steekproef (n=2.489)

Let op!
Door afronding
kan het
voorkomen dat
percentages
optellen tot 99%
of 101%.





Bijlage

Typering wandelaar per cluster

	De Natuurwandelaar	De Bewuste Wandelaar	De Afleidingzoekende Wandelaar	De Prestatiezoekende Wandelaar
Type wandeling	- Loopt wandelroutes (95%) - Geeft de voorkeur aan wandelen in het bos (39%), maar ook vaker aan wandelen in de bergen of heuvelachtig terrein (20%) - Voornaamste reden om te wandelen is om te genieten van de natuur/omgeving (90%), maar ook vaker omdat ze het leuk vinden (87%)	- Loopt vooral ommetjes (95%) - Geeft de voorkeur aan wandelen in het bos (46%), maar ook vaker dan andere wandelaars aan wandelen in de stad (10%) - Voornaamste reden om te wandelen is om te genieten van de natuur/omgeving (67%), maar ook vaker dan andere wandelaars om te bewegen zonder prestatiedruk (49%)	- Loopt vooral ommetjes (93%) - Geeft de voorkeur aan het wandelen in het bos (41%), maar ook vaker dan andere wandelaars aan wandelen in de stad (16%), aan het strand (9%) en op de heide (9%) - Voornaamste reden om te wandelen is omdat het helpt om te ontspannen of om het hoofd leeg te maken (56%)	- Neemt deel aan langeafstands- of prestatietochten (67%) - Geeft de voorkeur aan wandelen in het bos (42%) - Voornaamste reden om te wandelen is om te genieten van de natuur/omgeving en omdat men het leuk vindt (beide 77%) maar ook vaker omdat men wil trainen voor een afstand, evenement of andere sportprestatie (54%)
Informatie	- Zoekt naar informatie of inspiratie over routes (76%), schoenen (50%), tochten of evenementen (47%) - Maakt voor wandelen gebruik van Wandel.nl, Komoot en Strava - Is vaker dan andere wandelaars bekend met coaching en training gericht op wandelen (69%)	- Zoekt <u>niet</u> naar informatie of inspiratie over wandelen (46%) - Maakt voor wandelen gebruik van ANWB, Google en Komoot - Is vaker dan andere wandelaars niet bekend met coaching en training gericht op wandelen (38%)	- Zoekt <u>niet</u> naar informatie of inspiratie over wandelen (38%) - Maakt voor wandelen gebruik van Google, Strava en Komoot - Is vaker dan andere wandelaars niet bekend met coaching en training gericht op wandelen (44%)	- Zoekt naar informatie of inspiratie over routes (73%), tochten of evenementen (59%) en schoenen (52%) - Maakt voor wandelen gebruik van Wandel.nl, Komoot en Strava - Is vaker bekend met coaching en training gericht op wandelen (66%)
Motivaties & belemmeringen	- Vooraf mooie wandelroutes in de omgeving zouden motiveren om vaker/langer te wandelen (43%) - Met name onvoldoende tijd (26%) houdt hen tegen om vaker/langer te wandelen	- Niets zou helpen om vaker of langer te wandelen (43%) - Vooraf onvoldoende tijd (23%) houdt hen tegen om vaker/langer te wandelen. Ook onvoldoende energie (15%) en motivatie (10%) spelen vaker dan bij andere wandelaars een rol	- Niets zou helpen om vaker of langer te wandelen (36%) - Vooraf onvoldoende tijd (32%) houdt hen tegen om vaker/langer te wandelen. Ook onvoldoende energie (22%) en motivatie (15%) spelen vaker dan bij andere wandelaars een rol	- Vooraf mooie wandelroutes in de omgeving zou motiveren om vaker/langer te wandelen (48%) - Vooraf onvoldoende tijd (32%) houdt hen tegen om vaker/langer te wandelen. Ook te weinig toiletten onderweg (32%) en weinig of geen wandelevenementen of –tochten in de buurt (10%) spelen bovengemiddeld vaak wandelaars een rol

