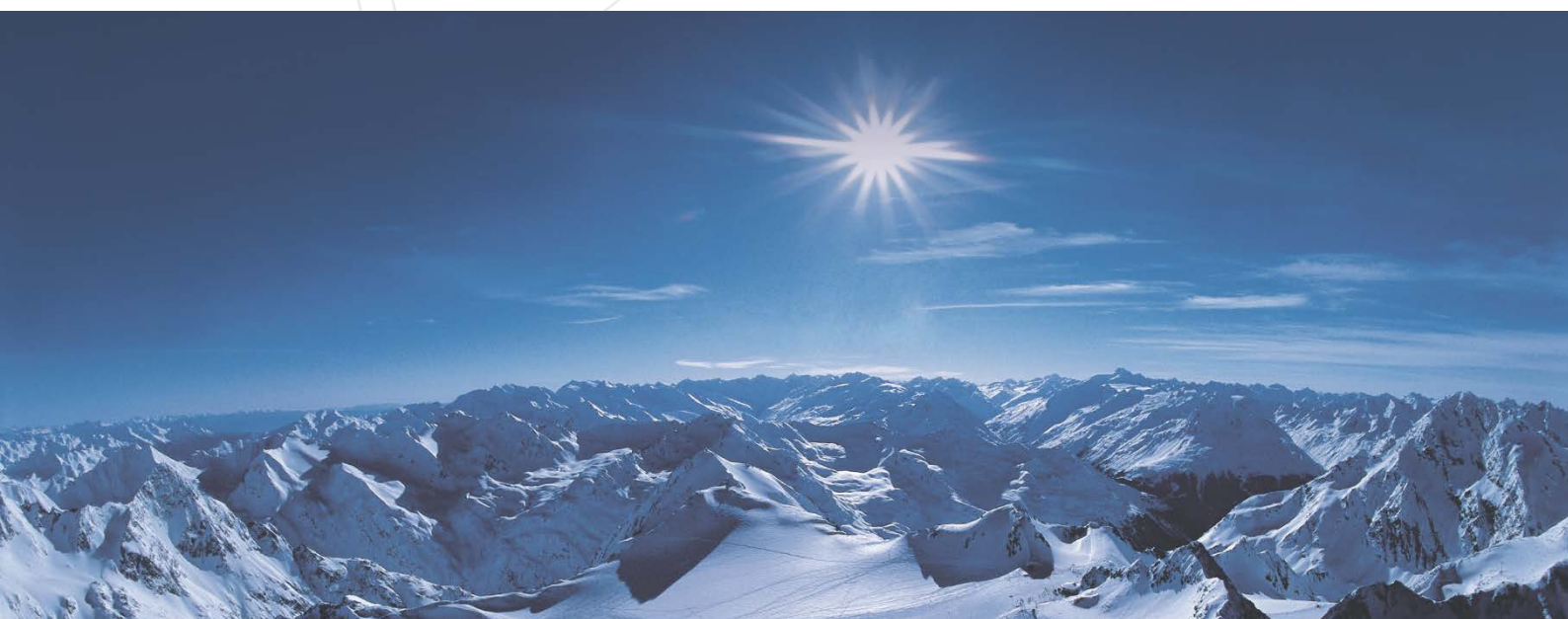




mci bergprofilstudie 24 **executive summary | winter**

Ergebnisse | Deutschland



MCI Management Center Innsbruck | MCI Tourismus

Hubert J. Siller / Denise Fecker

Kurzbeschreibung

Das Management Center Innsbruck | MCI Tourismus führte 2023 eine breit angelegte Befragung in den alpinen Quellmärkten Deutschland, Österreich und Schweiz zu dem Thema Urlaub in den Bergen durch.

Diese Studie ist die Neuauflage dreier Studien des MCI Tourismus (Siller, 2003; Siller & Kausl, 2004; Siller, 2014), mit dem Ziel, Entwicklungen im Urlaubsverhalten der Bevölkerung zu eruieren. 2023 fand die Studie erstmals im gesamten DACH-Raum statt.

