

# FORSCHUNGSBERICHT



# GRUNDLAGENSTUDIE WINTERSPORT DEUTSCHLAND

Ministerium für Familie, Kinder,  
Jugend, Kultur und Sport  
des Landes Nordrhein-Westfalen



Deutsche  
Sporthochschule Köln  
German Sport University Cologne

# IMPRESSUM

## **Herausgeber:**

Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport des Landes Nordrhein-Westfalen  
Haroldstraße 4, 40213 Düsseldorf

Stiftung Sicherheit im Skisport  
Haus des Ski, Hubertusstraße 1, 82152 Planegg

## **Finanzierung:**

Die Grundlagenstudie wurde mit Mitteln des MFKJKS, der SIS und der DSHS erstellt.

## **Projektleitung und Durchführung:**

Prof. Dr. R. Roth  
Deutsche Sporthochschule Köln, Institut für Natursport und Ökologie  
Am Sportpark Müngersdorf 6, 50933 Köln  
[www.dshs-koeln.de/natursport](http://www.dshs-koeln.de/natursport)

## **Autoren:**

Ralf Roth, DSHS; Alexander Krämer, DSHS; Marcel Görtz, Trendscape

## **Auftragnehmer für die Cati-Befragung und Online Panel:**

Trendscape GbR, Gottfried-Hagen-Str. 60, 51105 Köln

## **Gestaltung und Satz:**

Frank Armbruster, WWL, Mozartweg 8, 79189 Bad Krozingen

## **Bildnachweis:**

Ralf Roth, Andreas Plenk, Fischer Sports GmbH, Salomon Sports, Ötztal-Tourismus,  
DSV Beirat für Umwelt und Skisportentwicklung

## **Zitierung:**

Roth, R.; Krämer, A. & M. Görtz (2012): Grundlagenstudie Wintersport Deutschland.  
Schriftenreihe Institut für Natursport und Ökologie der Deutschen Sporthochschule Köln –  
Band 26.  
ISSN 1612-2437

© 2012 – Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck – auch auszugsweise – nur mit Zustimmung  
des Herausgebers.

**FORSCHUNGSBERICHT**

**GRUNDLAGENSTUDIE  
WINTERSPORT DEUTSCHLAND**

Ministerium für Familie, Kinder,  
Jugend, Kultur und Sport  
des Landes Nordrhein-Westfalen



Deutsche  
Sporthochschule Köln  
German Sport University Cologne



# INHALT

<b>Einleitung</b>	<b>7</b>	<b>Reiseplanung</b>	<b>42</b>
		Planung und Anreise	43
		Reiseziele	45
<b>Konzept der Studie</b>	<b>10</b>	<b>Reiseverhalten und Reisebedürfnisse</b>	<b>50</b>
Definition der Zielgruppe	10	Ausrüstung und Ausgaben	51
Methodische Vorgehensweise	10	Allgemeine Reisefaktoren	56
		Angebot und Nachfrage	64
		Sonstige sportliche Freizeitaktivitäten	66
<b>Potenzialanalyse</b>	<b>14</b>	<b>Skiahallen und Wintersport-Events</b>	<b>68</b>
Gesamtmarkt Wintersport	15	Skiahallen	69
Potenzial der Nicht-Wintersportler	16	Wintersport-Events	72
Potenzial der Wintersportausflügler	17		
Potenzial der Wintersporturlauber	18		
<b>Soziodemographie</b>	<b>22</b>	<b>Zusammenfassung</b>	<b>76</b>
Die Herkunft der Befragten nach Nielsegebieten	23		
Die Herkunft der Wintersportler nach Bundesländern	23		
Die Aktivität der Wintersportler in der Saison 2009/2010	27		
Die Haushalte der Befragten	31		
Wintersportler in Freizeit und Urlaub – Marktsegmentierung nach Reisetypen	33		
<b>Wintersportverhalten</b>	<b>36</b>		
Wintersportarten	37		
Wintersportausflüge	38		
Wintersport als Nebenmotiv	39		
Wintersport als Hauptmotiv	39		



# EINLEITUNG

Die Entwicklung des Wintersports beginnt Ende des 19. Jahrhunderts, als man auf die Attraktivität der winterlichen Gebirge aufmerksam wurde. Ein erster starker Aufschwung folgte nach dem zweiten Weltkrieg mit der Weiterentwicklung von Skiern und Aufstiegshilfen, die es ermöglichten, die Bergregionen als Wintersportdestination zu nutzen. Bereits in den 1960er Jahren erzielte der Wintersporttourismus in vielen Gebieten eine höhere Wertschöpfung als der Sommertourismus. Zahlreiche Infrastrukturmaßnahmen im Bereich der Hotellerie und Gastronomie sowie bei der Erschließung der Skigebiete wurden in dieser Zeit umgesetzt. Seinen Höhepunkt erreichte der Wintersport schließlich in den 1970er/1980er Jahren als die Skigebiete massiv ausgebaut und die Bergbahnen zu den Leitbetrieben ganzer Talschaften wurden. Wintersport-Aktivitäten ist das primäre Reisemotiv von Sporttouristen, die im Winter in die Alpen und in die Mittelgebirge wie Sauerland, Schwarzwald oder Harz fahren.

Über 1100 Lifтанlagen, ca. 800 Skischulen, 140 Nordische Zentren, ca. 4000 Skivereine und unzählige Erfolge im Spitzensport weisen Deutschland als Wintersportland aus. Gegenwärtig scheint die Hochphase der Faszination „Schnee“ jedoch erreicht, wenn nicht überschritten zu sein. In vielen Regionen stagnieren die Besucherzahlen. Als Gründe hierfür werden u.a. diskutiert: mangelnde Schneesicherheit, Überalterung der Gesellschaft, Änderung des Sport- und Freizeitverhaltens, Kostenentwicklung und wirtschaftliche Gesamtlage. Die aus einer steigenden Erwartungshaltung resultierende Komfort- und Preisentwicklung spiegeln sich in der wirtschaftlichen Bedeutung des Wintersports in Deutschland wider.

Aktuelle Studien weisen für den Sportkonsum der Deutschen alleine für den Skisport und Snowboardsport ein jährliches Ausgabevolumen von 13 Milliarden Euro aus. Damit bildet der Skisport das umsatzstärkste Einzelsegment, noch vor den Bereichen Fußball und Radsport. Für den Bereich Snowboard als separate Erhebungseinheit werden bisher zusätzliche 2 Milliarden Euro pro Jahr für den Sportkonsum angegeben (Preuß, Wirtschaftliche Bedeutung des Sportkonsums für Deutschland, 2011).

Während andere Freizeit- und Reiseaktivitäten und Gewohnheiten gut untersucht sind, gibt es bisher für den Wintersport und Wintersporttourismus keine detaillierten Informationen, die repräsentativ für die deutsche Bevölkerung sind. Aus diesem Grund haben das Ministerium für Familie, Kinder, Jugend, Kultur und Sport des Landes Nordrhein-Westfalen und die Stiftung Sicherheit im Skisport unter der Leitung der Deutschen Sporthochschule Köln, Institut für Natursport und Ökologie eine wissenschaftliche, repräsentative Erhebung zum Thema Wintersport in Deutschland durchgeführt.

Welche Schlüsse können aus diesen Entwicklungen gezogen werden und welchen Stellenwert wird der Wintersporttourismus in Zukunft für die Wintersportdestinationen einnehmen? Im Rahmen dieser Studie wird dargelegt, welche Wintersportaktivitäten von den Deutschen unternommen werden, wie sie sich auf einen Wintersportausflug bzw. -urlaub vorbereiten, welche Verhaltensweisen sie währenddessen aufweisen und welche Entwicklungen und Potenziale in Zukunft denkbar sind. Dabei wird insgesamt ein sehr weites Verständnis von Wintersport zu Grunde gelegt: Es werden sämtliche schneegebundenen Aktivitäten von Ski-Alpin über Langlauf bis hin zum Winterwandern und Schlittenfahren in die Betrachtung mit einbezogen.

Hauptziel der Studie ist es, erstmals repräsentative Daten zur aktuellen Größe und Struktur des Marktsegments „Wintersport“ in Deutschland zu erheben und somit umfassende Kundeninformationen für strategische Planungen und eine gezielte Kundenansprache zu erhalten. Diese sind für die verschiedensten Akteure von großer Bedeutung und liefern wichtige Grundlagen für künftige Planungen oder Entscheidungen in Politik, in Sportfachverbänden wie vor allem dem Deutschen Skiverband (DSV), in Unternehmen, bei sporttouristischen Dienstleistern, bei touristischen Leitbetrieben und vielen mehr.

Weiterhin soll mit den Ergebnissen der Studie die Basis für ein künftiges Monitoring des Marktsegments „Wintersport“ in Deutschland geschaffen werden, das in Zusammenarbeit mit verschiedenen Kooperationspartnern umgesetzt wird. Darüberhinaus liefert die Studie wichtige Informationen für aktuelle Fragestellungen im Bereich der Sportverhaltensberichterstattung.

Die folgende Abbildung gibt einen Überblick über die Untersuchungsinhalte der Studie, die in den folgenden Kapiteln ausführlich dargestellt werden.



An aerial photograph of a large crowd of people sitting in stadium bleachers. The crowd is dense and diverse in color, with many people wearing red, blue, and brown jackets. The bleachers are arranged in a curved pattern, and there are several sets of stairs with metal railings visible. The overall scene is bright and lively.

# KONZEPT DER STUDIE

# KONZEPT DER STUDIE

## Definition der Zielgruppe

Je nach Verständnis werden Wintersporttouristen ganz unterschiedlich definiert. Unbestritten ist, dass alle Arten von **Wintersporttouristen** (Wintersporturlauber oder Wintersportausflügler) positive ökonomische Effekte für das jeweilige Zielgebiet induzieren. Im Rahmen der „Grundlagenstudie Wintersport Deutschland“ liegt daher ein weites Verständnis von Wintersporttourismus vor.

Außer **Wintersporturlauben** WSU (Wintersport als Hauptmotiv) und Urlauben, bei denen der Wintersport nur eine von mehreren Urlaubsaktivitäten darstellt (Wintersport als Nebenmotiv) wurden auch solche Wintersportaktivitäten in die Untersuchung mit einbezogen, die nicht an eine Übernachtung gebunden sind (Wintersportausflüge). Es fanden jedoch nur solche **Wintersportausflüge** WSA Berücksichtigung, die außerhalb des eigenen Wohnortes unternommen werden und eine Mindestdauer von 2 Stunden haben (inkl. An- und Abreise).

Des Weiteren wurden im Rahmen der Befragung nur Wintersportler berücksichtigt, die **schneegebundene Wintersportaktivitäten** wie Ski Alpin, Snowboard, Ski Nordisch, Telemarken, Schlittenfahren/Rodeln, Schneeschuhlaufen oder Winterwandern ausüben. Eisgebundene Wintersportaktivitäten, wie z.B. Schlittschuhlaufen oder Eishockey, fanden hingegen keine Berücksichtigung.

## Methodische Vorgehensweise

### Aufbau der Untersuchung

Die „Grundlagenstudie Wintersport Deutschland“ wurde in zwei aufeinanderfolgenden Schritten durchgeführt. Der erste Schritt bestand in einer Befragung deutscher Haushalte

mittels repräsentativer Telefonbefragung (CATI = Computer Assisted Telephone Interviews). Im zweiten Schritt folgte die eigentliche Hauptbefragung, bei der ausschließlich Wintersporttouristen mittels Online-Panel befragt wurden. Die Teilung der Untersuchung in zwei Schritte ist dem Umstand geschuldet, dass auch im Jahr 2010 noch längst nicht jeder Deutsche bereits einmal einen Wintersporturlaub mit mindestens einer Übernachtung unternommen hat. Die Inzidenz dieser Zielgruppe in der gesamtdeutschen Bevölkerung ist zu gering, um die vorliegende Untersuchung ausschließlich über eine Haushaltsbefragung durchzuführen. Ist eine Haushaltsbefragung aus ökonomischen Gründen nicht durchführbar, bedarf es eines anderen Weges, um einen repräsentativen Überblick über den Wintersporttourismus auf gesamtdeutscher Ebene zu erhalten. Dieser Weg besteht in der Zweiteilung der Untersuchung.

Der große Vorteil von Haushaltsbefragungen, repräsentative Zufallsstichproben zu ziehen, stößt bei touristischen Online-Befragungen an die Grenze der Machbarkeit. Dies hängt damit zusammen, dass je nach Inzidenz der Zielgruppe vor allem bei großen Stichprobengrößen die Anzahl an Panelteilnehmern nicht immer ausreichend groß ist, um ein repräsentatives Ergebnis für die deutsche Grundgesamtheit zu erzielen. Zur Lösung dieses Problems bietet sich die Quotierung mit anschließender Gewichtung der Stichprobe an. Durch diese Vorgehensweise wird nicht mehr jeder Wintersporttourist willkürlich in die Stichprobe integriert. Genaue Quotierungsvorgaben steuern die Zusammensetzung der Stichprobe, die als möglichst genaues Abbild der Grundgesamtheit konstruiert wird. In den Fällen, in denen die Quotierungsvorgaben nicht exakt erfüllt werden können, wird schließlich eine nachträgliche Gewichtung der Daten vorgenommen.

### Telefonstichprobe

Die der Hauptbefragung vorgeschaltete Telefonbefragung mittels CATI hatte eine Stichprobengröße von  $n = 2.000$ . Bei dieser Befragung wurde sich des sogenannten ADM Master-Samples bedient, das die Ziehung bundesweit repräsentativer Telefonstichproben ermöglicht.

Die Grundgesamtheit der telefonischen Voruntersuchung ist die Gesamtheit aller Telefonanschlüsse Deutschlands. Diese umfasst ca. 71,7 Mio. Rufnummern, von denen 30,7 Mio. im Telefonbuch eingetragen sind. Die restlichen 41 Mio. Rufnummern werden nach dem Gabler-Häder-Verfahren generiert, um auch die nicht eingetragenen Teilnehmer zu erreichen.

Die Ergebnisse der Telefonbefragung haben im Rahmen dieser Studie vor allem zwei Aufgaben zu erfüllen: Zum einen dienen sie wie beschrieben der Sicherung der Repräsentativität der Hauptbefragung und zum anderen als Potenzialanalyse des deutschen Wintersportreisemarktes. Damit im Rahmen der Hauptbefragung die Wintersporttouristen nicht willkürlich befragt werden mussten, wurden anhand der CATI-Befragung wesentliche Merkmale von Wintersporttouristen erhoben, welche der anschließenden Quotierung der Hauptbefragung dienen:

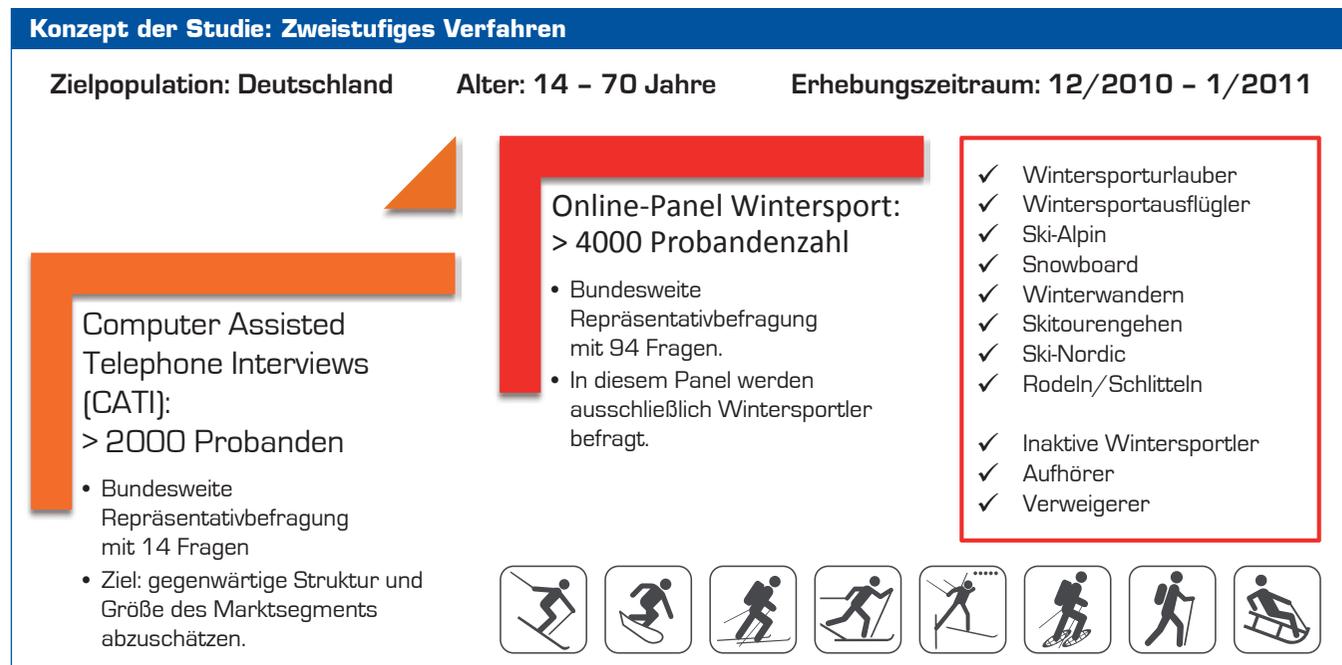
- Geschlecht und Alter der Wintersporttouristen
- Herkunft der Wintersporttouristen

Die Potenzialanalyse beschränkt sich auf die Erhebung der wesentlichen Merkmale, die Aussagen über das zukünftige Marktpotenzial des Wintersporttourismus ermöglichen.

## Hauptstichprobe

Im Rahmen der Hauptbefragung wurden ausschließlich Wintersporttouristen (Wintersportausflügler, Wintersporturlauber – Wintersport als Hauptmotiv oder Nebenmotiv) befragt. Die gezogene Stichprobe hat eine Größe von  $n = 4.047$  Personen. Insgesamt wurden 3.505 Wintersporturlauber befragt (2.728 Wintersporturlauber mit Hauptmotiv Wintersport und 777 Urlauber mit Nebenmotiv Wintersport) sowie 542 Wintersportausflügler, die bislang noch keinen Wintersporturlaub unternommen haben.

Neben den über die CATI-Befragung gewonnenen Merkmalen zu Alter und Geschlecht der Befragten wurde auch die regionale Herkunft der Probanden für die Quotierung der Stichpro-



be berücksichtigt. Diese regionale Aufteilung der Stichprobe erfolgte auf Basis der Nielsen-gebiete, wodurch sich die Ergebnisse der Studie regional aufschlüsseln und zu den vorliegenden Daten zu diesen Gebieten (Konsumverhalten, Kaufkraft etc.) in Beziehung setzen lassen.

Durch die Kombination aller Quotierungsmerkmale ergaben sich insgesamt 80 Quotierungstöpfe, die bei der Hauptbefragung zu berücksichtigen waren. Ein Beispiel für einen derartigen Quotierungstopf sind Frauen im Alter von 14 bis 29 Jahren, die Wintersport betreiben und aus Nordrhein-Westfalen kommen.

59% der Quotierungstöpfe wurden gefüllt bzw. übererfüllt. Rund 41% der Töpfe konnten nicht vollständig gefüllt werden. 40% dieser Quotierungstöpfe waren jedoch mindestens zu 75% gefüllt. Da nicht alle 80 Töpfe zu 100% gefüllt werden konnten, wurden deren Soll-Werte mit den ermittelten Ist-Werten gewichtet. Auf diese Weise ließ sich die Repräsentativität der Stichprobe gewährleisten.

### Quotierungsmerkmale der Stichprobe

Folgende Merkmale wurden zur Quotierung der Stichprobe herangezogen:

#### 1. Herkunft nach Niensengebiet

- Niensengebiet 1: Bremen, Hamburg, Niedersachsen und Schleswig-Holstein
- Niensengebiet 2: Nordrhein-Westfalen
- Niensengebiet 3a: Rheinland-Pfalz, Hessen und das Saarland
- Niensengebiet 3b: Baden-Württemberg
- Niensengebiet 4: Bayern
- Niensengebiet 5: Berlin
- Niensengebiet 6: Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern und Sachsen-Anhalt
- Niensengebiet 7: Sachsen und Thüringen

#### 2. Geschlecht

#### 3. Altersklassen

- 14-29 Jahre
- 30-39 Jahre
- 40-49 Jahre
- 50-59 Jahre
- 60 Jahre und älter

### Darstellung der Zielgruppenergebnisse

Der vorliegende Forschungsbericht „Grundlagenstudie Wintersport Deutschland“ ist in sechs Abschnitte untergliedert und stellt die verschiedenen Schwerpunkte der Studie dar.

Die Wintersporturlauber, die den Wintersport als Hauptmotiv für ihren Urlaub nannten, und die Urlauber, bei denen der Wintersport nur eine von mehreren Urlaubsaktivitäten darstellte (Wintersport als Nebenmotiv), werden aus Gründen der Übersichtlichkeit und um den Rahmen der Studie nicht zu sprengen, zusammengefasst betrachtet und gemeinsam als Wintersporturlauber bezeichnet. Somit wird zwischen Wintersporturlaubern (mit Übernachtung) und Wintersportausflüglern (ohne Übernachtung) unterschieden. Die entsprechenden Stichproben sind mit (WSU) bzw. (WSA) gekennzeichnet.

Darüber hinaus werden Wintersporttouristen, die bereits einmal Ski-Alpin, Snowboard oder Skilanglauf gefahren sind, differenzierter betrachtet. Hierbei werden die Wintersporturlauber und Wintersportausflügler in den meisten Fällen zusammengefasst betrachtet und die entsprechenden Stichproben mit (Ski-Alpin / Snowboard / Ski-Nordisch) benannt. Dies ist dem Umstand geschuldet, dass nahezu 90% der Alpin-Skifahrer, 95% der Snowboarder und 92% der Skilangläufer bereits einen Wintersporturlaub unternommen haben und der Anteil an Ausflüglern somit sehr gering ausfällt.

# POTENZIALANALYSE



# POTENZIALANALYSE

Die zukünftige Entwicklung des Wintersporttourismus ist nicht nur abhängig von branchenspezifischen Trends und Entwicklungen, sondern natürlich auch von der allgemeinen Bevölkerungsentwicklung Deutschlands. Der demographische Wandel – Resultat der stabil niedrigen Geburtenrate mit einer gleichzeitig steigenden Lebenserwartung – wird vor allem in einer gravierenden Veränderung der Altersstruktur spürbar werden. Trotz insgesamt stagnierender Bevölkerungszahlen wird die Gruppe der über 60-Jährigen laut Statistischem Bundesamt in den nächsten 20 Jahren um 7 Millionen auf 28,5 Millionen ansteigen. Dementsprechend beträgt der Anteil dieser Altersgruppe an der Gesamtbevölkerung im Jahr 2030 voraussichtlich 37 Prozent, während die Anzahl der unter 30-Jährigen von knapp 25 auf ca. 20 Millionen sinken wird.

Diese Zahlen bezüglich des Bevölkerungsvolumens und der Altersstruktur implizieren einen erheblichen Einfluss auf die Struktur jeglicher Märkte, also auch des touristischen Marktes. Demnach ist unter anderem von einer wachsenden Bedeutung der Senioren im Tourismus auszugehen. Dieser Umstand ist jedoch nicht nur dem steigenden Anteil an Senioren an der Gesamtbevölkerung geschuldet. Weiterhin ist dieser Altersgruppe neben ansteigender Mobilität und Aktivität die Tendenz zu gesundheitsbewussterem und dennoch genussvollem Leben zuzuschreiben, was sich insbesondere in einem sportaffineren Urlaubsverhalten nie-

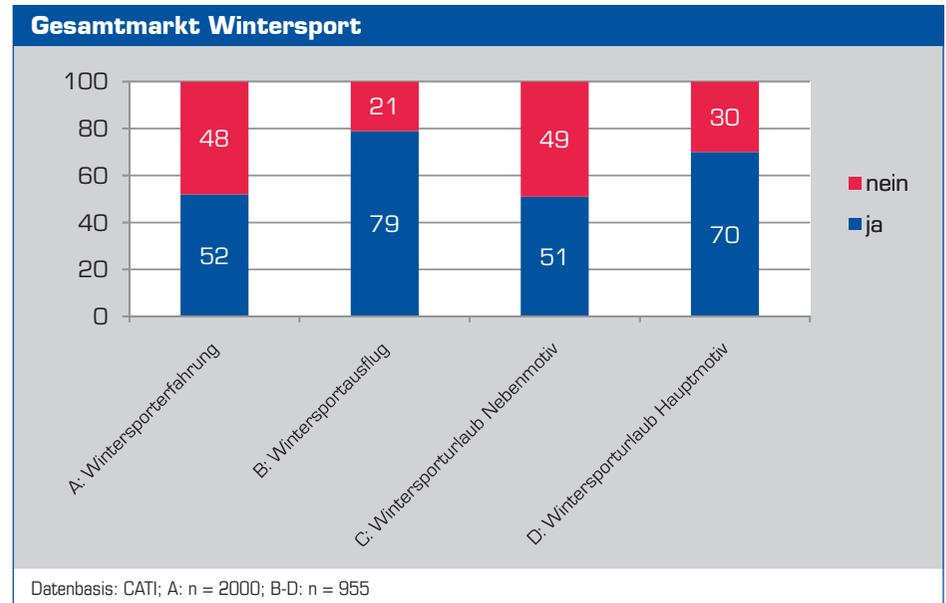
derschlagen wird. Die Gruppe der älteren Wintersporttouristen besteht demnach nicht nur aus den erfahrenen Wintersportlern, welche die Begeisterung aus jungen Jahren ins Alter mitbringen, sondern ebenso aus solchen, die den Wintersport erst in späteren Lebensphasen für sich entdecken. Es stellt sich jedoch die Frage, ob diese Entwicklung dazu geeignet ist, den zu beobachtenden Rückgang im Wintersportmarkt zu kompensieren.

Ein wichtiges Anliegen der „Grundlagenstudie Wintersport Deutschland“ besteht darin, die Gesamtentwicklung des Marktes zu berücksichtigen und die zukünftige Entwicklung des Wintersporttourismus hierzulande auf Grundlage der Struktur des aktuellen Wintersportmarktes sowie der in die Zukunft gerichteten repräsentativen Erhebung besser einschätzen und beschreiben zu können. Aus diesem Grund wurde die der Hauptbefragung vorgeschaltete CATI-Befragung so konzipiert, dass sich Aussagen über die zukünftige Entwicklung des Wintersporttourismus in Deutschland ableiten lassen. Neben den anhand der CATI-Befragung gewonnenen Ergebnissen werden in diesem Abschnitt ebenso Ergebnisse der Hauptbefragung dargestellt. Damit die nötige Transparenz der Daten gewahrt bleibt, wird stets mit angegeben, auf welche Stichprobe sich die präsentierten Ergebnisse beziehen. Dabei sind die Ergebnisse der CATI-Befragung mit (CATI) und die der Hauptbefragung mit (WSU) bzw. (WSA) gekennzeichnet.

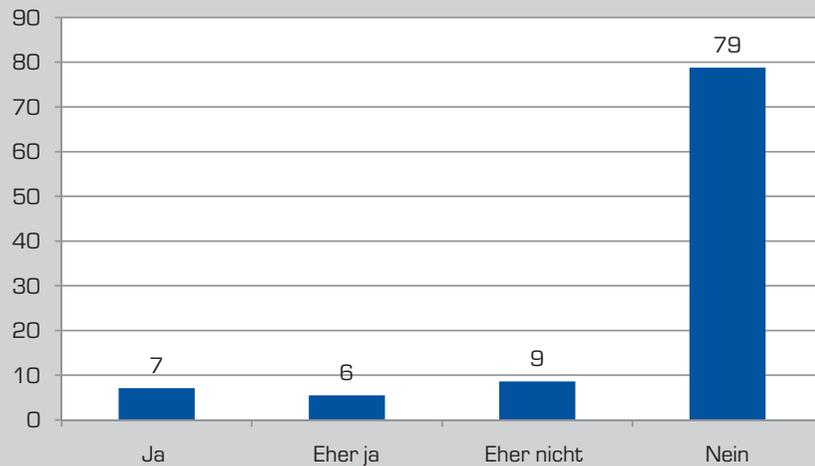
## Gesamtmarkt Wintersport

Betrachtet man den Gesamtmarkt für Wintersport in Deutschland, so zeigt sich, dass über die Hälfte der Deutschen (52%) im Alter von mindestens 14 Jahren bereits Wintersport betrieben haben. Das entspricht einer Gesamtzahl von ca. 36,8 Mio. Menschen. Hierbei sind nur schneegebundene Wintersportaktivitäten wie z.B. Skifahren oder Winterwandern gemeint und kein Eissport wie z.B. Eislaufen oder Bobfahren.

Von denjenigen Deutschen, die bereits Wintersporterfahrung besitzen, haben rund drei Viertel bereits einen Wintersporttagesausflug unternommen (Ein-Tagesausflug ohne Übernachtung, bei dem eine Wintersportaktivität mit einer Minstdauer von 2 Stunden inklusive An- und Abreise betrieben wurde und der außerhalb des eigenen Wohnortes stattfand). Gut die Hälfte dieser Gruppe hat bereits einmal einen Urlaub mit mindestens einer Übernachtung unternommen, bei dem Wintersport betrieben wurde, der Hauptgrund der Reise jedoch nicht in der Ausübung von Wintersport bestand. Wintersporturlaube (Hauptmotiv) wurden hingegen bereits von 70% derjenigen Deutschen unternommen, die Wintersporterfahrung besitzen.



