

Consumer REPORT 2025

Die Skibranche D-A-CH

Market-Insights für Bekleidung, Schuhe und Ausrüstung:
Zielgruppen, Kaufverhalten und Markenpräferenzen in der Tiefenanalyse

ALPIN • LANGLAUF • SKITOURING

Fokus-Topics

- Was motiviert wen?
- Leihen oder kaufen?
- Stationär oder online?
- Wie viel darf es kosten?
- Welche Marken sind am beliebtesten?
- Wie nachhaltig soll es sein?

SAZ | SPORT

marketmedia24
WIR KENNEN MÄRKTE



**Weil Schifoan
is des
Leiwaundste,
wos ma si
nur vurstelln
konn.**

(Wolfgang Ambros)

5.414 Personen in Deutschland, Österreich und der Schweiz wurden zu ihren Vorlieben beim Skifahren, ihren Lieblingsmarken, ihrem Konsumverhalten und vielen weiteren Aspekten befragt.

Vorwort

Die Skibranche ist in Bewegung. Während der alpine Skisport nach wie vor die breite Basis stellt, ist der Bereich Skitouren rasant gewachsen, und das Langlaufen hält sich als Nische mit großem Potenzial. Bei den Konsument:innen verändern sich indes Kaufgewohnheiten und Informationswege. Angesichts des Klimawandels gewinnt das Thema Nachhaltigkeit an Bedeutung. Umso wichtiger sind belastbare Daten, die Orientierung bieten.

Genau hier setzt der neue „Consumer-REPORT 2025 – Die Skibranche D-A-CH“ an, den Marketmedia24 und SAZsport gemeinsam vorlegen. Diese Studie deckt erstmals den gesamten deutschsprachigen Markt ab. 5.414 Personen in Deutschland, Österreich und der Schweiz wurden befragt. Neben Skifahrer:innen und Langläufer:innen werden diesmal auch die Skitourengänger:innen in den Blick genommen. Denn dieses Segment hat in den vergangenen Jahren eine enorme Dynamik entfaltet. Laut Deutschem Alpenverein gibt es allein in Deutschland inzwischen mehr als 600.000 aktive Skitourengänger:innen – dreimal so viele wie noch um die Jahrtausendwende. Besonders das Gehen auf präparierten Pisten hat seit der Corona-Pandemie einen deutlichen Schub erhalten. Für die Branche eröffnet sich damit eine spannende Zielgruppe mit eigenen Motiven und Anforderungen.

Die Studie beleuchtet das gesamte Spektrum des Skimarktes: wie oft und wo die Menschen unterwegs sind, was sie motiviert, welche Produkte sie besitzen oder planen anzuschaffen, wie groß ihre Ausgabenbereitschaft ist und welche Marken sie bevorzugen. Abgefragt wurden nicht nur Gewohnheiten, sondern auch Informationskanäle und die Einstellung zum Thema Nachhaltigkeit.

Damit liefert der „Consumer-REPORT 2025 – Die Skibranche D-A-CH“ eine fundierte Basis für strategische Entscheidungen von Herstellern, Händlern und Dienstleistern. Er zeigt, welche Zielgruppen es gibt, wie sie ticken und welche Potenziale sich daraus für die Zukunft ergeben.

Wir wünschen Ihnen eine spannende Lektüre und viele wertvolle Impulse für eine erfolgreiche Wintersaison!



Sonja Koschel
Gründerin und Inhaberin
Marketmedia24



Jürgen Hanke
Senior Project Manager
Marketmedia24



Wilfried Spürck
Redakteur
SAZsport

Prolog

Wohin, wie oft, wie nachhaltig?

Am Puls der Ski-Community 12

1	Das sind die Lieblingsländer und -regionen der Wintersportler:innen	14
2	Das sind die Lieblingsgebiete in Deutschland, Österreich und der Schweiz	15
3	Wo Wintersportler:innen auf Klimafreundlichkeit achten	16
4	Mehr, gleich viel oder weniger Wintersport – das planen Skifahrer:innen für die Zukunft	16
5	Deshalb wollen manche Befragte weniger Wintersport treiben	17
6	Hier informieren sich Skifahrer:innen über Produkte	18

Ski alpin

Zwischen Brettern und Budgets:

Konsummuster im Pistensport 20

A	Alpinski	22
7	So viele Tage gehen Skifahrer:innen pro Saison auf die Piste	22
8	Piste, Powder & Co.: Diese Ski-Arten werden bevorzugt	22
9	Kauf oder Leihe – so entscheiden sich Skifahrer:innen beim Ski	24
10	Zu Hause oder im Urlaub: Wo Ski geliehen werden	24
11	Die beliebtesten Shopping-Kanäle	25
12	Hier kaufen Skifahrer:innen ihre Ski online	25
13	Diese Marken wurden zuletzt gekauft: Top 10	26
14	Diese Gründe gaben den Ausschlag für die Wahl der Marke	27
15	Modelle dieser Marken sind die Skifahrer:innen schon einmal gefahren	28
16	Das sind die wichtigsten Kaufmotive für neue Ski zur Wintersaison 2025/26	29
B	Skischuhe	30
17	Kauf oder Leihe – so entscheiden sich Skifahrer:innen bei Skischuhen	30
18	Die beliebtesten Shopping-Kanäle	30
19	Hier kaufen Skifahrer:innen ihre Skischuhe online	30
20	Diese Marken wurden zuletzt gekauft: Top 5	32
21	Diese Gründe gaben den Ausschlag für die Wahl der Marke	32
22	Das sind die wichtigsten Kaufmotive für neue Skischuhe zur Wintersaison 2025/26	32

