

# Beratung im Laden ist Kunden wichtiger als die Skimarke

München (bf) – Seit über zehn Jahren forscht die österreichische Agentur Mountain Management (Bregenz) in bekannten Skigebieten u.a. danach, wie zufrieden die Brettl-Fans mit ihrer Sportausrüstung sind. Das Ergebnis der Studie der Wintersaison 2005/06: Die Industrie kann des Nachts gut schlafen – und der Handel wird geadelt.

Fast 4400 Personen befragte Mountain Management letzten Winter in 15 Top-Skiregionen (darunter Garmisch, Kitzbühel und St. Moritz) zum Thema Ski und Schuh. Den mit Abstand größten Anteil der Skifans bildeten die 35- bis 49-Jährigen (42%). Im Großen und Ganzen gilt: Die Wintersportler stellen ihren Ski ein gutes Zeugnis aus. Auf einer Skala von „1 = mangelhaft“ bis „10 = top“ ernteten die Hersteller die Durchschnittsnote 7,36.

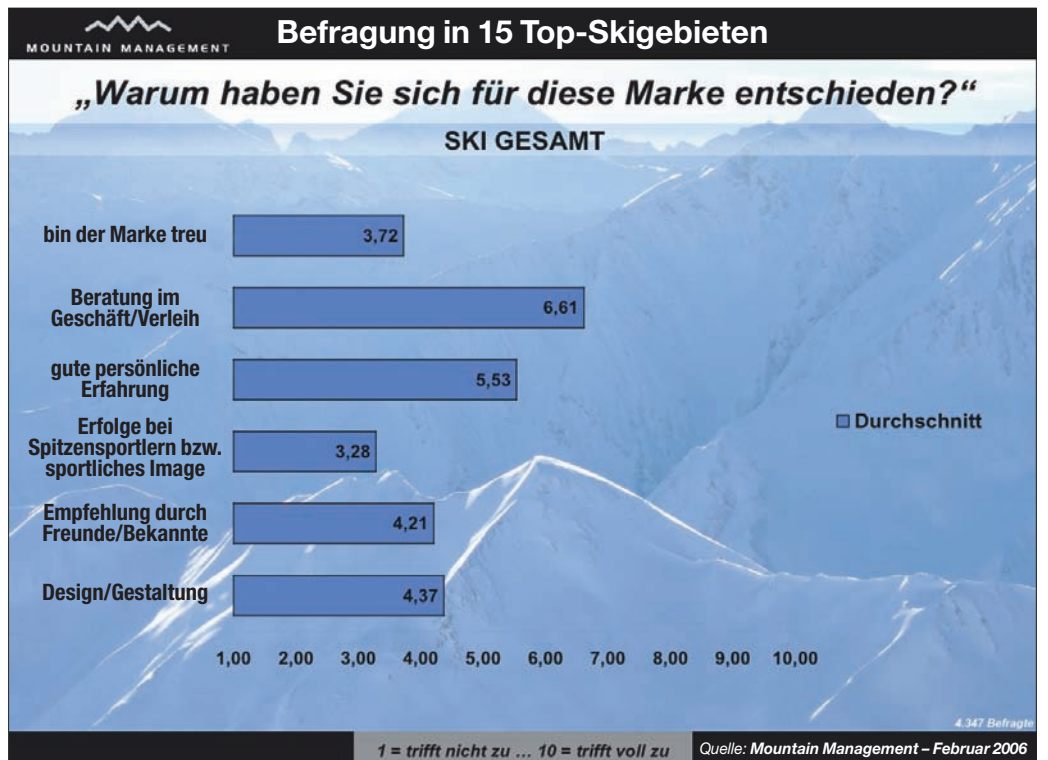
## Gewicht beim Ski eher unwichtig

Am glücklichsten zeigten sich die Pisten-Piloten in Sachen „Drehfreudigkeit-Beweglichkeit“ (7,71) und „Kantengriff“ (7,59). Knapp dahinter folgte „Lafruhe-Richtungsstabilität“ (7,40). Dagegen fiel der Faktor „Gewicht“ (6,76) doch merklich ab. „Die generelle Zufriedenheit steigt mit dem Fahr-

können und der Intensität“, so die Erkenntnis der Bregenzer Forscher.

Großen Wert legen die Skifahrer auf „Kantengriff“ (9,12), „Kontrolle bei höherer Geschwindigkeit“ (8,80) und „leichte Drehbarkeit“ (8,65). Als weniger wichtig erschienen den Endverbrauchern die Aspekte „geringes Tragegewicht“ (6,50) und „ansprechendes Design“ (5,44). Letzteres steht laut Mountain Management jedoch bei den 12- bis 19-Jährigen sehr hoch im Kurs. Höchste Weihen wurden dem Handel bei der Frage „Warum haben Sie sich für diese Marke entschieden?“ zuteil (siehe Grafik).

Ein weiteres Ergebnis der Studie lautete: „Der Anteil der geliebten Ski steigt, je jünger die Skifahrer sind.“ Dabei setzten 58% der Anfänger auf geborgte Bretter, insgesamt waren 22% der Interviewten mit Fremdausrüstung auf den Pis-



Der Handel als „Spielentscheider“: Auf einer Skala von „1 = trifft nicht zu“ bis „10 = trifft voll zu“ erhielt der Faktor „Beratung im Geschäft/Verleih“ von den Brettl-Fans in Sachen Markenauswahl mit 6,61 die höchste Durchschnittsnote.

ten der 15 Skiregionen unterwegs. Bemerkenswert: Nur jeder Dritte achtete beim Leihski auf die Marke. Das Gesamturteil der knapp 4400 Wintersportler dürfte den am Markt Ton angehenden Herstellern wie Öl herunterlaufen: Gerade

mal knapp 20% werden die Marke beim nächsten Skiausflug eher wechseln. In diesem Winter will Mountain Management im Übrigen die Studie auf 10.000 Personen und 35 Skigebiete inklusive Frankreich ausweiten. Weitere Detail-

informationen beziehungsweise die gesamte Studie (kostenpflichtig) der Wintersaison 2005/06 gibt es unter 0043-664-4417971, Ansprechpartner: Michael Partel. Die Agentur präsentiert sich online auf [www.mountain-management.com](http://www.mountain-management.com).

München 25.02.-28.02.2007  
Nürnberg 17.03.-19.03.2007  
Deggendorf 27.03.-29.03.2007  
Waltenhofen 10.04.-12.04.2007

## EINKAUFSTAGE SPORT & MODE

Neue Produkte, neue Ideen, neue Impulse für den Verkauf.  
Nutzen Sie die Einkaufstage Sport & Mode – an 4 Orten  
in Bayern. Garantiert auch in Ihrer Nähe.



Wirtschaftsdienst Bayerischer  
Handelsvertretungen CDH GmbH  
Postfach 86 08 09 · 81635 München