

marketmind



Themenstudie **Touring**

Management Summary D-A-CH

Juni 2020



graub^unden



- ▶ (Wie) wird der **Begriff Touring** verstanden?
- ▶ Wie **sieht der Touring Gast** aus? Welche **Typen** gibt es?
- ▶ Welche **Urlaubsmotive** haben Personen, die Rundreisen tätigen?
- ▶ Wie **plant der Touring Gast**? Wie wird **gebucht**? Wie wird **verreist** (u.a. Individual vs. Gruppenreise)?
- ▶ Wie **relevant sind „vorgefertigte Routen“** für den Gast? (wenn relevant: nutzt er das Angebot ganzer Routen oder Teilstücke?)
- ▶ **Wieviel bzw. welche Information** benötigt der Gast für seine Reise?
- ▶ Welche **Erwartungen/Ansprüche** haben Gäste an die Destination (auch im Sinne von Convenience)?
- ▶ Wie **lange** ist der Gast auf einer Rundreise unterwegs?
- ▶ Welche **Mobilitätsformen** werden bevorzugt?

! Die Studie wurde in Deutschland, Österreich und der Schweiz durchgeführt.



repräsentativ für Personen aus jeweiligem Ländermarkt (ab 15 Jahren nach Alter, Geschlecht, Region), für die **Schweiz als Ferien-Destination grundsätzlich in Frage kommt** und die bereits **Touring-Ferien gemacht** haben



Erhebungsgebiete:
 CH: gesamte Schweiz ausser Graubünden
 DE: Bayern, Baden-Württemberg, Hessen, Hamburg, Köln
 AT: Wien, Niederösterreich, Oberösterreich, Steiermark



Stichprobengrösse:
 CH n = 420, DE und AT n = je 300



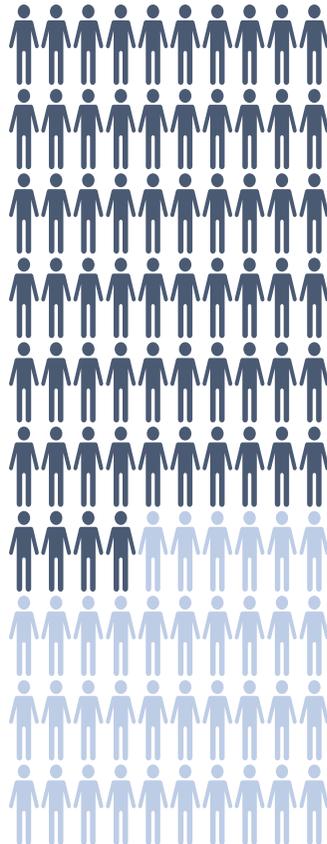
CAWI (Computer Assisted Web Interviews)
Responsive Design



LOI: 15 Minuten
 Feldphase: 16.04. – 30.04.2020

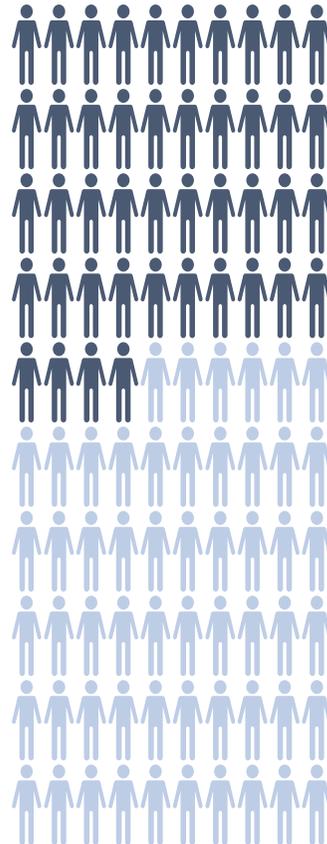


 Touring Zielgruppe



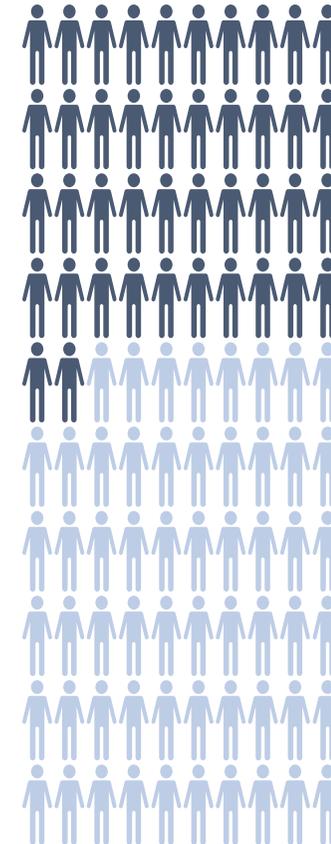
64%

 Touring Zielgruppe



44%

 Touring Zielgruppe



42%

sind affin für Touring-Ferien und schliessen die Schweiz als Feriendestination nicht aus

Was verbindet die Zielgruppe mit „Touring“ in den verschiedenen Ländermärkten?

von Ort zu Ort reisen

Top-Nennung in allen Ländermärkten:
26% CH, 29% DE, 34% AT



Besichtigungen/Besuch von Sehenswürdigkeiten

Top 3-Nennung in CH/AT, Top 4 in DE:
20 % CH, 16% DE, 20% AT



Auto als Verkehrsmittel

Top 2-Nennung in allen Ländermärkten:
22 % CH, 22% DE, 20% AT



Flexibilität

14 % CH, 13% DE



tolle Erlebnisse

11 % CH, 17% DE, 15% AT



Abwechslung

13 % CH, 17% DE, 15% AT



Bahn als Verkehrsmittel

vorrangig in AT (18%)



Genereller Stellenwert von Touring bei Reisen

mache ich ab und zu auch



liebste Art, zu verreisen

Bisherige Touring-Häufigkeit



Interesse an Touring in den Alpen



Top 3 Reisepartner:

- Partner(in) (65%)
- Freunde (27%)
- Kinder (20%)

Top 3 Unterkünfte:

- Mittelklasse-Hotel (30%)
- Frühstückspension/Bed&Breakfast (15%)
- gehobeneres Hotel (13%)

TOP 3 Hauptreisezeiten für Touring in den Alpen:

- September-Oktober (57%)
- Mai-Juni (50%)
- Juli-August (48%)

Top 3 Motive/Bedürfnisse:

- Naturlandschaft erleben (87%)
- bleibende Eindrücke sammeln (86%)
- Spass/Freude/Vergnügen (84%)

Top 3 Aktivitäten:

- regionales kulinarisches Angebot geniessen (82%)
- Tagesausflüge (82%)
- Spazieren gehen (71%)



50% W
50% M



Maturität
nein: 47%
ja: 53%



TOP 3: berufstätig (53%),
in Pension (26%),
in Ausbildung (8%)



15 bis 39 Jahre: 32%
40 bis 59 Jahre: 34%
60+ Jahre: 34%



gut: 12%
mittel: 80%
gering: 8%