

Konsumenten und Werbewirkung in Skigebieten

Die Forschungsergebnisse aus der Isopublic-Studie 2008 (Auszug)



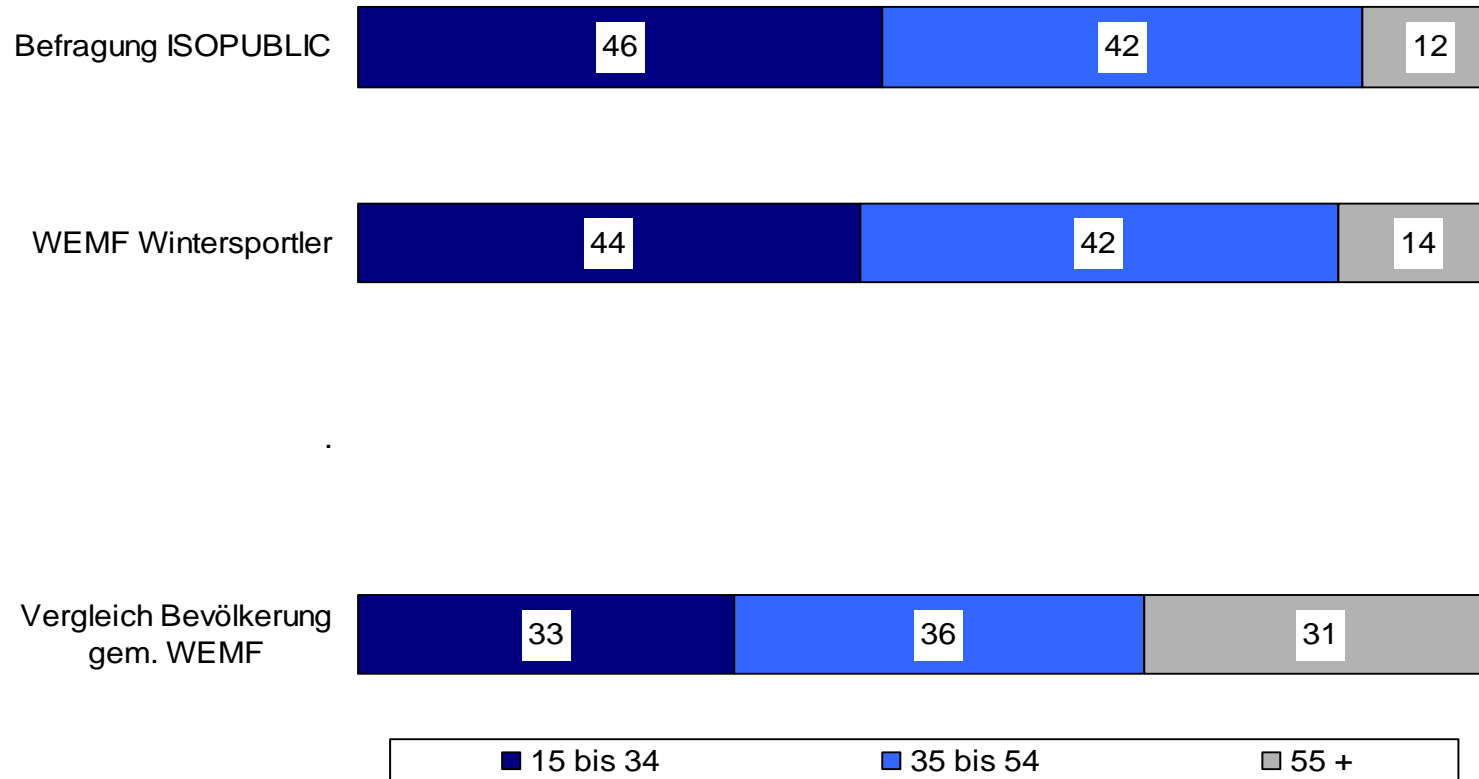
Eckdaten zur Untersuchung

- **Dimensionen:** Im Umfeld von Wintersportorten („am Berg“) werden untersucht:
Ausgewählte Fragen zu Anreise, Unterkunft, Begleitung
Offenheit für Mobile-Marketing
Einstellung zu Konsum und Werbung
Erinnerung an verschiedene Werbeträger und Einstellung dazu
- **Methode:** Face-to-Face Interviews mit Bildvorlagen in den Skigebieten
in Deutsch, Französisch und Englisch
- **Stichprobe:** Quotenauswahl gemäss Tourismusstatistik
n= 514 Interviews, davon 261 in Zermatt, 253 in Verbier
(Schwankungsbreite max. $\pm 4.5\%$ bzw. $\pm 6.3\%$ pro Gebiet)
- **Feldzeit:** Mittwoch 20. bis Sonntag 24. Februar 2008

Agenda

- Ziel des Meetings
- APGMontagne – die Nummer 1 am Berg
- Standardformate
- Individuelle Lösungen
- **Marktforschung / Analysen**
 - Informationen ISOPUBLIC 2008
 - **Konsumentendaten Ski- und Snowboardfahrer**
 - Wahrnehmung der Werbeträger
 - Ergänzende Informationen WEMF