C	Skihelme	34
23	Mit oder ohne Skihelm?	34
24	Skihelm mit oder ohne Visier?	34
25	Kauf oder Leihe – so entscheiden sich Skifahrer:innen beim Skihelm	34
26	Die beliebtesten Shopping-Kanäle	35
27	Diese Marken wurden zuletzt gekauft: Top 5	36
28	Diese Gründe gaben den Ausschlag für die Wahl der Marke	36
29	Das sind die wichtigsten Kaufmotive für einen neuen Skihelm zur Wintersaison 2025/26	36
D	Skibrillen	38
30	Mit oder ohne Skibrille?	38
31	Die beliebtesten Shopping-Kanäle	39
32	Diese Marken wurden zuletzt gekauft: Top 5	40
33	Diese Gründe gaben den Ausschlag für die Wahl der Marke	40
34	Das sind die wichtigsten Kaufmotive für eine neue Skibrille zur Wintersaison 2025/26	40
E	Skibekleidung	42
35	Kombi oder Overall – was Skifahrer:innen lieber tragen	42
36	Kauf oder Leihe – so entscheiden sich Skifahrer:innen bei der Skijacke	42
37	Isoliert, 3-in-1, klassisch etc. – die bevorzugten Skijacken-Typen	43
38	Wann zuletzt eine Skijacke gekauft wurde	44
39	Die beliebtesten Shopping-Kanäle	45
40	So viele Skifahrer:innen haben bei Skijacken eine Lieblingsmarke	46
41	Die Top 5 der beliebtesten Skijacken-Marken	46
42	Was Lieblingsmarken bei Skijacken auszeichnet	47
43	Das sind die wichtigsten Kaufmotive für eine neue Skijacke zur Wintersaison 2025/26	48
44	So viel Geld sind Skifahrer:innen bereit, für eine neue Skijacke auszugeben	48
45	Kauf oder Leihe – so entscheiden sich Skifahrer:innen bei der Skihose	50
46	Wann zuletzt eine neue Skihose gekauft wurde	50
47	Die beliebtesten Shopping-Kanäle	51
48	So viele Skifahrer:innen haben eine Lieblingsmarke bei Hosen	52
49	Die Top 5 der beliebtesten Skihosen-Marken	53
50	Was Lieblingsmarken bei Skihosen auszeichnet	53
51	Das sind die wichtigsten Kaufmotive für eine neue Skihose zur Wintersaison 2025/26	54
52	So viel Geld sind Skifahrer:innen bereit, für eine neue Skihose auszugeben	54
53	Kauf oder Leihe – so entscheiden sich Skifahrer:innen beim Skioverall	56
54	Wann zuletzt ein neuer Skioverall gekauft wurde	56
55	Die beliebtesten Shopping-Kanäle	56
56	So viele Skifahrer:innen haben eine Lieblingsmarke bei Skioverall	57
57	Das sind die wichtigsten Kaufmotive für einen neuen Skioverall zur Wintersaison 2025/26	57
58	So viel Geld sind Skifahrer:innen bereit, für einen neuen Skioverall auszugeben	57
59	Lange Unterhosen, Leggings, Shorts etc. – welche Skionterwäsche am liebsten getragen wird	58
60	Wann zuletzt neue Skionterwäsche gekauft wurde	58
61	Die beliebtesten Shopping-Kanäle	60
62	So viele Skifahrer:innen haben eine Lieblingsmarke bei Skionterwäsche	62
63	Die Top 10 der beliebtesten Skionterwäsche-Marken	62
64	So viele Skifahrer:innen planen, 2025/26 neue Skionterwäsche zu kaufen	63
65	Kauf oder Leihe – so entscheiden sich Skifahrer:innen bei Skihandschuhen	64
66	Wann zuletzt neue Skihandschuhe gekauft wurden	64
67	Die beliebtesten Shopping-Kanäle	65
68	So viele Skifahrer:innen haben eine Lieblingsmarke bei Skihandschuhen	66
69	Die Top 5 der beliebtesten Skihandschuh-Marken	66
70	So viele Skifahrer:innen planen, 2025/26 neue Skihandschuhe zu kaufen	67

Langlauf

Dem Kauf- und Nutzungsverhalten im Loipensport auf der Spur... 68

F Langlaufski	70
71 Stilfrage in der Loipe – die Vorlieben der Langläufer:innen	70
72 Kauf oder Leihe – so entscheiden sich Langläufer:innen beim Ski	70
73 Die beliebtesten Shopping-Kanäle	71
74 Hier kaufen Langläufer:innen ihren Ski online	71
75 Zu Hause oder im Urlaub: Wo Langlaufski geliehen werden	72
76 Diese Marken wurden zuletzt gekauft: Top 4	72
77 Diese Gründe gaben den Ausschlag für die Wahl der Marke	73
78 Welche Skimarken bei Langläufer:innen am bekanntesten sind	74
79 Das sind die wichtigsten Kaufmotive für neue Langlaufski zur Wintersaison 2025/26	74
G Langlaufschuhe	76
80 Kauf oder Leihe – so entscheiden sich Langläufer:innen bei Langlaufschuhen	76
81 Zu Hause oder im Urlaub – wo Langlaufschuhe geliehen werden	76
82 Die beliebtesten Shopping-Kanäle	77
83 Hier kaufen Langläufer:innen ihren Langlaufschuh online	77
84 Diese Marken wurden zuletzt gekauft: Top 5	78
85 Diese Gründe gaben den Ausschlag für die Wahl der Marke	78
86 Das sind die wichtigsten Kaufmotive für einen neuen Langlaufschuh zur Wintersaison 2025/26	78
H Langlaufbekleidung	80
87 Wann zuletzt eine neue Langlaufjacke gekauft wurde	80
88 Die beliebtesten Shopping-Kanäle	81
89 So viele Langläufer:innen haben bei Langlaufjacken eine Lieblingsmarke	82
90 Die Top 10 der beliebtesten Langlaufjacken-Marken	82
91 Was Lieblingsmarken bei Langlaufjacken auszeichnet	83
92 Das sind die wichtigsten Kaufmotive für eine neue Langlaufjacke zur Wintersaison 2025/26	84
93 So viel Geld sind Langläufer:innen bereit, für eine neue Langlaufjacke auszugeben	84
94 Kauf oder Leihe – so entscheiden sich Langläufer:innen bei der Langlaufhose	86
95 Wann zuletzt eine neue Langlaufhose gekauft wurde	86
96 Die beliebtesten Shopping-Kanäle	87
97 So viele Langläufer:innen haben bei Langlaufhosen eine Lieblingsmarke	88
98 Die Top 5 der beliebtesten Langlaufhosen-Marken	88
99 Was Lieblingsmarken bei Langlaufhosen auszeichnet	89
100 Das sind die wichtigsten Kaufmotive für eine neue Langlaufhose zur Wintersaison 2025/26	90
101 So viel Geld sind Langläufer:innen bereit, für eine neue Langlaufhose auszugeben	90
102 Kauf oder Leihe – so entscheiden sich Langläufer:innen bei Langlaufhandschuhen	92
103 Wann zuletzt neue Langlaufhandschuhe gekauft wurden	92
104 Die beliebtesten Shopping-Kanäle	93
105 So viele Langläufer:innen haben bei Langlaufhandschuhen eine Lieblingsmarke	94
106 Die Top 5 der beliebtesten Langlaufhandschuh-Marken	94
107 So viele Langläufer:innen planen, 2025/26 neue Langlaufhandschuhe zu kaufen	95

