

Befragung der bestehenden Mountainbike-Gäste 2011

Abstract

Der vorliegende Bericht beschreibt die zentralen Ergebnisse der im Rahmen des graubündenBIKE-Projektes durchgeführten Befragung im Sommer 2011. Die Ergebnisse zeigen die Antworten von rund 1500 Mountainbike-Gästen, welche die Bikedestination Graubünden als Tages- oder Übernachtungsgast besucht haben.

Rund zwei Drittel der befragten Biker sind männlich, das Durchschnittsalter liegt bei 40 Jahren und drei von vier Bike-Gästen in Graubünden kommen aus der Schweiz. Das Hauptmotiv der meisten Mountainbikerinnen und Mountainbikern liegt im Natur- und Landschaftserlebnis. Beim Informationsverhalten dominiert das Internet, gefolgt von Verwandten und Bekannten als Informationsquelle. Das bikespezifische Angebot wie Trails, Signalisation, Gastronomie, Unterkunft und auch der Transport erhält von den Befragten durchwegs gute Noten, was sich in einer überaus hohen Weiterempfehlungsabsicht widerspiegelt.

Die Resultate bestätigen die Erfahrungen von Experten und die Ergebnisse aus ähnlichen Studien. Darüber hinaus liefern die Umfrageresultate noch viele weitere detaillierte Fakten und Erkenntnisse zum Mountainbike-Gast in Graubünden.

Autoren: Clarissa Schatzmann und Roger Walser
HTW Chur, Institut für Tourismus- und Freizeitforschung

Erstausgabe: 15. März 2012

Inhaltsverzeichnis

1.	Projektbeschreibung und Vorgehensweise	2
2.	Ergebnisse der Bike-Studie	4
2.1	Soziodemografische Merkmale	4
2.2	Verhalten der Mountainbike-Gäste	14
2.3	Wichtigkeit und Zufriedenheit	20
2.4	Tagesausgaben	25
3.	Fazit	27
4.	Abbildungsverzeichnis	28
5.	Quellen	29

1. Projektbeschreibung und Vorgehensweise

Schon heute durchqueren unzählige Mountainbiker verschiedene Regionen Graubündens. Wer sie sind, woher sie kommen oder wie sie den Weg nach Graubünden gefunden haben, ist weitgehend unbekannt. Deshalb hat graubündenBIKE in Zusammenarbeit mit dem Institut für Tourismus und Freizeitforschung der HTW Chur (ITF) eine flächendeckende Befragung der Mountainbike-Gäste in Graubünden durchgeführt.

Die Befragung orientiert sich an folgenden Fragestellungen:

- Wer sind die Mountainbikerinnen und Mountainbiker in Graubünden?
- Wie informieren und verhalten sie sich?
- Wie wichtig und wie zufrieden sind die Bike-Gäste mit den zentralen Angebots-elementen?
- Wie hoch sind die täglichen Ausgaben der Bike-Gäste?

Im Rahmen der ersten graubündenBIKE Tagung im Januar 2011 in Lenzerheide wurde über die bevorstehende Befragung informiert und auf deren Wichtigkeit bei den betroffenen Tourismusorganisationen und Leistungserbringern hingewiesen.

Zielgruppen

Alle Mountainbikerinnen und Mountainbiker in Graubünden, wobei der Schwerpunkt der Befragung auf die Gäste gelegt wurde. Die Einheimischen konnten jedoch ebenfalls an der Befragung teilnehmen.

Fragebogen

Es handelt sich um einen Print-Fragebogen, den die Gäste selbstständig ausfüllten. Der Fragebogen umfasst 4 Seiten (A3 gefaltet) und besteht aus den Fragebereichen: Allgemeine Fragen zum Aufenthalt, Fragen zum Informations- und Buchungsverhalten, Fragen zum Bikeangebot in Graubünden und Fragen zur Person. Der Fragebogen war nur in deutscher Sprache verfügbar und das Ausfüllen des Fragebogens dauerte im Durchschnitt ca. 12 Minuten.

Zeitraum

Die Umfrage ist von Anfang Juni bis Mitte Oktober 2011 durchgeführt worden.

Verteilung und Rücklauf

Rund 6000 Fragebogen wurde unter Mithilfe der Tourismusorganisationen in den jeweiligen Destinationen und Regionen aufgelegt. Die Tourismusorganisationen stellten sicher, dass die Fragebogen in den Informationsbüros, bei den Leistungsträgern wie Hotels, Gastrobetrieben und auch Bergbahnen aufgelegt wurden. Durch diese Zusammenarbeit konnten über 200 Auflageorte in Graubünden aktiviert werden. Auch Postauto Graubünden verteilte die Fragebogen auf ihren Linien mit Biketransport. Ergänzend haben Studierende der HTW Chur rund 2000 Fragebogen aktiv in Zügen der SBB und der Rhätischen Bahn sowie an Bahnhöfen wie Landquart und Chur verteilt. Auch an den Events wie Bike-Masters Prättigau, Nationalpark Bike-Marathon in Scuol und am Testride in Lenzerheide wurden die Fragebogen aktiv den Anwesenden Mountainbikerinnen und Mountainbikern verteilt. Die Teilnehmenden konnten den Fragebogen mitnehmen und in einer ruhigen Minute selbstständig ausfüllen und beim nächsten Briefkasten einwerfen.

Der Rücklauf der Fragebogen erreichte 18% (1465 Fragebogen) und ist sehr zufriedenstellend für einen selbstausfüllenden Fragebogen in diesem Umfang. Ein Wettbewerb diente als Anreiz zum Ausfüllen des Fragebogens. Unter den teilnehmenden Gästen wurde ein hochwertiges Mountainbike verlost. Die Fragebogen wurden in attraktiven Rückantwortkuverts verteilt. Dies erleichterte die Verteilung, das Rücksenden und diente zugleich als Blickfang für die Gäste.

2. Ergebnisse der Bike-Studie

2.1 Soziodemografische Merkmale

Welche Nationalität hat der Mountainbike-Gast in Graubünden?

Drei Viertel der Mountainbike-Gäste sind Schweizer und zusammen mit den 17.9% Deutschen machen die zwei grössten Gästegruppen bereits 93% aller Mountainbike-Gäste aus. Da der Fragebogen lediglich in deutscher Sprache verfügbar war, konnten einige englischsprachige und auch italienischsprachige Gäste den Fragebogen wohl nicht ausfüllen und sind womöglich unterrepräsentiert. Allerdings entsprechen die Zahlen auch der gängigen Gästestruktur des Tourismus in Graubünden - CH:60%, D:20%, I:4% - wobei diese Zahlen nur Übernachtungsgäste berücksichtigen und somit viele Schweizer Tagesgäste nicht beinhalten (AWT, 2010).

Beim genaueren Aufschlüsseln des Wohnorts der Schweizer Gäste machen die Gäste aus dem Kanton Zürich mit 31% der Befragten den grössten Anteil aus. Mit 17% folgen in Graubünden wohnhafte Personen und mit 15% und 11% die Region Innerschweiz (6000er Postleitzahlen) und der Kanton Sankt Gallen. Die Kantone Bern und Wallis mit jeweils 9%, Basel mit 8% und Aargau mit 7% sind entsprechend der räumlichen Distanz etwas schwächer vertreten. Immerhin rund 3% der befragten Mountainbike-Gäste kamen aus der Westschweiz.

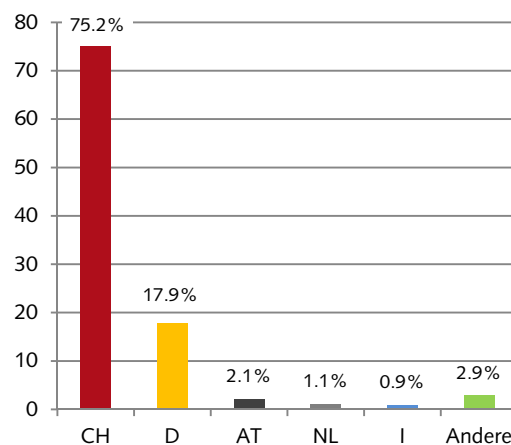


Abbildung 1: Nationalität der Mountainbike-Gäste (n=1465)

Welches Geschlecht hat der Mountainbike-Gast in Graubünden?

Das Verhältnis von männlichen zu weiblichen Mountainbike-Gästen liegt gemäss der Umfrage bei 2:1. Neben den 69.1% Männern sind in Graubünden 30.9% Frauen vertreten. Vergleichbare Umfragen haben Werte von 8% in Deutschland (DIMB, 2010) und bis 34% (Huser, 2006) Frauenanteil in der Schweiz ergeben. Schätzungen von Experten beziffern den Anteil der Frauen aktuell auf 20 bis 25% (Handbuch graubündenBIKE, Nr. 2.110). Mit den gut 30% liegt das vorliegende Befragungsergebnis im Rahmen der erwähnten Werte für die Schweiz und bestätigt somit die bisherigen Abschätzungen.

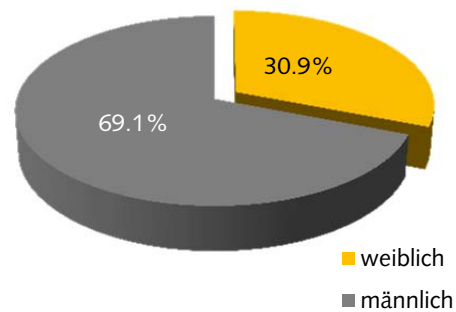


Abbildung 2: Geschlecht der Mountainbike-Gäste (n=1456)

Weitere geschlechterspezifische Erkenntnisse der Mountainbike-Gäste in Graubünden finden sich in Abbildung 4.

Wie alt sind die Mountainbike-Gäste in Graubünden?

Die Mountainbikerinnen und Mountainbiker werden zunehmend jünger und auch älter, dies zeigt die flacher werdende Altersstruktur der Mountainbike-Gäste. Etwas mehr als ein Viertel der Befragten sind zwischen 40-49 Jahre und somit die grösste Altersgruppe. Die Alterskategorie 30-39 Jahre folgt mit 27.4% und somit machen die zwei grössten Altersgruppen etwas mehr als die Hälfte aller Gäste aus. Der durchschnittliche Mountainbike-Gast in Graubünden ist 40 Jahre alt. Interessant ist auch der relativ hohe Anteil von 22% der jungen und jugendlichen Bikern und auch rund 20% der reiferen Bikern in den Alterskategorien 50-59 Jahre und 60-69 Jahre. Nur vereinzelte Biker sind über 70 Jahre. Insgesamt scheint sich das Biken definitiv zu einem Breitensport zu entwickeln.

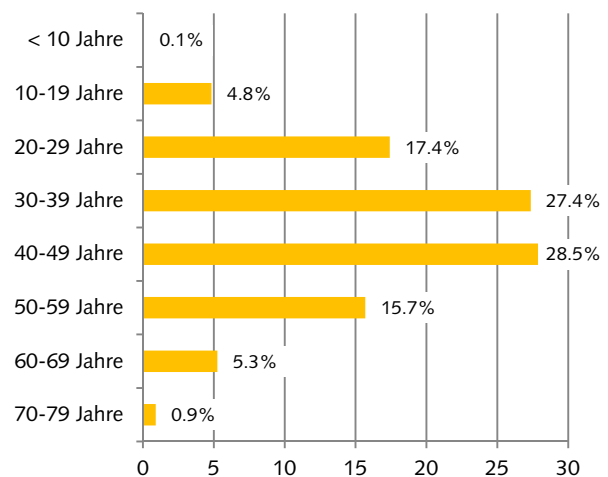


Abbildung 3: Alter der Mountainbike-Gäste (n=1447)

Altersverteilung der Geschlechter

Mit 38.7 Jahren bei den Frauen und 40.2 Jahren bei den Männern sind die befragten Mountainbikerinnen im Schnitt 1.5 Jahre jünger als die Mountainbiker. Die zwei stärksten Alterskategorien sind sowohl bei den Frauen als auch bei den Männern bei 30-39 Jahre und 40-49 Jahre und beinhalten jeweils rund 55% aller Mountainbikerinnen und Mountainbiker.