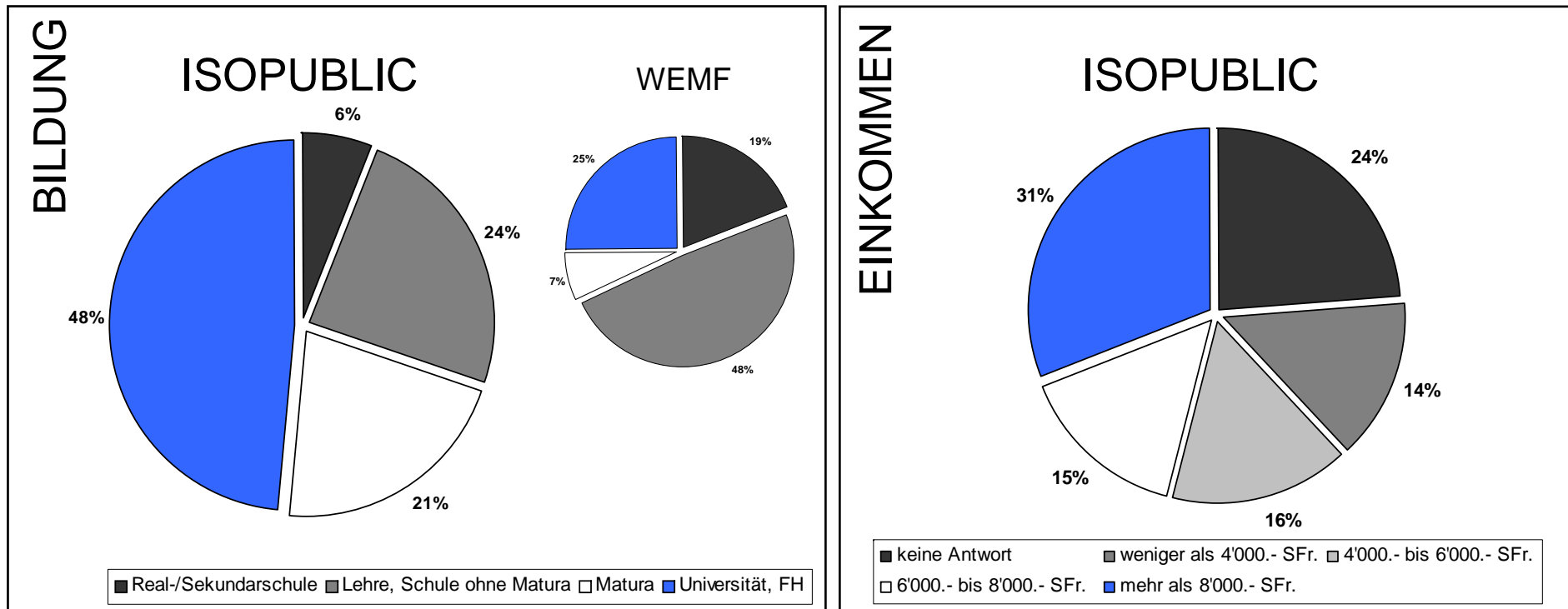
Sozialdemografie der Gäste



Gegenüber den klassischen Werbemedien erreichen Sie im Skigebiet eine ausserordentlich junge Zielgruppe, die Sie für Ihr Produkt gewinnen können.

Bildung und Einkommen

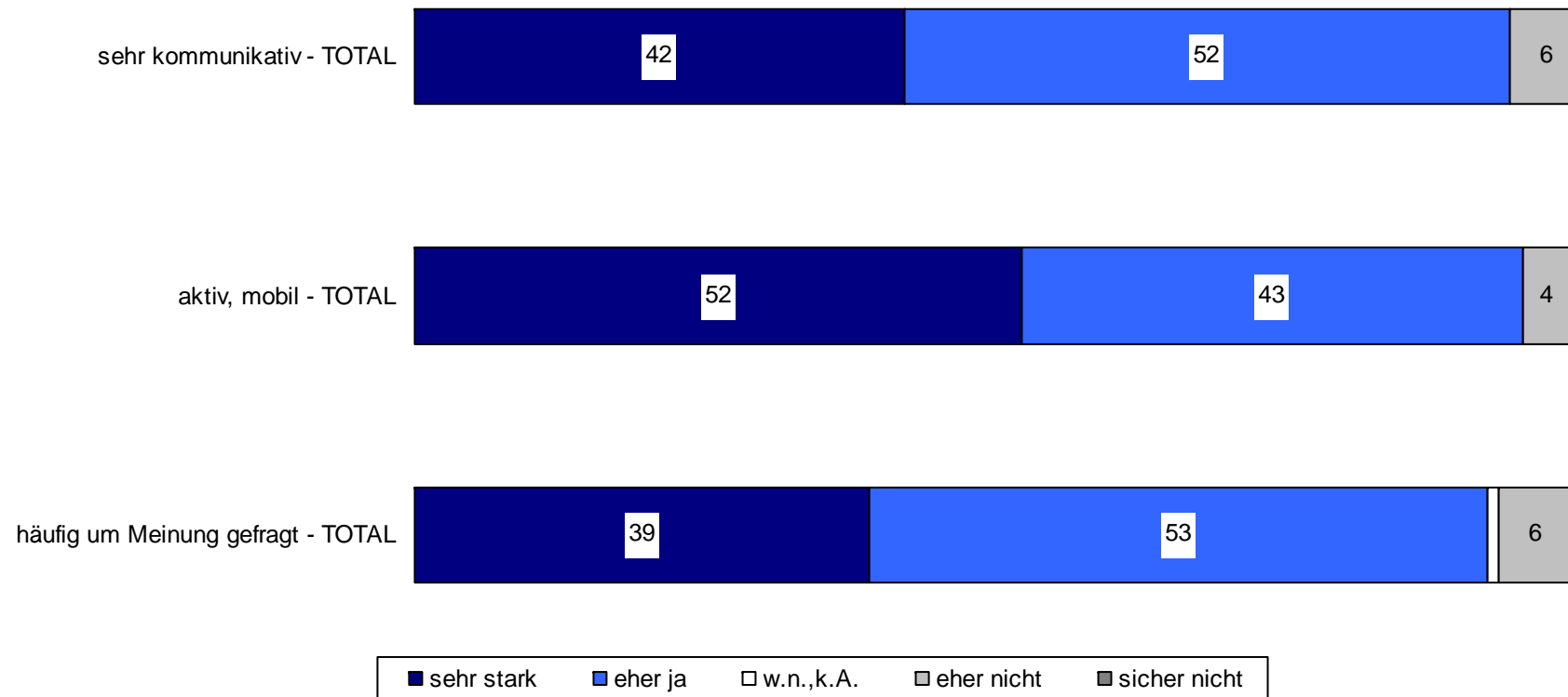
“Was ist Ihre höchste abgeschlossene Schulbildung – bis zu welchem Alter sind Sie zur Schule gegangen oder haben Sie studiert?“