Skitourengehen

Aufbruch ins Gelände: Motive, Gewohnheiten, Ausstattung... 96

108 Vom Neuling bis zum Routinier – so lange betreiben Skitourengeher:innen ihren Sport schon	98
109 Von Natur bis Neugier: Deshalb beginnen Menschen mit dem Skitourengehen	98
110 Tourenrhythmus: Wie oft geht's pro Saison ins Gelände?	99
111 Typfrage: Klassisch, Freeride oder beides?	99
I Tourenski	100
112 Kauf oder Leihe – so entscheiden sich Skitourengeher:innen beim Tourenski	100
113 Zu Hause oder im Urlaub – wo Tourenski geliehen werden	100
114 Die beliebtesten Shopping-Kanäle	101
115 Hier kaufen Skitourengeher:innen ihren Tourenski online	101
116 Diese Marken wurden zuletzt gekauft: Top 10	102
117 Diese Gründe gaben den Ausschlag für die Wahl der Marke	102
118 Welche Tourenski-Marken bei Skitourengeher:innen am bekanntesten sind	104
J Tourenskischuh	106
119 Kauf oder Leihe – so entscheiden sich die Befragten beim Tourenskischuh	106
120 Zu Hause oder im Urlaub – wo Tourenskischuhe geliehen werden	106
121 Die beliebtesten Shopping-Kanäle	107
122 Hier kaufen Skitourengeher:innen ihren Tourenskischuh online	107
123 Diese Marken wurden zuletzt gekauft: Top 10	108
124 Diese Gründe gaben den Ausschlag für die Wahl der Marke	108
125 Das sind die wichtigsten Kaufmotive für neue Tourenskischuhe zur Wintersaison 2025/26	108
K Tourenskiausrüstung	110
126 LVS-Gerät, Stirnlampe etc. – das besitzen Tourenskigeher:innen	110
127 LVS-Gerät: Diese Marken wurden zuletzt gekauft	110
128 Mit oder ohne Skihelm – so entscheiden sich Skitourengeher:innen?	111
129 Skihelm mit oder ohne Visier?	111
130 Kauf oder Leihe – so entscheiden sich Skitourengeher:innen beim Skihelm	111
131 Die beliebtesten Shopping-Kanäle	112
132 Diese Marken wurden zuletzt gekauft: Top 10	112
133 Diese Gründe gaben den Ausschlag für die Wahl der Marke	112
134 Mit oder ohne Skibrille – so entscheiden sich Skitourengeher:innen	114
135 Diese Marken wurden zuletzt gekauft	114
136 Die beliebtesten Shopping-Kanäle	115
L Tourenskibekleidung	116
137 Kauf oder Leihe – so entscheiden sich Skitourengeher:innen bei der Skijacke	116
138 Die beliebtesten Shopping-Kanäle	116
139 Hardshell, Softshell etc. – die bevorzugten Skijacken-Typen	117
140 Wann zuletzt eine neue Skijacke gekauft wurde	117
141 Die Top 10 der beliebtesten Skijacken-Marken	118
142 Was Lieblingsmarken bei Skijacken auszeichnet	118
143 So viele Skitourengeher:innen haben bei Skijacken eine Lieblingsmarke	119
144 So viel Geld sind Skitourengeher:innen bereit, für eine neue Skijacke auszugeben	119
145 Kauf oder Leihe – so entscheiden sich Skitourengeher:innen bei der Skihose	120
146 Wann zuletzt eine neue Skihose gekauft wurde	120
147 Die beliebtesten Shopping-Kanäle	121
148 Die Top 10 der beliebtesten Skihosen-Marken	122
149 Was Lieblingsmarken bei Skihosen auszeichnet	122
150 So viele Skitourengeher:innen haben bei Skihosen eine Lieblingsmarke	123
151 So viel Geld sind Skitourengeher:innen bereit, für eine neue Skihose auszugeben	123

Studiendesign

Im Zeitraum vom 31.03.2025 bis 26.05.2025 führte das Kölner Marktforschungs- und Beratungsinstitut Marketmedia24 insgesamt 5.414 Interviews bei Skifahrer:innen, Langläufer:innen und Skitourengeher:innen in der DACH-Region durch. Die Befragung erfolgte online (CAWI – Computer Assisted Web Interview).

Zielsetzung war, repräsentative und zielgruppengenaue Market Insights für alle Marktteilnehmenden in der Skibranche aufzudecken und damit belastbare Informationen für strategische Entscheidungsprozesse zur Verfügung zu stellen.

Repräsentative
Ergebnisse durch
5.414
Befragte!

BEFRAGTE NACH WINTERSPORTARTEN	Alle Befragten		Deutsche		Österreicher		Schweizer		
	Anzahl		Anzahl		Anzahl		Anzahl		
Skifahrer:innen	3.237	59,8 %	1.780	54,5 %	744	69,3 %	713	66,2 %	
Langläufer:innen	1.017	18,8 %	703	21,5 %	142	13,2 %	172	16,0 %	
Skitourengeher:innen	1.160	21,4 %	781	23,9 %	187	17,4 %	192	17,8 %	
Gesamt	5.414	100,0 %	3.264	100,0 %	1.073	100,0 %	1.077	100,0 %	

BEFRAGTE NACH GESCHLECHT	Alle Befragten		Deutsche		Österreicher		Schweizer		
	Anzahl		Anzahl		Anzahl		Anzahl		
Frauen	2.879	53,2 %	1.733	53,1 %	514	47,9 %	632	58,7 %	
Männer	2.467	45,6 %	1.490	45,6 %	553	51,5 %	424	39,4 %	
Divers	68	1,3 %	41	1,3 %	6	0,6 %	21	1,9 %	
Gesamt	5.414	100,0 %	3.264	100,0 %	1.073	100,0 %	1.077	100,0 %	

BEFRAGTE NACH ALTERSKLASSEN	Alle Befragten		Deutsche		Österreicher		Schweizer		
	Anzahl		Anzahl		Anzahl		Anzahl		
Gen Z (bis 29 Jahre)	1.833	33,9 %	1.222	37,4 %	326	30,4 %	285	26,5 %	
Mid Ager (30 – 49 Jahre)	2.364	43,7 %	1.397	42,8 %	444	41,4 %	523	48,6 %	
Best Ager (50 – 64 Jahre)	962	17,8 %	500	15,3 %	240	22,4 %	222	20,6 %	
Senioren (65+ Jahre)	255	4,7 %	145	4,4 %	63	5,9 %	47	4,4 %	
Gesamt	5.414	100,0 %	3.264	100,0 %	1.073	100,0 %	1.077	100,0 %	

BEFRAGTE NACH HAUSHALTS-NETTOEINKOMMEN*	Alle Befragten		Deutsche		Österreicher		Schweizer		
	Anzahl		Anzahl		Anzahl		Anzahl		
Unterdurchschnittlich	705	13,7 %	440	14,1 %	140	14,0 %	125	12,1 %	€
Durchschnittlich	1.464	28,4 %	877	28,0 %	327	32,8 %	260	25,1 %	€€
Überdurchschnittlich	2.995	58,0 %	1.813	57,9 %	531	53,2 %	651	62,8 %	€€€
Gesamt	5.164	100,0 %	3.130	100,0 %	998	100,0 %	1.036	100,0 %	

* Die Einordnung in die Einkommenskategorien erfolgt auf Basis des Haushaltsnettoeinkommens unter Berücksichtigung der im Haushalt lebenden Personen (inklusive Kinder).

BEFRAGTE NACH SIEDLUNGSTYOLOGIE	Alle Befragten		Deutsche		Österreicher		Schweizer		
	Anzahl		Anzahl		Anzahl		Anzahl		
Ländlich/Dorf	1.432	26,4 %	702	21,5 %	402	37,5 %	328	30,5 %	
Kleinstadt	1.404	25,9 %	889	27,2 %	209	19,5 %	306	28,4 %	
Vorort	704	13,0 %	480	14,7 %	82	7,6 %	142	13,2 %	
Großstadt	1.874	34,6 %	1.193	36,6 %	380	35,4 %	301	27,9 %	
Gesamt	5.414	100,0 %	3.264	100,0 %	1.073	100,0 %	1.077	100,0 %	



Über 1.000
Touren-
geher:innen
wurden
erstmals
in dieser
Studie un-
tersucht.

