

# Chinesische Wintersportreisende in der Schweiz: Charakteristika, Reiseverhalten und Beurteilung des Reiseerlebnisses

Bachelorthesis – Dan Wahlen (dan.wahlen@bluewin.ch)

## Kontext

Die Schweizer Wintersportbranche sieht sich aufgrund der **alternden Babyboomer-Generation**, sich **ändernden Reisebedürfnissen** und dem **Klimawandel** zunehmend mit einem **Rückgang der in- und ausländischen Nachfrage nach Wintersport** konfrontiert. Um diesen Rückgang zu mindern, lohnt es sich, die **Erschliessung** vielversprechender Wintersportmärkte in Betracht zu ziehen. Als wachstumsstärkster Wintersportmarkt bietet **China das grösste Potenzial**.

## Forschungsziele

Diese Thesen verfolgt daher das Ziel, ein Grundlagenwissen über die **Charakteristika und das Reiseverhalten chinesischer Wintersportreisender in der Schweiz** zusammenzutragen. Weiter soll herausgefunden werden, wie die Gästegruppe ihr **Reiseerlebnis in der Schweiz beurteilt**.

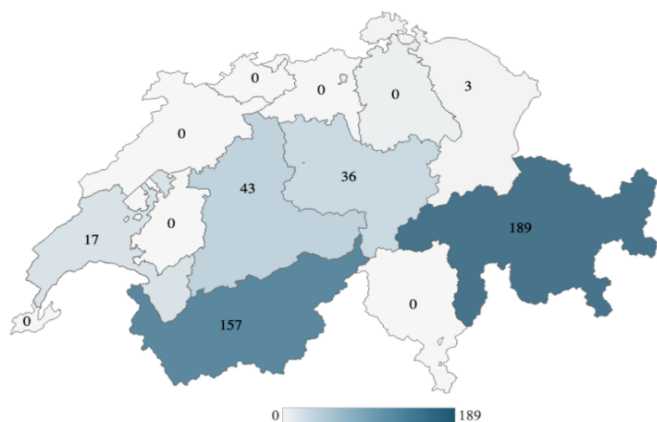
## Methodologie

- Literaturanalyse
- Primärdaten: Online-Befragung
  - Vertrieb: Key Accounts, Huabei (Schneeballtechnik)
- Datenauswertung: univariat und bivariat
- Sekundärdaten: Huabei
- Testen statistischer Hypothesen

## Resultate

Chinesische Wintersportgäste in der Schweiz stammen mehrheitlich aus **urbanen Gebieten**, fahren **Snowboard** und sind **männlich**. Das Reiseverhalten dieser Gästegruppe definiert sich durch eine Mehrheit an **Individualreisenden** und **hohe Tagesausgaben**. Die **Landschaft, Skigebiete und Schneebedingungen** tragen als Stärken der Schweiz zur **hohen Zufriedenheit** der chinesischen Wintersportreisenden bei. Die grössten Schwächen der Schweiz sind **hohe Preise** und die **Reise-Convenience**.

gewählte Reiseziele nach Tourismusregion 2017 - 2020



Welches sind in Ihren Augen die drei wichtigsten Schwächen der Schweiz als Wintersportdestination?

	Anzahl Nennungen	% aller Nennungen
zu teuer	288	36.2%
Reise-Convenience	121	15.2%
Gastronomie/kulinarisches Angebot	72	9.1%
keine Schneebedingungen	53	6.7%
Wetter/Klima	38	4.8%
Skigebiete	33	4.2%
Sprache/Kommunikation	29	3.6%
Unterkunft	26	3.3%
fehlendes touristisches Angebot	20	2.5%
andere	18	2.3%
andere	97	12.2%
<b>Gesamt</b>	<b>795</b>	<b>100.0%</b>

n=260

Welches sind in Ihren Augen die drei wichtigsten Stärken der Schweiz als Wintersportdestination?

