

Bike Tracking CH-DE 2013

Einführung

Um marktgerechte Packages zu entwickeln und zu verkaufen, hat graubündenBIKE bereits 2013 einen zweitägigen Workshop mit lokalen Leistungsträgern und externen Veranstaltern durchgeführt. Damit weitere Verkaufspunkte und Vertriebskanäle für die Mountainbike-Angebote gefunden und geöffnet werden können, wurde im April 2014 ein anknüpfender Workshop organisiert. Der Fokus lag dabei auf die Konkretisierung von Angebotsideen in Bezug auf das Produktmanagement und die Vermarktung.

Schon heute durchqueren unzählige Mountainbiker verschiedene Regionen Graubündens. Wer sie sind, woher sie kommen oder wie sie den Weg nach Graubünden gefunden haben ist dank der Befragung aus dem Jahr 2011 bekannt. Um die Vermarktungsaktivitäten gegenüber neuen, potentiellen Gästen zu prüfen und gegebenenfalls anzupassen, wurde eine Befragung der Mountainbiker in den Kernmärkten Schweiz und Süddeutschland durchgeführt. Die Resultate der Studie sind im Bericht im Anhang zusammengefasst.

Autorinnen: Sara Meyer, GfK Switzerland

Erstausgabe: 17.06.2013

GRAUBÜNDEN FERIEN BIKE TRACKING CH | DE

Report der GfK Switzerland AG

1. Studiendesign	3
2. Management Summary	7
3. Profiling	13
4. Bike-Gewohnheiten	18
5. Bike-Urlaub	25
6. Bike-Region Graubünden I Bekanntheit	35
7. Bike-Region Graubünden I Spontanassoziationen im Wettbewerbsvergleich	45
8. Marketing graubündenBIKE	56
9. Kampagnenevaluation I Bunnyflop	64
10. Statistik	72





Studiendesign

Eckdaten

Auftraggeber	Graubünden Ferien Gieri Spescha
Institut	GfK Switzerland AG Sara Meyer, Division Manager GfK Brand Insight Jolanda Lombriser, Coordinator GfK Brand Insight
Grund- gesamtheit	Bevölkerung der Deutschschweiz, von Bayern und Baden Württemberg, die Biken, im Alter zwischen 20 und 74 Jahre
Erhebungs- zeitraum	29. April bis 26. Mai 2013
Quantitative Methode	Online Interviews (CAWI) n=2139 Interviews Vollstrukturierter Fragebogen
Reporting	PPT Chartbook inklusive Management Summary und Handlungsempfehlung, deskriptive Analysen
Projekt- nummer	1027290





Studienstruktur Schweiz (n=1'829)



	1'533 Männlich	296 Weiblich		
	208 20-29 Jahre	1'182 30-49 Jahre	439 50-74 Jahre	
	96 tief	889 mittel	587 hoch	257 verweigert
	1'576 Bike-Experte	203 Hobby-Biker	50 Gelegenheits-Biker	

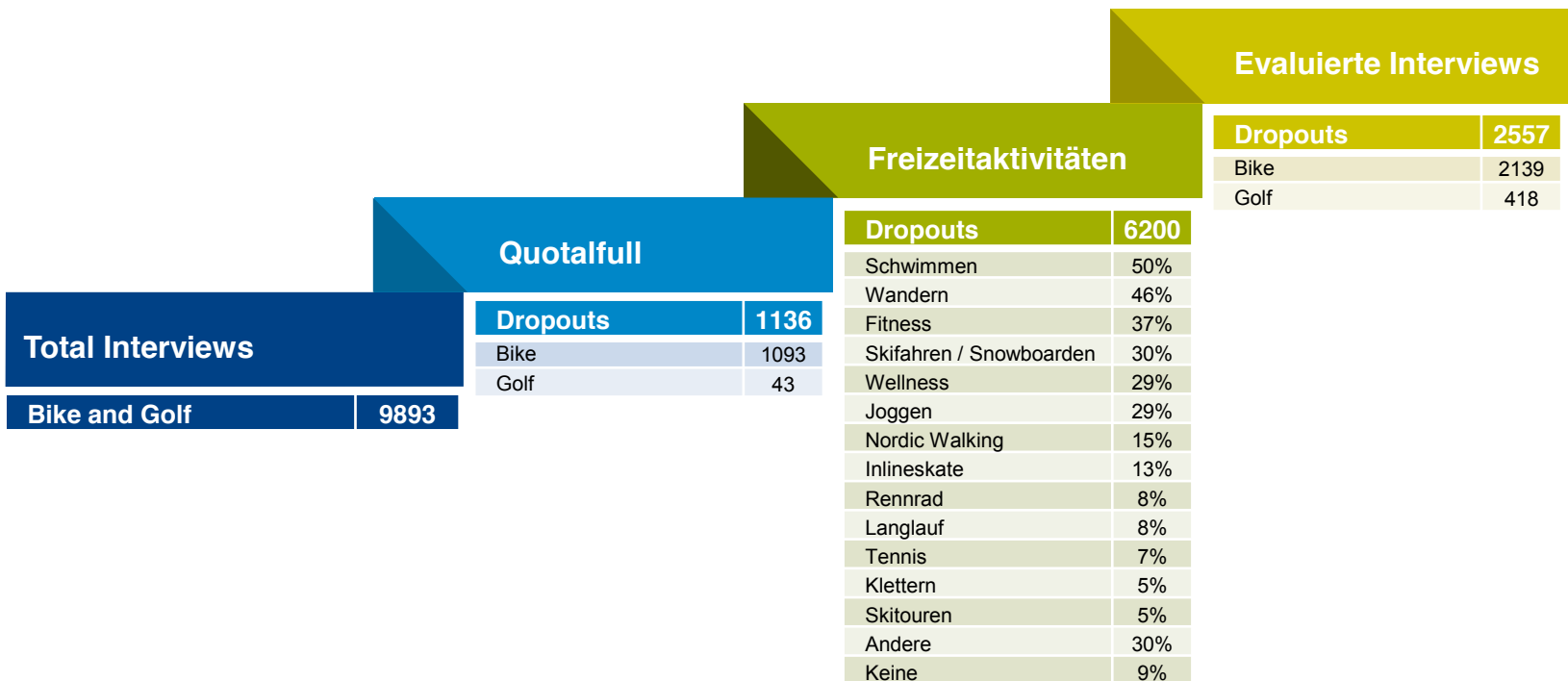
Studienstruktur Deutschland (n=310)











	200 Männlich	110 Weiblich		
	97 20-29 Jahre	162 30-49 Jahre	51 50-74 Jahre	
	76 tief	169 mittel	27 hoch	38 verweigert
	246 Bike-Experte	42 Hobby-Biker	22 Gelegenheits-Biker	



Dropouts



Farbcodes & Icons

-  Total
-   Schweiz
-   Deutschland
-  Bike-Experte
-  Hobby-Biker
-  Gelegenheits-Biker



Steht vor einem Statement ein Biker verweist dies darauf, dass das Statement in der jeweiligen Zielgruppe am häufigsten genannt wurde. Bitte auch Farbcode beachten.

Management Summary

INSIGHT

Graubünden ist als Bike-Destination fest verankert. Der Hebel liegt im Streckenangebot und weniger in der Infrastruktur.

graubündenBIKE

Das Marketing graubündenBIKE macht sich bezahlt, die Region ist bei den Bikern in der Schweiz und in Deutschland gut verankert. Der Fokus des Marketings sollte nun vermehrt auf das Streckenangebot verlagert werden. Dadurch lässt sich die Besuchsfrequenz von Schweizer Bikern über Tages- und Wochenendausflüge weiter steigern. Zudem bringt es den deutschen Gästen die Vorzüge neben der Berglandschaft näher. Der deutsche Tourist lässt sich zudem über das Gesamterlebnis mittels kombinierter Aktivferien abholen. Die Möglichkeit der Bike-Miete ist für ihn dabei von Vorteil.

ZIELGRUPPENMARKETING

Die Hauptzielgruppe sind **Bike-Experten**, da sie das Angebot sehr schätzen und auch längere Anreisen in Kauf nehmen. Weil sie sich gerne vernetzen und auf Tipps achten, könnte graubündenBIKE ein Expertenportal resp. Forum zum aktiven Austausch einrichten. Zudem könnte über GPS-Checkpoints in der Region (GPS-Miete oder Tourendownload) ein klarer Mehrwert geschaffen werden.

Hobby-Biker sprechen eher auf Einsteigerangebote an, die auch preislich interessant sind. Die Tourenpackages müssten mit Schwierigkeitsgraden unterlegt sein, um die Hemmschwelle zu senken. Das Angebot an geführten Touren ist für diese Zielgruppe besonders wichtig.

Gelegenheits-Biker lassen sich des weiteren über Familienpakete motivieren. Die Ansprache erfolgt mit Vorteil vor Ort, wenn sie bereits in der Region sind und sich zu einer Tagestour oder einem Training anmelden können.

KAMPAGNE HELDEN DER BERGE

Die Kampagne ist originell und einzigartig, sollte jedoch noch stärker mit dem Angebot verlinkt werden, da sie sonst ausschliesslich der Positionierung dient. Der Abspann müsste beispielsweise dahingehend lauten, dass es in Graubünden Bike-Routen und Singletrails in allen Schwierigkeitsstufen gibt. Für die deutsche Zielgruppe müsste der Spot zudem sprachlich assimiliert werden.

Biker-Profile

Die grosse Mehrheit der Befragten sind **Bike-Experten**. Sie sind mindestens einmal pro Woche auf dem Bike, fahren anspruchsvolles Gelände und sind gelegentlich bis häufig in Graubünden unterwegs. Ihnen ist ein gutes Angebot an Singletrails und Bike-Routen am wichtigsten. Der **Hobby-Biker** ist etwas gemüthlicher, zumindest aber gelegentlich auch in Graubünden unterwegs. Für ihn sind markierte Bike-Routen am wichtigsten. Im Bike-Urlaub sucht er nach Abwechslung, indem er anderen sportlichen und kulturellen Aktivitäten nachgeht. Der **Gelegenheits-Biker** bildet das kleinste Segment. Hier findet sich auch ein höherer Frauenanteil. Diese Biker schätzen den Komfort einer markierten Route ebenso wie das Hotel in der Nähe. Sie können auch mal nichts tun und sind weniger an kulturellen und gastronomischen Erlebnissen interessiert als die anderen Biker.

Bike im Alltag

Biker sind gerne draussen in der **Natur** unterwegs und wollen **fit bleiben**. Letzteres ist vor allem für Hobby- und Gelegenheits-Biker wichtig, während Bike-Experten in erster Linie Spass und Abenteuer suchen. Sie präferieren aus diesem Grund anspruchsvolle Singletrails, während die anderen Biker eher Wald- und Flurwege wählen.

Kürzere Touren stehen für alle Biker an oberster Stelle. Experten und Hobby-Biker unternehmen auch gerne **Tagestouren**. Dabei sind Bike-Experten für Tagestouren deutlich häufiger mit dem Auto unterwegs, während Hobby-Biker in der Region bleiben oder kürzere Anreisen mit dem Zug in Kauf nehmen.

Wochenend-Touren und **Bike-Urlaube** sind vorwiegend unter den Bike-Experten zu beobachten. Schweizer verbringen zudem signifikant häufiger Aktivferien mit dem Bike als ihre deutschen Bike-Kollegen.

Bike-Urlaub

Die Befragten verbringen ihren **Bike-Urlaub** am häufigsten mit Freunden oder Partner/in im eigenen Land. Die Aufenthaltsdauer beträgt dabei zumeist 2 bis 3 Tage. Schweizer tendieren zu etwas längeren Aufenthalten im eigenen Land. Deutsche verbringen den Urlaub wiederum signifikant öfter mit Partner oder Partnerin als Schweizer. Und Gelegenheits-Biker schätzen Familien-Angebote.

Die präferierten Auslandsdestinationen der **Schweizer Biker** sind Italien, gefolgt von Österreich und Frankreich. Italien verzeichnet die mit Abstand höchste Wiederbesuchsrate. Bike-Experten sind Gourmets mit Liebe zu Land und Leuten, was die Präferenz für Italien zumindest teilweise erklären könnte. Die Schweizer bleiben meistens 6 bis 7 Tage.

Deutsche Biker fahren am häufigsten nach Österreich, vor Italien und der Schweiz. Die Schweiz wird jedoch häufiger wieder aufgesucht als die beiden anderen Ländern. Deutsche Biker präferieren das Gesamterlebnis, wollen auch wandern, Land und Leute kennen lernen, Kunst und Kultur erleben, nichts tun oder shoppen.

Urlaub Schweiz

Die spontan **bekannteste Schweizer Bike-Region** ist mit grossem Abstand Graubünden vor Wallis, Berner Oberland und Tessin. Die Mehrheit der Schweizer Biker (80%) ist zumindest ab und zu mit dem Bike in Graubünden unterwegs. Auch unter den deutschen Bikern sind es noch knapp 40%. Sie sind zwar mit dem Tirol und der Region Gardasee/Trentino besser vertraut, zeigen aber dennoch ein Interesse an Graubünden. Knapp die Hälfte der deutschen Biker hat sich schon einmal über Graubünden als Bike-Destination informiert.

Assoziation GB

Biker assoziieren mit **Graubünden** abwechslungsreiche und gute Singletrails resp. Bike-Routen in schöner Berglandschaft. Die Region gilt als bikefreundlich, mit attraktiven Angeboten und Services für Biker.

Im **Wallis** steht die Natur im Vordergrund, in Kombination mit einem ebenfalls guten Angebot an Singletrails und Bike-Routen. Die Region wird häufiger auch mit anspruchsvollen und anstrengenden Bergfahrten assoziiert. Services für Biker werden deutlich seltener genannt.

Das **Tirol** steht in erster Linie für Gastfreundschaft in schöner Natur. Obwohl mehr Services für Biker assoziiert werden als im Wallis, scheint das Angebot an Singletrails und Bike-Routen weniger bekannt zu sein.

graubündenBIKE

Das generelle **Angebot für Biker** in Graubünden ist den Befragten zumindest teilweise bekannt, ein Drittel kennt es sogar gut. Selbst die einzelnen Servicedienstleistungen von graubündenBIKE sind noch über der Hälfte der Befragten bekannt. Während Schweizer Biker auch im Detail über Services wie Bike-Miete, Trainingsangebote oder Gepäcktransfer informiert sind, kennen Biker aus Deutschland diese signifikant weniger.

Am wichtigsten sind allen Befragten **markierte Bike-Routen** und – vor allem den Experten – auch Singletrails. Logistischer Komfort wie Hotels in der Nähe, Transport durch die Bergbahn oder im Zug sind wesentlich wichtiger als bikespezifische Angebote wie Gepäcktransfer oder Packages.

Die Befragten sind sich einig, dass die Region graubündenBIKE top ist. **Optimierungspotenzial** besteht aus ihrer Sicht im Ausbau der Bikestrecken über alle Schwierigkeitsgrade, einer Verbesserung der Beschilderung, günstigeren Preisen sowie einem einfachen, überregionalen Bikertransport.

Information

Die Biker **informieren** sich generell am häufigsten über Websites (Bikesites, Destinationen, Tipps) oder über Freunde und Kollegen. Deutsche Biker nutzen auch häufig den Google Search, während Schweizer eher konkrete Tipps bevorzugen.

Logistik

Das präferierte Transportmittel für die **Anreise** ist das Auto. Zudem können sich Schweizer eher als Deutsche vorstellen, auch mit dem Zug anzureisen. Die Biker **übernachten** am liebsten im Hotel, deutsche Gäste tendieren darüber hinaus auch zu Ferienwohnungen, B&Bs und Campingplätzen. Zudem schliessen sie auch SAC-/Berghütten und Bauernhöfe nicht aus.

Kampagne

Graubünden verzeichnet mit insgesamt 73% eine hohe ungestützte Werbeawareness im In- und Ausland. Alle weiteren Schweizer Bike-Destinationen erzielen Werte unter 20%. Die Werbung ‚**Bunnyflop**‘ ist für Schweizer klar zuordenbar sowie einzigartig und erzielt daher eine aktive Spitzenverankerung von 37%. Den deutschen Bikern fällt die korrekte Allokation deutlich schwerer, was sich in einer aktiven Erinnerung von 10% niederschlägt. Etliche ordnen die Kampagne einfach generell der Schweiz, aber keiner spezifischen Region zu. Der Werbekontakt erfolgte nahezu ausschliesslich über das Internet. Einige Gelegenheits-Biker meinen auch, die Werbung in Mailings gesehen zu haben.

Die Werbung ‚Bunnyflop‘ gefällt den Befragten, wird als einzigartig und originell wahrgenommen. Sie verzeichnet aber ein eher schwaches **Aktivierungsprofil**. Der Link zu der Region ist nicht offensichtlich und der Spot animiert die Befragten nach eigener Angabe eher weniger zu einem Besuch.

Profiling

Profiling

Bike-Profile basierend auf Häufigkeit von Biken

Häufigkeit von Biken



Bike-Experte

n=1822 | CH n=1'576 | DE n=246

Respondents, die mindestens 1 Mal pro Woche biken



Hobby-Biker

n=245 | CH n=203 | DE n=42

Respondents, die zwischen 7 und 10 Mal pro Saison biken



Gelegenheits-Biker

n=72 | CH n=50 | DE n=22

Respondents, die zwischen 3 und 6 Mal pro Saison biken



Bike-Experte (85%)



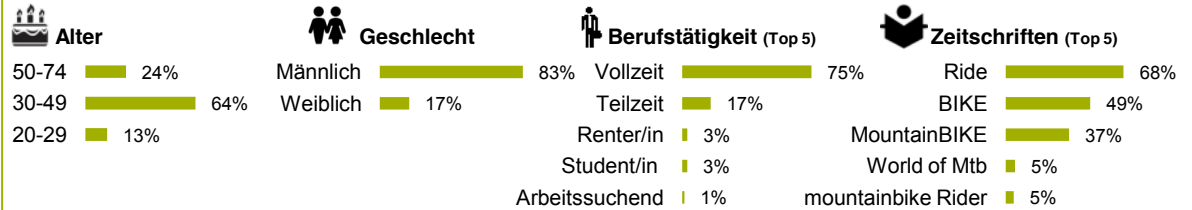
Wer bin ich?

Ich bin zwischen 30 und 49 Jahre alt, männlich und arbeite Vollzeit. Ich bike mindestens einmal in der Woche. Die Devise lautet: Spass haben, fit bleiben und draussen in der Natur sein. Ich fahre Allmountain, Cross-Country, Enduro sowie Downhill Bikes und bevorzuge Singletrails und Bike-Routen, je schwieriger desto besser.

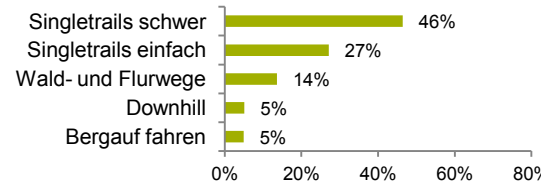
Ich bin ab und zu in Graubünden mit dem Bike unterwegs. Von graubündenBIKE habe ich zumindest schon einmal gehört. Eine gute Bikeregion bietet mir vor allem ein ausgeprägtes Bike-Adventure. Hotels in der Nähe und Transportmöglichkeiten schätze ich zwar, sie sind aber nicht entscheidend.

Ich lese das Ride-Magazin, aber auch BIKE und MountainBIKE. Über das Angebot in Graubünden informiere ich mich auf regionalen und Bike-Websites. Tipps von Freunden, Kollegen und auf Internetseiten sind willkommen.

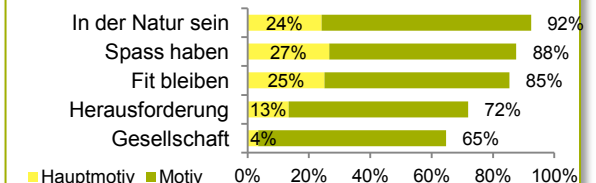
Statistik



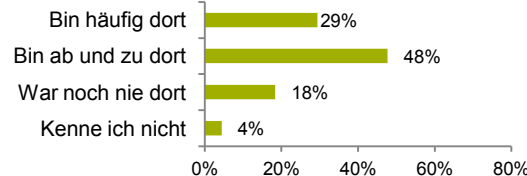
Lieblingsgelände (Top 5)



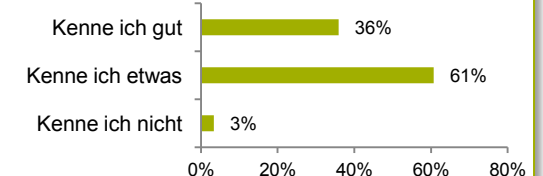
Motive fürs Biken (Top 5)



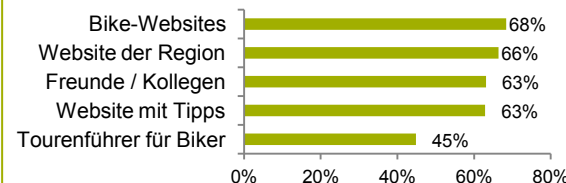
Bekanntheit Graubünden



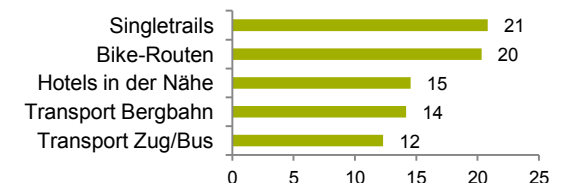
Bekanntheit graubündenBIKE



Informationskanäle (Top 5)



Wichtige Services (Top 5)



Hobby-Biker (11%)



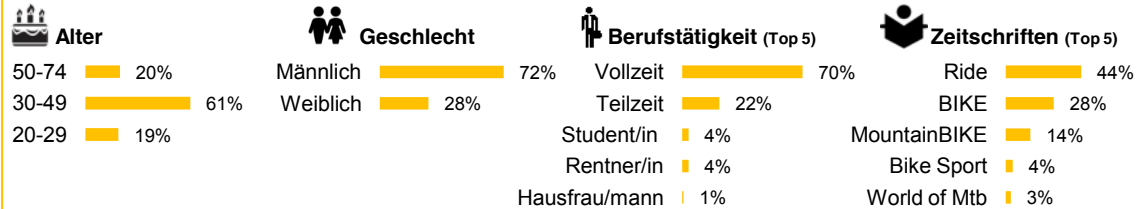
Wer bin ich?

Ich bin zwischen 30 und 49 Jahre alt, männlich und vollzeitbeschäftigt. Ich bike regelmässig, um fit zu bleiben und draussen in der Natur zu sein. Ich fahre vorwiegend Allmountain oder Cross-Country Bikes und mag am liebsten Wald- und Flurwege sowie einfache Singletrails. Extrembiken liegt mir nicht.

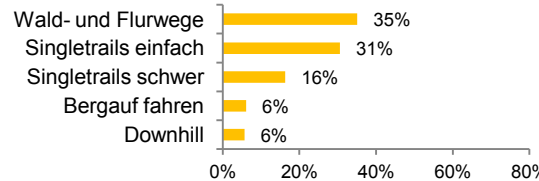
Ich war schon mit dem Bike in Graubünden unterwegs und habe vom Angebot graubündenBIKE gehört. Für mich sind markierte Bike-Routen und Singletrails wichtig. Zudem schätze ich den Transport mit der Bergbahn und das Hotel in der Nähe.

Mein favorisiertes Bike-Magazin ist Ride, gefolgt von BIKE und MountainBIKE. Über die Angebote in Graubünden informiere ich mich auf der Website der Region oder auf Internetseiten mit Tipps. Freunde und Kollegen sind dabei ebenso wichtig wie Bike-Sites.