„Können Sie sich vorstellen, zukünftig Wintersport zu betreiben?“



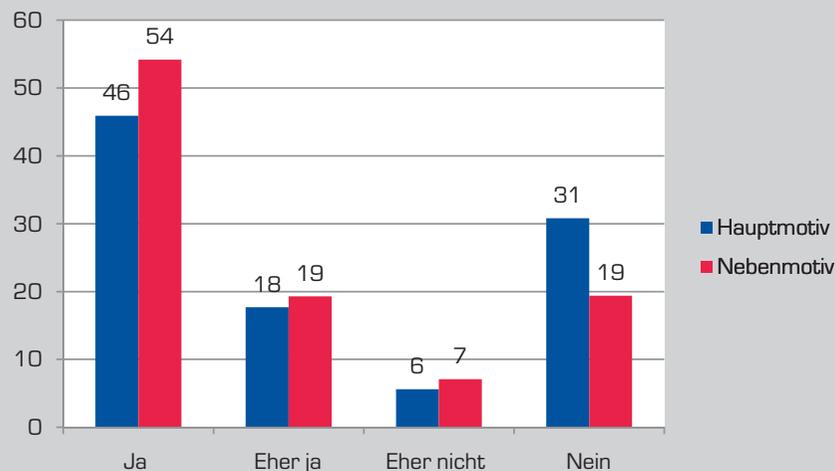
Angaben in Prozent. Antworten derjenigen, die keine Wintersporterfahrung haben. Datenbasis: CATI: n = 956.

Potenzial der Nicht-Wintersportler

Diejenigen Deutschen, die bis dato noch keinen Wintersport betrieben haben, sind an diesem Thema nicht besonders interessiert. Nur 13% von ihnen können sich vorstellen, zukünftig Wintersport zu betreiben. Für rund drei Viertel der Wintersport unerfahrenen Deutschen, die sich vorstellen können, zukünftig Wintersport zu betreiben, käme ein Urlaub infrage, bei dem Wintersport betrieben wird, der Hauptgrund der Reise jedoch nicht in der Ausübung von Wintersport besteht. In Bezug auf Wintersporturlaube (Hauptmotiv) liegt der entsprechende Anteil bei rund zwei Dritteln.

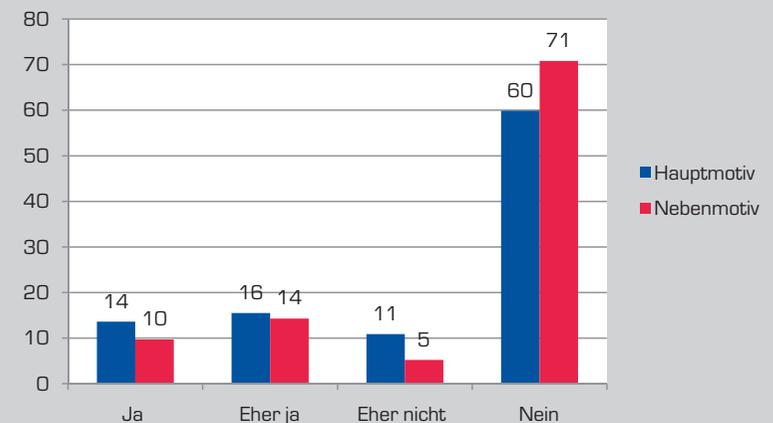
10% der Wintersport unerfahrenen Deutschen, die sich vorstellen können, einen Urlaub zu unternehmen, bei dem Wintersport betrieben wird, der Hauptgrund der Reise jedoch nicht in der Ausübung von Wintersport besteht, planen mit hoher Wahrscheinlichkeit, in den nächsten 12 Monaten einen solchen Urlaub zu unternehmen. Hinsichtlich der Wintersporturlaube liegt der entsprechende Anteil bei 14%.

Urlaub mit Wintersport als Haupt-/ Nebenmotiv



Angaben in Prozent. Antworten derjenigen, die keine Wintersporterfahrung haben, sich aber vorstellen können, zukünftig Wintersport zu betreiben. Datenbasis: CATI: n = 120

Geplanter Urlaub mit Wintersport als Haupt-/ Nebenmotiv in den nächsten 12 Monaten



Angaben in Prozent. Antworten derjenigen, die keine Wintersporterfahrung haben, sich aber vorstellen können, zukünftig Wintersport zu betreiben. Geringe Fallzahlen! Datenbasis: CATI, n Hauptmotiv = 76 bzw. n Nebenmotiv = 88

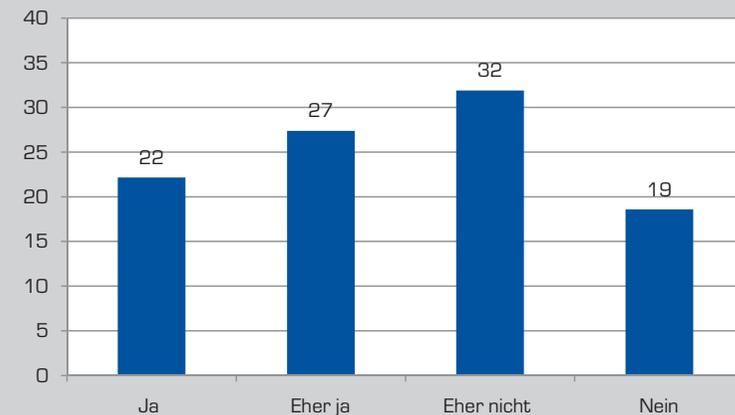
## Potenzial der Wintersportausflügler

Für etwa die Hälfte der Deutschen, die bereits Wintersportausflüge – aber noch keinen Wintersporturlaub – unternommen haben, käme ein Wintersporturlaub (Neben- oder Hauptmotiv) in Frage. Von dieser Gruppe planen 14% mit hoher Wahrscheinlichkeit, in den nächsten 12 Monaten einen solchen Wintersporturlaub zu unternehmen.

17% derjenigen Wintersportausflügler, die noch über keine Wintersporturlaubserfahrung verfügen, aber planen innerhalb der nächsten 12 Monate einen Wintersporturlaub zu unternehmen, wissen bereits mit hoher Wahrscheinlichkeit, wohin diese Reise gehen wird.

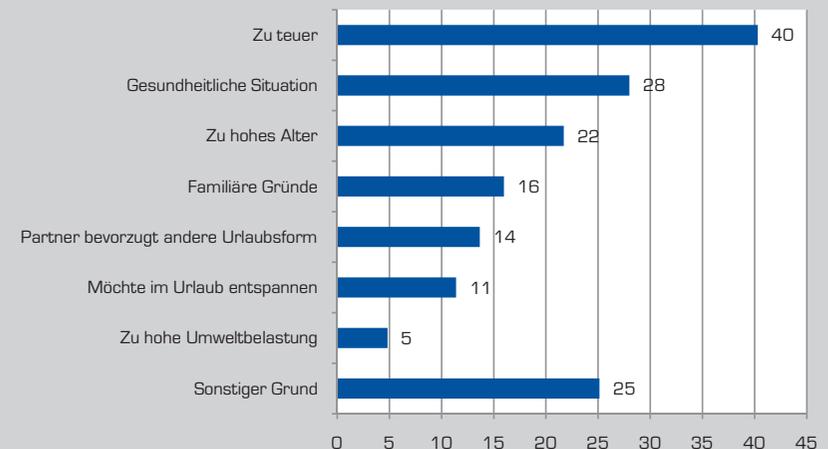
Von denjenigen Wintersportausflüglern, die noch keine Wintersporturlaube unternommen haben und eher ausschließen, künftig in Wintersporturlaub zu fahren, haben 53% noch nicht über derartige Urlaube nachgedacht und 47% ganz konkrete Gründe, die gegen Wintersporturlaube sprechen. Die wichtigsten Gründe, die gegen Wintersporturlaube sprechen, sind in diesem Zusammenhang die mit diesem Urlaub verbundenen Kosten, die eigene gesundheitliche Situation sowie das eigene Alter, das als zu hoch eingestuft wird. Von untergeordneter Bedeutung ist hingegen der Umweltaspekt: Nur 5% dieses Personenkreises gaben an, aufgrund der mit einem Wintersporturlaub verbundenen Umweltbelastungen keinen solchen Urlaub unternehmen zu wollen.

### Alternative Wintersporturlaub: „Käme ein Wintersporturlaub mit mindestens einer Übernachtung für Sie in Frage?“



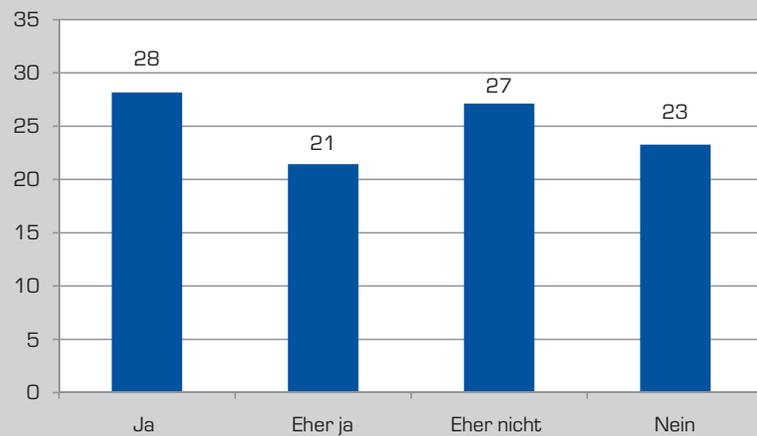
Angaben in Prozent. Antworten derjenigen, die bereits Wintersportausflüge, aber noch keine Wintersporturlaube unternommen haben. Datenbasis: WSA: n = 542

### Konkrete Gründe gegen Wintersporturlaub



Angaben in Prozent. Mehrfachnennungen möglich. Antworten derjenigen, die bereits Wintersportausflüge, aber noch keine Wintersporturlaube unternommen haben und die ganz konkrete Gründe haben, die gegen einen solchen Urlaub sprechen. Datenbasis: WSA: n = 191.

### Geplanter Wintersporturlaub



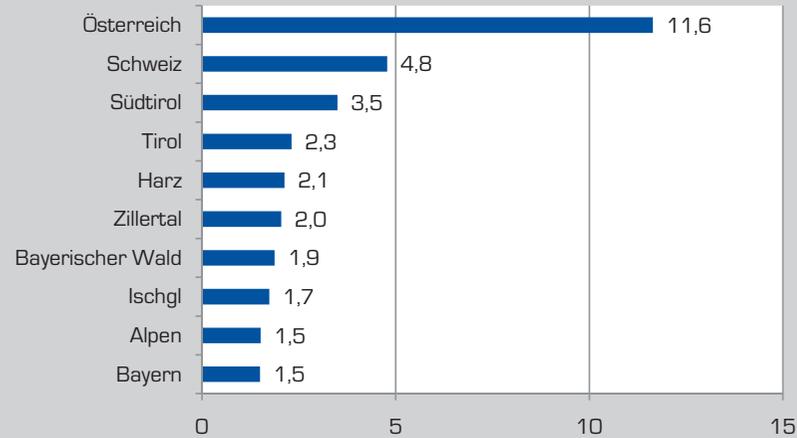
Angaben in Prozent. Antworten derjenigen, die bereits Wintersporturlaube unternommen haben. Datenbasis: WSU: n = 3505

### Potenzial der Wintersporturlauber

Von denjenigen Deutschen, die bereits Wintersporturlaube unternommen haben, planen 28% mit hoher Wahrscheinlichkeit in den nächsten 12 Monaten erneut einen Wintersporturlaub (Haupt- oder Nebenmotiv) zu unternehmen.

42% derjenigen Wintersporturlauber, die bereits über Wintersporturlaubserfahrung verfügen und planen innerhalb der nächsten 12 Monate einen Wintersporturlaub zu unternehmen, wissen bereits mit hoher Wahrscheinlichkeit, wohin diese Reise gehen wird. Dabei wird das Reiseziel Österreich mit großem Abstand am häufigsten genannt. Die Schweiz und Südtirol folgen auf den Plätzen zwei und drei.

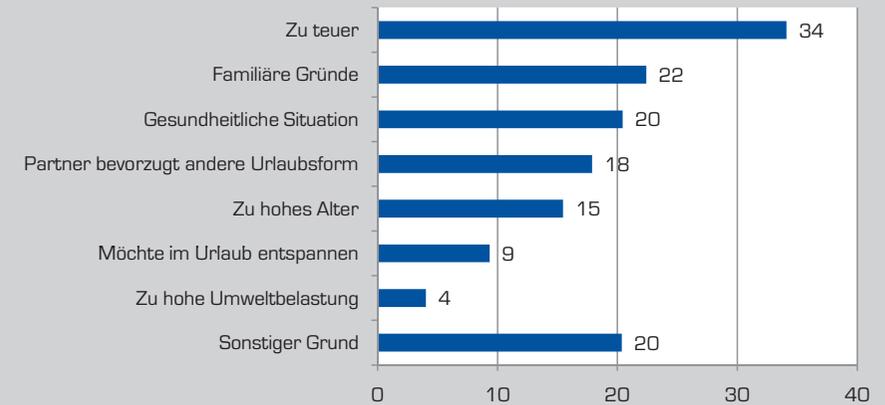
### Geplante Reiseziele – Top Ten



Angaben in Prozent. Mehrfachnennung möglich. Antworten derjenigen, die bereits Wintersporturlaube unternommen haben und planen, innerhalb der nächsten 12 Monate erneut einen Wintersporturlaub zu unternehmen. Datenbasis: WSU: n = 1193.

Diejenigen Wintersporturlauber, die nicht planen innerhalb der nächsten 12 Monate erneut einen Wintersporturlaub zu unternehmen, begründen dies insbesondere durch die mit diesem Urlaub verbundenen Kosten, familiäre Gründe sowie die eigene gesundheitliche Situation. Von untergeordneter Bedeutung ist hingegen auch hier der Umweltaspekt: Nur 4% dieses Personenkreises gab an, aufgrund der mit einem Wintersporturlaub verbundenen Umweltbelastungen in den nächsten 12 Monaten nicht in Wintersporturlaub fahren zu wollen.

### Gründe gegen Wintersporturlaub



Angaben in Prozent. Mehrfachnennung möglich. Antworten derjenigen, die bereits Wintersporturlaube unternommen haben und die in den nächsten 12 Monaten keinen solchen Urlaub planen. Datenbasis: WSU: n = 1752.



# SOZIODEMOGRAPHIE



# SOZIODEMOGRAPHIE

Bevor die Wintersporttouristen in den nachfolgenden Kapiteln in Bezug auf ihr Reiseverhalten, ihre Motive etc. ausführlich analysiert und charakterisiert werden, folgt zunächst eine grundlegende Beschreibung der Wintersporttouristen anhand ihrer soziodemographischen Merkmale. Das Ziel dieses Kapitels besteht darin, einen ersten Überblick über die Struktur der Gesamtheit der deutschen Wintersporttouristen zu geben. Im Rahmen dieser Studie wird stets davon ausgegangen, dass sich Wintersporttouristen (Wintersporturlauber und Wintersportausflügler) in vielerlei Hinsicht voneinander unterscheiden. Deshalb werden diese beiden Gruppen immer getrennt voneinander dargestellt und die jeweiligen Ergebnisse gegenüber gestellt. Weiterhin werden die in der Studie genauer untersuchten Untergruppen der Alpin-Skifahrer, Snowboarder und Skilangläufer mit dargestellt.

Wie im Kapitel zum Konzept der Studie beschrieben, konnte nicht jede Quote hundertprozentig erfüllt werden. Vor diesem Hintergrund wurde eine Gewichtung der Ergebnisse vorgenommen. Mit Ausnahme der ersten Abbildung in diesem Kapitel werden immer nur die gewichteten Ergebnisse dargestellt. In diesem und in den folgenden Kapiteln werden in den Abbildungen zumeist Prozentwerte dargestellt. Wenn nichts anderes angegeben ist, wurden diese Prozentwerte in Bezug auf die Anzahl der Fälle berechnet. In vereinzelten Fällen wurden aus Gründen einer besseren Verständlichkeit anstelle der Prozentwerte absolute Zahlen verwendet. Dies wurde in der jeweiligen Abbildung kenntlich gemacht. Zum Abschluss des Kapitels werden die befragten Wintersportler nach Reisetypen klassifiziert und im Vergleich zum deutschen Gesamtmarkt dargestellt.

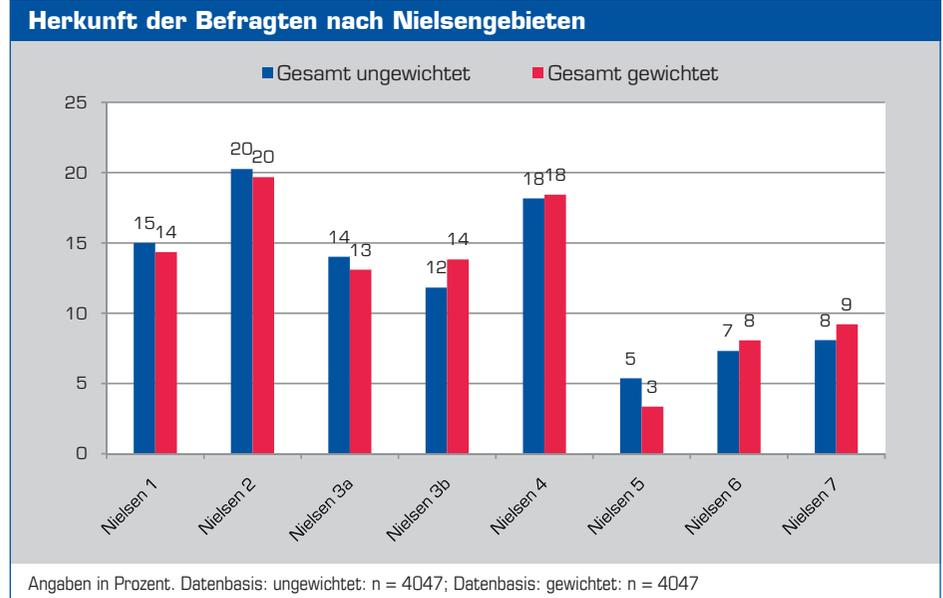
## Die Herkunft der Befragten nach Nielsengebieten

Entsprechend der Quotierungsvorgabe stammt der größte Teil der befragten Wintersportler aus Nielsengebiet 2. Auf dem zweiten Rang befindet sich das Nielsengebiet 4, aus dem 18% der Wintersportler stammen. Es folgen die Nielsengebiete 1, 3a und 3b mit jeweils 14 bzw. 13%. Aus den Nielsengebieten 7, 6 und 5 stammen mit 9 bis 3% die wenigsten Wintersportler. Da sich die acht deutschen Nielsengebiete aus den Bundesländern zusammensetzen, entspricht die Verteilung der Herkunft der Wintersportler nach Bundesländern der Verteilung der Nielsengebiete. Auf den ersten beiden Plätzen befinden sich Nordrhein-Westfalen und Bayern, auf den letzten beiden Plätzen liegen das Saarland und Bremen.

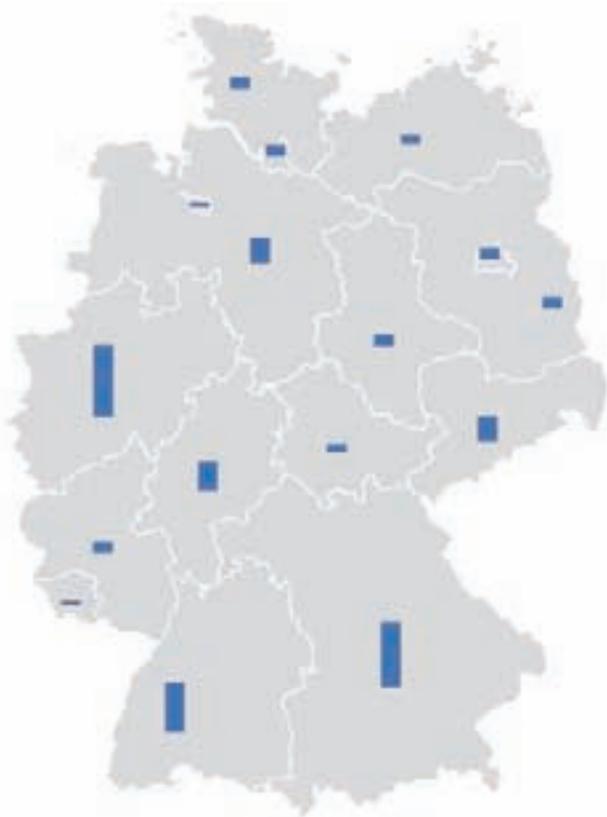
## Die Herkunft der Wintersportler nach Bundesländern

Im Zuge der Untersuchung wurden die Wintersportler noch einmal gezielt nach der Ausübung der drei Sportarten Ski Alpin, Snowboard und Ski Nordisch befragt. Von den ca. 36,8 Mio. Wintersportlern (über 14 Jahren) betreiben somit 15 Mio. alpinen Skisport, 4,3 Mio. Snowboard und 8,8 Mio. den nordischen Skisport. Vergleicht man die Grundgesamtheit der Wintersportler mit den zu den Sportarten Ski Alpin, Snowboard und Ski Nordisch zugehörigen Sportlern, so ergeben sich herkunftsbezogene Unterschiede. Für alle drei genannten Sportarten kommen die meisten Sportler aus Bayern, erst danach die Quellregionen Nordrhein-Westfalen und Baden-Württemberg. Vor allem im Alpinen Skisport ist der Abstand zwischen Bayern und den weiteren Bundesländern sehr deutlich. Der Anteil an den drei Sportarten ist bei den nord- und ostdeutschen Wintersportlern deutlich geringer.

Neben der allgemeinen Untersuchung der Herkunft der Wintersportler erfolgte bei der Befragung auch die explizite Abfrage der Wintersportaktivitäten in der Saison 2009/2010. Somit konnten für diese Saison Aktivitätsraten ermittelt werden, die einen Rückschluss auf das Aktivierungspotenzial liefern. So waren in der Saison 2009/2010 nur 49% der Alpin-Skifahrer aktiv. Bei den Snowboardern waren es 46% und bei den Langläufern nur 27%.



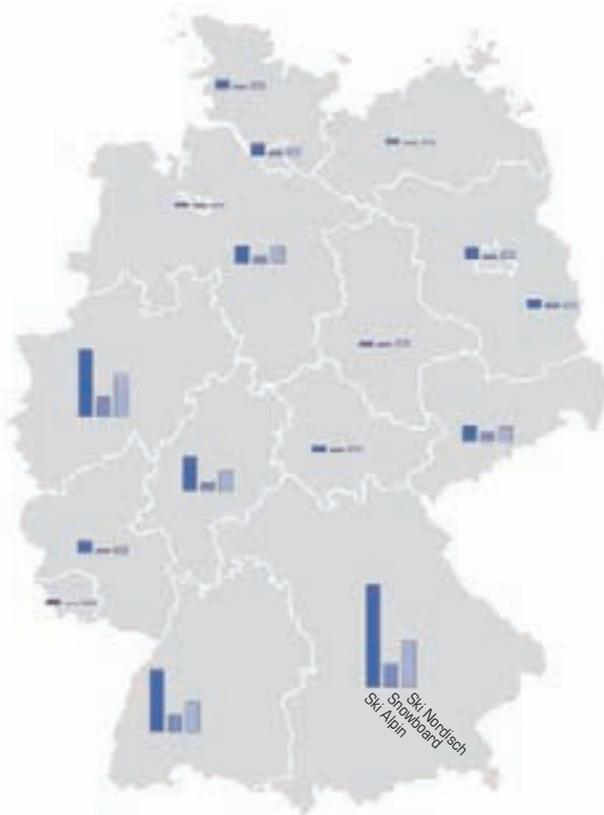
### Herkunft der Wintersportler nach Bundesländern



Bundesland	Anteil (%)
Baden-Württemberg	13,8
Bayern	18,4
Berlin	3,4
Brandenburg	3,4
Bremen	0,9
Hamburg	3,1
Hessen	8,4
Mecklenburg-Vorpommern	1,7
Niedersachsen	7,4
Nordrhein-Westfalen	19,7
Rheinland-Pfalz	3,4
Saarland	1,3
Sachsen	6,8
Sachsen-Anhalt	3,0
Schleswig-Holstein	3,0
Thüringen	2,4
<b>Gesamt</b>	<b>100,0</b>

Datenbasis n = 4047

### Herkunft der Wintersportler nach Bundesländern – Absoluter Vergleich: Ski Alpin – Snowboard – Ski Nordisch & relativer Anteil an der Gesamtbevölkerung

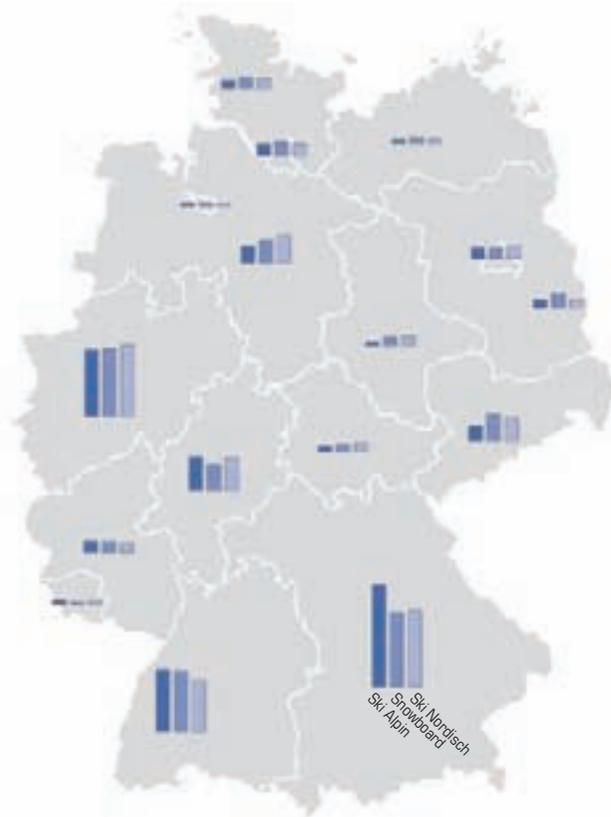


Bundesland	Einwohner* Mio.	Ski-Alpin Mio.	Snowboard Mio.	Ski-Nordisch Mio.	Ski Alpin % Einw	Snowboard % Einw	Ski-Nordisch % Einw
Baden-Württemberg	9,22	2,52	0,71	1,25	27,3	7,7	13,6
Bayern	10,81	4,15	0,88	1,84	38,4	8,1	17,0
Berlin	3,02	0,44	0,13	0,32	14,6	4,3	10,6
Brandenburg	2,24	0,34	0,18	0,20	15,2	7,9	8,9
Bremen	0,62	0,11	0,04	0,07	17,9	6,2	11,4
Hamburg	1,59	0,48	0,18	0,29	30,3	11,2	18,3
Hessen	5,21	1,37	0,30	0,78	26,3	5,8	15,0
Mecklenburg-Vorpommern	1,44	0,17	0,06	0,10	11,8	4,2	7,0
Niedersachsen	6,81	0,70	0,27	0,68	10,3	3,9	10,0
Nordrhein-Westfalen	15,38	2,71	0,79	1,71	17,6	5,1	11,1
Rheinland-Pfalz	3,47	0,48	0,13	0,23	13,9	3,8	6,6
Saarland	0,88	0,19	0,03	0,10	21,6	3,0	11,4
Sachsen	3,69	0,63	0,32	0,58	17,1	8,5	15,7
Sachsen-Anhalt	2,07	0,19	0,10	0,22	9,2	4,6	10,6
Schleswig-Holstein	2,42	0,29	0,12	0,22	12,0	5,1	9,1
Thüringen	1,98	0,26	0,08	0,21	13,1	4,2	10,6
<b>Gesamt</b>	<b>70,82</b>	<b>15,03</b>	<b>4,30</b>	<b>8,80</b>	<b>21,2</b>	<b>6,1</b>	<b>12,4</b>

\* Einwohner über 13 Jahre, Quelle: Statistisches Bundesamt Wiesbaden 2010

Angaben in Mio. Sportler und Anteil in Prozent. Datenbasis: Ski Alpin: n = 1.619; Snowboard: n = 469; Ski Nordisch: n = 928

### Herkunft der Wintersportler nach Bundesländern – Prozentualer Vergleich: Ski Alpin – Snowboard – Ski Nordisch

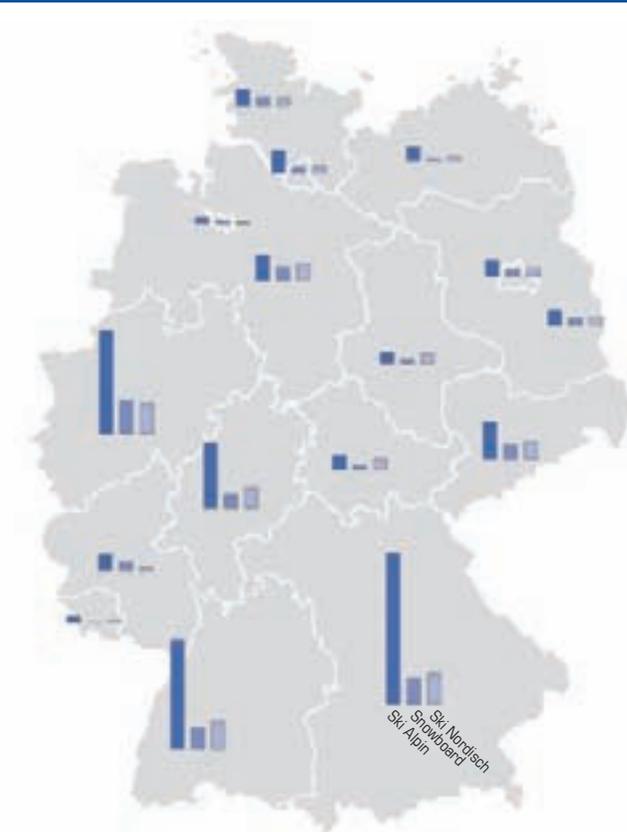


Bundesland	Ski Alpin %	Snowboard %	Ski Nordisch %
Baden-Württemberg	16,77	16,49	14,20
Bayern	27,61	20,37	20,91
Berlin	2,93	3,05	3,64
Brandenburg	2,26	4,12	2,27
Bremen	0,73	0,88	0,80
Hamburg	3,19	4,14	3,30
Hessen	9,12	6,98	8,86
Mecklenburg-Vorpommern	1,13	1,40	1,14
Niedersachsen	4,66	6,19	7,73
Nordrhein-Westfalen	18,03	18,35	19,43
Rheinland-Pfalz	3,19	3,09	2,61
Saarland	1,26	0,60	1,14
Sachsen	4,19	7,33	6,59
Sachsen-Anhalt	1,26	2,21	2,50
Schleswig-Holstein	1,93	2,88	2,50
Thüringen	1,73	1,93	2,39
<b>Gesamt</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