Ein überragender Frauenanteil von beeindruckenden 7.6% mehr als bei den Männern ist bei der Alterskategorie 20-29 Jahre zu beobachten.

In den höheren Alterskategorien überwiegen die Mountainbiker, wobei sich dies in den kommenden Jahren wohl leicht angleichen könnte.

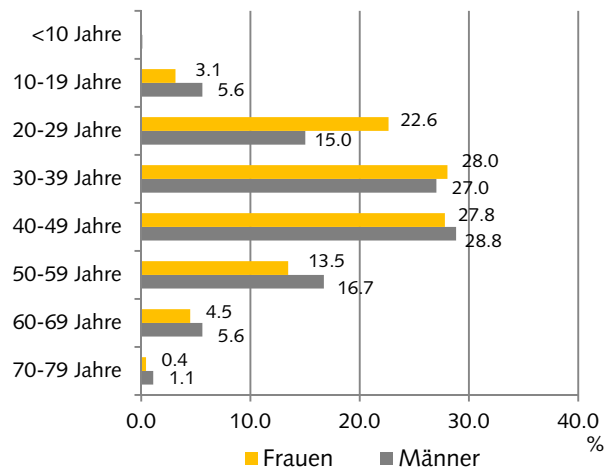


Abbildung 4: Altersverteilung nach Geschlecht (n=1456)

Altersverteilung im Vergleich mit der Gesamtbevölkerung

Vergleicht man die Altersverteilung der vorliegenden Befragung mit den Werten der Schweizer Bevölkerung aus dem Jahr 2010 ist ersichtlich, dass 62.3% der Gesamtbevölkerung in den zwei mittleren Alterskategorien von 20-39 Jahre und 40-64 Jahre liegen. Bei den Bike-Gästen liegt dieser Anteil bei 92.6%. Ein anderes Bild zeigt sich in der jüngsten Alterskategorie. Dort beträgt der Anteil an Bike-Gästen 4.9% und somit 16% weniger als die 20.9% bei der Gesamtbevölkerung.

Beim Vergleich ist zu beachten, dass die Befragung nicht die Erfassung aller aktiven Mountainbikerinnen und Mountainbiker des Kantons Graubünden zum Ziel hat, Sie versucht lediglich ein Abbild der Bike-Gästestruktur im Kanton wiederzugeben.

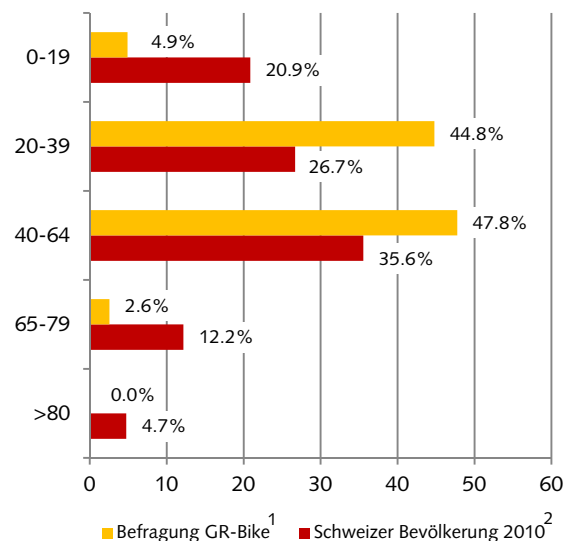


Abbildung 5: Altersverteilung im Vergleich zur Gesamtbevölkerung (n¹=1456; n²=7.8Mio)

Mit wem ist der Mountainbike-Gast unterwegs?

Knapp drei Viertel der Mountainbike-Gäste in Graubünden sind auf ihren Touren mit Freunden und Kollegen (43.3%) oder mit PartnerIn ohne Kinder (29.6%) unterwegs.

Das verbleibende Viertel teilen sich die Familien (15.8%), Gäste ohne Begleitung (7.7%) und Gäste (3.6%), die in einer anderen Zusammensetzung unterwegs sind.

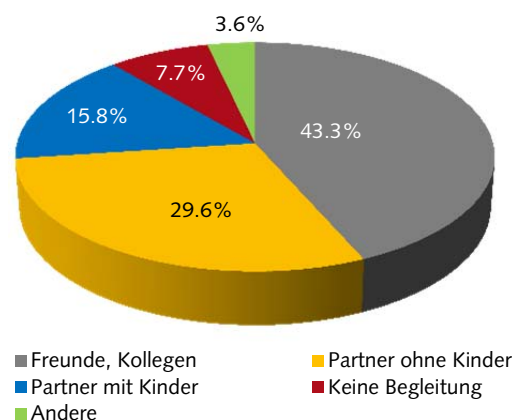


Abbildung 6: Mit wem ist der Mountainbike-Gast unterwegs? (n=1553)

Wie viele Höhenmeter legen die befragten Biker durchschnittlich am Tag zurück?

Rund 50% der befragten Mountainbikerinnen und Mountainbiker absolvieren auf einer durchschnittlichen Tagestour nicht mehr als 1000 Höhenmeter. Die Frauen absolvieren im Durchschnitt etwas weniger Höhenmeter als die Männer. So sagen 63.7% der Mountainbikerinnen, dass sie auf ihren Tagestouren nicht mehr als 1000 Höhenmeter absolvieren. Lediglich 7.4% der Frauen absolvieren auf einer Tagestour über 1500 Höhenmeter. Bei den Männern ist das Bild leicht anders. So sind es knapp 46%, die nicht mehr als 1000 Höhenmeter pro Tour überwinden. Jedoch 67% der Mountainbiker geben an, dass eine Tagestour zwischen 501-1500 Höhenmeter beträgt und jeder Fünfte der befragten Mountainbiker überwindet gemäss eigener Aussage über 1500 Höhenmeter auf einer durchschnittlichen Tagestour.

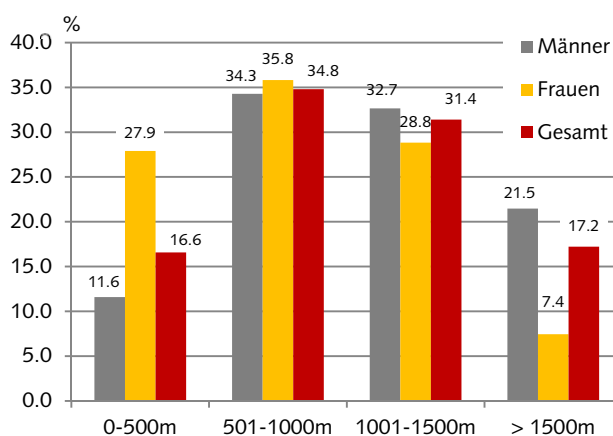


Abbildung 7: Durchschnittliche Höhenmeter pro Tour (n=1445)

Was sind die Motive der Mountainbike-Gäste in Graubünden?

Die Hauptmotivation der Bikeaktivität liegt beim Landschafts- und Naturerlebnis. Die Befragten hatten die fünf Motive von 1 bis 5 zu rangieren. Das Motiv Landschafts- und Naturerlebnis hat die beste Rangierung erreicht und kommt auf einen Durchschnittswert von 1.94. Auf Rang zwei folgt mit einem Durchschnittswert von 2.21 das Motiv Gesundheit und Fitness. Das Motiv Gemeinschaftserlebnis folgt mit etwas Abstand auf Rang drei. Etwas weniger wichtig ist den Mountainbike-Gästen das Abenteuererlebnis oder im Rang fünf das Training bzw. der Wettkampf.

Die Analyse der Motive nach den verschiedenen Bikertypen (siehe Bikertypen in Abbildung 13) ergab eine weitgehend gleiche Rangierung der Motive. Lediglich abwärtsorientierte Biker setzten oft das Motiv Abenteuer an den ersten Platz und wettkampforientierte Biker bewerteten Training und Wettkampf naturgemäss als wichtigstes Motiv.

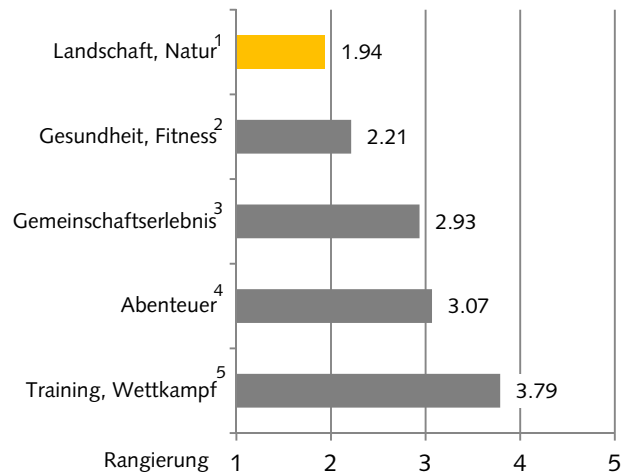


Abbildung 8: Motive der Mountainbike-Gäste
(¹ Ø n=1414; ² Ø n=1403; ³ Ø n=1368; ⁴ Ø n=1365; ⁵ Ø n=1335)

Ist der Bike-Gast auch im Winter Gast in Graubünden?

Mehr als zwei Drittel der befragten Mountainbikerinnen und Mountainbiker geben an, auch im Winter Gast in Graubünden zu sein. Diese Werte sind bereinigt durch die einheimischen Biker. Wenn lediglich in der Schweiz wohnhafte Bike-Gäste betrachtet werden – ohne Graubünden – so bestätigen hohe 77% der Befragten auch im Winter Gast zu sein. Das Bild ändert sich bei der näheren Betrachtung der Gäste aus dem Ausland. Rund 60% der Bike-Gäste mit Wohnsitz ausserhalb der Schweiz sind keine Wintergäste. Dies bedeutet aber auch, dass respektable 40% der im Ausland wohnenden Mountainbikerinnen und Mountainbiker auch im Winter die Region Graubünden besuchen.

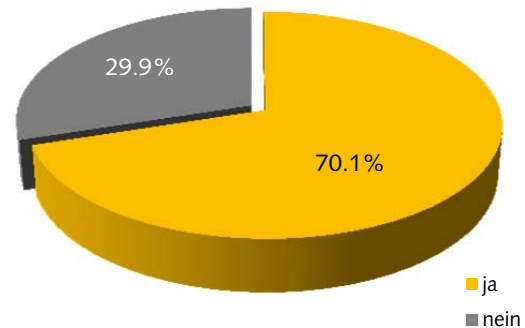


Abbildung 9: Bike-Gäste auch Wintergäste (n=1245)

Welche anderen Sportaktivitäten betreiben die Bike-Gäste aktiv?

Dass die Mountainbikerinnen und Mountainbiker sowohl Sommer- als auch Wintersportler sind, zeigen die weiteren Sportaktivitäten, die sie aktiv ausüben. In den Top zehn Sportaktivitäten der Bikegäste befinden sich 6 Winteraktivitäten und 4 Sommeraktivitäten. Bei dieser Frage mit Mehrfachnennung antworteten rund zwei Drittel der befragten Bike-Gäste, dass sie auch Wanderer und Skifahrer sind. Mit 67.7% für das Wandern und 65.5% für das Skifahren sind die beiden Sportaktivitäten in etwa gleich beliebt. Mit etwas Abstand und einem 46% Anteil folgt Jogging an dritter Stelle. Wassersport, Ski/Snowboardtouren und Langlaufen wurden von knapp 30% der Befragten genannt und liegen zusammen mit Schlitteln, Snowboarden, Schneeschuhwandern, Winterwandern und Bergsteigen/Klettern im grossen Mittelfeld.