Glossar

BEKLEIDUNG

Skijacken-Typen

- 3-in-1-Jacke (flexibel für unterschiedliche Wetterbedingungen)
- Hardshell-Jacke (Schutz vor Wind & Wetter)
- Hybrid-Jacke (Kombination aus Wetterschutz und Atmungsaktivität)
- Isolierte Skijacke (bietet Wärme für kalte Lifts und Abfahrten)
- Klassische Skijacke im Heritage-Stil (zeitlose, hochwertige Materialien)

Nachhaltige Skijacke

- Skijacke im Retro-Design (z. B. inspiriert von den 70ern oder 80ern)
- Softshell-Jacke (atmungsaktiv, flexibel, für moderate Bedingungen)
- Stretch-Skijacke (hoher Tragekomfort und gute Beweglichkeit)

Skihosen

Skioverall

Skiunterwäsche-Typen

- ¾-lange Skiunterhosen
- Hoodies mit integriertem Halswärmer
- Kurzarm-Shirts/Tank-Tops
- Lange Unterhosen/Leggings
- Longsleeve
- Shorts/Unterhosen

Skihandschuhe

Langlaufjacken

Langlaufhosen

Langlaufhandschuhe



Von Skiern bis zu Brillen und Textilien – die Studie nimmt die Markenpräferenzen der Konsument:innen in allen relevanten Produktgruppen unter die Lupe.

MARKEN (SKITOURING)

Tourenski-Marken, die zuletzt gekauft wurden (Freitextfeld)
Tourenski-Marken (gestützte Abfrage)

- | | | | |
|-----------------|------------|-------------|------------|
| • Armada | • Dynastar | • Kästle | • Scott |
| • Atomic | • Elan | • Line | • Ski Trab |
| • Black Crows | • Faction | • McKinley | • Stöckli |
| • Black Diamond | • Fischer | • Movement | • Van Deer |
| • Blizzard | • Hagan | • Nordica | • Völkl |
| • DPS | • Head | • Rossignol | • Wedze |
| • Dynafit | • K2 | • Salomon | • ZAG |



Tourenskischuh-Marken, die zuletzt gekauft wurden (Freitextfeld)



SCHUHE UND AUSRÜSTUNG

Skischuhe

Langlaufschuhe

Tourenskischuhe



Alpinski-Arten

- All-Mountain-Ski
- Freeride-Ski
- Lady-Ski
- Pistenski (Standard-Ski für präparierte Pisten)
- Powder-Ski
- Racing-Ski
- Slalom-Ski
- Sportcarver

Langlaufski-Stil

- Klassik
- Skating

Tourenski

Skihelm

Ski-brille



Tourenskiausrüstung

- LVS-Gerät
- LVS-Rucksack/Lawinenairbag
- Schaufel
- Sonde
- Stirnlampe



MARKEN (SKI ALPIN UND LANGLAUF)

Alpinski-Marken, die zuletzt gekauft wurden (Freitextfeld)
Alpinski-Marken (gestützte Abfrage)

- | | | | | |
|------------|-----------|-------------|------------|---------|
| • Armada | • Elan | • Kästle | • Salomon | • Völkl |
| • Atomic | • Fischer | • McKinley | • Scott | • Wedze |
| • Blizzard | • Head | • Nordica | • Stöckli | |
| • Dynastar | • K2 | • Rossignol | • Van Deer | |

Weitere Freitextfelder:

Skischuh-Marken, die zuletzt gekauft wurden
 Lieblingsmarken bei Skijacken
 Lieblingsmarken bei Skihosen
 Lieblingsmarken bei Skioverall
 Lieblingsmarken bei Skiunterwäsche
 Lieblingsmarken bei Skihandschuhen

Langlaufski-Marken, die zuletzt gekauft wurden (Freitextfeld)
Langlaufski-Marken (gestützte Abfrage)

- | | | | | |
|-----------|----------|------------|-------------|------------|
| • Atomic | • Inovik | • Madshus | • Rossignol | • Tecnopro |
| • Fischer | • Kästle | • McKinley | • Salomon | |

Weitere Freitextfelder:

Langlaufschuh-Marken, die zuletzt gekauft wurden
 Lieblingsmarken bei Langlaufjacken
 Lieblingsmarken bei Langlaufhosen
 Lieblingsmarken bei Langlaufhandschuhen

SHOPPING-KANÄLE

- | | | | |
|---------------------------------------|-----------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------|
| • Sportgeschäft bei mir in der Region | • Kaufhaus | • Onlineshop eines Herstellers | • Kaufe ich privat/ auf einem Basar |
| • Mode-/Bekleidungs-geschäft | • Onlineshop eines Händlers | • Sportgeschäft im Ski-/Urlaubsgebiet | |

Onlineshops von Händlern

- | | | | |
|-----------------|------------------|--------------------|----------------------|
| • Amazon | • Gigasport | • Snowleader | • Sport Praxenthaler |
| • Berger | • Glissshop | • Speck-Sports | • SportScheck |
| • Bergzeit | • Intersport | • Sport 2000 | • Sport Schindele |
| • Biker-Boarder | • Ochsner Sport | • Sport Bittl | • Sport Schoenberger |
| • BPM Proshop | • Skier-Outlet | • Sport Conrad | • Surf und Ski |
| • Decathlon | • Skishop Ramser | • Sportliquidation | • Transa |
| • Ebay | • Skitreff | • Sportmania | • Xspo |
| • Ekosport | • Snow-How | • SportOkay | |