Datenbasis: Ski Alpin: n = 1.619; Snowboard: n = 469; Ski Nordisch: n = 928

## Die Aktivität der Wintersportler in der Saison 2009/2010

### Aktivität der Wintersportler Saison 2009/2010 – Absoluter Vergleich: Ski Alpin – Snowboard – Ski Nordisch & relativer Anteil an der Gesamtbevölkerung

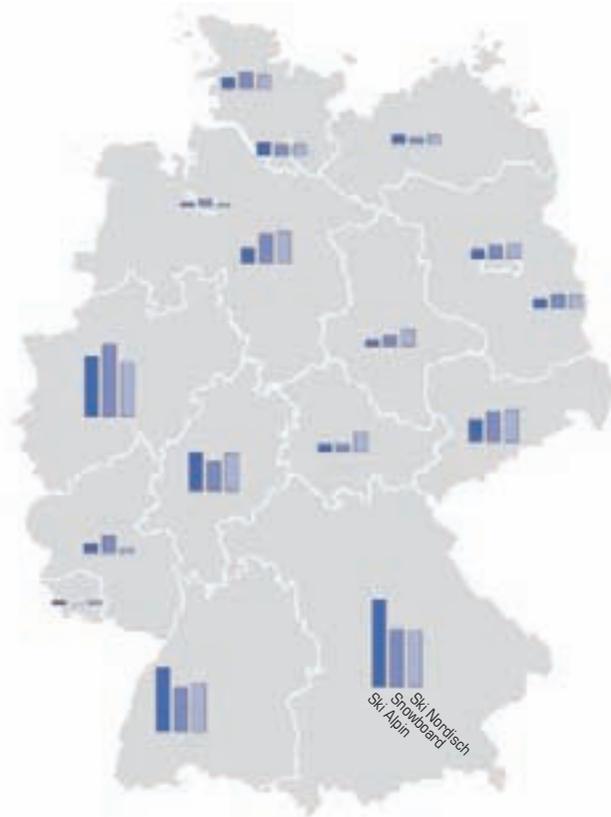


Bundesland	Einwohner* Mio.	Ski-Alpin Mio.	Snowboard Mio.	Ski-Nordisch Mio.	Ski Alpin % Einw	Snowboard % Einw	Ski-Nordisch % Einw
Baden-Württemberg	9,22	1,29	0,24	0,32	14,0	2,6	3,5
Bayern	10,81	1,77	0,31	0,36	16,4	2,8	3,3
Berlin	3,02	0,19	0,08	0,10	6,3	2,6	3,2
Brandenburg	2,24	0,19	0,08	0,09	8,6	3,4	4,1
Bremen	0,62	0,07	0,03	0,01	10,6	5,7	1,3
Hamburg	1,59	0,27	0,06	0,07	16,8	3,9	4,7
Hessen	5,21	0,77	0,16	0,24	14,8	3,0	4,5
Mecklenburg-Vorpommern	1,44	0,16	0,03	0,05	10,9	2,0	3,6
Niedersachsen	6,81	0,30	0,16	0,20	4,4	2,3	2,9
Nordrhein-Westfalen	15,38	1,21	0,39	0,35	7,9	2,5	2,3
Rheinland-Pfalz	3,47	0,18	0,09	0,03	5,3	2,6	0,9
Saarland**	0,88	0,08	-	0,02	8,8	-	2,5
Sachsen	3,69	0,43	0,17	0,21	11,8	4,5	5,7
Sachsen-Anhalt	2,07	0,13	0,06	0,11	6,1	2,7	5,4
Schleswig-Holstein	2,42	0,19	0,09	0,08	8,0	3,7	3,4
Thüringen	1,98	0,17	0,04	0,12	8,5	2,2	6,1
<b>Gesamt</b>	<b>70,82</b>	<b>7,39</b>	<b>1,98</b>	<b>2,36</b>	<b>10,4</b>	<b>2,8</b>	<b>3,3</b>

\* Einwohner über 13 Jahre, Quelle: Statistisches Bundesamt Wiesbaden 2010 – \*\* Datenbasis Snowboard zu gering, keine validen Daten

Angaben in Prozent. Datenbasis: Ski Alpin: n = 1.619; Snowboard: n = 469; Ski Nordisch: n = 928

**Aktivität der Wintersportler Saison 2009/2010 – Prozentualer Vergleich: Ski Alpin – Snowboard – Ski Nordisch**

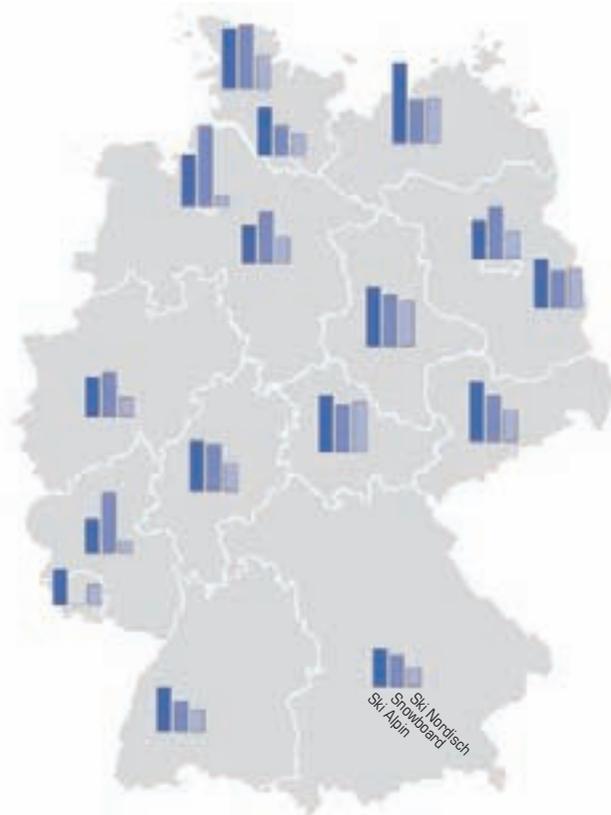


Bundesland	Ski Alpin %	Snowboard %	Ski Nordisch %
Baden-Württemberg	17,4	12,3	13,5
Bayern	24,0	15,5	15,1
Berlin	2,6	3,9	4,1
Brandenburg	2,6	3,8	3,9
Bremen	0,9	1,8	0,3
Hamburg	3,6	3,1	3,1
Hessen	10,4	8,0	10,0
Mecklenburg-Vorpommern	2,1	1,5	2,2
Niedersachsen	4,0	7,8	8,4
Nordrhein-Westfalen	16,3	19,7	14,9
Rheinland-Pfalz	2,5	4,6	1,3
Saarland*	1,0	-	0,9
Sachsen	5,9	8,4	8,8
Sachsen-Anhalt	1,7	2,8	4,7
Schleswig-Holstein	2,6	4,5	3,5
Thüringen	2,3	2,2	5,1
<b>Gesamt</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

\* Datenbasis Snowboard zu gering, keine validen Daten

Angaben in Prozent. Datenbasis: Ski Alpin: n = 1.619; Snowboard: n = 469; Ski Nordisch: n = 928

### Aktivierungspotenzial – Anteil Saison 2009/2010 zur Gesamtanzahl Wintersportler: Ski Alpin – Snowboard – Ski Nordisch

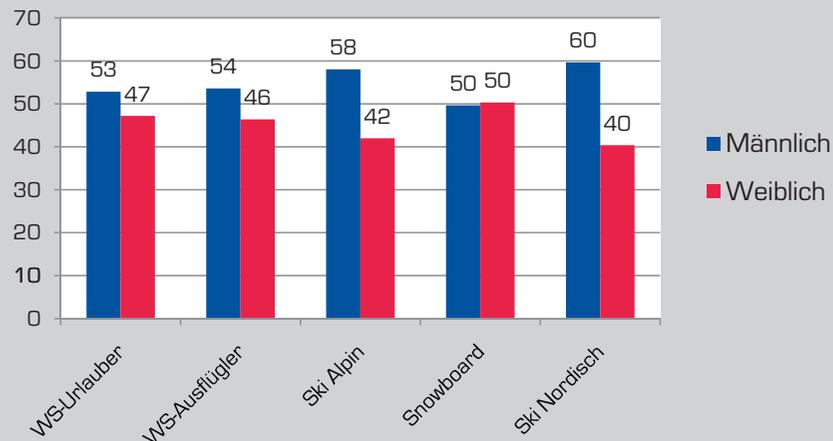


Bundesland	Ski Alpin %	Snowboard %	Ski Nordisch %
Baden-Württemberg	51,1	34,4	25,4
Bayern	42,8	35,1	19,4
Berlin	43,3	58,9	30,5
Brandenburg	56,5	43,0	45,5
Bremen	59,1	92,0	11,2
Hamburg	55,4	34,9	25,5
Hessen	56,2	52,8	30,3
Mecklenburg-Vorpommern	91,8	48,5	51,4
Niedersachsen	42,6	58,5	29,2
Nordrhein-Westfalen	44,6	49,5	20,6
Rheinland-Pfalz	38,5	69,0	13,0
Saarland*	40,6	-	22,4
Sachsen	68,9	52,8	36,0
Sachsen-Anhalt	66,1	58,3	50,9
Schleswig-Holstein	67,0	71,9	37,6
Thüringen	64,4	52,7	57,4
<b>Gesamt</b>	<b>49,2</b>	<b>46,1</b>	<b>26,8</b>

\* Datenbasis Snowboard zu gering, keine validen Daten

Angaben in Prozent. Datenbasis: Ski Alpin: n = 1.619; Snowboard: n = 469; Ski Nordisch: n = 928

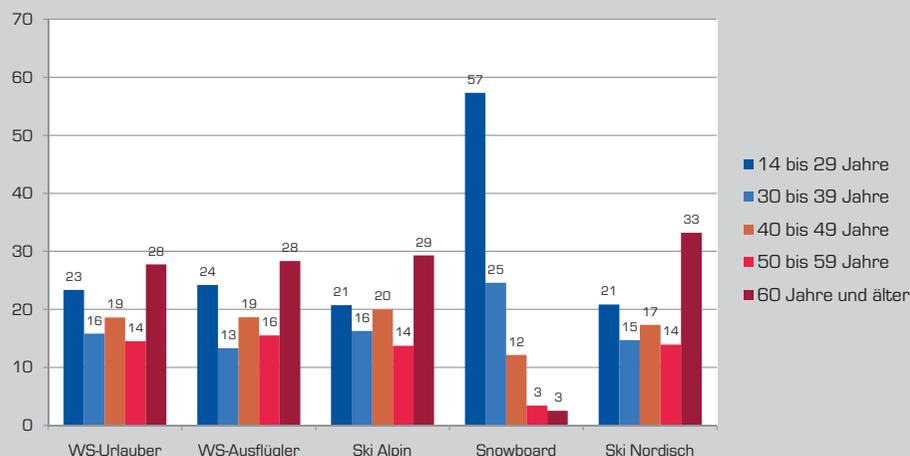
### Verteilung nach Geschlecht



Angaben in Prozent. Datenbasis: WSU: n = 3505; WSA: n = 542; Ski Alpin: n = 1.619; Snowboard: n = 469; Ski Nordisch: n = 928

Hinsichtlich des Geschlechts kann festgestellt werden, dass Männer insgesamt etwas wintersportaffiner sind als Frauen: 53% der Wintersporturlauber und 54% der Wintersportausflügler sind Männer. Bezogen auf die ausgeübten Wintersportdisziplinen wird deutlich, dass vor allem bei Ski Nordisch und Ski Alpin der Männeranteil deutlich dominiert, während beim Snowboard der Frauenanteil sogar minimal höher ist als der Männeranteil.

### Verteilung nach Altersklassen



Angaben in Prozent. Datenbasis: WSU: n = 3505; WSA: n = 542; Ski Alpin: n = 1.619; Snowboard: n = 469; Ski Nordisch: n = 928

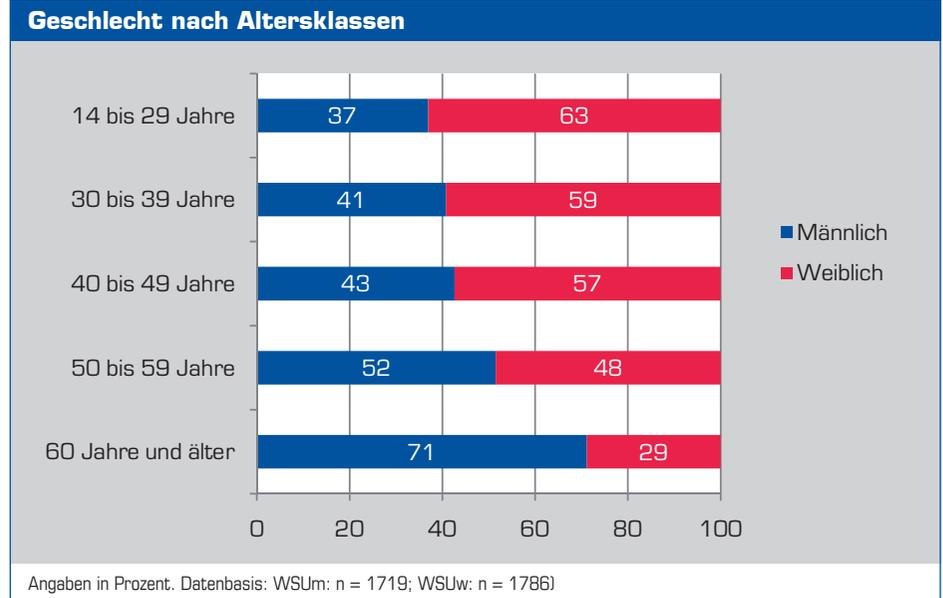
Vergleicht man das Alter von Wintersporturlaubern und Wintersportausflüglern, lassen sich innerhalb der gebildeten Altersklassen keine wesentlichen Unterschiede erkennen. Lediglich die Gruppe der 30- bis 39-Jährigen ist unter den Wintersporturlaubern mit 16% etwas stärker vertreten als unter den Wintersportausflüglern (13%). Das Durchschnittsalter beträgt bei beiden Gruppen etwas mehr als 45 Jahre (Durchschnittsalter aller Wintersportler: 45,4 Jahre).

Während sich die Altersverteilung der Alpinen Skifahrer kaum von derjenigen der Wintersportler im Allgemeinen unterscheidet, weicht die Verteilung beim Snowboard und bei Ski Nordisch deutlich ab. Beim Snowboard ist ein starkes Gefälle der Altersverteilung festzustellen. Über die Hälfte der Snowboarder ist jünger als 30 Jahre, ein weiteres Viertel ist zwischen 30 und 39 Jahre alt. Demgegenüber ist der Anteil der über 50-Jährigen verschwindend gering. Beim Skilanglauf zeigt sich ein umgekehrtes Bild. Ein Drittel der Skilangläufer ist 60 Jahre oder älter.

Männliche Wintersportler – sowohl Urlauber als auch Ausflügler – sind deutlich älter als weibliche Wintersportler. Der Altersunterschied liegt bei durchschnittlich 9,1 Jahren (Durchschnittsalter Männer: 49,7 Jahre; Frauen: 40,6 Jahre). Auch in den verschiedenen Wintersportdisziplinen steigt mit zunehmendem Alter der Männeranteil kontinuierlich an. Das Durchschnittsalter der Alpin-Skifahrer liegt bei 46,1 Jahren (Männer 49,9 Jahre; Frauen 40,7 Jahre), bei den Langläufern bei 47,4 (Männer 51,7 Jahre; Frauen 41,0 Jahre).

Die Snowboarder sind mit einem Durchschnittsalter von 30,7 Jahren deutlich jünger. Darüber hinaus ist hier der Altersunterschied zwischen Männern (32,3 Jahre) und Frauen (29,1 Jahre) relativ gering.

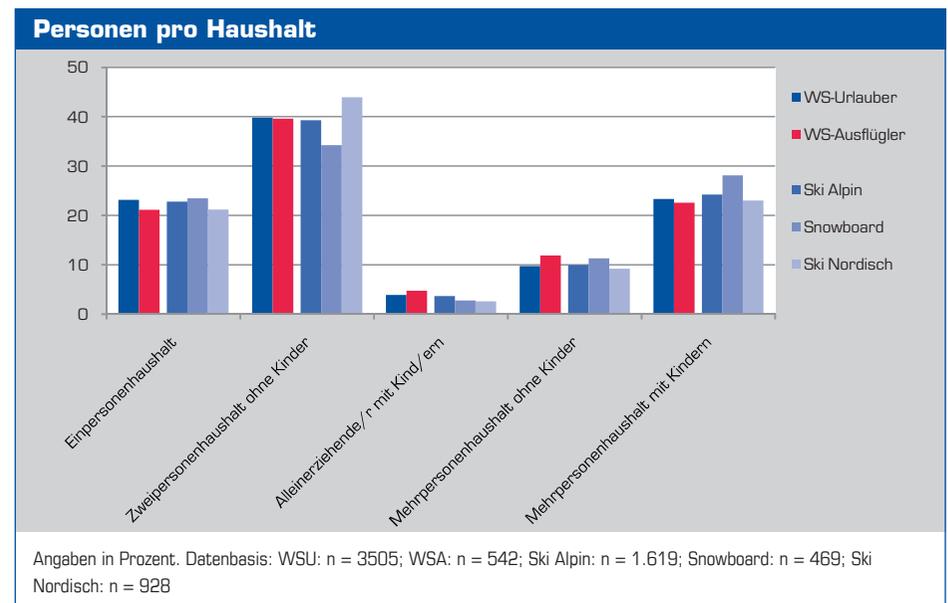
An dieser Stelle sei darauf hingewiesen, dass aufgrund der Telefonbefragung keine Kinder unter 14 Jahren in die Auswertungen eingezogen sind.



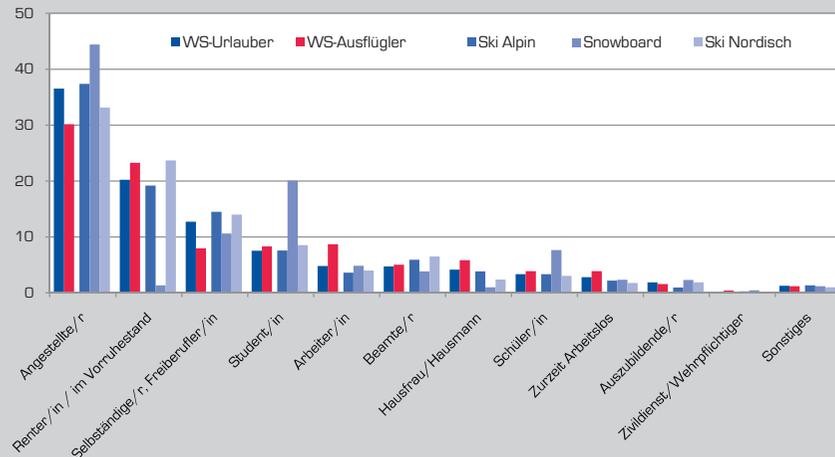
## Die Haushalte der Befragten

Mehr als die Hälfte der Wintersportler ist verheiratet. Etwa ein Drittel der Wintersportler ist noch ledig. Dieser Anteil liegt aufgrund der deutlich abweichenden Altersstruktur bei den Snowboardern hingegen bei 66%. Der Familienstand der Alpinskifahrer und der Skilangläufer entspricht in etwa der Verteilung der Gesamtheit der Wintersportler.

Betrachtet man die Haushaltsform der Wintersportler, stellt man fest, dass Zweipersonenhaushalte ohne Kinder mit jeweils 40% sowohl unter den Urlaubern als auch den Ausflüglern besonders stark vertreten sind. Es folgen Mehrpersonenhaushalte mit Kindern und allein lebende Personen. Alleinerziehende stellen die kleinste Gruppe unter den Wintersportlern. Insgesamt stammen 73% der Wintersportler aus Haushalten ohne Kinder. Beim Haushaltstyp lassen sich sowohl zwischen Wintersporturlaubern und -ausflüglern, als auch innerhalb der Wintersportdisziplinen keine großen Unterschiede erkennen. Die durchschnittliche Haushaltgröße der Wintersporturlauber liegt bei 2,34 Personen.



### Berufsgruppen

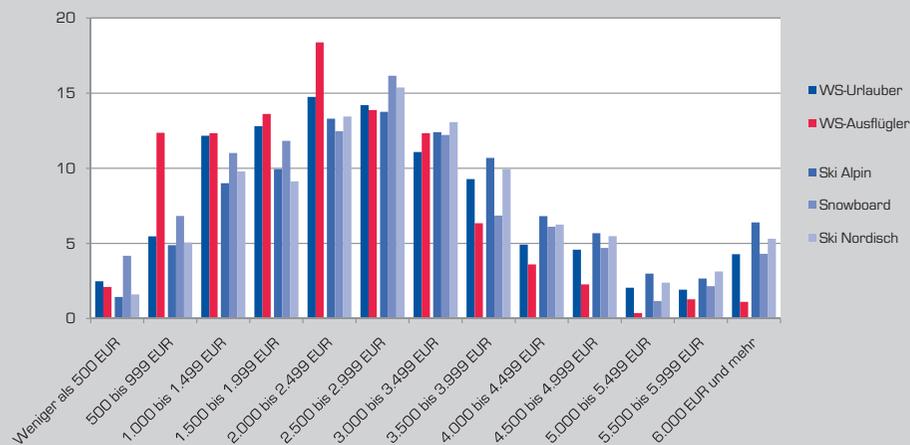


Angaben in Prozent. Datenbasis: WSU: n = 3505; WSA: n = 542; Ski Alpin: n = 1.619; Snowboard: n = 469; Ski Nordisch: n = 928)

Eine genauere Betrachtung der Berufsgruppen ergibt, dass Angestellte unter den Wintersporturlaubern mit 37% wesentlich häufiger zu finden sind als unter den Ausflüglern (30%). Hingegen ist der Anteil der Arbeiter in der Gruppe der Wintersporturlaubern mit knapp 5% nur ca. halb so groß wie der entsprechende Anteil in der Gruppe der Wintersportausflügler. Personen im (Vor-)Ruhestand sind mit 20 bzw. 23% nach den Angestellten am zweitstärksten vertreten.

Die Ergebnisse für die Wintersportdisziplinen Ski-Alpin und Skilanglauf liegen in einem ähnlichen Bereich wie die Ergebnisse für die Wintersporturlaubern. Auffällig ist hingegen der überdurchschnittlich hohe Anteil an Angestellten, Studenten und Schülern bei den Snowboardern. Im Gegenzug sind Personen im (Vor-)Ruhestand kaum unter den Snowboardern anzutreffen (1,3%).

### Einkommensgruppen



Angaben in Prozent. Datenbasis: WSU: n = 2829; WSA: n = 439; Ski Alpin: n = 1.619; Snowboard: n = 469; Ski Nordisch: n = 928

Nicht nur hinsichtlich der Berufsgruppen, sondern auch bezogen auf das Einkommen unterscheiden sich die Wintersportler. Während mehr als ein Viertel der Haushalte der Wintersporturlaubern mindestens 3.500 Euro netto pro Monat verdient, weisen nur ca. 15% der Haushalte der Wintersportausflügler ein Einkommen dieser Höhe auf. Entsprechend sind Personen ohne bisherigen Wintersporturlaub in fast allen unteren Einkommensklassen stärker vertreten als solche, die schon einmal im Wintersporturlaub waren. Auch die Alpin-Skifahrer, Snowboarder und Skilangläufer verfügen über ein durchschnittliches Haushaltsnettoeinkommen, welches noch einmal etwas über dem der Gesamtheit der Wintersporturlaubern liegt. Dennoch verfügen beispielsweise 38 % der Alpinskifahrer über ein Haushaltsnettoeinkommen von weniger als 2.500 Euro im Monat.

## Wintersportler in Freizeit und Urlaub – Marktsegmentierung nach Reisetypen

Als Ergänzung zu den bisherigen soziodemographischen Darstellungen ist die Frage, welche Grundmotive die Wintersportler generell zu einem Ausflug oder Urlaub bewegt und welche grundsätzlichen Charaktereigenschaften und Verhaltensweisen sie kennzeichnen, von großer Bedeutung.

Dementsprechend ist es von Interesse, die Wintersportler in einen weitreichenderen touristischen bzw. freizeitbezogenen Kontext einzuordnen. Aus diesem Grund werden im Folgenden die „Trendscope Reisetypen“ kurz vorgestellt, die auf Basis einer detaillierten psychographischen Segmentierung von Touristen ermittelt wurden und die grundlegende Unterschiede hinsichtlich der Werte, Motive und Eigenschaften der einzelnen Reisetypen sichtbar machen. Hierbei wird der deutsche Gesamtmarkt zu den Wintersportlern in Bezug gesetzt. Insgesamt konnten 3.573 der 4.047 befragten Wintersporttouristen den Trendscope Reisetypen zugeordnet werden.

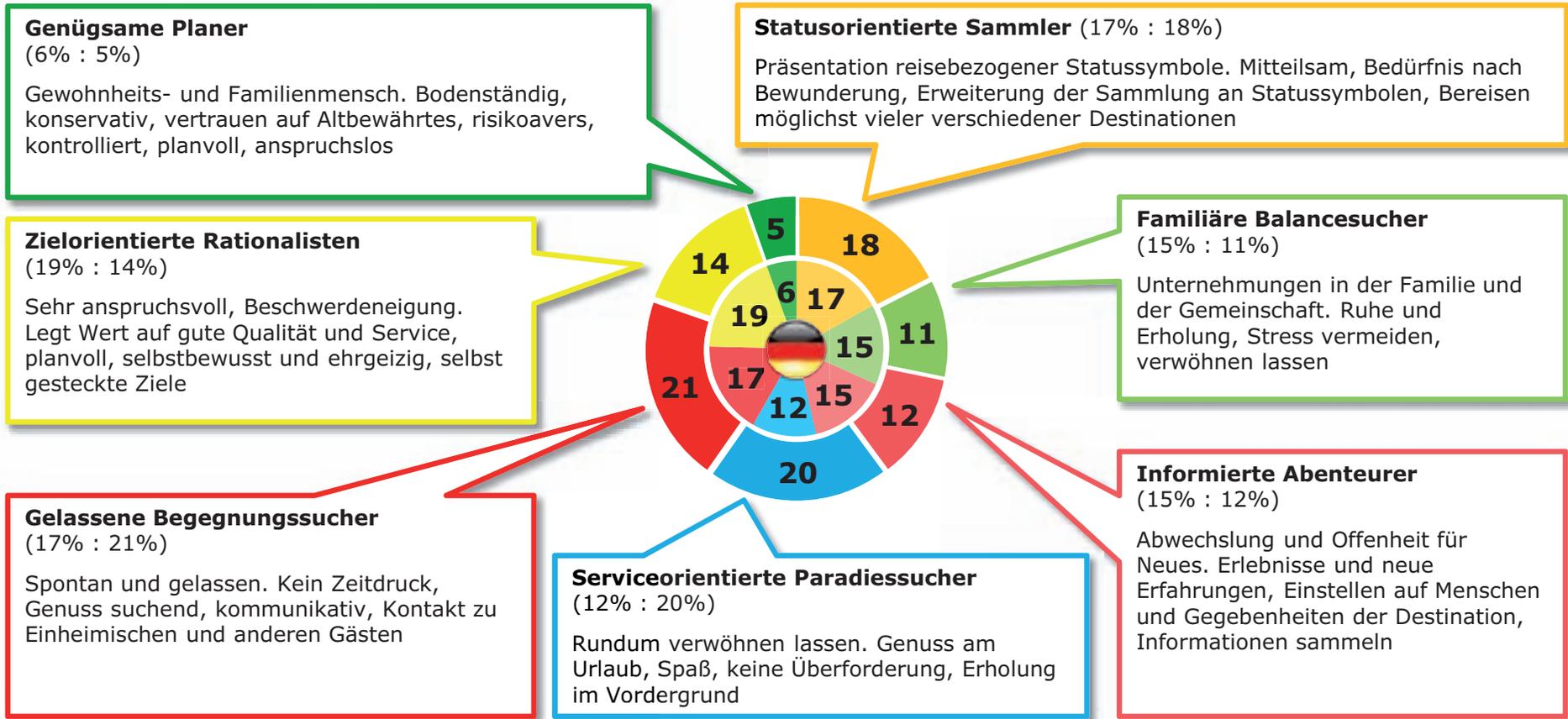
Grundlegend sind für eine zielgruppenorientierte Marktbearbeitung psychographische Marktsegmentierungen häufig die ideale Basis. Für den Einsatz innerhalb bestimmter Branchen sind allgemeine Typologien jedoch in der Regel zu unspezifisch. Für die Touristik schließen die Trendscope Reisetypen als psychographische Marktsegmentierung genau diese Lücke. Anders als bestehende soziodemographische oder themenbezogene Segmentierungsansätze liefern die Trendscope Reisetypen umfassende Informationen zu den relevanten Motiven, Wünschen und Werten der Reisenden. Damit bekommen touristische Leistungsträger z.B. wertvolle Hinweise auf die Psychologie hinter Informationsprozessen und Buchungs-

entscheidungen. Bei der Erstellung der Reisetypen wurde der gesamte Reiseprozess vom ursprünglichen Urlaubswunsch über den Informations- und Buchungsprozess, die Reisedurchführung bis hin zur Reisenachbereitung berücksichtigt. Die Zuordnung der Wintersporturlauber zu den Trendscope Reisetypen ermöglicht eine Ausrichtung an den hinter der Buchungsentscheidung stehenden Wünschen und Werten. Hierdurch lassen sich Angebotsentwicklung, Marketing und Vertrieb im Bereich des Wintersporttourismus zielgenau optimieren.

