

STUDIE ZUM FREIZEIT- UND INFORMATIONSVERHALTEN IM OUTDOOR-SPORT

IST DIE ZEIT DER WANDERKARTE ABGELAUFEN?

ÜBERBLICK FÜR DEN TOURISMUS



Eine Gemeinschaftsstudie
der komoot GmbH
in Zusammenarbeit mit dem
Institut für Soziologie der TU Berlin

WANDERKARTE ODER INTERNET?

Wie bei der gesamten Freizeit- und Urlaubsplanung ist das Internet auch bei der Planung von Wanderungen oder Mountainbike-Touren inzwischen die am häufigsten genutzte Informationsquelle geworden. Bei genauerer Betrachtung zeigt sich jedoch, dass klassische Informationsmedien wie Wanderführer und Karten nach wie vor eine wichtige Bedeutung haben.

Top 5 der Informationsquellen bei der Tourenplanung:

- 1 - Internetsuche und Foren
- 2 - Wanderführer und Karten
- 3 - Webseite der Urlaubsdestination
- 4 - Tourentipps von Freunden
- 5 - Tourismusbüro oder Unterkunft

Quelle: Outdoor-Studie 2009

www.komoot.de

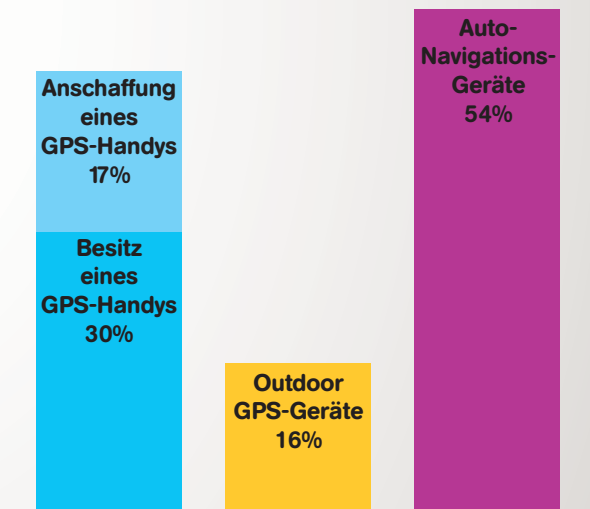
Der Grund: Zum einen gaben die Befragten an, dass die Suche im Internet zwar der erste Anlaufpunkt sei, um sich einen groben Überblick über die Angebote zu verschaffen, die Informationen häufig aber nicht detailliert genug sind oder ungenügend aufbereitet werden. Die Erkenntnis: Es fehlt an ausgereiften Möglichkeiten, individuelle Touren online zu planen.

Zum anderen ist die Wanderkarte immer noch das Informationsmedium Nummer 1 zur Orientierung auf dem Weg und wird in 80 Prozent der Fälle genutzt. Elektronische Karten sind im Vergleich dazu eher die Ausnahme - Tendenz jedoch stark steigend.

DIE ZUKUNFT: MIT DEM IPHONE ZUM GIPFEL.

Knapp 30 Prozent der Befragten gaben an, ein GPS-Handy zu besitzen, weitere 17 Prozent planen die Anschaffung innerhalb des nächsten Jahres. Galt früher das GPS-Gerät und GPS-Handy noch als technische Spielerei, so verfügen selbst in der Generation 50plus 26,5 Prozent der Befragten über ein entsprechendes Gerät. Nicht zuletzt die breite Nutzung von Autonavigationsgeräten (53,5 Prozent) stellt hier einen Einstiegsfaktor dar. Die komfortable Navigation, die Nutzer im Auto gewohnt sind, wollen sie auch bei der Orientierung im Gelände nutzen.

Nutzung von GPS Geräten



Quelle: Outdoor-Studie 2009

www.komoot.de

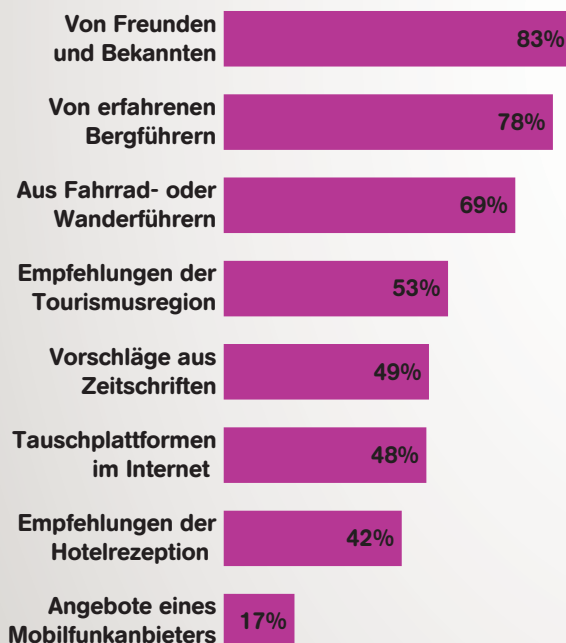
Insgesamt nutzen 70 Prozent der Besitzer eines GPS-Handys dieses auch zur Navigation. Allerdings werden hier sowohl die Qualität der Angebote als auch die relativ hohen Preise bemängelt. Teure tragbare GPS-Geräte werden nur von einer kleineren Gruppe genutzt und wurden mit 16 Prozent in Ihrer Verbreitung bereits von den GPS-Handys überholt.