	Anzahl Nennungen	% aller Nennungen
Landschaft/Umgebung	200	24.3%
Skigebiet	141	17.1%
Schneebedingungen	130	15.8%
Convenience	56	6.8%
Gastfreundlichkeit	45	5.5%
Infrastruktur/Ausstattung	37	4.5%
Sicherheit	33	4.0%
Wetter/Klima	26	3.2%
Topografie/Höhe	25	3.0%
Transport/Verkehr	21	2.6%
andere	109	13.2%
<b>Gesamt</b>	<b>823</b>	<b>100.0%</b>

n=260

## Implikation

Gestützt auf die Resultate wurden die **drei Gästetypen identifiziert** werden. Die Typen charakterisieren sich wie folgt:

	Freaks	High-Potentials	Individuelle Entdeckende
Basisangebot (Hauptreisemotiv)	Wintersport-Bucket-List-Erlebnis	Bergerlebnis	Landschaftserlebnis
Zusatzangebot (differenziertes Motiv)	Sportangebote	Bergbahnausflüge, Shopping, Gourmet	Tradition, Kunst und Kultur, Sehenswürdigkeiten
Sportart	Snowboard	Ski und Snowboard (1:2)	Ski und Snowboard (1:1)
Wintersport-Niveau	Pro	Intermediate	Anfänger-Intermediate
Alter	Generation Y	Generation X	Generation X (+ Y)
Reiseart	Gruppenreise (pauschal)	unabhängige Pauschalreise	Individualreise
Unterkunftsart	Ferienwohnung	Hotel/Ferienwohnung	Hotel
Aufenthaltsdauer	6-8 Nächte	5-7 Nächte	4-6 Nächte
Tagesausgaben	400 CHF	700 CHF	480 CHF
Reisekonstellation	Freunde	Freunde und Familie	Familie und Freunde
Verkehrsmittel	Zug	Zug	Zug
Stellenwert Wintersport (auf der Reise)	Hauptprodukt	Teil des Gesamterlebnisses	Teil des Gesamterlebnisses
Wintersportintensität	hoch	tief	mittel
Tourismusregion	Graubünden, Resorts mit internationalem Ruf	Graubünden, Wallis, Bern, Luzern/Vierwaldstättersee	ganze Schweiz
Nicht-Wintersport-Aktivitäten	wenig Bedarf	hoher Bedarf (v.a. Shopping, Kulinarik, Ausflüge mit Bergbahnen)	mittlerer Bedarf (v.a. Naturattraktionen, historische Attraktionen, Museen und Ausstellungen)
Skischule	nein	ja	ja
Mögliche Stolpersteine (Schwächen)	Reise-Convenience, kulinarische Angebote, touristisches Angebot	Unterkünfte, hohe Preise	mangelhafte Informationen (Englisch oder Chinesisch)
Marketingargumente (Stärken)	Skigebiete, Schneebedingungen, Gastfreundschaft	Infrastruktur, Transport und Verkehr, Sicherheit	Convenience