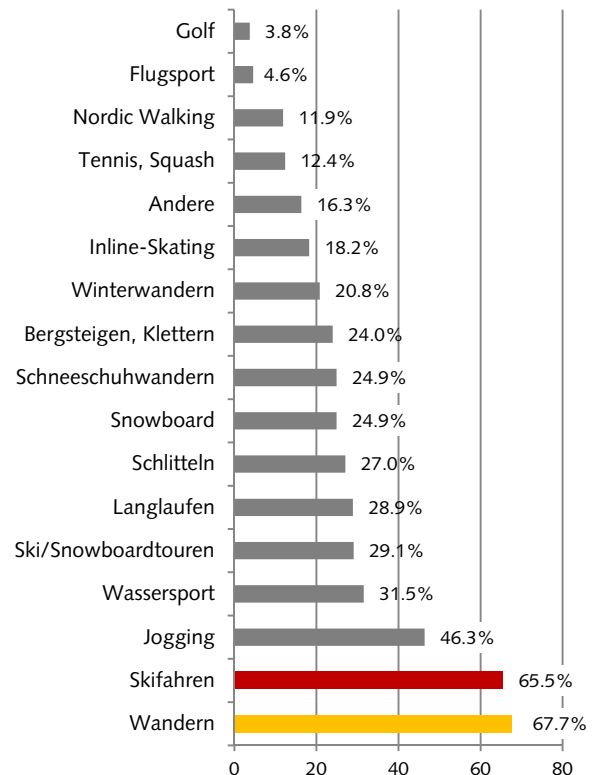


Abbildung 10: Weitere Sportaktivitäten der Bike-Gäste (n=1465)

Welches Angestelltenverhältnis oder welchen beruflichen Status haben die Biker?

Zwei von drei Mountainbikerinnen und Mountainbiker ordnen sich den Kategorien Mittleres Management und Angestellte ohne Führung zu. Die Arbeiter und Angestellten ohne Führung sind mit 40.2% die anzahlmässig grösste Gruppierung. Gefolgt werden sie von den Angestellten im mittleren Management mit 28%. Die selbstständig Erwerbenden folgen mit knapp 10% der Nennung als dritte Kategorie. Mit rund 6% folgen die Personen mit einer Anstellung in der Geschäftsführung. Die 6.4% der Befragten, die noch in Ausbildung sind, korrelieren mit den 6% der bis 19-Jährigen gemäss der Altersverteilung überein. Auch der Anteil an Rentner entspricht den Werten der entsprechenden Alterskategorie gemäss Altersverteilung. Nur gerade 2.1% der Mountainbikerinnen und Mountainbiker geben an Hausfrau oder Hausmann zu sein. Stellensuchend sind nur 0.2%.

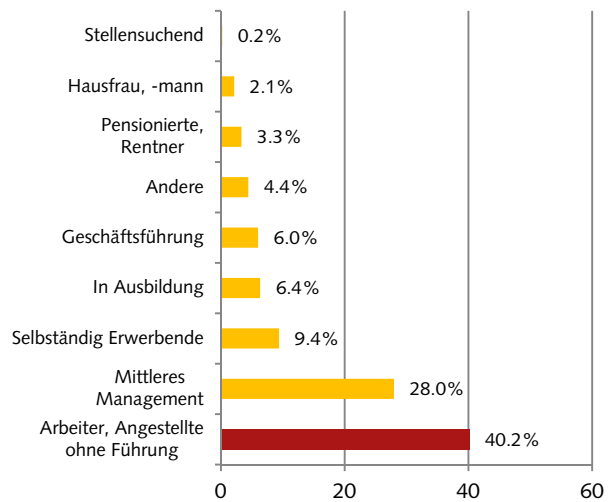


Abbildung 11: Berufsstatus und Angestelltenverhältnis (n=1448)

Welches ist der höchste abgeschlossene Schul- oder Ausbildungsabschluss?

Die Bike-Gäste in Graubünden weisen einen höheren Bildungsstand auf, als die durchschnittliche Gesamtbevölkerung der Schweiz. So nennen 53.2% der befragten Bike-Gäste einen Hochschul- oder höheren Bildungsabschluss als ihre höchste Ausbildung. Bei der Schweizer Wohnbevölkerung liegt der Anteil bei 35.3%. Dafür liegt der Anteil mit einer Berufslehre als höchster Bildungsabschluss rund 12% unter dem Wert der Gesamtbevölkerung. Beim Vergleich der Prozentanteile mit Pflichtschule als höchster Bildungsabschluss ist zu beachten, dass die Befragung ein Abbild der Bike-Gästestruktur im Kanton versucht wiederzugeben und nicht die Erfassung aller aktiven Mountainbikerinnen und Mountainbiker.

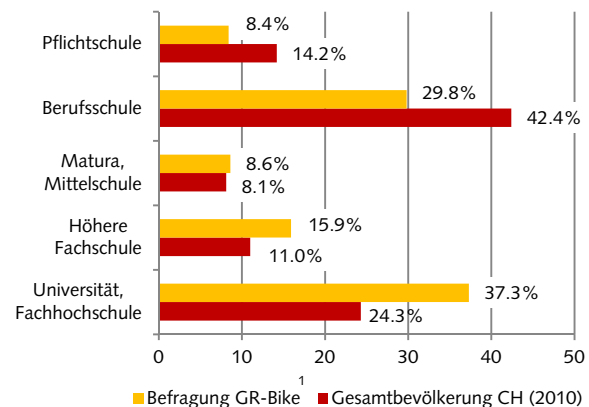


Abbildung 12: Bildungsstand (1n=1425)

Welche Bikertypen befinden sich in Graubünden?

Die Frage nach dem Bikertyp erlaubte es den Befragten, sich prozentual einem oder mehreren Ausprägungen zuzuordnen und somit die eigenen Interessen am Biken zu gewichten. Die unterschiedlichen Ausprägungen sind auf Seite 12 beschrieben. Die Resultate der Umfrage zeigen, dass sich viele Mountainbike-Gäste in Graubünden gleichzeitig zwei oder mehreren Ausprägungen zuordnen. Dieses Ergebnis bestätigt auch die Aussage im Mountainbike-Kompodium (Handbuch graubündenBIKE, Nr.2.110), dass viele Mountainbiker mehreren Segmenten zuzuordnen sind. Bei einer Selbsteinschätzung von 50% und mehr wurden die Befragten den jeweiligen Bikertypen zugeordnet.

Jeder zweite Biker stuft sich selber zu mindestens 50% als naturorientierter Biker ein. Im Vergleich dazu sind die Werte der anderen Bikertypen klar tiefer. So ordnen sich rund 18% als genussorientierte Biker, gut 12% als abwärtsorientierte und knapp 10% als wett-kampforientierte Biker ein.

Vergleicht man die Ergebnisse der Befragung mit den Zahlen des Mountainbike-Kompodiums (Handbuch graubündenBIKE, Nr. 2.110) stimmen die Zahlen zu wett-

kampforientierten Bikern mit 7% im Kompodium und 9.8% in der Umfrage ziemlich genau überein. Die naturorientierten Mountainbikerinnen und Mountainbiker erreichen mit rund 50% einen leicht tieferen Wert, als die rund 60% laut Kompodium. Der naturorientierte Biker ist jeweils der am stärksten vertretene Bikertyp. Die abwärtsorientierten Biker betragen in der Befragung knapp 13%. Gemäss Kompodium sind es in der Schweiz rund 30% sein. Die Befragung zählt nur Biker zu den abwärtsorientierten, die mindestens 50% ihrer Bikeaktivitäten abwärtsorientiert einordnen. Diese Auslegung ist wohl etwas strenger, als bei den Zahlen des Kompodiums. Der genussorientierte Biker wird im Kompodium nicht ausgewiesen. Einen gewissen Anteil dieser Kategorie könnte je nach Auslegung der Gewichtung auch den naturorientierten Biker zugeordnet werden. Betrachtet man die Herkunft der unterschiedlichen Bikertypen ergeben sich keine nennenswerten Unterschiede zur Gesamtverteilung (siehe Abbildung 1). Einzig bei den abwärtsorientierten Bikern fällt der Anteil an Schweizern geringer aus. Mit einem Anteil von zwei Drittel Schweizer Gästen und rund einem Drittel ausländischer Gäste ist das Verhältnis leicht anders.

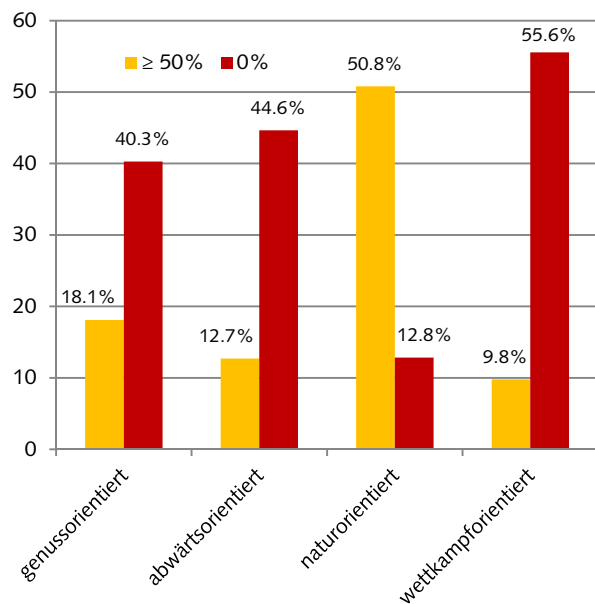
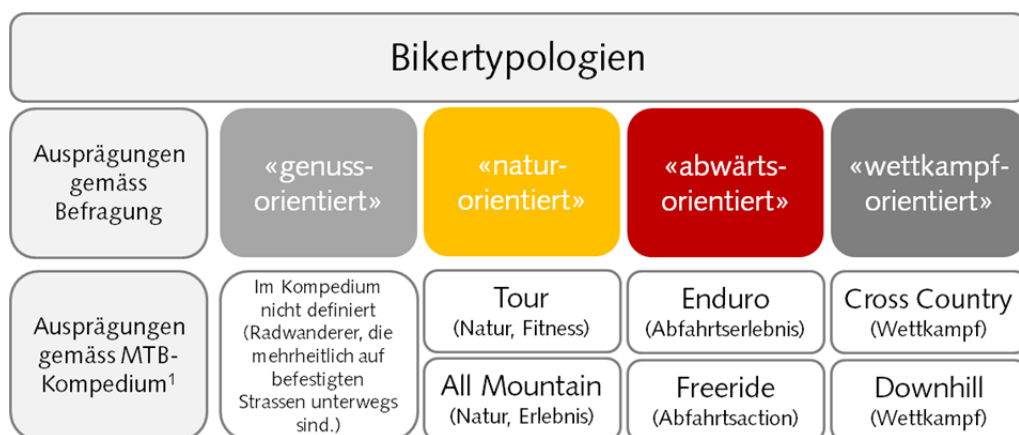


Abbildung 13: Bikertypologien (Ø n=1462)

Die Auswertung nach Negativaussage ergibt einen Wert von rund 40%, die sich nicht als genussorientiert und abwärtsorientiert einordnen. Etwas mehr als die Hälfte der Befragten ordneten sich als überhaupt nicht wettkampforientiert ein und lediglich 13% sehen sich als nicht naturorientierte Biker. Dies zeigt die grosse Bedeutung des Naturerlebnisses und bestätigt die Ergebnisse der Motivbefragung (siehe Abbildung 8).