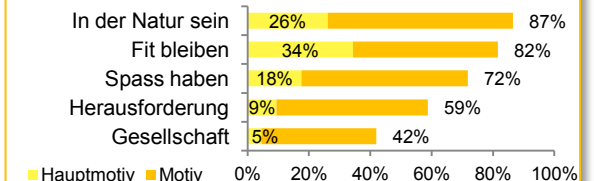
Statistik



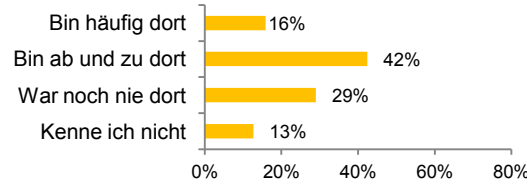
Lieblingsgelände (Top 5)



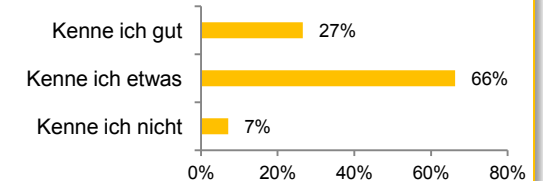
Motive fürs Biken (Top 5)



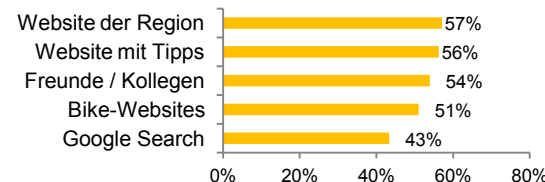
Bekanntheit Graubünden



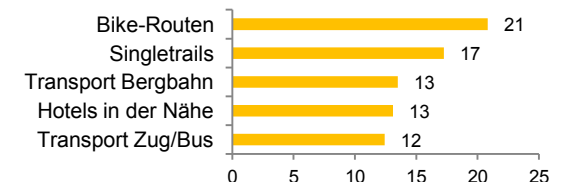
Bekanntheit graubündenBIKE



Informationskanäle (Top 5)



Wichtige Services (Top 5)



Profiling

Gelegenheits-Biker

Gelegenheits-Biker (3%)



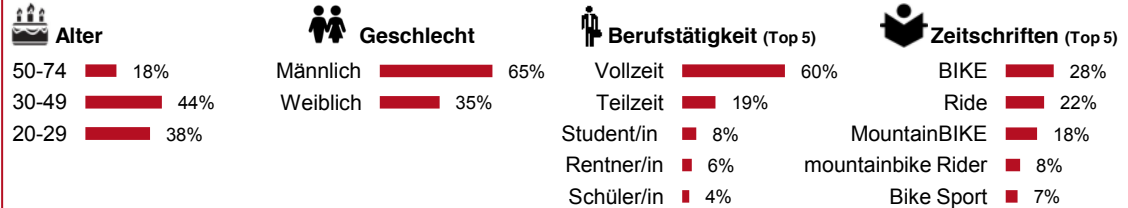
Wer bin ich?

Ich bin zwischen 30 und 49 Jahre alt, häufiger aber auch noch unter 30. Ich bin männlich und arbeite Vollzeit, kenne aber auch etliche Frauen, die so unterwegs sind wie ich. Beim Biken sind mir Fitness und Naturerlebnis gleichermaßen wichtig. Ich fahre hauptsächlich Allmountain, Cross-Country oder Freeride-Bikes und präferiere Wald- oder Flurwege, seltener einfache Singletrails. Ich bin nur unregelmässig auf dem Bike und wähle daher einfacheres Gelände.

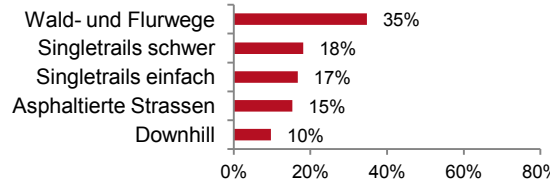
In Graubünden bike ich eher seltener. Von graubündenBIKE habe ich gehört, kenne es aber nicht gut. Ich schätze Komfort durch markierte Bike-Routen und einem Hotel in der Nähe. Singletrails und Transportmöglichkeiten sind weniger wichtig.

Ich lese ab und zu Bike-Magazine und informiere mich bei Freunden und Kollegen oder über Websites der Region.

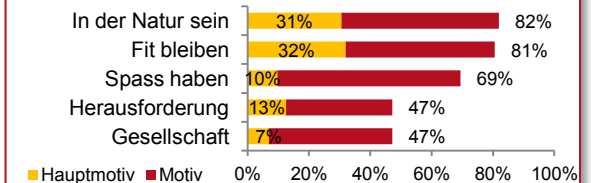
Statistik



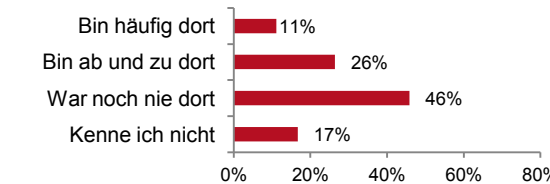
Lieblingsgelände (Top 5)



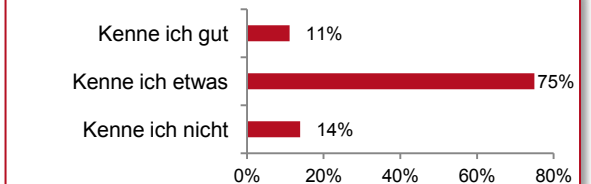
Motive fürs Biken (Top 5)



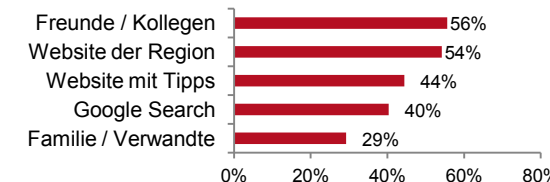
Bekanntheit Graubünden



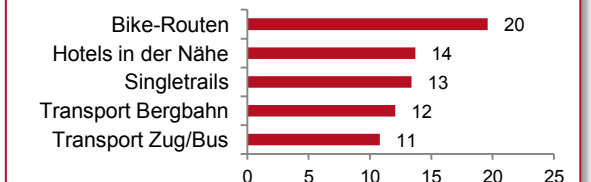
Bekanntheit graubündenBIKE



Informationskanäle (Top 5)



Wichtige Services (Top 5)



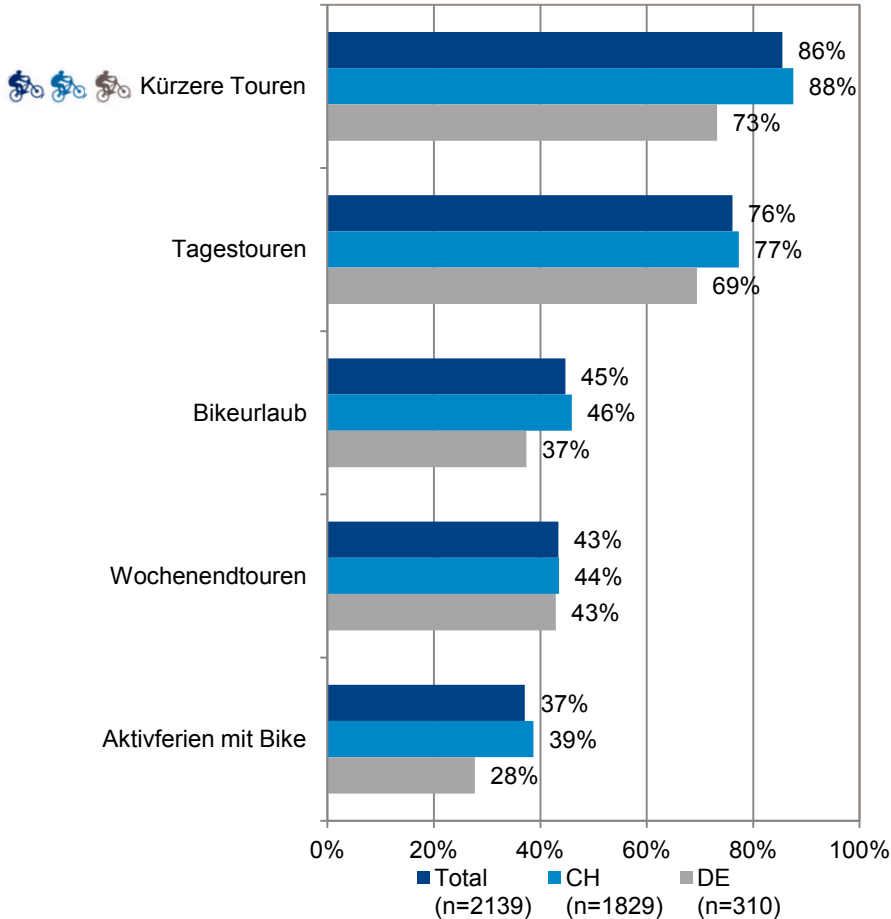
Bike-Gewohnheiten

Bike-Gewohnheiten

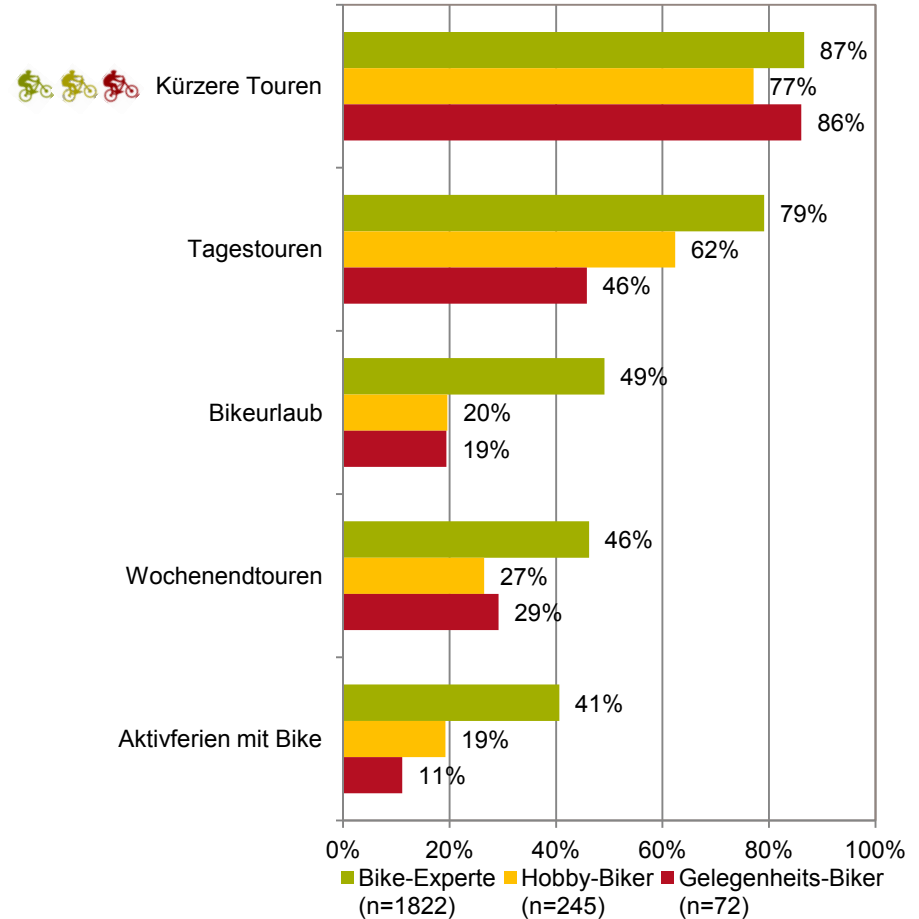
Ausflugsarten



Region



Segmente



U1 Wie lange sind Sie mit dem Bike unterwegs?

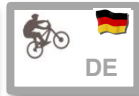
n=2139 | geschlossene Frage | in Prozent

© GfK Switzerland AG | Graubünden Ferien | BIKE | Juni 2013



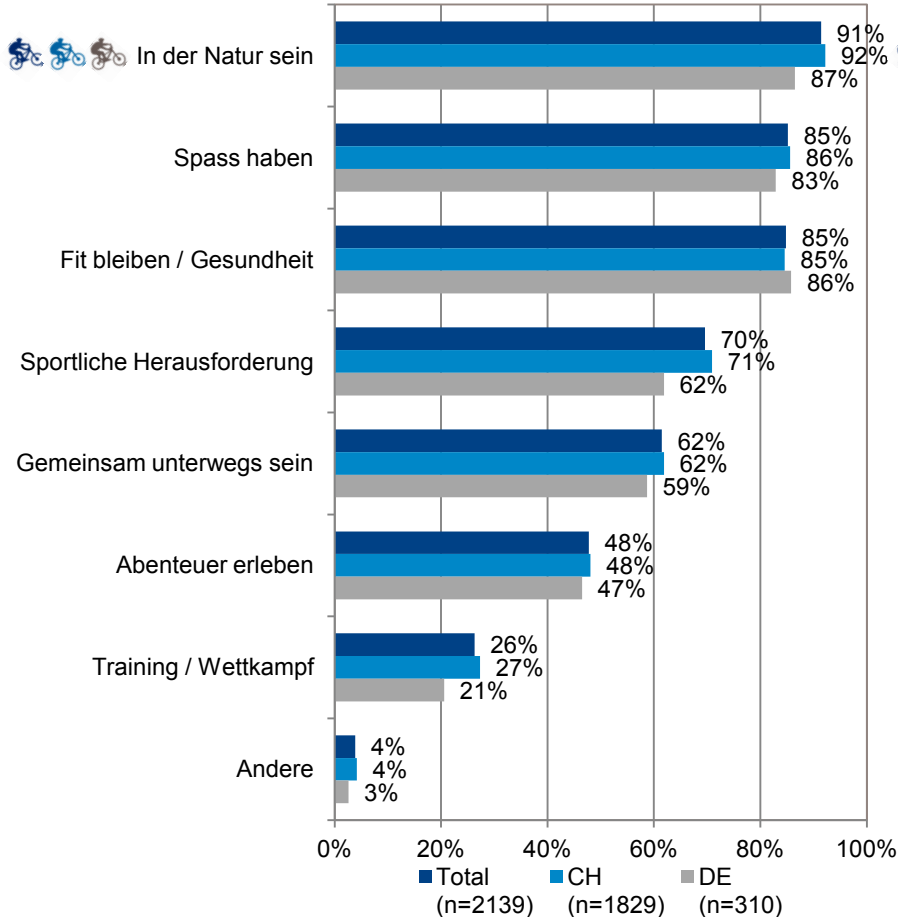
Bike-Gewohnheiten

Hauptmotive und Gründe fürs Biken

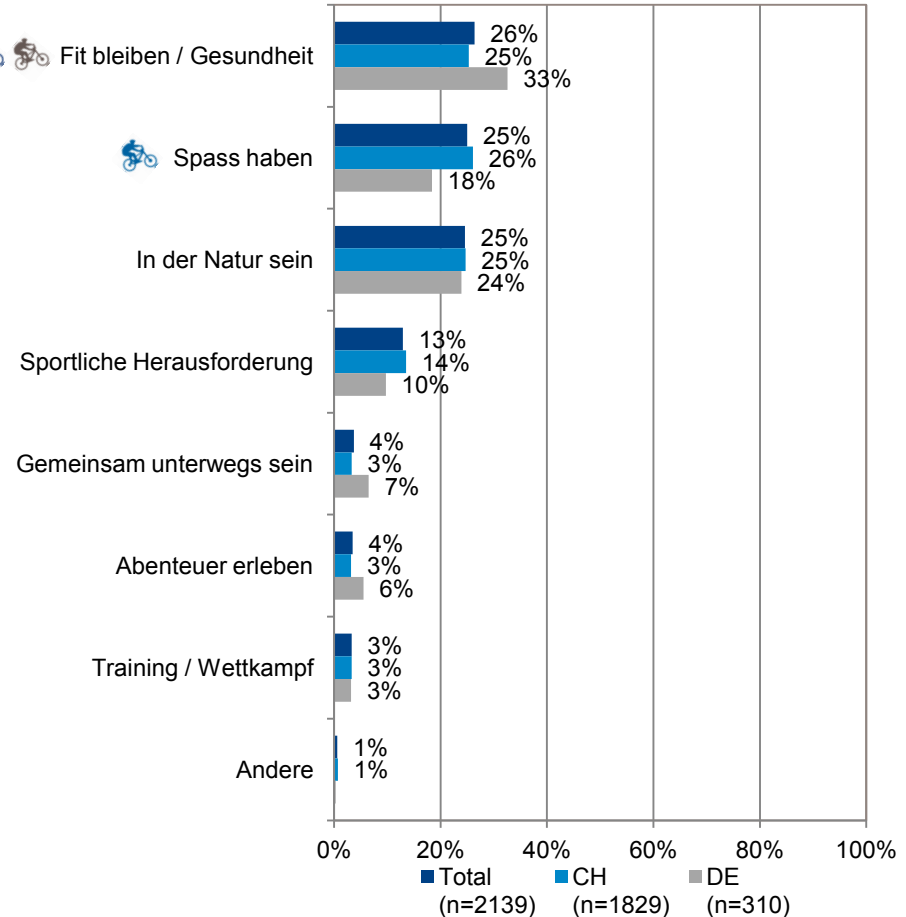


Region

Motive



Hauptmotive



B3.1 Welche Gründe fürs Biken treffen auf Sie zu?
 B3.2 Welches ist der Hauptgrund fürs Biken bei Ihnen?
 n=2139 | geschlossene Frage | in Prozent



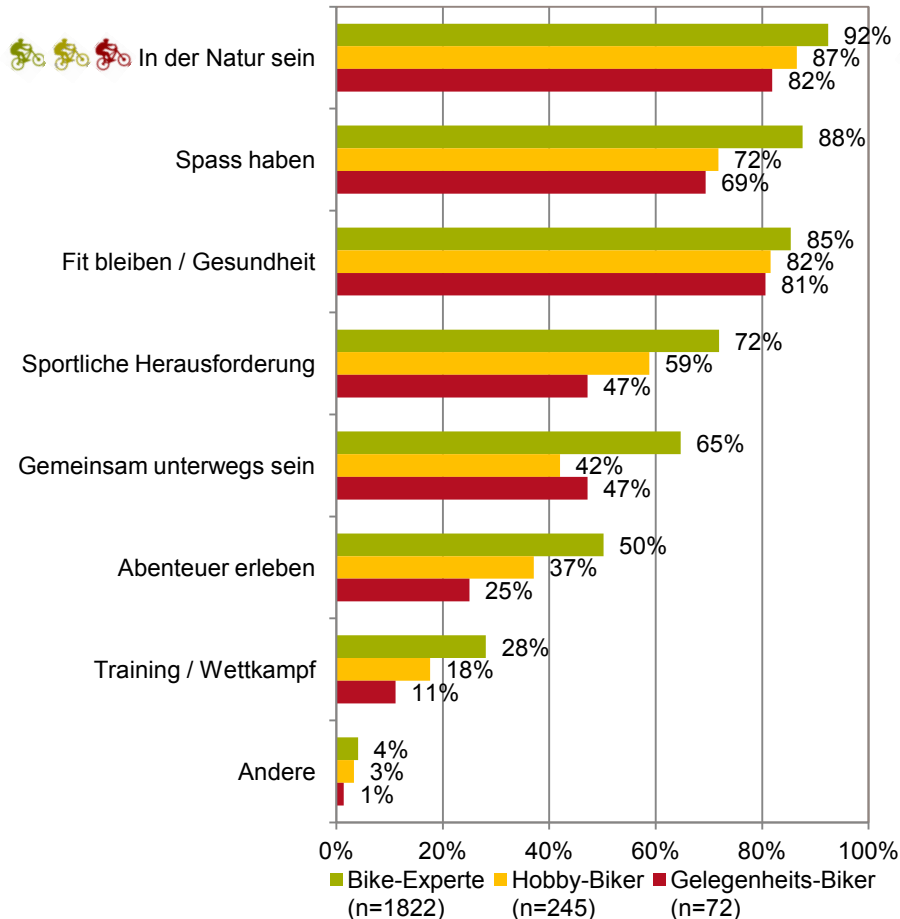
Bike-Gewohnheiten

Hauptmotive und Gründe fürs Biken – nach Segmenten

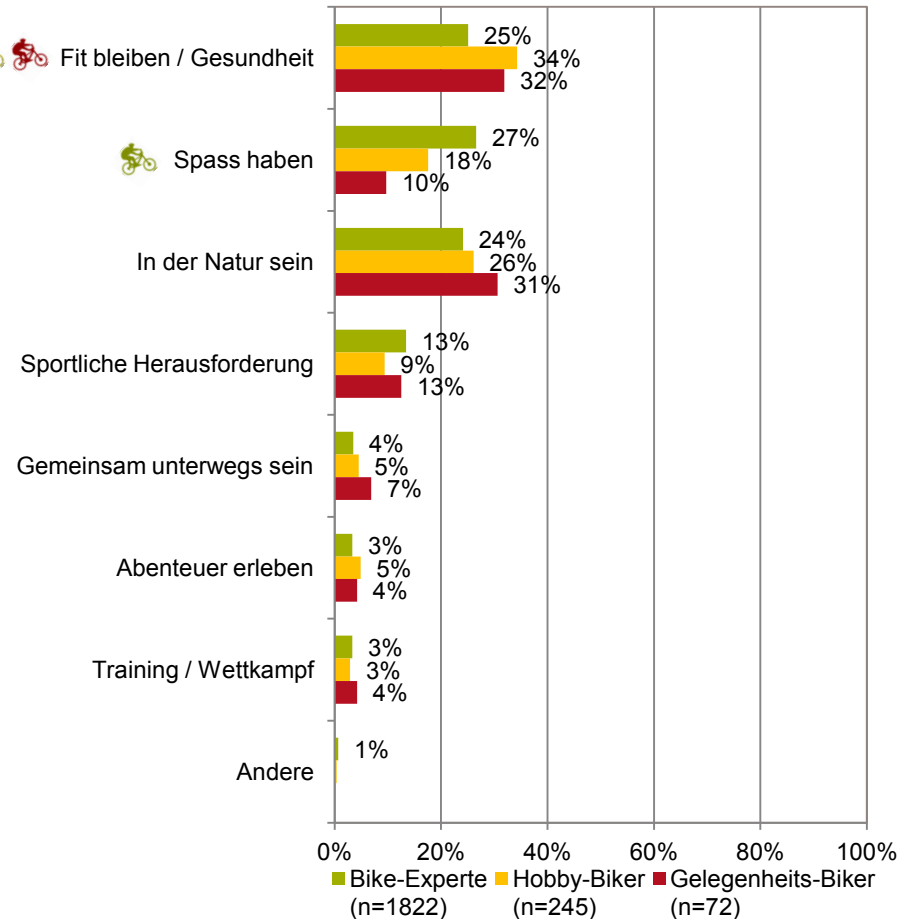


Segmente

Motive



Hauptmotive



B3.1 Welche Gründe fürs Biken treffen auf Sie zu?