Bei der Zuordnung der Wintersporttouristen zu den Trendscope Reisetypen fällt auf, dass die Wintersportler insbesondere unter den „serviceorientierten Paradiessuchern“, den „gelassenen Begegnungssuchern“ sowie den „statusorientierten Sammlern“ zu finden sind. Insgesamt werden 59% der Wintersporttouristen diesen drei Reisetypen zugeordnet. Dies bedeutet, dass es sich ein großer Teil der Wintersporttouristen im Urlaub gut gehen lassen möchte und Spaß sowie Erholung im Vordergrund stehen (entspricht den Paradiessuchern), ein zweiter großer Teil den Tag auf sich zukommen lassen und dabei mit anderen Menschen in Kontakt kommen möchte (entspricht Begegnungssuchern) und eine dritte Gruppe großen Wert darauf legt, Bewunderung für das Erlebte zu erhalten (Sammler).

Während im deutschen Gesamtmarkt die „serviceorientierten Paradiessucher“ einen Anteil von 12% einnehmen, liegt dieser mit 20% bei den Wintersportlern deutlich höher. Demgegenüber sind die „zielorientierten Rationalisten“ mit 14% unter den Wintersportlern deutlich geringer vertreten als im deutschen Gesamtmarkt (19%).

**Verteilung der Reisetypen: Gesamtmarkt vs. Wintersportler**





**WINTERSPORTVERHALTEN**

# WINTERSPORTVERHALTEN

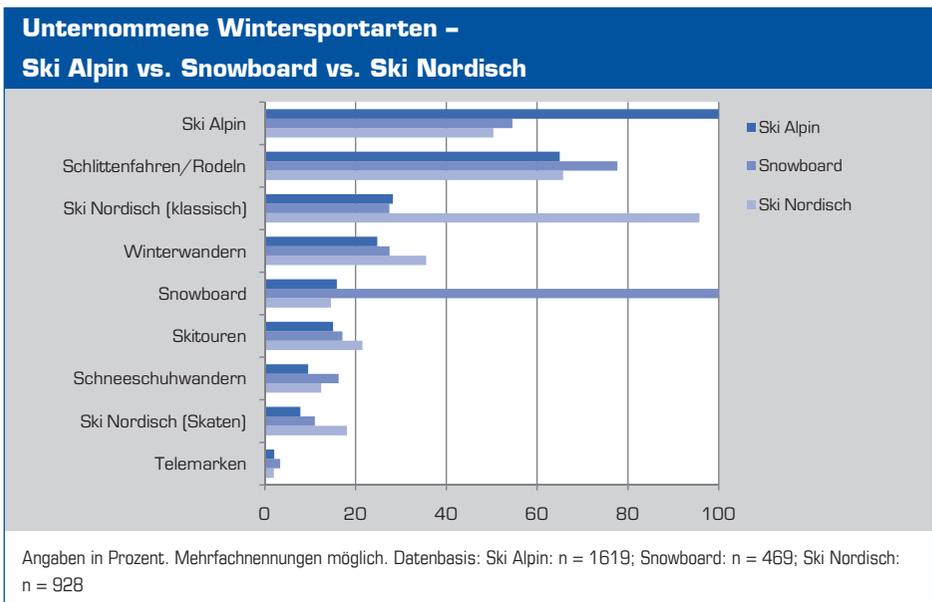
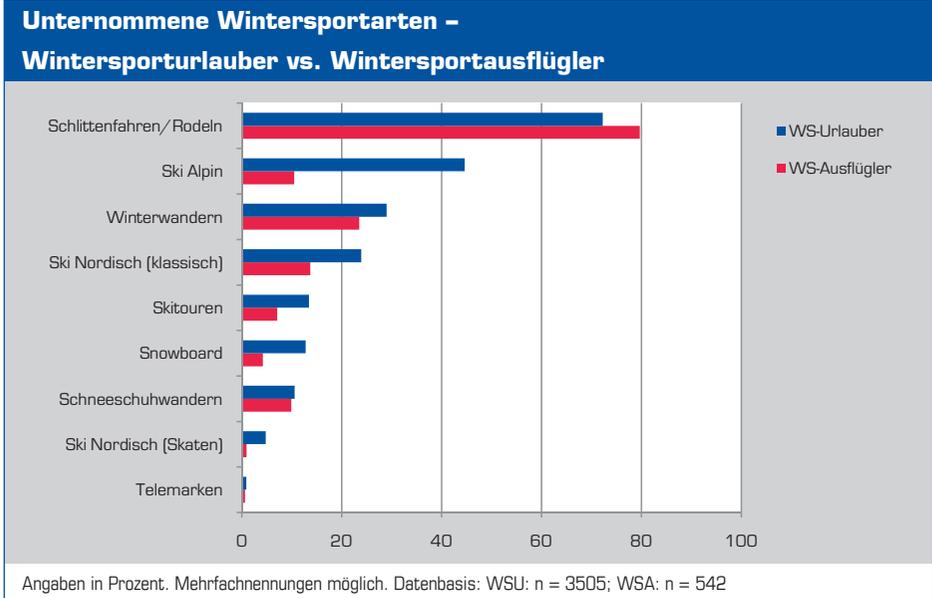
Gegenstand dieses Kapitels ist die Art des ausgeübten Wintersports. Das grundlegende Unterscheidungsmerkmal zwischen den Wintersporttouristen besteht dabei in der Frage, ob diese bereits einen Wintersporturlaub mit mindestens einer Übernachtung (Wintersporturlauber mit Hauptmotiv Wintersport oder Wintersporturlauber mit Nebenmotiv Wintersport) unternommen haben, oder ob es sich ausschließlich um Ausflügler handelt, die während ihres Wintersportausflugs auf Übernachtungen verzichten.

Sowohl die Wintersporturlauber als auch die Wintersportausflügler werden im Rahmen dieses Kapitels zunächst hinsichtlich der von ihnen betriebenen Wintersportaktivitäten analysiert und anschließend quantitativ beschrieben. Darüber hinaus erfolgt ein Vergleich der Wintersportdisziplinen Ski Alpin, Snowboard und Ski Nordisch.

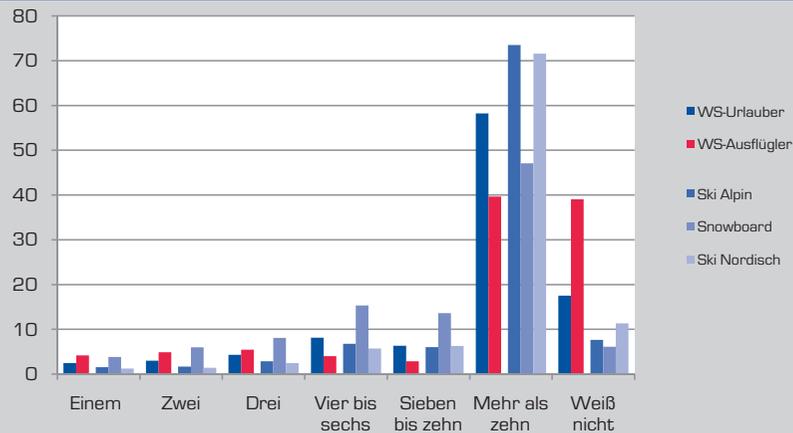
## Wintersportarten

Schlittenfahren bzw. Rodeln ist die mit Abstand am weitesten verbreitete Wintersportart unter den Wintersporttouristen. Während bereits 80% der Wintersportausflügler gerodelt sind, liegt deren Anteil bei den Wintersporturlaubern bei 72%. Auf dem zweiten Platz folgt mit deutlichem Abstand Ski-Alpin, das von 45% der Wintersporturlauber, aber nur von 10% der Wintersportausflügler bisher unternommen wurde. Für diese folgen hingegen Winterwandern und Ski Nordisch (klassisch) auf den Plätzen zwei und drei. Auch für die Wintersporturlauber stellen das Winterwandern und Ski Nordisch (klassisch) beliebte Urlaubsaktivitäten dar, denen etwa ein Viertel von ihnen bereits nachgegangen ist. Skitouren, Snowboarden und Schneeschuhwandern nehmen in der Beliebtheit der Wintersporturlauber die folgenden Plätze ein. Skaten und Telemarken werden nur von wenigen Wintersporturlaubern ausgeübt. Bis auf das Schlittenfahren/Rodeln werden alle abgefragten Aktivitäten von den Urlaubern stärker wahrgenommen als von den Ausflüglern. Die größten Unterschiede treten in diesem Zusammenhang bei Ski-Alpin und beim Snowboarden auf.

Bezogen auf die Zugehörigkeit der Wintersportler zu den einzelnen Disziplinen ergeben sich erwartungsgemäß Unterschiede zwischen den unternommenen Sportarten. Neben Ski-Alpin fahren die Ski-Alpinisten auch überdurchschnittlich oft Ski Nordisch, Snowboard sowie Telemark und unternehmen Skitouren. Dafür wird das Schlittenfahren sowie das Winterwandern von ihnen nur unterdurchschnittlich oft betrieben. Der Anteil an skierfahrenen Wintersportlern ist bei den Snowboardern überdurchschnittlich groß. Dies gilt sowohl für die nordischen als auch die alpinen Ski-Varianten. Mit dem Schlittenfahren haben die Skilangläufer neben der klassischen Ski Nordisch Variante zwar die meisten Erfahrungen, haben diese Wintersportart im Vergleich zu der Gesamtheit der Wintersportler aber dennoch vergleichsweise selten betrieben. Dafür verfügen überdurchschnittlich viele Skilangläufer über Erfahrungen mit Ski-Alpin, Winterwandern und Skitouren.



### Wintersporterfahrung – „Seit wie vielen Jahren betreiben Sie bereits Wintersport?“

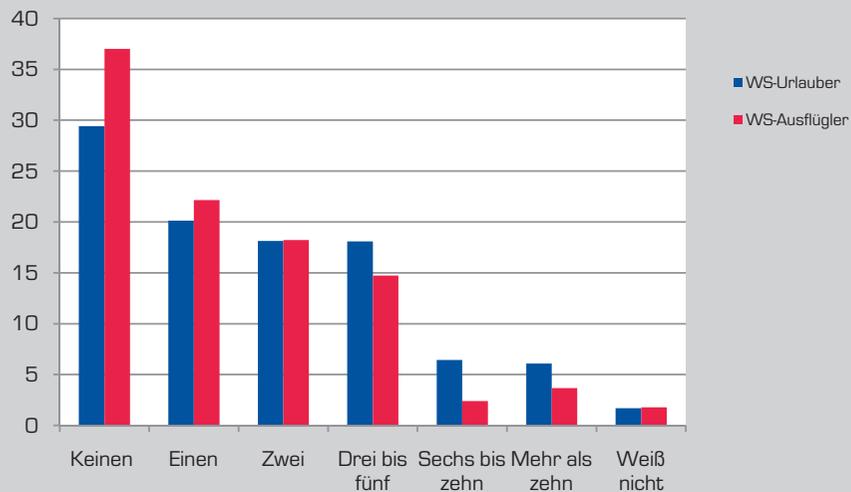


Angaben in Prozent. Datenbasis: WSU: n = 3505; WSA: n = 542; Ski Alpin: n = 1619; Snowboard: n = 469; Ski Nordisch: n = 928

Insgesamt sind die deutschen Wintersporttouristen sehr wintersporterfahren. 58% der Urlauber und immerhin 40% der Ausflügler betreiben bereits seit mehr als 10 Jahren Wintersport. Lediglich 2% der Urlauber und 4% der Ausflügler betreiben erst seit einem Jahr Wintersport. Bezogen auf die einzelnen Disziplinen fällt auf, dass die Alpin-Skifahrer und Skilangläufer zu jeweils über 70% bereits mehr als 10 Jahre Wintersporterfahrung aufweisen. Aufgrund der deutlich jüngeren Altersstruktur ist dieser Wert bei den Snowboardern mit 47% deutlich geringer.

Mitgliedschaften in Wintersportvereinen liegen nur bei einem sehr geringen Teil der Wintersporttouristen vor: Während immerhin noch 5% der Wintersporturlauber in einem Wintersportverein angemeldet sind, liegt der Anteil bei den Ausflüglern bei nahezu 0%. Der Anteil der in einem Verein organisierten Alpin-Skifahrer und Skilangläufer liegt hier bei jeweils 7%, der Anteil der Snowboarder bei 10%.

### Anzahl der Wintersportausflüge in den letzten 12 Monaten



(Angaben in Prozent. Datenbasis: WSU: n = 2547; WSA: n = 542)

### Wintersportausflüge

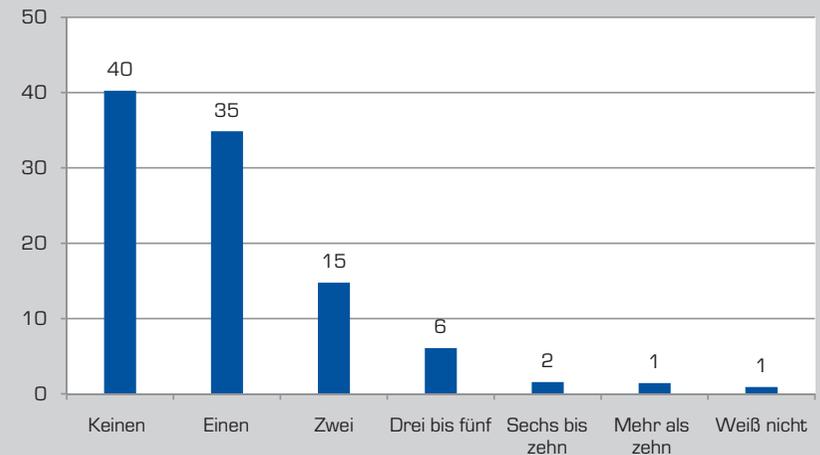
Etwa drei Viertel der Personen, die bereits in Wintersporturlaub gefahren sind, haben auch schon einen Tagesausflug unternommen, bei dem Wintersport betrieben wurde. Ein weiteres Viertel unternimmt Wintersport somit nur im Urlaub bzw. falls möglich direkt am Wohnort. Von denjenigen, die bereits Wintersportausflüge unternommen haben, haben etwa zwei Drittel in den letzten 12 Monaten mindestens einen solchen Ausflug unternommen. Während der Anteil der Wintersporturlauber und Wintersportausflügler, die im Vorjahr ein bis fünf Wintersportausflüge unternommen haben, mit je ca. 55% gleich hoch ausfällt, ist der Anteil der Wintersporturlauber, die im Vorjahr mehr als fünf Wintersportausflüge unternommen haben, doppelt so hoch wie der entsprechende Anteil der Wintersportausflügler. Wintersporturlauber unternehmen somit mehr Wintersportausflüge als Personen, die noch keine Wintersporturlaube unternommen haben.

## Wintersport als Nebenmotiv

63% der Wintersportler in Deutschland haben schon einmal einen Urlaub unternommen, bei dem sie Wintersport betrieben haben, der Hauptgrund der Reise jedoch nicht in der Ausübung von Wintersport lag.

Von denjenigen, die bereits Urlaube unternommen haben, in denen Wintersport betrieben wurde, dieser aber nicht das Hauptmotiv für die Reise darstellte, hat über ein Drittel in den vergangenen 12 Monaten einen solchen Urlaub unternommen. Etwa ein Viertel dieser Gruppe hat mindestens zwei solcher Urlaube in den letzten 12 Monaten unternommen. 40% dieser Gruppe haben in den zurückliegenden 12 Monaten hingegen keinen solchen Urlaub unternommen.

### Anzahl der Urlaube mit Nebenmotiv Wintersport in den letzten 12 Monaten

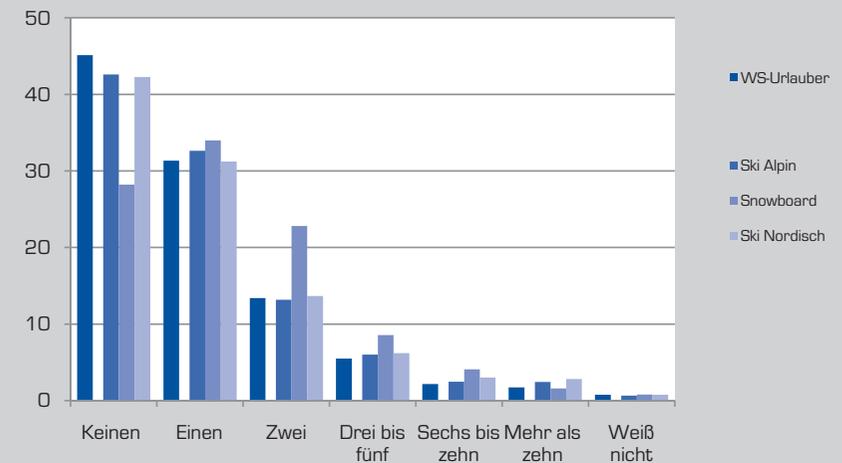


Angaben in Prozent. Datenbasis: WSU: n = 2577

## Wintersport als Hauptmotiv

68% der Wintersportler in Deutschland haben bereits einmal einen Wintersporturlaub mit mindestens einer Übernachtung unternommen, bei dem der Hauptgrund der Reise in der Ausübung von Wintersport lag. Von denjenigen, die bereits Wintersporturlaube unternommen haben, in denen Wintersport das Hauptmotiv für die Reise darstellte, hat etwa ein Drittel in den vergangenen 12 Monaten einen solchen Urlaub unternommen. Ca. ein Viertel dieser Gruppe hat mindestens zwei solcher Urlaube in den letzten 12 Monaten unternommen. 45% dieser Gruppe haben in den zurückliegenden 12 Monaten hingegen keinen solchen Urlaub unternommen. Bei den Alpin-Skifahrern und Skilangläufern haben bereits 92% einen Hauptmotiv-Wintersporturlaub unternommen, bei den Snowboardern sind dies 90%, bei den Langläufern 82%. Während die Anzahl der Hauptmotiv-Wintersporturlaube in den letzten 12 Monaten bei Alpin-Skifahrern und Skilangläufern ähnlich verteilt sind wie bei der Gesamtheit der Wintersporturlauber, ergeben sich bei den Snowboardern deutliche Abweichungen. So haben 71% der Snowboarder in den letzten 12 Monaten mindestens einen Wintersporturlaub unternommen, nur 28% haben keinen solchen Urlaub unternommen.

### Anzahl der Urlaube mit Hauptmotiv Wintersport in den letzten 12 Monaten



Angaben in Prozent. Datenbasis: WSU: n = 2728; Ski Alpin: n = 1489; Snowboard: n = 425; Ski Nordisch: n = 765



# REISEPLANUNG



# REISEPLANUNG

Vor dem Wintersporturlaub bzw. -ausflug beschäftigt sich der Wintersporttourist mit wichtigen vorbereitenden Maßnahmen. Für die Planung von Wintersporturlaubs bzw. -ausflügen und für die Wahl der Destination werden ihm inzwischen zahlreiche Hilfestellungen angeboten.

Im Rahmen dieses Kapitels wird daher zunächst dargestellt, wie die Wintersporttouristen ihren Wintersporturlaub bzw. -ausflug vorbereiten. Anschließend wird aufgezeigt, welche Destinationen die Wintersporttouristen während ihres letzten Wintersporturlaubs bzw. -ausflugs besucht haben.

An dieser Stelle sei noch darauf hingewiesen, dass bei den dargestellten Urlaubszielen keine Aggregation der Regionen zu größeren Einheiten wie Bundesländern oder Staaten vorgenommen wurde.

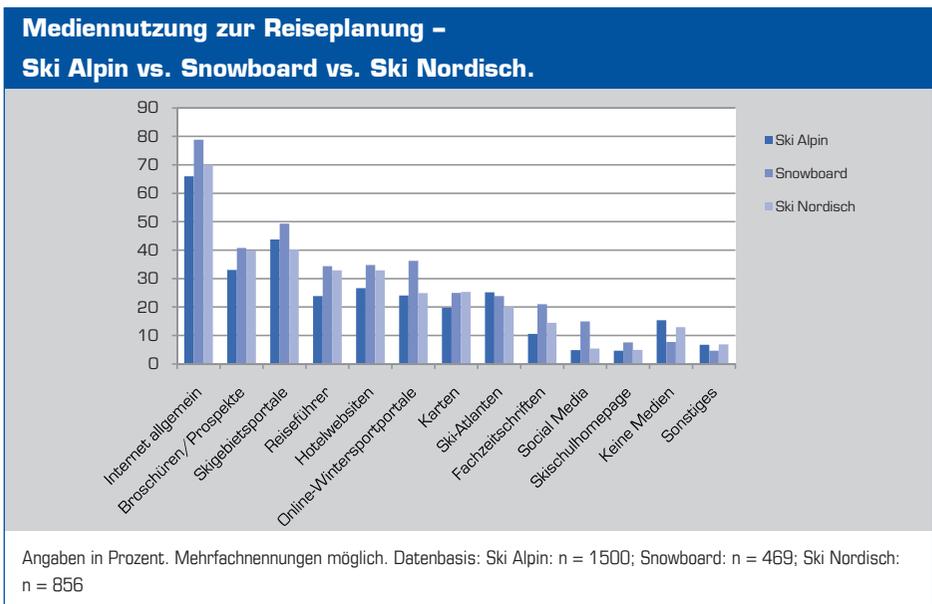
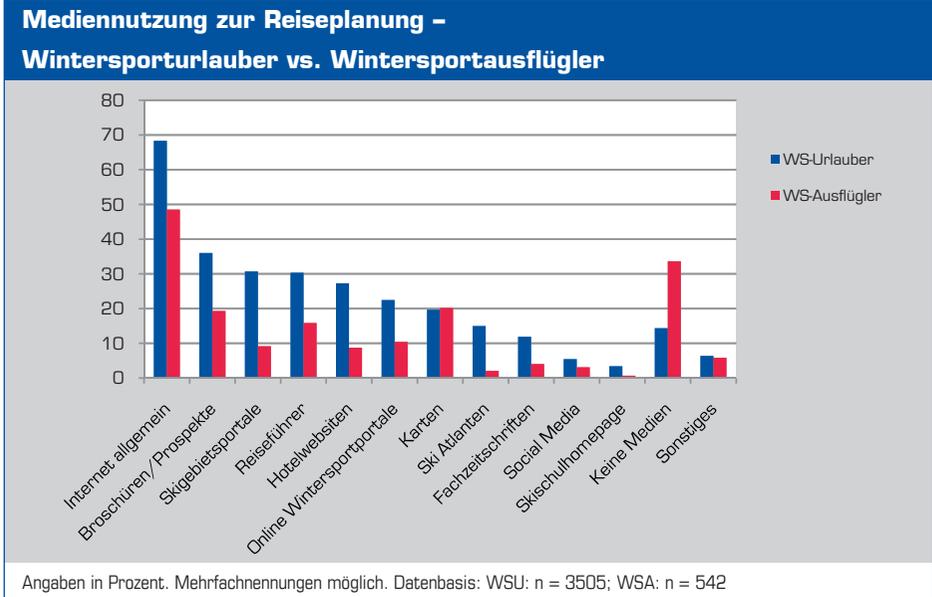
Für die Aufstellung der Top 10 wurden ausschließlich die tatsächlichen Nennungen der Wintersporttouristen gezählt. Würde man beispielsweise alle Nennungen, die auf Österreich als Ganzes sowie die einzelnen Reisegebiete des Landes wie Tirol etc. entfallen, gemeinsam betrachten, ergäbe sich eine andere Verteilung. Diese würde jedoch nicht mehr die Sichtweise der Wintersporttouristen widerspiegeln.

## Planung und Anreise

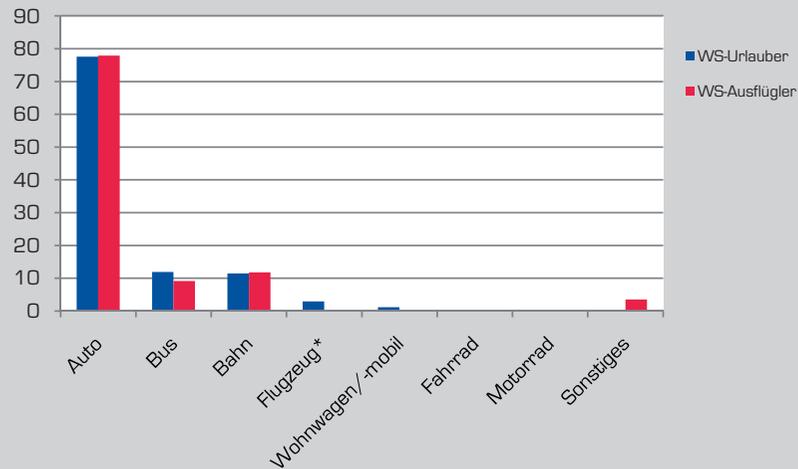
Die Wintersportler weisen insgesamt eine hohe Internetaffinität auf. Dies verdeutlichen die Nennungen der von den Wintersportlern zur Planung ihres Ausflugs bzw. Urlaubs eingesetzten Medien. Sowohl die Wintersporturlauber als auch die -ausflügler nutzen das Internet primär zur Vorbereitung ihrer Reise. Neben dem Internet im Allgemeinen, das von mehr als zwei Dritteln der Wintersporturlauber und nahezu der Hälfte der Wintersportausflügler als Medium zur Reiseplanung eingesetzt wird, greifen insbesondere die Wintersporturlauber bei ihrer Reiseplanung zusätzlich auf spezielle Skigebietsportale, Hotelwebseiten und Online-Wintersportportale zurück.

Zu den beliebtesten Printmedien gehören Broschüren und Prospekte, Reiseführer und Karten. Während Broschüren und Prospekte sowie Reiseführer zu deutlich größeren Anteilen von den Wintersporturlaubern zur Planung eingesetzt werden, sind Karten bei jeweils einem Fünftel beider Gruppen beliebt. Ohne jeglichen Einsatz von Medien kommen 14% der Wintersporturlauber sowie 34% der Wintersportausflügler aus. Zudem wird deutlich, dass die Wintersporturlauber die unterschiedlichen Medien insgesamt deutlich stärker nutzen als Ausflügler.

Bezogen auf die einzelnen Disziplinen zeigt sich eine ähnliche Mediennutzung wie bei den Wintersporturlaubern. Über alle Medienarten hinweg zeigen sich zudem bei den Snowboardern die höchsten Nutzungsanteile, mit einem Schwerpunkt bei den Internetangeboten (Internet allgemein, Skigebietsportale, Online-Wintersportportale) und deutlich höheren Anteilen bei der Gruppe der „Social Media“ und Fachzeitschriften.



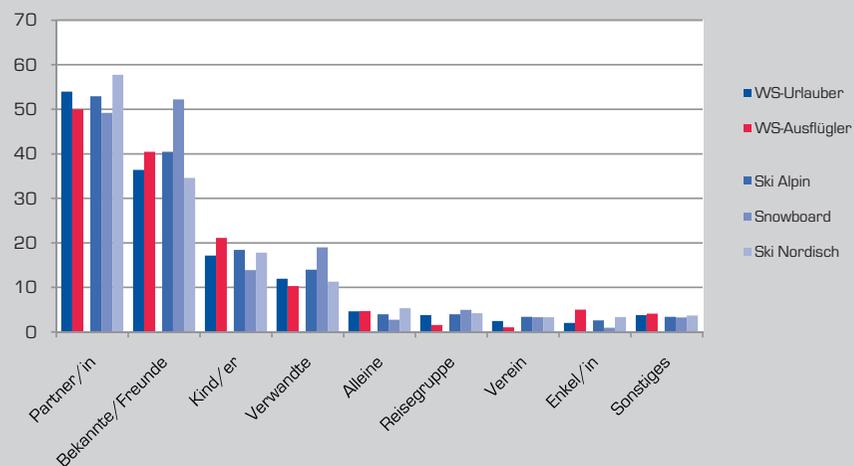
### Verkehrsmittelnutzung



Angaben in Prozent. Mehrfachnennungen möglich. \* Wurde bei Wintersportausflüglern nicht abgefragt.  
Datenbasis: WSU: n = 3505; WSA: n = 542

Bezüglich der Anreiseverkehrsmittel sind keine großen Unterschiede zwischen Winter-sporturlaubern und -ausflüglern zu erkennen. Mit Anteilen von jeweils 78% nutzen beide Gruppen bevorzugt das Auto zur Anreise. Alle weiteren Verkehrsmittel werden deutlich weniger genutzt. Auch die Verkehrsmittelnutzung der einzelnen Sportarten ergibt ein identisches Bild. Mit jeweils 80% dominiert auch hier das Auto alle weiteren Verkehrsmittel.

### Reisebegleitung



Angaben in Prozent. Mehrfachnennungen möglich. Datenbasis: WSU: n = 3505; WSA: n = 542; Ski Alpin: n = 1619; Snowboard: n = 469; Ski Nordisch: n = 928

Am liebsten begleitet werden die Wintersporttouristen von ihrem Partner sowie von Bekannten und Freunden. Mit Kindern sind hingegen nur 17% der Winter-sporturlauber und 21% der Wintersportausflügler unterwegs. Auffällig ist, dass bei den Skilangläufern der Anteil der Personen, die mit Ihrem Partner unterwegs sind, mit 58% über dem Durchschnitt liegt, ebenso wie der überdurchschnittlich hohe Wert von 49% der Snowboarder, die mit Bekannten oder Freunden unterwegs sind.