Definition Bikertypen

Wie bereits das Mountainbike-Kompendium (Handbuch graubündenBIKE, Nr.2.110) erwähnt, sind die einzelnen Bikertypologien nicht eindeutig voneinander zu trennen und überschneiden sich. Zudem ordnen sich viele Mountainbikerinnen und Mountainbiker nicht nur einem Bikertyp zu, sondern finden sich in mehreren Ausprägungen. Aus diesem Grund konnten sich die befragten Biker dieser Studie den vier vorgegebenen Ausprägungen (genussorientiert, naturorientiert, abwärtsorientiert und wettkampforientiert) prozentual zuordnen und somit die Gewichtung der eigenen Bikeaktivität selber festlegen. Allerdings werden sie einem Typ nur dann zugeordnet, wenn sie sich mindestens zu 50% dem entsprechenden Bikertyp zugehörig fühlen. Bspw. wird ein Befragter, der sich 60% abwärtsorientiert und 40% naturorientiert einstuft der Kategorie abwärtsorientiert zugeordnet. Ein Befragter, der sich als 50% genussorientiert und 50% naturorientiert einstuft, wird beiden Bikertypen zugeordnet und derjenige der sich zu jeder Kategorie 25% zuordnet, erscheint in den Auswertungen in keiner Kategorie.



1) Mountainbike-Kompendium, Handbuch graubündenBIKE, Nr.2.110

Abbildung 14: Definition Bikertypologien

Wie alt sind die unterschiedlichen Bikertypen?

Vergleicht man die Altersverteilung der unterschiedlichen Bikertypen zeigt sich, dass die abwärtsorientierten Biker mit einem

Durchschnittsalter von 33 Jahren die Jüngsten sind, gefolgt von den wettkampforientierten Mountainbikerinnen und Mountainbikern mit 36 Jahren. Diese zwei Bikertypen sind eindeutig jünger als die naturorientierten Biker mit einem Durchschnittsalter von 41 Jahren und den genussorientierten Biker mit 46 Jahren im Durchschnitt.

Rund 80% der abwärtsorientierten Biker sind unter 40 Jahre im Vergleich zu 52% über alle Bikertypen. Ähnlich eindrücklich und auch nicht überraschend ist der Vergleich der über 50 jährigen Mountainbikerinnen und Mountainbiker, die bei den genussorientierten rund 42% ausmachen, während über alle Bikertypen lediglich jeder Fünfte (20%) der Mountainbike-Gäste über 50 Jahre alt ist.

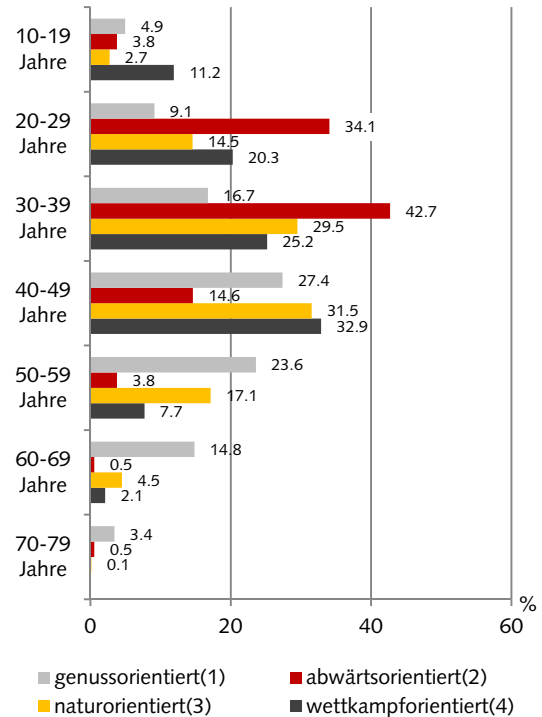


Abbildung 15: Altersverteilung nach Bikertypen
(*n=263, ²n=185, ³n=736, ⁴n=143)

2.2 Verhalten der Mountainbike-Gäste

Wie viele Mountainbike-Gäste übernachten in Graubünden?

Mehr als die Hälfte (55.3%) der befragten Mountainbike-Gäste gab an, in Graubünden zu übernachten. Viele der Befragten geben an, sowohl als Tages- als auch als Übernachtungsgast in Graubünden am Biken zu sein. Dies entspringt wohl der Tatsache, dass viele Mountainbikerinnen und Mountainbiker erstens öfter in Graubünden zu Gast sind und zweitens je nach Situation einen Tagesausflug oder längeren Aufenthalt verbringen. Um diesem Umstand entsprechend Rechnung zu tragen, sind in der nebenstehenden Grafik sämtliche Angaben der Befragten enthalten - sowohl Einzel- als auch Doppelangaben. Die Resultate sind daher analog zu Mehrfachnennungen zu sehen und die Gesamtanzahl an Nennungen

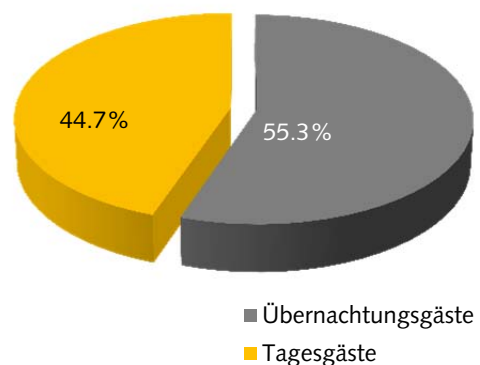


Abbildung 16: Tages- vs. Übernachtungsgäste (n=1465)

beträgt 2293. Diese Betrachtung geht über einen einmaligen Besuch/Aufenthalt hinaus. Filtert man die Ergebnisse nach reinen Einfachnennungen (und lässt damit die Doppelnennungen beiseite), gaben 164 Befragte an, nur Tagesgäste zu sein (entspricht 16% von insgesamt 1025 Tagesgäste-Nennungen). Daneben erklärten 396 Personen sich als ausschliessliche Übernachtungsgäste (entspricht 31% von insgesamt 1268 Übernachtungsgast-Nennungen).

Für die nachfolgenden Auswertungen sind die Doppelnennungen auch berücksichtigt worden.

Wie lange dauert der Aufenthalt bei Übernachtungsgästen?

Die Befragten Übernachtungsgäste bleiben im Durchschnitt 2.6 Nächte in Graubünden. Dies entspricht der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer eines Sommergastes in den Bündner Hotels und Pensionen, die im Sommer 2011 bei 2.5 Nächten lag (AWT, 2011) und widerspiegelt den allgemeinen Trend zu Kurzaufenthalten.

Bei der Aufenthaltsdauer nach Bikertypen sind die genussorientierten Mountainbike-Gäste mit 2.9 Tagen leicht höher als die restlichen Bikertypen mit einer Aufenthaltsdauer zwischen 2.6 und 2.4 Tagen.

Die Aufenthaltsdauer von Familien verteilt sich flacher auf die verschiedenen Kategorien. Während nur rund 8% der Familien einmal nächtigen, verbringen 26% zwei bis drei und 25% vier bis sieben Tage in der Region.

Zwischen acht und vierzehn Tagen übernachten 22% der Familien und beachtliche 19% bleiben über zwei Wochen in der Bikedestination Graubünden.

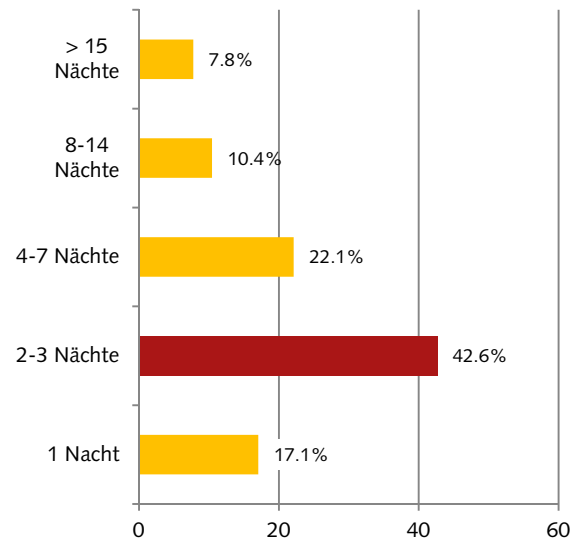


Abbildung 17: Aufenthaltsdauer der Übernachtungsgäste (n=1225)

Wo übernachten die Mountainbike-Gäste?

Von den 1262 Übernachtungsgästen logieren etwas mehr als die Hälfte (57%) ein oder mehrere Nächte in einem Hotel oder einer Pension und 37% dieser Aufenthalte fallen auf Bikehotels. Der Anteil der Ferienwohnungen beträgt lediglich 18% der Übernachtungen. Die Privatunterkünfte folgen mit 12%. 10% der Mountainbike-Gäste notieren, bei ihrem Aufenthalt zu campieren. Die restlichen 3% fallen auf Berghütten.

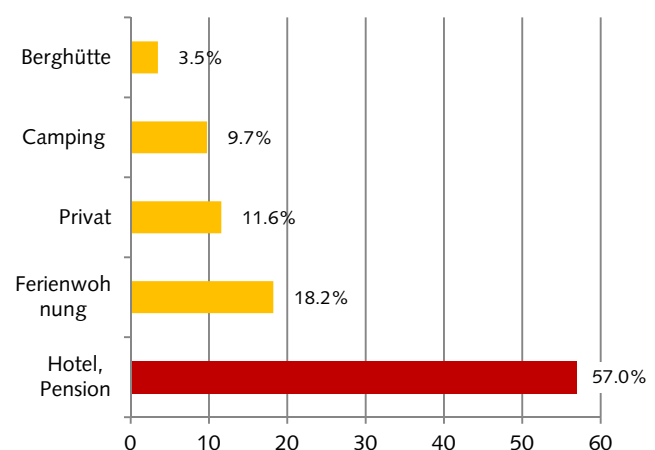


Abbildung 18: Unterkunftsart der Übernachtungsgäste (n=1262)

Wie oft pro Bikesaison ist der Mountainbike-Tagesgast zu Besuch?

Bereits rund ein Drittel der Mountainbike-Gäste besuchen Graubünden als Tagesgast zwei bis fünf Mal pro Bikesaison und jeder zweite Gast besucht die Region lediglich ein Mal. Von diesen rund 51% der Bikegäste, die angeben, einmal pro Saison nach Graubünden zum Biken zu gehen, sind nochmals rund die Hälfte zum ersten Mal in Graubünden zum Biken. Im Vergleich dazu sind lediglich 10% der Bikegäste, die zwei bis fünf Mal zu Besuch sind, das erste Mal Bikegäste in Graubünden. Zusammen mit der hohen Zufriedenheit der Gäste – siehe Weiterempfehlungsrate (Abbildung 34) schlummert hier ein grosses Potential, neue Stammgäste zu gewinnen und Wiederholungsbesuche zu generieren.