Ihr Nutzen: Über 60% Ihrer Zielpersonen verfügen über einen Matura- und Universitäts/ FH-Abschluss und können sich Ihr Produkt leisten, denn das Haushaltseinkommen dieser Zielpersonen liegt weit über dem Durchschnitt der Schweiz!

Kommunikations-/ Aktivitätsdimension

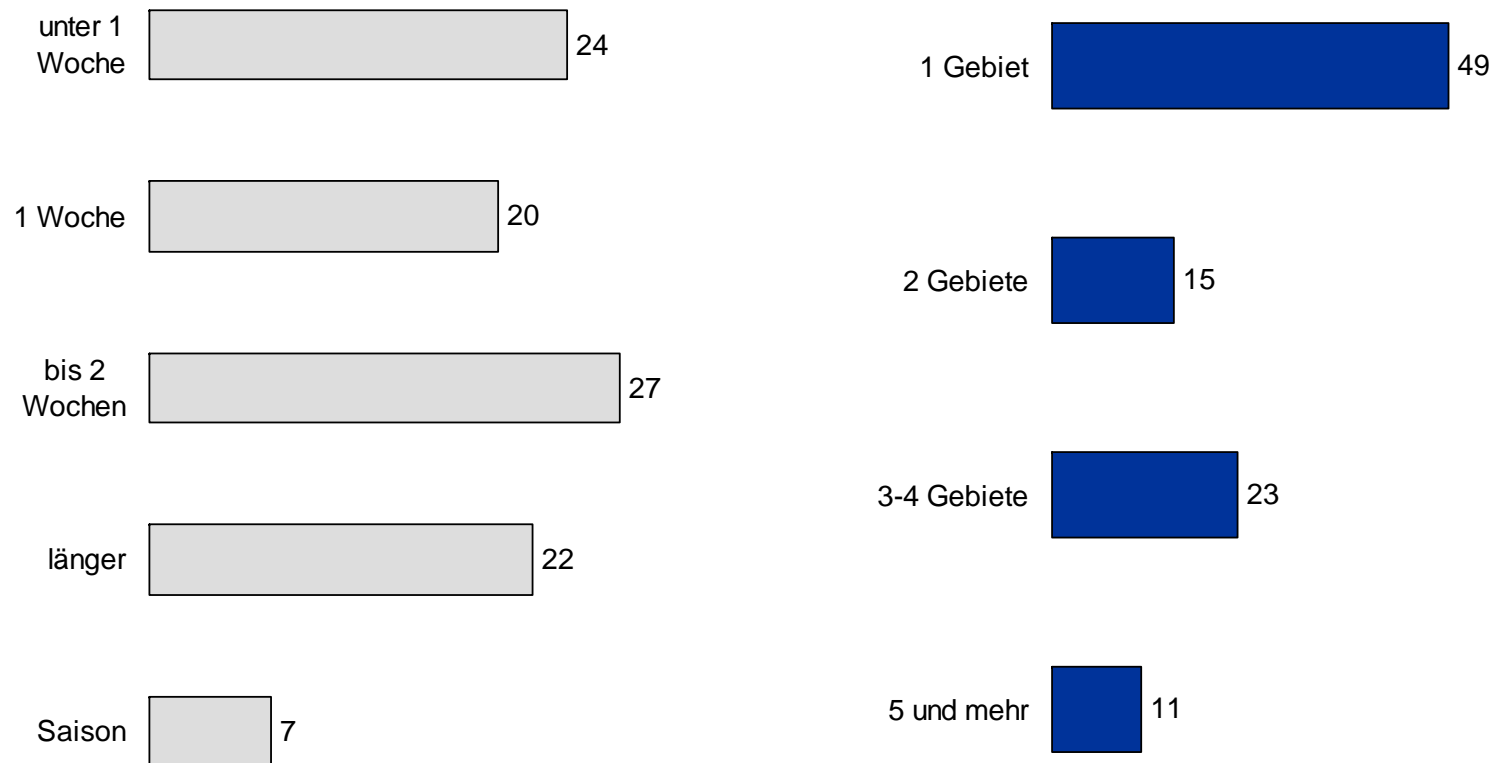
“Wie stark treffen die folgenden Aussagen auf Sie zu?“



Die Gäste sind aktive, kommunikative und mobile Menschen – Opinion Leaders. Ihre Werbebotschaft wird daher weitertransportiert.

