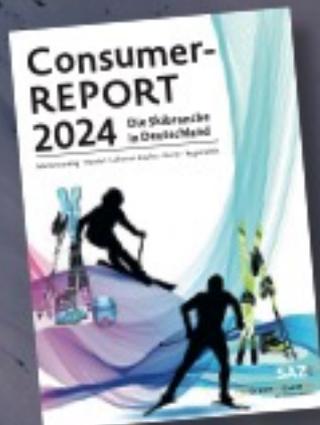


Presse-Info

Consumer- REPORT

2024 Die Skibranche
in Deutschland

zeigt Chancen und Perspektiven



Marketmedia24 und SAZsport präsentieren der Branche eine große Skistudie

Köln/München, 30.11.2023 – Endlich gibt es wieder belastbare Daten zur Skibranche! Dafür sorgen das Marktforschungsunternehmen Marketmedia24 (Köln) im Verbund mit dem führenden Sportartikel-Magazin SAZsport (München). So liefert der „Consumer-REPORT 2024 – Die Skibranche in Deutschland“ wichtige Erkenntnisse zum Konsumverhalten in den beiden wichtigsten Wintersportarten Ski Alpin und Langlauf.

Der Sportbranche im Allgemeinen und dem Wintersport im Speziellen mangelt es an Daten zum Markt. Die GfK betreibt schon seit einigen Jahren hier keine Forschungen mehr, die Nationale Grundlagenstudie Wintersport unter der Leitung von Prof. Ralf Roth beschäftigt sich mehr mit dem Tourismus und infrastrukturellen Gegebenheiten. In der Skibranche weiß daher niemand mehr so wirklich, wie sich der Markt entwickelt hat – auch nicht bezogen auf die einzelnen Warengruppen.

Für den **Consumer-REPORT 2024 – Die Skibranche in Deutschland**, der Mitte Dezember von Marketmedia24 und SAZsport erstmals herausgegeben wird, wurden insgesamt 2.653 Menschen im Zeitraum 31.08. bis 18.09.2023 befragt – davon 1.719 Skifahrer*innen und 934 Langläufer*innen. Diese gaben Auskunft darüber, ob sie sich ihre Ausrüstung kaufen oder leihen, mit welcher Marke sie auf die Piste bzw. in die Loipe gehen, wo sie ihren Ski, Schuh etc. kaufen, wie viel Geld sie bereit sind zu investieren, wie oft sich ein Produkt zugelegt wird und wann dies zum letzten Mal geschehen ist. Die Leihkunden verriet beispielsweise, unter welchen Voraussetzungen sie durchaus bereit wären, ihr Verhalten zu ändern und (wieder) zu kaufen.

Und dies sind einige, **durchaus bemerkenswerte und teils auch überraschende Erkenntnisse** aus der Studie:

- Die Leihquote bei Alpinski ist deutlich niedriger als es in der Branche seit Jahren kursiert.
- Bei Helmen und Brillen hat E-Commerce den höchsten Anteil.
- Die Gen Z will sehr wohl besitzen und Geld ausgeben – zumindest für den Wintersport.
- Mit Alpina, Atomic und Fischer gibt es drei große Gewinner in den Markenrankings – und Blizzard sowie auch Armada sorgen für ein dickes Ausrufezeichen
- Die Eigenmarken von Decathlon und Intersport mischen den Langlauf-Markt auf.

Der erste **Consumer-REPORT 2024 – Die Skibranche in Deutschland** liefert allen Marktakteuren repräsentatives und zielgruppengenaues (nach Alter und Geschlecht sowie regional) Wissen als Basis für Change-Monitoring sowie Entwicklungen von neuen Produkt- und Absatzstrategien. Betrachtet werden in der Studie die Warengruppen Alpinski, Skischuhe, Skistöcke, Helme, Brillen, Protektoren sowie Langlauf-Ski, Langlauf-Schuhe und Langlauf-Stöcke.

Der Consumer-Report umfasst mehr als 70 Seiten mit qualitativ sehr hochwertig und anspruchsvoll aufgearbeiteten Forschungsergebnissen. Er ist zum Preis von 1.750,00 Euro zu beziehen unter <https://www.marketmedia24.de/shop/Die-Skibranche-in-Deutschland>

Hier geht's zum Download einer [Leseprobe](#).
Und hier zum [Podcast](#) von SAZsport.

Ihre **Ansprechpartner** sind:

Sonja Koschel

Inhaberin Marketmedia24 und Studienleiterin
Telefon +49 2236 3316931
koschel@marketmedia24.de

Florian Bergener

Freier Redakteur SAZsport und Podcast-Host
Telefon +49 89 99941637
bergener@saz.de

2.912 Zeichen inkl. Leerzeichen | 391 Wörter

Marketmedia24 ist ein Marktforschungs- und Beratungsinstitut in Köln. Gegründet 2010, bündelt Marketmedia24 das Wissen von rund zwanzig Spezialisten. Die Berater, die für Marketmedia24 wirken, sind echte Insider. Sie kennen ihre Märkte hautnah und knietief: Sie besuchen Branchenhotspots und -events, sprechen mit Marktplayern und -influencern und gehen in die Vorstandsetagen, zu den Mitarbeitern, Herstellern und Händlern. Sie beraten und begleiten, referieren, coachen und halten Seminare. Ihre Lösungen umfassen Marktstudien und Zielgruppenanalysen, Insights in Brand Awareness und Recognition sowie Forecasts und Zukunftsforschung.

Das wissenschaftliche Fundament liefern die Marktforscher von Marketmedia24. Genauigkeit ist für sie Ehrensache. Sie nutzen alle Methoden, die eine erstklassige Marktkenntnis ausmacht – Primärforschung, Frequenzzählung, Mystery Shopping und Sekundärmarktforschung mit all ihren Möglichkeiten. Das Ergebnis: hochwertige Zahlen, die in Studien, Statistiken und Beratungen einfließen.