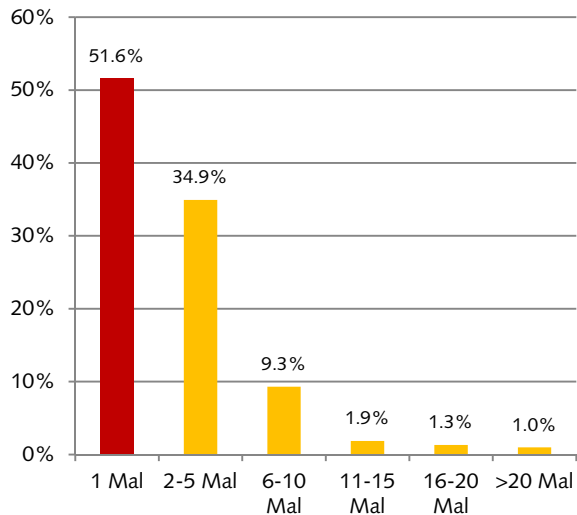


Abbildung 19: Anzahl Besuche der Tagesgäste (n=913)

Die einheimischen Biker sind bei diesen Besucherwerten bereinigt worden.

Welcher Bikertyp ist der aktivste Besucher?

Die Detailauswertung der Tagesbesucher zeigt, dass vor allem die abwärtsorientierten Biker mit knapp 5 Besuchen pro Bikesaison zu den fleissigsten Tagesbesuchern gehören. Es ist wenig überraschend, dass die abwärtsorientierten Mountainbikerinnen und Mountainbiker dem Nutzerverhalten des Winter-Tagestourismus nahe kommen. Die naturorientierten und wettkampforientierten Biker besuchen die Bikedestination Graubünden rund 3 bis 4 mal und der genussorientierte Bikertyp 2.5 mal.

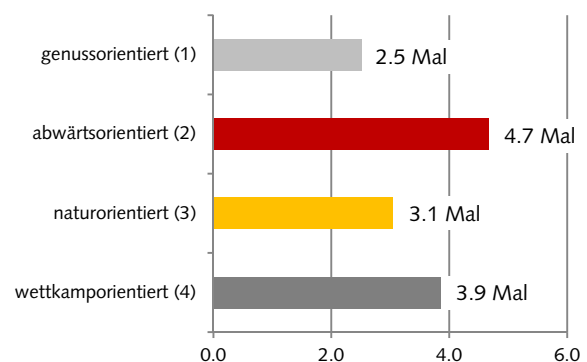


Abbildung 20: Anzahl Besuche nach Bikertyp
(¹n=167; ²n=120; ³n=462; ⁴n=96)

Die einheimischen Biker sind bei diesen Besucherwerten bereinigt worden.

Wie informieren sich die Mountainbike-Gäste über ihren Aufenthalt?

Jeder zweite Mountainbike-Gast informiert sich im Internet über den bevorstehenden Aufenthalt mit Übernachtung. Somit ist der Onlinekanal Internet klar die meistgenutzte Informationsquelle. Knapp 18% der Befragten informieren sich durch Bekannte und Verwandte. Die Mund-zu-Mund-Werbung ist damit auf dem zweiten Platz. Mit ähnlichen Werten rangieren Magazine und Tourismusbroschüren auf den Plätzen drei und vier. Obwohl die Frage Mehrfachantworten erlaubte, stehen die bevorzugten Informationskanäle klar heraus. Dies bestätigt das Fazit der „Mediennutzung der Mountainbiker“ (Handbuch graubündenBIKE, Nr 2.115), welches die Biker als digitale Pros beurteilt.

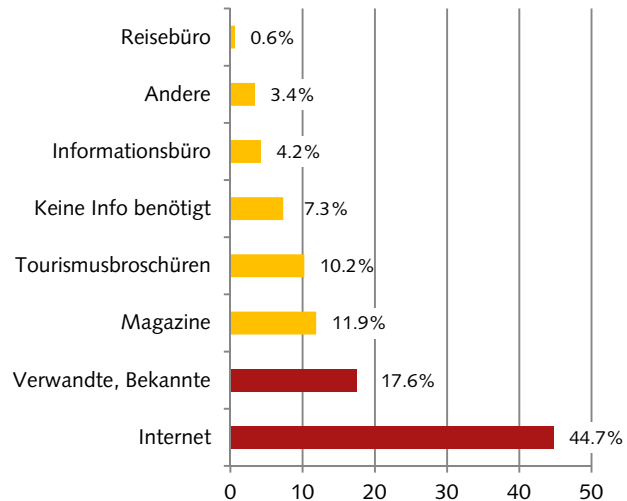


Abbildung 21: Informationsverhalten für Aufenthalt (n=1371)

Wie informieren sich die unterschiedlichen Bikertypen über ihren Aufenthalt?

Beim Blick auf das Informationsverhalten der unterschiedlichen Bikertypen fällt auf, dass sich alle Typen mehrheitlich über das Internet für ihren Aufenthalt informieren. Wobei die Genussbiker bei Internet leicht unterdurchschnittlich abschneiden und bei der Informationsquelle Verwandte und Bekannte leicht über dem Durchschnitt liegen. Über alles gesehen ist aber das Informationsverhalten bezüglich Aufenthalt sehr ähnlich.

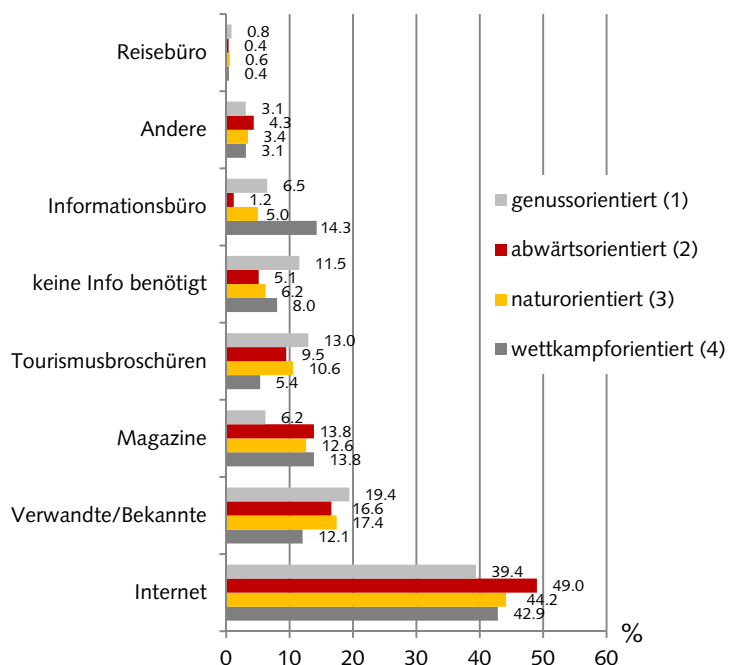


Abbildung 22: Informationsverhalten für Aufenthalt nach Bikertyp (1 n=251; 2 n=169; 3 n=688; 4 n=136)

Wie buchen die Mountainbike-Gäste den Aufenthalt in Graubünden?

Bei der Wahl der Buchungsform gibt es unter den Bike-Gästen zwei klare Favoriten. Jeder zweite Mountainbike-Gast bucht seinen Aufenthalt direkt bei der Unterkunft und jeder dritte Gast nutzt für seine Buchung eine Online Plattform. Damit buchen acht von zehn Gästen ihren Aufenthalt über diese beiden Buchungsmöglichkeiten. Weiter hinten rangieren die Buchungen über ein Informationsbüro mit rund 7% und einen Bikeveranstalter mit 3.5%. Buchungen über Reisebüros oder Velohändler/Bikeshops spielen lediglich Nebenrollen.

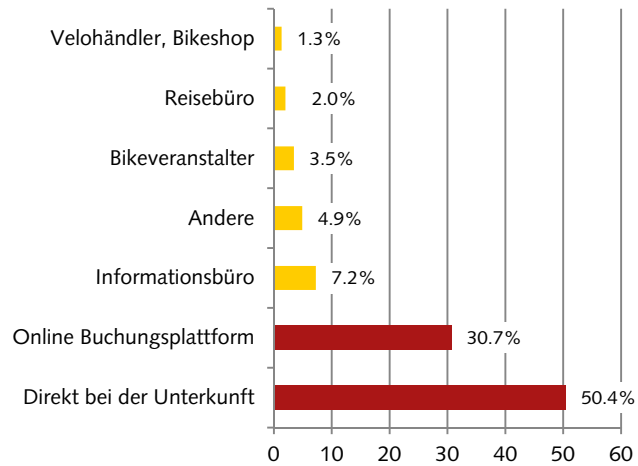


Abbildung 23: Buchungsverhalten für Aufenthalt (n=897)

Wie informieren sich die Mountainbike-Gäste über die Touren?

Rund jeder vierte Gast informiert sich bezüglich Touren via Internet (28%) oder via Bike- und Wanderkarten (23.8%). Obwohl das Onlineangebot mittlerweile die erste Anlaufstelle für Touren bildet, sind Bike- und Wanderkarten weiterhin beliebte Informationsquellen.

Obwohl bei dieser Frage Mehrfachantworten möglich waren, gaben lediglich 12.6% der Befragten Verwandte und Bekannte als wichtige Informationsquelle für Touren an. Bei der Frage nach der Informationsquelle über den Aufenthalt sind die Verwandten und Bekannten mit 17.6% (siehe Abbildung 21) als wichtiger beurteilt worden.

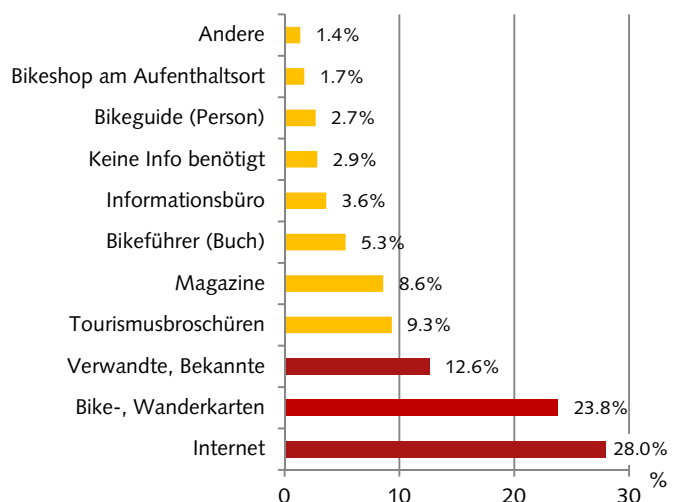


Abbildung 24: Informationsverhalten Touren (n=1415)

Während Tourismusbroschüren mit 9.3% und Fachmagazine mit 8.6% immerhin noch fast einen von zehn Biker als Informationsquelle über Touren dienen, spielen die Informationen über einen Bikeführer mit 5.3%, über ein Informationsbüro mit 3.6%, über einen Bikeguide 2.7% oder den Bikeshop vor Ort mit 1.7% sehr untergeordnete Rollen. Rund 3% der Mountainbike-Gäste in Graubünden gaben darüber hinaus an, für Touren keine Informationen zu benötigen.

Wie informieren sich die unterschiedlichen Bikertypen über ihre Touren?

Beim Vergleich der von den unterschiedlichen Bikertypen genutzten Informationsquellen dominiert auch das Internet. Mit rund 30% Nutzung bei abwärts-, natur- und wett-kampforientierten Bikern liegen lediglich die genussorientierten Mountainbikerinnen und Mountainbikern mit 22% etwas dahinter. Bike- und Wanderkarten werden nach wie vor häufig von den genuss-, natur- und wett-kampforientierten Mountainbike-Gästen genutzt. Nicht ganz unerwartet nutzt der abwärtsorientierte Mountainbike-Gast die Bike- und Wanderkarten etwas weniger (<20%). Rund 10-14% fallen auf die Verwandten und Bekannten. Genussorientierte Mountainbike-Gäste informieren sich über Touren ausserdem relativ häufig über Tourismusbroschüren. Auch beim Informationsverhalten über die Touren ist ein ähnliches Verhalten zu beobachten.