Zur Erreichung der Forschungsziele wurde auf eine Befragung mithilfe eines standardisierten Fragebogens zurückgegriffen. Realisiert wurde die Untersuchung als Online-Befragung auf Basis des infas-quo-Panels „quo PEOPLE“. Bei diesem hochwertigen Panel liegt ein wesentliches Qualitätsmerkmal in der multimodalen Rekrutierung der Teilnehmenden (online, postalisch, telefonisch). Die mit quo PEOPLE erzielten Befragungsergebnisse sind repräsentativ nach Alter (ab 16 Jahren), Geschlecht und Region (NIELSEN-Gebiete).

In Deutschland wurden insgesamt 2.067 Interviews durchgeführt. Durch eine Gewichtung wurden die Befragungsergebnisse nach Alter, Geschlecht und Region kontrolliert und angepasst. Die Stichprobe setzt sich aus 52% weiblichen und 48% männlichen Teilnehmenden zusammen. Die Alterszusammensetzung sieht wie folgt aus:

| Generation | Geburtsjahr | Anteil in Stichprobe |
|----------------------|--------------------|-----------------------------|
| Generation Z | 1996 – 2009 | 12% |
| Generation Y | 1981 – 1995 | 24% |
| Generation X | 1966 – 1980 | 27% |
| Baby Boomer u. älter | Bis 1965 | 37% |

Urlaubserfahrung

Als Einstieg in die Studie werden die Teilnehmenden gefragt, ob sie schon einmal Urlaub in den Bergen gemacht haben. Dies sollte sicherstellen, dass die Fragen nach Häufigkeit, Buchungsverhalten und Zufriedenheit nur von denjenigen Befragten beantwortet werden, die mit Urlaub in den Bergen durch eigene Erfahrung vertraut sind. 64% (n = 1320) der Befragten beantworteten diese Frage mit *Ja*. Von diesen 1320 Befragten gaben 96% (n = 1270) an, mindestens einen Sommerurlaub in den Bergen verbracht zu haben (entspricht 61% im Gesamtsample), und 62% (n = 822), mindestens einen Winterurlaub in den Bergen verbracht zu haben (entspricht 40% im Gesamtsample). In dieser Studie werden Winterurlauber:innen nach der Anzahl ihrer Winterurlaube in die Kategorien *Beginner* (1-2 Mal Winterurlaub gemacht), *Advanced* (*Fortgeschritten*) (3-9 Mal) und *Experts* (10 Mal oder mehr) unterteilt:

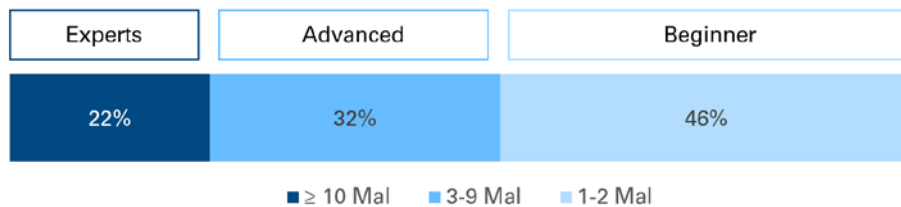


Abbildung 1: Wie oft verbrachten Sie Ihren Urlaub im Winter in den Bergen?

40% der Deutschen haben schon einmal Winterurlaub in den Bergen gemacht.

Zufriedenheit & Weiterempfehlung

Um Rückschlüsse auf die Zufriedenheit der Deutschen mit Urlaub in den Bergen ziehen zu können, werden in diesem Abschnitt der Befragung nur Personen berücksichtigt, welche angeben, schon einmal Winterurlaub in den Bergen gemacht zu haben (n = 822). Abgefragt wird die Zufriedenheit mit dem letzten Urlaub in den Bergen. Insgesamt waren 93% der Befragten mit ihrem letzten Winterurlaub sehr zufrieden bis zufrieden. Eine differenzierte Betrachtung nach Häufigkeit der Winterurlaube zeigt, dass die höchsten Zufriedenheitswerte bei den Experts liegen (98% sehr zufrieden bis zufrieden).