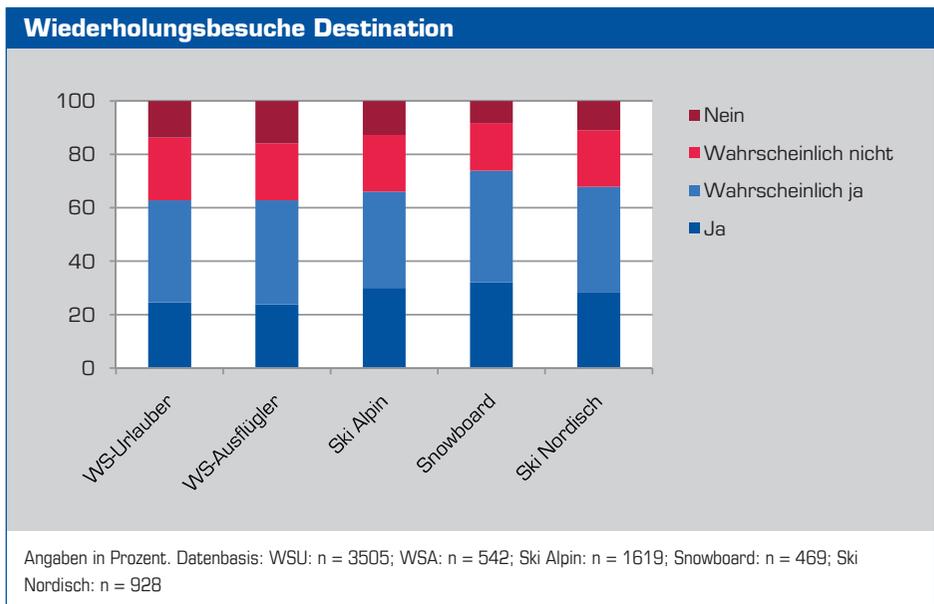
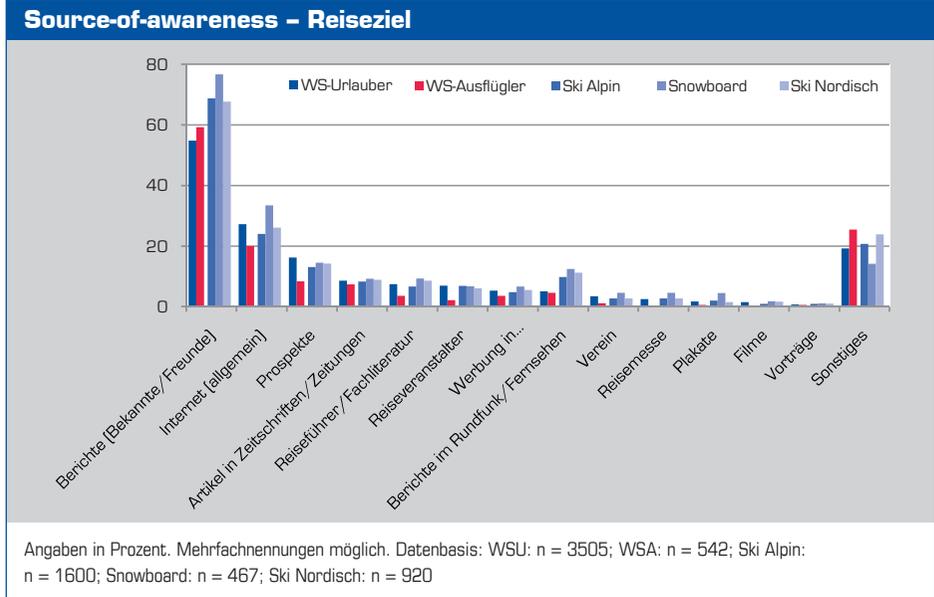
## Reiseziele

Über die Hälfte aller Wintersportler sind durch eine Empfehlung von Freunden oder Bekannten auf das Urlaubs- bzw. Ausflugsziel aufmerksam geworden. Aus diesem Grunde ist das von Mund zu Mund getragene Empfehlungsmarketing der bedeutendste Vertriebskanal der Wintersportdestinationen. Das Internet, über welches 27% der Wintersporturlauber und 20% der Wintersportausflügler von ihrem Reiseziel erfahren haben, nimmt ebenfalls eine wichtige Stellung in der Vermarktung einer Wintersportdestination ein. Alle weiteren Quellen, über welche die Wintersportler auf ihr Reiseziel aufmerksam geworden sind, sind bereits von deutlich geringerer Bedeutung. Bezogen auf die Wintersportdisziplinen werden die Werte für das Empfehlungsmarketing noch einmal deutlich übertroffen. 68% der Langläufer nennen Bekannte und Freunde als Haupt-Informationsquelle, bei den Alpin-Skifahrern sind dies 69% und bei den Snowboardern 77%.

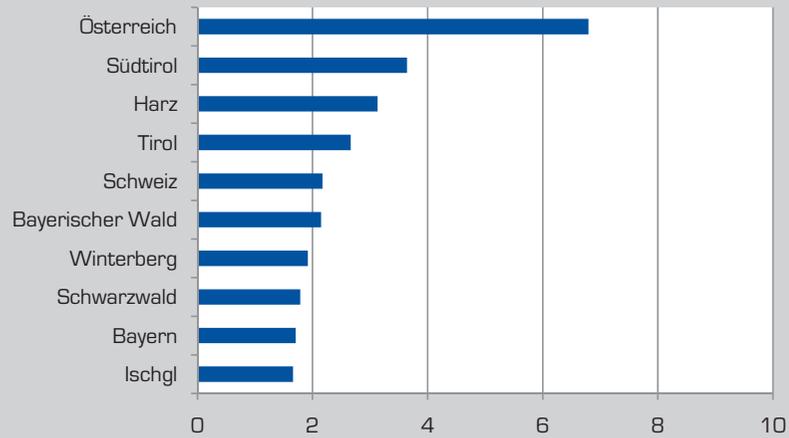
Sowohl Wintersporturlauber als auch Wintersportausflügler sind sehr destinationstreu. Jeweils 63% haben bekundet, ihr Reiseziel auf jeden Fall oder mit hoher Wahrscheinlichkeit erneut für einen Wintersporturlaub bzw. -ausflug aufsuchen zu wollen. Bei den Alpin-Skifahrern, Snowboardern und Skilangläufern sind diese Werte mit bis zu 74% noch höher.

Als Reiseziel für einen Wintersporturlaub wird an erster Stelle Österreich genannt. Vor allem bei den Alpin-Skifahrern und Snowboardern dominieren österreichische Destinationen. Fünf der sechs dort meistgenannten Destinationen befinden sich in Österreich, wobei insbesondere Tirol stark vertreten ist. Bei der Gesamtheit der Wintersportler befinden sich aber immerhin 5 der Top 10-Destinationen innerhalb Deutschlands. Bei Ski-Alpin sind dies nur noch zwei, beim Snowboard sogar nur noch eine.

Bei den Ausflugszielen dominieren mit dem Sauerland (dabei insbesondere Winterberg), dem Harz und dem Schwarzwald drei deutsche Wintersportdestinationen. Lediglich bei den Snowboardern liegt auch hier Österreich auf Platz 1. Mit der Skihalle in Neuss befindet sich bei den Alpin-Skifahrern auch ein künstlich geschaffenes Reiseziel unter den Top 10.

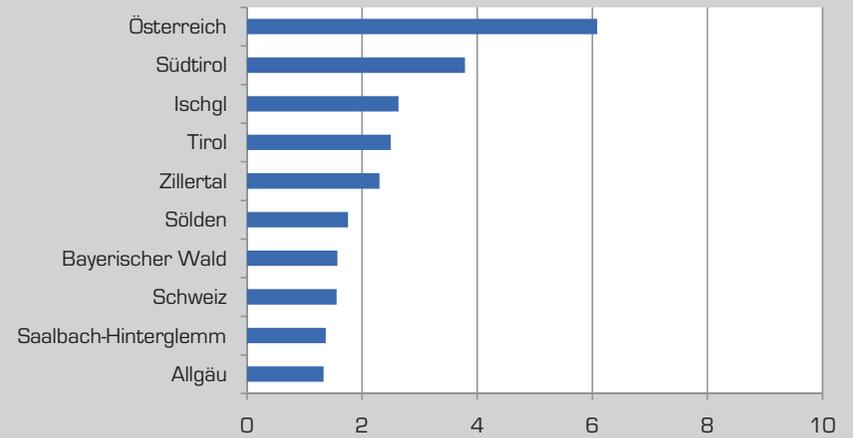


**Reiseziele des letzten Wintersporturlaubs – Top 10 Wintersporturlauber**



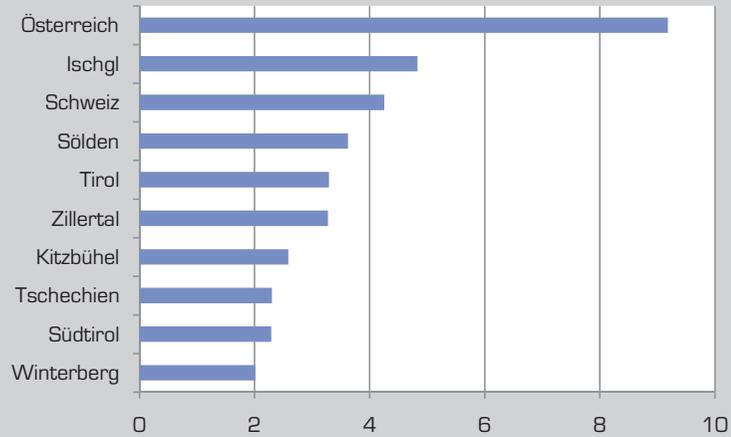
Angaben in Prozent. Datenbasis: WSU: n = 3124;

**Reiseziele des letzten Wintersporturlaubs – Top 10 Ski Alpin**



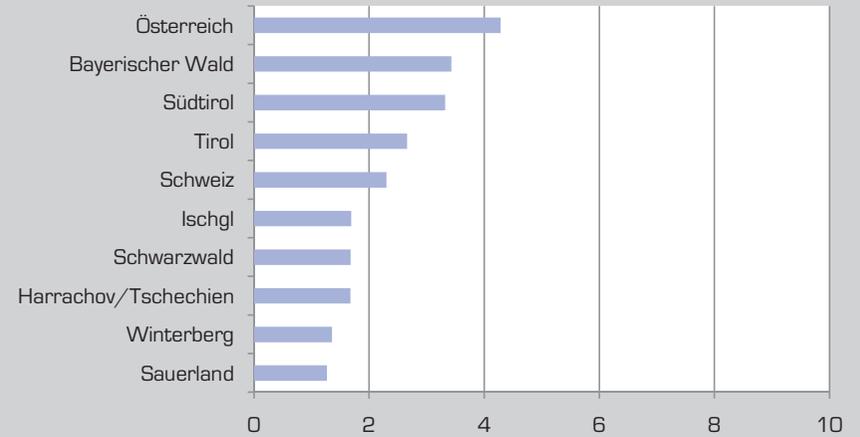
Ski Alpin U: n = 1430

**Reiseziele des letzten Wintersporturlaubs – Top 10 Snowboard**



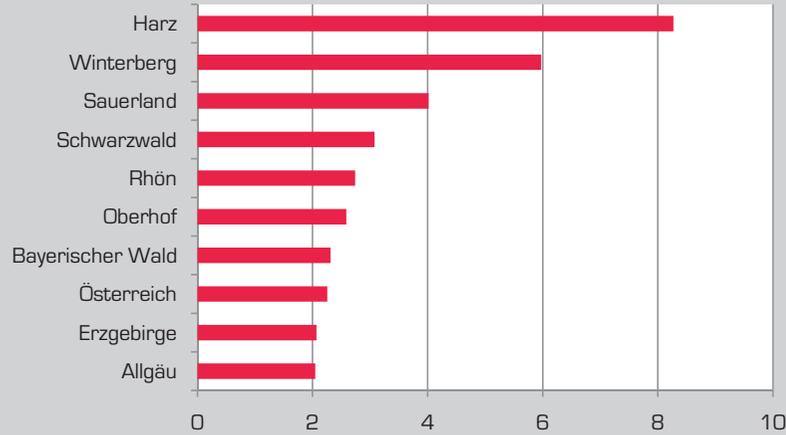
Snowboard U: n = 388

**Reiseziele des letzten Wintersporturlaubs – Top 10 Skilanglauf**



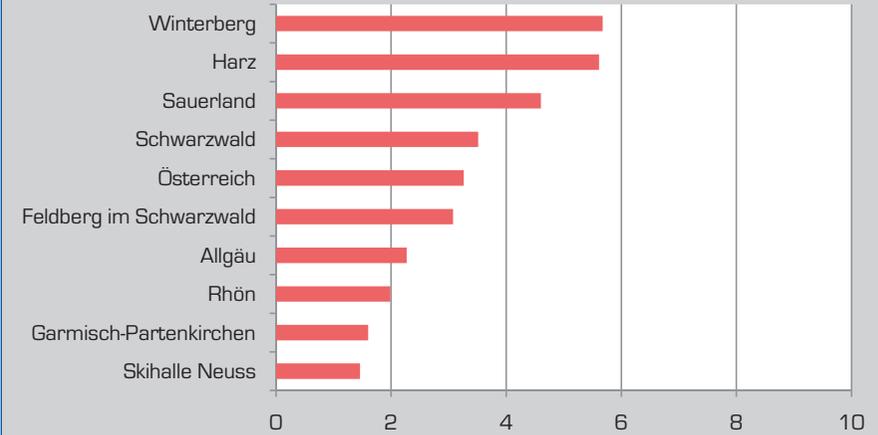
Ski Nordisch U: n = 779

**Reiseziele des letzten Wintersportausflugs - Top 10 Winterausflügler**



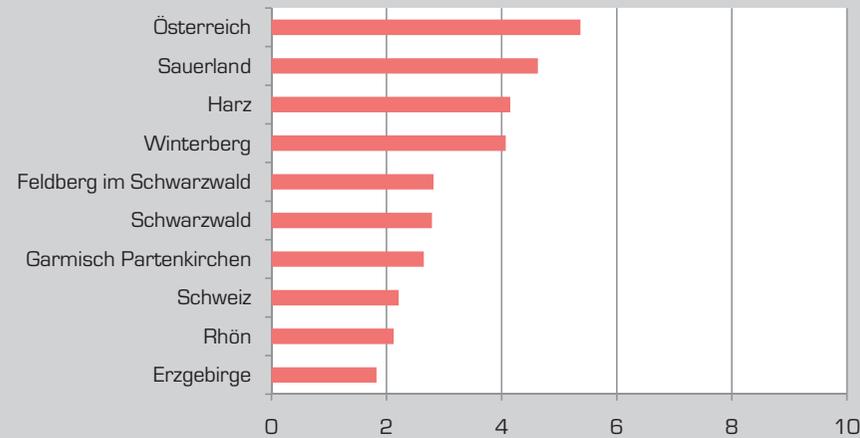
Angaben in Prozent. Datenbasis: WSA: n = 433

**Reiseziele des letzten Wintersportausflugs Ski Alpin**



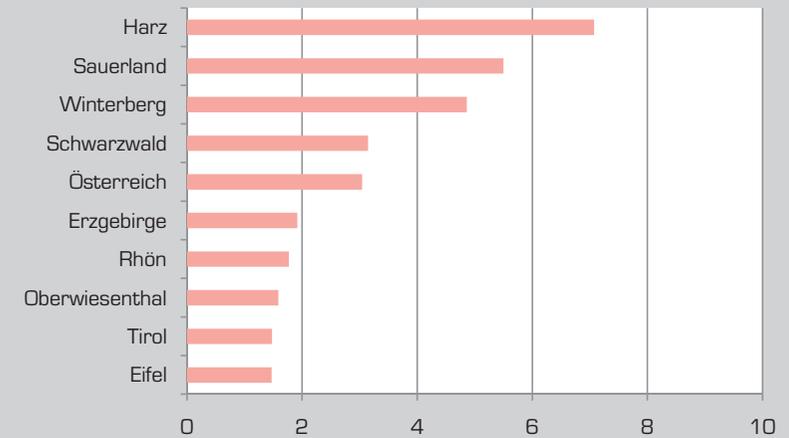
Ski Alpin U: n = 1136

**Reiseziele des letzten Wintersportausflugs Snowboard**



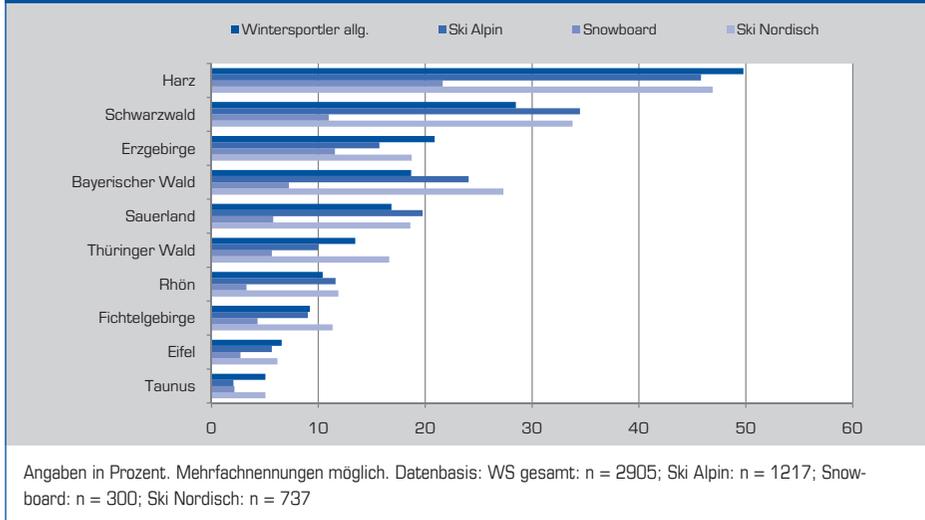
Snowboard U: n = 316

**Reiseziele des letzten Wintersportausflugs Skilanglauf**



Ski Nordisch U: n = 647

### Deutsche Mittelgebirge als Reiseziel – Top 10. „Welche deutschen Mittelgebirge bringen Sie mit Wintersport in Verbindung?“



Auf die Frage „Welche deutschen Mittelgebirge bringen Sie mit Wintersport in Verbindung?“ erhielten der Harz und der Schwarzwald die meisten Nennungen, gefolgt von Erzgebirge, Bayerischem Wald und dem Sauerland. Die Reihung der Top-genannten Destinationen war dabei sowohl bei der Gesamtheit der Wintersportler, als auch bei den Wintersportdisziplinen fast identisch. Auffällig war bei den Snowboardern die durchgehend geringere Gesamtzahl an Nennungen.



**REISEVERHALTEN  
UND REISEBEDÜRFNISSE**

# REISEVERHALTEN UND REISEBEDÜRFNISSE

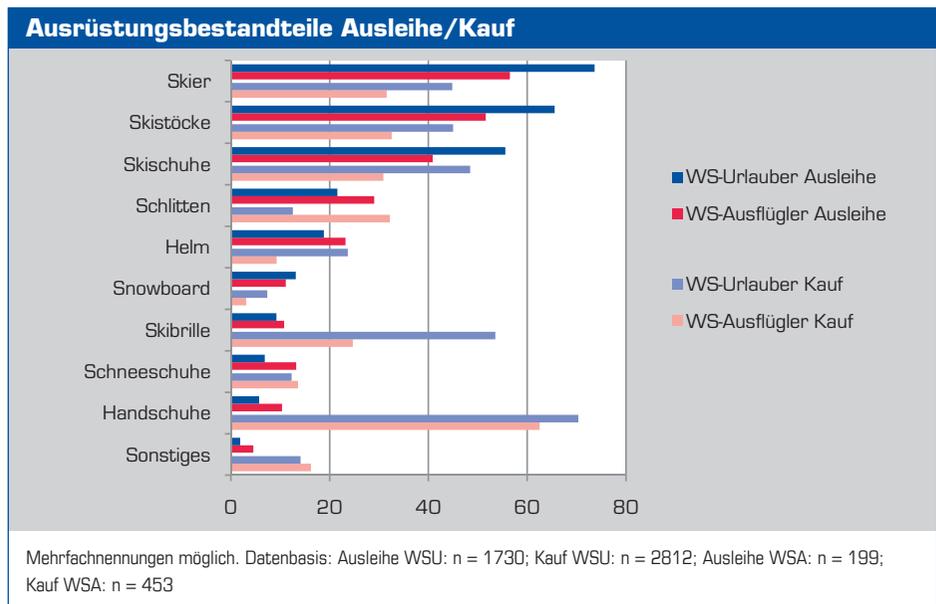
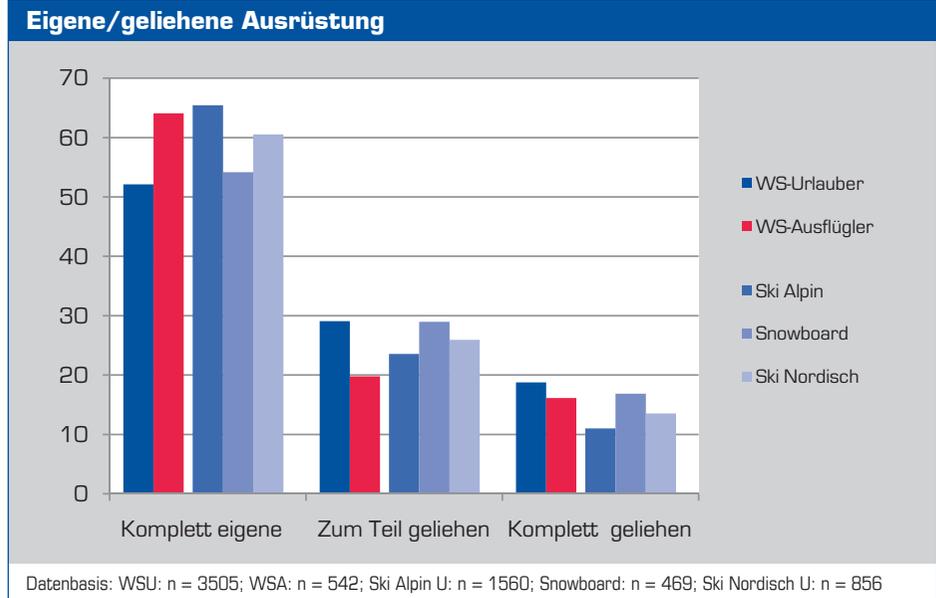
Der allgemeinen touristischen Entwicklung folgend hat sich der Wintersporttourismus in der Vergangenheit immer weiter ausdifferenziert. Ein Wintersporturlaub stellt somit ein sehr komplexes Gebilde dar, das durch eine Vielzahl von Faktoren gekennzeichnet wird. Das Ziel des folgenden Abschnitts ist es daher, einen qualifizierten Überblick über das Reiseverhalten und die unterschiedlichen Reisebedürfnisse von Wintersporttouristen zu geben.

## Ausrüstung und Ausgaben

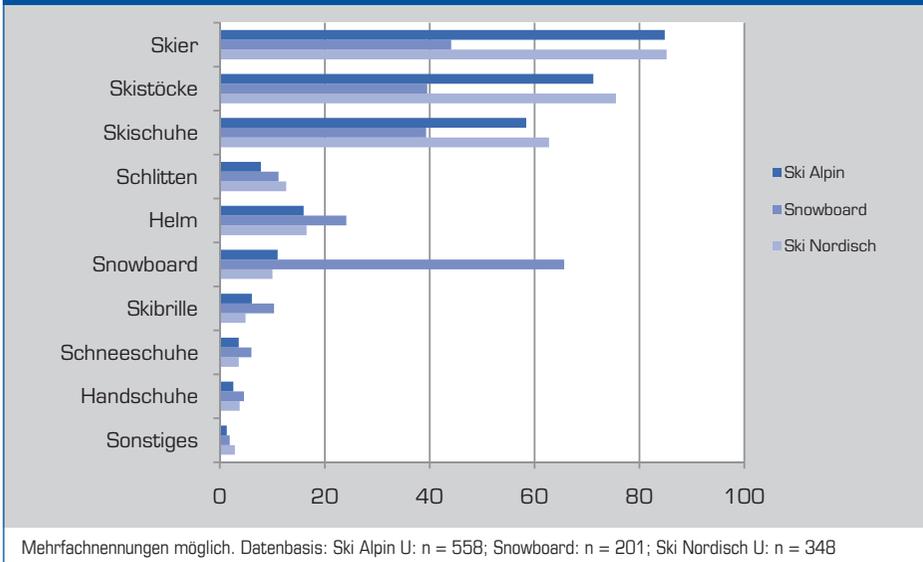
Die Mehrheit der Wintersportler verfügt über eine eigene Ausrüstung. Dabei ist der Anteil derjenigen Personen, die ihre eigene Ausrüstung verwenden, bei den Wintersportausflüglern mit 64% deutlich größer als bei den Wintersporturlaubern (52%). Während bei den Alpin-Skifahrern 65% und bei den Langläufern 61% eine eigene Ausrüstung besitzen, sind dies bei den Snowboardern nur 54%.

Die Anteile der Wintersportler, die ihre Ausrüstung komplett leihen, sind mit 19% bei den Urlaubern und 16% bei den Ausflüglern verhältnismäßig gering.

Bei den Ausrüstungsbestandteilen, die am häufigsten ausgeliehen werden, handelt es sich in erster Linie um Skier, Skistöcke und Skischuhe. Gekauft werden insbesondere Handschuhe und Skibrillen aber auch Skischuhe, Skier und Skistöcke. Die drei letztgenannten Ausrüstungsbestandteile werden jeweils von beinahe der Hälfte der Urlauber und etwa einem Drittel der Ausflügler selbst angeschafft.



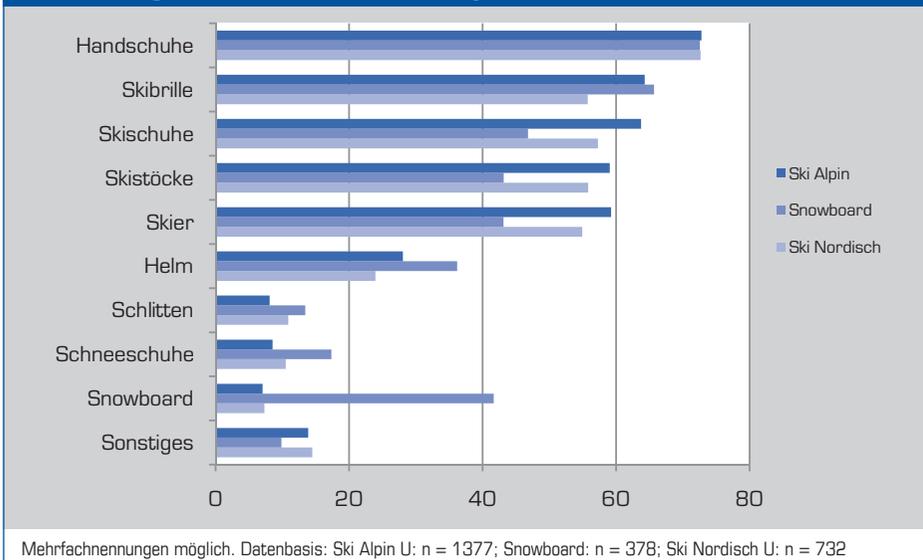
### Ausrüstungsbestandteile Ausleihe Ski Alpin – Snowboard – Ski Nordisch



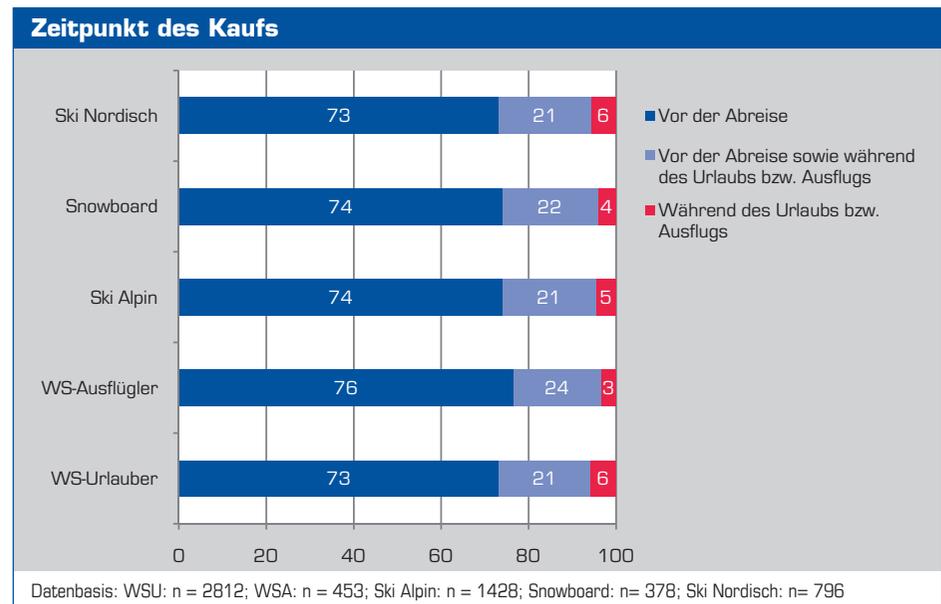
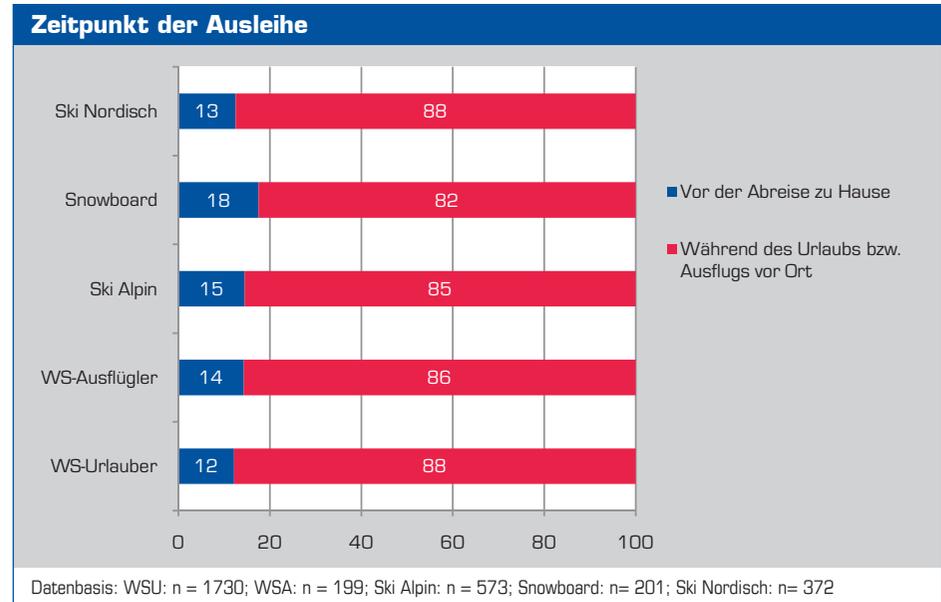
Diejenigen Alpin-Skifahrer und Langläufer, die ihre Ausrüstung oder einzelne Bestandteile davon ausleihen oder mieten, benötigen vor allem Skier, Skistöcke und -schuhe, wengleich über 50% der Sportler diese Ausrüstungsgegenstände auch selbst besitzen. An eigener Ausrüstung sind darüber hinaus vor allem Handschuhe und Skibrillen vorhanden. Einen eigenen Helm besitzen 28% der Alpin-Skifahrer und 24% der Langläufer.

