

**KANTAR TNS**

**Trend-Studie  
Wintersport in Deutschland 2017/2018**



# Vorwort



Sehr geehrte(r) Leser(in),

Kantar TNS publiziert alle zwei Jahre den Werte-Index – das Standardwerk zur Beschreibung des gesellschaftlichen Wandels in Deutschland. Unsere Gesellschaft und unser Alltag werden zunehmend von der Digitalisierung berührt. Kein Wunder, dass die Sehnsucht nach Entschleunigung und der Wunsch nach mehr Zeit für die Familie an Bedeutung gewinnen. In Zeiten von Terror und Klimawandel sind auch das Streben nach mehr Sicherheit und der Wunsch nach Umwelt- und Ressourcenschutz nicht verwunderlich.

In den deutschen Medien spielt Wintersport regelmäßig eine prominente Rolle. Deutschland schneidet bei Olympischen Winterspielen sehr erfolgreich ab. Die Fernsehübertragungen vom Biathlon und der Nordischen Kombination vermitteln ein intensives Bild vom Natursport auf der Loipe.

Die vorliegende Trend-Studie Wintersport hat den Einfluss des gesellschaftlichen Wandels auf die Urlaubsbedürfnisse der Deutschen untersucht. Die Basis für die Studie stellt eine kombinierte Befragungsmethode aus qualitativen Tiefeninterviews und einer repräsentativen Stichprobe unter 1.011 deutschsprachigen Erwachsenen ab 18 Jahren dar.

Die Trend-Studie zeigt ebenso auf, welchen Stellenwert Wintersport in Deutschland hat und weshalb der Langlauf sich zur Trendsportart entwickelt. Die Trend-Studie Wintersport 2017/2018 wurde im Auftrag der Olympiaregion Seefeld durchgeführt.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen!

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Joachim Bacher'.

Joachim Bacher, Leiter Werte- und Reputationsforschung, Kantar TNS

1

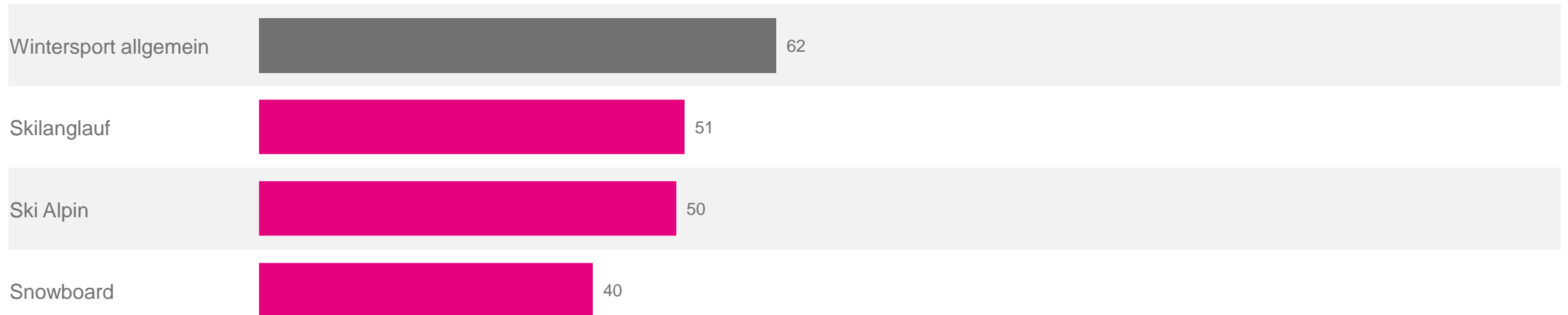
## **Trendsport Skilanglauf**

Relevanz von Wintersportarten

# Interesse an Wintersport in Deutschland

Gut 35 Millionen Deutsche (51 Prozent) haben Interesse an Skilanglauf.

Skilanglauf zeigt sich damit im Trend. Eng darauf folgt Ski Alpin und mit etwas Abstand Snowboard.