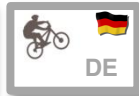
B3.2 Welches ist der Hauptgrund fürs Biken bei Ihnen?

n=2139 | geschlossene Frage | in Prozent



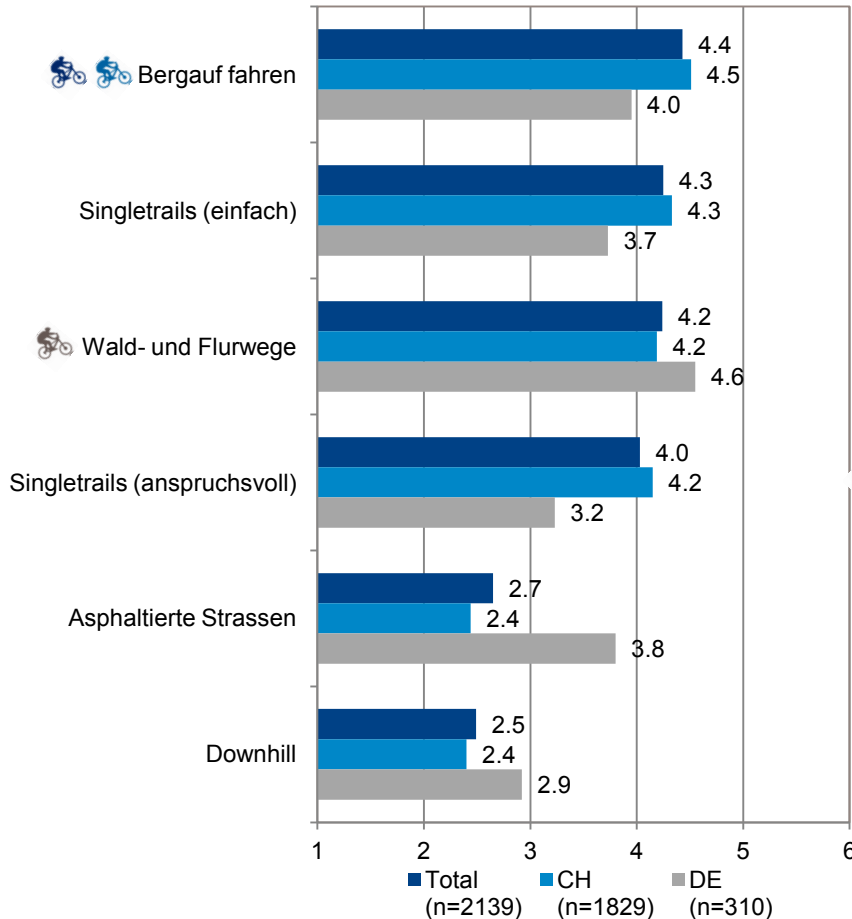
Bike-Gewohnheiten

Geländepräferenzen

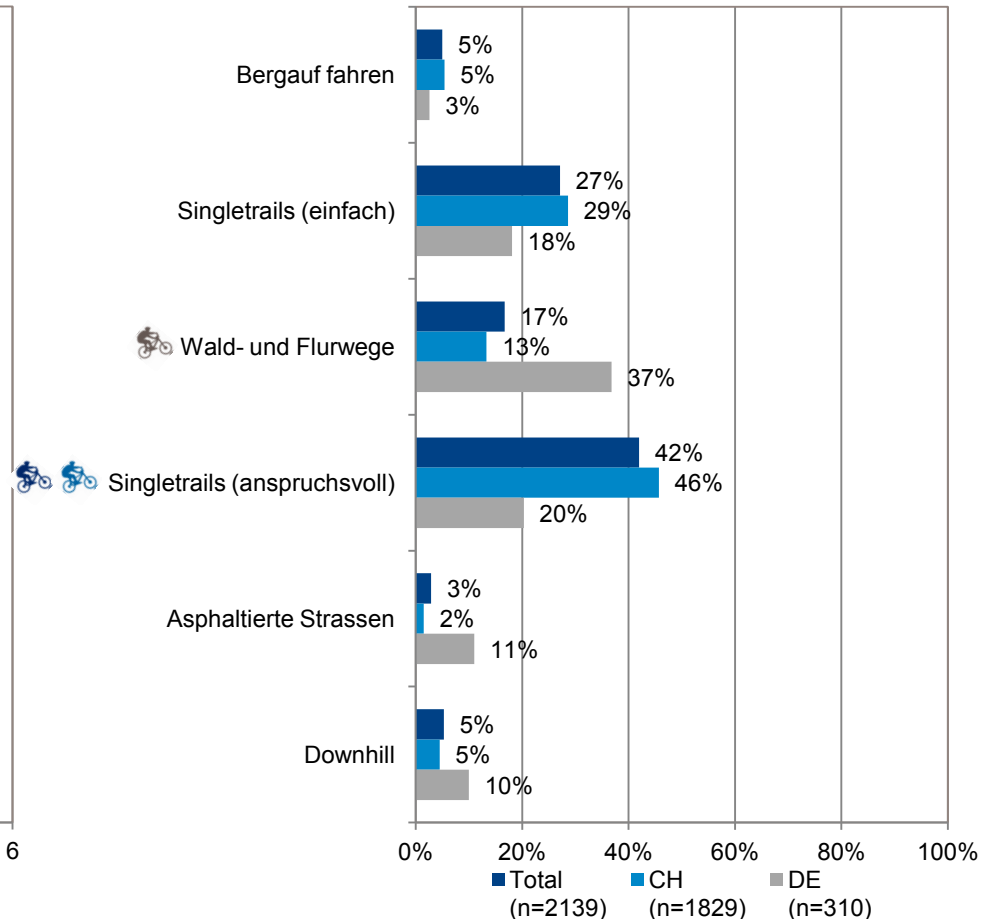


Region

Gelände



Lieblingsgelände



B2.1 Welche Bikestrecken nutzen Sie?

B2.2 Welche Bikestrecke befahren Sie am liebsten?

n=2139 | geschlossene Frage | Drag and Drop: Je höher der Wert umso wichtiger das Statement, je tiefer der Wert umso unwichtiger das Statement



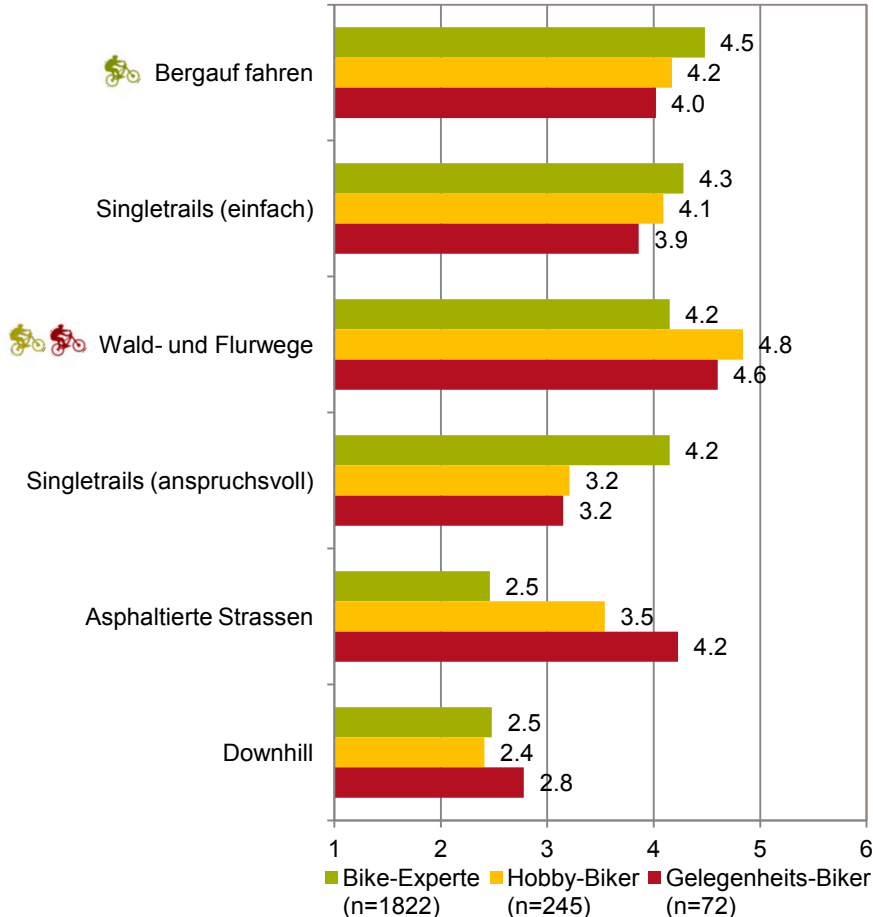
Bike-Gewohnheiten

Geländepräferenzen

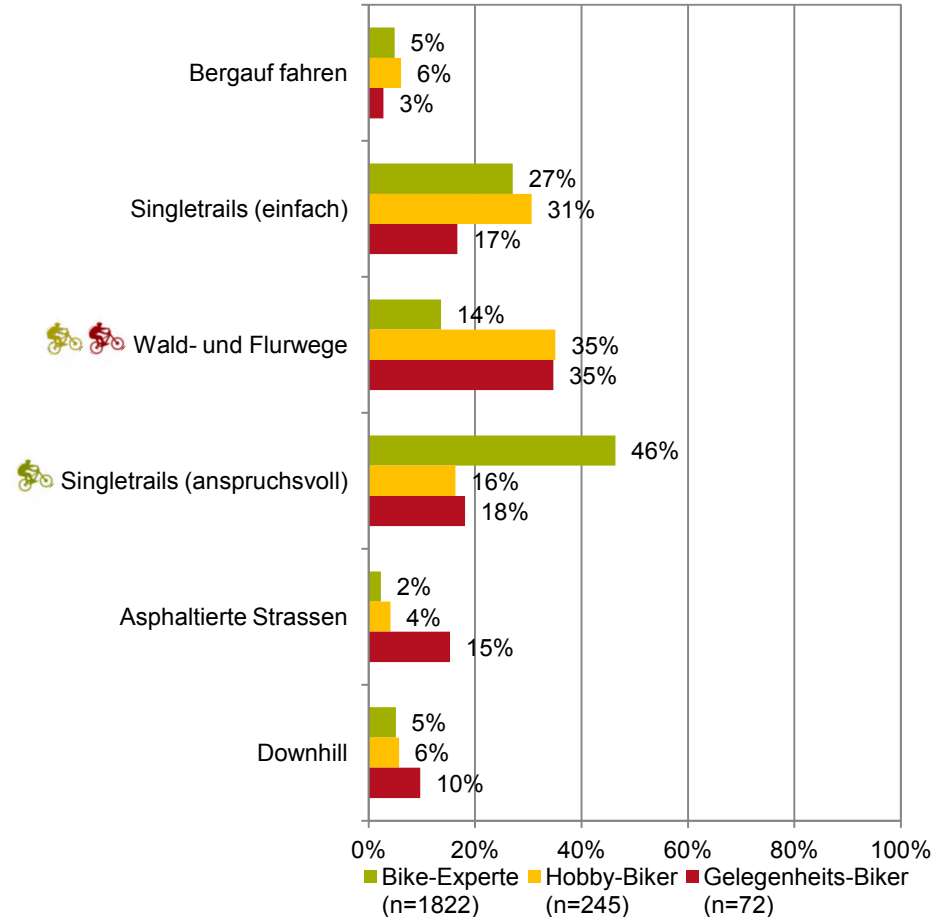


Segmente

Gelände



Lieblingsgelände



B2.1 Welche Bikestrecken nutzen Sie?

B2.2 Welche Bikestrecke befahren Sie am liebsten?

n=2139 | geschlossene Frage | Drag and Drop: Je höher der Wert um so wichtiger das Statement, je tiefer der Wert umso unwichtiger das Statement

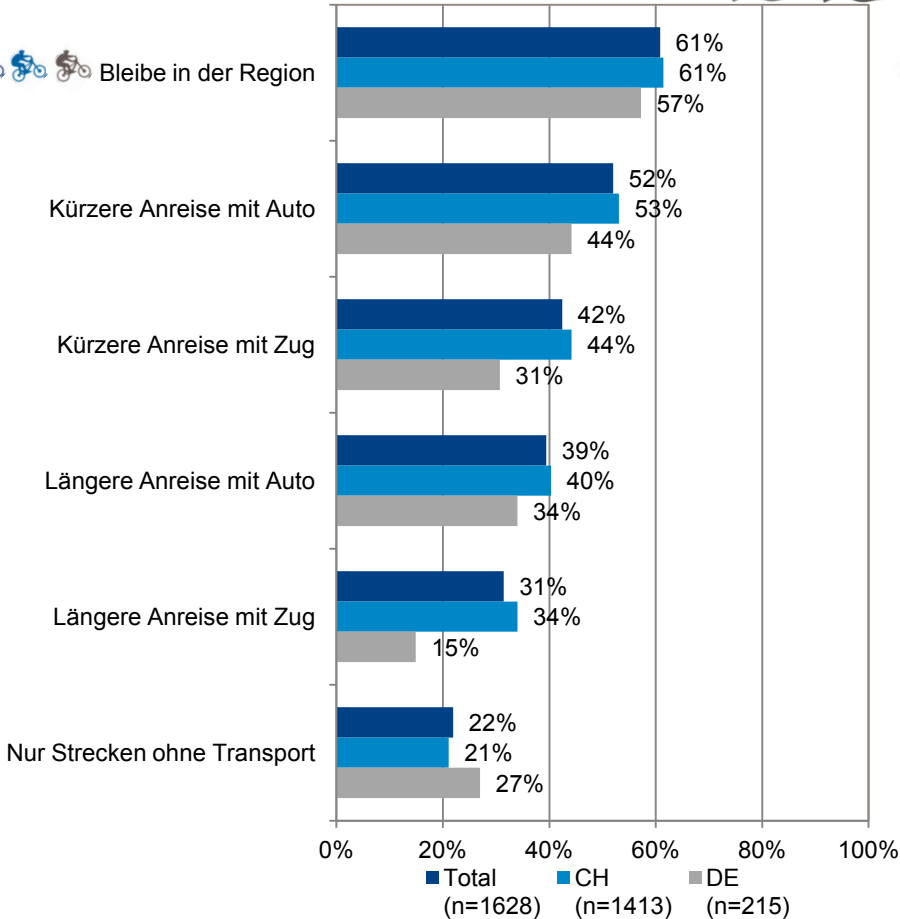


Bike-Gewohnheiten

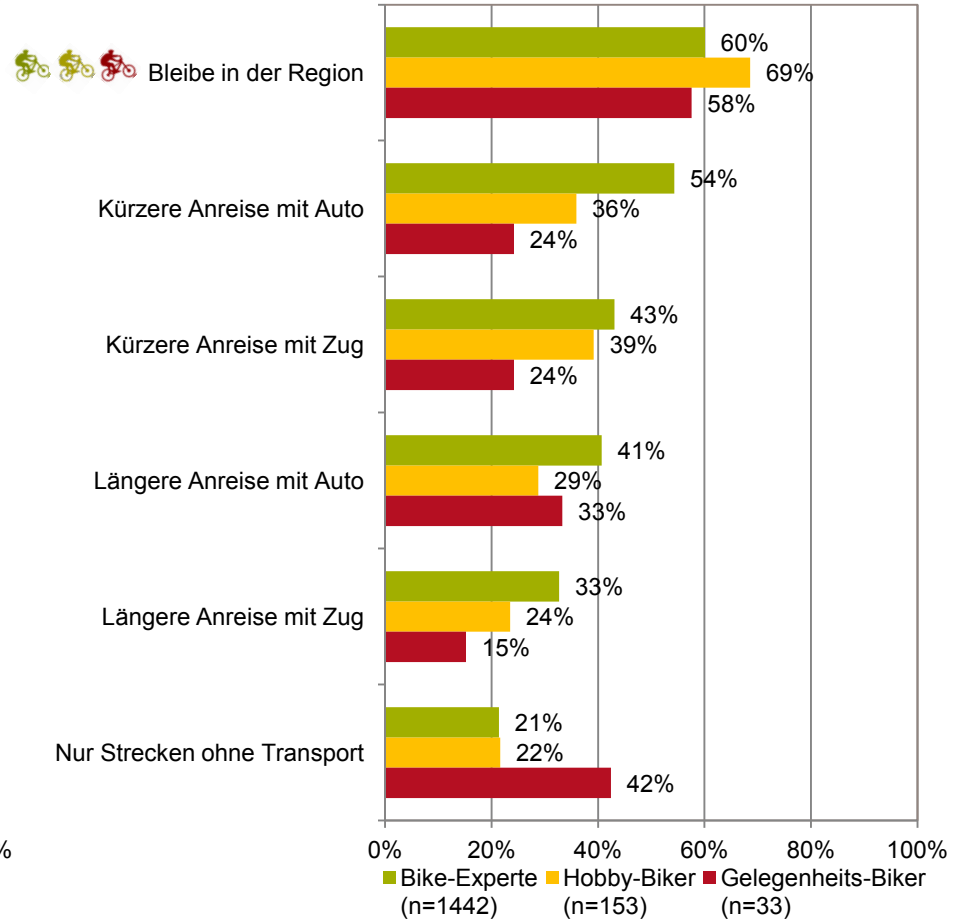
Akzeptierter Aufwand für Tagestouren

76% **unternehmen** Tagestouren mit dem Bike
(n=1628)

Region



Segmente



U2 In welchem Radius bewegen sich die einzelnen Tagestouren?
n=1628 | geschlossene Frage | in Prozent



Bike-Urlaub

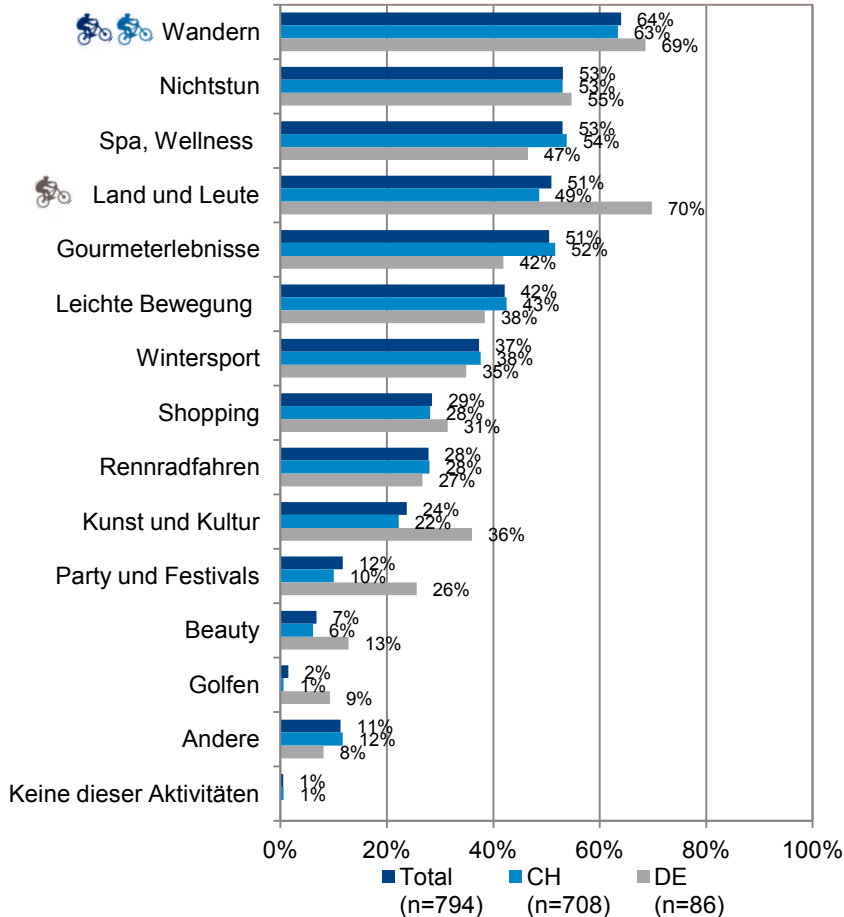
Bike-Urlaub

Kombinierter Aktivurlaub mit Bike

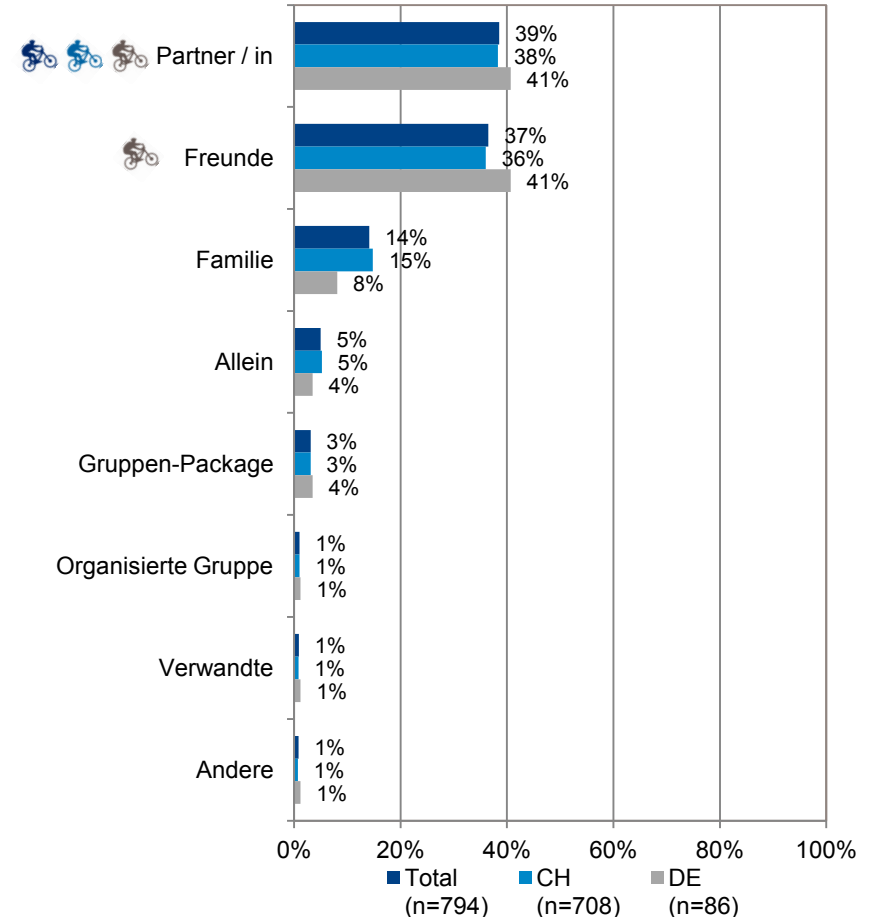


37% verbringen Aktivurlaub mit dem Bike
(n=794)

Aktivitäten



Reisegruppe



U3 Welchen der folgenden Aktivitäten gehen Sie in Ihrem Aktivurlaub neben dem Biken nach?