Typering wandelaar per cluster – totaal

	De Natuurwandelaar	De Bewuste Wandelaar	De Afleidingzoekende Wandelaar	De Prestatiezoekende Wandelaar
Regio	- Noord-Nederland: 10% - Oost-Nederland: 28% - Zuid-Nederland: 24% - West-Nederland: 38%	- Noord-Nederland: 9% - Oost-Nederland: 24% - Zuid-Nederland: 22% - West-Nederland: 45%	- Noord-Nederland: 9% - Oost-Nederland: 25% - Zuid-Nederland: 21% - West-Nederland: 44%	- Noord-Nederland: 8% - Oost-Nederland: 29% - Zuid-Nederland: 24% - West-Nederland: 39%
Leeftijd	- Jonger dan 35 jaar: 8% 35 tot 55 jaar: 28% 55 jaar en ouder: 65%	- Jonger dan 35 jaar: 10% 35 tot 55 jaar: 31% 55 jaar en ouder: 59%	- Jonger dan 35 jaar: 49% 35 tot 55 jaar: 33% 55 jaar en ouder: 18%	- Jonger dan 35 jaar: 25% 35 tot 55 jaar: 38% 55 jaar en ouder: 37%
Opleiding	- Laag: 12% - Gemiddeld: 32% - Hoog: 56%	- Laag: 16% - Gemiddeld: 37% - Hoog: 47%	- Laag: 9% - Gemiddeld: 44% - Hoog: 47%	- Laag: 12% - Gemiddeld: 34% - Hoog: 54%
Inkomen	- Beneden modaal: 34% - Modaal: 43% - Boven modaal: 23%	- Beneden modaal: 36% - Modaal: 34% - Boven modaal: 31%	- Beneden modaal: 37% - Modaal: 29% - Boven modaal: 34%	- Beneden modaal: 34% - Modaal: 36% - Boven modaal: 30%
Huishoudsituatie	- Samenwonend/gehuwd zonder (thuiswonende) kinderen: 47% - Samenwonend/gehuwd met (thuiswonende) kinderen: 21% - Alleenstaand zonder kinderen: 24% - Inwonend bij ouders/familie/voogd: 2% - Alleenstaand met thuiswonende kinderen: 4% - Anders: 3%	- Samenwonend/gehuwd zonder (thuiswonende) kinderen: 51% - Samenwonend/gehuwd met (thuiswonende) kinderen: 21% - Alleenstaand zonder kinderen: 21% - Inwonend bij ouders/familie/voogd: 2% - Alleenstaand met thuiswonende kinderen: 4% - Anders: 1%	- Samenwonend/gehuwd zonder (thuiswonende) kinderen: 26% - Samenwonend/gehuwd met (thuiswonende) kinderen: 29% - Alleenstaand zonder kinderen: 25% - Inwonend bij ouders/familie/voogd: 12% - Alleenstaand met thuiswonende kinderen: 7% - Anders: 2%	- Samenwonend/gehuwd zonder (thuiswonende) kinderen: 43% - Samenwonend/gehuwd met (thuiswonende) kinderen: 27% - Alleenstaand zonder kinderen: 21% - Inwonend bij ouders/familie/voogd: 4% - Alleenstaand met thuiswonende kinderen: 4% - Anders: 1%

