

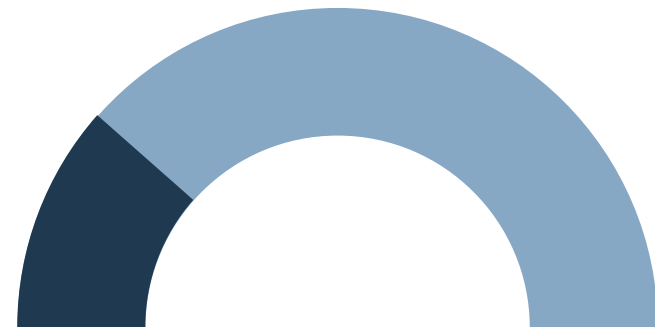
Ski Destination Choice

Einflussfaktoren der Skigebietswahl von Tagesgästen

Tirol Tourism Research

Antonia Maria Weiler | Management Center Innsbruck | Masterstudiengang Entrepreneurship & Tourismus

Status Quo: Tagesskitourismus



23 %

der **Skifahrertage** in Österreich entfielen im Tourismusjahr 2019 auf Tagesgäste



1,7 von 8,4

Mrd. € des touristischen **Gesamtumsatz** in Tirol entfielen auf den Tagestourismus



365

Tage im Jahr garantierte **Auslastung der Infrastruktur** und somit **Beschäftigung**



???

Bisherige Studien konzentrieren sich auf den Übernachtungstourismus

Forschungsfragen & Zielsetzung

F1: Welche Faktoren beeinflussen die Skigebietswahl von Tagesgästen?



Identifizierung von **Einflussfaktoren** bei der Skigebietswahl von Tagesgästen

F2: Welche Unterschiede existieren zwischen Gästegruppen hinsichtlich der Wichtigkeit der Entscheidungsfaktoren bei der Skigebietswahl?



Identifizierung möglicher **Unterschiede** zwischen verschiedenen Gästegruppen hinsichtlich der Bedeutung dieser Einflussfaktoren



Entwicklung von **Personas**

Empirie



Tirol
als Untersuchungsgegenstand



Quantitative Studie
in Form eines
vollstandardisierten Fragebogens



Grundgesamtheit
= all jene, die schon einmal als
Tagesgast in einem Tiroler
Skigebiet gewesen sind