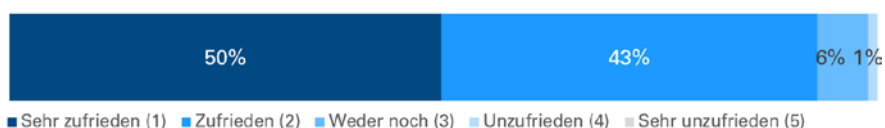


Abbildung 2: Wie zufrieden waren Sie mit Ihrem letzten Winterurlaub in den Bergen?

Zur Sichtbarmachung der Weiterempfehlungsabsichten wird der Net Promoter Score (NPS) herangezogen. Personen werden gefragt, ob sie Urlaub in den Bergen einem Freund:innen oder Kolleg:innen weiterempfehlen würden. Auf einer zehnteiligen Skala von 1–10 werden die Befragten, je nach Antwort, in drei Gruppen unterteilt. Personen die die Ziffern 1–6 ankreuzen, werden als Kritiker:innen/Detraktor:innen gesehen. Personen die die Zahl 7 oder 8 wählen, sind Indifferente/Passive. Nur Personen, die die Zahlen 9 oder 10 ankreuzen, sind aktive Promotor:innen und Weiterempfehlende des Urlaubs. Von allen Winterurlauber:innen sind 53% Promotor:innen, 25% Neutrale und 23% Detraktor:innen (NPS = 30). Die Unterscheidung der Erfahrungswerte zeigt, dass Experts die höchste Weiterempfehlungsbereitschaft haben (NPS = 56).

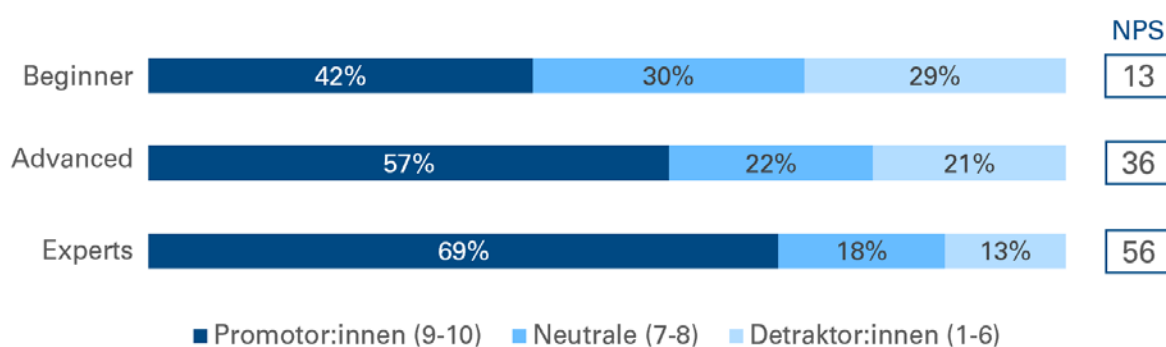


Abbildung 3: Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie Winterurlaub in den Bergen Freund:innen oder Kolleg:innen weiterempfehlen werden? (10 = sehr wahrscheinlich, 1 = sehr unwahrscheinlich)

Winterurlaub in den Bergen basiert auf höchsten Zufriedenheitswerten und lebt stark von der hohen Weiterempfehlung der **Experts**.

Darüber hinaus wurden die Befragten nach ihren Gründen für oder gegen ihre Weiterempfehlung von Winterurlaub in den Bergen gefragt. Die offenen Antworten wurden thematisch codiert und nach der Häufigkeit absteigend sortiert. Die Kategorien, die von Promotor:innen am häufigsten genannt wurden, sind *Skifahren/Bewegung, Natur/Berge/Landschaft/Aussicht* („Beeindruckende Berge“ & „Winteratmosphäre: Hütten, Sonne, Aussicht“), *allgemein positive Erfahrungen, frische Luft/Schnee* („gesunde gute Luft“ in Kombination mit Gemütlichkeit & Entspannung (auch Wellness), *Ruhe/Erholung/wenig Leute*. Gegen eine Weiterempfehlung sprechen bei den Detraktor:innen z.B. folgende Gründe: *Kein Interesse an Schneesport, Unsicherheit und Kritik* („falls Schnee liegt“, „die Natur leidet“), *zu hohe Preise, Wetter/Kälte, Massentourismus*. Trotzdem heben auch die Detraktor:innen die „schöne Landschaft“ und den „tollen Winter“ hervor.