U7 Mit wem verbringen Sie am häufigsten Ihren Bikeurlaub?

n=794 | geschlossene Frage | in Prozent



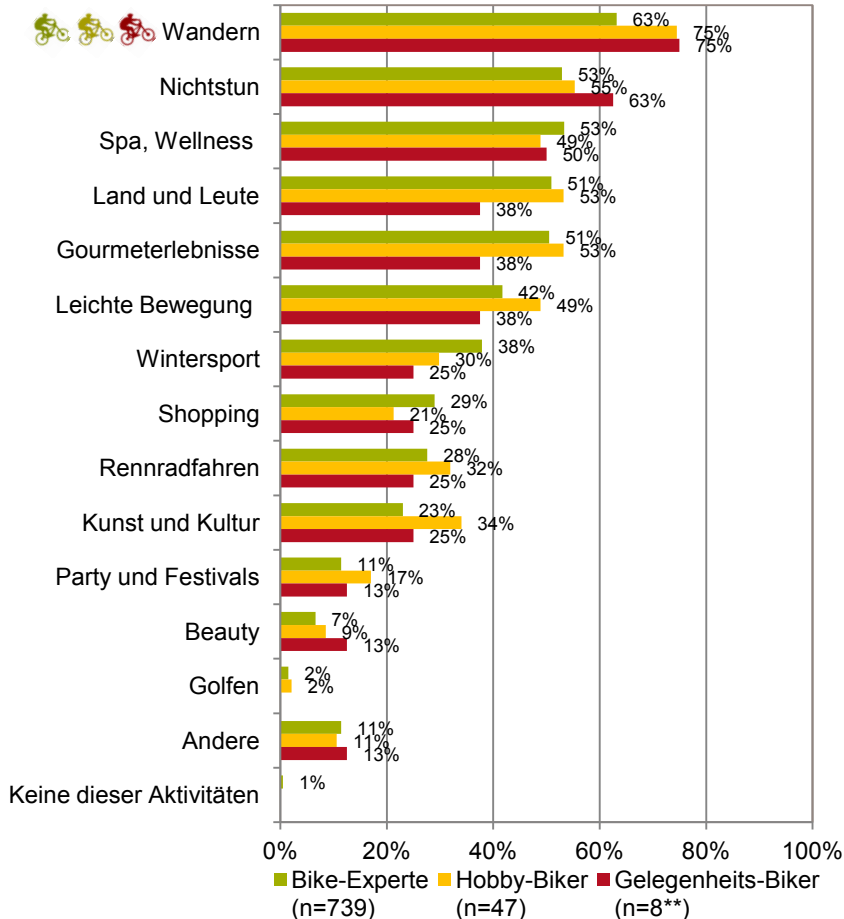
Bike-Urlaub

Kombinierter Aktivurlaub mit Bike – nach Segmenten

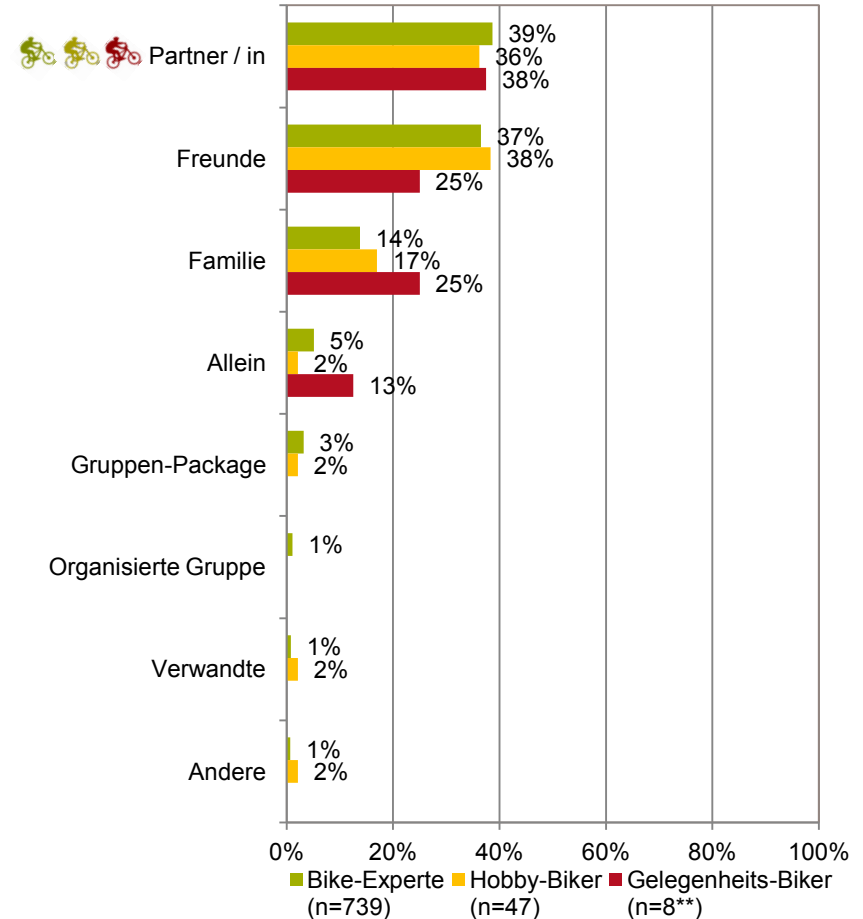


37% verbringen Aktivurlaub mit dem Bike
(n=794)

Aktivitäten



Reisegruppe



U3 Welchen der folgenden Aktivitäten gehen Sie in Ihrem Aktivurlaub neben dem Biken nach?

U7 Mit wem verbringen Sie am häufigsten Ihren Bikeurlaub?

n=1628 | geschlossene Frage | in Prozent | **sehr kleine Basis

© GfK Switzerland AG | Graubünden Ferien | BIKE | Juni 2013



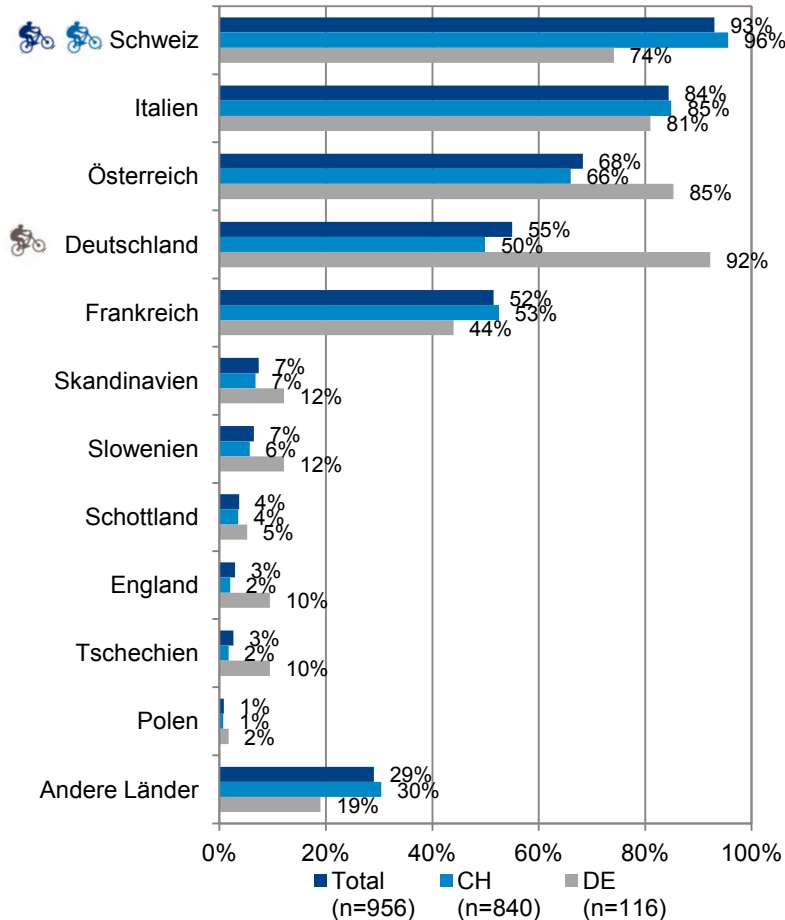
Bike-Urlaub

Besuchte Länder für Bike-Urlaub

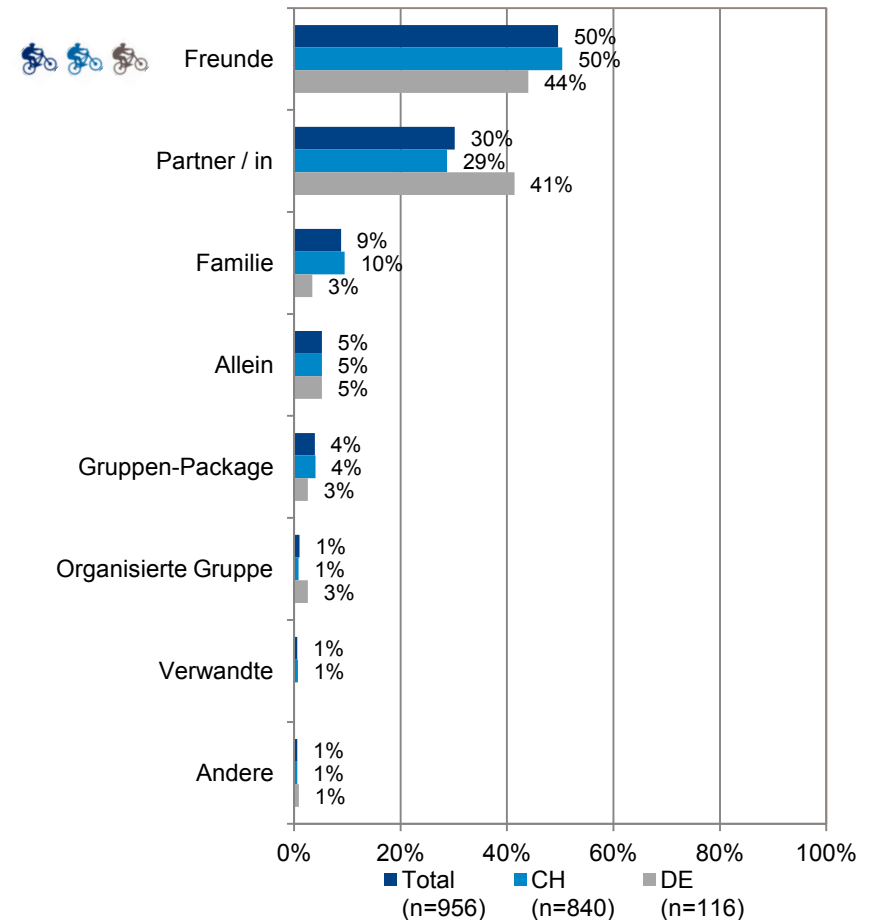


45% verbringen Bikeurlaub
(n=956)

Urlaubsland



Reisegruppe



U4 In welchen der folgenden europäischen Ländern waren Sie bereits mit dem Bike unterwegs?

U7 Mit wem verbringen Sie am häufigsten Ihren Bikeurlaub?

n=956 | geschlossene Frage | in Prozent



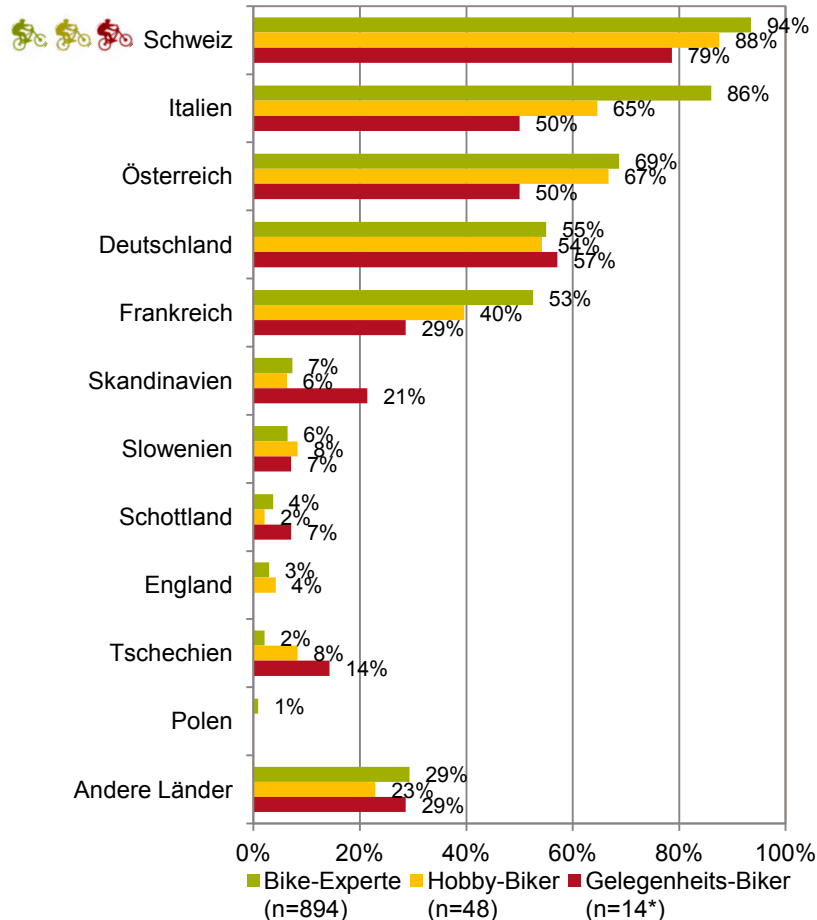
Bike-Urlaub

Besuchte Länder für Bike-Urlaub – nach Segmenten

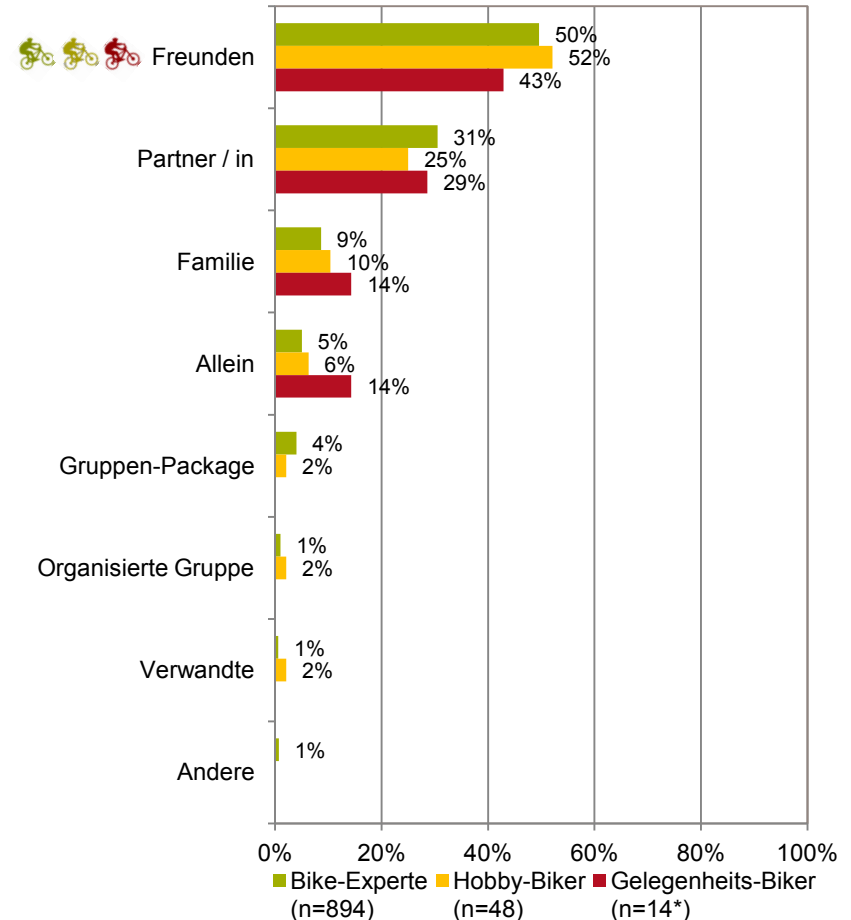


45% verbringen Bikeurlaub
(n=956)

Urlaubsland



Reisegruppe



U4 In welchen der folgenden europäischen Ländern waren Sie bereits mit dem Bike unterwegs?

U7 Mit wem verbringen Sie am häufigsten Ihren Bikeurlaub?

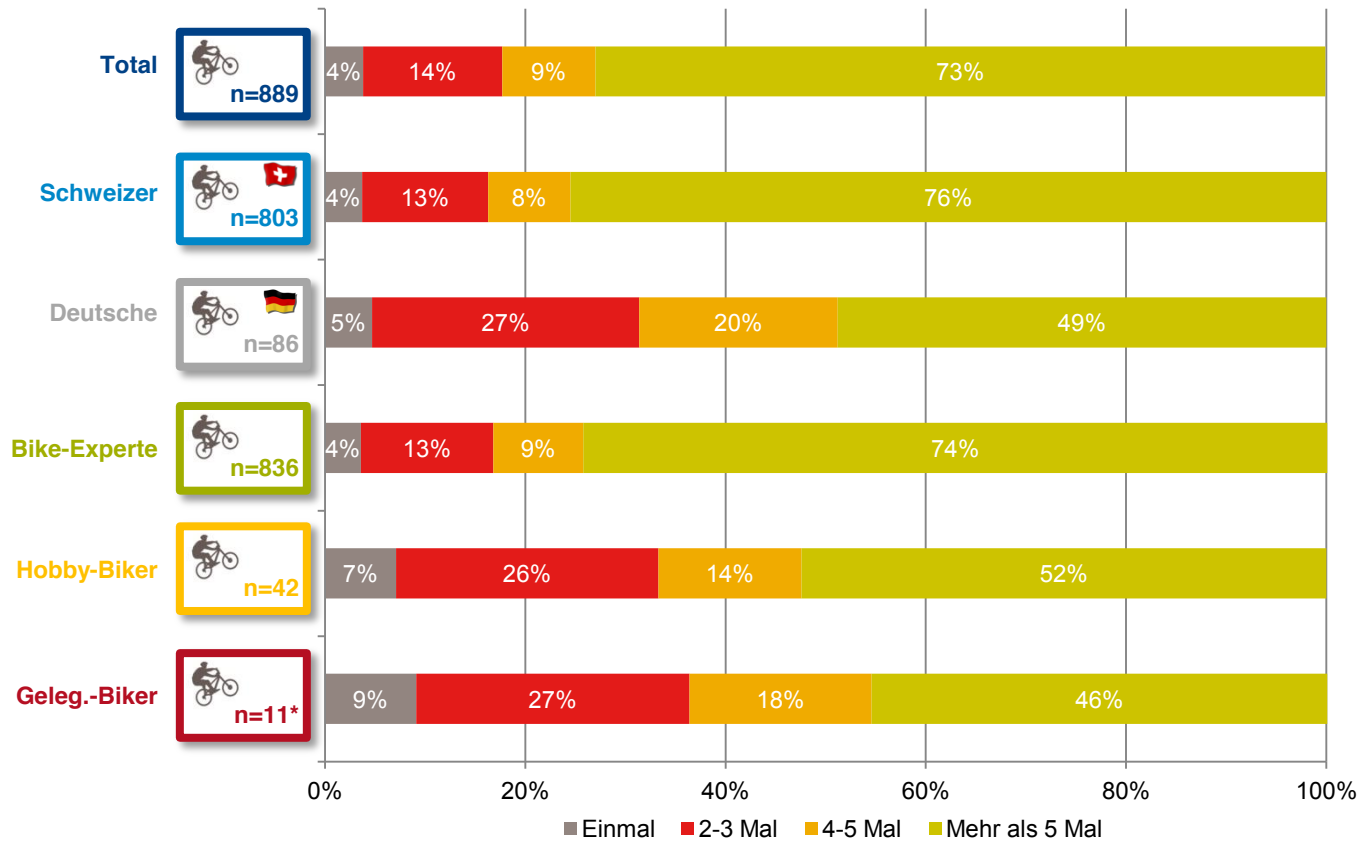
n=956 | geschlossene Frage | in Prozent | *kleine Basis



Bike-Urlaub

Besuchshäufigkeit Schweiz

 **42%** verbringen Bikeurlaub in der Schweiz
(n=889)

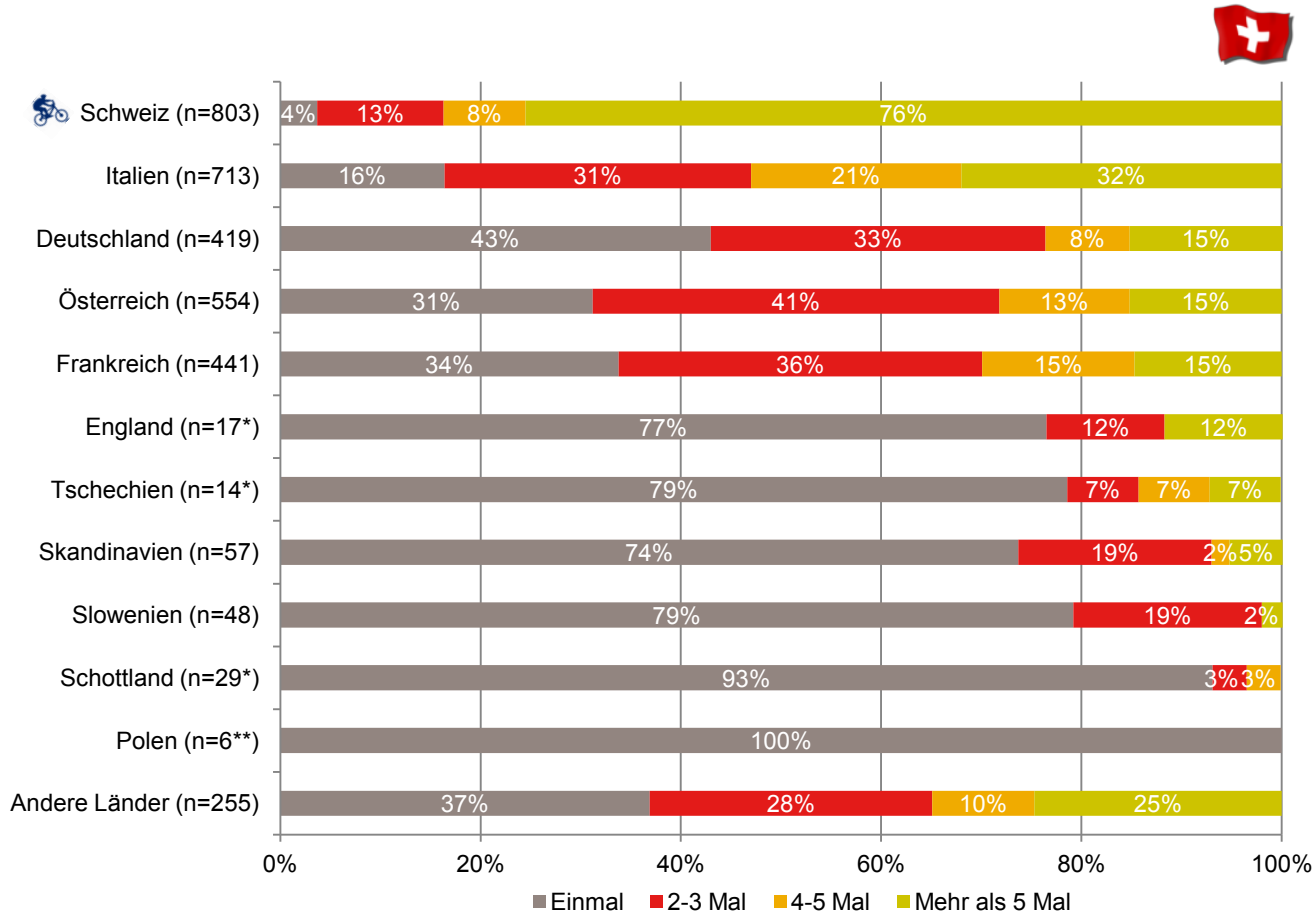


U5 Wie oft waren Sie in der Vergangenheit in der Schweiz im Urlaub?
n=889 | skalierte Frage | Skala: 1= Einmal; 4= Mehr als 5 Mal | in Prozent | *kleine Basis
© GfK Switzerland AG | Graubünden Ferien | BIKE | Juni 2013