Typering wandelaar per cluster – markt

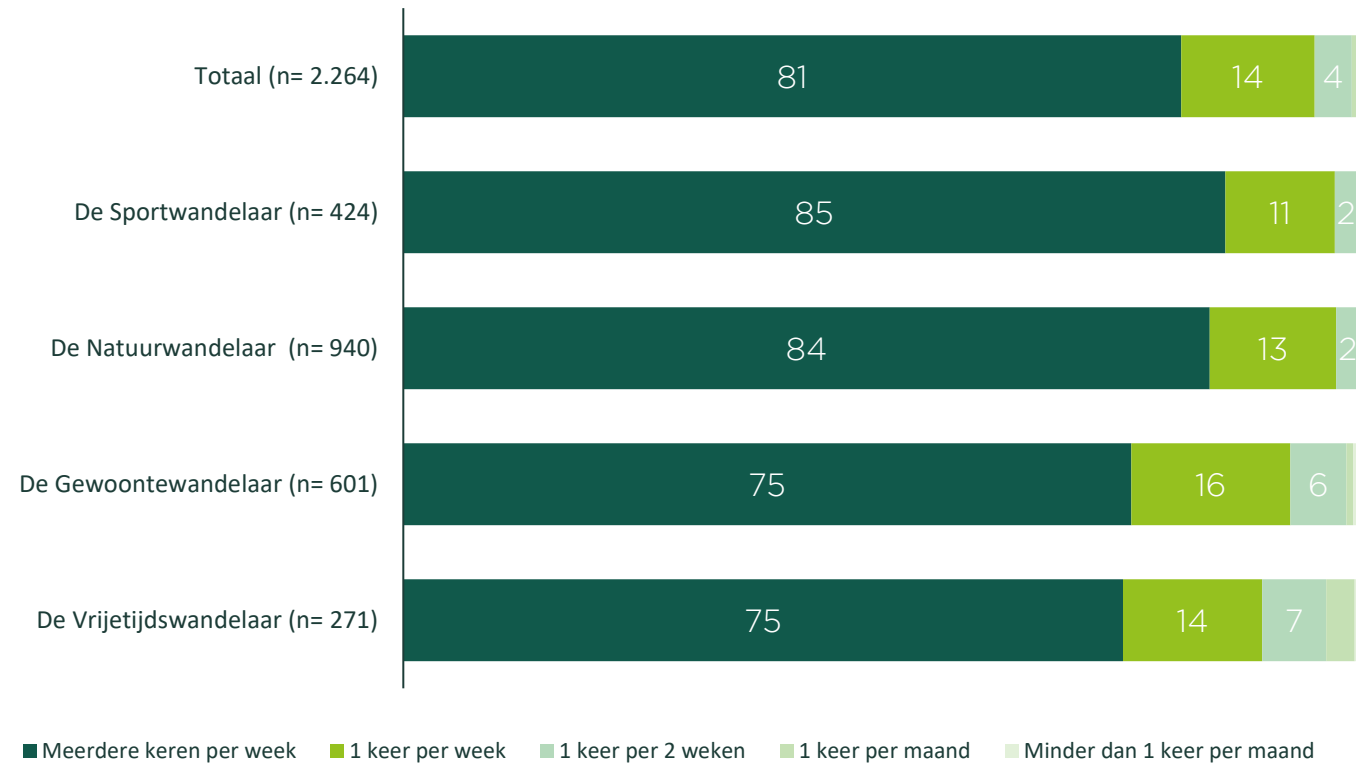
	De Natuurwandelaar	De Bewuste Wandelaar	De Afleidingzoekende Wandelaar	De Prestatiezoekende Wandelaar
Regio	- Noord-Nederland: 9% - Oost-Nederland: 22% - Zuid-Nederland: 19% - West-Nederland: 50%	- Noord-Nederland: 10% - Oost-Nederland: 21% - Zuid-Nederland: 22% - West-Nederland: 46%	- Noord-Nederland: 9% - Oost-Nederland: 21% - Zuid-Nederland: 22% - West-Nederland: 47%	- Noord-Nederland: 13% - Oost-Nederland: 20% - Zuid-Nederland: 13% - West-Nederland: 54%
Leeftijd	- Jonger dan 35 jaar: 12% 35 tot 55 jaar: 33% 55 jaar en ouder: 55%	- Jonger dan 35 jaar: 10% 35 tot 55 jaar: 31% 55 jaar en ouder: 58%	- Jonger dan 35 jaar: 52% 35 tot 55 jaar: 32% 55 jaar en ouder: 16%	- Jonger dan 35 jaar: 42% 35 tot 55 jaar: 34% 55 jaar en ouder: 24%
Opleiding	- Laag: 13% - Gemiddeld: 31% - Hoog: 55%	- Laag: 15% - Gemiddeld: 38% - Hoog: 46%	- Laag: 9% - Gemiddeld: 46% - Hoog: 45%	- Laag: 18% - Gemiddeld: 37% - Hoog: 45%
Inkomen	- Beneden modaal: 26% - Modaal: 41% - Boven modaal: 34%	- Beneden modaal: 34% - Modaal: 33% - Boven modaal: 33%	- Beneden modaal: 35% - Modaal: 29% - Boven modaal: 35%	- Beneden modaal: 41% - Modaal: 26% - Boven modaal: 33%
Huishoudsituatie	- Samenwonend/gehuwd zonder (thuiswonende) kinderen: 45% - Samenwonend/gehuwd met (thuiswonende) kinderen: 24% - Alleenstaand zonder kinderen: 25% - Inwonend bij ouders/familie/voogd: 3% - Alleenstaand met thuiswonende kinderen: 3% - Anders: 1%	- Samenwonend/gehuwd zonder (thuiswonende) kinderen: 49% - Samenwonend/gehuwd met (thuiswonende) kinderen: 22% - Alleenstaand zonder kinderen: 23% - Inwonend bij ouders/familie/voogd: 2% - Alleenstaand met thuiswonende kinderen: 3% - Anders: 1%	- Samenwonend/gehuwd zonder (thuiswonende) kinderen: 27% - Samenwonend/gehuwd met (thuiswonende) kinderen: 28% - Alleenstaand zonder kinderen: 24% - Inwonend bij ouders/familie/voogd: 13% - Alleenstaand met thuiswonende kinderen: 7% - Anders: 2%	- Samenwonend/gehuwd zonder (thuiswonende) kinderen: 29% - Samenwonend/gehuwd met (thuiswonende) kinderen: 26% - Alleenstaand zonder kinderen: 27% - Inwonend bij ouders/familie/voogd: 9% - Alleenstaand met thuiswonende kinderen: 7% - Anders: 2%