Aufenthaltsstatus / Anzahl besuchter Skigebiete

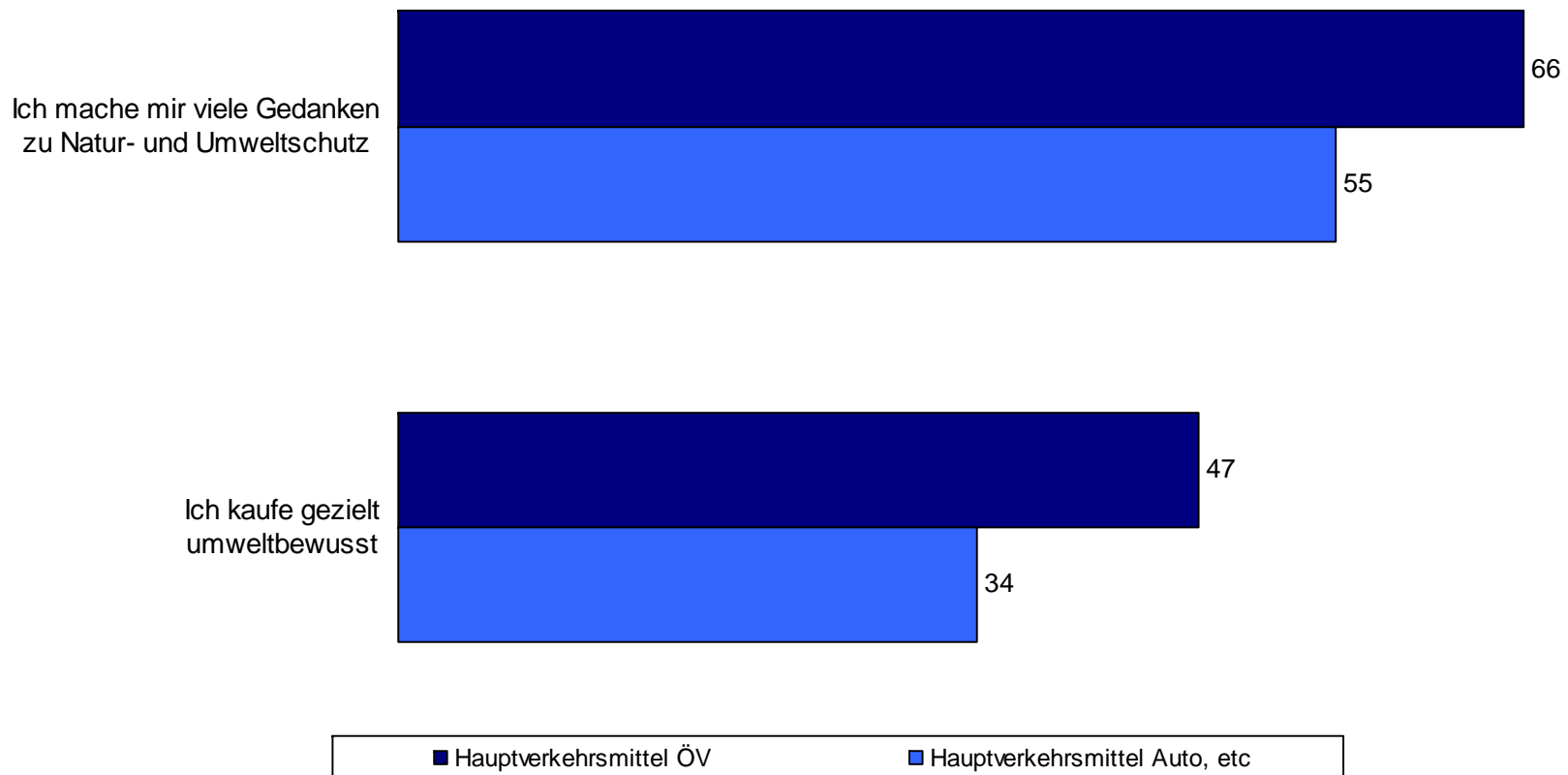
“Wie oft, d.h. wie viele Tage (ungefähr) und in wie vielen verschiedenen Skigebieten in der Schweiz gehen Sie in dieser Saison zum Wintersport (egal, ob Sie schon waren oder noch gehen werden)?“



Ihr Nutzen: Stressfreie Mehrfachkontakte steigern die Werbeerinnerung!

