

marketmind



# Themenstudie Langlauf

Management Summary: DACH   



September 2023

graubünden

01	Studiendesign	4
02	Typologie	8
03	KANO Modellierung	23
04	Zielgruppe	27
05	Charakterisierung Langlaufen	31
06	Langlaufen in den Ferien	37
07	Key Findings	45



- ▶ Zur **Weiterentwicklung** des **themenspezifischen Angebots** im Bereich NORDIC sollen (potenzielle) Urlauber **detaillierter** analysiert werden.
- ▶ Ziel der Studie ist es, jenes Angebot im Bereich Langlaufen/Nordic pro Ländermarkt zu identifizieren, das den **grössten Nutzen** für die **jeweilige Zielgruppe** stiftet und deren **Motive** möglichst gut anspricht. Daher ist es notwendig, ein Verständnis der Zielgruppe für die **Wahrnehmung von NORDIC** in den unterschiedlichen Ländermärkten zu erhalten.
- ▶ Ausserdem ist es essentiell, die **Charakterisierung der Urlauber** in Bezug auf das Fokusthema und damit einhergehend die Identifikation von **Typologien** und deren unterschiedlichen Ansprüche zu kennen. Konkret sollen folgende Themenfelder in der Erhebung berücksichtigt werden:
  - Welche **Motive und Bedürfnisse** hat der (potenzielle) Gast für Ferien mit Fokus auf Nordische Sportarten (v.a. Langlauf) in den Alpen?
  - Welche **Reiseziele** werden bevorzugt und warum?
  - Welche **Qualitätsanforderungen** stellt der (potenzielle) Gast an die verschiedenen Touchpoints entlang der Customer Journey?
  - Wie sieht der **Entscheidungsprozess** für eine Destination aus (Inspiration & Information) und welche konkreten **Anforderungen** werden vom Gast an eine Region in dieser Planungsphase gestellt?

01

# Studiendesign



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



repräsentativ für Personen, die regelmässig **Langlauf** bzw. Biathlon ausüben.  
ab 18 Jahren (nach Alter, Geschlecht, Region und Bildung)



Erhebungsländer:  
AT, DE, CH (Deutschschweiz, Romandie)