# Ausübungsgrad an ausgewählten Wintersportarten

Ski Alpin weist zwar aktuell die meisten Aktiven auf, aber Skilanglauf verzeichnet den größten Zuwachs durch potentielle Neu- sowie Wiedereinsteiger. Damit liegt Skilanglauf aktuell im Trend der drei Wintersportarten vorne (Potential von 11 Millionen Aktiven) und zeigt die größten Wachstumschancen auf.

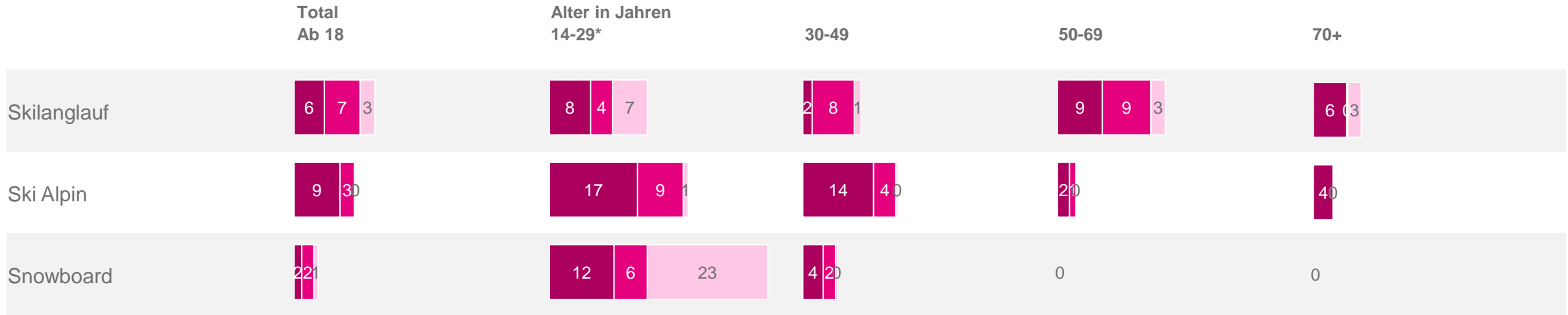
■ Aktive Ausübung   ■ Schon einmal ausgeübt und plane, wieder anzufangen   ■ Noch nie ausgeübt, plane aber anzufangen   ■ Nichts davon



# Ausübungsgrad an Wintersportarten nach Altersgruppen

Skilanglauf zeigt sich als Sportart, die für alle Altersgruppen einen Anreiz bietet. Gegenüber Ski Alpin wird eine höhere Affinität bei den über 50-jährigen deutlich. Snowboard stellt lediglich ein Spielfeld junger Wintersportler dar. Snowboard ist als Teil der Jugendkultur und dort als Abgrenzungsmöglichkeit zu den Erwachsenen zu sehen.

■ Aktive Ausübung ■ Schon einmal ausgeübt und plane, wieder anzufangen ■ Noch nie ausgeübt, plane aber anzufangen ■ Nichts davon



## 2

# **Gesellschaftliche Trend-Themen**

## Einfluss auf den Bereich Tourismus

# Hohe Relevanz: Entschleunigung

Im Urlaub steht das Abschalten vom Alltag im Zentrum – es gilt, das persönliche Wohlbefinden zu optimieren. Dabei zeigt sich das Internet/ soziale Netzwerke als starker Einflussfaktor. 71% (Top 2) geben an, die Beschäftigung mit diesen Medien im Urlaub herunterzufahren, um mehr Ruhe/ Zeit für andere Dinge zu haben.