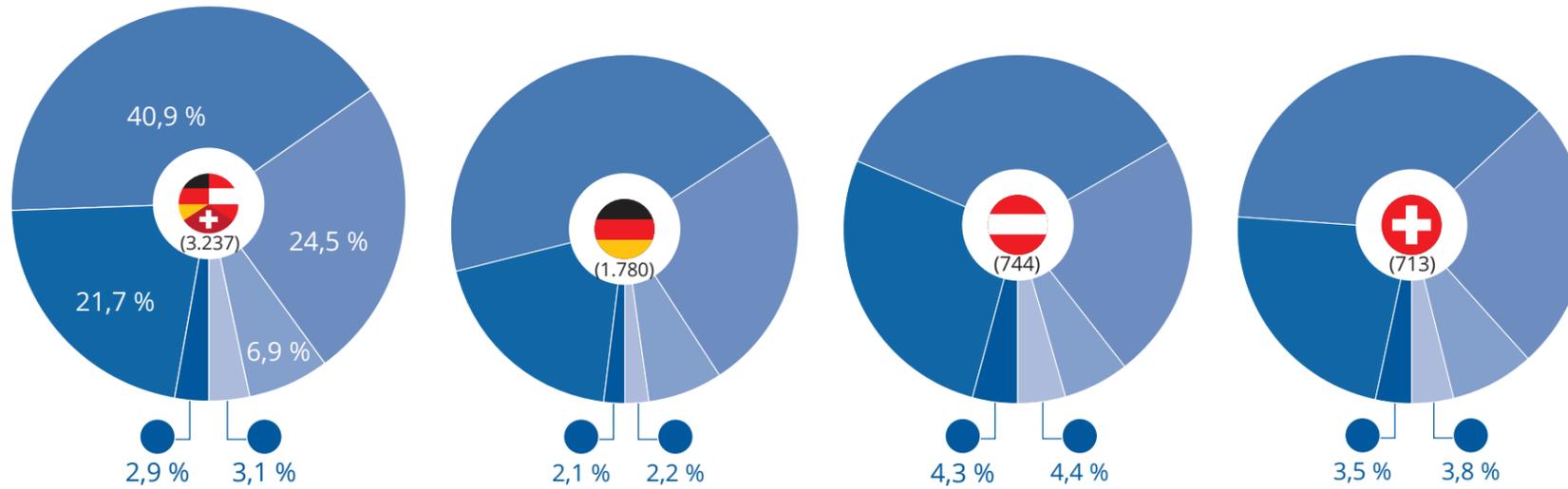
Ski alpin

***Zwischen Brettern und Budgets:
Konsummuster im Pistensport***

A Alpiniski

7 So viele Tage gehen Skifahrer:innen pro Saison auf die Piste

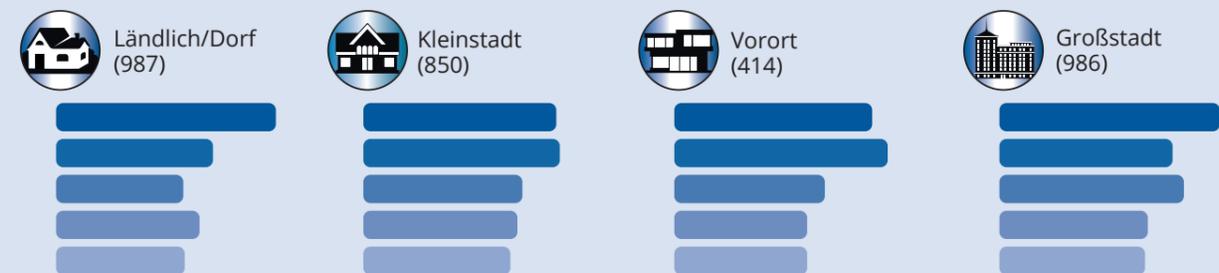
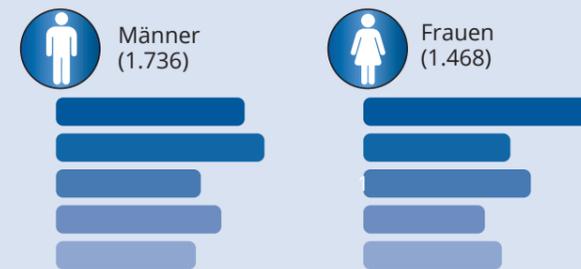
- 1 bis maximal 2 Tage
- 3 bis maximal 5 Tage
- 6 bis maximal 10 Tage
- 11 bis maximal 20 Tage
- 21 bis maximal 30 Tage
- Mehr als 30 Tage



Rund 40 % fahren bis zu 10 Tage pro Jahr. Pistenski sind im Schnitt die Nr. 1, All-Mountain- und Racing-Modelle nutzen vor allem Gen Z und Mid Ager.

8 Piste, Powder & Co.: Diese Ski-Arten werden bevorzugt

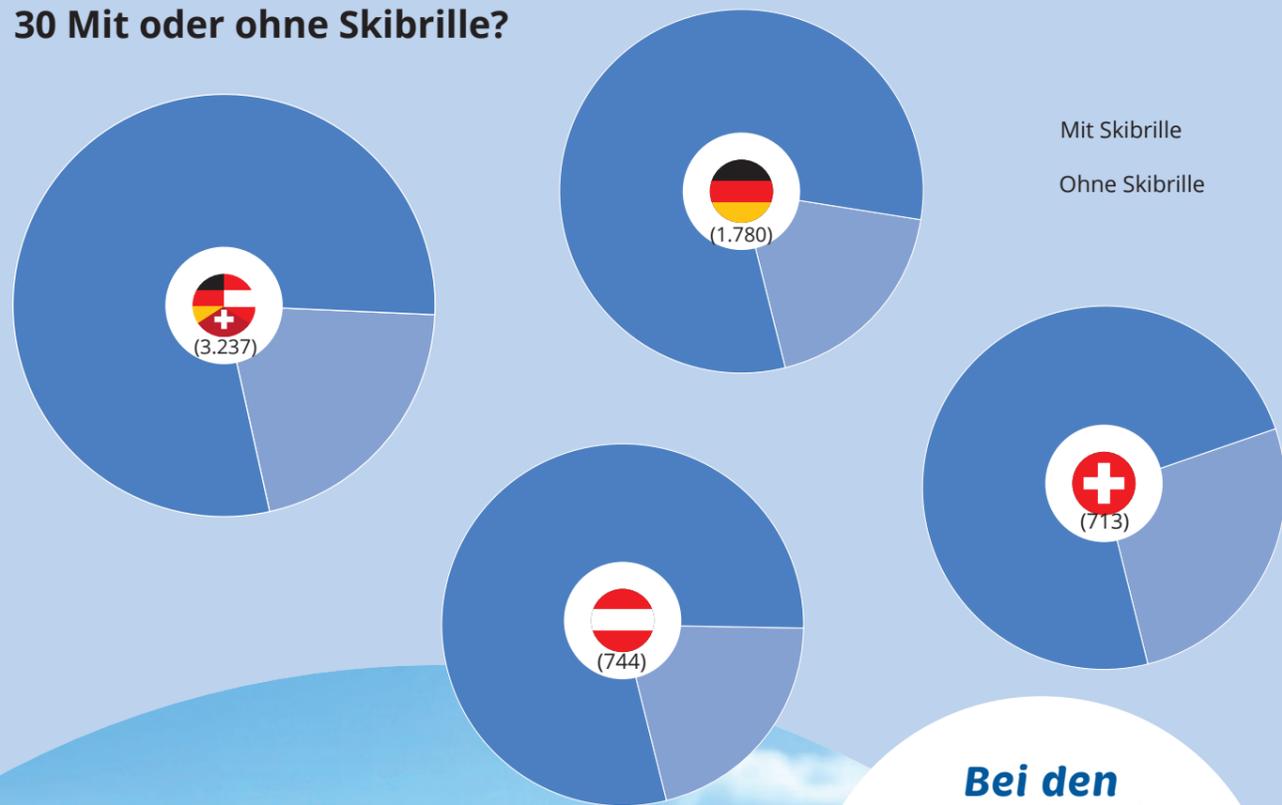
	CH (3.237)	DE (1.080)	AT (744)	CH (713)
1 Pistenski (Standard-Ski für präparierte Pisten)	%	%	%	%
2 Sportcarver	%	%	%	%
3 All-Mountain-Ski	%	%	%	%
4 Racing-Ski	%	%	%	%
5 Slalom-Ski	%	%	%	%
6 Freeride-Ski	%	%	%	%
7 Powder-Ski	%	%	%	%
8 Lady-Ski	%	%	%	%



