

marketmind



# Themenstudie Langlauf

**Management Summary:**  
DACH-Raum & Aufbaumärkte

Mai 2024



graub<sup>u</sup>nden



- ▶ Zur **Weiterentwicklung** des **themenspezifischen Angebots** im Bereich NORDIC sollen (potentielle) 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 essenziell, 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	4
02	Zielgruppendefinition	9
03	Charakterisierung Langlaufen	13
04	Langlaufen in den Ferien	19
05	KANO Modellierung	29
06	Typologie	47
07	Key Findings	62

# 01

# Studiendesign



Die Studie wurde in der ersten Phase im DACH-Raum erhoben und in der zweiten Phase in Grossbritannien, Italien, Schweden und Finnland.



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



Erhebungsländer:  
**Phase 1:** CH, DE, AT  
**Phase 2:** UK, IT (Norditalien), SE, FI



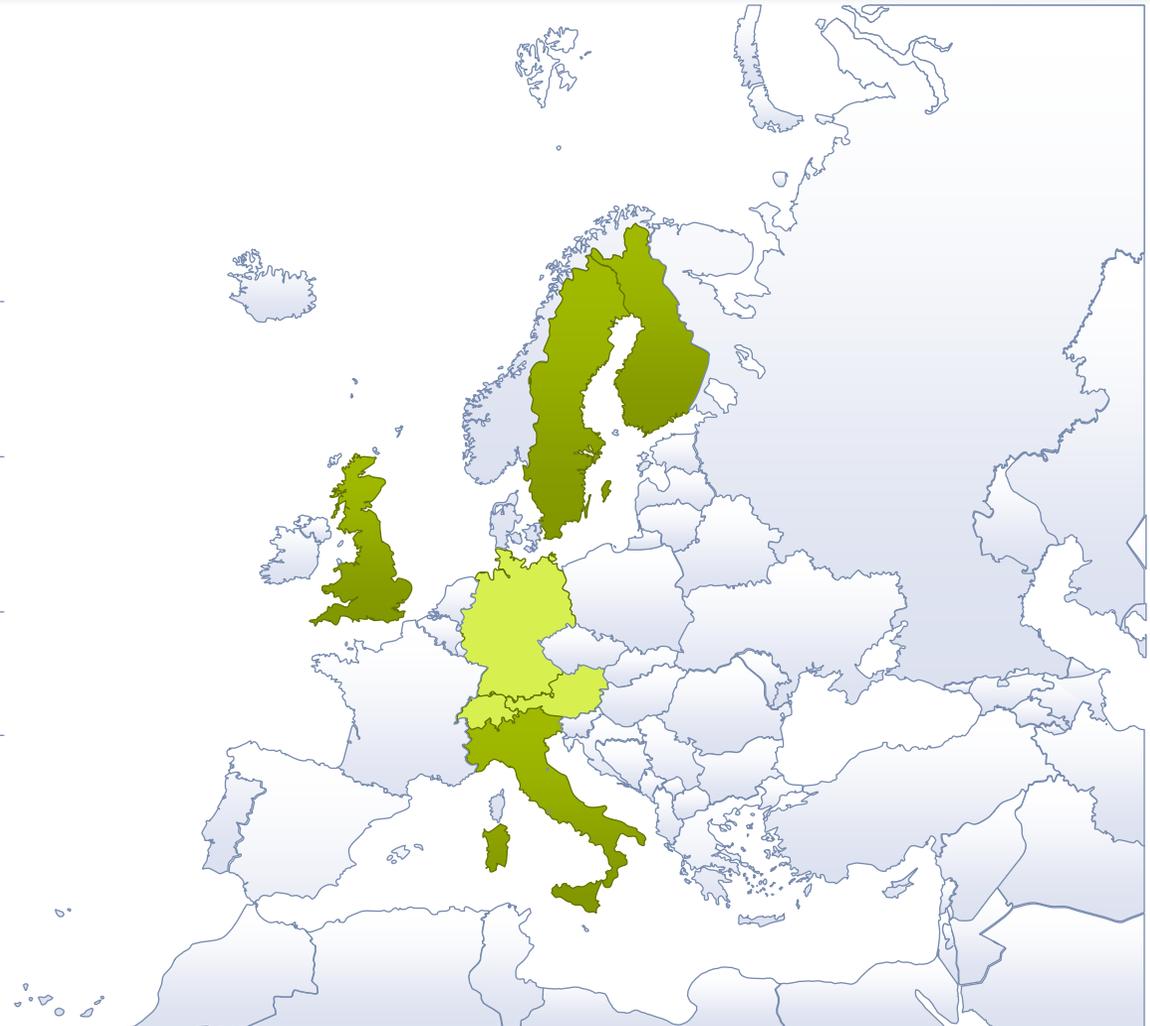
Stichprobengrösse:  
**Phase 1:** CH n = 400; DE & AT n = je 300  
**Phase 2:** UK, IT, SE, FI n = je 300