■ (1) Stimme voll und ganz zu ■ (2) ■ (3) ■ (4) ■ (5) ■ (6) Stimme überhaupt nicht zu ■ Keine Angabe/ weiß nicht

## Entschleunigung – Im Urlaub...



„Im Urlaub möchte ich **vom Alltag abschalten**.  
 Deswegen ist das **Handy bei mir tagsüber aus**. Da  
 klingelt und piepst nichts, das einen stresst und nötigt,  
 zu reagieren. Abends schaue ich dann kurz nach, ob  
 ich etwas Wichtiges erhalten habe.“

(Potentielle Wiedereinsteigerin, 30 Jahre)

„Grundsätzlich bin ich schon viel im Internet unterwegs.  
 Im Urlaub ist das nicht so. **Man hat viel mehr Zeit**, kann  
 andere Sachen machen, wenn man das blöde  
**Internet mal weglässt**.“

(Potentielle Neueinsteigerin, 50 Jahre)



# Hohe Relevanz: Sicherheit

71% der Befragten (Top 2) geben an, Urlaubsorte mit Terror-/ Kriminalitätshintergrund zu meiden. Als Basis für die Entscheidungsfindung werden häufig Empfehlungen des Auswärtigen Amtes herangezogen. 53% (Top 2) präferieren aus Sorge Urlaubsorte in Deutschland oder angrenzenden Ländern, andere ziehen alternative Flugreiseziele in den Süden vor.

■ (1) Stimme voll und ganz zu ■ (2) ■ (3) ■ (4) ■ (5) ■ (6) Stimme überhaupt nicht zu ■ Keine Angabe/ weiß nicht

## Sicherheit



„Ich möchte nicht in Krisengebieten Urlaub machen. Daher vermeiden wir Flugreisen und **machen mehr Urlaub mit dem Auto z.B. in Österreich.**“

(Potentielle Neueinsteigerin, 50 Jahre)

„Bisher sind wir immer in die Türkei geflogen. Aber mein Leben ist mir wichtiger als günstig Urlaub zu machen. Deshalb zahlen wir lieber das Doppelte und **fliegen da in die Sonne, wo es sicher ist.**“

(Aktive Skilangläuferin, 28 Jahre)

„In einem **Winterurlaub** mach ich mir keine Gedanken über Anschläge oder Kriminalität. Da denkt man gar nicht soweit. Da geht man einfach davon aus, dass **man sicher ist.**“

(Potentielle Neueinsteigerin, 37 Jahre)

# Hohe Relevanz: Familie/ Soziale Beziehungen

Für rund 80% (Top 2) spielt Familie auch im Urlaub eine große Rolle. Man möchte Zeit mit ihr verbringen, die Nähe zueinander fördern und sich in der Vertrautheit fallen lassen. Familienglück gilt als erstrebenswertes Gut und bietet Rückhalt in der subjektiv-erlebten unsicheren Zukunft.

■ (1) Stimme voll und ganz zu ■ (2) ■ (3) ■ (4) ■ (5) ■ (6) Stimme überhaupt nicht zu ■ Keine Angabe/ weiß nicht

## Familie – Im Urlaub...



„Im Urlaub steht für mich meine Familie an erster Stelle. Ich will eine gute Zeit mit ihr verbringen. Die Nähe zu meinem Mann und meinem Kind tut mir gut. Man ist ungezwungen und kann sich fallen lassen.“  
(Aktive Skilangläuferin, 28 Jahre)

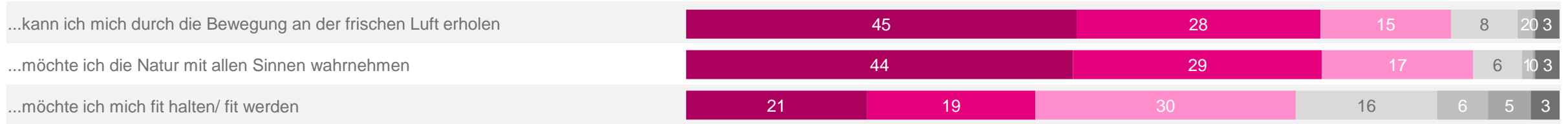
„Mir ist es wichtig, dass wir als Familie regelmäßig zusammen etwas unternehmen – vor allem im Urlaub, wo man ohnehin mehr Zeit hat. Das fördert den Zusammenhalt.“  
(Potentielle Neueinsteigerin, 37 Jahre)

# Hohe Relevanz: Naturnaher Sport

Die Natur wird als Sehnsuchtsfeld und Kraftquelle wahrgenommen. 73% (Top 2) bestätigen, sich durch das Naturerleben und durch Bewegung an der frischen Luft zu erholen. 40% (Top 2) zeigen sich als Selbstoptimierer und möchten ihre Fitness-Leistung halten bzw. steigern.