## Kreuztabelle nach Reisetyp

Charakteristika		Reisetyp			
		Gruppenpauschal-reiseangebot	unabhängiges Pauschalreiseangebot	Individualreisende(r)	
Geschlecht	weiblich	41.8%	53.2%	39.6%	% der Nennungen pro Reisetyp
	männlich	58.2%	46.8%	60.4%	% der Nennungen pro Reisetyp
Alter	Durchschnittsalter	40	40	36	angenäherter Wert in Jahren
Herkunftsregion	Hongkong	79.4%	43.6%	26.8%	% der Nennungen pro Reisetyp
	Peking	8.8%	25.6%	25.9%	% der Nennungen pro Reisetyp
	Taiwan	1.5%	10.3%	18.8%	% der Nennungen pro Reisetyp
	Shanghai	7.4%	6.4%	3.6%	% der Nennungen pro Reisetyp
	Andere	2.9%	14.1%	25.0%	% der Nennungen pro Reisetyp
Wintersport	Snowboarder	90.3%	74.7%	56.5%	% der Ja-Antworten
	Skifahrer	19.4%	36.1%	49.6%	% der Ja-Antworten
Aufenthaltsdauer	Logiernächte 2020	7.1	6.7	6.7	Mittelwert
	Logiernächte 2019	7.6	6.0	5.2	Mittelwert
	Logiernächte 2018	7.3	5.4	5.4	Mittelwert
	Logiernächte 2017	7.9	6.8	5.5	Mittelwert
Unterkunftstyp	Hotel/Kurbetrieb	45.5%	48.1%	54.8%	% der Nennungen pro Reisetyp
	gemietete Ferienwohnung	51.5%	45.6%	36.5%	% der Nennungen pro Reisetyp
	andere	3.0%	6.3%	8.7%	% der Nennungen pro Reisetyp
Ausgeübte Aktivitäten	Naturattraktionen besuchen	37.1%	55.4%	61.8%	% der Ja-Antworten
	Regionale Küche essen (Spezialitäten)	62.9%	67.5%	61.1%	% der Ja-Antworten
	Ausflug mit Berg-/Seilbahnen	45.7%	67.5%	59.5%	% der Ja-Antworten
	Shopping	51.4%	65.1%	53.4%	% der Ja-Antworten
	Fahrt mit Panoramazug	32.9%	50.6%	48.1%	% der Ja-Antworten
	Besuch von historischen Attraktionen	37.1%	39.8%	45.0%	% der Ja-Antworten
	Wandern (mind. 2 Stunden)	31.4%	42.2%	44.3%	% der Ja-Antworten
	Besuch von Museen und Ausstellungen	15.7%	38.6%	39.7%	% der Ja-Antworten
Schiffsausflüge	12.9%	21.7%	22.9%	% der Ja-Antworten	
Wintersportintensität	Skifahrtstage	7.3	7.8	8.0	Mittelwert
	Skifahrtstage	6	6	5	Median
	Angebot von Skischule gebucht	18.6%	20.5%	23.7%	Ja-Anteil
Präferierte Reisekonstellation	Freunde	4.8	4.7	4.7	Mittelwert (Skala 1-5)
	Familie	3.7	4.4	4.3	Mittelwert (Skala 1-5)
	Gruppe (z.B. Skiclub)	4.2	3.8	3.6	Mittelwert (Skala 1-5)
	Alleine	3.7	3.3	3.4	Mittelwert (Skala 1-5)
Verwandte		2.5	2.7	2.5	Mittelwert (Skala 1-5)
Tourismusregionen	Wallis	14.3%	43.0%	54.0%	% der Fälle
	Graubünden	87.1%	57.0%	31.7%	% der Fälle
	Bern	0.0%	11.4%	23.8%	% der Fälle
	Luzern / Vierwaldstättersee	2.9%	8.9%	13.5%	% der Fälle
	Waadt	0.0%	3.8%	5.6%	% der Fälle
	Ostschweiz	0.0%	0.0%	2.4%	% der Fälle
Schweiz (keine nähere Angabe)	4.3%	1.3%	0.8%	% der Fälle	
Konsumverhalten	Tagesausgaben pro Reisender	273	345	250	Median (in CHF)
	Tagesausgaben pro Reisender	397	707	478	Mittelwert (in CHF)
Zufriedenheit/Evaluation	Gesamtzufriedenheit	8.4	8.3	8.7	Mittelwert (Skala 0-10)
	Preis-Leistungs-Verhältnis 2020	6.0	5.4	5.3	Mittelwert (Skala 0-10)
	Wahrscheinlichkeit aktiver Weiterempfehlung	8.1	8.0	8.5	Mittelwert (Skala 0-10)
	Wiederkehrende Gäste	4.3%	21.1%	21.4%	% der Fälle
	Gleiche Entscheidung	92.4%	93.6%	92.9%	% der Ja-Antworten

n=70 n=83 n=131

## Handlungsempfehlungen

Bei der Vermarktung und Angebotsgestaltung ist künftig zu empfehlen, die **gewünschten Informationen und buchbare Erlebnisse aus einer Hand zur Verfügung zu stellen**. Eine **personalisierte** Ansprache und die Gestaltung eines **Basisangebots in Kombination mit optionalen Zusatzangeboten** zu einem **Fixpreis** wird nahegelegt. Maximale **Convenience**, der Einsatz **digitaler Medien** und eine gute **Zusammenarbeit** zwischen den Leistungsträgern bilden den Schlüssel zum Erfolg.

**Schweiz Tourismus sammelt Angebote und macht diese für den Gast auf einer Plattform buchbar.**

### Basisangebot

(dem Hauptreisemotiv entsprechend)

### Leistungen

- Unterkunft (gemäss Kundengruppe entweder Wohnung oder Hotel)
- Transport (Swiss Travel Pass - Klasse gemäss Buchung)
- Skipass (gemäss Aufenthaltsdauer und gewünschter Wintersportintensität)

### Optionales Zusatzangebot

(dem differenzierten Nebenmotiv entsprechend)

### Leistungen

- Gepäcktransport von zuhause bis in die Unterkunft
- Materialmiete
- Gourmet-Erlebnisse
- chinesische Restaurants
- Skischule
- Wintersportangebote, z.B. Free-Ride Tour mit Bergführer
- Shopping
- Bergbahnbillette
- Panoramazug
- Thermalbad