Stichprobengrösse:  
AT / DE n = je 300  
CH n = 400



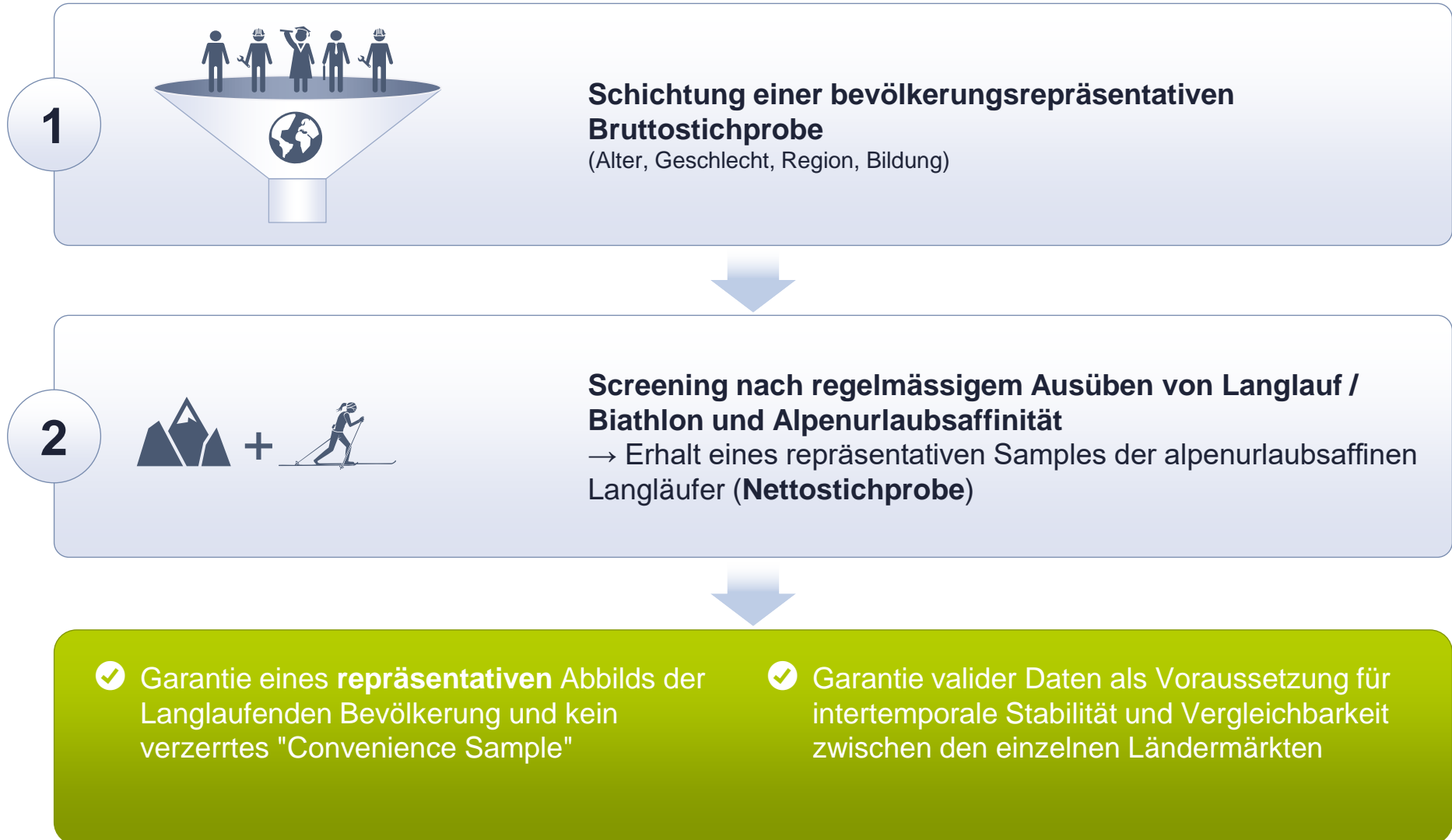
CAWI (Computer Assisted Web Interviews)  
**Responsive Design**



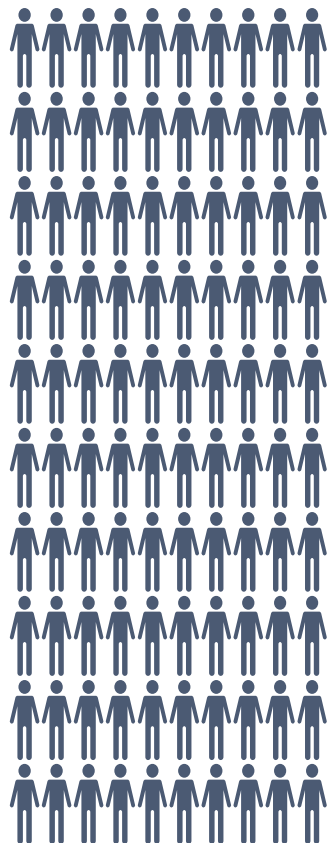
LOI: 14 Minuten  
Feldphase: 16.5. - 22.6.2023