FREUNDE SIND WICHTIGE QUELLE DER INFORMATIONSBESCHAFFUNG.

Neben der Qualität der Angebote spielt das Vertrauen in die jeweilige Quelle bei der Informationsbeschaffung eine wesentliche Rolle. Bei der Befragung sprachen Outdoor-Sportler den Tipps von Freunden sogar mehr Vertrauen zu als Tourenvorschläge von erfahrenen Bergführern. Tourenempfehlungen der Tourismusregionen und Vermieter genießen hingegen nur bei 53 Prozent bzw. 42 Prozent der Befragten volles Vertrauen.

Vertrauen in Tourenvorschläge

(Grad der Zustimmung in Prozent)



Quelle: Outdoor-Studie 2009

www.komoot.de

Die Begründung hierfür liegt in der Einschätzung, dass vor allem Freunde und Bekannte in der Lage sind, die persönlichen Bedürfnisse der Befragten richtig einzuschätzen und auf individuell angepasste Ratschläge zu geben.

CHANCEN IM ONLINE MARKETING.

Der stetig steigende Wunsch nach qualitativ hochwertigen und gut aufbereiteten Tourenempfehlungen im Internet und Navigationslösungen für das GPS-Handy wird aus Sicht der Outdoor-Sportler bisher nur unzureichend befriedigt.

Während die technischen Voraussetzungen durch aktuelle Handymodelle erfüllt sind, bleiben Software und Serviceangebote hinter den Erwartungen der Sportler zurück. Zukünftige Kartenlösungen müssen benutzerfreundlicher werden und stärker auf die individuellen Bedürfnisse eingehen.

Das mangelnde Vertrauen in die Empfehlungen von Tourismusdienstleistern stellt dabei sowohl eine Herausforderung, als auch eine neue Chance dar. Besonders, wenn jüngere oder trendbewusstere Gäste oder Kunden angesprochen werden sollen, kann die Tourismus- und Outdoorbranche durch die Nutzung von sozialen Netzwerken wie Facebook einen neuen Kanal zu dieser Zielgruppe generieren.

Lösungen, die eine virale Verbreitung der Inhalte, wie die Darstellung der Outdoor-Erlebnisse auf Facebook, unterstützen, bieten hier eine besondere Chance im Online Marketing. Empfehlungen von Freunden erlangen nicht nur eine höhere Aufmerksamkeit, sondern genießen auch ein höheres Vertrauen als Angebote von Tourismusdienstleistern.

Outdoor-Erlebnisse werden nicht nur gemeinsam auf der Tour gemacht, sondern auch mit Vorliebe im Netz durch Fotos und Berichte miteinander geteilt.

DIE STUDIE

Die Studie untersucht das Freizeit und Informationsverhalten von Gästen und Outdoor-Sportlern und ermittelt die Anforderungen an beziehungsweise den Bedarf für neue Informationsquellen, etwa die Navigation mit Hilfe von Smartphones. Mit mehr als 500 Teilnehmern ist sie eine der größten Studien im Outdoor-Sport.

Dafür wurden im Herbst 2009 zum einen Gäste und Outdoor-Sportler in der Tourismusregion Oberstdorf / Kleinwalsertal schriftlich und zum anderen Outdoorsportler deutschland- und österreichweit mittels eines Online-Fragebogen befragt. Die 566 Teilnehmer waren zwischen 16 und 75 Jahre alt, davon 60,5 Prozent männlich und 39,5 Prozent weiblich. Aus den Teilnehmern wurden 28 selektiert und mit ihnen in persönlichen Interviews Hintergründe und Detailfragen erörtert und validiert.

DIE THEMEN

Die Gesamtstudie umfasst folgende Bereiche:

- Freizeitverhalten in Bezug auf verschiedene Outdoor-Sportarten.
- Beweggründe für den Outdoor-Sport.
- Einsatz von technischen Hilfsmitteln (Internet, GPS).
- Informationsverhalten und Vertrauen bei der Tourenplanung.
- Kriterien bei der Tourenausswahl.
- Orientierung auf dem Weg.
- Bedarf und Zahlungsbereitschaft für neue Informationsservices.
- Demographische Daten.

WEITERE INFORMATIONEN

Die Studie wurde von Jonas Spengler in Zusammenarbeit mit dem Fachgebiet Methoden der empirischen Sozialforschung (Prof. Dr. Nina Baur) der Technischen Universität Berlin durchgeführt.

Die gesamte Studie wird im Herbst 2010 veröffentlicht. Auf Wunsch können einzelne Inhalte vorab zugänglich gemacht werden. Bitte nehmen Sie hierzu direkt Kontakt mit komoot auf.

ÜBER KOMOOT

Komoot bietet Navigationslösungen für anspruchsvolle Outdoor-Sportler, die ihr Freizeiterlebnis planen und neue Touren entdecken wollen. Ohne weitere Software können individuelle Touren aufgrund aller relevanten Informationen vom Höhenprofil bis zum Wetter online geplant und direkt auf ein Mobiltelefon übertragen werden.

ANSPRECHPARTNER

Tobias Hallermann
+49 162 231 55 22
tobias@komoot.de
www.komoot.de