Typering wandelaar per cluster – achterban KWbN

	De Natuurwandelaar	De Bewuste Wandelaar	De Afleidingzoekende Wandelaar	De Prestatiezoekende Wandelaar
Regio	- Noord-Nederland: 10% - Oost-Nederland: 30% - Zuid-Nederland: 25% - West-Nederland: 36%	- Noord-Nederland: 6% - Oost-Nederland: 34% - Zuid-Nederland: 21% - West-Nederland: 38%	- Noord-Nederland: 7% - Oost-Nederland: 49% - Zuid-Nederland: 16% - West-Nederland: 28%	- Noord-Nederland: 7% - Oost-Nederland: 31% - Zuid-Nederland: 26% - West-Nederland: 35%
Leeftijd	- Jonger dan 35 jaar: 7% 35 tot 55 jaar: 27% 55 jaar en ouder: 66%	- Jonger dan 35 jaar: 10% 35 tot 55 jaar: 28% 55 jaar en ouder: 62%	- Jonger dan 35 jaar: 33% 35 tot 55 jaar: 37% 55 jaar en ouder: 30%	- Jonger dan 35 jaar: 22% 35 tot 55 jaar: 39% 55 jaar en ouder: 39%
Opleiding	- Laag: 11% - Gemiddeld: 33% - Hoog: 56%	- Laag: 18% - Gemiddeld: 33% - Hoog: 49%	- Laag: 7% - Gemiddeld: 33% - Hoog: 60%	- Laag: 10% - Gemiddeld: 33% - Hoog: 56%
Inkomen	- Beneden modaal: 36% - Modaal: 44% - Boven modaal: 20%	- Beneden modaal: 47% - Modaal: 41% - Boven modaal: 13%	- Beneden modaal: 45% - Modaal: 29% - Boven modaal: 26%	- Beneden modaal: 32% - Modaal: 39% - Boven modaal: 29%
Huishoudsituatie	- Samenwonend/gehuwd zonder (thuiswonende) kinderen: 48% - Samenwonend/gehuwd met (thuiswonende) kinderen: 20% - Alleenstaand zonder kinderen: 23% - Inwonend bij ouders/familie/voogd: 1% - Alleenstaand met thuiswonende kinderen: 4% - Anders: 1%	- Samenwonend/gehuwd zonder (thuiswonende) kinderen: 61% - Samenwonend/gehuwd met (thuiswonende) kinderen: 16% - Alleenstaand zonder kinderen: 17% - Inwonend bij ouders/familie/voogd: 1% - Alleenstaand met thuiswonende kinderen: 6% - Anders: 0%	- Samenwonend/gehuwd zonder (thuiswonende) kinderen: 19% - Samenwonend/gehuwd met (thuiswonende) kinderen: 35% - Alleenstaand zonder kinderen: 30% - Inwonend bij ouders/familie/voogd: 7% - Alleenstaand met thuiswonende kinderen: 7% - Anders: 2%	- Samenwonend/gehuwd zonder (thuiswonende) kinderen: 46% - Samenwonend/gehuwd met (thuiswonende) kinderen: 27% - Alleenstaand zonder kinderen: 20% - Inwonend bij ouders/familie/voogd: 3% - Alleenstaand met thuiswonende kinderen: 3% - Anders: 1%

Binnen ieder segment lopen ten minste drie op de vier wandelaars meerdere keren per week een ommetje

Frequentie – ommetje (%)