Spontanassoziationen & Bewertung

Ein grundlegendes Ziel dieser Studie ist die Sichtbarmachung von vorhandenen Assoziationen des Quellmarkts Deutschlands in Bezug auf Winterurlaub in den Bergen. Zur Erhebung der Assoziationen werden Befragte nach Spontanassoziationen mit Urlaub in den Bergen gefragt. Die häufigsten Spontanassoziationen sind hier *Skifahren*, *Schnee* und *Wandern/Spazieren*, gefolgt von *Aktivurlaub* und *Ruhe/Entspannung*.



Abbildung 4: Was verbinden Sie spontan mit Winterurlaub in den Bergen?

Positive & negative Spontanassoziationen

Neben den allgemeinen Spontanassoziationen wurde auch explizit nach besonders positiven und negativen persönlichen Assoziationen mit Urlaub in den Bergen gefragt. Die häufigsten Nennungen der positiven Aspekte umfassen die Themen *Schnee* („schneebedeckte Berge“, „Schnee erleben“), *Skifahren* (auch in Verbindung mit Genuss) und *Landschaft/Berge* („verschneite Winterlandschaft“). Darüber hinaus werden auch *Ruhe* („Stille“) und *Natur* („unberührte Natur“) positiv mit Winterurlaub verbunden. Bei der Frage nach negativen Aspekten des Winterurlaubs wurden am häufigsten die Masse an *Tourist:innen* („zu viele Touristen“, „volle Pisten“) und subjektiv schlecht empfundenes *Wetter* bzw. *Kälte* („Nässe“, „Schneeglätte“, persönliches Kälteempfinden) genannt. Ein weiterer negativer Aspekt sind die mit einem Winterurlaub in den Bergen verbundenen hohen *Kosten* („zu teuer“).

SCHNEE | SKIFAHREN ist der Nr.1 Faktor für positive Assoziationen.
ZU VIELE TOURIST:INNEN ist der Nr.1 Faktor für negative Assoziationen.

Urlaubsmotive & Prioritäten

Abgesehen von den Spontanassoziationen bewerten die Befragten anhand einer fünfteiligen Likert-Skala vordefinierte Motive für Winterurlaub in den Bergen. So wird erhoben, welche Urlaubsmotive die Deutschen mit Winterurlaub in den Bergen verbinden und welche Motive für die Befragten nicht mit Urlaub in den Bergen zu vereinbaren sind.

Mit einem Mittelwert von 2,02 auf einer Skala von 1 (trifft zu) bis 5 (trifft nicht zu) verbinden alle Befragten Winterurlaub in den Bergen zuallererst mit einem positiven *Landschafts- und Naturerlebnis*. An nächster Stelle finden sich die Themen *Gemütlichkeit* (2,17), *Aktivität* (2,29) und *Gesundheit* (2,31). Wichtig ist an dieser Stelle eine Unterscheidung zwischen den verschiedenen Erfahrungstypen. Befragte, die noch keinen Winterurlaub in den Bergen verbracht haben, verbinden alle Themen deutlich weniger damit als erfahrene Befragte. Insbesondere die Themen *Sport* und *Aktivität* werden vor allem von den Experts stark mit Winterurlaub in den Bergen verbunden. Ein deutlicher Unterschied zeigt sich auch beim Thema Entspannung, welches von erfahrenen Bergurlauber:innen viel stärker mit Winterurlaub verbunden wird als von No-Guests.