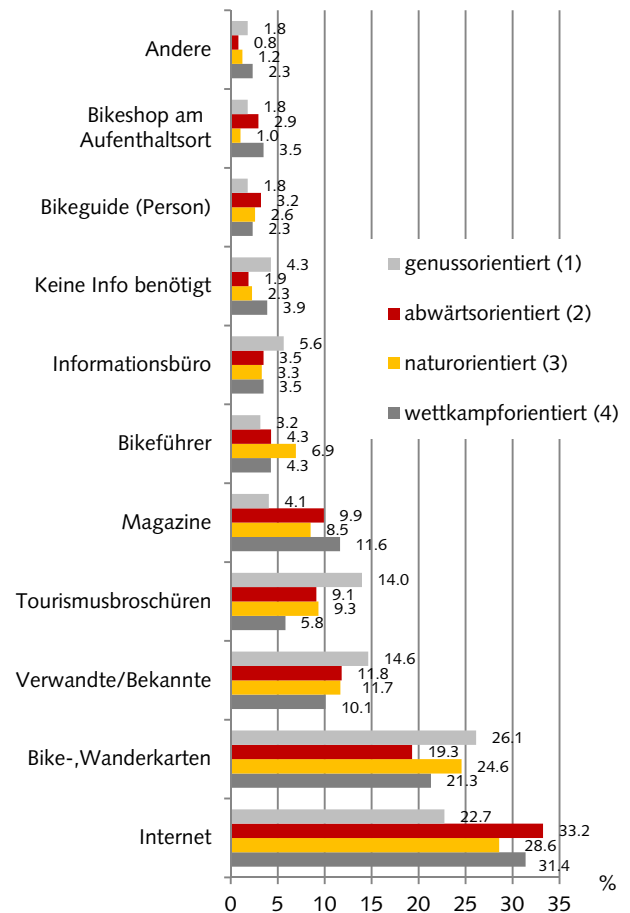


Abbildung 25: Informationsverhalten für Touren nach Bikertyp
(¹n=251; ²n=182; ³n=725; ⁴n=136)

2.3 Wichtigkeit und Zufriedenheit

Wie wichtig sind die folgenden Kriterien des Bikeangebots und wie zufrieden sind die Mountainbike-Gäste damit?

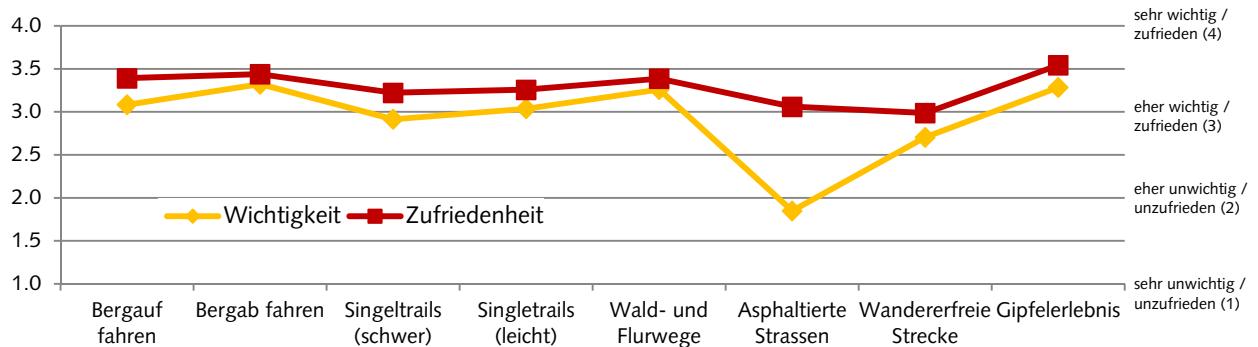


Abbildung 26: Wichtigkeit und Zufriedenheit Trails und Touren (W \bar{x} n=1412; Z \bar{x} n=1252)

In Bezug auf das Angebot an Trails und Touren sind den Befragten das Gipfelerlebnis, das bergauf bzw. bergab fahren sowie Wald- und Flurwege besonders wichtig. Asphaltierte Strassen sind eindeutig nicht gewünscht. In Bezug auf die Zufriedenheit darf sich Graubünden hier über durchwegs hohe Zufriedenheitswerte freuen. Erfreulicherweise sind die Biker auch genau in diesen Bereichen am zufriedensten, die sie als am zentralsten erachten.

Wie wichtig sind die Kriterien Signalisation, Servicestationen und das Informationsmaterial und wie zufrieden sind die Mountainbike-Gäste damit?

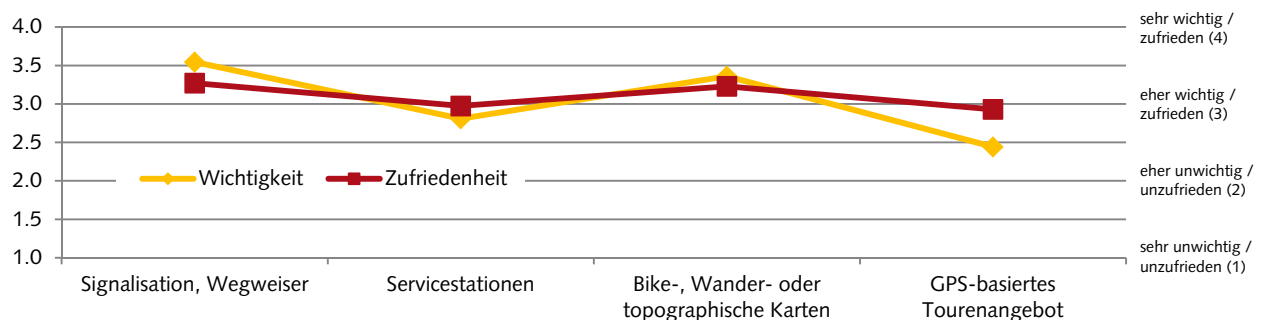


Abbildung 27: Wichtigkeit und Zufriedenheit Infrastruktur und Informationsmaterial (W \bar{x} n=1388; Z \bar{x} n=1147)

Bezüglich Signalisation, Servicestationen und Informationsmaterial sind den Mountainbike-Gästen gute Signalisation sowie Bike-, Wander- oder topographische Karten wichtig. Dahinter rangieren Servicestationen für Reparaturen sowie GPS-basiertes Tourenangebot als wichtige Faktoren. Die Zufriedenheitswerte der gleichen Kategorien zeigen nach wie vor Potential bei Signalisation sowie den erwähnten Karten, welche die Befragten als wichtig ansehen, mit denen sie aber gleichzeitig etwas weniger zufrieden sind. Servicestationen und GPS-basiertes Tourenangebot werden als sehr gut empfunden, und als eher wichtig bis eher unwichtig beurteilt.

Wie wichtig sind die folgenden Kriterien der Unterkunft und Gastronomie und wie zufrieden sind die Mountainbike-Gäste damit?

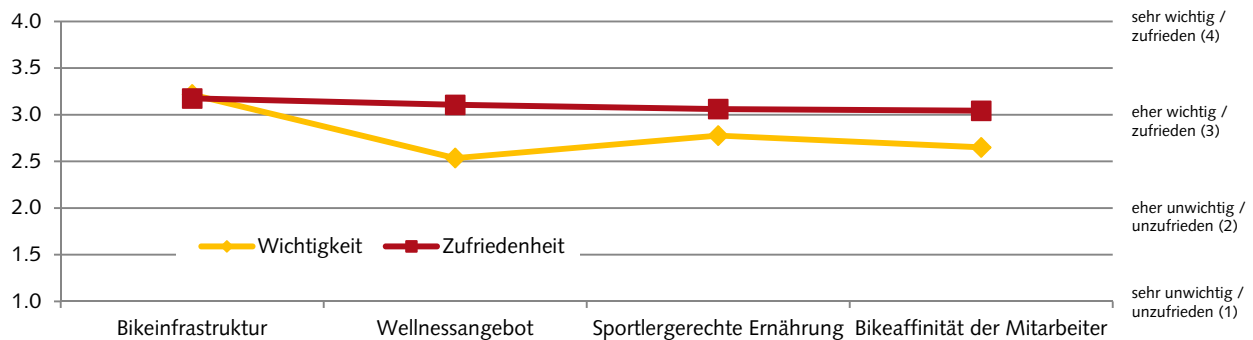


Abbildung 28: Wichtigkeit und Zufriedenheit Unterkunft und Gastronomie (W \bar{x} n=1350; Z \bar{x} n=860)

Bei Unterkunft und Gastronomie erklärt sich der Grossteil der Befragten als mit dem Angebot zufrieden. Man ist mit der Bikeinfrastruktur im Hotel, dem Wellnessangebot sowie der sportlergerechten Ernährung und der Bikeaffinität der Mitarbeiter durchwegs zufrieden. Auch hier liegen die Ergebnisse zur Wichtigkeit dieser Angebote bis auf die Bikeinfrastruktur durchwegs unter den Zufriedenheitswerten. Man übertrifft auch hier die Erwartungen der Gäste.

Wie wichtig sind die folgenden Kriterien des Transportes und wie zufrieden sind die Mountainbike-Gäste damit?

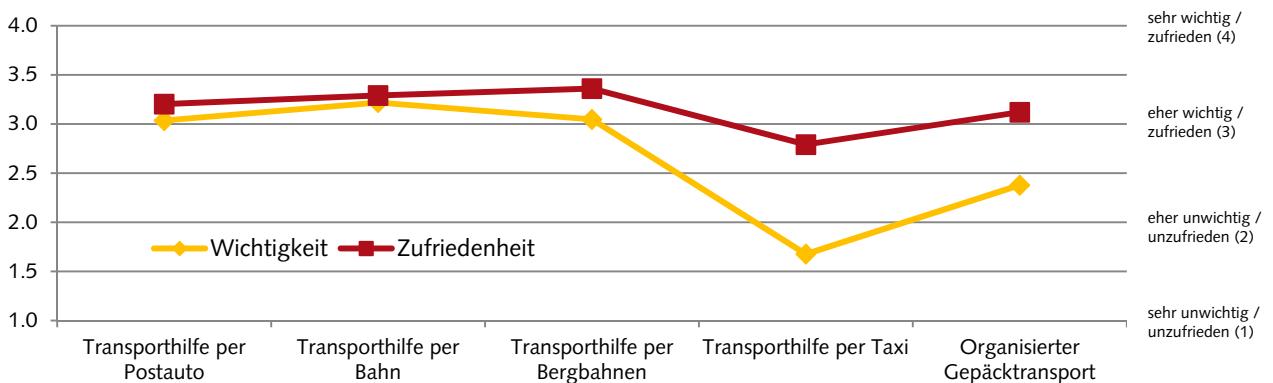


Abbildung 29: Wichtigkeit und Zufriedenheit Transport (W \bar{x} n=1344; Z \bar{x} n=881)

Das Angebot an Transporthilfe im Bereich des öffentlichen Verkehrs und der Bergbahnen in Graubünden ist aus Sicht der Befragten wichtig und zugleich sind die Mountainbike-Gäste auch zufrieden mit dem Angebot. Insbesondere die Verbesserungen des Biketransports der Bergbahnen scheinen beim Zielpublikum geschätzt zu werden. Der organisierte Gepäcktransport hat gemäss der Befragung im Moment noch keine grosse Bedeutung und der Transport mit Taxi oder Shuttles wird sogar als unwichtig beurteilt.

Wie hoch ist die Gesamtzufriedenheit der Mountainbike-Gäste?