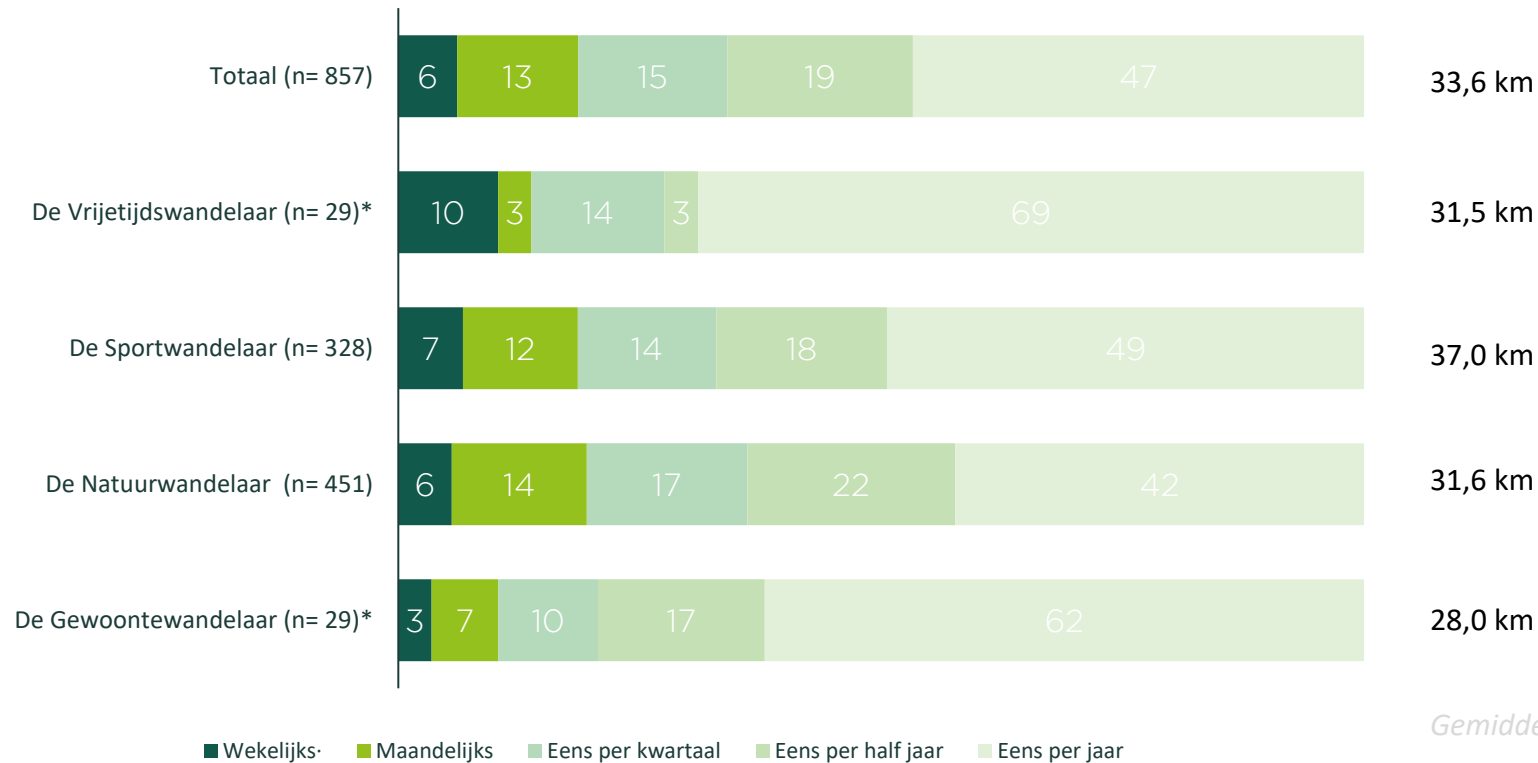


45

Hoe vaak onderneem je dit type wandeling? | Basis: alle respondenten die weleens een ommetje lopen (n= 2.264)

Tijdens langeafstands- of prestatietochten leggen Prestatiezoekende Wandelaars gemiddeld de grootste afstand af

Frequentie en gemiddelde afstand – Langeafstands- of prestatietochten (%)



Hoe vaak onderneem je dit type wandeling? Wat is de gemiddelde afstand die je wandelt tijdens dit type wandeling?

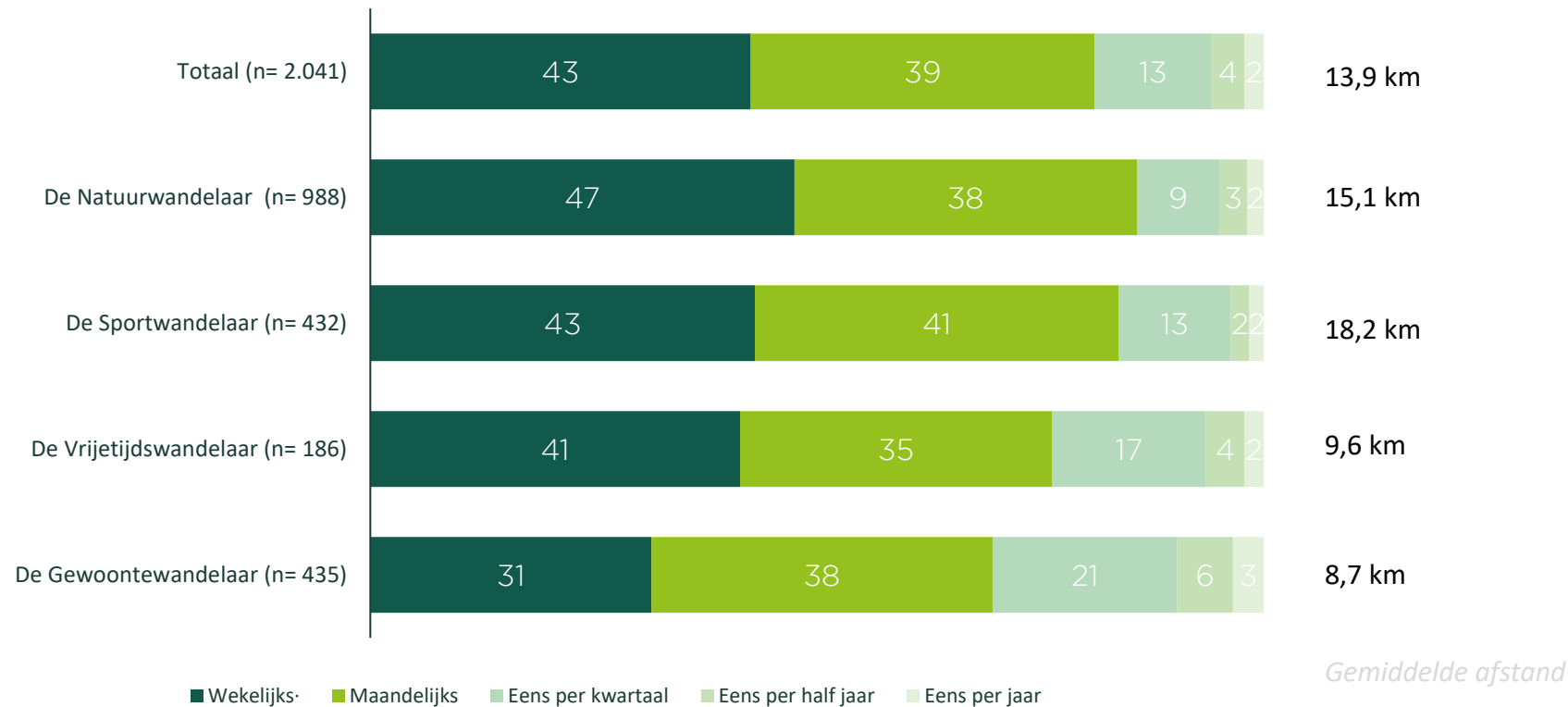
Basis: alle respondenten die weleens deelnemen aan langeafstands- of prestatietochten (n= 857)