Die DACH-Region nach Zielgruppen

D Skibrillen

30 Mit oder ohne Skibrille?

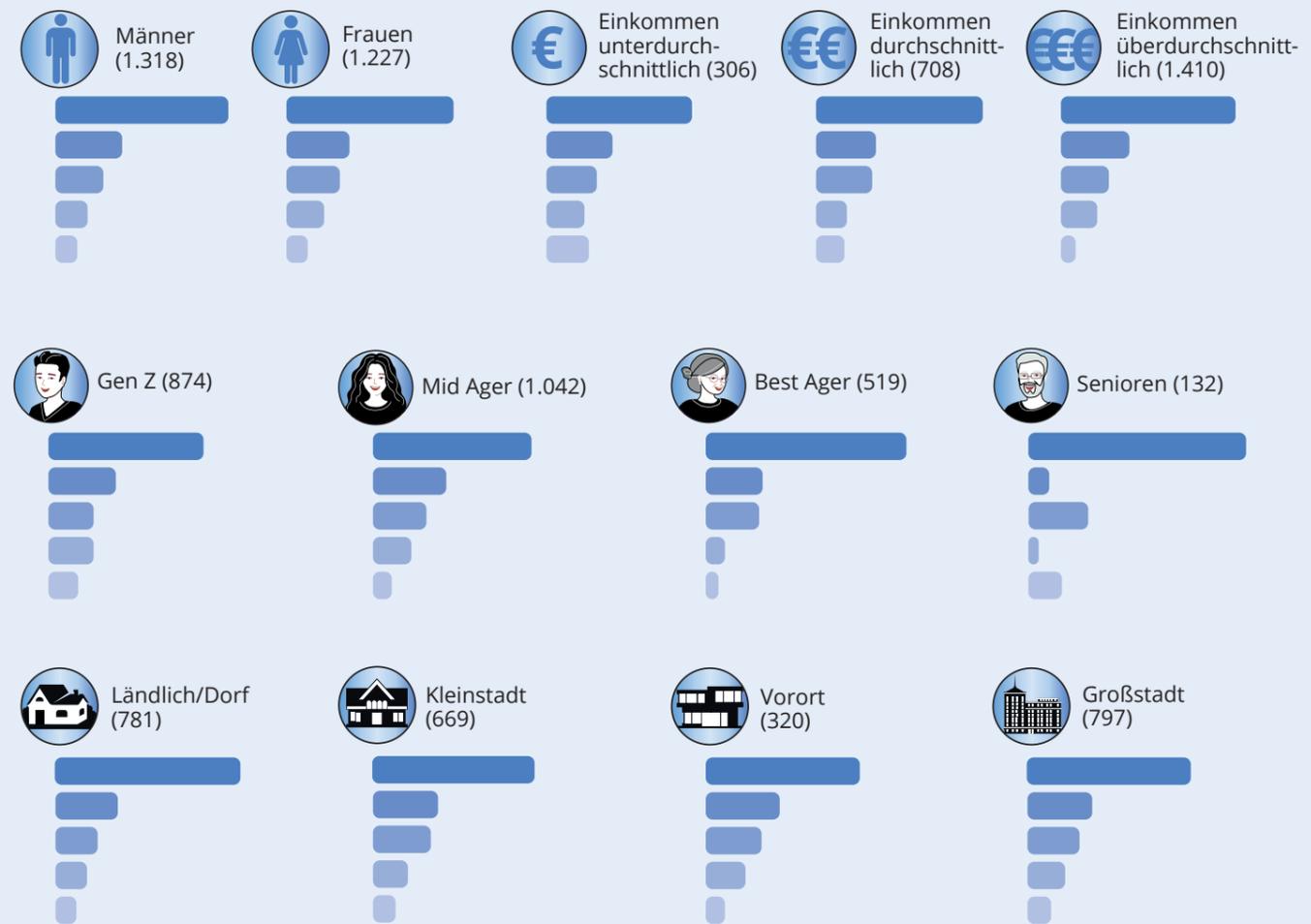


Bei den Deutschen ist der Anteil der Skibrillen-Nutzer gegenüber der 2024er Studie von 85,0 auf 81,6 % gesunken.

31 Die beliebtesten Shopping-Kanäle

	CH (2.567)	DE (1.452)	AT (589)	CH (526)
1 Sportgeschäft bei mir in der Region	%	%	%	%
2 Onlineshop eines Händlers	%	%	%	%
3 Sportgeschäft im Ski-/Urlaubsgebiet	%	%	%	%
4 Onlineshop eines Herstellers	%	%	%	%
5 Kaufe ich privat/ auf einem Basar	%	%	%	%

Auswertung der DACH-Region nach Zielgruppen



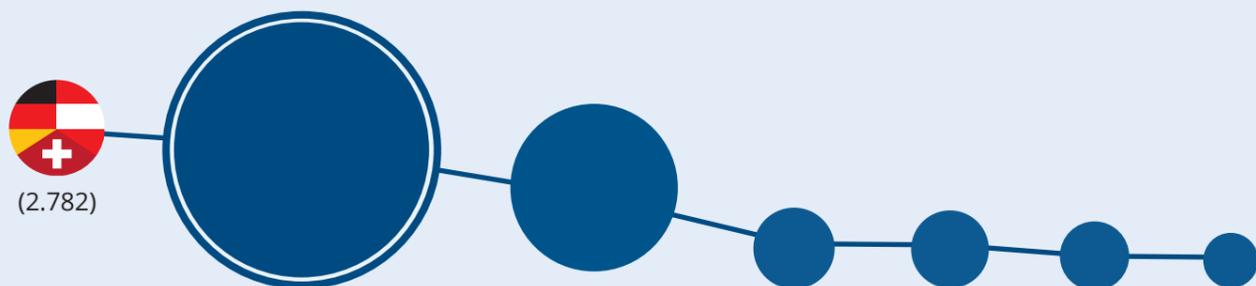
61 Die beliebtesten Shopping-Kanäle

	 (1.553)	 (629)	 (600)
1 Sportgeschäft bei mir in der Region	%	%	%
2 Onlineshop eines Händlers	%	%	%
3 Kaufhaus	%	%	%
4 Onlineshop eines Herstellers	%	%	%
5 Mode-/Bekleidungsgeschäft	%	%	%
6 Sportgeschäft im Ski-/Urlaubsgebiet	%	%	%