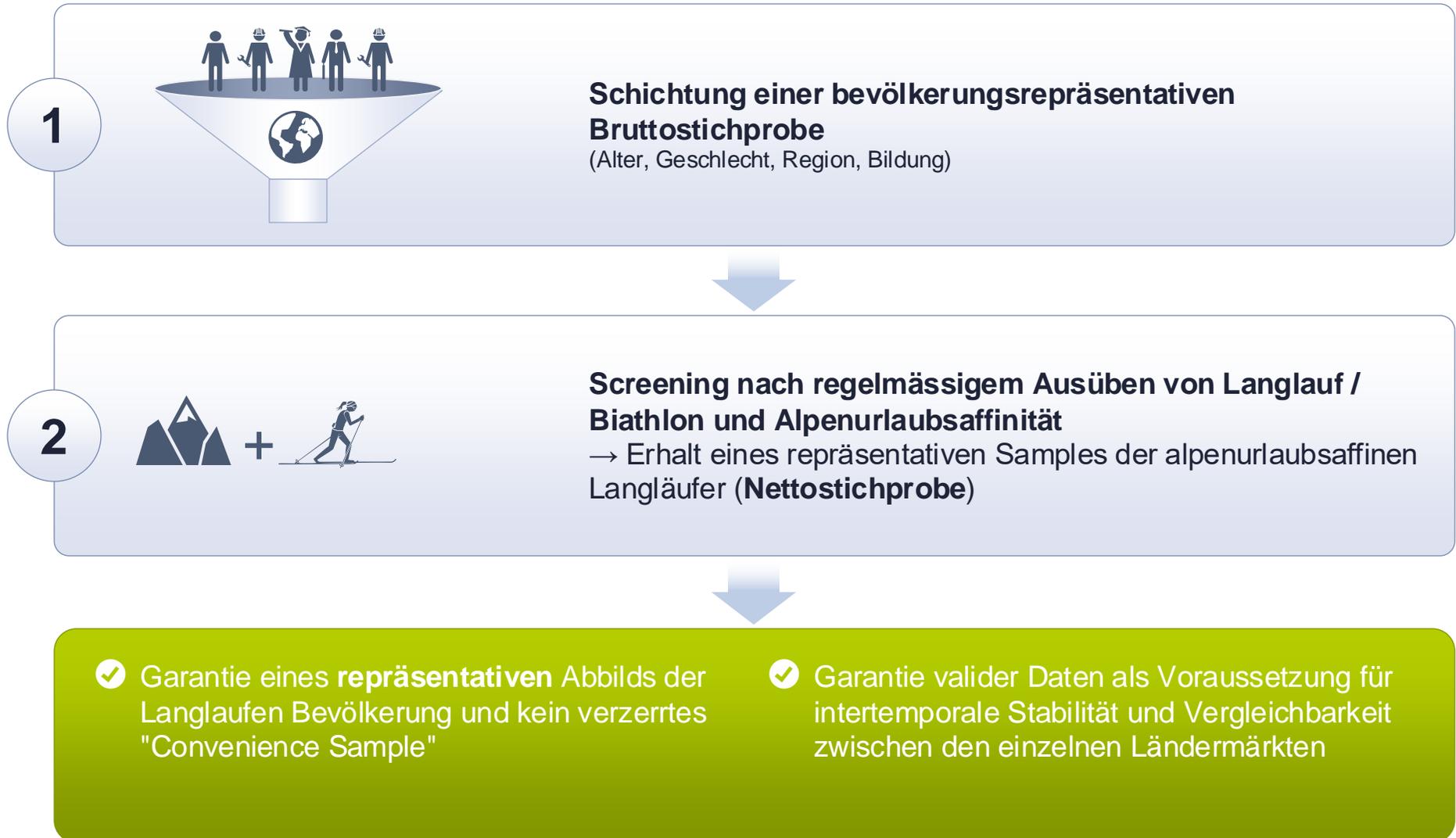
CAWI (Computer Assisted Web Interviews)  
**Responsive Design**



LOI: 10 – 15 Minuten  
Feldphase  
**Phase 1:** 16.05. - 22.06.2023  
**Phase 2:** 04.03. - 19.03.2024