Zwei Drittel aller Snowboarder, die ihre Ausrüstung oder Teile dieser mieten, mieten ein Snowboard, etwa zwei Fünftel Skiausrüstung (Skier, Skistöcke, Skischuhe). Ein eigenes Snowboard bringen 42% der Snowboarder von zu Hause aus mit, den eigenen Helm 36%.

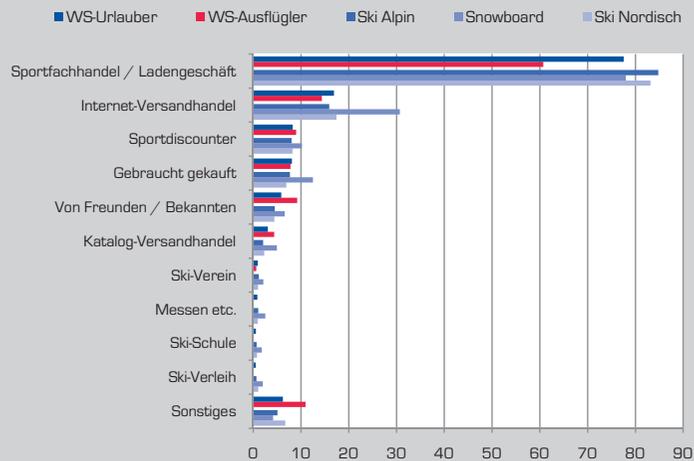
### Ausrüstungsbestandteile Kauf Ski Alpin – Snowboard – Ski Nordisch



Wintersporturlauber und Wintersportausflügler, die keine eigene Ausrüstung bzw. keine komplette Ausrüstung besitzen, leihen sich diese vorwiegend am Urlaubs- bzw. Ausflugsort. Anders sieht es bei den gekauften Ausrüstungsbestandteilen aus. Sie werden von etwa drei Vierteln der Wintersportler vor der Abreise zu Hause gekauft. Doch egal, ob die Wintersportler ihre Ausrüstung vor der Abreise zu Hause kaufen oder sich diese erst während des Urlaubs besorgen: Am liebsten greifen sie auf Fachgeschäfte mit einer entsprechenden Beratung zurück. Die Unterschiede zwischen Wintersporturlaubern und Wintersportausflüglern sowie zwischen den Disziplinen Ski Alpin, Snowboard und Ski Nordisch sind nur minimal.



### Ort des Kaufs vor der Abreise

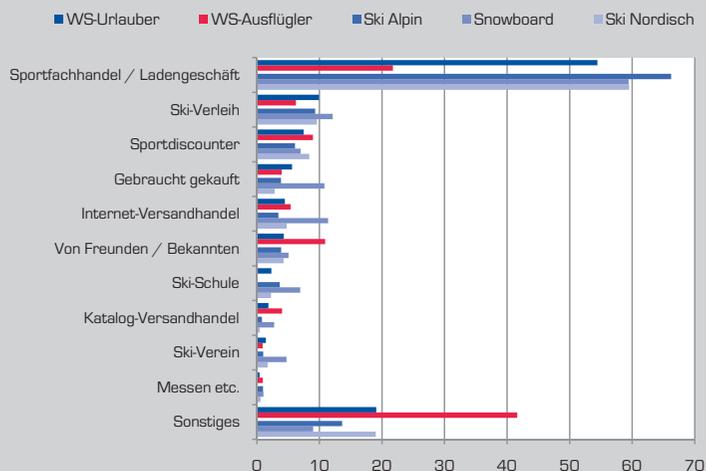


Mehrfachnennungen möglich. Datenbasis: WSU: n = 2649; WSA: n = 434; Ski Alpin: n = 1358; Snowboard: n= 361; Ski Nordisch: n= 749

Sowohl vor der Reise als auch während des Aufenthaltes im Urlaub bzw. während des Ausflugs ist der Sportfachhandel der Haupteinkaufsort für die Wintersportausstattungsgegenstände. Bei den Wintersportausflüglern ist dieser Anteil allerdings deutlich geringer als bei den Wintersporturlaubern bzw. den Sportlern der in der vorliegenden Studie untersuchten Wintersportdisziplinen. Im Gegenzug beschaffen die Wintersportausflügler sich ihre Ausrüstung überdurchschnittlich oft von Freunden und Bekannten. Zwischen den Wintersporturlaubern und den Sportlern der verschiedenen Wintersportdisziplinen gibt es keine nennenswerten Unterschiede. Lediglich bei den Snowboardern fällt ein überdurchschnittlicher Anteil beim Internet-Kauf und beim Gebrauchtkauf auf.

Während beim Kauf vor dem Urlaub der Internet-Versandhandel nach dem Sportfachhandel an zweiter Stelle genannt wird, tritt diese Kaufoption während des Urlaubs/Ausflugs erwartungsgemäß in den Hintergrund.

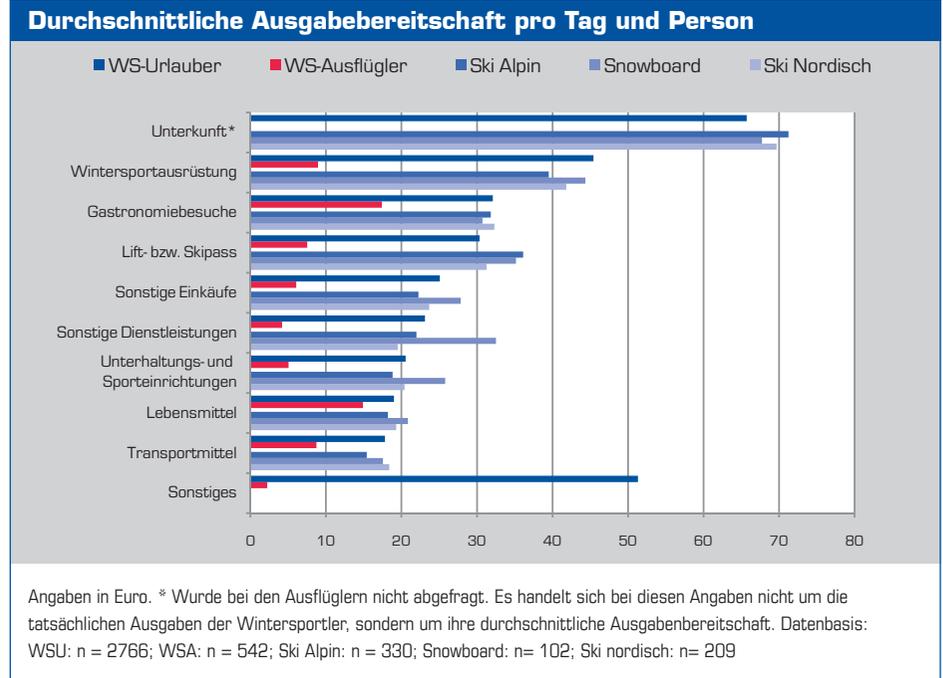
### Ort des Kaufs während des Urlaubs bzw. Ausflugs



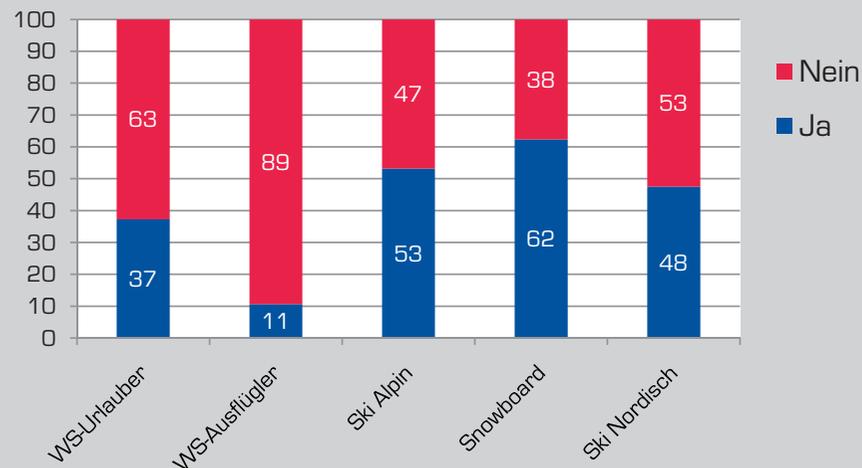
Mehrfachnennungen möglich. Datenbasis: WSU: n = 753; WSA: n = 106; Ski Alpin: n = 365; Snowboard: n= 103; Ski Nordisch: n= 208

Die ökonomischen Effekte des Wintersporttourismus wurden im Rahmen dieser Studie nicht betrachtet. Dennoch lässt die Untersuchung darauf schließen, dass es sich beim Wintersporttourismus um ein wirtschaftlich reizvolles Marktsegment handelt, da die Bereitschaft, Geld auszugeben, bei den Wintersportlern groß ist. Während Wintersporturlauber insbesondere für Unterkunft, Ausrüstung, Gastronomie und Liftanlagen durchschnittlich am meisten Geld im Reisegebiet ausgeben würden, ist bei den Wintersportausflüglern die Ausgabebereitschaft in den Bereichen Gastronomie und Lebensmittel am größten.

Innerhalb der drei gesondert untersuchten Wintersportdisziplinen liegt die durchschnittliche Ausgabebereitschaft in einem vergleichbaren Bereich wie die der Gesamtheit aller Wintersporturlauber. Im Bereich der Unterkunft liegt sie sogar etwas darüber und die Alpinskifahrer erreichen hier den höchsten Wert mit knapp über 70 Euro pro Tag und Person. Auch bei den Lift- bzw. Skipässen liegen die Alpin-Skifahrer und die Snowboarder erwartungsgemäß mit Werten von ca. 35 Euro etwa 5 Euro über dem Durchschnittswert. Für Unterhaltungs- und Sporteinrichtungen und sonstige Dienstleistungen geben die auf Grund ihres jungen Durchschnittsalters tendenziell aktiveren Snowboarder mehr Geld aus, als die Allgemeinheit der Wintersportler und die Alpin-Skifahrer bzw. Langläufer.



### Regelmäßigkeit von Wintersporturlaube bzw. Wintersportausflügen

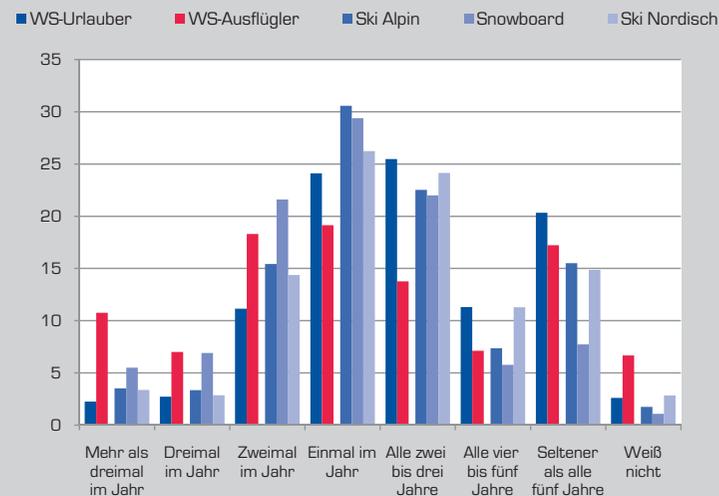


Datenbasis: WSU: n = 3505; WSA: n = 542; Ski Alpin: n = 1545; Snowboard: n= 447; Ski Nordisch: n= 856

### Allgemeine Reisefaktoren

37% der Wintersporturlauber fahren regelmäßig in Wintersporturlaub. Alpin-Skifahrer, Snowboarder und Skilangläufer unternehmen Wintersporturlaube noch häufiger, wobei der Wert der Snowboarder mit 62% am höchsten ausfällt. Der überwiegende Teil der Wintersportausflügler unternimmt nur unregelmäßig solche Ausflüge. Lediglich 11% unternehmen regelmäßig Wintersportausflüge.

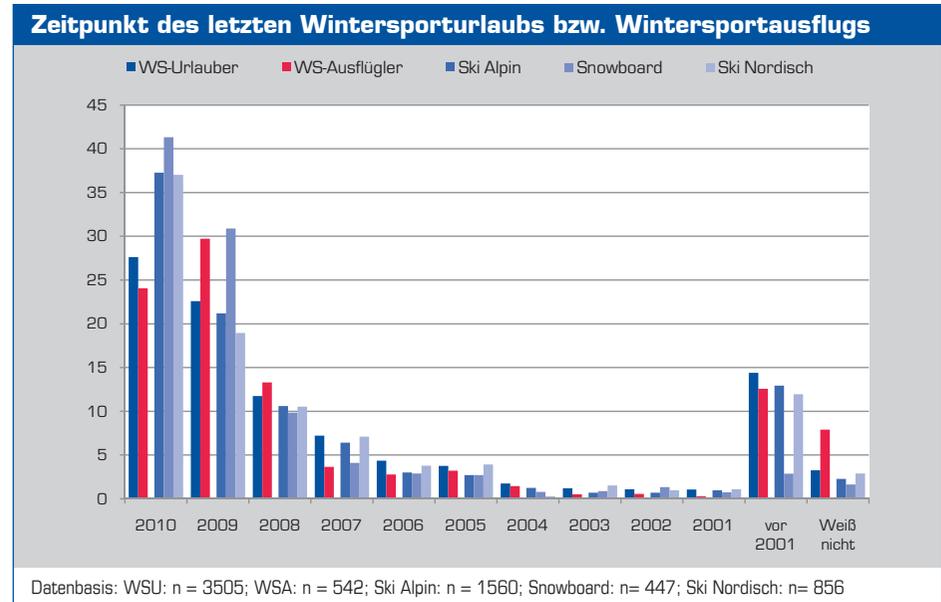
### Häufigkeit von Wintersporturlaube bzw. Wintersportausflügen



Datenbasis: WSU: n = 3505; WSA: n = 542; Ski Alpin: n = 1560; Snowboard: n= 447; Ski Nordisch: n= 856

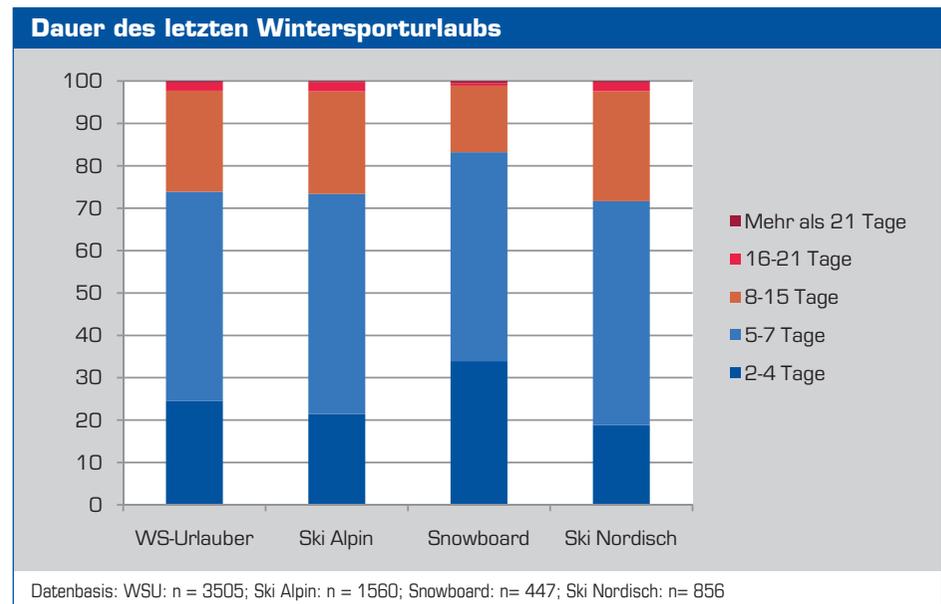
Etwa jeweils ein Viertel der Wintersporturlauber unternimmt einen solchen Urlaub einmal im Jahr bzw. alle zwei bis drei Jahre. Auch hier sind die Werte bei den einzelnen Wintersportdisziplinen deutlich höher. Bei den Alpin-Skifahren und Langläufern fahren etwa die Hälfte mindestens einmal im Jahr in Wintersporturlaub, bei den Snowboardern sind es sogar zwei Drittel. Auch bei den Wintersportausflüglern unternimmt mehr als die Hälfte mindestens einmal im Jahr einen solchen Ausflug.

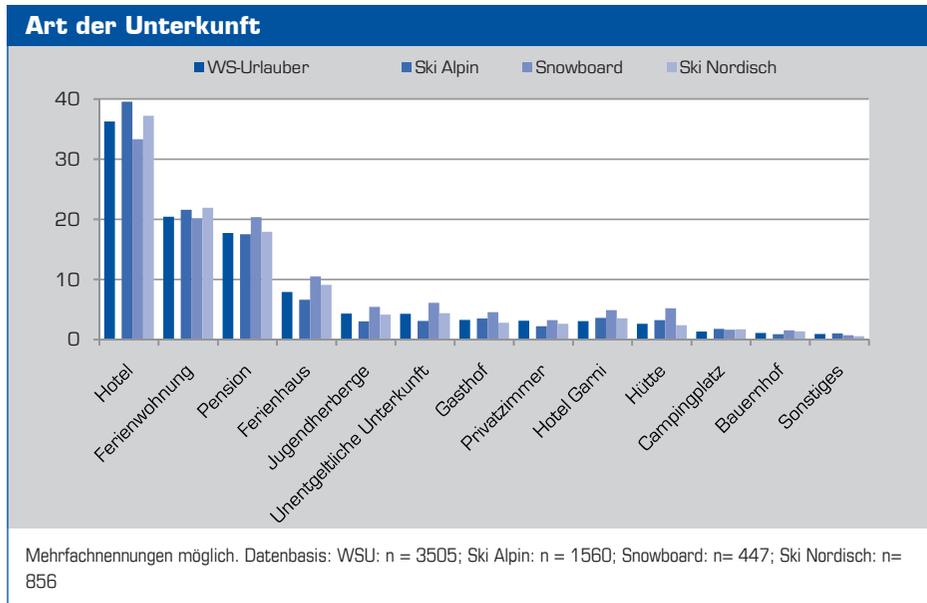
Genau die Hälfte der Wintersporturlauber hat den letzten Wintersporturlaub innerhalb der letzten beiden Jahre unternommen. Bei den Alpin-Skifahrern (58%), Snowboardern (72%) und Skilangläufern (56%) liegen diese Werte deutlich höher. 14% der Urlauber waren jedoch seit mindestens zehn Jahren nicht mehr im Wintersporturlaub. Hier weisen v.a. die Snowboarder mit nur 3% einen deutlich geringeren Wert auf.



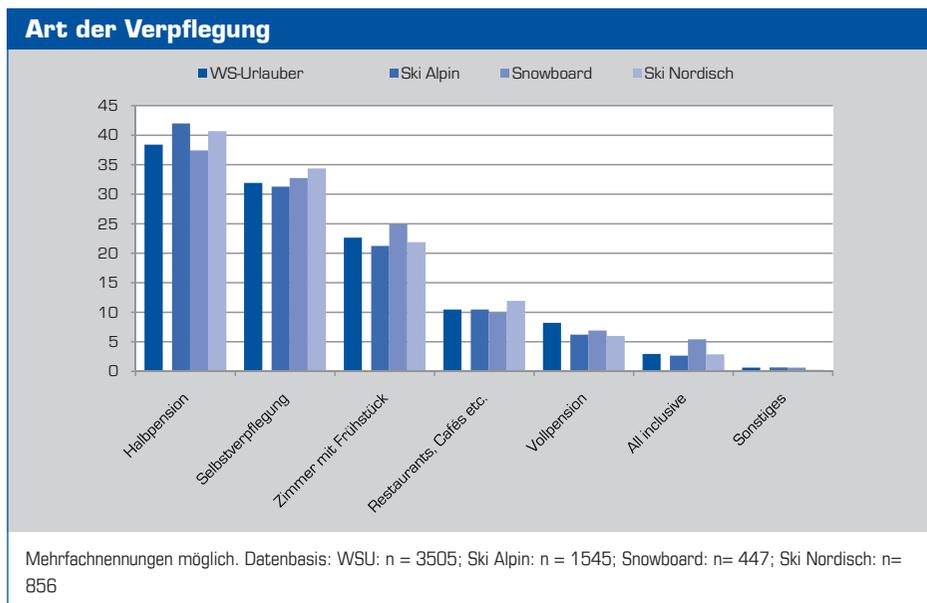
Etwa die Hälfte der Wintersporturlauber (auch innerhalb der Wintersportdisziplinen) bleibt zwischen fünf und sieben Tagen im Reisegebiet. Jeweils knapp ein Viertel verweilt für einen Kurzurlaub von zwei bis vier Tagen bzw. zwischen acht und 15 Tagen im Urlaubsort. Nur bei den Snowboardern ist der Wert bei den Kurzurlaube mit 34% deutlich höher als der Durchschnitt und bei den längeren Urlauben zwischen 8 und 15 Tagen Dauer mit 16% deutlich darunter. Länger als zwei Wochen bleiben lediglich 2% der Wintersporturlauber.

Für die meisten Wintersporturlauber (77%) ist dieser Urlaub jedoch nicht der Hauptjahresurlaub, sondern ein Zweit- bzw. Dritturlaub (Ski Alpin: 79%; Snowboard: 71%; Ski Nordisch: 81%).





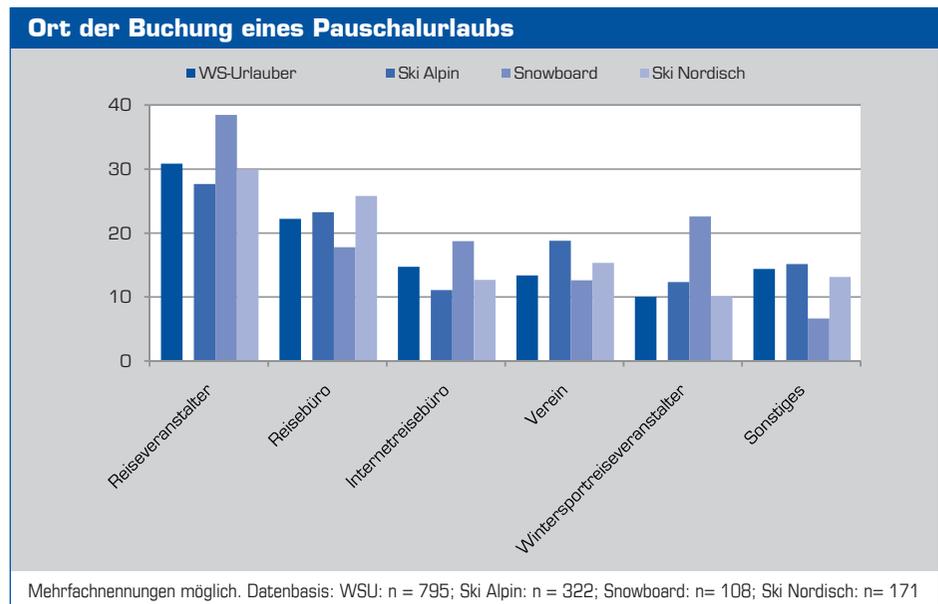
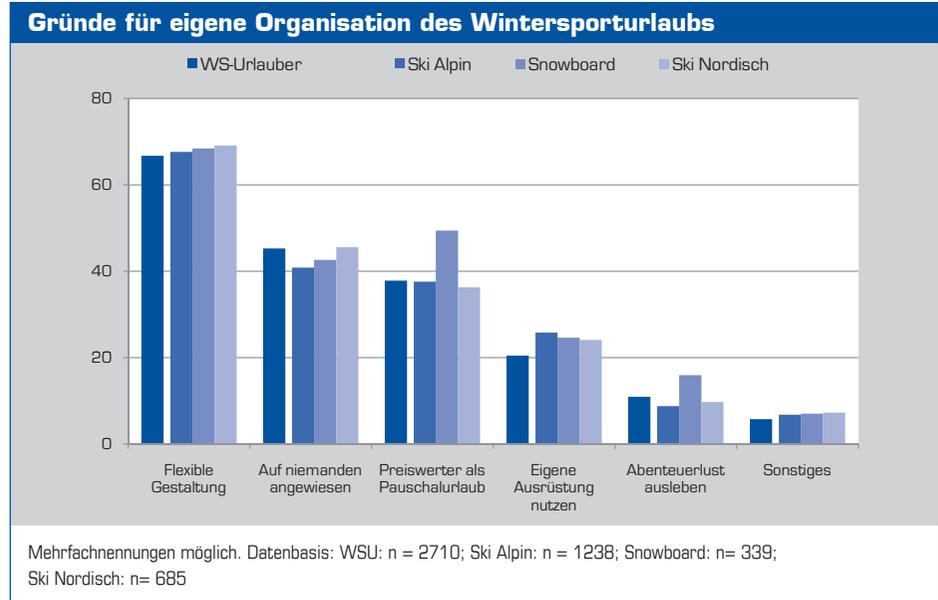
Hotels, Ferienwohnungen und Pensionen sind die beliebtesten Unterkunftsformen der Wintersporturlauber, die entsprechend ihrer Unterkunftsform am liebsten Halbpension oder ein Zimmer mit Frühstück buchen bzw. sich selbst verpflegen. Vollpension und All-Inclusive-Angebote werden von Wintersporturlaubern eher selten in Anspruch genommen. Während Alpin-Skifahrer und Skilangläufer hier eine ähnliche Verteilung aufweisen, tendieren die Snowboarder eher zu günstigeren Unterkunftsarten, aber auch hier übernachtet die deutliche Mehrheit in Hotels.



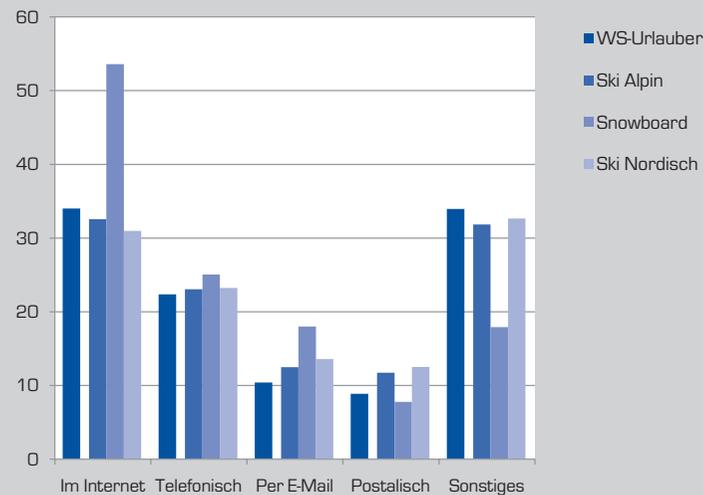
Die wenigsten Wintersporturlauber buchen ihre Reise pauschal, wobei die Langläufer hier mit 19% den geringsten und die Snowboarder mit 24% den höchsten Wert aufweisen. Die meisten Reisen werden aber individuell organisiert.

Die Gründe der Wintersporturlauber, die ihren Urlaub lieber selber organisieren, liegen insbesondere in der Unabhängigkeit von Dritten. Sie möchten ihren Urlaub flexibel gestalten und nicht auf Dritte angewiesen sein. Des Weiteren spielen auch die Urlaubskosten eine entscheidende Rolle, vor allem für die Snowboarder, denen dieser Punkt überdurchschnittlich wichtig ist.

Die pauschal gebuchten Wintersporturlaube werden in erster Linie über Reiseveranstalter gebucht, wobei die meisten bei allgemeinen Reiseveranstaltern und darüber hinaus 10% (Ski-langlauf) bis 23% (Snowboard) bei speziellen Wintersportreiseveranstaltern buchen.



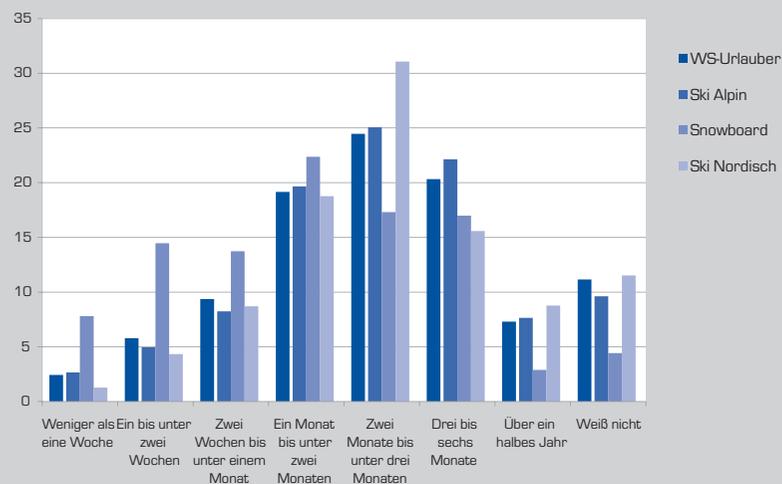
### Buchungsmedium eines Pauschalurlaubs



Mehrfachnennungen möglich. Datenbasis: WSU: n = 795; Ski Alpin: n = 322; Snowboard: n= 108; Ski Nordisch: n= 171

Als Buchungsmedien werden insbesondere das Internet und das Telefon genutzt, wobei die Alpin-Skifahrer und die Skilangläufer sich kaum von der Gesamtheit der Wintersporturlauber unterscheiden. Der hohe Anteil bei der Kategorie „Sonstiges“ lässt darauf schließen, dass die entsprechenden Wintersporturlauber „face-to-face“ gebucht werden. Dies kann insbesondere auf die Wintersportler zutreffen, die bei einem Reisebüro oder über einen Verein gebucht haben. Bei Snowboardern ist der Anteil an Internetbuchungen mit 54% und Buchungen per E-Mail deutlich höher.