Umweltorientierung

“Beim Einkaufen sind den Leuten verschiedene Gesichtspunkte wichtig. Wie sehr treffen die folgenden Aussagen auf Sie persönlich zu? (1 bedeutet „überhaupt nicht“, 10 bedeutet „sehr stark“)

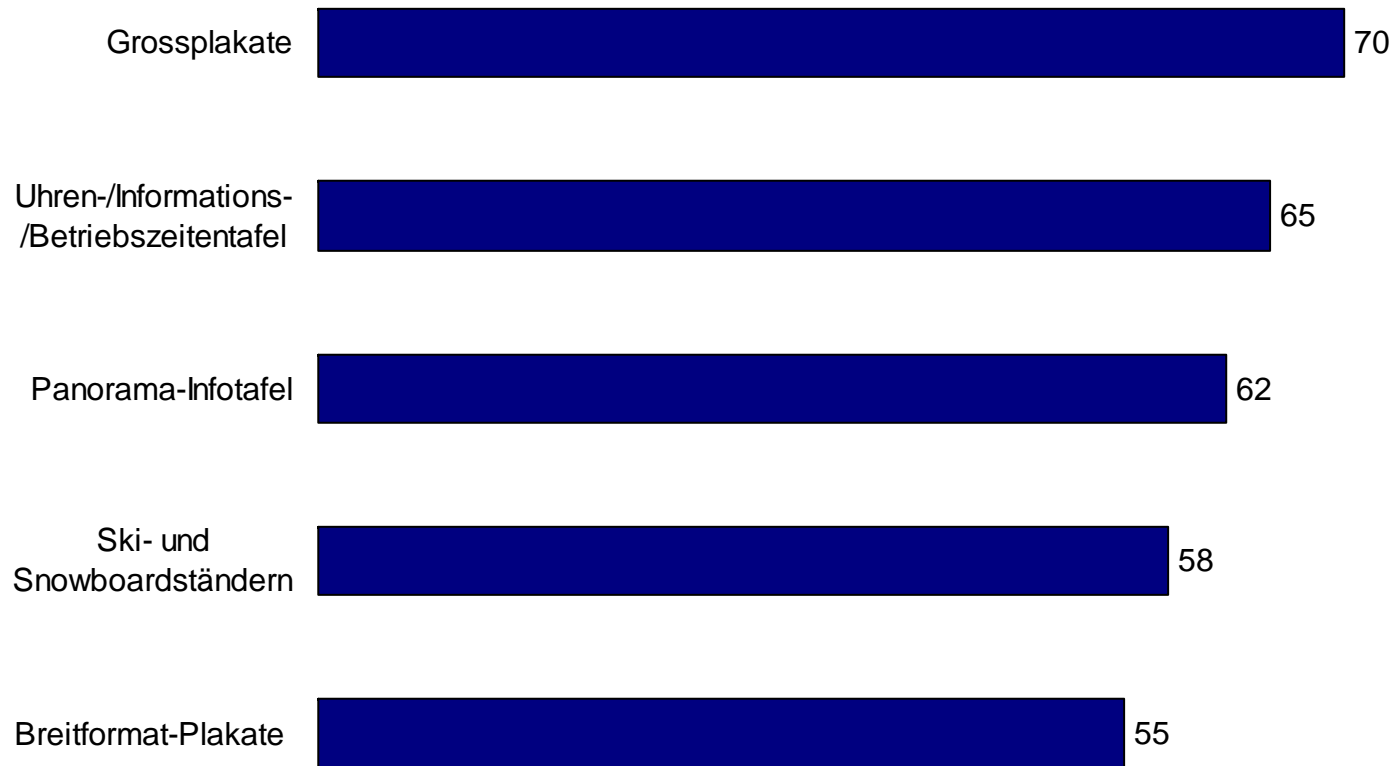


Agenda

- Ziel des Meetings
- APGMontagne – die Nummer 1 am Berg
- Standardformate
- Individuelle Lösungen
- **Marktforschung / Analysen**
 - Informationen ISOPUBLIC 2008
 - Konsumentendaten Ski- und Snowboardfahrer
 - **Wahrnehmung der Werbeträger**
 - Ergänzende Informationen WEMF