Bike-Urlaub

Besuchshäufigkeit der Schweizer Biker – nach Ländern

 **46%** verbringen Bikeurlaub
(n=840)

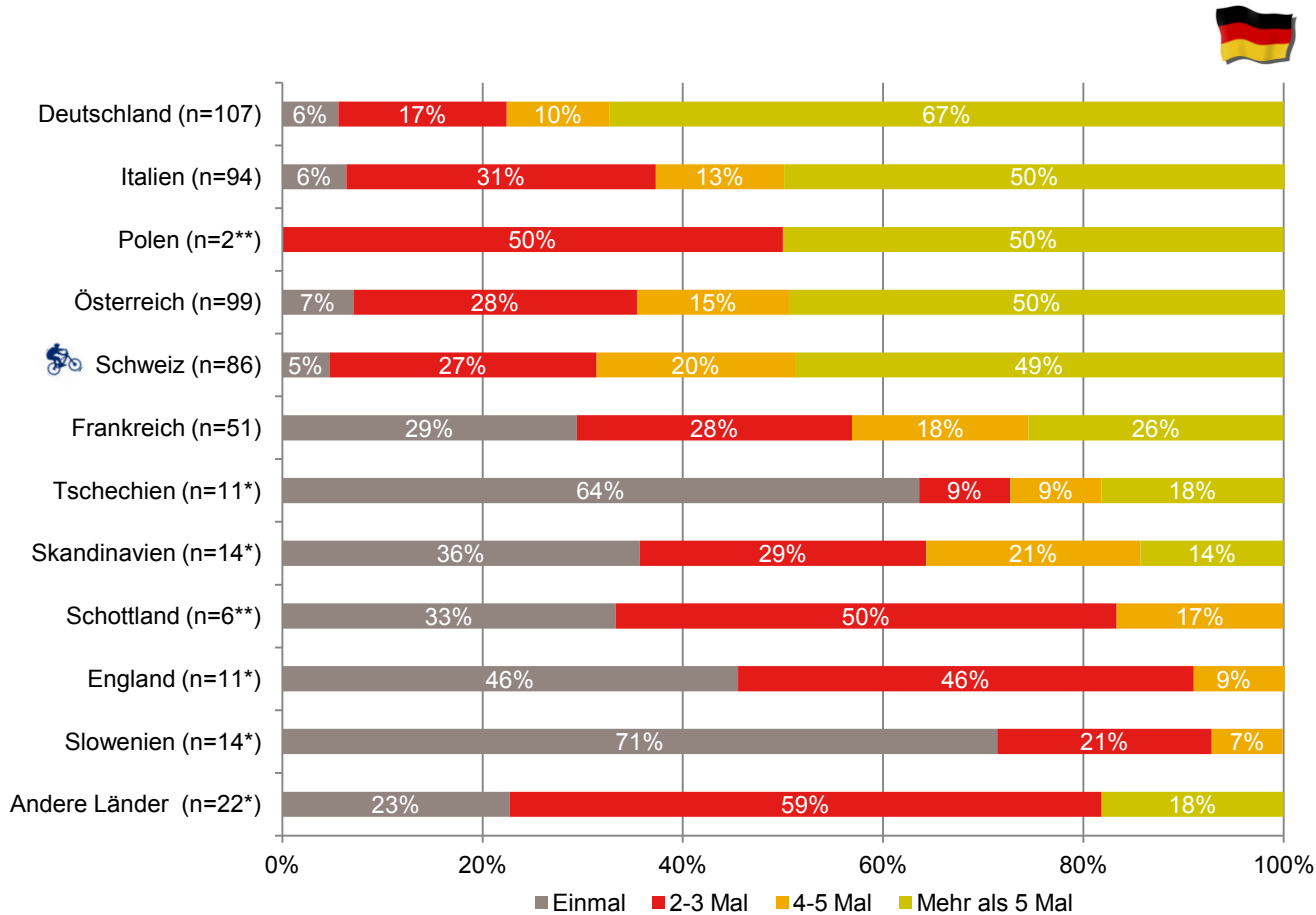


U5 Wie oft waren Sie in der Vergangenheit in diesen Ländern im Urlaub?
 n=840 | skalierte Frage | Skala: 1= Einmal; 4= Mehr als 5 Mal | in Prozent | *kleine Basis; **sehr kleine Basis
 © GfK Switzerland AG | Graubünden Ferien | BIKE | Juni 2013

Bike-Urlaub

Besuchshäufigkeit der deutschen Biker – nach Ländern

 **37%** verbringen Bikeurlaub
(n=116)



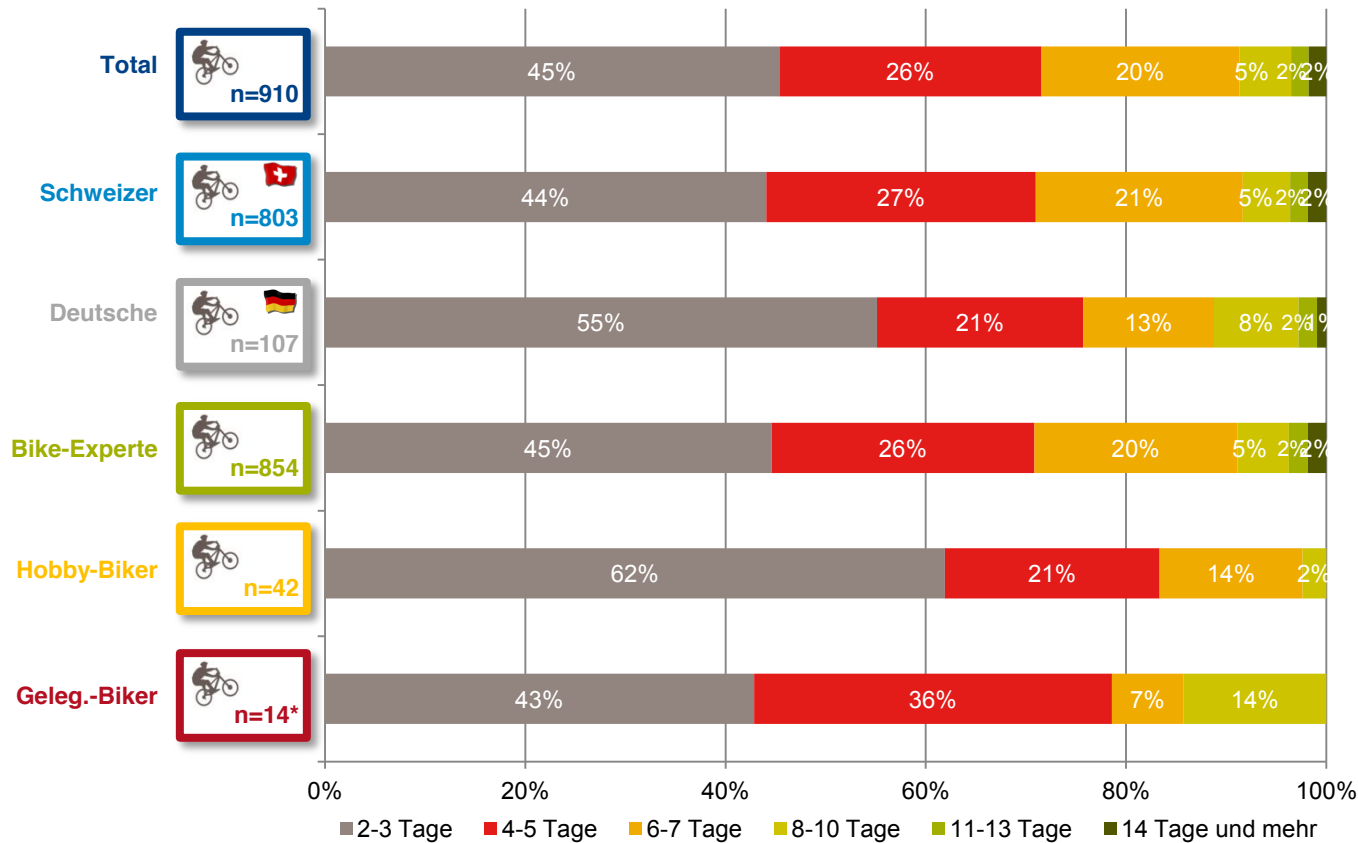
U5 Wie oft waren Sie in der Vergangenheit in diesen Ländern im Urlaub?
 n=116 | skalierte Frage | Skala: 1= Einmal; 4= Mehr als 5 Mal | in Prozent | *kleine Basis; **sehr kleine Basis
 © GfK Switzerland AG | Graubünden Ferien | BIKE | Juni 2013

Bike-Urlaub

Durchschnittlicher Aufenthalt bei Bike-Urlaub im Inland



43% verbringen Urlaub im Inland
(n=910)



U6.1 Wie lange dauert bei Ihnen ein Bikeurlaub im Inland in der Regel?
n=910 | skalierte Frage | Skala: 1= 2-3 Tage; 6= 14 Tage und mehr | in Prozent
© GfK Switzerland AG | Graubünden Ferien | BIKE | Juni 2013

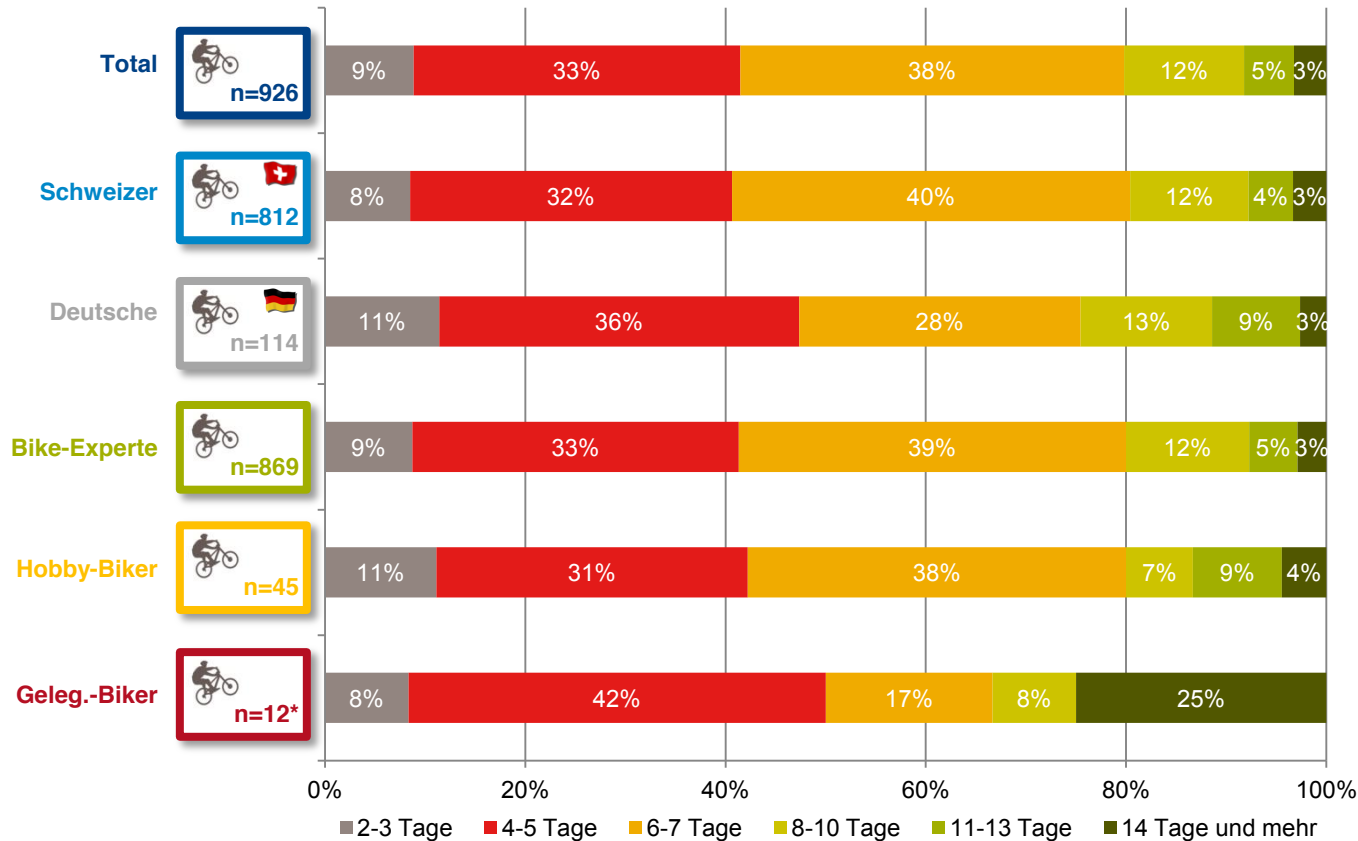


Bike-Urlaub

Durchschnittlicher Aufenthalt bei Bike-Urlaub im Ausland



43% verbringen Urlaub im Ausland
(n=926)



U6.2 Wie lange dauert bei Ihnen ein Bikeurlaub im Ausland in der Regel?
n=926 | skalierte Frage | Skala: 1= 2-3 Tage; 6= 14 Tage und mehr | in Prozent
© GfK Switzerland AG | Graubünden Ferien | BIKE | Juni 2013



Bike-Region Graubünden Bekanntheit

Bekanntheit Bike-Destination

Spontane Bekanntheit Schweiz



alle Nennungen

N1 Welche Schweizer Bike-Destinationen kommen Ihnen spontan in den Sinn?
n=2139 | offene Frage | in Prozent

© GfK Switzerland AG | Graubünden Ferien | BIKE | Juni 2013



Bekanntheit Bike-Destination

Spontane Bekanntheit Schweiz

GRAUBÜNDEN	81%
Lenzerheide	35%
Davos	30%
Flims Laax	24%
Engadin	20%
Graubünden	20%
St.Moritz	7%
Scuol	5%
Savognin	3%
Klosters	3%
Arosa	3%
Pontresina	2%
Chur	1%
Münstertal	1%
Prättigau	1%
Andere Orte Graubünden	5%
SCHWEIZER DESINATIONEN UND REGIONEN	74%
Wallis	28%
Berner Oberland	27%
Tessin	20%
Zentralschweiz	17%
Jura / Westschweiz	14%
Ostschweiz / Bodensee	9%
Portes du Soleil	7%
Zürich Gebiet	6%
Zermatt	5%
Crans-Montana	5%
Mittelland	3%
Basel Gebiet	1%
ANDERE ANTWORTEN	11%
Keine Destination	4%
Destinationen im Ausland	3%
Andere Destinationen	2%
Berge / Alpen	1%
Anderes	2%
Weiss nicht / Keine Angabe	2%



alle Nennungen

Bekanntheit Bike-Destination

Spontane Bekanntheit Schweiz – nach Segmenten

Schweizer (n=1829)



alle Nennungen

Deutsche (n=310)



alle Nennungen

Bike-Experte (n=1822)



alle Nennungen

Hobby-Biker (n=245)



alle Nennungen

Gelegenheits-Biker (n=72)



alle Nennungen

N1 Welche Schweizer Bike-Destinationen kommen Ihnen spontan in den Sinn?

n=(...) | offene Frage

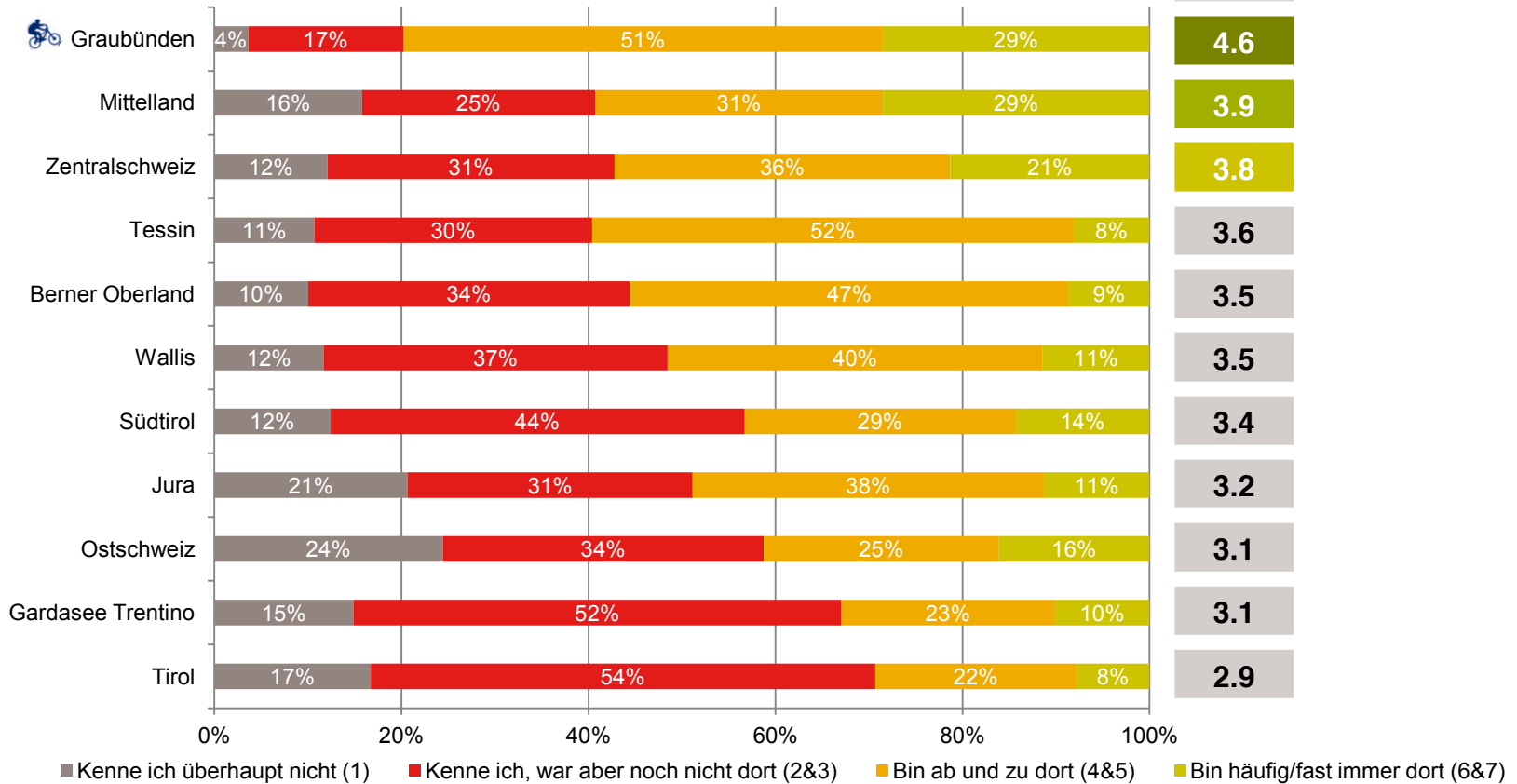


Bekanntheit Bike-Destination

Gestützte Bekanntheit der Schweizer Biker

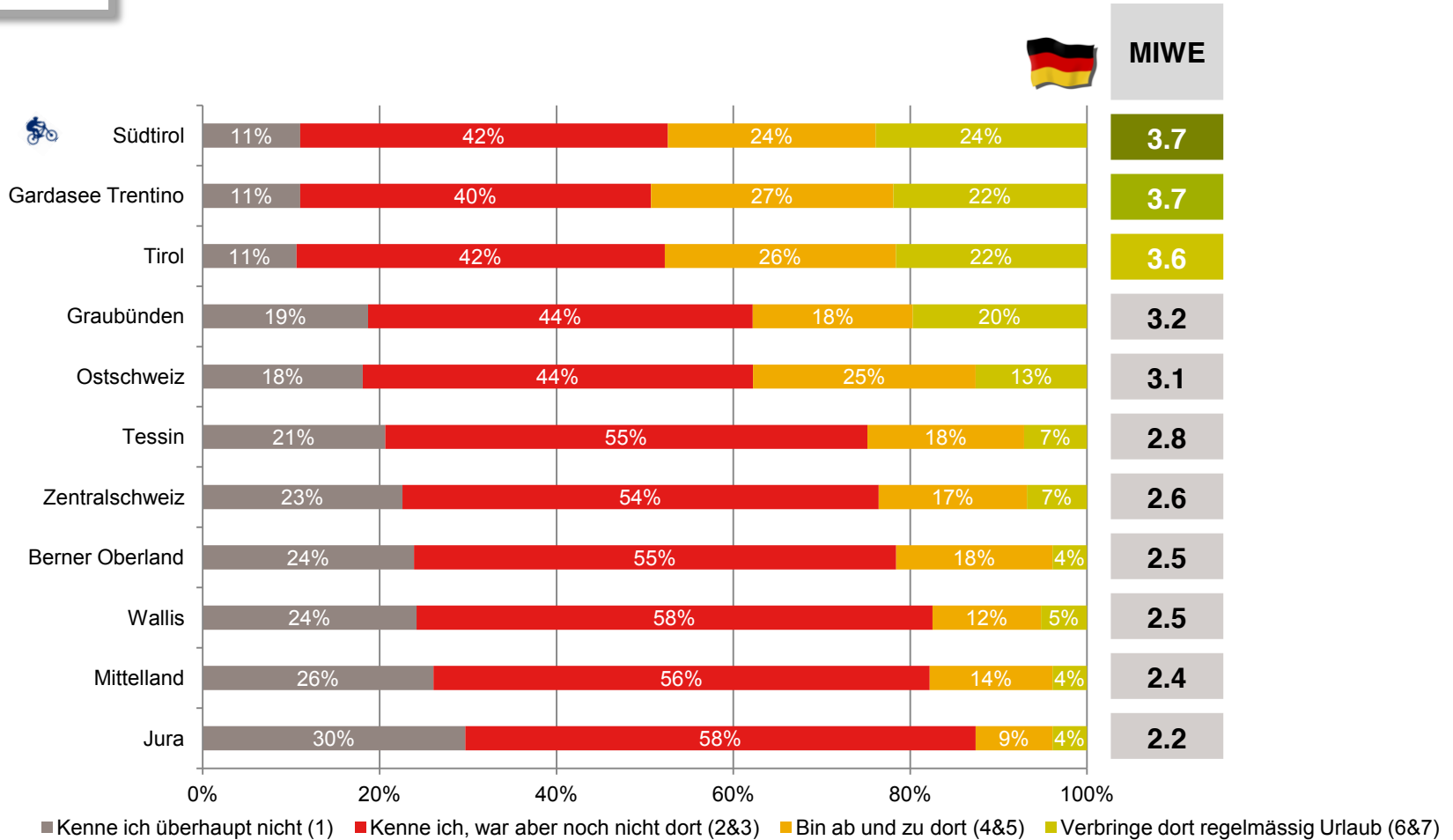


MIWE



Bekanntheit Bike-Destination

Gestützte Bekanntheit der deutschen Biker



N4 Wie bekannt sind Ihnen die folgenden Bike-Destinationen?