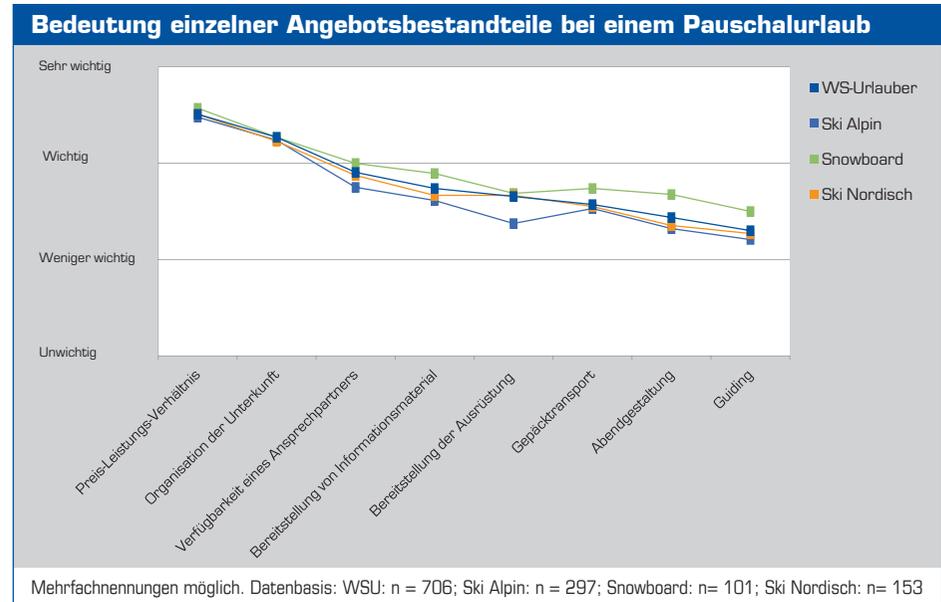
### Zeitraum der Buchung vor Antritt eines Pauschalurlaubs



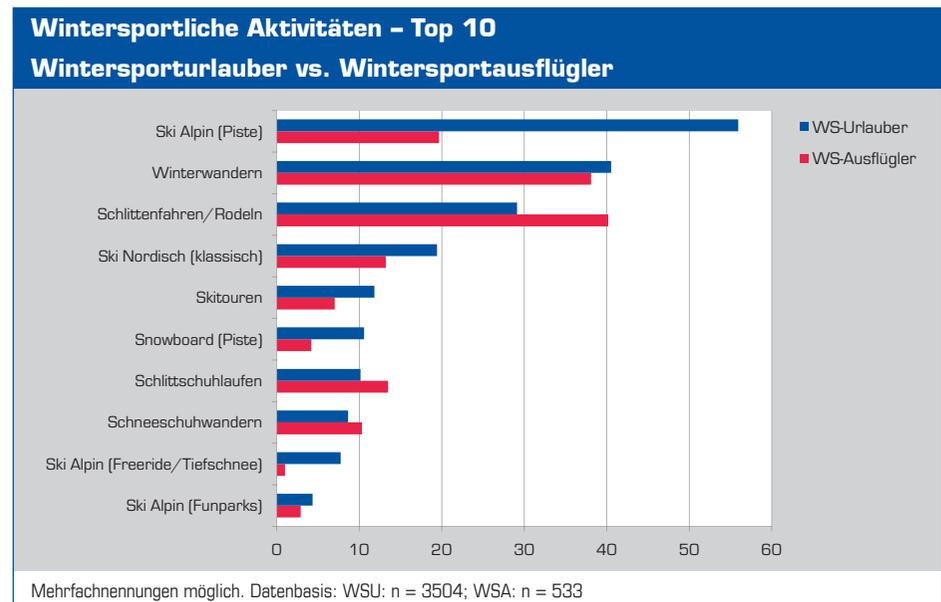
Datenbasis: WSU: n = 795; Ski Alpin: n = 322; Snowboard: n= 108; Ski Nordisch: n= 171

40% der pauschal buchenden Wintersporturlauber und der Alpin-Skifahrer buchen ihren Urlaub einen bis drei Monate vor Reiseantritt, weitere 20% bis zu einem halben Jahr vor Reiseantritt. Last-Minute-Buchungen sowie langfristige Buchungen mit einem Vorlauf von über einem halben Jahr sind bei Wintersporturlaubern und Alpin-Skifahrern nur selten vertreten. Im Vergleich hierzu buchen die Skilangläufer ihren Urlaub eher früher, die Snowboarder deutlich später. 36% der Snowboarder buchen ihren Pauschalurlaub weniger als einen Monat vor Beginn der Reise.

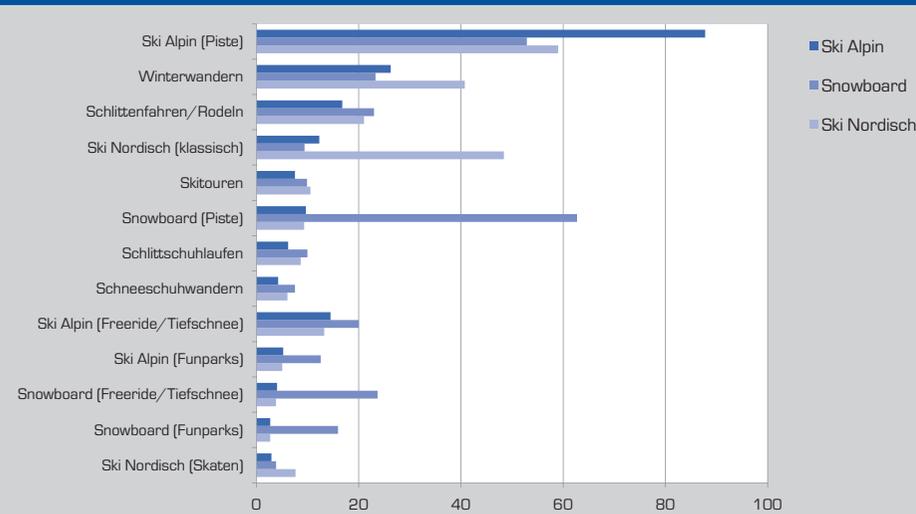
Wintersporturlauber legen bei ihrem pauschal gebuchten Wintersporturlaub besonders großen Wert auf ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis sowie eine gute Organisation in Bezug auf ihre Unterkunft. Der Zugang zu Informationen (über persönliche Ansprechpartner oder Informationsmaterial) und Ausrüstung spielt für sie ebenfalls eine wichtige Rolle. Die Unterschiede zwischen der Gesamtheit der Wintersporturlauber und den einzelnen Disziplinen sind nur sehr gering.



Die beliebtesten Wintersportaktivitäten der Wintersporturlauber während ihres Urlaubs sind Ski-Alpin (56%), Winterwandern (41%) und Schlittenfahren/Rodeln (29%). Bei den Wintersportausflüglern sind das Schlittenfahren/Rodeln (40%) sowie das Winterwandern (38%) die beliebtesten Wintersportaktivitäten. Mit einem Anteil von 20% folgt die Wintersportart Ski-Alpin, die bei den Wintersporturlaubern am beliebtesten ist. Damit sind die gleichen Wintersportaktivitäten sowohl bei den Wintersporturlaubern als auch den -ausflüglern unter den Top 3 zu finden. Während die Anteile der Aktivität Winterwandern bei Urlaubern und Ausflüglern nahezu identisch sind, befinden sich unter den Wintersporturlaubern deutlich mehr Ski-Alpinisten und unter den Wintersportausflüglern deutlich mehr Schlittensfahrer/Rodler.



### Wintersportliche Aktivitäten – Ski Alpin vs. Snowboard vs. Ski Nordisch

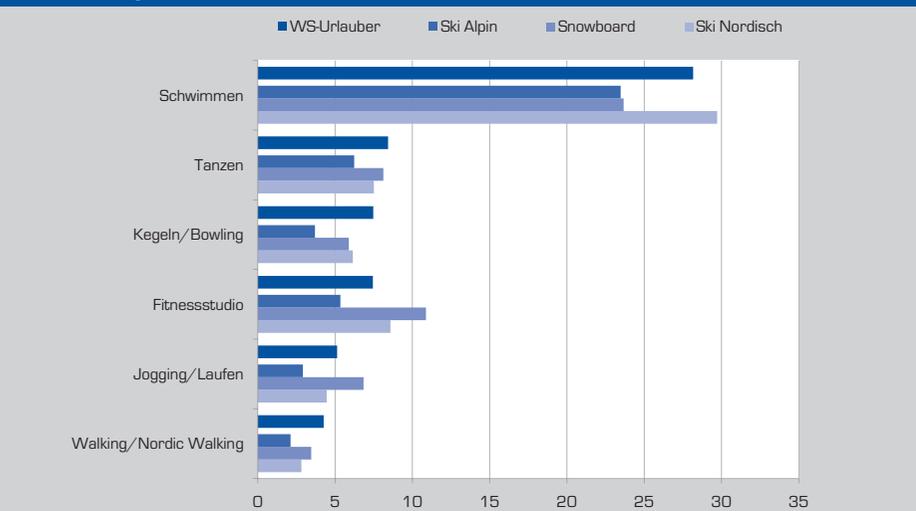


Mehrfachnennungen möglich. Datenbasis: Ski Alpin: n = 1560; Snowboard: n= 447; Ski Nordisch: n= 856

Im Vergleich der einzelnen Wintersportdisziplinen fällt auf, dass auch die Snowboarder und Skilangläufer das Alpin-Skifahren auf der Piste zu über 50% nennen. Innerhalb der jeweiligen Disziplin werden erwartungsgemäß die Ausprägungen der jeweiligen Sportarten häufig genannt. Auffällig ist auch, dass die Snowboardfahrer einen sehr hohen Anteil an Alpin-Skifahrern stellen, und hierbei der Anteil an Funparkfahrern und Freeridern sehr hoch ist. Auch die Langläufer nennen zu 59% das Alpin-Skifahren als Hauptaktivität im letzten Wintersporturlaub, während nur 48% hier den Skilanglauf angeben. Dies lässt vermuten, dass der Aufenthalt in den bevorzugten Urlaubsregionen im Hochgebirge primär für Abfahrtvarianten genutzt wird, während Langlauf eher von zu Hause bzw. bei Ausflügen betrieben werden kann.

Darüber hinaus erhalten disziplinübergreifend sowohl das Winterwandern als auch das Schlittenfahren/Rodeln sehr viele Nennungen.

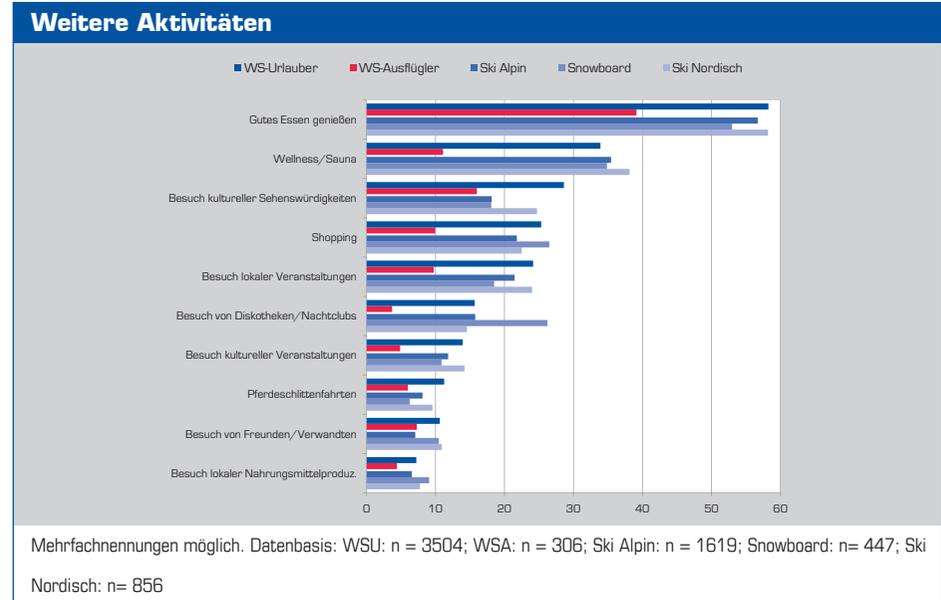
### Weitere sportliche Aktivitäten im Winterurlaub



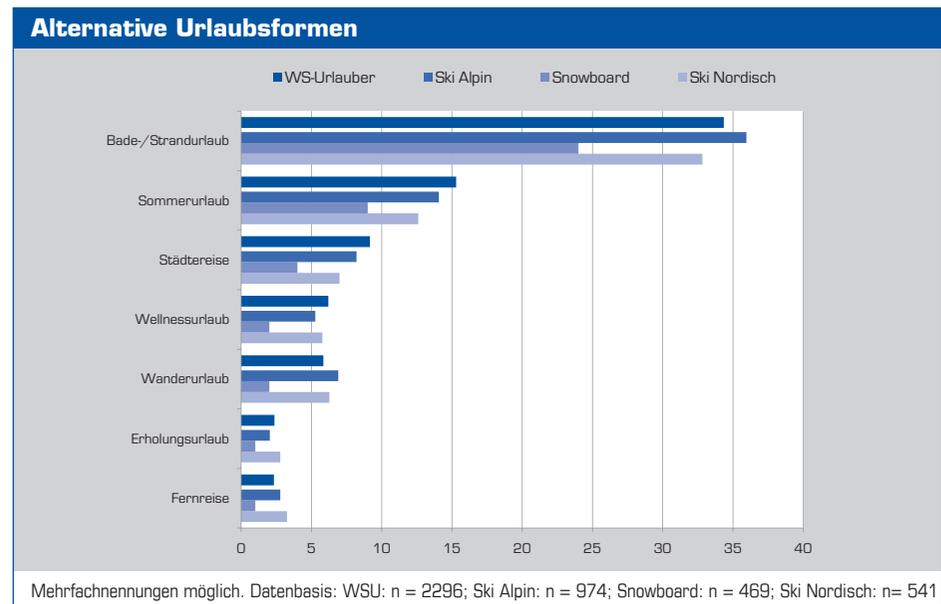
Mehrfachnennungen möglich. Datenbasis: WSU: n = 3504; Ski Alpin: n = 1560; Snowboard: n= 447; Ski Nordisch: n= 856

An weiteren sportlichen Aktivitäten während des Urlaubs wird v.a. das Schwimmen häufig genannt. Weitere Sportarten werden auch betrieben, bleiben jedoch immer unter 10% der Nennungen, mit Ausnahme des Fitnessstudiobesuchs, der von 11% der Snowboarder angegeben wird.

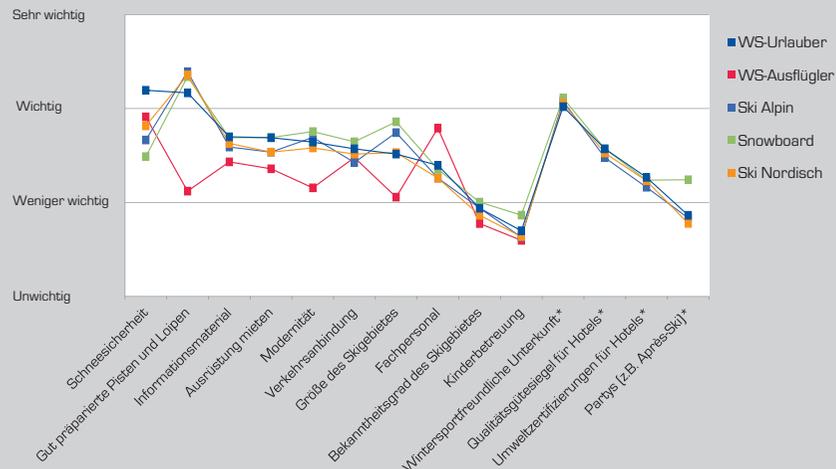
Neben den (winter-)sportlichen Aktivitäten gehen die Wintersporturlauber während des Urlaubs auch gerne gut Essen oder betreiben Wellness bzw. gehen in die Sauna. Wintersportausflügler betreiben ähnliche Zusatz-Aktivitäten, allerdings in deutlich geringerem Umfang aufgrund des geringeren Zeitbudgets. Alpin-Skifahrer und Skilangläufer weisen hier sehr ähnliche Werte wie die Gesamtheit der Wintersporturlauber auf. Bei den Snowboardern gibt es einige Abweichungen, so entfallen deutlich mehr Nennungen auf den Besuch von Diskotheken/Nachtclubs und auf das Shopping. Im Besuch kultureller Sehenswürdigkeiten und lokaler oder kultureller Veranstaltungen sind die Nennungen dagegen unter dem Durchschnitt.



Für 73% der Wintersporturlauber kommen auch andere Urlaubsformen in Frage (Ski Alpin: 69%; Snowboard: 68%; Ski Nordisch: 70%), wobei insbesondere Bade- und Strandurlaube, Sommerurlaube und Städtereisen genannt werden. Auffällig ist, dass die Anzahl der Nennungen bei allen Kategorien bei den Snowboardern deutlich niedriger ist.



### Bedeutung einzelner Angebotsaspekte

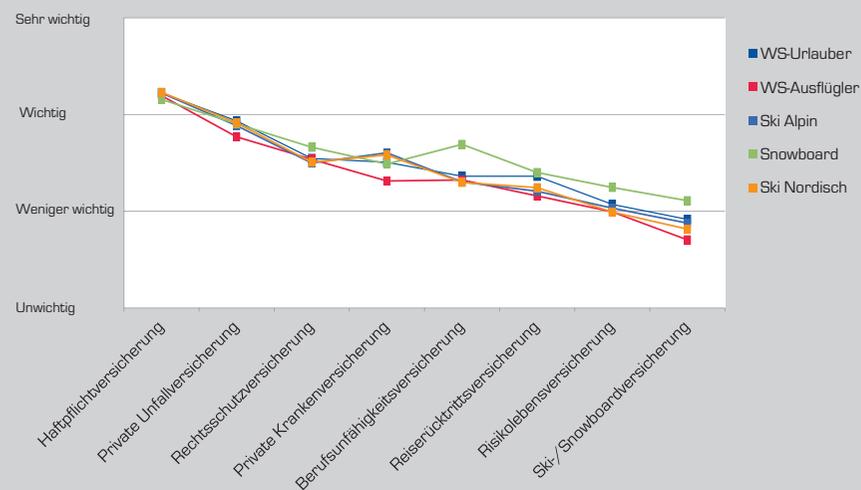


\* wurde bei Wintersportausflüglern nicht erhoben. Datenbasis: WSU: n = 3360; WSA: n = 509; Ski Alpin: n = 1516; Snowboard: n = 437; Ski Nordisch: n = 838

### Angebot und Nachfrage

Aus Sicht der Wintersporturlauber und -ausflügler ist die Schneesicherheit des Skigebietes der bedeutendste Angebotsbestandteil. Die größten Unterschiede zwischen beiden Gruppen bestehen bei den präparierten Pisten und Loipen, der Modernität und Größe des Skigebietes sowie dem Fachpersonal. Während die Urlauber deutlich mehr Wert auf gut präparierte Pisten und Loipen, die Größe des Skigebietes sowie die Modernität des Skigebietes und der Hotels legen, ist es den Ausflüglern wichtiger, dass Fachpersonal in Form von Skilehrern, Wanderführern etc. vor Ort ist. Darin spiegelt sich unter anderem der unterschiedliche Erfahrungsschatz beider Gruppen wider, der bei den Urlaubern deutlich ausgeprägter sein dürfte. Weiterhin legen Wintersporturlauber sehr hohen Wert auf eine wintersportfreundliche Unterkunft. Betrachtet man die einzelnen untersuchten Wintersportdisziplinen, so fällt auf, dass deren Prioritäten sich meist mit denen der Wintersporturlauber decken. Einzig die Schneesicherheit wird deutlich weniger wichtig eingeschätzt. Darüber hinaus ist den Snowboardern der Angebotsaspekt „Partys“ deutlich wichtiger als dem Rest der Befragten.

### Bedeutung von Versicherungen

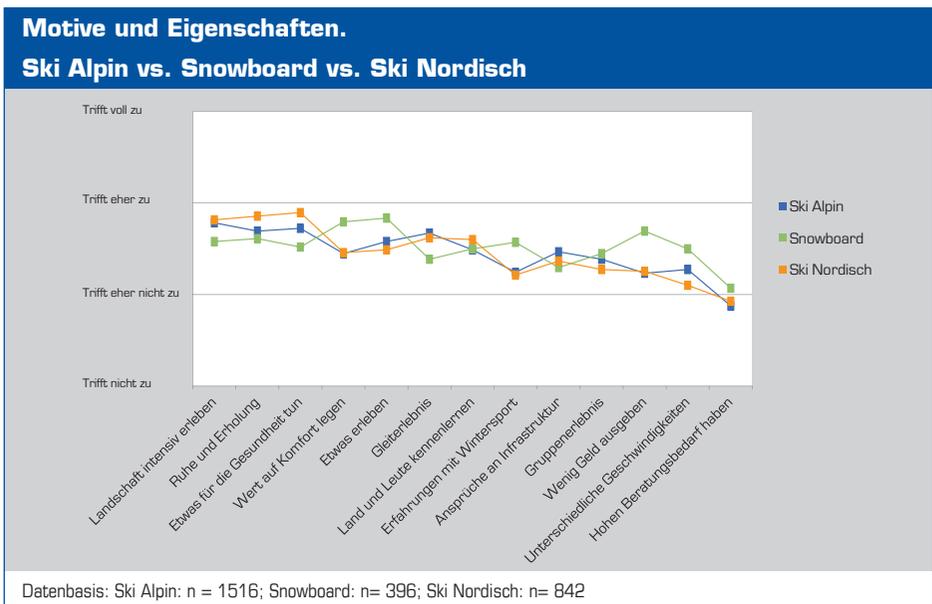
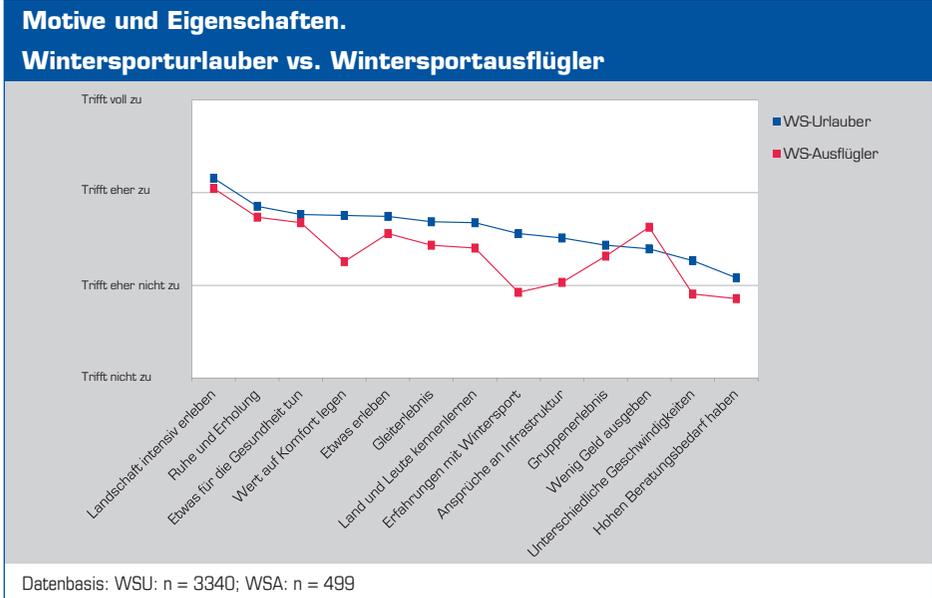


Datenbasis: WSU: n = 3205; WSA: n = 465; Ski Alpin: n = 1502; Snowboard: n = 436; Ski Nordisch: n = 855

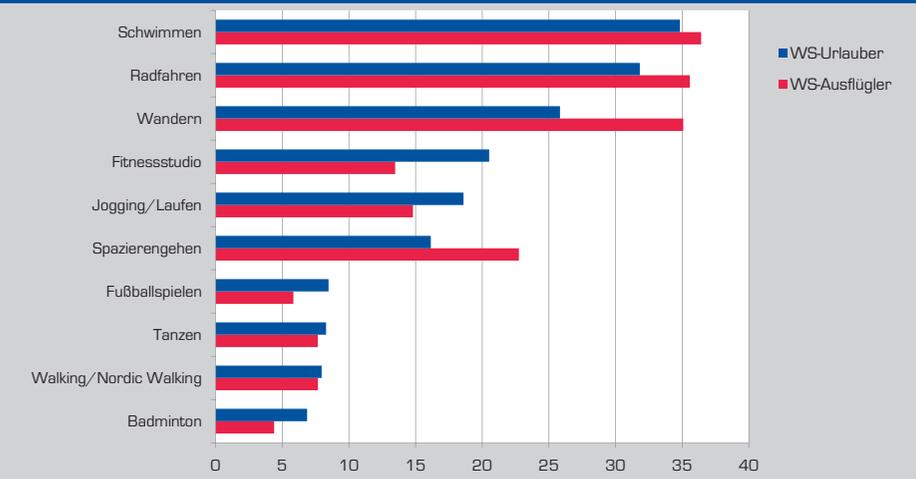
Auf Grund des bestehenden Risikos für Sach- und Personenschäden, das mit vielen Wintersportaktivitäten verbunden ist, sind den Wintersportlern insbesondere Haftpflichtversicherungen und private Unfallversicherungen wichtig. Alle übrigen Versicherungen sind von untergeordneter Bedeutung. Sowohl zwischen Wintersporturlaubern und Wintersportausflüglern, als auch zwischen den einzelnen Wintersportdisziplinen sind hierbei keine nennenswerten Unterschiede festzustellen.

Die Hauptmotive der Wintersportler bestehen in einem intensiven Landschaftserlebnis, der Suche nach Ruhe und Erholung sowie dem Wunsch, etwas für die eigene Gesundheit zu tun. Dies trifft sowohl auf Wintersporturlauber als auch -ausflügler zu. Bei einigen Motiven gibt es allerdings auch größere Differenzen zwischen beiden Gruppen. Während Wintersporturlauber anspruchsvoller sind und mehr Wert auf Komfort und Gruppenerlebnisse legen, achten die Wintersportausflügler stärker darauf, wenig Geld auszugeben.

Im Vergleich der einzelnen Wintersportdisziplinen sind die Motive der Alpin-Skifahrer und der Langläufer ähnlich gewichtet. Die Snowboarder weichen hiervon in Teilen etwas ab. Sie legen überdurchschnittlich viel Wert auf Komfort und darauf „etwas zu erleben“, sowie darauf, wenig Geld auszugeben. Demgegenüber sind für sie die Motive des Landschaftserlebnisses und der Suche nach Ruhe und Erholung, sowie etwas für die Gesundheit zu tun weniger wichtig.



### Sonstige sportliche Freizeitaktivitäten der Wintersporturlauber und Wintersportausflügler



Mehrfachnennungen möglich. Datenbasis: WSU: n = 2492; WSA: n = 355

### Sonstige sportliche Freizeitaktivitäten

71% der Wintersporturlauber und 67% der Wintersportausflügler gehen neben dem Wintersport noch weiteren sportlichen Aktivitäten nach. Die beliebtesten, neben dem Wintersport betriebenen Aktivitäten von Wintersporturlaubern und Wintersportausflüglern sind Schwimmen, Radfahren und Wandern. Bei den Wintersportausflüglern sind die Nennungen bei den Aktivitäten Wandern und Spaziergehen deutlich höher als bei den Wintersporturlaubern. Im Gegenzug nennen Letztere die Aktivitäten Jogging/Laufen und den Besuch eines Fitnessstudios deutlich öfter.



# SKIHALLEN & EVENTS

# SKIHALLEN UND WINTERSPORT-EVENTS

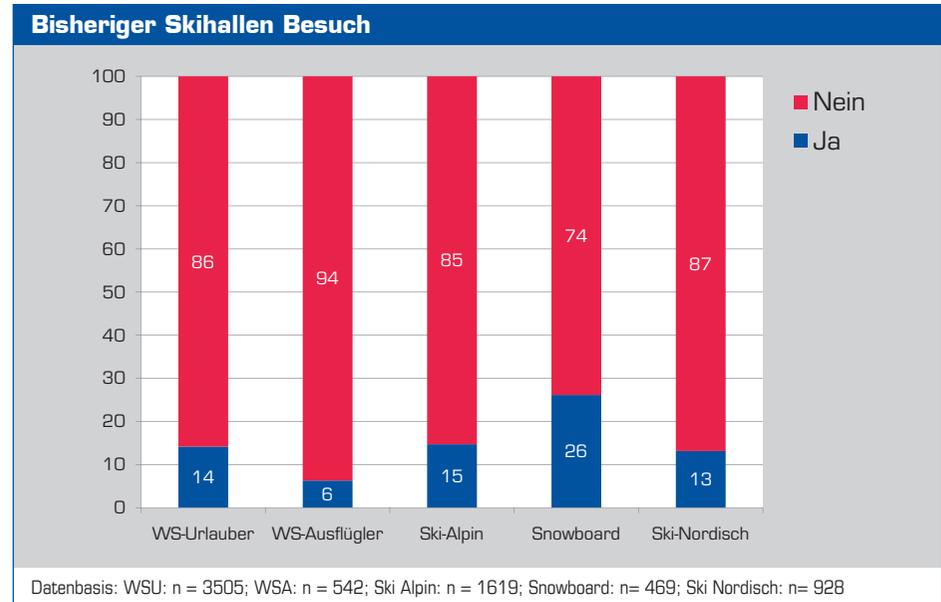
Neben den traditionellen Wintersportgebieten in den Mittelgebirgen sowie im Alpenraum gibt es in Form von Skihallen weitere künstlich errichtete Destinationen außerhalb dieser Zielgebiete, die ebenfalls von deutschen Wintersporttouristen besucht werden. Einerseits haben sie aufgrund ihrer Unabhängigkeit von Jahreszeiten und Topographie den Vorteil, ganzjährig genutzt werden zu können, andererseits haben sie durch ihre räumliche Begrenztheit einen entscheidenden Nachteil gegenüber den traditionellen Wintersportgebieten.