Erinnerung an Werbeträger

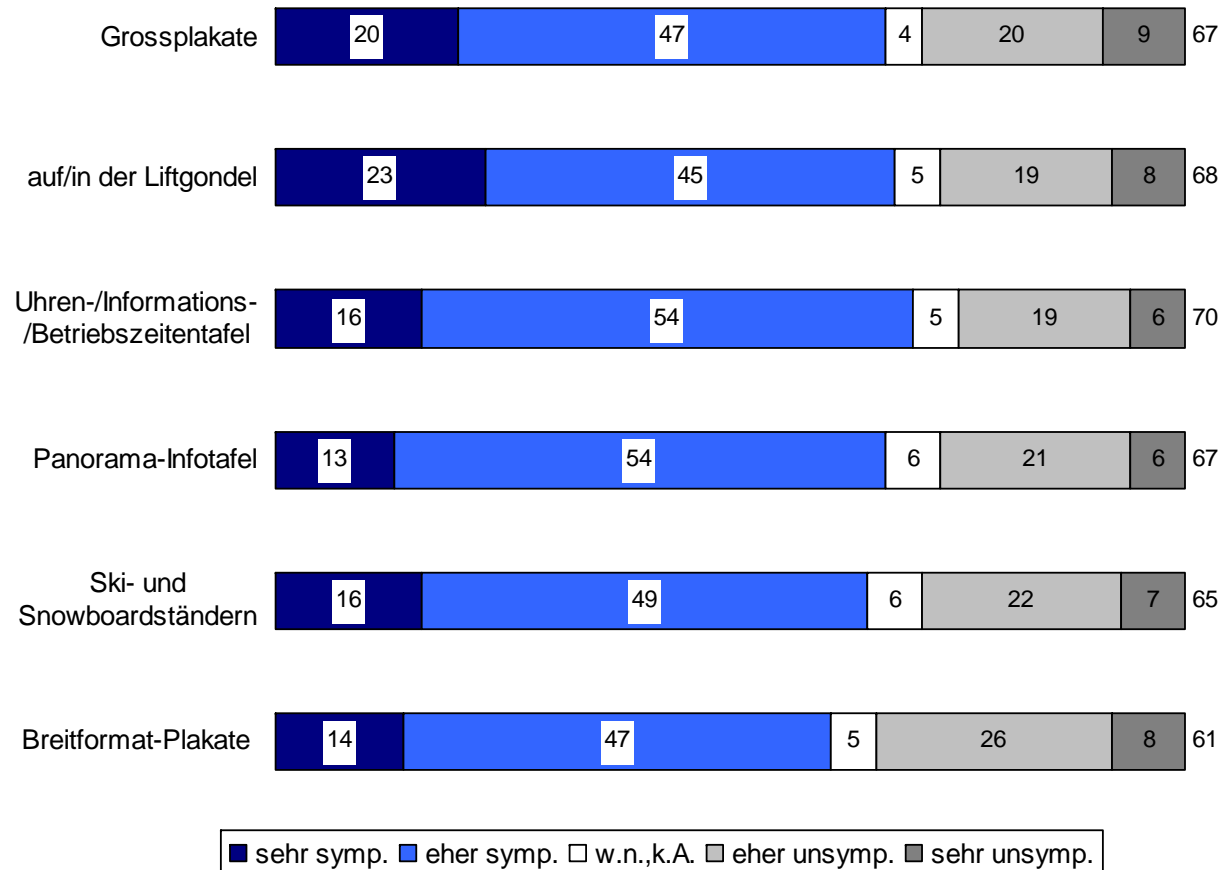
„Haben Sie in diesem Skigebiet gesehen, dass auf diese Art Werbung gemacht wird?“



Erstaunlich! Alle Werbeträger der APGMontagne werden von über 50% der Gäste wahrgenommen

Sympathie der Werbeträger

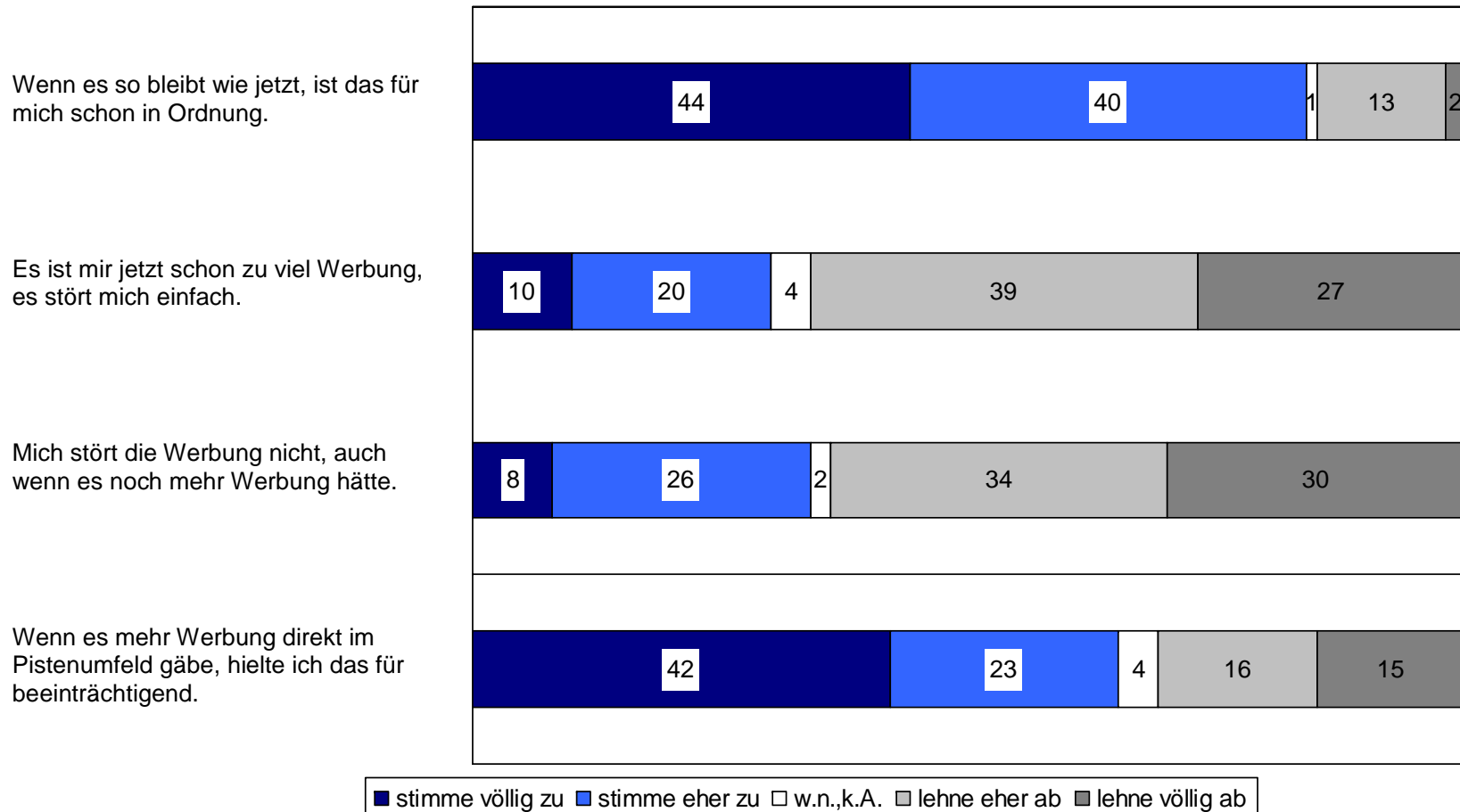
„Wie finden Sie die Idee, auf diese Art Werbung zu machen? Sehr sympathisch, eher sympathisch, eher unsympathisch oder sehr unsympathisch? (1= sehr unsympathisch, 4= sehr sympathisch)“



Ihre Kommunikation profitiert von der grossen Sympathie der APG Werbeträger!