Das Gesamturteil der Befragten bezüglich der jeweiligen Kategorie ist hoch und liegt zwischen eher zufrieden und sehr zufrieden, wobei sich die unterschiedlichen Bikertypen in ihren Urteilen nicht nennenswert voneinander unterscheiden. Als zufriedenstellend kann sicherlich auch die ausgewogene Beurteilung zu allen befragten Bereichen angesehen werden. Gleichzeitig besteht jeweils noch Verbesserungspotential sowohl bei den Trails und Touren als auch bei der Unterkunft und Gastronomie.

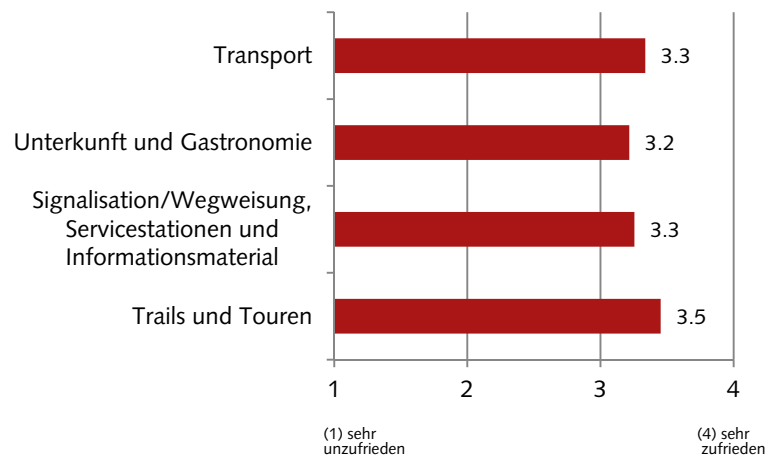


Abbildung 30: Gesamtzufriedenheit (Ø n=756)

Nicht zuletzt ist der Markt steti-

gem und dynamischem Wandel unterzogen und befindet sich in zunehmend starkem Wettbewerb. Gäste werden

insgesamt erfahrener und anspruchsvoller. Der heute als gut empfundene Service kann morgen bereits als selbstverständliche Komponente gelten, während sich neue Bedürfnisse und Ansprüche an das Angebot und die Leistungen auf tun.

Wie sieht die Zufriedenheit der einzelnen Kategorien detailliert aus?

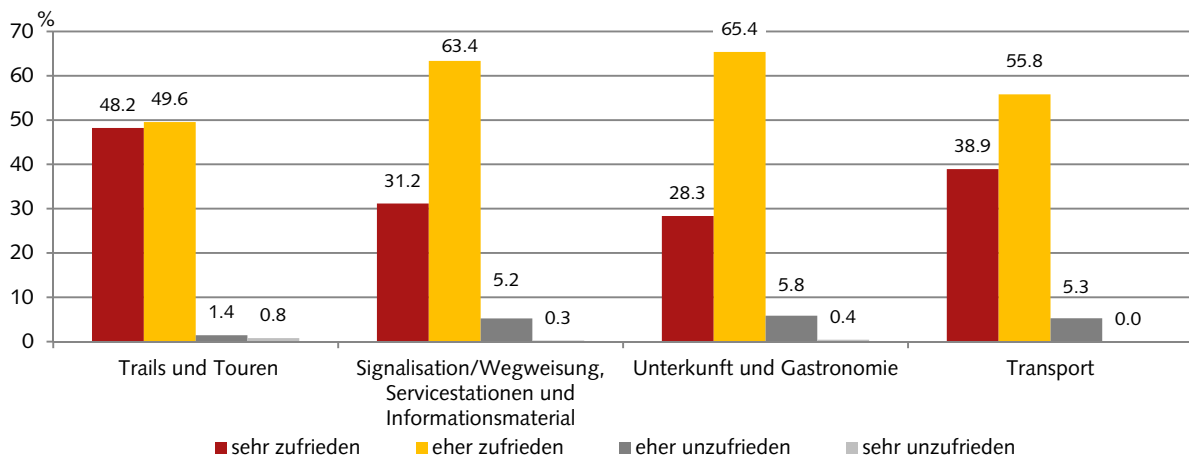


Abbildung 31: Gesamturteil Zufriedenheit detailliert (Ø n=756)

Die höchste Zufriedenheit ist bei den Trails und Touren zu sehen. Rund 48% der Befragten sind damit sehr zufrieden. Bei den anderen Kategorien ist die Zufriedenheit ebenfalls hoch, doch liegt für die Bewertung von sehr zufrieden noch Verbesserungspotential.

Welche Konflikte erleben die Mountainbike-Gäste und welchen Störfaktoren begegnen sie beim Biken?

Mit 1140 Nennungen haben rund 80% der Mountainbikerinnen und Mountainbiker bereits einmal einen Konflikt mit dem motorisierten Verkehr gehabt. Zwei von drei Mountainbike-Gästen sagen aus, bereits einmal einen Konflikt mit Wanderern gehabt zu haben. Über alles gesehen sind die Mountainbike-Gäste nicht häufig mit Konflikten konfrontiert. Bei der Betrachtung von häufigen und sehr häufigen Konfliktsituationen nennt jeder fünfte Bike-Gast Konflikte mit Wanderern als das grösste Konfliktpotential. Häufige und sehr häufige Konflikte mit anderen Bikern wurden 220 mal genannt, etwa gleich häufig wie mit dem motorisierten Verkehr und den Hunden.

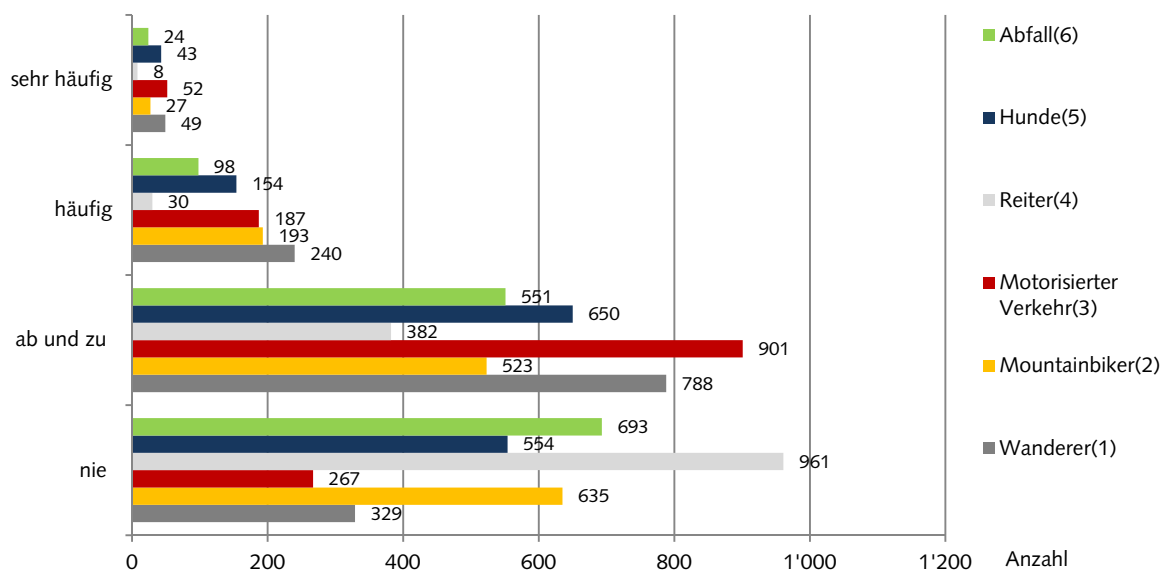


Abbildung 32: Störfaktoren und Konflikte (¹n=1406; ²n=1378; ³n=1407; ⁴n=1381; ⁵n=1401; ⁶n=1465)

Bei näherer Betrachtung der Konfliktorte aus Sicht der Biker wird deutlich, dass rund die Hälfte der bestehenden Konflikte zwischen den Mountainbike-Gästen und Wanderern (57.1%) und anderen Bike-Gästen (49.9%) auf Wald- und Flurwegen geschehen. Konflikte auf Singletrails sind mit 38.9% mit Wanderern und 39.1% mit Bikern weniger häufig genannt worden.

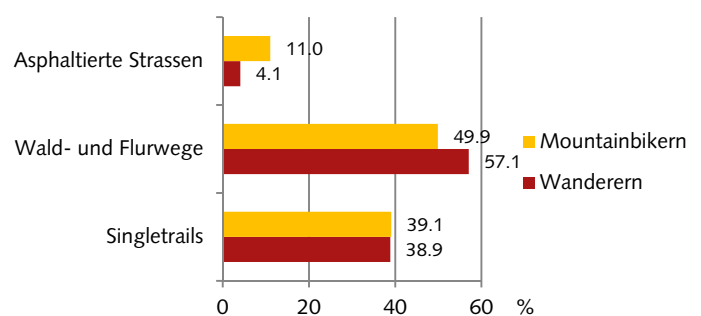


Abbildung 33: Konfliktorte detailliert (M n=944; W n=1204)

Wie viele Mountainbike-Gäste werden Graubünden als Bikedestination weiterempfehlen?

Mit einer Weiterempfehlungsrate von über 99% erreicht Graubünden als Bikedestination einen fantastischen Wert, der das Potential von Graubünden als Bikeparadies zeigt und die gute Qualität der bestehenden Angebote bestätigt.

Der verschwindend kleine Anteil von 0.6% ist dennoch interessant, finden sich dort doch Aussagen wie „zu teuer“, „schlechte Preis-Leistung im Vergleich mit anderen“ (Österreich), „Infrastruktur ausbaufähig“ sowie „zu viele Autos“ und „wenig Rücksicht auf Strassen“.

Diese hohe Weiterempfehlungsbereitschaft kombiniert mit dem Umfrageergebnis, dass sich knapp jeder Fünfte (siehe Abbildung 21) vor einem Aufenthalt bei Freunden und Bekannten informiert, sind wertvolle Resultate dieser Befragung. Zusätzlich nimmt gemäss der „Mediennutzung der Mountainbiker“ (Handbuch graubündenBIKE, Nr. 2.115) die Beliebtheit der online Aktivitäten zu und die Empfehlungen von Mountainbike-Gästen gewinnen an Bedeutung.

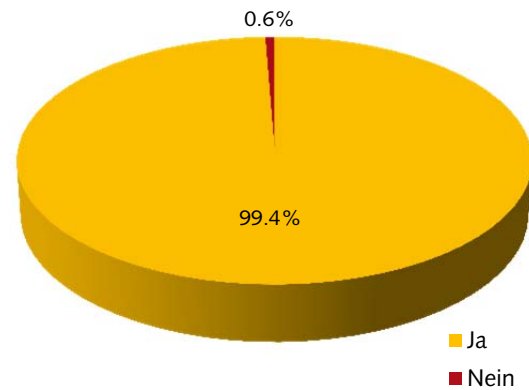


Abbildung 34: Weiterempfehlungsrate (n=1425)

2.4 Tagesausgaben

Wie hoch schätzen die Mountainbike-Gäste ihre durchschnittlichen Gesamtausgaben pro Tag ein?

Bei der Betrachtung der Gesamtausgaben pro Tag sind Kosten für die Übernachtung, den Transport und die Verpflegung berücksichtigt. Die Werte sind eigene Einschätzungen der befragten Personen und schliessen sowohl die Tagestouristen als auch die Übernachtungsgäste mit ein. Die Umfrage ermittelte durchschnittliche Tagesausgaben von CHF 159. Dieser Wert bestätigt, dass Mountainbikerinnen und Mountainbiker ein wirtschaftlich attraktives Gästesegment darstellen. Die Werte liegen leicht höher als Vergleichswerte aus anderen Studien, die Tagesausgaben von CHF 140 (Veloland Schweiz, 2001) für Fahrradfahrende, die Mehrtagesrouten auf dem Schweiz Mobil-Netzwerk absolvierten oder von CHF 128 (Rütter et al., 2001), welche die Übernachtungsgäste des Oberwallis auswiesen. Bei den Werten aus dem Wallis ist zu ergänzen, dass die Werte keine Reisekosten beinhalten, welche gemäss den Studienverfasser rund 20% ausmachen und somit noch ergänzt werden können. Die durchschnittlichen Tagesausgaben nach Bikertypen ergeben ein relativ ähnliches Bild. Zwischen CHF 157 bis 173 liegend die Mittelwerte für genussorientierte, wettkampforientierte und naturorientierte Biker. Lediglich die abwärtsorientierten Biker liegen mit CHF 140 etwas tiefer.