Noot: voor het berekenen van de gemiddelde afstand hebben we het middelpunt van iedere categorie gebruikt

Noot: * duidt een indicatief resultaat aan wegens een steekproef kleiner dan 30

Wandelroutes worden relatief vaak gelopen; overall geldt dat ruim twee op de vijf wandelaars wekelijks een route lopen

Frequentie en gemiddelde afstand – Wandelroutes (%)



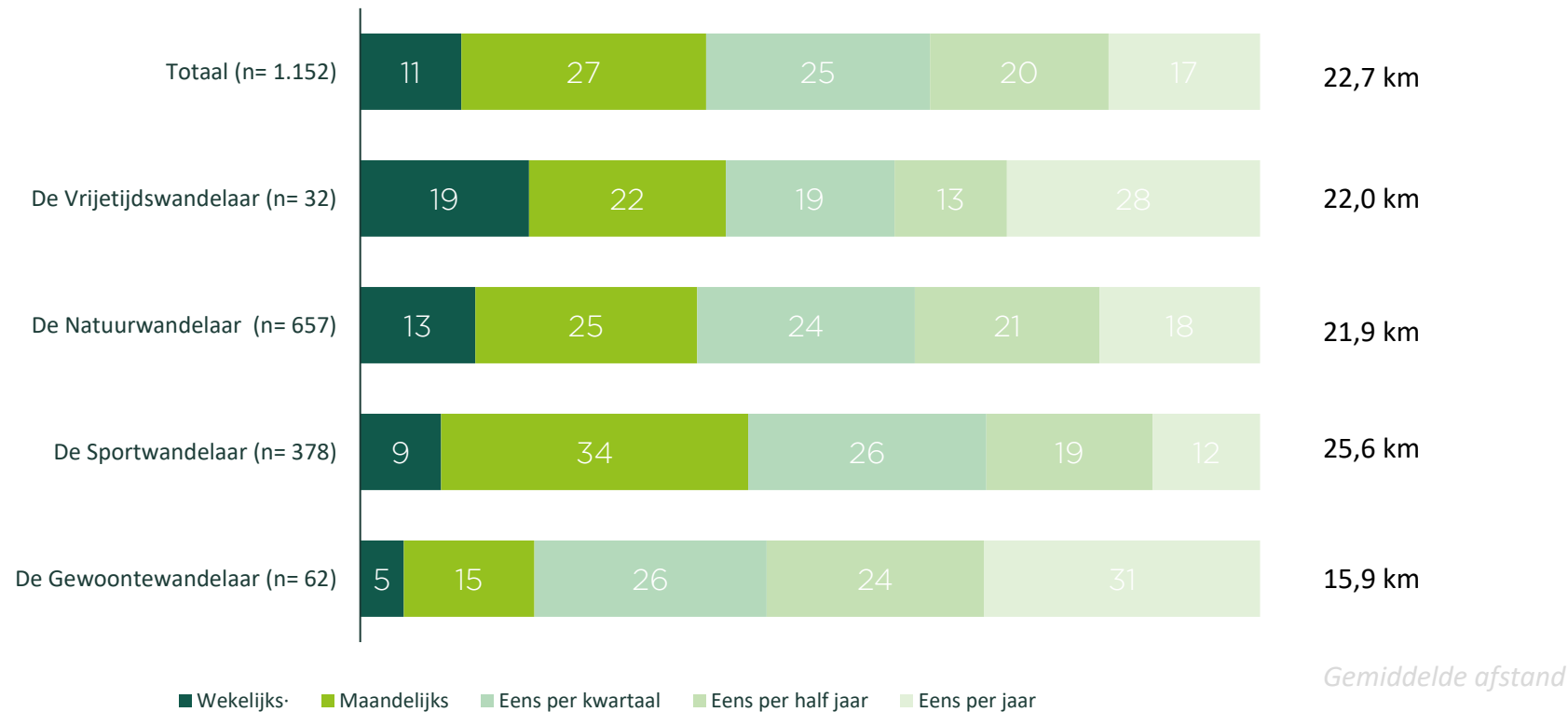
Hoe vaak onderneem je dit type wandeling? Wat is de gemiddelde afstand die je wandelt tijdens dit type wandeling?