Einstellung zur Werbung am Berg

„Über Werbung am Berg gibt es unterschiedliche Meinungen. Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?“



Einstellung zur Werbung am Berg

„Über Werbung am Berg gibt es unterschiedliche Meinungen. Wie sehr stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?“

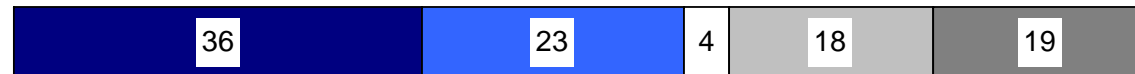
Wenn es so bleibt wie jetzt,
ist das für mich schon in
Ordnung.



VÖLLIG ZUFRIEDENE:



Wenn es mehr Werbung
direkt im Pistenumfeld gäbe,
hielte ich das für gefährlich.



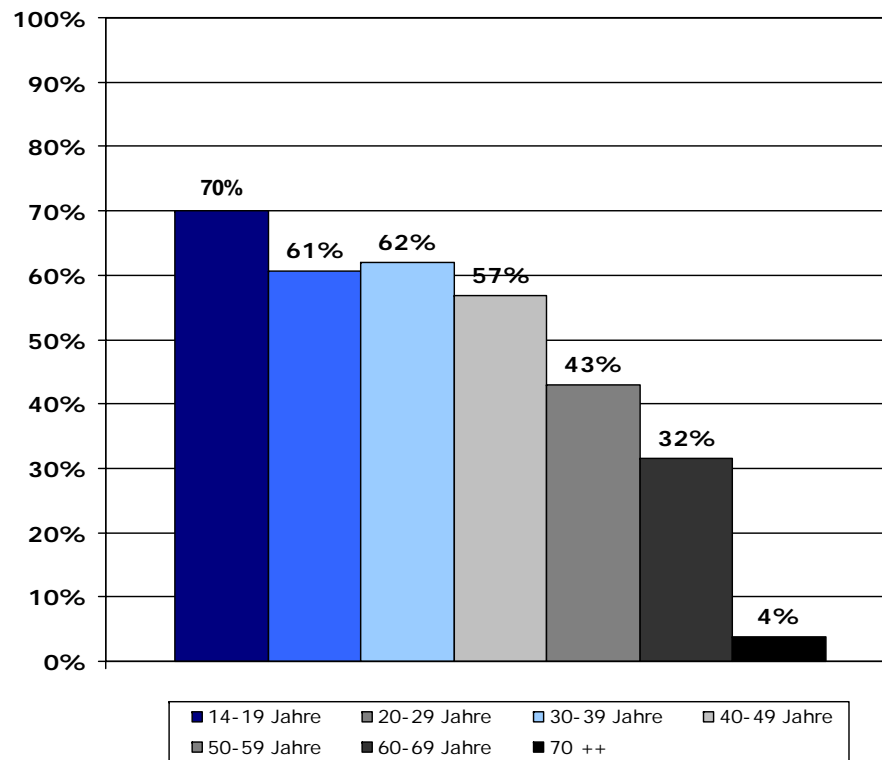
■ stimme völlig zu ■ stimme eher zu □ w.n.,k.A. □ lehne eher ab ■ lehne völlig ab

Agenda

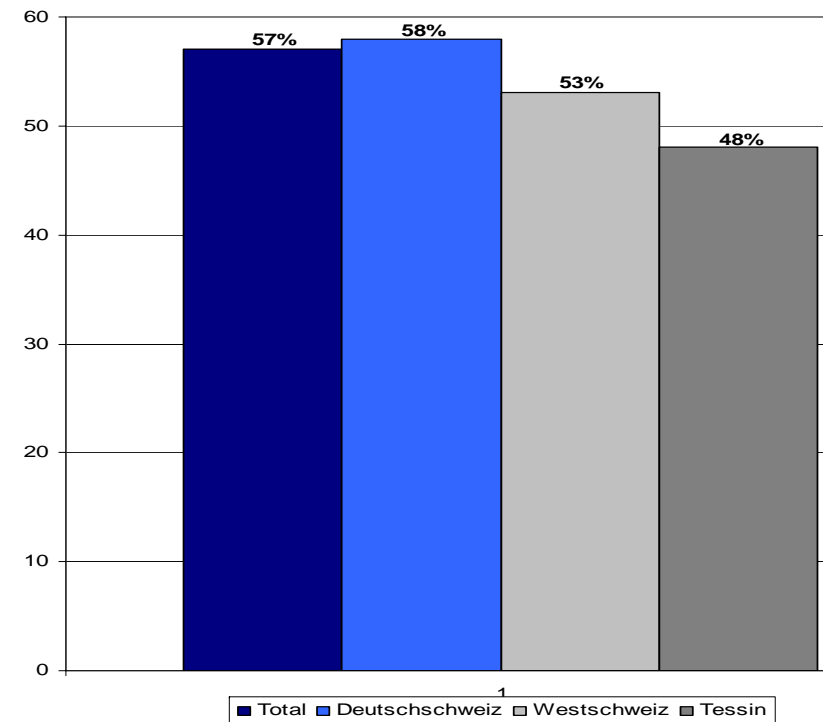
- Ziel des Meetings
- APGMontagne – die Nummer 1 am Berg
- Standardformate
- Individuelle Lösungen
- **Marktforschung / Analysen**
 - Informationen ISOPUBLIC 2008
 - Konsumentendaten Ski- und Snowboardfahrer
 - Wahrnehmung der Werbeträger
 - **Ergänzende Informationen WEMF**