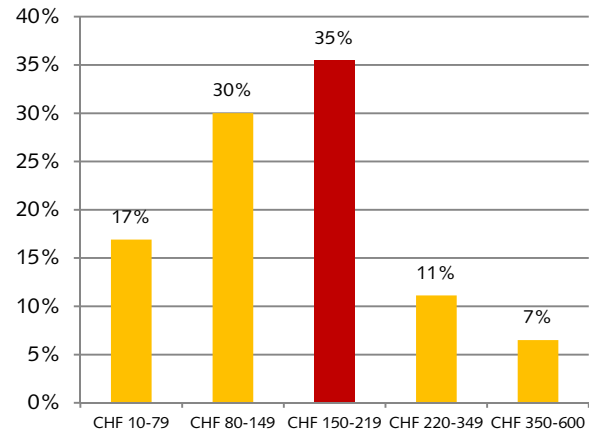


Abbildung 35: Verteilung Tagesausgaben (n=1383)

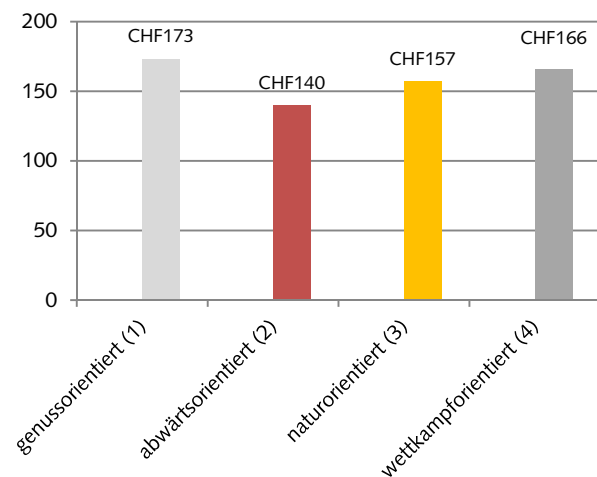


Abbildung 36: Durchschnittliche Tagesausgaben nach Bikertyp (1ⁿ=236; 2ⁿ=181; 3ⁿ=714; 4ⁿ=132)

Wie verteilen sich die durchschnittlichen Tagesausgaben nach Art der Unterkunft?

Erwartungsgemäss liegen Hotelgäste mit durchschnittlichen Tagesausgaben von CHF 190 am höchsten. Dieser Wert entspricht ziemlich genau den CHF 188, welche die Wertschöpfungsstudie im Kanton Wallis (Rütter et al., 2001) für die Sommergäste der Hotellerie berechnete. Für die Winter-Hotelgäste des Kantons Wallis kalkulierte die erwähnte Studie einen Wert von CHF 202.

Mit CHF 158 folgen die Ferienwohnungsgäste auf dem zweiten Platz. Die Bikegäste der eher günstigen Unterkunftsmöglichkeiten wie Berghütte, Camping und Privat liegen sehr ähnlich bei CHF 116-122 pro Tag. Im Wissen, dass mehr als die Hälfte der Bikegäste in Hotels übernachten (Abbildung 18) zeigen diese Ergebnisse die Bedeutung der Mountainbike-Gäste für den Sommertourismus in Graubünden klar auf.

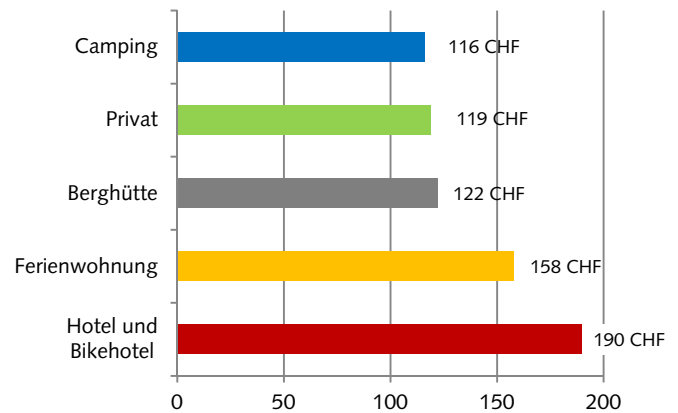


Abbildung 37: Ø Tagesausgaben nach Unterkunftsart (¹n=118; ²n=147; ³n=34; ⁴n=191; ⁵n=694)

3. Fazit

Eine flächendeckende und zeitlich über mehrere Monate dauernde Befragung ist eine logistische Herausforderung. Der Wunsch, so viel wie möglich von den Gästen zu erfahren, steht im Konflikt eines zu umfangreichen Fragebogens, der die befragten Personen zeitlich überfordert. Zudem ist es nicht einfach, die unterschiedlichen Bikertypen in ausreichend grosser Anzahl zu erreichen und zugleich auch zu motivieren, an der Befragung teilzunehmen. Zumal der Mountainbike-Gast mehrheitlich individuell unterwegs ist. Dank der Unterstützung von hilfsbereiten und fleissigen Anhängern des Mountainbikesports in Graubünden, konnten die gesteckten Ziele erreicht und aussagekräftige Ergebnisse ausgewertet werden.

Die Resultate der Befragung liefern eine Vielzahl von interessanten Erkenntnissen über die bestehenden Mountainbike-Gäste und helfen diese besser zu verstehen. Je nach persönlicher Sichtweise und aktueller Situation werden die Leserinnen und Leser dieser Ergebnisse verschiedene Schlussfolgerungen ziehen. Demzufolge fallen auch die entsprechend abgeleiteten Verbesserungsmassnahmen und Ideen für neue Angebote und Dienstleistungen unterschiedlich aus. Um dem Anspruch an situationsgerechte und zielkonforme Lösungen zu genügen, verzichtet die Studie an dieser Stelle allgemeingültige Empfehlungen zu formulieren.

Ein Hinweis gilt jedoch der wirtschaftlichen Bedeutung der Mountainbikerinnen und Mountainbiker. Die hohen täglichen Ausgaben bestätigen, dass der Bike-Gast eine wirtschaftlich interessante Zielgruppe ist, welche die Wertschöpfung im Sommertourismus in Graubünden nachhaltig steigern kann.

Abschliessend gilt es zu vermerken, dass eine Befragung bei den aktuellen Gästen das Risiko birgt, dass neue Entwicklungen und aufkommende Potentiale nicht erkannt werden, da diese Gäste nicht in Graubünden anzutreffen sind. Es ist zu beobachten, ob und wie sich neue Segmente auch ausserhalb Graubünden verbreiten und mit welchen Angeboten und Dienstleistungen diese für die eigene Region gewonnen werden können. Mit Sicherheit entwickeln sich die Bedürfnisse der Mountainbike-Gäste auch in den kommenden Jahren sehr dynamisch und erfordern eine stetige Verbesserung des aktuellen Status quo.

Die hohen Zufriedenheitswerte und die fast uneingeschränkte Weiterempfehlungsbereitschaft der Mountainbike-Gäste bestätigen, dass Graubünden beste Voraussetzungen besitzt, um sich national und international zu einer führenden Bike-Destination zu entwickeln.

4. Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Nationalität der Mountainbike-Gäste	4
Abbildung 2: Geschlecht der Mountainbike-Gäste	5
Abbildung 3: Alter der Mountainbike-Gäste	5
Abbildung 4: Altersverteilung nach Geschlecht.....	6
Abbildung 5: Altersverteilung im Vergleich zur Gesamtbevölkerung	6
Abbildung 6: Mit wem ist der Mountainbike-Gast unterwegs?	7
Abbildung 7: Durchschnittliche Höhenmeter pro Tour.....	7
Abbildung 8: Motive der Mountainbike-Gäste	8
Abbildung 9: Bike-Gäste auch Wintergäste	9
Abbildung 10: Weitere Sportaktivitäten der Bike-Gäste	9
Abbildung 11: Berufsstatus und Angestelltenverhältnis	10
Abbildung 12: Bildungsstand	10
Abbildung 13: Bikertypologien.....	11
Abbildung 14: Definition Bikertypologien.....	12
Abbildung 15: Altersverteilung nach Bikertypen	13
Abbildung 16: Tages- vs. Übernachtungsgäste.....	14
Abbildung 17: Aufenthaltsdauer der Übernachtungsgäste.....	15
Abbildung 18: Unterkunftsart der Übernachtungsgäste.....	15
Abbildung 19: Anzahl Besuche der Tagesgäste.....	16
Abbildung 20: Anzahl Besuche nach Bikertyp	16
Abbildung 21: Informationsverhalten für Aufenthalt	17
Abbildung 22: Informationsverhalten für Aufenthalt nach Bikertyp	17
Abbildung 23: Buchungsverhalten für Aufenthalt.....	18
Abbildung 24: Informationsverhalten Touren	18
Abbildung 25: Informationsverhalten für Touren nach Bikertyp.....	19
Abbildung 26: Wichtigkeit und Zufriedenheit Trails und Touren	20
Abbildung 27: Wichtigkeit und Zufriedenheit Infrastruktur und Informationsmaterial	20
Abbildung 28: Wichtigkeit und Zufriedenheit Unterkunft und Gastronomie	21
Abbildung 29: Wichtigkeit und Zufriedenheit Transport	21
Abbildung 30: Gesamtzufriedenheit.....	22
Abbildung 31: Gesamturteil Zufriedenheit detailliert.....	22
Abbildung 32: Störfaktoren und Konflikte	23
Abbildung 33: Konfliktorte detailliert	23
Abbildung 34: Weiterempfehlungsrate	24
Abbildung 35: Verteilung Tagesausgaben	25
Abbildung 36: Durchschnittliche Tagesausgaben nach Bikertyp.....	25
Abbildung 37: Ø Tagesausgaben nach Unterkunftsart	26

5. Quellen

AWT - Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden (2010). *Beherbergungsstatistik HESTA: Nachfrage nach Herkunftsländern (2005-2010)*.

AWT - Amt für Wirtschaft und Tourismus Graubünden (2011). *Beherbergungsstatistik HESTA: Angebot und Nachfrage nach Monate (1992-2011)*.

DIMB – Deutsche Initiative Mountain Bike e.V. (2010). *Grosse Bikerumfrage 2010*.

Online: www.dimb.de

Handbuch graubündenBIKE, 2.110 (2011). *Mountainbike-Kompodium*. Online:

www.graubuendenbike.ch

Handbuch graubündenBIKE, 2.115 (2011). *Mediennutzung der Mountainbiker*. Online:

www.graubuendenbike.ch

Huser, Christian (2006). *Der Mountainbiker*. Markforschung Schweiz Tourismus, Zürich.

HTW Chur (2011). Kantonsbefragung GR: *Gästescreening*. ITF, Chur.

Rütter et al., (2001). *Der Tourismus im Wallis - Wertschöpfungsstudie*. Rütter und Partner, Visp.

Veloland Schweiz (2001). *Resultate der Zählungen und Befragungen 2000. Erhebung des Veloverkehrs auf den nationalen Routen im Veloland Schweiz*. Stiftung Veloland Schweiz, Bern.