

marketmind



# Themenstudie **Touring**

Management Summary D-A-CH, UK, FR, IT, Benelux



September 2021

graub<sup>u</sup>nden



- ▶ (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 der Schweiz, Deutschland, Österreich, UK, Frankreich, Italien und Benelux (Niederlande und Belgien) durchgeführt.



Repräsentativ für Personen aus jeweiligem Ländermarkt (ab 15 Jahren nach Alter, Geschlecht, Region), für die 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  
 UK, FR, IT, Benelux (NL und BE)



Stichprobengrösse:  
**CH:** n = 420  
**DE und AT:** n = je 300  
**IT, FR und UK:** n = je 300  
**NL und BE:** n = je 150



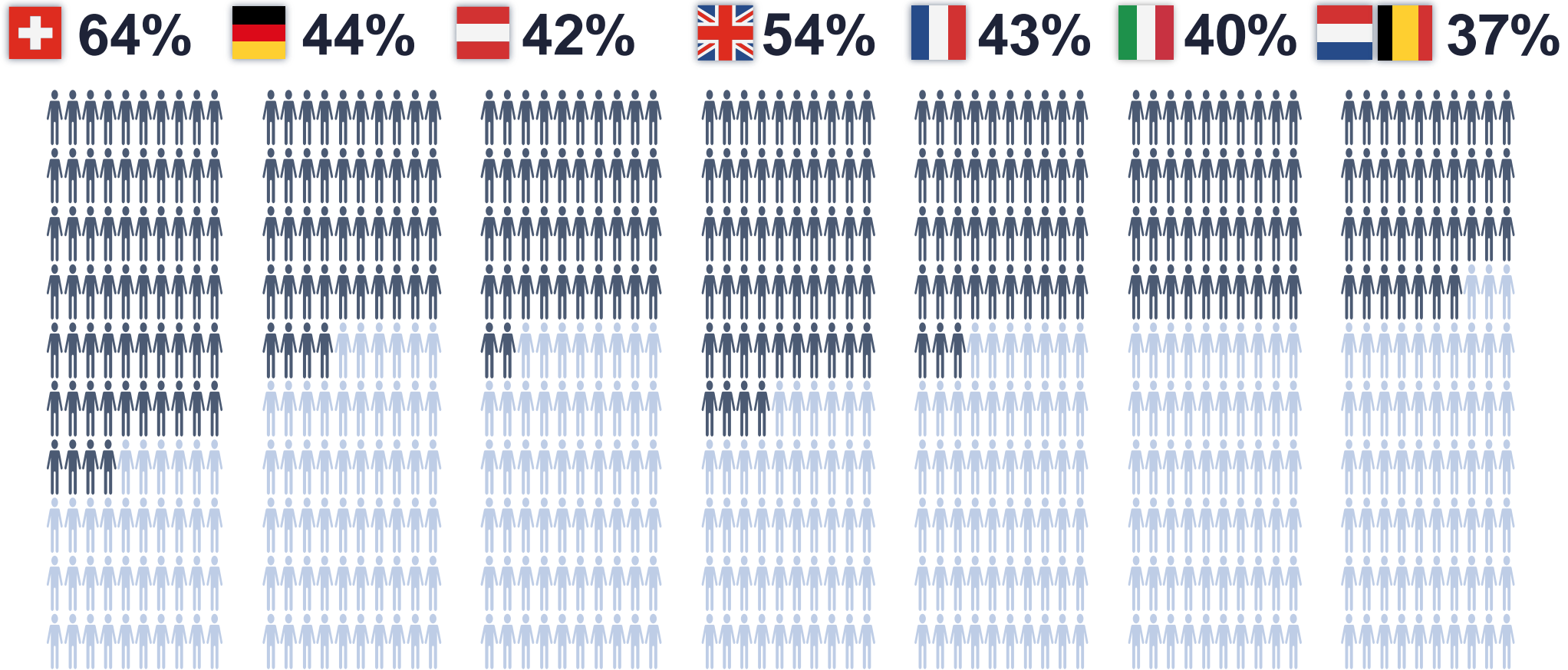
CAWI (Computer Assisted Web Interviews)  
**Responsive Design**



LOI: 15 Minuten  
 Feldphase: D-A-CH: 16.04. – 30.04.2020,  
 Aufbaumärkte: 23.06. – 06.08.2021



# Wie hoch ist der Anteil der Touring-Zielgruppe an der Gesamtbevölkerung?



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: 26% CH, 29% DE, 34% AT, 36% UK, 25% IT, 22% Benelux  
Top 2-Nennung: 24% FR



## Besichtigungen/Besuch von Sehenswürdigkeiten

Top Nennung: 25% UK, 16% FR, 23% IT, 16% Benelux  
Top 3-Nennung: 20% CH, 20% AT  
Top 4-Nennung: 16% DE



## Auto als Verkehrsmittel

Top Nennung: 22% IT, 10% FR, 28% Benelux  
Top 2-Nennung: 22% CH, 22% DE, 20% AT  
Top 3-Nennung: 12% UK



## Flexibilität

14% CH, 13% DE, 4% UK, 11% FR, 9% IT, 9% Benelux



## tolle Erlebnisse

11% CH, 17% DE, 15% AT, 11% UK, 27% FR, 15% IT, 14% Benelux



## Abwechslung

13% CH, 17% DE, 15% AT, 3% UK, 23% FR, 13% IT, 10% Benelux



## Bahn als Verkehrsmittel

vorrangig in AT (18%)

# Wie lässt sich der **schweizerische Touring Gast** charakterisieren?



**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:

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%  
schwierig: 8%



# Wie lässt sich der **deutsche Touring Gast** charakterisieren?



**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) (72%)  
Freunde (25%)  
Kinder (19%)

## Top 3 Unterkünfte:

Mittelklasse-Hotel (27%)  
Frühstückspension/Bed&Breakfast (17%)  
gehobeneres Hotel (16%)

## TOP 3 Hauptreisezeiten:

Mai-Juni (59%)  
Juli-August (52%)  
September-Oktober (50%)

## Top 3 Motive/Bedürfnisse:

bleibende Eindrücke sammeln (90%)  
Naturlandschaft erleben (85%)  
Spass/Freude/Vergnügen (85%)

## Top 3 Aktivitäten:

Tagesausflüge (84%)  
regionales kulinarisches Angebot geniessen (83%)  
Spazieren gehen (74%)



49% W  
51% M



Maturität  
nein: 33%  
ja: 67%



TOP 3: berufstätig (69%),  
in Pension (14%),  
in Ausbildung (12%)



15 bis 39 Jahre: 42%  
40 bis 59 Jahre: 37%  
60+ Jahre: 21%



gut: 17%  
mittel: 80%  
schwierig: 3%