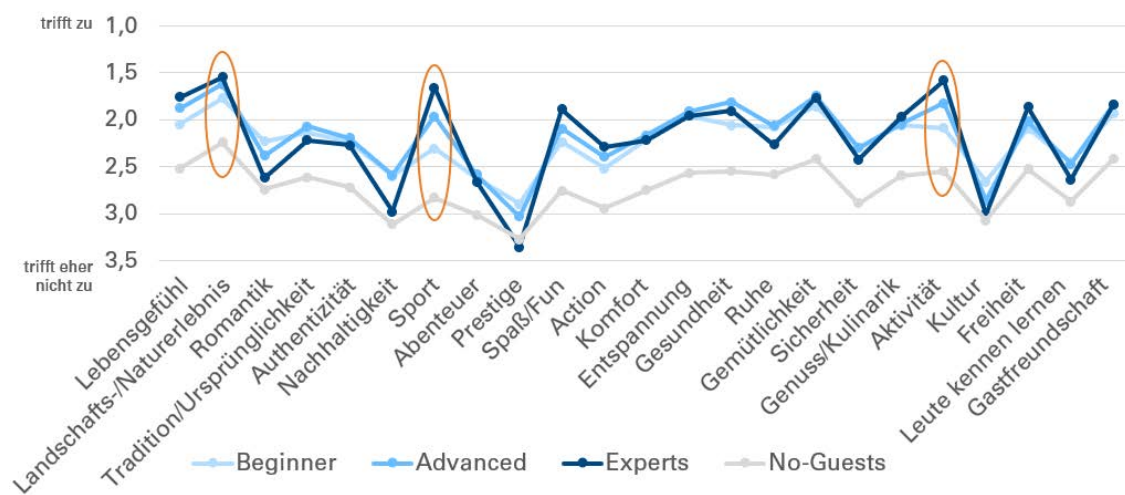


Abbildung 5: Was verbinden Sie mit Winterurlaub in den Bergen?

Darüber hinaus wurde nach der Wichtigkeit der jeweiligen Motive für einen Winterurlaub in den Bergen gefragt. Dadurch werden die Motive mit ihrer Relevanz in Bezug gesetzt. Auch bei der Relevanz steht das Landschafts- und Naturerlebnis bei allen Befragten mit einem Mittelwert von 1,89 auf einer Skala von 1 (sehr wichtig) bis 5 (sehr unwichtig) an erster Stelle. Für wiederkehrende Gäste (Experts) sind *Lebensgefühl*, *Entspannung* und *Aktivität* besonders wichtige Motive. Die Motive *Nachhaltigkeit*, *Sicherheit* und *Ruhe* werden von ihnen zwar als überdurchschnittlich wichtig eingestuft, jedoch weniger stark mit Winterurlaub in den Bergen verbunden. Die Motive *Prestige*, *Kultur*, *Leute kennen lernen*, *Abenteuer* und *Romantik* werden von Experts weder besonders mit Winterurlaub verbunden, noch als wichtig dafür eingestuft.