Einige Städte und Gemeinden organisieren darüber hinaus Wintersportveranstaltungen, an denen die Wintersporttouristen allerdings nicht aktiv teilnehmen, sondern lediglich als Zuschauer vor Ort sind.

Im Rahmen dieses Kapitels wird dargestellt, welchen Zuspruch diese speziellen Wintersportangebote erhalten und welche Potenziale mit ihnen verbunden sind.

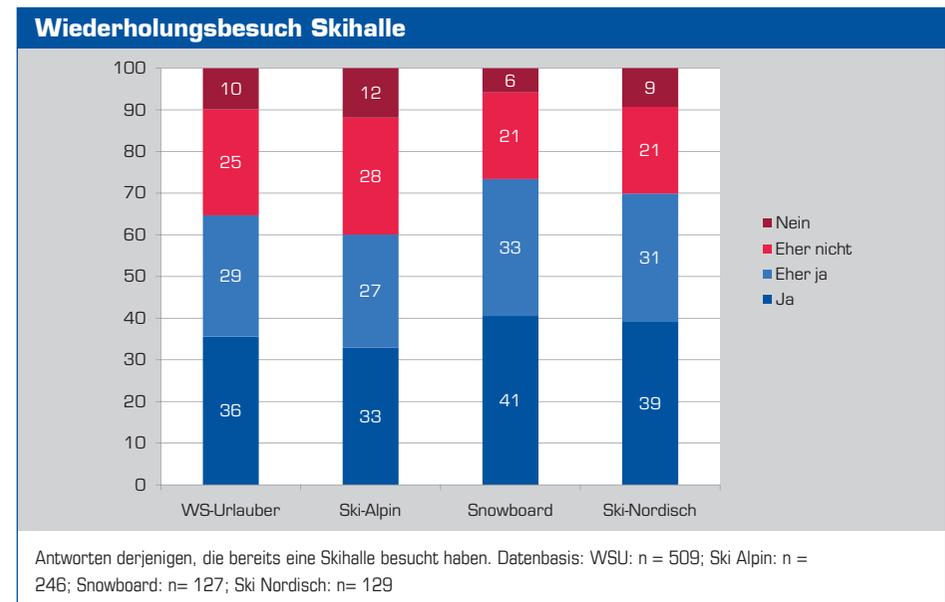
## Skihallen

Mit 14% ist der Anteil der Wintersporturlauber, die bereits eine Skihalle besucht haben, mehr als doppelt so hoch wie der entsprechende Anteil der Wintersportausflügler. Der Wert bei den Snowboardern mit 26% ist hier noch einmal deutlich höher. Bei den Alpin-Skifahrern geben 15% an, bereits eine Skihalle besucht zu haben, bei den Langläufern 13%.

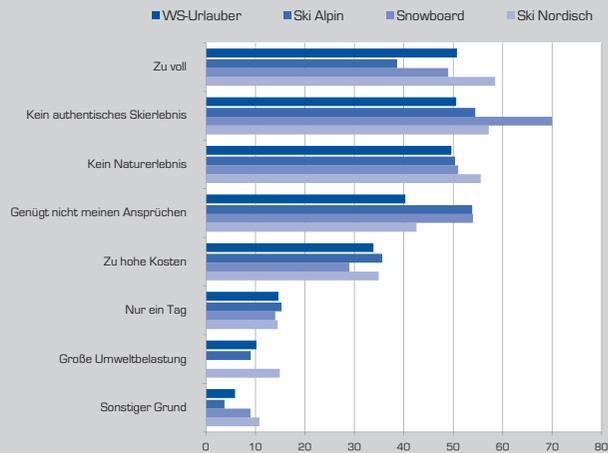


60% der Alpin-Skifahrer und 65% der Wintersporturlauber, die bereits eine Skihalle besucht haben, geben an, dass sie sich einen Wiederholungsbesuch vorstellen können. Bei den Snowboardern sind dies sogar mit 74% fast drei Viertel der Befragten. Auffällig ist auch der hohe Wert bei den Skilangläufern, die sich zu 70% einen Wiederholungsbesuch vorstellen können.

Diese hohen Zahlen für potenzielle Wiederholungsbesuche lassen vermuten, dass die Befragten mit dem Besuch der Skihallen zumeist zufrieden waren.



### Gründe gegen einen Wiederholungsbesuch einer Skihalle

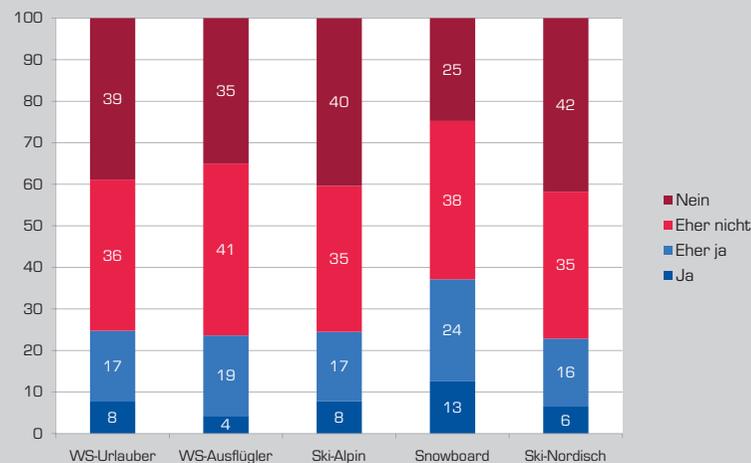


Mehrfachnennungen möglich. Antworten derjenigen, die bereits eine Skihalle besucht haben. Geringe Fallzahlen.  
 Datenbasis: WSU: n = 177; Ski Alpin: n = 97; Snowboard: n = 33; Ski Nordisch: n = 37

Die Befragten, für die ein Wiederholungsbesuch einer Skihalle nicht oder eher nicht in Frage kommt, geben hierfür mehrere Gründe an. An Hauptargumenten werden vor allem genannt, dass es in Skihallen zu voll ist, kein authentisches Skierlebnis bzw. kein Naturerlebnis geboten wird und dass das Angebot in den Skihallen den Ansprüchen der Befragten nicht genügt. Erst danach werden mit ca. 30-35% die hohen Kosten als Gegenargument genannt.

Die Gesamtheit der Wintersporturlauber, die Snowboarder und vor allem die Skilangläufer bemängeln die Besucherichte in den Hallen deutlich häufiger als die Alpin-Skifahrer und auch das fehlende Naturerlebnis wird von den Skilangläufern am häufigsten genannt, während vor allem bei den Snowboardern die fehlende Authentizität des Skierlebnisses der dominierende Grund gegen einen Wiederholungsbesuch ist. Das Argument, dass das Angebot der Skihallen nicht den eigenen Ansprüchen genügt, wird von den Alpin-Skifahrern und Snowboardern deutlich häufiger genannt, als von den Ski-Langläufern und der Gesamtheit der Wintersporturlauber. Die Umweltbelastung spielt bei den Nennungen keine wesentliche Rolle. Von den Befragten Snowboardern erhält dieser Aspekt keine einzige Nennung, wobei hier die geringen Fallzahlen zu berücksichtigen sind.

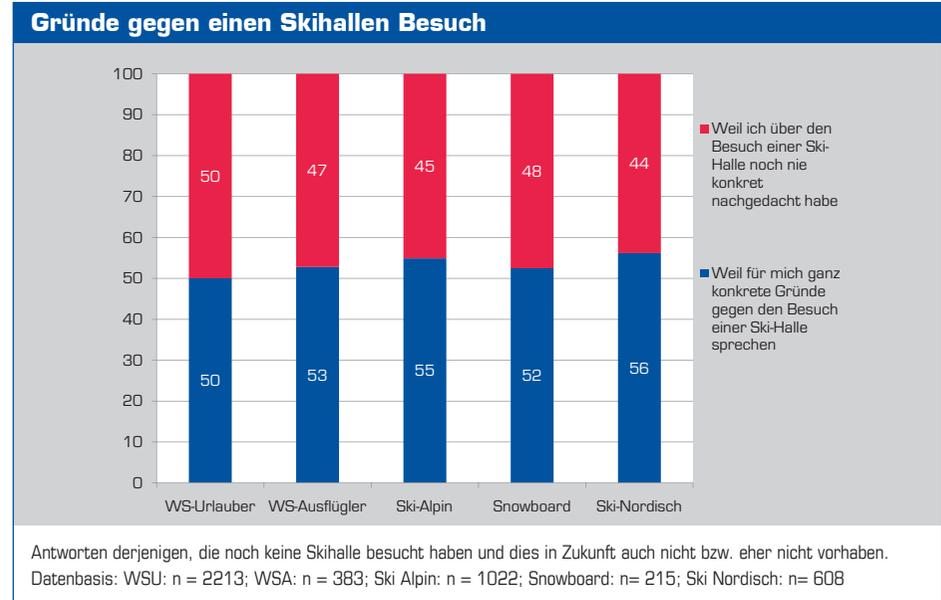
### Potenzial Skihalle



Antworten derjenigen, die noch keine Skihalle besucht haben. Datenbasis: WSU: n = 2996; WSA: n = 508;  
 Ski Alpin: n = 1373; Snowboard: n = 342; Ski Nordisch: n = 799

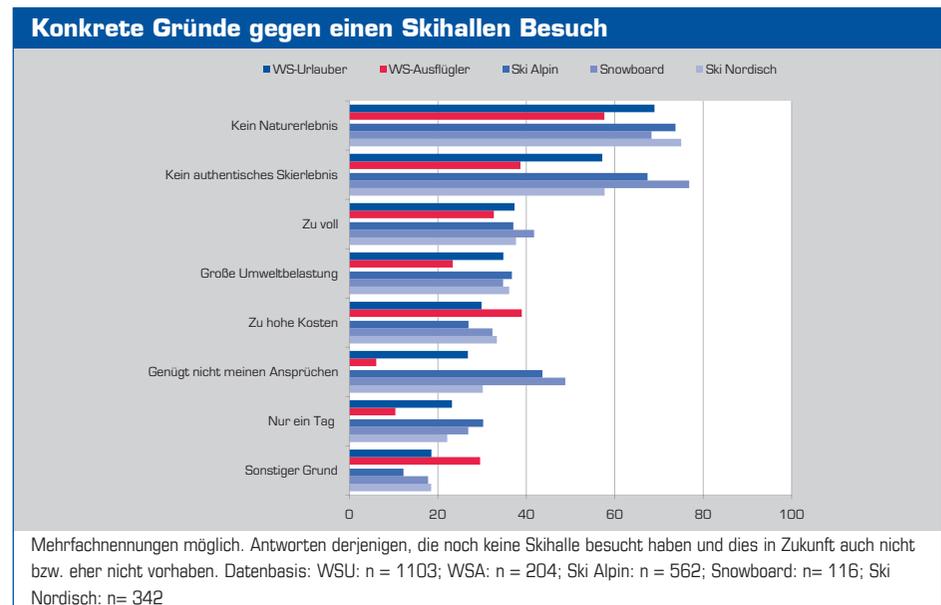
Unter denjenigen Wintersporttouristen, die bisher noch keine Skihalle besucht haben, schließen etwa drei Viertel den Besuch einer Skihalle auch für die Zukunft (eher) aus. Hierbei bewegen sich die Werte der Wintersporturlauber und Wintersportausflügler sowie der Alpin-Skifahrer und Skilangläufer in ähnlichen Bereichen. Lediglich bei den Snowboardern gibt es deutliche Abweichungen festzustellen. So liegt hier der Anteil an Snowboardern, die auch künftig Skihallen nicht bzw. eher nicht besuchen werden, bei 63%, während sich 37% der Snowboarder einen solchen Besuch künftig vorstellen können.

Etwa die Hälfte der Wintersporttouristen schließt den Besuch einer Skihalle derzeit eher aus, weil noch nicht konkret über einen solchen Besuch nachgedacht wurde. Die andere Hälfte hat hingegen konkrete Gründe, die gegen den Besuch einer Skihalle sprechen.

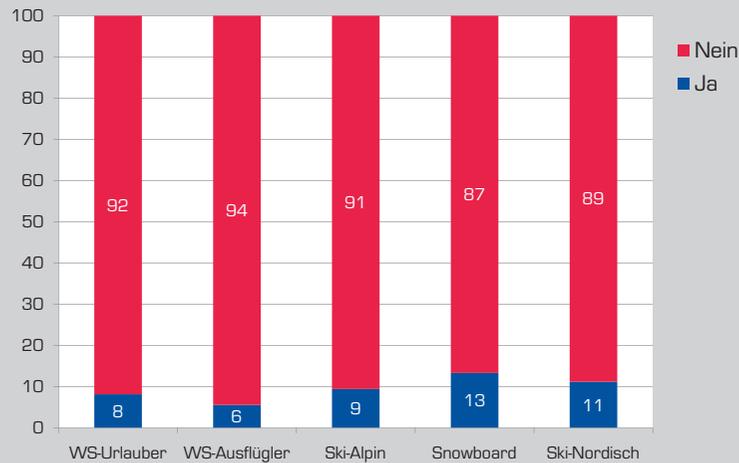


Zu den wichtigsten Gründen zählen das fehlende Naturerlebnis, das nicht authentische Skierlebnis sowie der in den Skihallen vermutete Besucherandrang. Diese Gründe decken sich mit denen der Skihallenbesucher, für die ein Wiederholungsbesuch nicht in Frage kommt. Ebenfalls von hoher Relevanz sind die mit einer Skihalle assoziierten Umweltbelastungen sowie die mit dem Besuch einhergehenden Kosten, die als zu hoch eingeschätzt werden.

Vor allem bei den Snowboardern (77%), aber auch bei den Alpin-Skifahrern (67%) wird das fehlende authentische Skierlebnis deutlich häufiger bemängelt als bei den Skilangläufern (58%) und bei der Gesamtheit der Wintersporturlauber (57%). Wintersportausflügler nennen diesen Punkt hingegen nur zu 39%. Diese Unterschiede werden auch bei dem Argument, dass das Angebot in Skihallen den eigenen Ansprüchen vermutlich nicht genügen wird, deutlich. So wird dies von 49% der Snowboarder und 44% der Alpin-Skifahrer genannt. Bei den Skilangläufern geben 33% und bei der Gesamtheit der Wintersporturlauber 27% dieses Argument an, während die Wintersportausflügler aufgrund ihrer geringeren Wintersportbefahrung es nur zu 6% anführen.



### Bisheriger Wintersport-Event Besuch



Datenbasis: WSU: n = 3505; WSA: n = 542; Ski Alpin: n = 1619; Snowboard: n= 469; Ski Nordisch: n= 928

### Wintersport-Events

8% der Wintersporturlauber und 6% der Wintersportausflügler haben bereits einmal ein städtisches Wintersport-Event besucht. Bei den Alpin-Skifahrern sind dies 9%, bei den Skilangläufern 11% und bei den Snowboardern 13%.

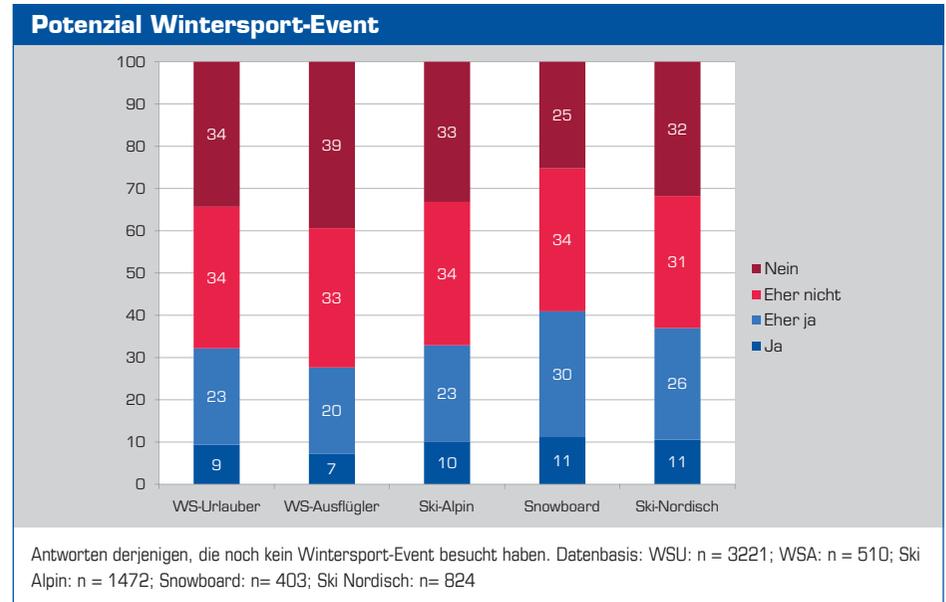
### Wiederholungsbesuch Wintersport-Event



Antworten derjenigen, die bereits ein Wintersport-Event besucht haben. Teilweise geringe Fallzahlen. Datenbasis: WSU: n = 284; WSA: n = 32; Ski Alpin: n = 147; Snowboard: n= 66; Ski Nordisch: n= 104

Der Anteil derjenigen, die auch zukünftig wieder ein solches Event besuchen würden, liegt mit 84% bei den Wintersporturlaubern um 11% höher als bei den Wintersportausflüglern. Bei den Alpin-Skifahrern sind dies 82%, bei den Snowboardern 80% und bei den Skilangläufern sogar 90%. Diese hohen Werte lassen vermuten, dass die Erlebnisse, die bei diesen Events gemacht wurden, überwiegend positiv waren.

Bei der Befragung derjenigen, die noch kein städtisches Wintersport-Event besucht haben, können sich von den Wintersport-Ausflüglern künftig nur 27% einen solchen Besuch vorstellen. Bei den Wintersporturlaubern sind dies 32%, bei den Alpin-Skifahrern 33%, bei den Ski-Langläufern 37% und bei den Snowboardern 41%. Für die Mehrheit ist aber der Besuch eines solchen Events auch zukünftig eher nicht vorstellbar.







**ZUSAMMENFASSUNG**

# ZUSAMMENFASSUNG

Während andere Freizeit- und Reiseaktivitäten und Gewohnheiten relativ gut untersucht sind, gab es bisher für den Wintersport und Wintersporttourismus in seiner Vielfalt keine umfassenden Untersuchungen, die repräsentativ für Deutschland sind. Die nun vorliegende „Grundlagenstudie Wintersport Deutschland“ gibt erstmals einen repräsentativen Gesamtüberblick über zentrale Aspekte des Wintersportmarktes in Deutschland und seiner sporttouristischen Bedeutung für die deutschen Mittelgebirgsregionen und als Quellgebiet für den Alpenraum.

Durch einen umfassenden Untersuchungsansatz wurden in der Saison 2010/11 erstmals umfangreiche Daten erhoben, die Rückschlüsse auf das Wintersportverhalten, Soziodemographie, Reiseplanung, Typologie, Bedürfnisse und das Wintersportpotenzial in der gesamtdeutschen Bevölkerung zulassen. Die Studie basiert auf der Kombination zweier repräsentativer Erhebungsmethoden. Zunächst wurden „Computer Assisted Telephone Interviews“ (CATI) mit 2000 Probanden durchgeführt. Die zweite Befragung erfolgte mittels Online-Panel und einer Probandenzahl von über 4000 Wintersportlern.

Trotz Klimawandel-Diskussion und wirtschaftlichen Einschränkungen stehen Wintersport und Wintersporturlaub bei der deutschen Bevölkerung nach wie vor hoch im Kurs. Die bundesweite Repräsentativbefragung ergab, dass mehr als 50% der Deutschen über allgemeine Wintersporterfahrung verfügen (36,8 Mio. Menschen / 52% der Bevölkerung ab 14 Jahre). Dies zeigt sich insbesondere beim Schlittschuhfahren bzw. Rodeln als die mit Abstand populärste Schneesportaktivität in Deutschland. Gesundheitsorientierte Aktivitätsformen wie das Winterwandern erfreuen sich darüber hinaus einer zunehmenden Beliebtheit. Rund 7,4 Mio. Deutsche haben im Winter 2009/2010 Ski Alpin betrieben. Dazu waren noch ca. 2 Mio. Snowboarder und ca. 2,4 Mio. Skilangläufer aktiv.

Im Gegenzug können sich allerdings von den Deutschen, die bis dato noch keinen Wintersport betrieben haben, nur 13% vorstellen, künftig Wintersport zu betreiben. Die große

Mehrheit der Deutschen ohne Wintersporterfahrung möchte auch künftig keinen Wintersport betreiben.

Die Wintersportaktivitäten werden sowohl bei Wintersportausflügen (ohne Übernachtung) als auch in Wintersporturlaube (mit Wintersport als Haupt- oder Nebenmotiv) ausgeübt. Von den 36,8 Mio. deutschen Wintersportlern haben 79% bereits Wintersportausflüge unternommen, 70% einen Wintersporturlaub (Hauptmotiv) und 51% einen Urlaub mit Wintersport als Nebenmotiv (nicht Hauptgrund der Reise).

Die Hälfte der Wintersportler, die bislang keine Wintersporturlaube sondern nur Wintersportausflüge durchgeführt haben, könnte sich dies künftig vorstellen. Für die andere Hälfte sprechen vor allem Kostengründe und die eigene gesundheitliche Situation bzw. das eigene Alter gegen die Durchführung von Wintersporturlaube.

Insgesamt betreiben etwas mehr Männer (Anteil 54%) als Frauen Wintersport, wobei die Verteilung bezogen auf die Ausübung einzelner Wintersportdisziplinen deutliche Unterschiede aufweist. Beim Skilanglauf beträgt der Männeranteil 60% und beim Alpinski fahren 58%, während beim Snowboarden der Frauenanteil leicht überwiegt.

Der Altersdurchschnitt der männlichen Wintersportler liegt mit 49,7 Jahren deutlich über dem der weiblichen Wintersportler mit 40,6 Jahren. Während sich die Altersverteilung der Alpinen Skifahrer kaum von derjenigen der Wintersportler im Allgemeinen unterscheidet, weicht die Verteilung beim Snowboard und bei Ski Nordisch deutlich ab. Beim Snowboard ist ein starkes Gefälle der Altersverteilung festzustellen. Über die Hälfte der Snowboarder ist jünger als 30 Jahre, ein weiteres Viertel ist zwischen 30 und 39 Jahre alt. Demgegenüber ist der Anteil der über 50-Jährigen verschwindend gering. Beim Skilanglauf zeigt sich ein umgekehrtes Bild. Ein Drittel der Skilangläufer ist 60 Jahre oder älter.

Die meisten Wintersportler (40%) leben in einem Zweipersonenhaushalt ohne Kinder. Bei den Berufsgruppen dominieren mit 37% die Angestellten, gefolgt von Rentnern/Vorruheständlern mit 19% und Selbständigen/Freiberuflern mit 14%. Arbeiter sind nur mit einem Anteil von 5% unter den Wintersporturlaubern vertreten. Bezogen auf das Einkommen unterscheiden sich Wintersporturlauber und Wintersportausflügler deutlich. Während mehr als ein Viertel der Haushalte der Wintersporturlauber über ein Einkommen von mehr als 3.500 Euro im Monat verfügt, weisen nur ca. 15% der Haushalte der Wintersportausflügler ein Einkommen in dieser Höhe auf. Entsprechend sind Personen ohne bisherigen Wintersporturlaub in fast allen unteren Einkommensklassen stärker vertreten als solche, die schon einmal in Wintersporturlaub waren.

Insgesamt sind die deutschen Wintersporttouristen sehr wintersportlerfahren. 58% der Urlauber und immerhin 40% der Ausflügler betreiben bereits seit mehr als 10 Jahren Wintersport. Mitgliedschaften in Wintersportvereinen liegen nur bei einem sehr geringen Teil der Wintersporttouristen vor: Während immerhin noch 5% der Wintersporturlauber in einem Wintersportverein angemeldet sind, liegt der Anteil bei den Ausflüglern bei nahezu 0%. Der Anteil der in einem Verein organisierten Alpin-Skifahrer und Skilangläufer liegt hier bei jeweils 7%, der Anteil der Snowboarder bei 10%.

Für die Reiseplanung werden vorwiegend Internet, Prospekte und Skigebietsportale genutzt. Bei der Auswahl des Reiseziels haben Berichte von Freunden und Bekannten die zentrale Funktion. Sowohl Wintersporturlauber als auch Wintersportausflügler sind sehr destinationstreu. Jeweils 63% haben bekundet, ihr Reiseziel auf jeden Fall oder mit hoher Wahrscheinlichkeit erneut für einen Wintersporturlaub bzw. -ausflug aufsuchen zu wollen. Bei den Alpin-Skifahrern, Snowboardern und Skilangläufern sind diese Werte mit bis zu 74% noch höher.

Die Bundesländer Bayern, Nordrhein-Westfalen und Baden-Württemberg sind die wichtigsten Quellmärkte für Wintersportdestinationen. Die Hauptreiseziele der deutschen Wintersportler sind vor allem Österreich und mit gewissem Abstand die Schweiz. Ebenso haben die deutschen Mittelgebirge und das Alpenvorland eine große Bedeutung für Wintersporturlaub und insbesondere Wintersportausflüge. Bei den Ausflugszielen dominieren mit dem Sauerland (dabei insbesondere Winterberg), dem Harz und dem Schwarzwald drei deutsche Wintersportdestinationen. Lediglich bei den Snowboardern liegt auch hier Österreich auf Platz 1. Auf die Frage „Welche deutschen Mittelgebirge bringen Sie mit Wintersport in Verbindung?“ erhielten der Harz und der Schwarzwald die meisten Nennungen, gefolgt von Erzgebirge, Bayerischem Wald und Sauerland.

In Sachen Ausrüstung verfügt die Mehrheit der Wintersportler über eigenes Material. Die Anteile der Wintersportler, die Ausrüstung leihen, sind mit 19% bei den Urlaubern und 16% bei den Ausflüglern aber bereits beachtlich. Sowohl vor der Reise als auch während des Aufenthalts im Urlaub bzw. während des Ausflugs ist der Sportfachhandel der Haupteinkaufsort für die Wintersportausrüstungsgegenstände.

37% der Wintersporturlauber fahren regelmäßig in Wintersporturlaub. Alpin-Skifahrer, Snowboarder und Skilangläufer unternehmen Wintersporturlaube noch viel regelmäßiger, wobei der Wert der Snowboarder mit 62% am höchsten ausfällt. Der überwiegende Teil der Wintersportausflügler unternimmt nur unregelmäßig solche Ausflüge. Lediglich 11% unternehmen regelmäßig Wintersportausflüge. Etwa jeweils ein Viertel der Wintersporturlauber unternimmt einen solchen Urlaub einmal im Jahr bzw. alle zwei bis drei Jahre. Auch hier sind die Werte bei den einzelnen Wintersportdisziplinen deutlich höher. Bei den Alpin-Skifahren und Langläufern fahren etwa die Hälfte mindestens einmal im Jahr in Wintersporturlaub, bei den Snowboardern sind es sogar zwei Drittel. Auch bei den Wintersportausflüglern unternimmt mehr als die Hälfte mindestens einmal im Jahr einen solchen Ausflug. Etwa die Hälfte

der Wintersporturlauber (auch innerhalb der Wintersportdisziplinen) bleibt zwischen fünf und sieben Tagen im Reisegebiet. Jeweils knapp ein Viertel verweilt für einen Kurzurlaub von zwei bis vier Tagen bzw. zwischen acht und 15 Tagen im Urlaubsort.

Die wenigsten Wintersporturlauber buchen ihre Reise pauschal, wobei die Langläufer hier mit 19% den geringsten und die Snowboarder mit 24% den höchsten Wert aufweisen. Die meisten Reisen werden aber individuell organisiert. Pauschal-Wintersporturlauber legen bei ihrem gebuchten Wintersporturlaub großen Wert auf ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis sowie eine gute Unterkunft. 44% der Wintersporturlauber gehen auf Nummer sicher und buchen im Schnitt 2 bis 6 Monate im Voraus.

Die Hauptmotive der Wintersportler sind ein intensives Landschaftserlebnis, die Suche nach Erholung sowie der Wunsch, etwas für die eigene Gesundheit zu tun. Bezogen auf die einzelnen Angebotsaspekte sind für die Wintersportler die Schneesicherheit, das Angebot an gut präparierten Loipen und Pisten sowie eine wintersportfreundliche Unterkunft am wichtigsten.

Von den befragten Wintersporturlaubern haben 14 % bereits eine Skihalle besucht. Bei den befragten Snowboardern waren dies mit 26 % bereits mehr als ein Viertel. Die Frage nach einem potentiellen Wiederholungsbesuch einer Skihalle bejahen zwischen 60 % (Alpinskifahrer) und 74 % (Snowboarder) der Befragten, sodass hier von einer grundlegenden Zufriedenheit mit diesem ergänzenden Angebot ausgegangen werden kann. Von den bisher noch nicht in Skihallen gewesenen Befragten schließen hingegen etwa drei Viertel einen solchen Besuch auch in Zukunft eher aus, wobei die Hauptgründe das fehlende Naturerlebnis, ein nicht authentisches Skierlebnis und ein vermuteter hoher Besucherandrang sind.



**Bezug:**

Grundlagenstudie Wintersport Deutschland  
Schriftenreihe Institut für Natursport und Ökologie – Band 26

ISSN 1612-2437

Prof. Dr. R. Roth  
Deutsche Sporthochschule Köln  
Institut für Natursport und Ökologie  
Am Sportpark Müngersdorf 6, 50933 Köln  
[www.dshs-koeln.de/natursport](http://www.dshs-koeln.de/natursport)