Basis: alle respondenten die weleens een wandelroute lopen (n= 2.041)

Noot: voor het berekenen van de gemiddelde afstand hebben we het middelpunt van iedere categorie gebruikt

Als het gaat om georganiseerde tochten of evenementen dan leggen **Prestatiezoekende Wandelaars** gemiddeld de grootste afstand af

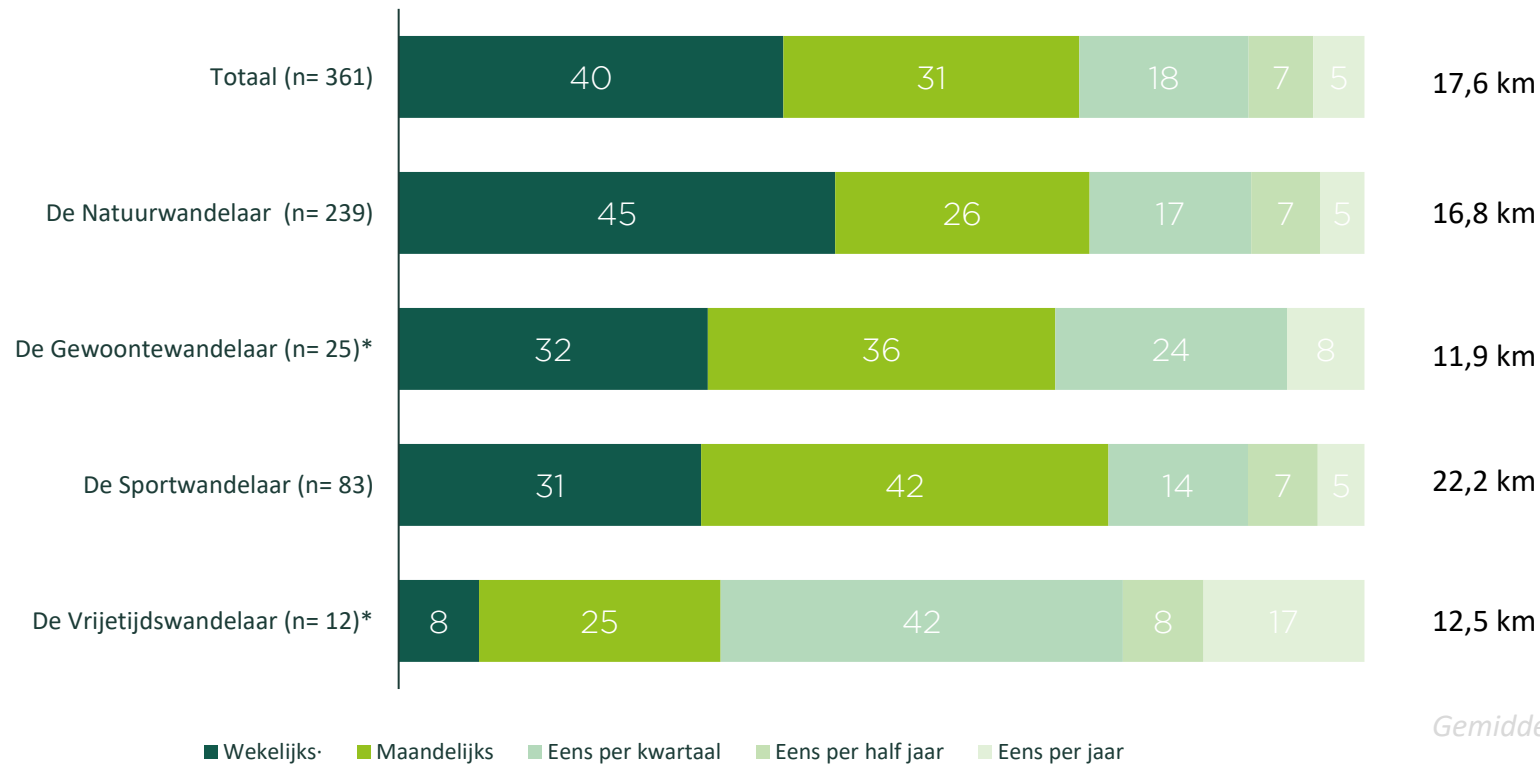
Frequentie en gemiddelde afstand – Deelname aan georganiseerde tochten of evenementen (%)