■ (1) Stimme voll und ganz zu ■ (2) ■ (3) ■ (4) ■ (5) ■ (6) Stimme überhaupt nicht zu ■ Keine Angabe/ weiß nicht

**Naturnaher Sport** – Bei einem aktiven Urlaub in der Natur...



„Ich habe die Erfahrung gemacht, dass ich mich bei einem **aktiven Urlaub in der Natur mehr erhole**, als bei einem **Hotel-Urlaub am Meer.**“

(Potentielle Neueinsteigerin, 50 Jahre)

„Der Erholungsfaktor eines Urlaubs ist **größer, wenn man sich bewegt**. Es tut gut, sich an der frischen Luft zu betätigen und die Natur zu genießen.“

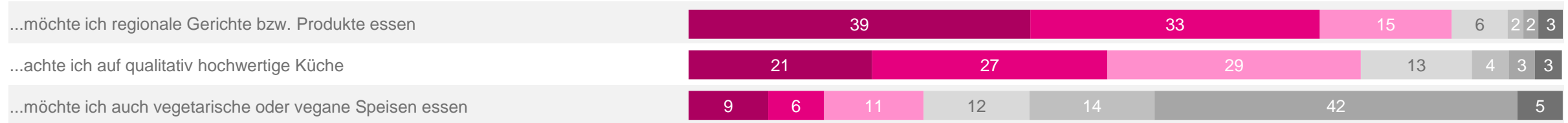
(Aktiver Skilangläufer, 60 Jahre)

# Mittlere/ differenzierte Relevanz: Ernährung

Im Bezug auf die Ernährung im Urlaub bietet die regionale Küche einen hohen Anreiz (72% Top 2) – sie fördert das Urlaubsgefühl/ persönliche Wohlbefinden. Vegetarische/ vegane Speisen zeigen sich eher als Nische, werden jedoch unter dem Aspekt einer Angebotsvielfalt/ Qualitätsanmutung geschätzt.

■ (1) Stimme voll und ganz zu ■ (2) ■ (3) ■ (4) ■ (5) ■ (6) Stimme überhaupt nicht zu ■ Keine Angabe/ weiß nicht

## Ernährung – Im Urlaub...



„Ich mache seit Jahren Urlaub in Seefeld, um Langlauf zu fahren. In **Leutasch**, einem Nachbarort, gibt es eine **Forellenzucht**. Da freue ich mich immer sehr darauf. Das ist für mich ein **Highlight des Urlaubs**.“

(Aktiver Skilangläufer, 60 Jahre)

„Im Urlaub genieße ich das reichhaltige Angebot an Speisen. Da esse ich dann **auch mal etwas Vegetarisches oder Veganes**.“

(Potentielle Neueinsteigerin, 50 Jahre)

# Untergeordnete Relevanz: Umwelt-/ Ressourcenschutz

Umwelt-/ Ressourcenschutz wird generell als wichtig erachtet. Allerdings ist man der Meinung, dass grundsätzliche Veränderungen durch Politik/ Wirtschaft initiiert werden müssen. Nur 35% (Top 2) würden die Wahl des Urlaubsortes/-aktivitäten von Umweltaspekten abhängig machen – Spaß und Freiheit zur Selbstbestimmung stehen im Fokus.