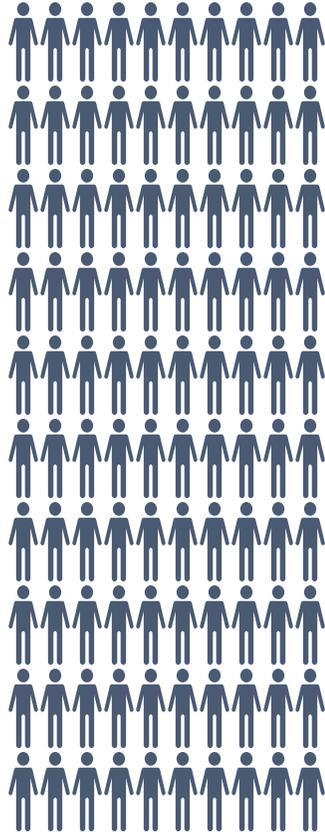
# Unser **2-stufiger Prozess** der Stichprobenziehung ermöglicht ein repräsentatives Sample der Langläufer



# Anteil der alpenurlaubsaffinen Langläufer in der Gesamtbevölkerung

DACH-Raum

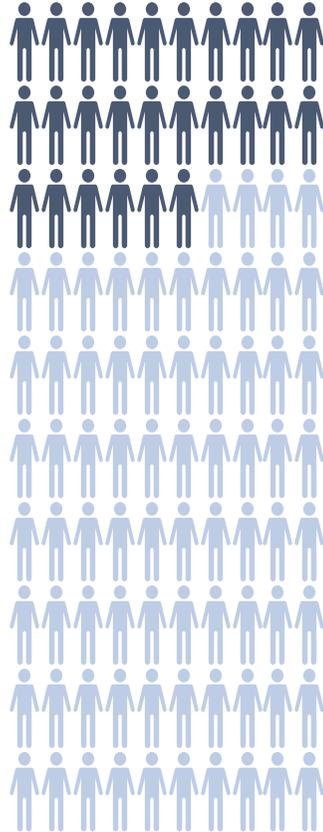
Gesamtbevölkerung



100%



Schweiz

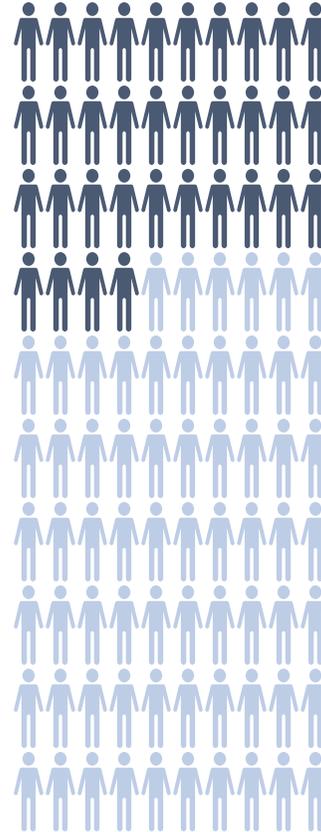


26%

sind alpenurlaubsaffine  
Langläufer



Österreich

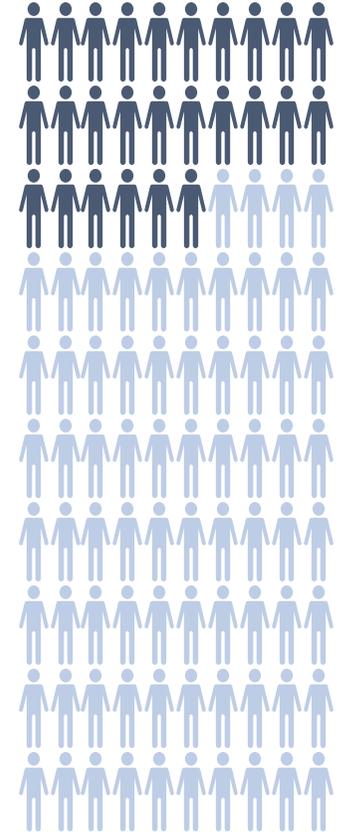


34%

sind alpenurlaubsaffine  
Langläufer



Deutschland



26%

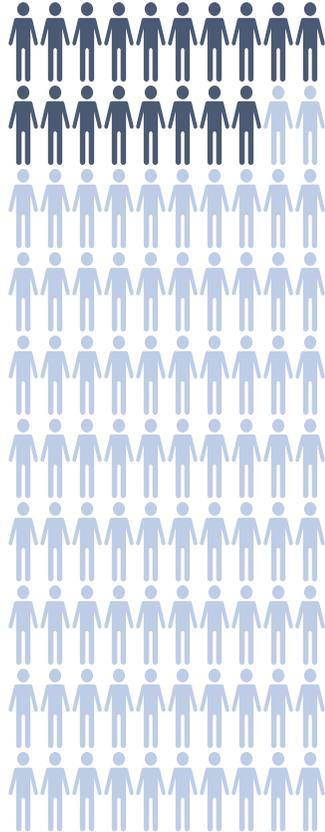
sind alpenurlaubsaffine  
Langläufer

# Anteil der alpenurlaubsaffinen Langläufer in der Gesamtbevölkerung

Aufbaumärkte



Vereinigtes  
Königreich

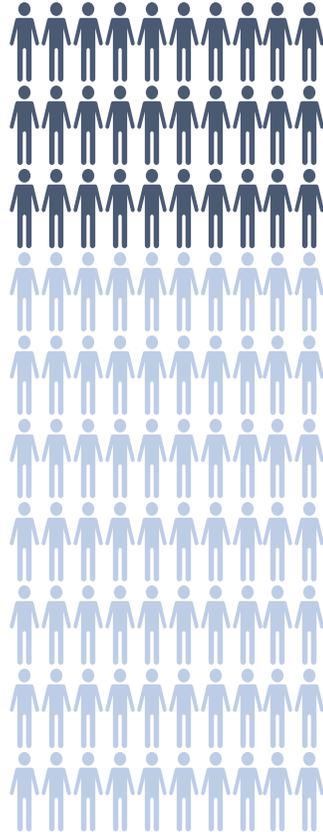


**18%**

sind alpenurlaubsaffine  
Langläufer



Italien

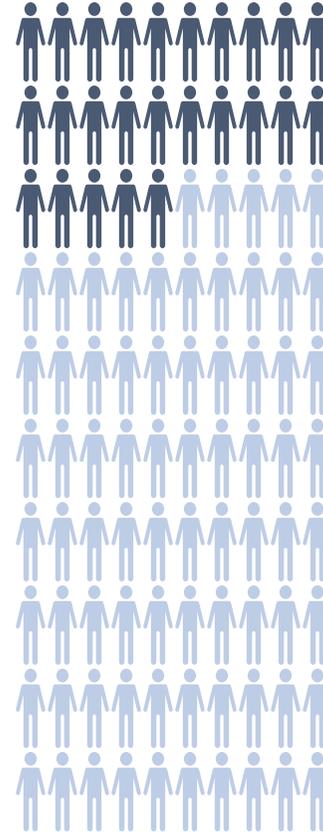


**30%**

sind alpenurlaubsaffine  