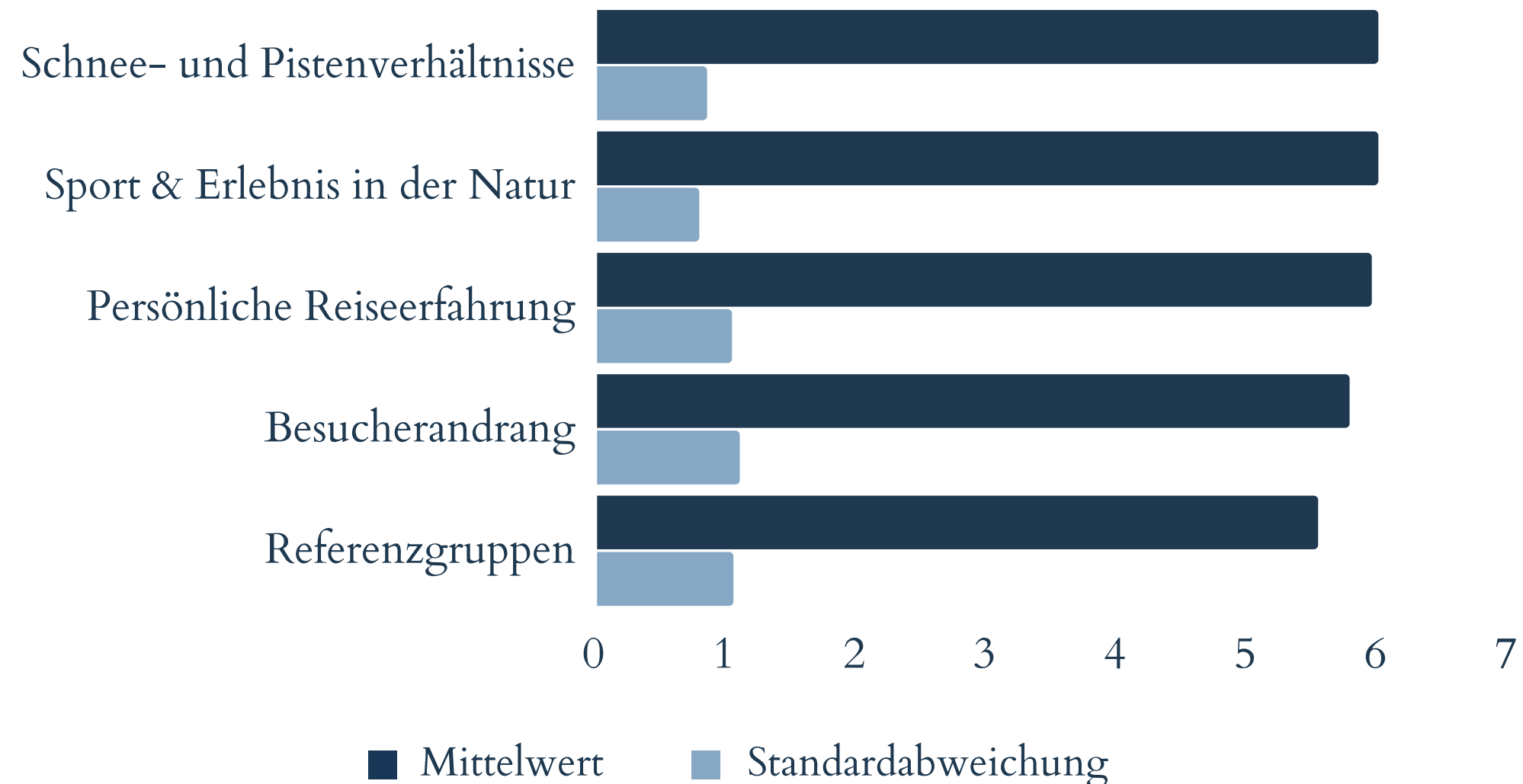


Datenauswertung
mithilfe deskriptiver Statistiken,
Faktorenanalysen und
MANOVAs

Ergebnisse

Hohe Bedeutung der internen **Reisemotivation**, der **persönlichen Reiseerfahrung**, situativer **Schnee- und Pistenbedingungen**, der **Schneesicherheit**, des **Wetters**, **preislicher Faktoren** sowie der Meinung von **Referenz- und Bezugsgruppen**

Top 5 Faktoren



Personas

Signifikante Unterschiede hinsichtlich **externer Variablen** (z.B. Pistenattribute, infrastrukturelle Einrichtungen, Unterhaltungsangebote, Marketingaktivitäten), allgemein hohe Bedeutung interner und situativer Faktoren sowie der persönlichen Reiseerfahrung



Katharina

22, Studentin, FTT,
geringe Ausgaben

Preis, öffentl.
Nahverkehr, soziale
Medien, Webcams



Anne

40, VZ, 2 Kinder,
mittlere Ausgaben

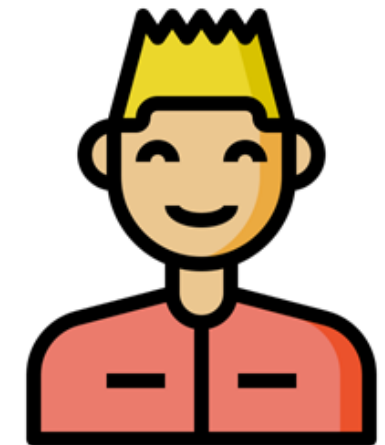
Preis, Infrastruktur am
Berg



Hans

55, VZ, Skigebietskarte
hohe Ausgaben

Preis, Infrastruktur am
Berg,
Skigebietswebsite,
Webcams



Fabian

30, VZ, FTT, Profi,
geringe Ausgaben

-

Angebotsanpassung & Ableitung von Marketingstrategien

mithilfe der vier **Personas** sowie der Ausweitung von zielgruppenspezifischen **Zufriedenheitsumfragen**

Dynamische Preisstrategien

zur **situativen Preisanpassung** hinsichtlich Wetter, Schnee- und Pistenverhältnissen oder Besucherandrang

Differenzierte Gästeerfassung

zur **Aufschlüsselung** in Tages- und Übernachtungsgäste sowie zur Nutzung **sozio-demographischer Daten**

Handlungs-
empfehlungen für
Tiroler Skigebiete



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Für Ihre Fragen stehe ich jederzeit zur Verfügung.