■ (1) Stimme voll und ganz zu ■ (2) ■ (3) ■ (4) ■ (5) ■ (6) Stimme überhaupt nicht zu ■ Keine Angabe/ weiß nicht

## Umwelt-/ Ressourcenschutz

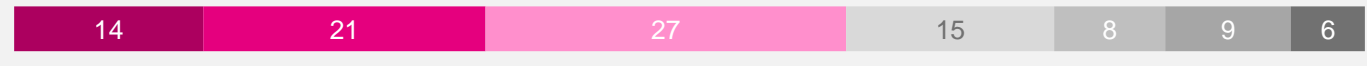
Ich befürworte, wenn Infrastruktur (z.B. Gebäude, Straßen) sich in die gegenwärtige Landschaft meines Urlaubsortes einfügt



Um Urlaubsorte entstehen zu lassen, muss in die Natur eingegriffen werden, aber übertreiben sollte man es nicht



Umwelt-/Ressourcenschutz ist mir wichtig, so dass ich die Wahl des Urlaubsortes und der Urlaubsaktivitäten davon abhängig mache



„Ich befürworte Umweltschutz. Aber im Vergleich zu den großen Konzernen kann ich als einzelner kaum Einfluss nehmen.“

(Potentielle Wiedereinsteigerin, 30 Jahre)

„Ich mache Urlaub dort, wo es mir gefällt und entscheide nicht nach Umweltschutz-Aspekten. Ich bezahle und möchte eine schöne Zeit haben. Für mich steht mein Spaß und meine Erholung an erster Stelle. Ich möchte mich nicht einschränken.“

(Aktiver Skilangläufer, 60 Jahre)

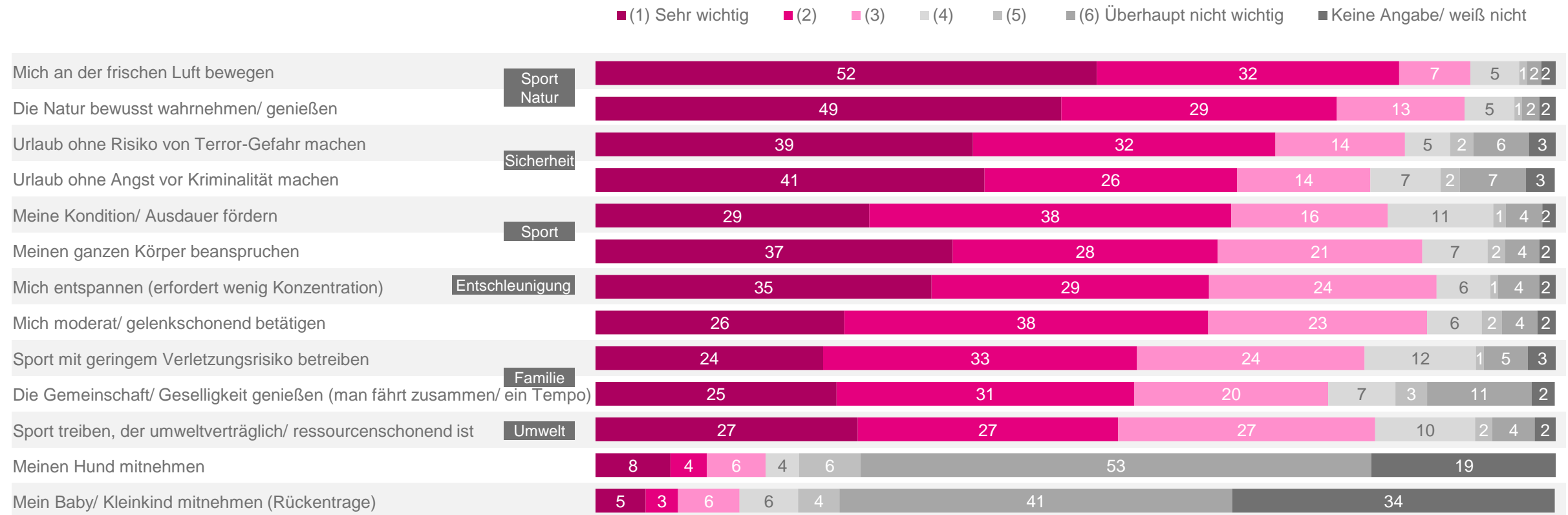
### 3

## **Motive und Kriterien für Skilanglauf**

Relevanz von Motiven für die Ausübung von Skilanglauf und von Kriterien für die Wahl des Skilanglauf-Urlaubsortes

