



# Management-Summary: Alpine Circle als «must-see» auf der Bucketlist eines jeden Touring-Gastes in den Alpen

Manuela Ruinatscha-Michel  
Graubünden Ferien – Kompetenzzentrum Segmente

Chur, September 2020

# Inhalt

01_	Reiseverhalten im Kontext Touring unter Bezugnahme auf Kern- und Fernmärkte	04
02_	Einordnung der unterschiedlichen Reisemärkte auf Basis von Motiven und Aktivitäten	11
03_	Handlungsempfehlungen für die jeweiligen Märkte und Typologien	19

# Einführung

«Touring» ist eines der weltweit am stärksten wachsenden touristischen Segmente.

Graubünden ist mit seiner Erlebnisdichte prädestiniert, an diesem Wachstum zu partizipieren.

Um die Marktrelevanz des Segments Touring für Graubünden genauer zu untersuchen haben wir in Zusammenarbeit mit marketmind GmbH («Themenstudie Touring D-A-CH») und netzvitamine GmbH («Alpine Circle: Umsetzung und Kommunikation in den Fernmärkten» sowie «Digitale Planung und Vermarktung von Roadtrips: Benchmarks & Good Practice») zwei Studien durchgeführt.

Dabei wurden zum einen die für das Thema Touring relevanten Zielgruppen und Typologien der DACH-Länder als auch die Fernmärkte mit dem grössten Marktpotenzial im Bereich Touring genauer untersucht.

Diese Management Summary bringt die zentrale Erkenntnisse in einer Zusammenschau beider Studien auf den Punkt und formuliert Handlungsempfehlungen für die Management- und Führungsebene.

# 01 – Reiseverhalten im Kontext Touring unter Bezugnahme auf Kern- und Fernmärkte

# Wie lässt sich der Touring-Gast aus den KERNMÄRKTEN charakterisieren?

	Reisegruppe	Reisezeit	Unterkunftsart	Reisemotive	Reiseaktivitäten
SCHWEIZ	65% reisen mit <b>Partnern</b> , 27% mit <b>Freunden</b> , 20% mit <b>Kindern</b>	57% reisen im Zeitraum <b>September-Oktober</b> , 50% im Zeitraum <b>Mai-Juni</b> , 48% im Zeitraum <b>Juli-August</b>	30% übernachten in <b>Mittelklasse-Hotels</b> , 15% in <b>Frühstückspensionen/B&amp;B`s</b> , 13% in <b>gehobeneren Hotels</b>	87% wollen die <b>Naturlandschaft erleben</b> , 86% bleibende <b>Eindrücke sammeln</b> , 84% <b>Spass/Freude/Vergnügen</b> haben	82% wollen <b>regionale kulinarische Angebote</b> geniessen, 82% <b>Tagesausflüge</b> unternehmen, 71% <b>Spazieren</b> gehen
ÖSTERREICH	69% reisen mit <b>Partnern</b> , 37% mit <b>Freunden</b> , 17% mit <b>Kindern</b>	57% reisen im Zeitraum <b>September-Oktober</b> , 56% im Zeitraum <b>Mai-Juni</b> , 46% im Zeitraum <b>Juli-August</b>	25% übernachten in <b>Mittelklasse-Hotels</b> , 24% in <b>Frühstückspensionen/B&amp;B`s</b> , 15% in <b>Appartments/Ferienwohnungen</b>	94% wollen <b>Spass/Freude/Vergnügen</b> haben, 93% bleibende <b>Eindrücke sammeln</b> , 88% die <b>Naturlandschaft erleben</b>	88% wollen <b>regionale kulinarische Angebote</b> geniessen, 86% <b>Tagesausflüge</b> unternehmen, 77% <b>Spazieren</b> gehen
DEUTSCHLAND	72% reisen mit <b>Partnern</b> , 25% mit <b>Freunden</b> , 19% mit <b>Kindern</b>	59% reisen im Zeitraum <b>Mai-Juni</b> , 52% im Zeitraum <b>Juli-August</b> , 50% im Zeitraum <b>September-Oktober</b>	27% übernachten in <b>Mittelklasse-Hotels</b> , 17% in <b>Frühstückspensionen/B&amp;B`s</b> , 16% in <b>gehobeneren Hotels</b>	90% wollen bleibende <b>Eindrücke sammeln</b> , 85% <b>Spass/Freude/Vergnügen</b> haben, 85% die <b>Naturlandschaft erleben</b>	84% wollen <b>Tagesausflüge</b> unternehmen 83% <b>regionale kulinarische Angebote</b> geniessen, 74% <b>Spazieren</b> gehen

# Zusammenfassung Touring-Gast KERNMÄRKTE 1/2

Die mit Abstand am häufigsten gewählte Reisebegleitung der DACH-Länder für eine Touring-Reise ist der/ die PartnerIn (65 - 72 %). Am zweithäufigsten wird mit Freunden gereist (27 - 37 %). Österreicher verreisen zwar etwas häufiger mit Freunden als die Deutschen und Schweizer, dafür verreisen sie aber seltener mit Kindern.

Die beliebtesten Hauptreisezeiten, in denen die DACH-Länder eine Touring-Reise machen, sind alle **zwischen Mai und Oktober**. Lediglich in der Reihenfolge der Präferenzen weicht Deutschland von den beiden Nachbarländern ab: Während Österreicher und Schweizer am liebsten in der Herbstzeit «touren», favorisieren die Deutschen die Frühlingsmonate. Der Reisezeit-Favorit der Österreicher und Schweizer hingegen schafft es bei den Deutschen nur auf Platz 3.

Auch bei der Wahl der Unterkunft zeigen sich **keine grösseren Unterschiede zwischen den DACH-Ländern**: Mit 25 bis 30 % sind **Mittelklassehotels** die am häufigsten gewählte Unterkunftsart der DACH Region, gefolgt von Frühstückspensionen/ B&B's und gehobeneren Hotels. Im Vergleich zu Deutschland und der Schweiz zeigt Österreich eine etwas stärkere Präferenz von Frühstückspensionen und B&B's.