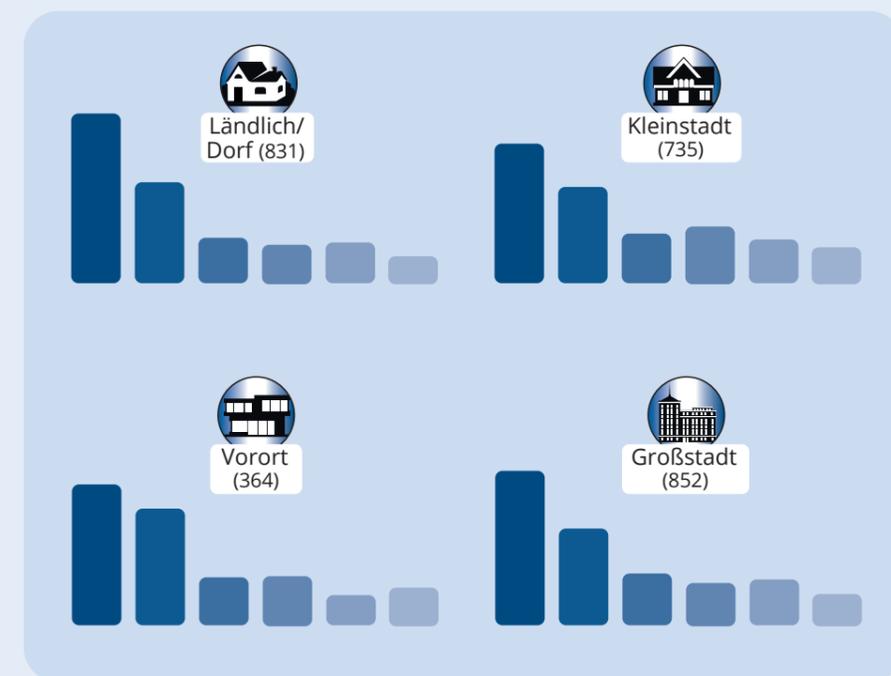
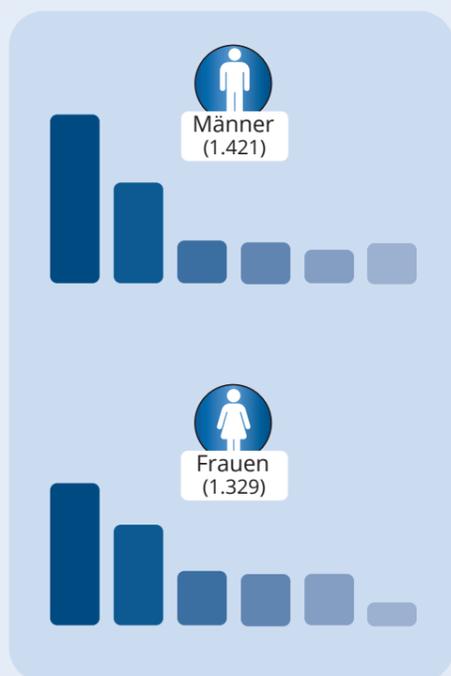


Auch bei Skiunterwäsche ist das Sportgeschäft der beliebteste Shopping-Kanal.

Das Sportgeschäft in der Region wird vor allem von der ländlichen Bevölkerung bevorzugt (40 %). Frauen wählen öfter als Männer das Kaufhaus oder das Mode-/Bekleidungsgeschäft (24,9 % vs. 18,0 %).



Die DACH-Region nach Zielgruppen

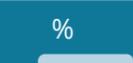
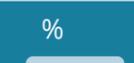
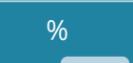
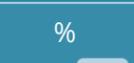
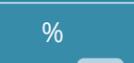




Langlauf

**Dem Kauf- und Nutzungsverhalten
im Loipensport auf der Spur**

F 78 Welche Skimarken bei Langläufer:innen am bekanntesten sind

	 (1.017)	 (703)	 (142)	 (172)
<input type="radio"/> Fischer	% 	% 	% 	% 
<input type="radio"/> Atomic	% 	% 	% 	% 
<input type="radio"/> Salomon	% 	% 	% 	% 
<input type="radio"/> Rossignol	% 	% 	% 	% 
<input type="radio"/> Inovik (Decathlon)	% 	% 	% 	% 
<input type="radio"/> McKinley (Intersport)	% 	% 	% 	% 
<input type="radio"/> Tecnopro (Intersport)	% 	% 	% 	% 
<input type="radio"/> Kästle	% 	% 	% 	% 
<input type="radio"/> Madshus	% 	% 	% 	% 



Die meisten Langläufer:innen nennen einen beschädigten oder abgenutzten Ski als Hauptmotiv für einen Neukauf.

79 Das sind die wichtigsten Kaufmotive für neue Langlaufski zur Wintersaison 2025/26

	 (734)	 (497)	 (121)	 (116)
<input type="radio"/> Mein aktueller Langlaufski ist abgenutzt oder beschädigt	% 	% 	% 	% 
<input type="radio"/> Es gibt ein attraktives Rabatt- oder Sonderangebot	% 	% 	% 	% 
<input type="radio"/> Ich möchte ein anderes Modell ausprobieren	% 	% 	% 	% 
<input type="radio"/> Eine große Innovation (neue Technologie) bei Skiern, egal von welcher Marke	% 	% 	% 	% 
<input type="radio"/> Ich suche einen Langlaufski, der besser zu meinem Fahrstil passt	% 	% 	% 	% 
<input type="radio"/> Ich möchte einen nachhaltig produzierten Ski kaufen	% 	% 	% 	% 
<input type="radio"/> Ein neues designstarkes Modell meiner Lieblingsmarke	% 	% 	% 	% 
<input type="radio"/> Empfehlungen von Freund:innen, Expert:innen oder Testberichten	% 	% 	% 	% 
<input type="radio"/> Es gibt ein gutes Finanzierungsmodell	% 	% 	% 	% 
<input type="radio"/> Ich plane keinen Langlaufski für die kommende Saison	% 	% 	% 	% 

Skitourengehen

***Aufbruch ins Gelände:
Motive, Gewohnheiten, Ausstattung***





141 Die Top 10 der beliebtesten Skijacken-Marken

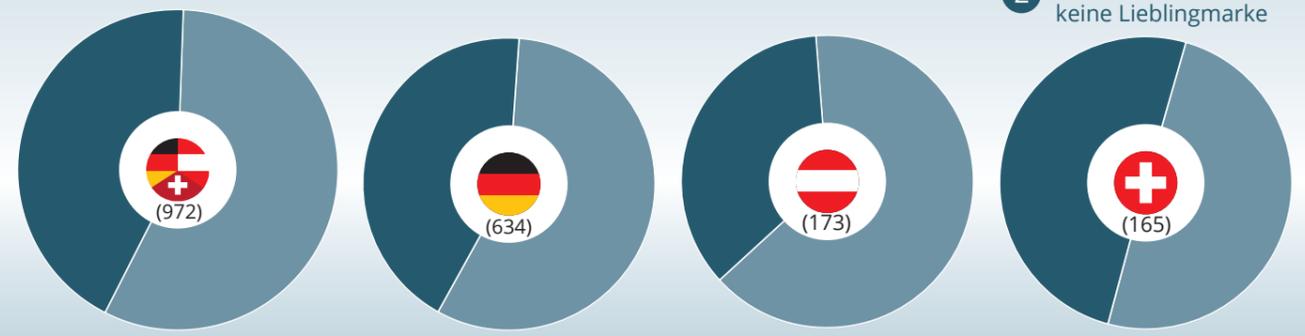


		(420)
1	The North Face	%
2	Nike	%
3	Mammut	%
4		%
5		%
6		%
7		%
8		%
9		%
10		%
	Sonstige	%
	Keine Angabe	%