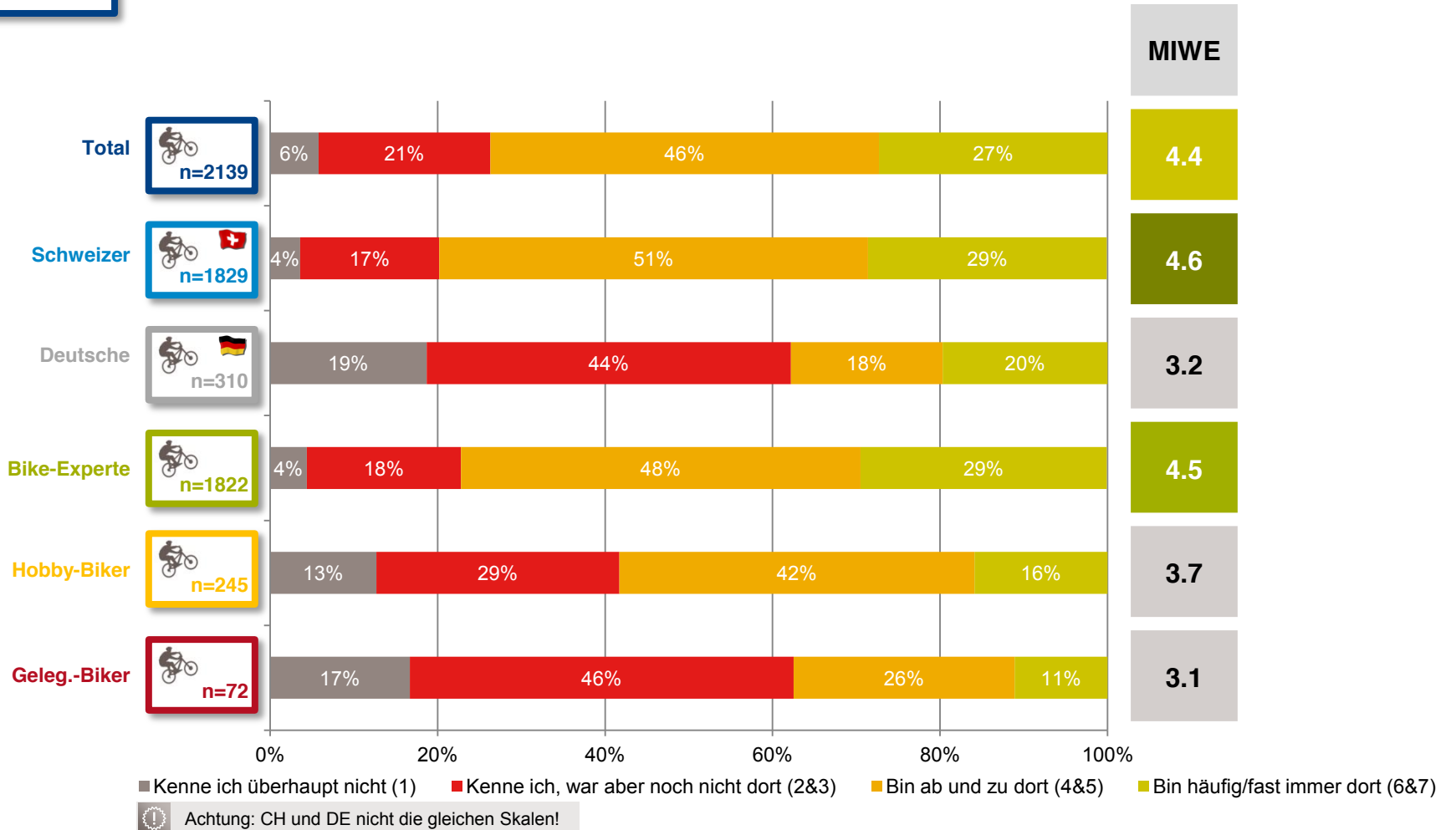
n=310 | skalierte Frage | Skala: 1= Kenne ich überhaupt nicht; 7= Verbringe regelmässig Bikeurlaub dort | in Prozent

© GfK Switzerland AG | Graubünden Ferien | BIKE | Juni 2013



Bekanntheit Bike-Destination

Gestützte Bekanntheit Graubünden



N4 Wie bekannt sind Ihnen die folgenden Bike-Destinationen?
 n=2139 | skalierte Frage | Skala: 1= Kenne ich überhaupt nicht; 7= Bike fast immer dort | in Prozent
 © GfK Switzerland AG | Graubünden Ferien | BIKE | Juni 2013



Bike-Region Graubünden Spontanassoziationen im Wettbewerbsvergleich



graubünden
mountainbike-tour chur flims



alle Nennungen

N4.1 Was verbinden Sie mit der Bike-Destination Graubünden? Wofür steht die Region?
n=2139 | offene Frage | in Prozent





Spontanassoziationen Wallis

NATUR	56%
Berge	30%
Wetter / Luft	19%
Schöne Landschaft	14%
Natur	10%
Flüsse / Seen	2%
Wälder	1%
Steinböcke / Tiere	0%
National-Park	-
BESCHAFFENHEIT VON BIKETRAILS	48%
Singletrails	13%
Hervorragende Trails	11%
Steil / Bergauf	9%
Anspruchsvoll / Anstrengend	9%
Downhill	8%
Schöne Routen und Touren	4%
Abwechslungsreich	4%
Grosse Auswahl an Trails und Routen	2%
Grosses Gebiet / Grosses Netz	2%
Bike-Parks	1%
Verschiedene Touren	1%
Freeride	1%
Toleranz / Shared Trails	1%
Gute Beschilderung / Dokumentation	0%
Gut ausgebaute / gepflegte Trails	0%
REGION ALLGEMEIN	23%
Gastronomie	13%
Gastfreundlich	5%
Ferien / Freizeit	3%
Sprache	3%
Kultur	1%
Familie / Freunde	1%
Tourismus	1%
Wohne dort / Heimat	0%
Werbung	0%



alle Nennungen

BIKEREGION	16%
Erreichbarkeit / Gut erschlossen	3%
Abgelegen / Weit weg	3%
Bikefreundlich	3%
Top Bikeregion	3%
Teuer	2%
Unbekannte Bikeregion	2%
Vergnügen / Spass	2%
Bekannte Bikeregion	1%
Innovativ / Pioniergeist	0%
DESTINATIONEN UND REGIONEN	11%
Verschiedene Destinationen Wallis	7%
Zermatt	3%
Schweiz	2%
Portes du Soleil	1%

SERVICES FÜR BIKER	10%
ÖV / Bike Transport	6%
Bike Events	3%
Gutes / breites Angebot	1%
Hervorragende Infrastruktur	1%
AKTIVITÄTEN	5%
Andere Sportarten	4%
Entspannung	2%
ANDERE ANTWORTEN	20%
Keine Verbindungen	7%
Negative Antworten	5%
Kenne die Region nicht	3%
Anderes	6%
Weiss nicht / Keine Angabe	4%

N4.2 Was verbinden Sie mit der Bike-Destination Wallis? Wofür steht die Region?
n=2139 | offene Frage | in Prozent







alle Nennungen



Spontanassoziationen Tirol

REGION ALLGEMEIN	44%
Gastfreundlich	25%
Gastronomie	22%
Ferien / Freizeit	4%
Kultur	2%
Familie / Freunde	2%
Werbung	1%
Sprache	1%
Tourismus	1%
Wohne dort / Heimat	0%

NATUR	31%
Berge	15%
Schöne Landschaft	9%
Natur	7%
Wetter / Luft	6%
Flüsse / Seen	1%
Wälder	1%
National-Park	-
Steinböcke / Tiere	-

BESCHAFFENHEIT VON BIKETRAILS	26%
Singletrails	7%
Hervorragende Trails	5%
Schöne Routen und Touren	4%
Abwechslungsreich	3%
Grosse Auswahl an Trails und Routen	2%
Steil / Bergauf	2%
Gute Beschilderung / Dokumentation	2%
Grosses Gebiet / Grosses Netz	1%
Verschiedene Touren	1%
Bike-Parks	1%
Anspruchsvoll / Anstrengend	1%
Toleranz / Shared Trails	1%
Downhill	1%
Gut ausgebaut / gepflegte Trails	0%
Freeride	0%



alle Nennungen

SERVICES FÜR BIKER	20%
Gutes / breites Angebot	16%
Hervorragende Infrastruktur	4%
ÖV / Bike Transport	1%
Bike Events	1%

BIKEREGION	14%
Bikefreundlich	5%
Top Bikeregion	2%
Erreichbarkeit / Gut erschlossen	2%
Vergnügen / Spass	2%
Unbekannte Bikeregion	2%
Abgelegen / Weit weg	1%
Bekannte Bikeregion	1%
Innovativ / Pioniergeist	1%
Teuer	0%

DESTINATIONEN UND REGIONEN	10%
Verschiedene Destinationen Tirol	5%
Österreich	5%
Dolomiten	1%

AKTIVITÄTEN	10%
Entspannung	7%
Andere Sportarten	3%

ANDERE ANTWORTEN	24%
Keine Verbindungen	10%
Kenne die Region nicht	4%
Negative Antworten	3%
Anderes	7%
Weiss nicht / Keine Angabe	4%

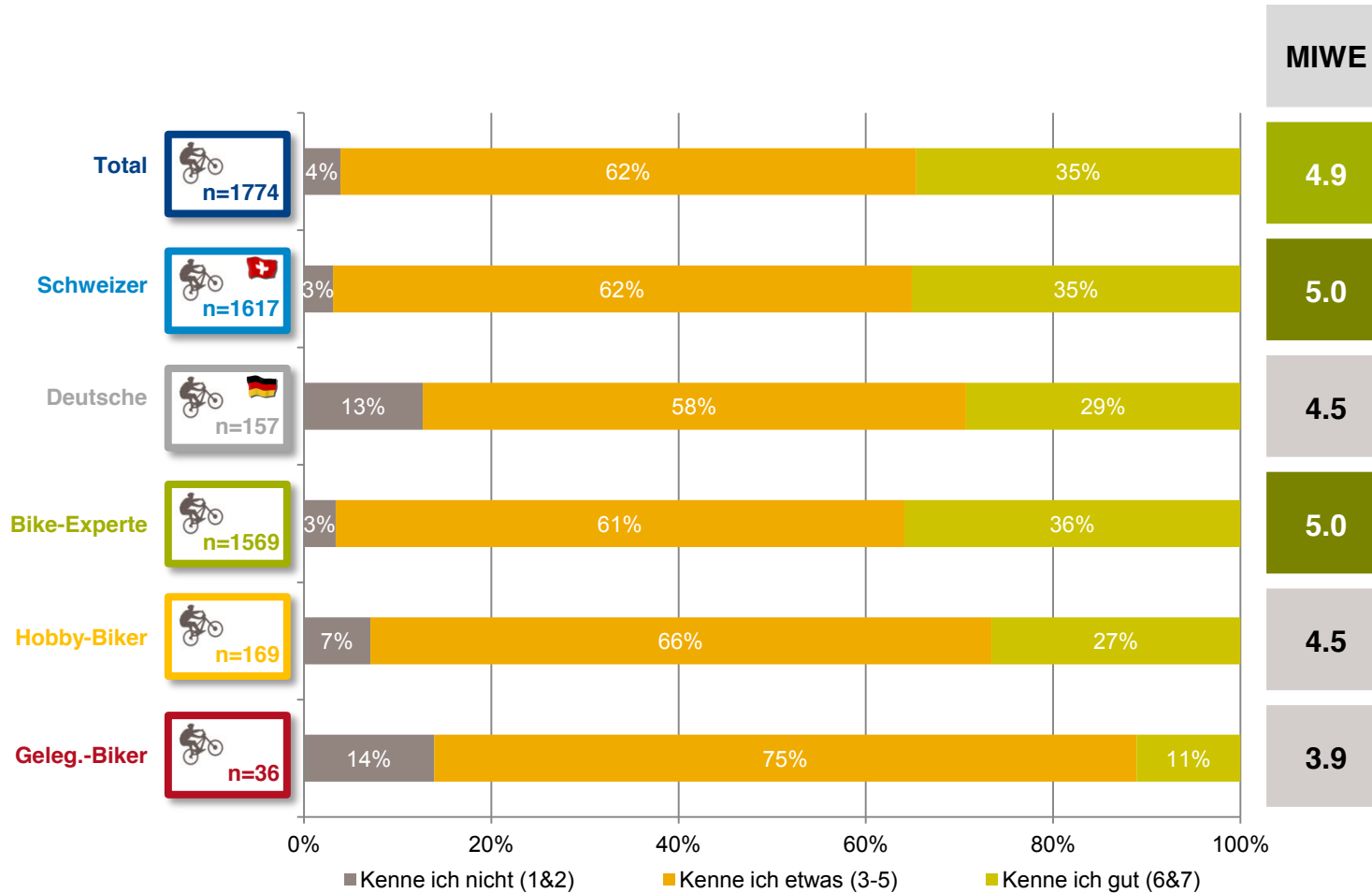
Marketing graubündenBIKE

Marketing graubündenBIKE

Kenntnis des Angebots für Biker in Graubünden



83% hat sich über GB informiert
(n=1774)



N6 Wie gut kennen Sie das Angebot für Biker in Graubünden?
 n=1774 | skalierte Frage | Skala: 1= Kenne ich überhaupt nicht; 7= Kenne ich sehr gut | in Prozent
 © GfK Switzerland AG | Graubünden Ferien | BIKE | Juni 2013

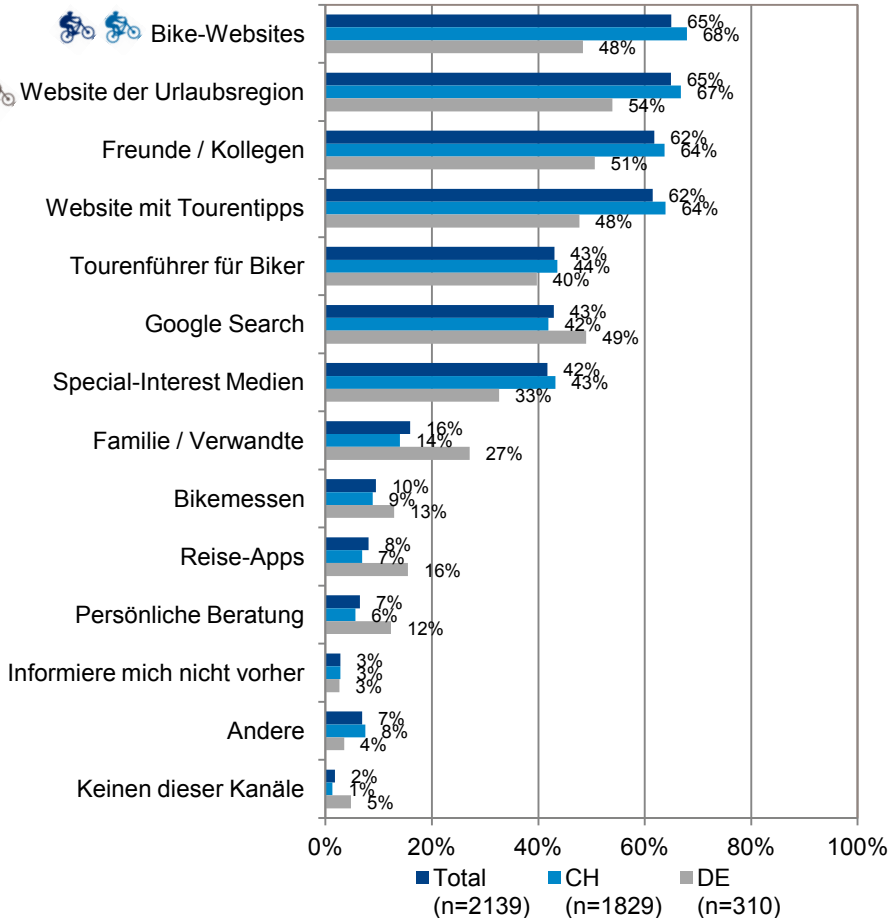


Marketing graubündenBIKE

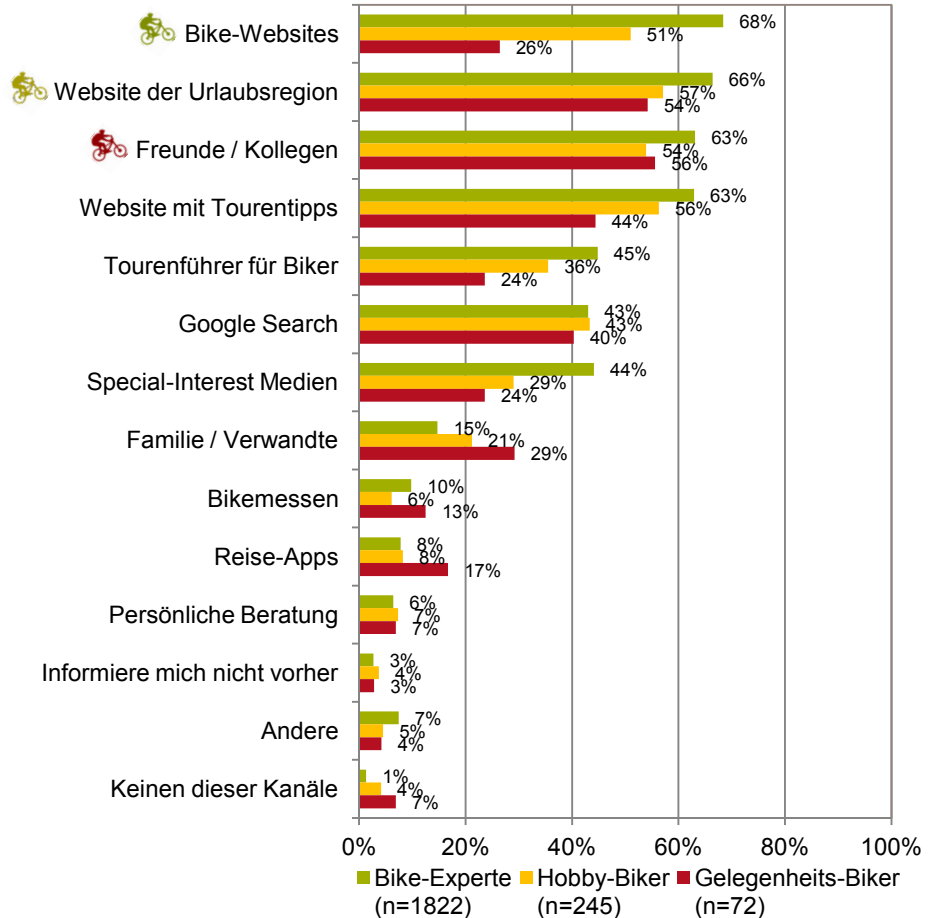
Präferierte Kanäle für Information über Graubünden



Region



Segmente



N7 Welche Kanäle nutzen Sie bzw. würden Sie nutzen, um sich über das Bike-Angebot in Graubünden zu informieren?
 n=2139 | geschlossene Frage | in Prozent

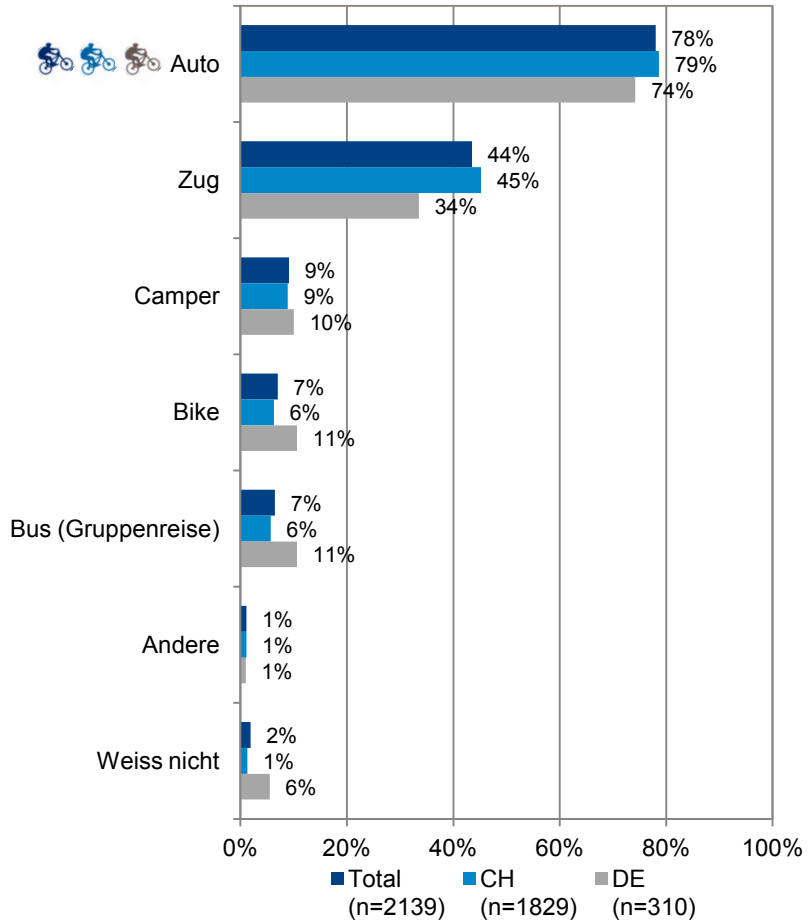


Marketing graubündenBIKE

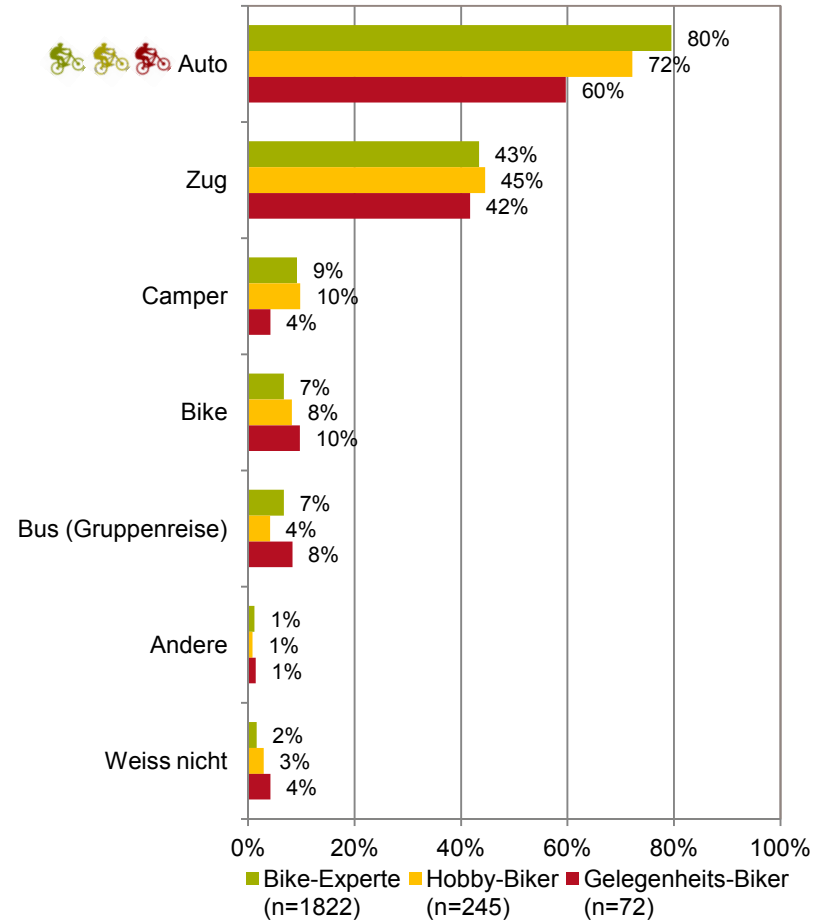
Bevorzugtes Transportmittel für Anreise nach Graubünden



Region



Segmente



N8 Wie reisen Sie mit dem Bike nach Graubünden, bzw. welches Verkehrsmittel würden Sie nutzen, wenn Sie nach Graubünden fahren?