Langläufer



Schweden

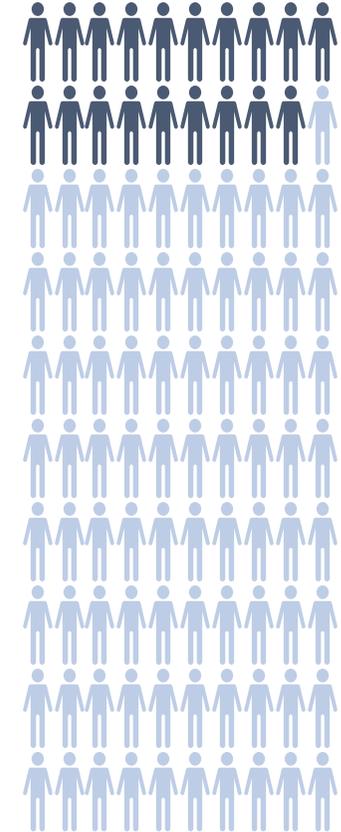


**25%**

sind alpenurlaubsaffine  
Langläufer



Finnland



**19%**

sind alpenurlaubsaffine  
Langläufer

# 02

## Zielgruppen- definition

# Häufigkeit der Ausübung von Wintersportarten

Gesamtbevölkerung



Den höchsten Anteil an Langläufern weisen die skandinavischen Länder Schweden und Finnland auf, gefolgt von Österreich und Italien.

Top 2 Box (zumindest gelegentlich)	CH	DE	AT	UK	IT	SE	FI
Skifahren auf der Piste	49%	28%	52%	21%	32%	35%	37%
Schneeschuhwandern	38%	23%	32%	15%	40%	20%	27%
Langlauf	30%	31%	39%	21%	37%	47%	56%
Snowboarden	20%	17%	18%	26%	24%	21%	17%
Skitouren	19%	20%	24%	23%	25%	32%	49%
Freeride	13%	12%	10%	16%	9%	28%	10%
Biathlon	6%	10%	7%	10%	7%	12%	5%

"Wenn Sie nun an verschiedene Sportarten, die Sie im Winter ausüben, wie häufig üben Sie die folgenden Sportarten aus?"