# Unser **2-stufiger Prozess** der Stichprobenziehung ermöglicht ein repräsentatives Sample der Langläufer

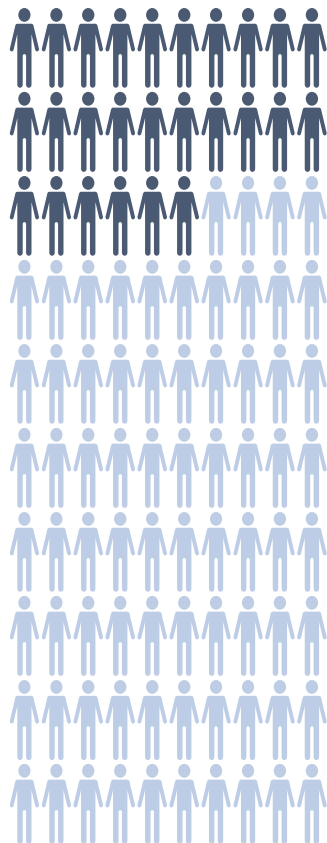


## Gesamtbevölkerung



**100 %**

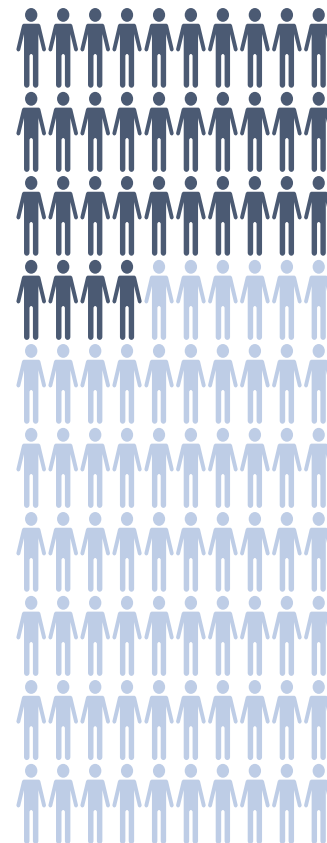
## Schweiz



**26 %**

sind alpenurlaubsaffine  
Langläufer

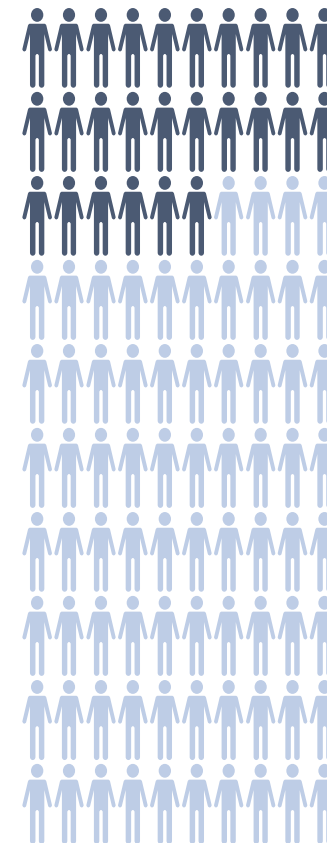
## Österreich



**34 %**

sind alpenurlaubsaffine  
Langläufer

## Deutschland



**26 %**

sind alpenurlaubsaffine  
Langläufer

# 02

## Typologie



## Naturgeniesser

Langlaufen, um die Natur zu genießen und um neue Gegenden zu erfahren

## Fitnesssportler

Langlaufen als eine vieler Arten von Bewegung, um gesund und fit zu bleiben

## Entspannungssuchende

Langlaufen, um den Kopf frei zu bekommen und die Seele baumeln zu lassen

## Ehrgeizige

Langlaufen als sportliche Herausforderung, sich zu steigern und zu verbessern

## Langlaufbegeisterte

Langlaufen ist ein ultimatives Training, um sich zu verbessern und die persönlichen Grenzen auszuloten

## Gesellige

Kombinieren Langlaufen mit anderen Aktivitäten, möchten Spass haben und vieles erleben



# Langlauf Typen im Überblick

## Naturgeniesser

Langlaufen, um die Natur zu geniessen und um neue Gegenden zu erfahren



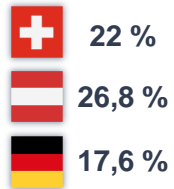
## Fitnesssportler

Langlaufen als eine vieler Arten von Bewegung, um gesund und fit zu bleiben



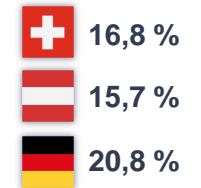
## Entspannungssuchende

Langlaufen, um den Kopf frei zu bekommen und die Seele baumeln zu lassen



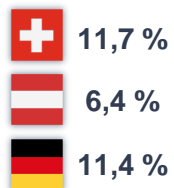
## Ehrgeizige

Langlaufen als sportliche Herausforderung, sich zu steigern und zu verbessern



## Langlaufbegeisterte

Langlaufen ist ein ultimatives Training, um sich zu verbessern und die persönlichen Grenzen auszuloten



## Gesellige

Kombinieren Langlaufen mit anderen Aktivitäten, möchten Spass haben und vieles erleben