n=2139 | geschlossene Frage | in Prozent

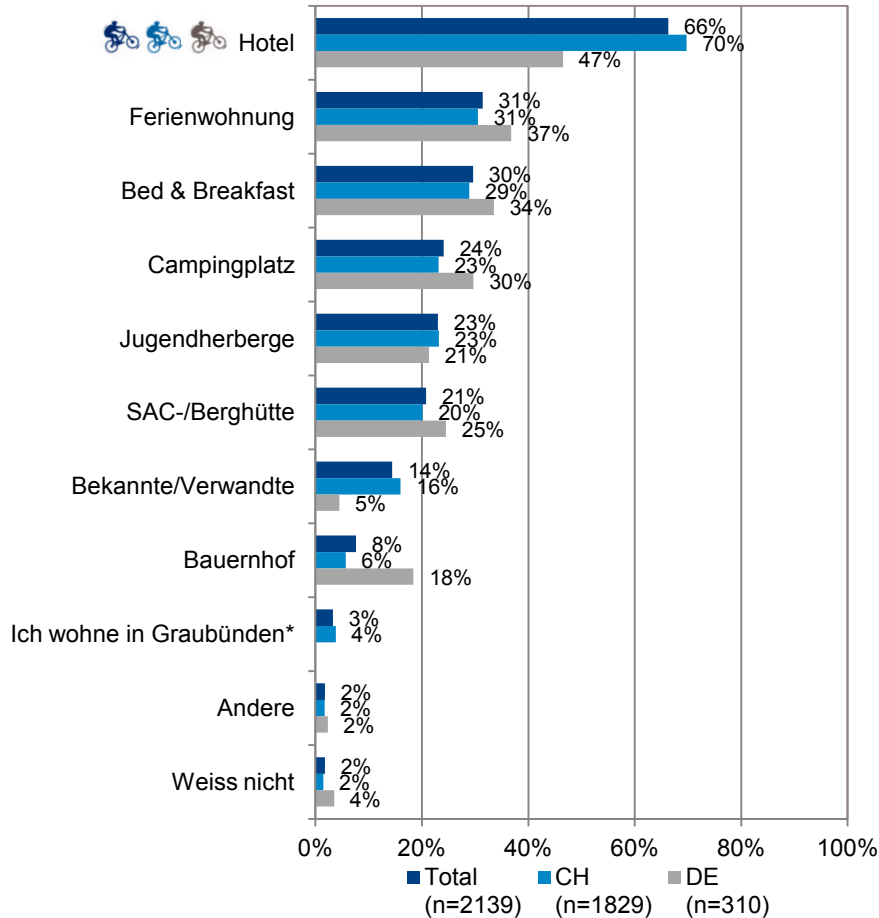


Marketing graubündenBIKE

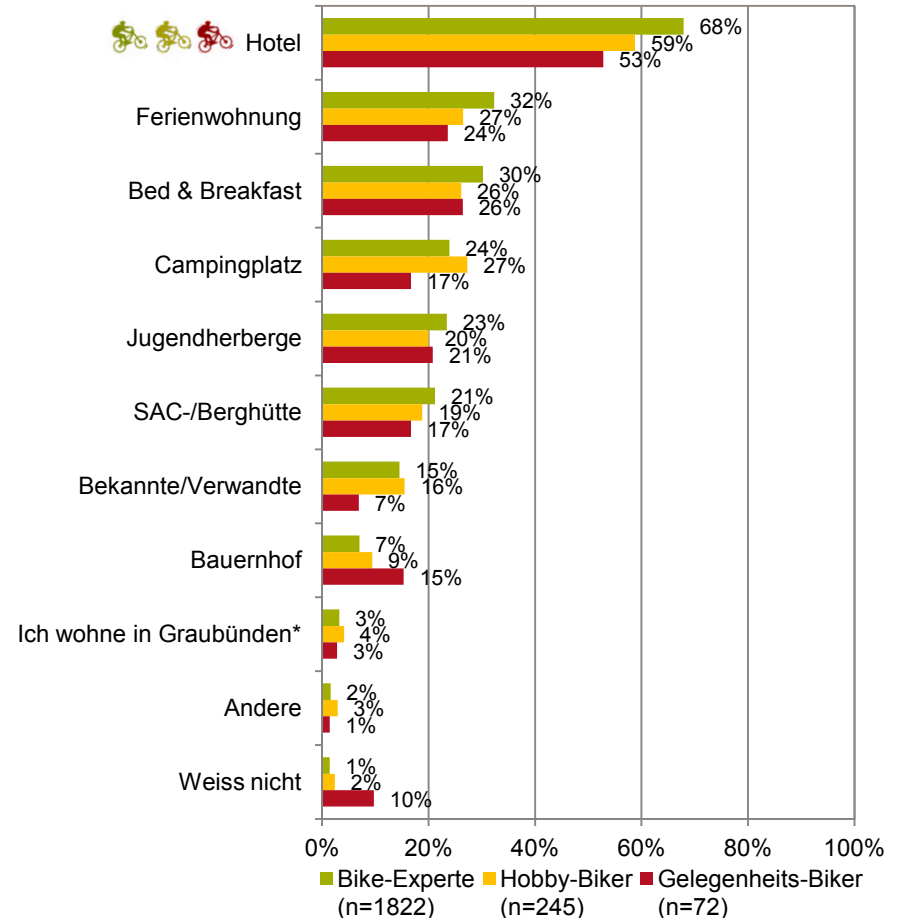
Bevorzugte Übernachtungsmöglichkeit



Region



Segmente



N9 Wie übernachten Sie bei einem Bike-Urlaub in Graubünden, bzw. würden Sie wahrscheinlich übernachten?
 n=2139 | geschlossene Frage | in Prozent | *Frage nur für CH gestellt



Marketing graubündenBIKE

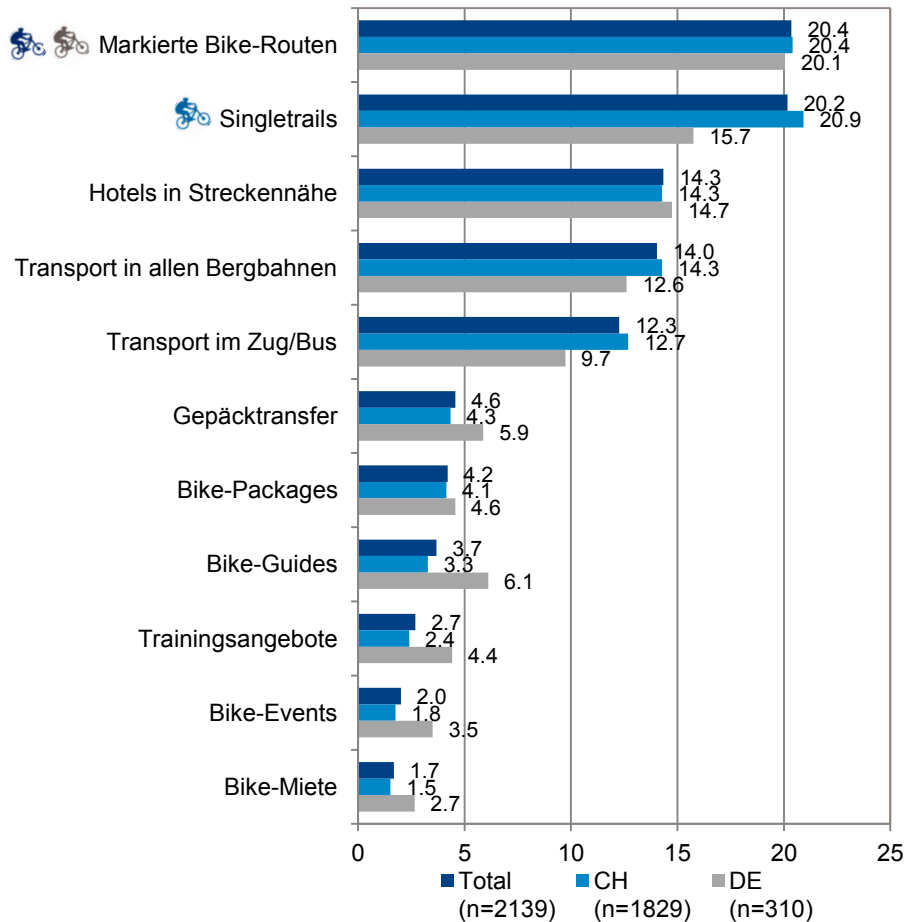
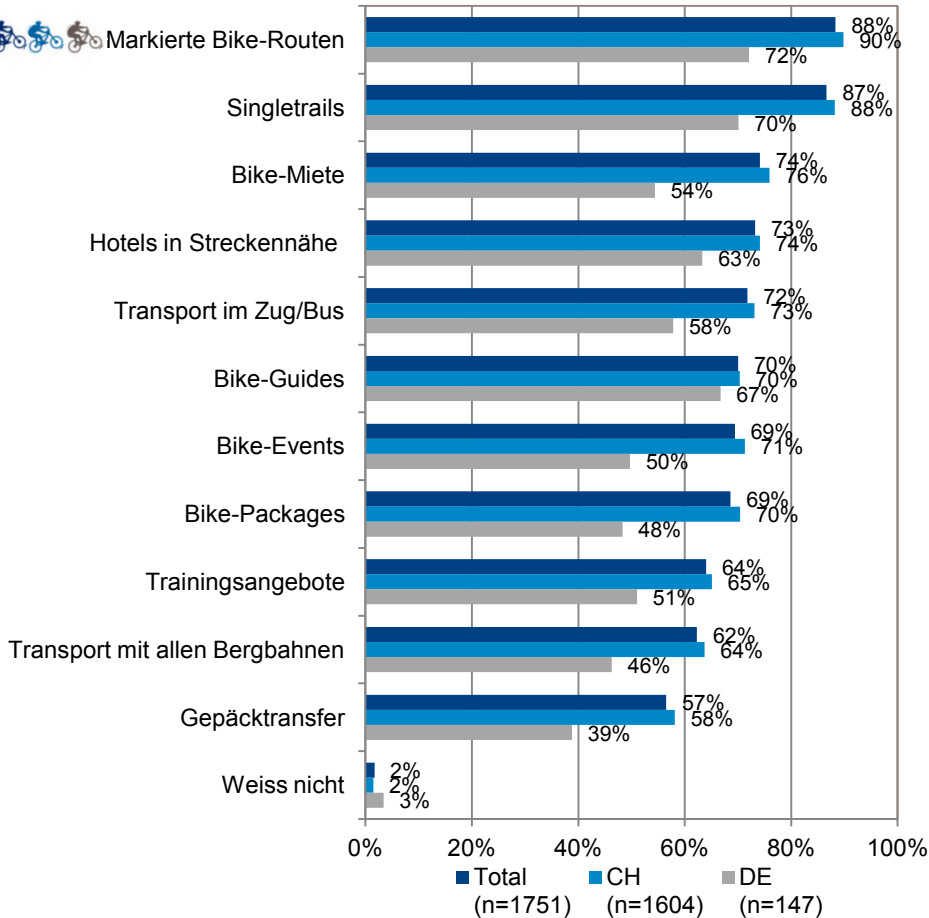
Angebot und Wichtigkeit der Services

82% kennen graubündenBIKE
(n=1751)

Total

Services

Wichtigkeit Services



N10 Welche der folgenden Services bietet Graubünden Ihres Wissens nach an?

N11 Welcher der folgenden Services für Biker ist aus Ihrer Sicht am wichtigsten und welcher am wenigsten wichtig?

N10 n=1751; N11=2139 | geschlossene Frage | in Prozent und Mittelwert



Marketing graubündenBIKE

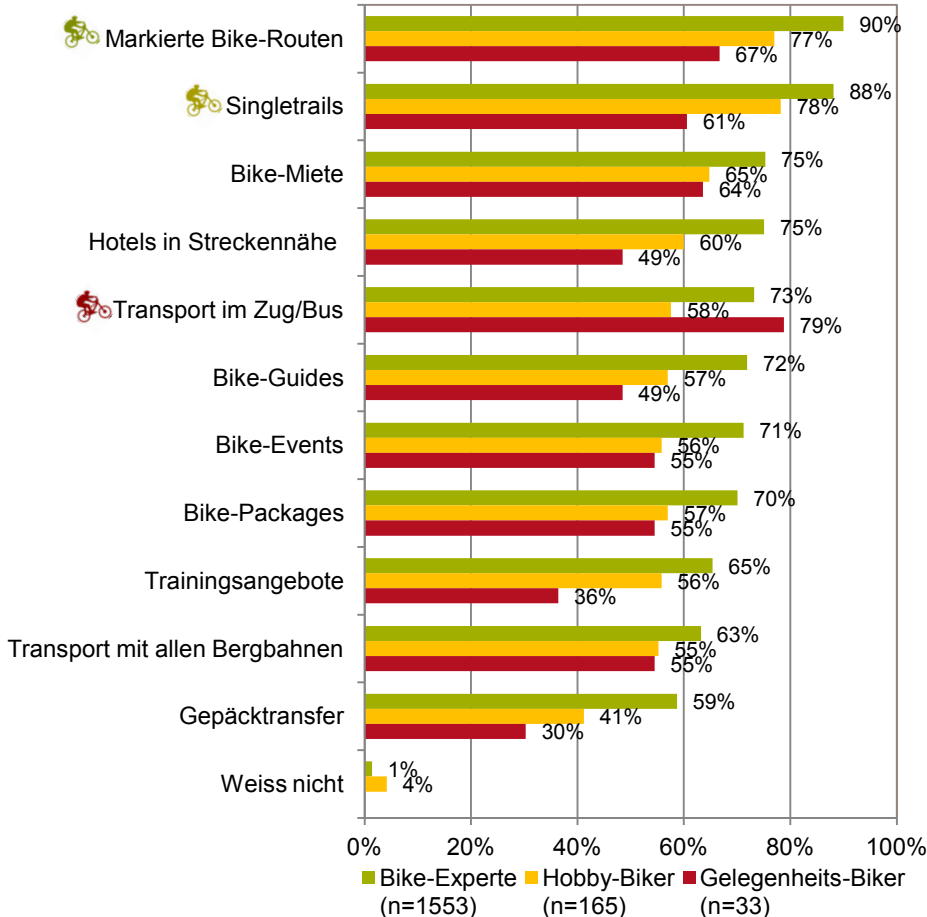
Angebot und Wichtigkeit der Services – nach Segmenten



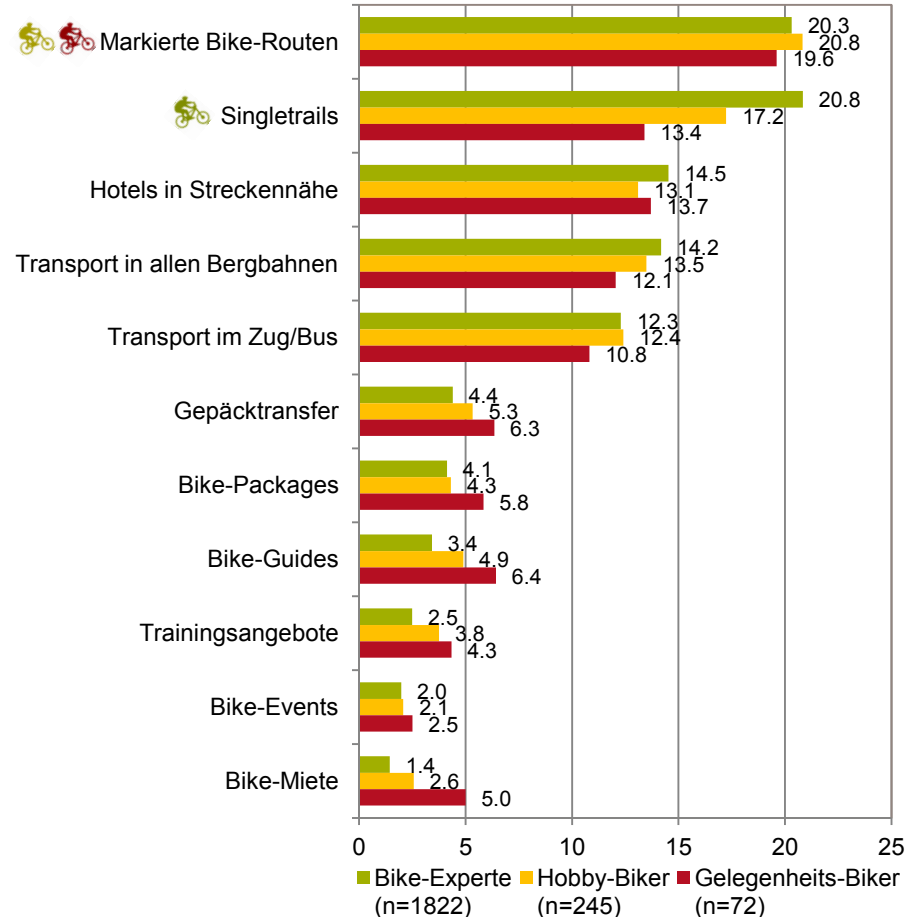
82% kennt graubündenBIKE
(n=1751)



Services



Wichtigkeit Services



N10 Welche der folgenden Services bietet Graubünden Ihres Wissens nach an?

N11 Welcher der folgenden Services für Biker ist aus Ihrer Sicht am wichtigsten und welcher am wenigsten wichtig?

N10 n=1751; N11=2139 | geschlossene Frage | in Prozent und Mittelwert



Marketing graubündenBIKE

Optimierungsmöglichkeiten aus Sicht der Biker



74% waren bereits Biken in Graubünden
(n=1576)

RUND UMS BIKEN	39%
Region ist bereits Top	26%
Gastfreundlichkeit verbessern	4%
Information vereinfachen / vereinheitlichen	4%
Werbung	2%
Wetter	2%
Natur respektieren	1%
Bessere Restaurants / Essen	1%
Andere Freizeitangebote	0%
BESCHAFFENHEIT BIKETRAILS	28%
Beschilderung verbessern	6%
Mehr Bikestrecken	6%
Mehr Toleranz / Bikeverbote aufheben	5%
Bessere Trails / Flowtrails	4%
Bike- und Wanderwege trennen	3%
Attraktivere Bike-Parks	2%
Downhill Angebot ausbauen	2%
Mehr Touren	2%
Schwierigkeitsgrad der Strecke angeben	1%
Trails in unterschiedlichen Schwierigkeitsgraden	1%
Freeride Angebot ausbauen	1%
Technisch wenig anspruchsvolle Trails	1%
Trails im mittleren Schwierigkeitsgrad	1%
Technisch anspruchsvolle Trails	1%



≥ 30 Nennungen

BIKEANGEBOTE	20%	SERVICES FÜR BIKER	16%
Günstigere Übernachtungsmöglichkeiten	6%	Biketransport / Verbindungen Regionen	8%
Günstigere Angebote	5%	Besseres Kartenmaterial / GPS-Touren / Apps	4%
Attraktivere Packages / Kombi-Tickets	3%	Anreise verbessern / mehr Verbindungen / mehr Platz für Bikes in SBB Zügen	2%
Mehr Bike Unterkünfte	3%	Günstigere Bergbahnen	2%
Angebot ausbauen	2%	Andere Services für Biker	1%
Saison / Öffnungszeiten Bergbahnen verlängern	1%	Servicestationen / Reparaturposten	1%
Familien-Packages	1%	ANDERE ANTWORTEN	3%
Mehr Bike Events	1%	Anderes	3%
		Weiss nicht / Keine Angabe	11%

N12 Was könnte die Region Graubünden Ihrer Meinung nach für Biker noch besser machen?
n=1576 | offene Frage | in Prozent



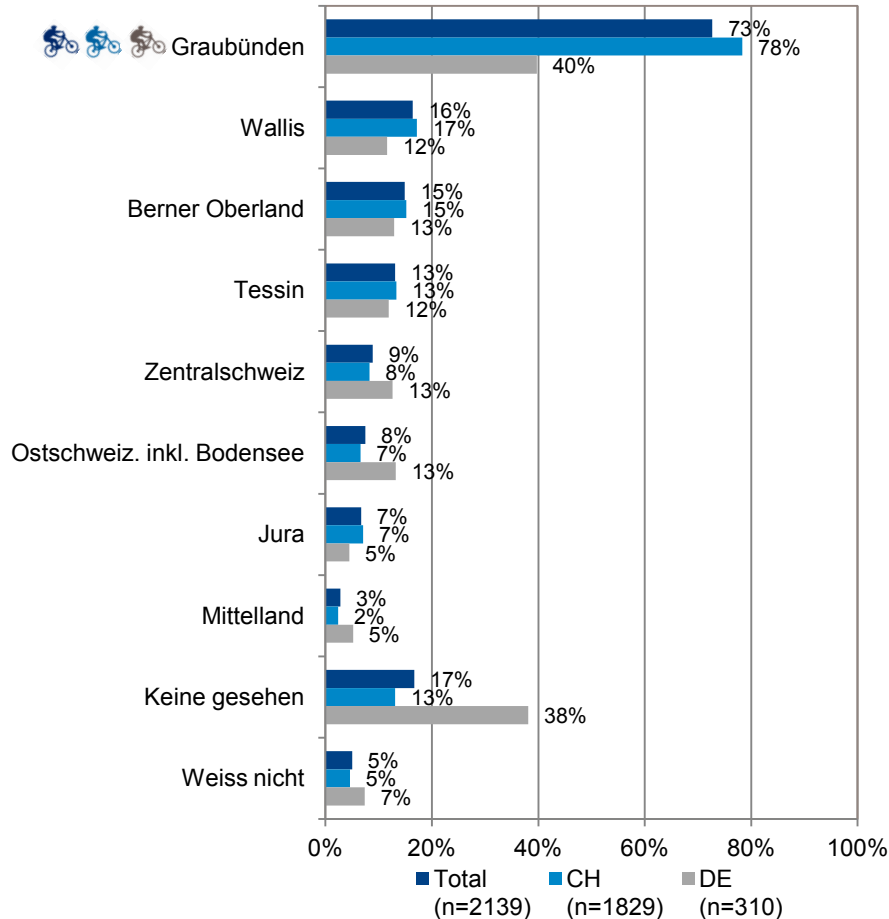
Kampagnenevaluation Bunnyflop

Kampagnenevaluation

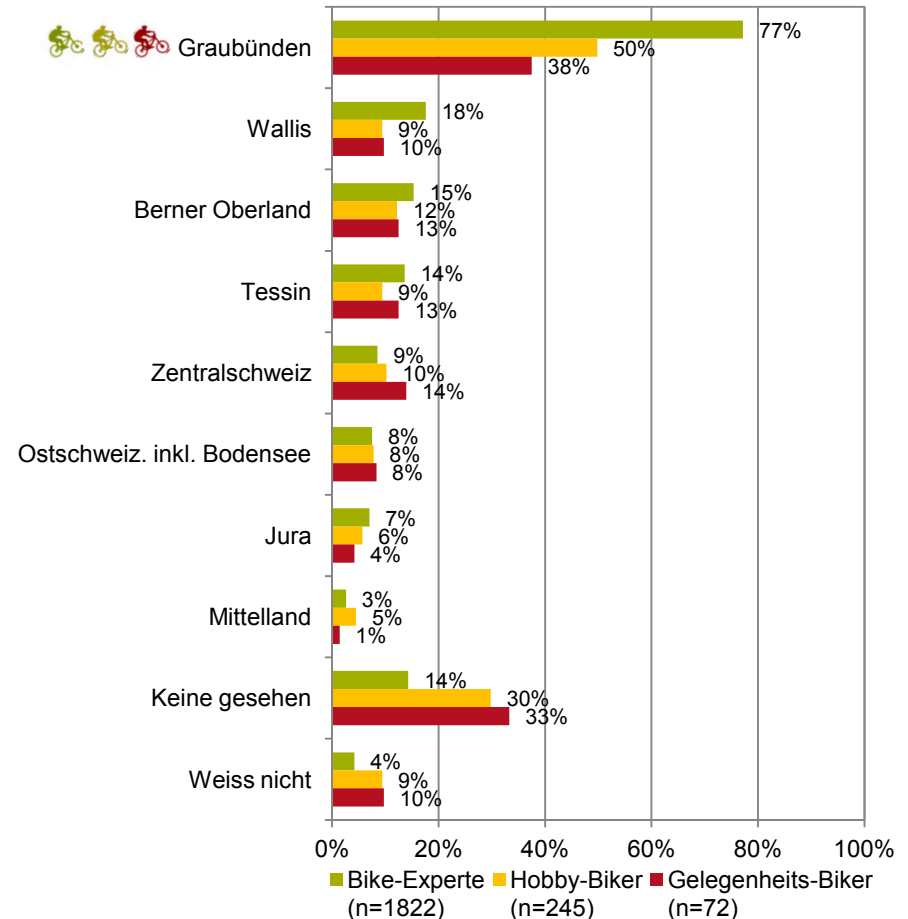
Spontane Werbe-Awareness Bike-Regionen Schweiz



Region



Segmente



N2 Haben Sie in letzter Zeit Werbung für eine der folgenden Schweizer Bike-Regionen gesehen?
 n=2139 | geschlossene Frage | in Prozent



Kampagnenevaluation

Helden der Berge – Dr Bunnyflop



Kampagnenevaluation

Ad*Efficiency für Bunnyflop



Total

n=2139

■ Motive unbekannt ■ Falsche Zuordnung ■ Passive Bekanntheit ■ Aktive Aufmerksamkeit