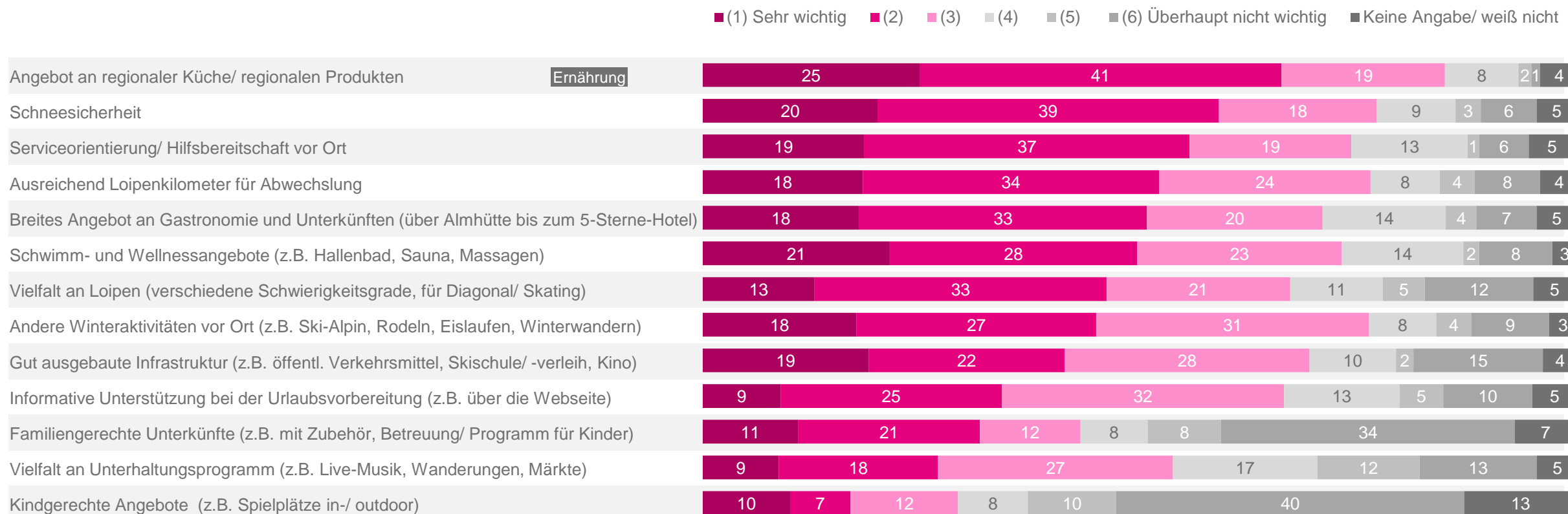
# Motive für Skilanglauf

Skilanglauf gelingt es, auf alle relevanten Trend-Themen einzuzahlen. Die Sportart kann Bedürfnisse im Bezug auf Natur, Sicherheit, Entschleunigung, Familie und sogar Umweltschutz beantworten. Dabei zeigen sich Bewegung an der frischen Luft (84% Top 2) sowie Naturerleben (77% Top 2) als größte Motivatoren für das Betreiben von Skilanglauf.



# Kriterien Skilanglauf-Ort

Die Relevanz von regionaler Küche spiegelt sich hier wider – sie stellt sich mit 66% (Top 2) als das wichtigste Kriterium für die Wahl des Skilanglauf-Urlaubsortes dar, gefolgt von Schneesicherheit und Serviceorientierung vor Ort.