Wintersportler / Wintersportferien

Wintersportler, nach Alterskategorien

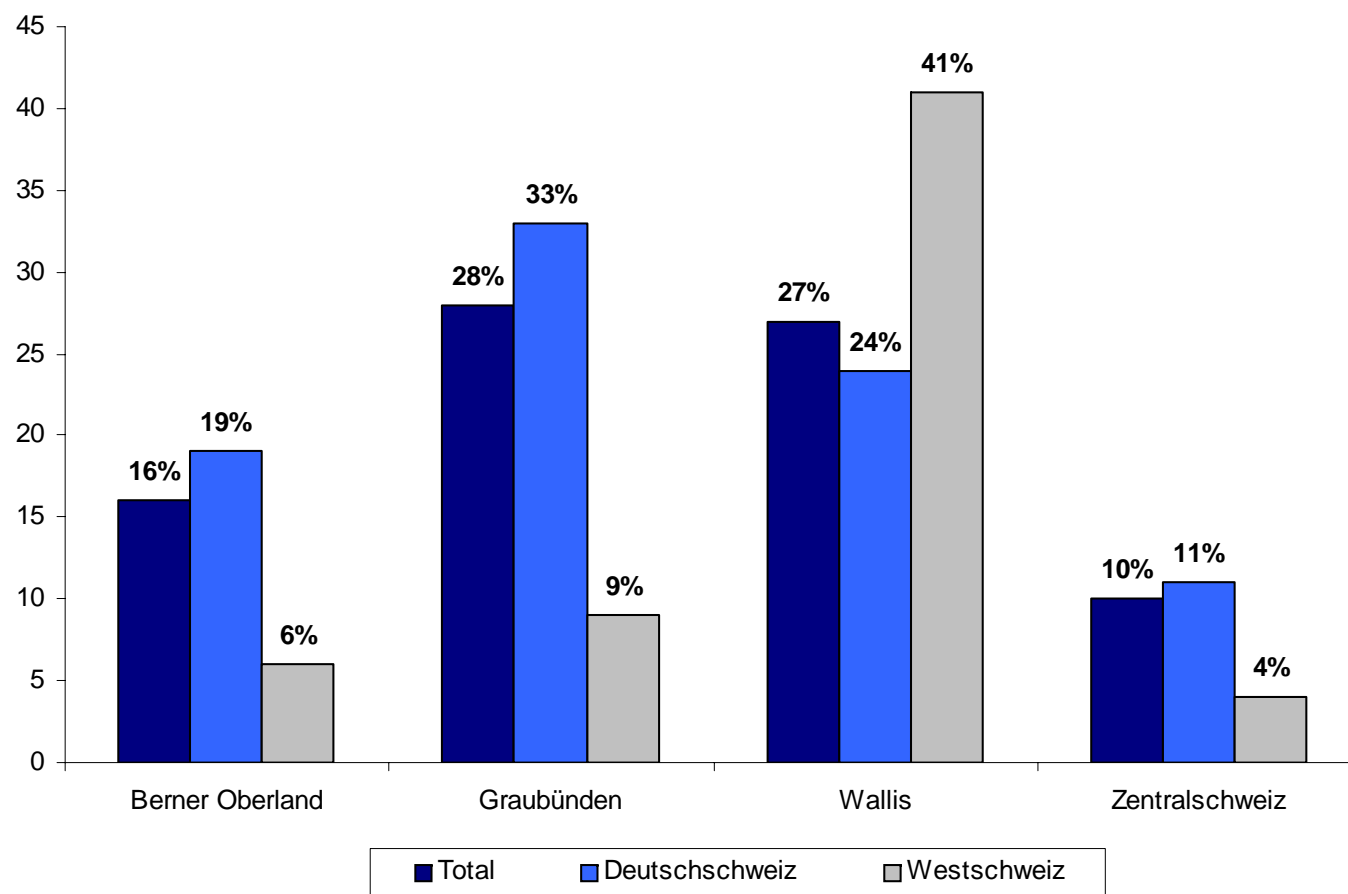


Wintersportler, welche auch im Winter Urlaub machen



Urlaubsorte Winter

Wintersportler, welche auch im Winter Urlaub machen



Herzlichen Dank...



...und auf Wiedersehen in unseren Bergen!

APG Montagne
Giesshübelstrasse 4
8027 Zürich
Telefon: +41 44 283 13 10
Fax: +41 44 283 13 35
www.apgmontagne.ch