



Trailrunning

Themenstudie Trailrunning 2020

Auftraggeber:
graubündenTRAILRUN und Graubünden Ferien

Inhalt & Layout:
marketmind GmbH
Porzellangasse 32
A-1090 Wien
T +43-1-369 46 26-0
marketmind@marketmind.at
<http://www.marketmind.ch>



Fotos:
Adam Brzoza (S.24), Andre Meier (S.12), Filip Zuan (S.28, 30, 32),
Graubünden Ferien (S.6, 51), Lenzerheide (S.22, 34), Marcel Giger (S.16),
Philipp Schönauer (S.14), Pierre Mangez (S.26), Ronano Salis (S.20),
Stefan Schlumpf (S.18), Zenit Run GmbH (S.2, 10, 42, 46, 47)
Vielen Dank für die Bereitstellung der Fotos durch: Graubünden Ferien,
Zenit Run GmbH, Lenzerheide, Davos, Engadin/St.Moritz

Erstellt im:
Sommer 2020



Inhalt

Studiendesign.....	4	Teilnahme an Events.....	40
Empfehlungen.....	5	Alternative Sportarten.....	41
Trailrunning Segmente im Detail.....	7	Trailrunning in den Ferien.....	43
Trailrunning Segmente im Länderüberblick.....	8	Bevorzugte Länderdestinationen im alpinen Raum.....	44
Alpinsportler.....	10	Bevorzugte Ferienregionen zum Trailrunning im alpinen Raum.....	45
Ambitionierte Gruppensportler.....	12	Bevorzugte Landschaften.....	46
Fitness Junkies.....	14	Bevorzugte Schwierigkeiten der Trails.....	48
Influencer.....	16	Die idealen Trailrunning Ferien.....	49
Gesellige Naturliebhaber.....	18	Relevanz von Informationen und Angebote vor Ort	50
Körperbewusste Gesundheitssportler.....	20		
Ländermärkte im Überblick.....	23		
Länderüberblick Schweiz.....	24		
Länderüberblick Österreich.....	26		
Länderüberblick Deutschland.....	28		
Länderüberblick Frankreich.....	30		
Länderüberblick Spanien.....	32		
Detaillierergebnisse.....	35		
Assoziationen mit dem Begriff „Trailrunning“	36		
Bevorzugter Untergrund beim Trailrunning.....	37		
Trainingspartner.....	38		
Nutzung von Navigationstools und Apps zur Aufzeichnung.....	39		

Studiendesign



Zielgruppe:
Trailrunning-affine Bevölkerung des jeweiligen Ländermarktes repräsentativ nach Alter (15 Jahre oder älter), Geschlecht, Bildung, Region

Personen, die Trailrunning betreiben und in den letzten Jahren einen Urlaub in den Bergen verbracht haben oder für die ein solcher in Frage kommt.



Erhebungsmethodik:
Computerunterstützte Interviews mittels Online Panel (CAWI)

Ländermärkte	Anzahl der Interviews	Erhebungsgebiete
 Schweiz	301	Deutschsprachige Schweiz
 Österreich	306	Gesamt
 Deutschland	310	Bayern, Baden-Württemberg, Nord-rhein-Westfalen und Hessen
 Frankreich	304	Gesamt
 Spanien	304	Gesamt

Empfehlungen

1

Zielgruppen spezifisch ansprechen

Innerhalb der Zielgruppe der Trailrunner gibt es verschiedene Segmente mit unterschiedlichen Motiven und Zugängen zum Trailrunning. Eine segment-spezifische Ansprache und die Berücksichtigung der Bedürfnisse gelten als Erfolgstreiber.

2

Erlebnis in der Natur bieten

Natur und schöne Landschaften sind untrennbar mit der Ausübung der Sportart verbunden. Diese für die verschiedenen Zielgruppen adäquat in Szene zu setzen ist die Basisanforderung, um die Schweiz für Trailrunner attraktiv zu machen. Dabei ist es wichtig dem Gast ein unvergessliches Erlebnis in der Natur zu bieten.

3

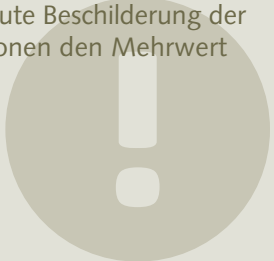
Vielfalt bieten

Trailrunner sind Personen, die die Abwechslung lieben. Deshalb ist es notwendig dem Trailrunning Gast verschiedenste (Sport-) Alternativen zu bieten. Trailrunning kann eine davon sein.

4

Trailrunning-Kompetenz zeigen

Das Informationsbedürfnis der verschiedenen Zielgruppen vor Ort ist unterschiedlich hoch. Durch adäquate Informationen zu Wetter und speziellen Touren bzw. auch durch die gute Beschilderung der Wege können Tourismusregionen den Mehrwert bieten, den der Gast sucht.





Trailrunning Segmente im Detail

Trailrunning Segmente im Länderüberblick

	Alpinsportler	Ambitionierte Gruppensportler	Fitness Junkies	Influencer	Gesellige Naturliebhaber	Körperbewusste Gesundheitssportler
 CH	12%	10%	26%	13%	14%	25%
 AT	16%	11%	25%	18%	13%	16%
 DE	11%	24%	23%	10%	15%	16%
 FR	17%	27%	6%	20%	14%	16%
 ES	8%	36%	12%	8%	18%	19%



Alpinsportler

Was motiviert sie?

In den Bergen zu Hause – Trailrunning als logische sportliche Konsequenz.

Für die eher älteren Alpinsportler ist es selbstverständlich, die Berge als Terrain zu nutzen – und das schon seit vielen Jahren. Die langen und zum Teil schwierigen Läufe nutzen sie, um den Kopf frei zu bekommen und Entspannung vom Alltag zu finden. Dabei wollen sie auch immer wieder ihre Grenzen ausloten. Wenn sie jemanden etwas beweisen wollen, dann sich selbst.

„Trailrunning ist die Möglichkeit die Berge und die Natur mit all den Unebenheiten laufend zu erklimmen und zu erspüren.“



Welchen Stellenwert hat Trailrunning für sie?

Alpinsportler sind ambitionierte Hobbyläufer, die mehrmals pro Woche die Laufschuhe schnüren. Neben Trailrunning begeistert sie jede Sportart, die die Alpen bieten. Wandern, Klettern und Bergsteigen im Sommer, Schneesport im Winter.

Wodurch ist Trailrunning für sie definiert?

Je naturnaher die Pfade, desto besser. Da darf es durchaus auch einmal hochalpin werden. Die besondere Nähe zur Natur ist Alpinsportlern wichtig, der eine oder andere schöne Ausblick erfreut sie besonders. Sie sind vorwiegend allein unterwegs. An Wettkämpfen nehmen Alpinsportler ab und zu teil. Technische Gadgets sind weniger wichtig.

Welche Rolle spielt Trailrunning in ihren Ferien?

Auch in den Ferien suchen Alpinsportler Abwechslung: sowohl bei der Wahl des Untergrundes fürs Trailrunning als auch in der Vielfalt der Aktivitäten. Dabei sind das Naturerlebnis und die Möglichkeit dem Alltag zu entfliehen relevant.

Welche Anforderungen haben sie vor Ort in den Ferien?

Das Naturerlebnis steht auch im Urlaub an oberster Stelle. Alpinsportler schätzen Materialien wie Übersichtskarten, Wetterbericht und Tourenvorschläge.



68%

der Alpinsportler sind leidenschaftliche Läufer

Segmentgrösse in den Ländermärkten