Hoe vaak onderneem je dit type wandeling? Wat is de gemiddelde afstand die je wandelt tijdens dit type wandeling?
Basis: alle respondenten die weleens deelnemen aan georganiseerde tochten of evenementen (n= 1.152)
Noot: voor het berekenen van de gemiddelde afstand hebben we het middelpunt van iedere categorie gebruikt

De wekelijkse frequentie van wandelen via een (georganiseerde) wandelgroep of vereniging is het hoogst bij de **Natuurwandelaars**

Frequentie en gemiddelde afstand – Wandelen via een (georganiseerde) wandelgroep of vereniging (%)



Hoe vaak onderneem je dit type wandeling? Wat is de gemiddelde afstand die je wandelt tijdens dit type wandeling?

Basis: alle respondenten die weleens wandelen via een (georganiseerde) wandelgroep of vereniging (n= 361)

Noot: voor het berekenen van de gemiddelde afstand hebben we het middelpunt van iedere categorie gebruikt

Noot: * duidt een indicatief resultaat aan wegens een steekproef kleiner dan 30

Met name de mooie natuur en afwisseling in de omgeving maken dat men een wandelroute aantrekkelijk vindt

Aspecten die een wandelroute aantrekkelijk maken (%)

	Totaal (n= 2.066)	De Natuurwandelaar (n = 988)	De Gewoontewandelaar (n= 435)	De Vrijtijdswandelaar (n= 186)	De Sportwandelaar (n= 432)
Mooie natuur	86	89	85	78	82
Afwisseling in omgeving	79	84	71	66	80
Geen drukte	61	64	68	61	48
Duidelijk gemarkeerde route	48	53	36	28	58
Route gaat over onverharde paden	45	61	29	20	37
Wilde dieren of vogels kunnen zien	41	47	41	31	35
Horeca onderweg	34	35	29	23	42
Goede parkeergelegenheid	29	31	30	17	31
Duidelijke routebeschrijving met achtergrondinformatie	28	33	19	13	31
Historie of cultuur onderweg	25	24	27	24	24
Goede bereikbaarheid met openbaar vervoer	20	24	13	12	20
Goede toegankelijkheid	2	0,7	4	3	1
Anders	2	2	0,9	1	2

Als het gaat om wandelen in groepsverband dan is het vooral het sociale aspect dat aanspreekt

Aspecten die aanspreken in wandelen met een (begeleide) groep of vereniging (%)

	Totaal (n= 361)	De Natuurwandelaar (n = 239)	De Gewoontewandelaar (n= 25)	De Vrijtijdswandelaar (n= 12)	De Sportwandelaar (n= 83)
Gezelligheid / sociale contacten	83	87	72	42	80
Samen wandelen vind ik leuker dan alleen	42	41	56	17	42
Leren van anderen	24	23	28	17	23
Stok achter de deur om vaker te gaan	23	22	36	17	23
Veiliger gevoel	20	21	16	33	18
Stimulans om door te zetten	19	18	32	25	20
Leren van de begeleider	13	12	8	17	16
Anders	7	7	8	0,0	7

Dat een route is uitgezet en de sfeer zijn de twee voornaamste aspecten wat men trekt bij georganiseerde wandeltochten of evenementen

Aspecten die aanspreken bij georganiseerde wandeltochten of evenementen (%)

	Totaal (n= 1.152)	De Natuurwandelaar (n = 657)	De Gewoontewandelaar (n= 62)	De Vrijtijdswandelaar (n= 32)	De Sportwandelaar (n= 378)
De wandelroute is voor mij uitgezet	64	65	53	63	67
De sfeer	58	55	60	47	63
De uitdaging van een (langere) afstand	55	53	24	47	65
De organisatie / ontzorging	53	52	39	41	58
De extra beleving / aankleding rondom de tocht / het evenement	51	50	42	34	55
Het ondersteunen van een goed doel	24	25	23	13	24
Het groepsgevoel	18	16	23	16	22
Herinnering / medaille	16	14	11	9	21
Het wedstrijdelement / leveren van een prestatie	16	11	10	13	24
Anders	3	3	5	0,0	2



Markteffect