# 4

## Zusammenfassung und Methodik



- **Skilanglauf** ist die kommende Wintersportart. Die nordische Sportart verzeichnet **mehr Neu- und auch Wiedereinsteiger** verglichen zu den anderen Wintersportarten. Im Gegensatz zu Ski Alpin und Snowboard **spricht Skilanglauf alle Altersgruppen an**.
- Im Kontext von Urlaub zeigen sich **Entschleunigung, Familie, Natur und Ernährung/ regionale Küche als relevante** gesellschaftliche Trend-Themen für die Deutschen. **Auch der Sicherheitsaspekt ist bedeutsam:** Sorge vor Terroranschlägen/ Kriminalität besteht; ein Teil der Deutschen zieht aufgrund dessen Urlaub in Deutschland/ angrenzenden Ländern in Betracht.
- Dem Wintersport Skilanglauf gelingt es, **auf alle relevanten Trend-Themen der Deutschen einzuzahlen**. Er bietet Fitness in der Natur, Entschleunigung sowie Sicherheit. Auch den Wunsch nach ‚mehr Familienglück‘ und sogar Umweltschutz kann er bedienen.
- Indem ein Winterurlaubsort **regionale Küche anpreist**, kann Skilanglauf auch auf diesen Ernährungstrend Antwort liefern.

# Methodik

	Modul A. Qualitativer Exkurs	Modul B. Repräsentative Befragung
Methodik	In-home-Interviews mit einer Dauer von je 60 Minuten in Frankfurt	Online-Interviews im Access Panel von Lightspeed Research (Schwester-Unternehmen von TNS) mit einer Dauer von je 5 bis 10 Minuten
Zielgruppe	Skilanglauf-Affine Mix bezüglich Geschlecht und Lebensphase (Alleinlebend, Paare ohne Kinder, Familien, Paare, deren Kinder nicht mehr im Haushalt leben = Empty Nester)	Repräsentative Befragung der deutschen Bevölkerung ab 18 Jahren (Quotenauswahlverfahren mit Quoten auf Alter, Geschlecht, Bundesland) Die Stichprobe wurde abschließend auf die Grundgesamtheit gewichtet.  Parallel zu diesem Projekt haben wir die Frage nach der Affinität im Rahmen einer telefonischen Omnibusbefragung an 500 Deutsche gestellt und die Ergebnisse in die Repräsentativ-Gewichtung integriert. Dadurch wird das Verhältnis der Affinen zur Gesamtbevölkerung korrekt dargestellt.
Stichprobe	N = 5 Befragte  Diese Gruppe der Skilanglauf-Affinen teilt sich wie folgt auf: N = 2 aktive Skilangläufer (mind. 1x/ Jahr Ski-Urlaub von mind. 5 Tagen) N = 2 potentielle Neueinsteiger (mit konkreten Plänen, Langlauf zu beginnen) N = 1 potentieller Wiedereinsteiger (mit konkreten Plänen für Wiedereinstieg)	N = 1011 Befragte  In den folgenden Graphiken werden neben dem Total auch relevante Untergruppen dargestellt. Die zugrundeliegenden Fallzahlen in diesen Untergruppen variieren in der Regel zwischen ca. N = 100 und N = 600 Fällen. Je größer die Fallzahl, umso kleiner fallen die Schwankungsbreiten aus. Die Ergebnisse im Total unterliegen einer maximalen Abweichung von +/-3,1%. Bei einer Untergruppe von N = 100 können es bis zu 10% Schwankungsbreite sein.
Feldzeit	28.11. – 01.12.2016	14.12. – 19.12.2016

## **Ansprechpartner**

Andrea Winterschladen

Kantar TNS

[andrea.winterschladen@kantartns.com](mailto:andrea.winterschladen@kantartns.com)

t +49 (0)69 91 33 62 45

Joachim Bacher

Kantar TNS

[joachim.bacher@kantartns.com](mailto:joachim.bacher@kantartns.com)

t +49 (0)69 91 33 62 13

Elias Walser

Tourismus Region Seefeld

[elias.walser@seefeld.com](mailto:elias.walser@seefeld.com)

t +43 5 0880 592