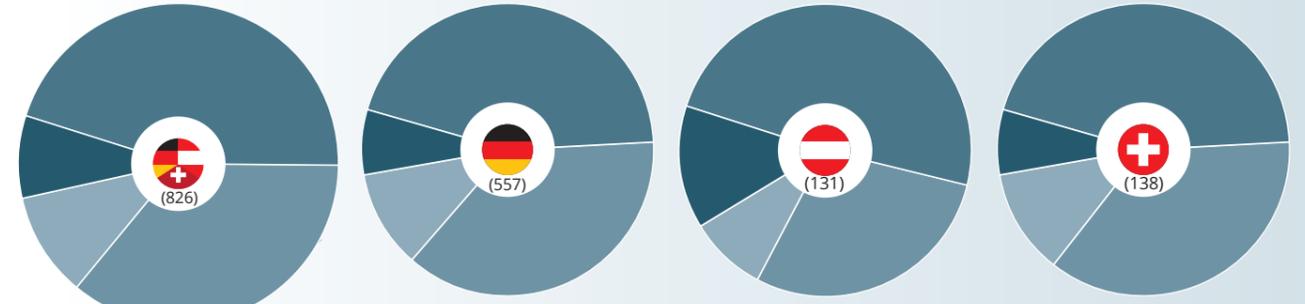
142 Was Lieblingsmarken bei Skijacken auszeichnet

		(344)
<input type="radio"/>	Die Materialien fühlen sich hochwertig an und halten mich zuverlässig warm und trocken	%
<input type="radio"/>	Ich liebe das Design: Die Farben, Muster und Details entsprechen genau meinem Stil	%
<input type="radio"/>	Die Marke bietet eine tolle Balance zwischen zeitlosem Design und modernen Akzenten	%
<input type="radio"/>	Die Passform und der Schnitt sind für mich ideal	%
<input type="radio"/>	Die Marke steht für Werte, mit denen ich mich identifiziere (z. B. Qualität, Innovation, Nachhaltigkeit)	%
<input type="radio"/>	Ich habe bestimmte Bilder und Emotionen mit der Marke verknüpft (z. B. Premium-Design, Stil)	%
<input type="radio"/>	Das Preis-Leistungs-Verhältnis war für mich ausschlaggebend	%
<input type="radio"/>	Ich mag ausgefallene, trendige Looks auf der Piste – und diese Marke bringt genau das	%
<input type="radio"/>	Eine Empfehlung des Verkäufers/der Verkäuferin hat mich überzeugt	%
<input type="radio"/>	FreundInnen, KollegInnen oder Familie tragen diese Marke auch	%
<input type="radio"/>	Ein bekanntes Testimonial (z. B. Profi-Sportler:in oder Influencer:in) hat mich inspiriert	%
<input type="radio"/>	Testberichte in Magazinen, YouTube-Videos oder Social Media haben mich beeinflusst	%
<input type="radio"/>	Es gibt keinen besonderen Grund	%

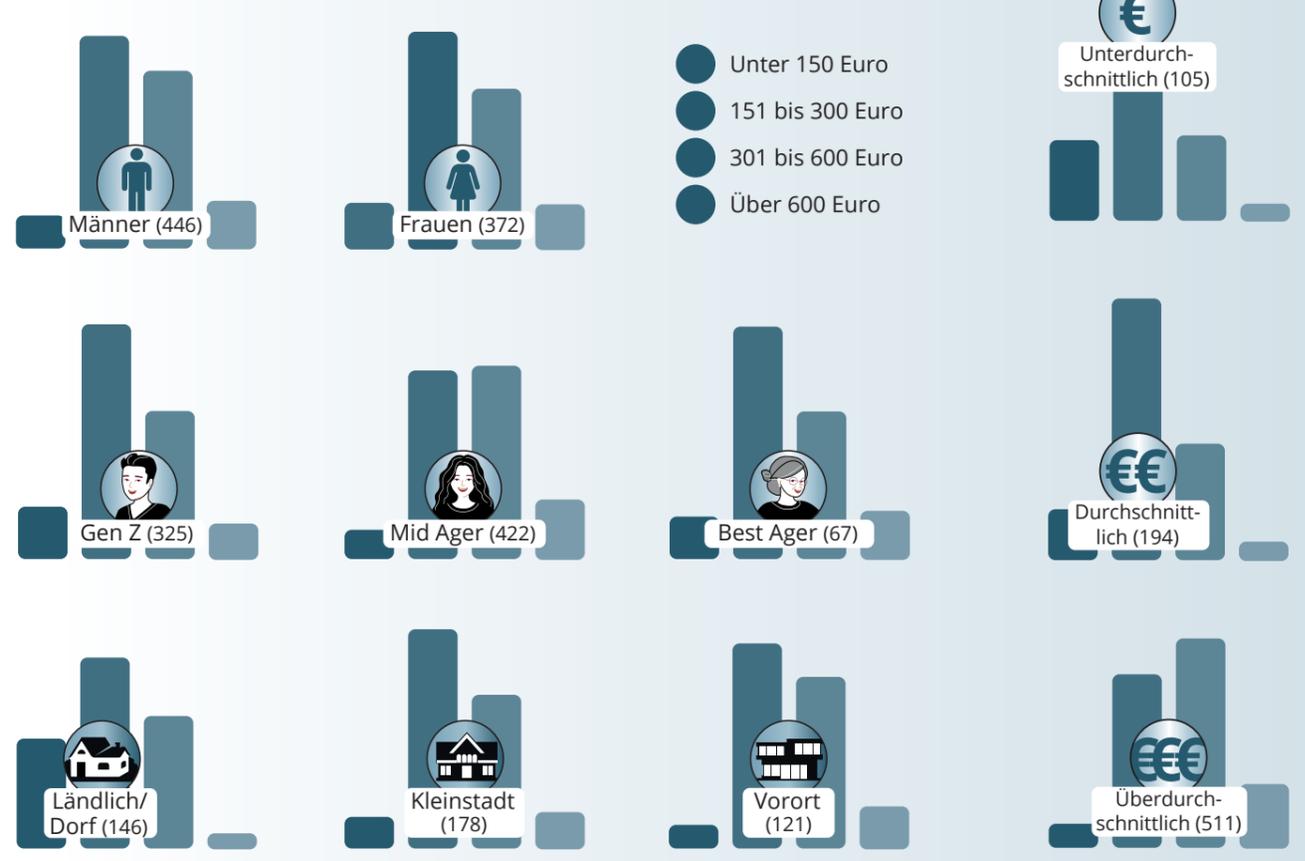
143 So viele Skitourengeher:innen haben bei Skijacken eine Lieblingsmarke



144 So viel Geld sind Skitourengeher:innen bereit, für eine neue Skijacke auszugeben



Die DACH-Region nach Zielgruppen



Impressum

Herausgeber

Marketmedia24
Sürther Hauptstraße 190b
D-50999 Köln
www.marketmedia24.de

Ebner Media Group GmbH & Co. KG
SAZsport
Karlstraße 3
D-89073 Ulm
www.sazsport.de

Kontakt

Sonja Koschel
Telefon +49 2236 3316931
koschel@marketmedia24.de

Wilfried Spürck
Telefon +49 731 880058615
wilfried.spuerck@ebnermedia.de

ArtDirektion

FaustDesign
mail@sabinefaust.de

Bildnachweis

© Adobe Stock

© Marketmedia24

Die Vervielfältigung, der Verleih, die Vermietung sowie jede sonstige Form der Verbreitung oder Veröffentlichung, auch auszugsweise, bedarf der ausdrücklichen Zustimmung von Marketmedia24. Alle Rechte vorbehalten.

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.

SAZ | SPORT

 **marketmedia24**
WIR KENNEN MÄRKTE