Schweizer

n=1829

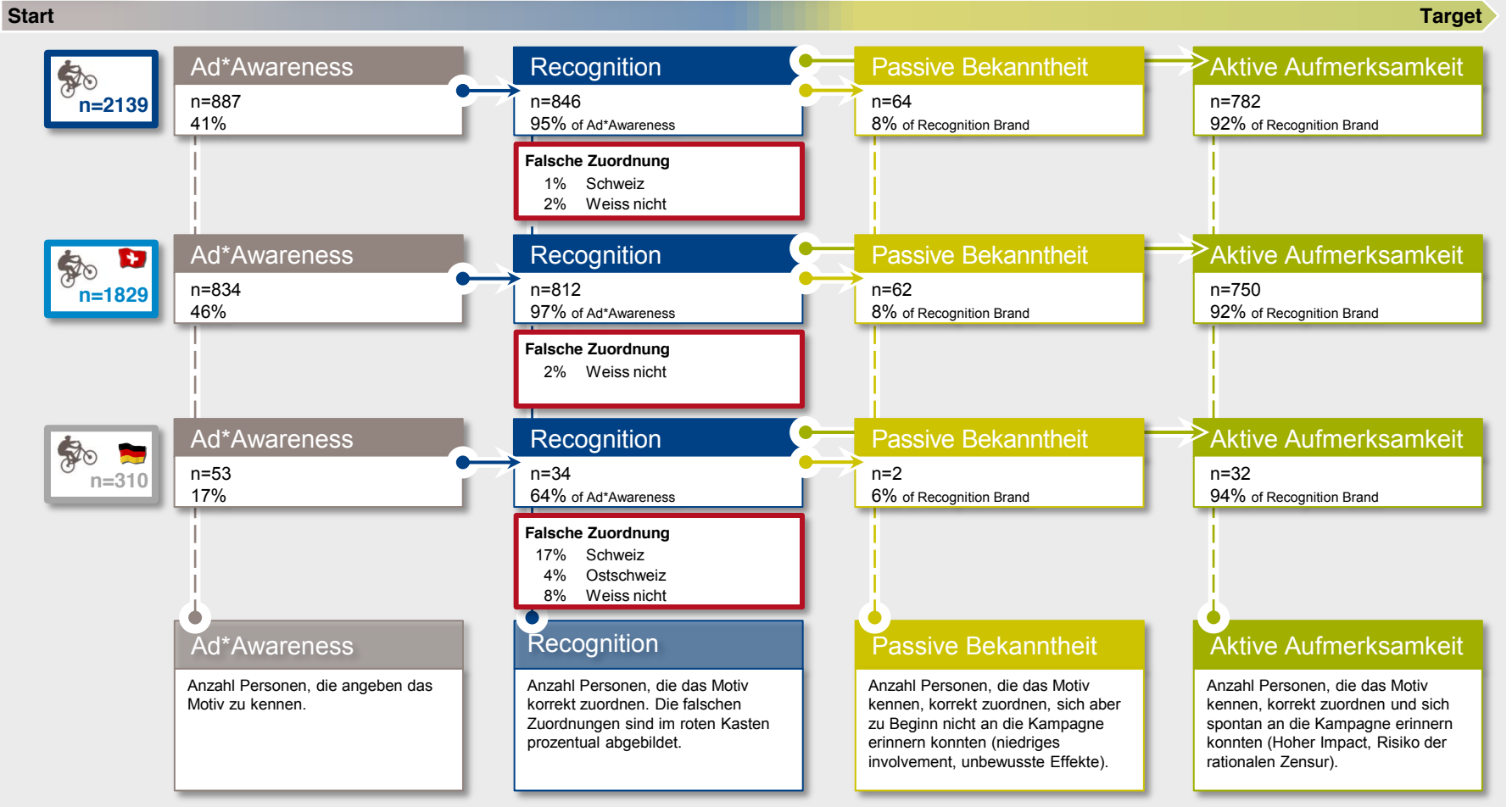


Deutsche

n=310

Kampagnenevaluation

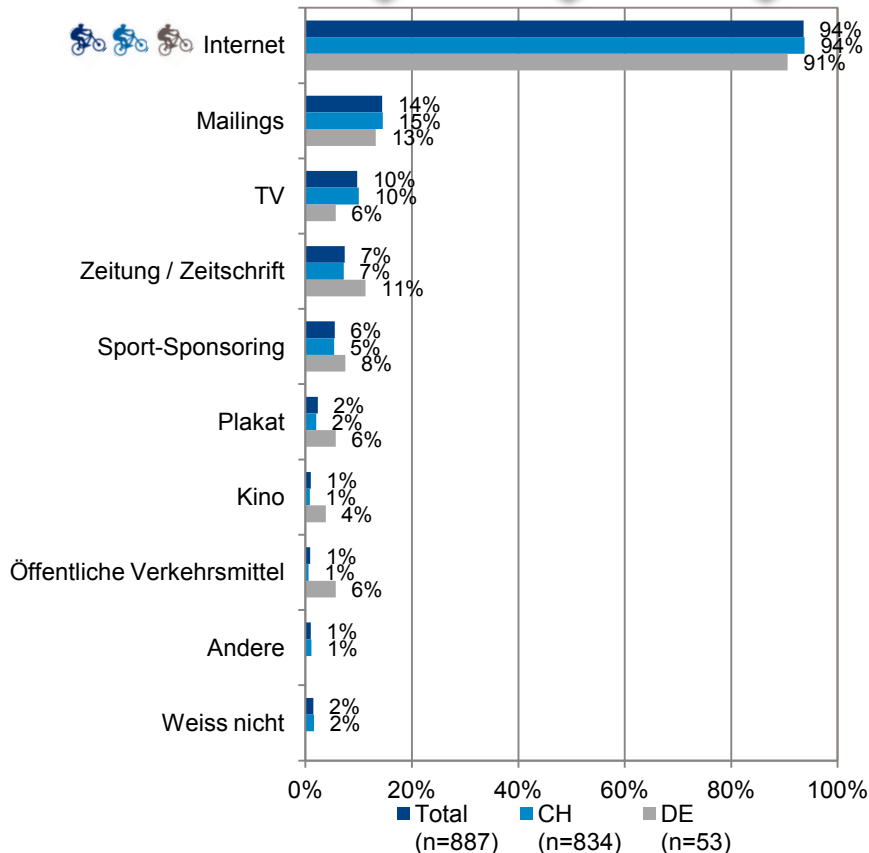
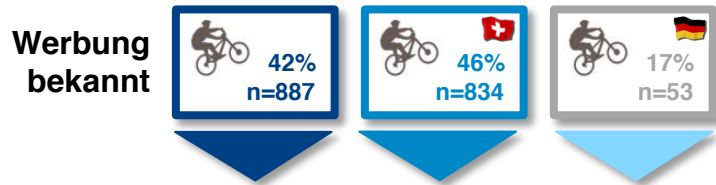
Ad*Efficiency im Detail – nach Segmenten



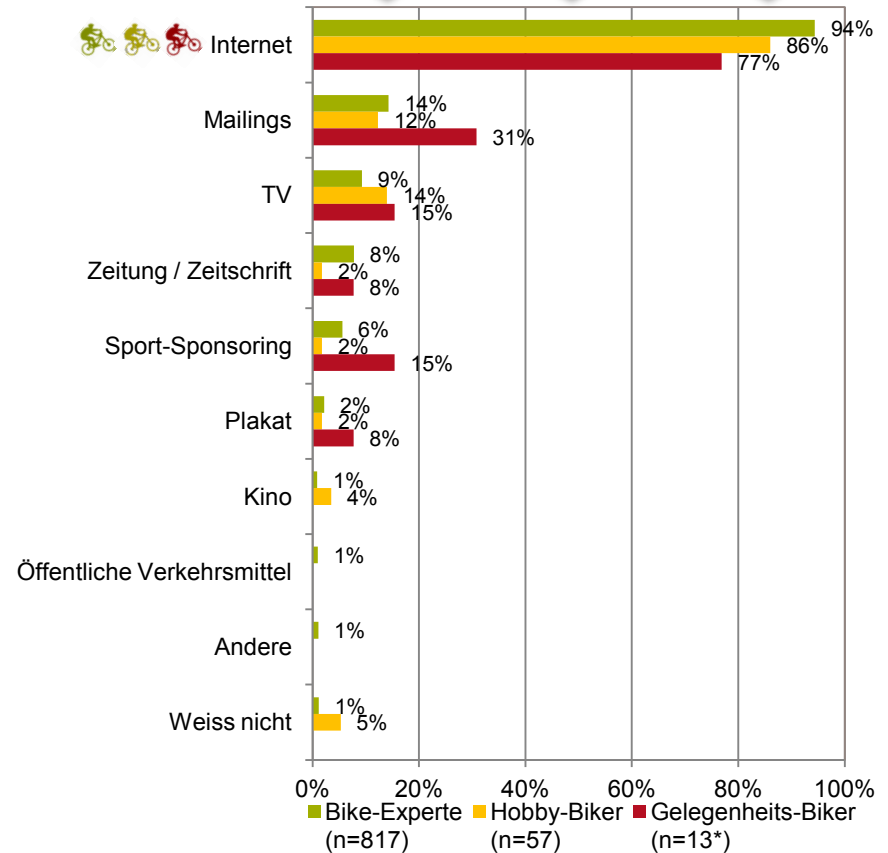
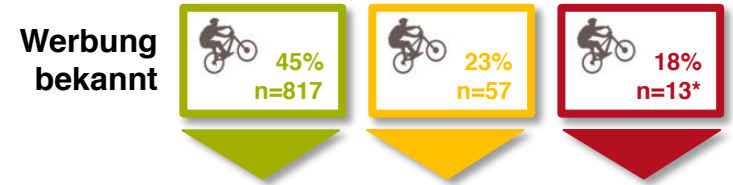
Kampagnenevaluation

Werbekontakte Bunnyflop nach Kanälen

Region



Segmente

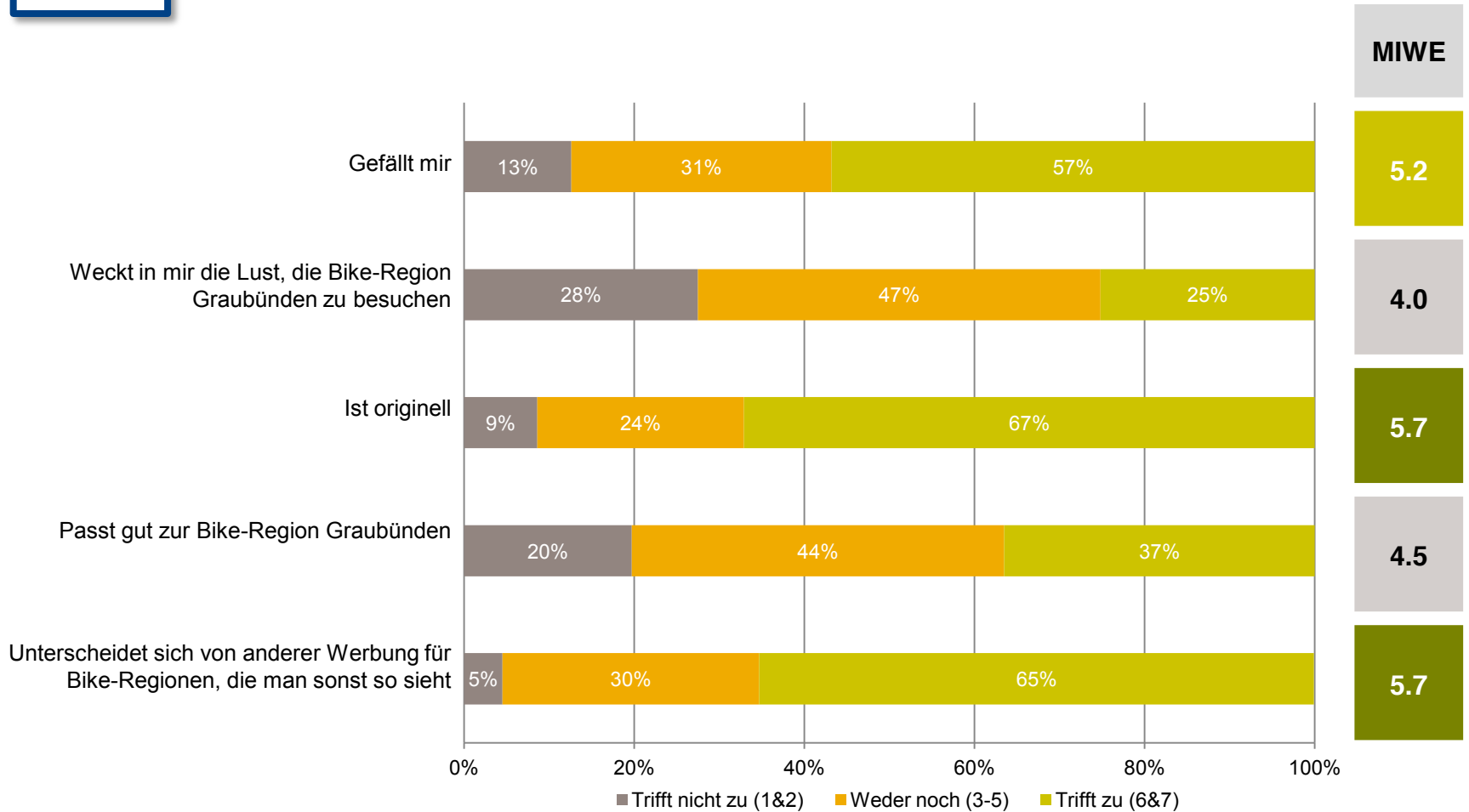


N3.1 Haben Sie diese Werbekampagne vor der Befragung schon einmal gesehen?
 N3.3 Wo haben Sie diese Kampagne bzw. Auszüge/Bilder dieser Kampagne schon gesehen?
 N3.1 n=2139; N3.3 n=887 | geschlossene Frage | in Prozent | *kleine Basis



Kampagnenevaluation

Ad*Diagnostics Bunnyflop



N13 Bitte beurteilen Sie die Kampagne nach den folgenden Aussagen.
 n=2139 | skalierte Frage | Skala: 1= Trifft überhaupt nicht zu; 7= Trifft voll und ganz zu | in Prozent
 © GfK Switzerland AG | Graubünden Ferien | BIKE | Juni 2013



Kampagnenevaluation

Ad*Diagnostics – nach Segmenten



	Total	Region		Segmente		
	n=2139	CH n=1829	DE n=310	Bike-Experte n=1822	Hobby-Biker n=245	Gelegenheits-Biker n=72
Die Werbung gefällt mir	5.2	5.2	5.2	5.3	5.1	4.9
Die Werbung weckt in mir die Lust, die Bike-Region Graubünden zu besuchen	4.0	3.9	4.1	3.9	4.1	4.1
Die Werbung ist originell	5.7	5.7	5.5	5.7	5.6	5.2
Die Werbung passt gut zur Bike-Region Graubünden	4.5	4.5	4.4	4.5	4.4	4.6
Die Werbung unterscheidet sich von anderer Werbung für Bike-Regionen	5.7	5.7	5.5	5.7	5.4	5.3

Statistik

Statistik

Freizeitaktivitäten



	Total	Region		Segmente		
	n=2139	CH n=1829	DE n=310	Bike-Experte n=1822	Hobby-Biker n=245	Gelegenheits-Biker n=72
Bike	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Skifahren / Snowboarden	66%	70%	46%	67%	64%	46%
Wandern / Bergsteigen	61%	62%	57%	61%	64%	56%
Joggen	46%	44%	54%	45%	54%	46%
Renntag	38%	40%	26%	40%	29%	24%
Fitness	36%	33%	51%	35%	38%	46%
Schwimmen	30%	26%	55%	28%	39%	47%
Langlauf	25%	25%	27%	27%	20%	14%
Skitouren	25%	27%	17%	27%	20%	15%
Wellness	19%	18%	26%	18%	25%	32%
Inlineskate	16%	14%	25%	15%	21%	19%
Klettern	15%	14%	22%	15%	18%	14%
Nordic Walking	8%	7%	14%	7%	9%	15%
Tennis	7%	6%	17%	7%	11%	13%
Golf	2%	0%	8%	2%	2%	4%
Andere	19%	19%	19%	19%	20%	19%
Keine davon	-	-	-	-	-	-

S3.1 Welchen der folgenden Freizeitaktivitäten gehen Sie nach?
n=2139 | geschlossene Frage | in Prozent



Statistik

Präferiertes Bike-Gelände



	Total	Region		Segmente		
	n=2139	CH n=1829	DE n=310	Bike-Experte n=1822	Hobby-Biker n=245	Gelegenheits-Biker n=72
Auf Wald- und Flurwegen	87%	88%	83%	88%	88%	68%
Auf Singletrails	83%	88%	49%	87%	63%	38%
Nur kurze Distanzen	55%	53%	69%	53%	71%	63%
Mehrtägige Bike-Tour	40%	41%	35%	43%	20%	18%
Rennradtouren	34%	36%	24%	36%	27%	18%
Downhillbike	24%	24%	24%	26%	12%	18%
Mehrtägige Fahrradtouren	18%	18%	22%	19%	16%	15%
Auf asphaltierten Strassen	17%	14%	39%	15%	31%	39%
Citybike in flachem Gelände	14%	11%	27%	12%	21%	33%
E-Biking Touren	3%	2%	5%	2%	5%	4%
Andere	4%	4%	7%	4%	5%	6%
Keine davon	-	-	-	-	-	-

S3.3 Welche Touren/Strecken fahren Sie, wenn auch nur unregelmässig?
n=2139 | geschlossene Frage | in Prozent



Statistik

Bike-Typ



	Total	Region		Segmente		
	n=2139	CH n=1829	DE n=310	Bike-Experte n=1822	Hobby-Biker n=245	Gelegenheits-Biker n=72
Allmountain	59%	61%	48%	62%	48%	40%
Cross-Country	38%	39%	37%	39%	38%	28%
Enduro	24%	25%	17%	26%	11%	13%
Freeride	17%	17%	18%	17%	14%	22%
Downhill	11%	10%	16%	12%	7%	11%
Anderes	4%	4%	4%	4%	3%	6%
Weiss nicht	6%	6%	10%	6%	10%	17%

Statistik

Präferierte Bike-Magazine



	Total	Region		Segmente		
	n=2139	CH n=1829	DE n=310	Bike-Experte n=1822	Hobby-Biker n=245	Gelegenheits-Biker n=72
Ride - Mountainbike-Magazin	64%	70%	27%	68%	44%	22%
BIKE - Das Mountainbike Magazin	46%	47%	41%	49%	28%	28%
MountainBIKE	34%	33%	36%	37%	14%	18%
World of Mountainbike	5%	3%	15%	5%	3%	6%
mountainbike Rider	5%	4%	8%	5%	3%	8%
Bike Sport	5%	3%	13%	5%	4%	7%
Freeride	3%	3%	1%	4%	0%	-
Dirtmagazine	1%	1%	1%	1%	-	-
Intersport 'sportslife'	1%	0%	5%	1%	2%	1%
Andere Fachmagazine	4%	4%	2%	4%	2%	7%
Lese keine Fachmagazine	1%	1%	1%	1%	2%	1%
Keine Angabe	18%	16%	27%	14%	40%	42%

S5 Welche Fachmagazine für Mountainbiker lesen Sie?
n=2139 | geschlossene Frage | in Prozent



Statistik

Alter & Geschlecht



Alter	Total	Region		Segmente		
	n=2139	CH n=1829	DE n=310	Bike-Experte n=1822	Hobby-Biker n=245	Gelegenheits-Biker n=72
Zwischen 20 und 29 Jahren	14%	11%	31%	13%	19%	38%
Zwischen 30 und 49 Jahren	63%	65%	52%	64%	61%	44%
Zwischen 50 und 74 Jahren	23%	24%	17%	24%	20%	18%

Geschlecht	n=2139	CH n=1829	DE n=310	Bike-Experte n=1822	Hobby-Biker n=245	Gelegenheits-Biker n=72
	Männlich	81%	84%	65%	83%	72%
Weiblich	19%	16%	36%	17%	28%	35%

S1Bitte geben Sie Ihr Geschlecht an.

S2 Bitte geben Sie Ihr Alter an.

n=2139 | geschlossene Frage | in Prozent



Statistik

Social Media Usage



	Total	Region		Segmente		
	n=2139	CH n=1829	DE n=310	Bike-Experte n=1822	Hobby-Biker n=245	Gelegenheits-Biker n=72
Youtube	62%	62%	63%	62%	63%	65%
Facebook	60%	57%	75%	59%	62%	72%
Xing	26%	27%	21%	26%	28%	21%
App	24%	25%	17%	24%	26%	24%
LinkedIn	14%	15%	10%	14%	16%	8%
Blogs	14%	14%	15%	14%	14%	13%
Twitter	13%	13%	15%	13%	15%	11%
Andere	6%	5%	7%	5%	8%	6%
Keine	14%	15%	11%	14%	15%	6%

Statistik

Haushaltsgrösse




	Total	Region		Segmente		
	n=2139	CH n=1829	DE n=310	Bike-Experte n=1822	Hobby-Biker n=245	Gelegenheits-Biker n=72
Eine Person	18%	18%	20%	18%	21%	22%
Zwei Personen	38%	38%	34%	38%	37%	35%
Drei Personen	16%	15%	21%	16%	14%	18%
Vier Personen	21%	22%	18%	22%	20%	17%
Fünf und mehr Personen	7%	7%	7%	7%	8%	8%


S9 Wie viele Personen leben ständig in Ihrem Haushalt, Sie selbst und Kinder eingeschlossen?
n=2139 | geschlossene Frage | in Prozent



Statistik

Höchste Ausbildung

	Total	Segmente		
	n=1829	Bike-Experte n=1576	Hobby-Biker n=203	Gelegenheits-Biker n=50
Primarschule	0%	1%	-	-
Real-, Sekundarschule	1%	1%	1%	2%
Berufs-, Gewerbeschule, KV	26%	26%	20%	34%
Mittelschule, Gymnasium	7%	6%	10%	6%
Fachhochschule	43%	43%	42%	34%
Universität, Hochschule	24%	23%	27%	24%


	Total	Segmente		
	n=310	Bike-Experte n=246	Hobby-Biker n=42	Gelegenheits-Biker n=22
Volks-/Hauptschule ohne Berufsbildung	1%	0%	2%	-
Volks-/Hauptschule mit Berufsbildung	13%	15%	7%	9%
Höhere Schule ohne Abitur	22%	19%	33%	27%
Abitur, Hochschulreife	27%	24%	38%	32%
Abgeschlossenes Studium	38%	42%	19%	32%


S8 Welche Schule haben Sie zuletzt besucht?

n=2139 | geschlossene Frage | in Prozent

© GfK Switzerland AG | Graubünden Ferien | BIKE | Juni 2013



 CH	Total	Segmente		
	n=1829	Bike-Experte n=1576	Hobby-Biker n=203	Gelegenheits-Biker n=50
Bis 2'999 CHF	1%	1%	0%	2%
3'000 bis unter 5'000 CHF	5%	5%	3%	8%
5'000 bis unter 8'000 CHF	22%	22%	22%	22%
8'000 bis unter 11'000 CHF	27%	27%	25%	16%
11'000 CHF und mehr	32%	33%	30%	20%
Keine Angabe	14%	13%	20%	32%

 DE	Total	Segmente		
	n=310	Bike-Experte n=246	Hobby-Biker n=42	Gelegenheits-Biker n=22
Bis 999 Euro	4%	4%	5%	5%
1.000 bis unter 3.000 Euro	20%	20%	21%	18%
3.000 bis unter 5.000 Euro	35%	34%	41%	32%
5.000 bis unter 8.000 Euro	20%	19%	21%	23%
8.000 Euro und mehr	9%	10%	2%	5%
Keine Angabe	12%	12%	10%	18%

S10 Wenn Sie nun das monatliche Bruttoeinkommen Ihres gesamten Haushalts zusammenzählen, auf welches Brutto-Einkommen kommt Ihr Haushalt pro Monat?
n=2139 | geschlossene Frage | in Prozent

GfK. GROWTH FROM KNOWLEDGE.

Sara Meyer, Division Manager GfK Brand Insight
GfK Switzerland AG | Hergiswil, Juni 2013