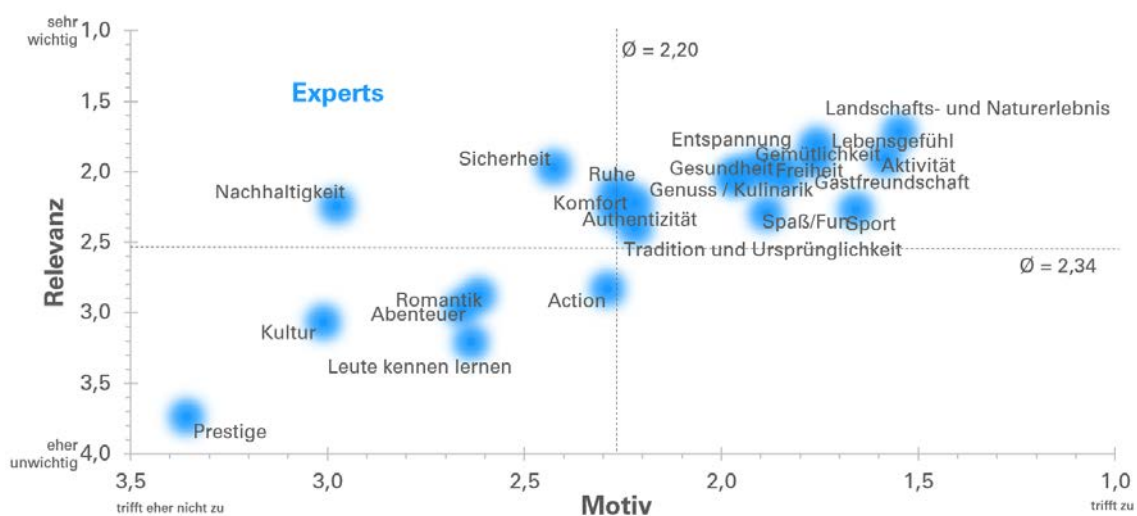


Abbildung 6: Was verbinden Sie mit Winterurlaub in den Bergen? Wie wichtig sind diese Motive für Winterurlaub in den Bergen für Sie? (Experts = 10 oder mehr Winterurlaube in den Bergen verbracht)

LANDSCHAFTS- und NATURERLEBNIS, LEBENSGEFÜHL, GEMÜTLICHKEIT und AKTIVITÄT sind zentrale Motive von Experts.

Urlaubsaktivitäten

Ein zentrales Thema dieser Studie ist die Sichtbarmachung der Relevanz von Aktivangeboten, die im Winterurlaub in den Bergen ausgeführt werden können. Hierzu findet eine Bewertung von sieben Aktivangeboten im Winter auf einer fünfteiligen Likert Skala von 1 (sehr wichtig) bis 5 (sehr unwichtig) statt. Je öfter die Befragten bereits einen Winterurlaub gemacht haben, desto wichtiger wird *Skifahren* als Nr.1 Aktivität. Für Beginner stellen *Winterwandern* und *Rodeln* die beliebtesten

Aktivitäten dar. Im Generationenvergleich zeigt sich, dass alle Aktivitäten von den jüngeren Generationen (Z und Y) insgesamt wichtiger eingestuft werden als von den älteren. *Winterwandern* wird über alle Generationen hinweg als wichtig eingestuft.

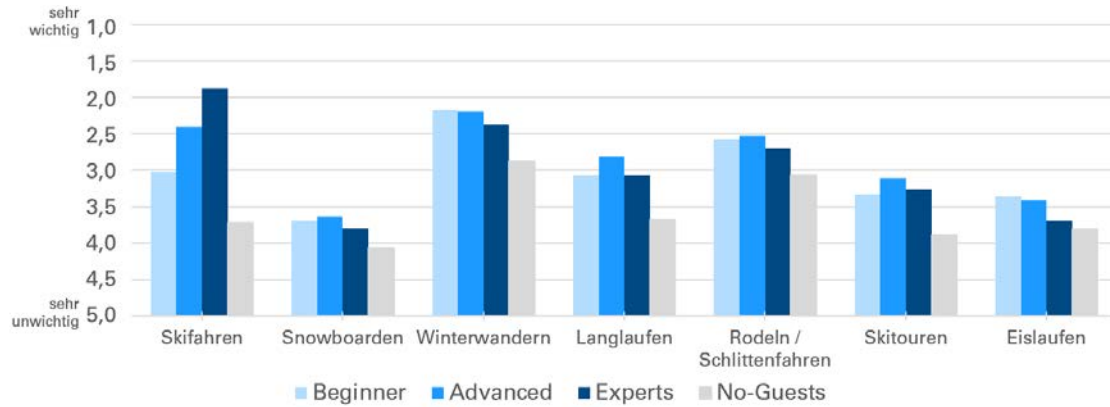


Abbildung 7: Wie wichtig sind für Sie folgende Aktiv- Angebote bei der Wahl Ihres Winterurlaubs in den Bergen?

SKIFAHREN ist die klare Nr.1 Winteraktivität der *Experts*,
WINTERWANDERN die Hauptaktivität bei *Beginner* und *Advanced*.



Kontakt:

MCI Management Center Innsbruck | MCI Tourismus
Weiherburggasse 8 | 6020 Innsbruck | Austria
tourismus@mci.edu
www.mci.edu

Executive Summary
MCI Bergprofilstudie 24 | Winter
unterstützt durch das Land Tirol

