

Skitourenbindungen Funktionalität – Nutzer – Wünsche

Fragebogenbasierte Studie 2007

Auftraggeber:



19. September 2007

Projektleiter: Christoph Ebert

Projektkoordination: Judith Borowitz

Kooperationspartner: Fachgebiet Sportgeräte und Materialien der TU München
Lehrstuhl für Sportpsychologie der TU München



Connollystr. 32
80809 München

Telefon: +49-89-289 245 10

Telefax: +49-89-289 245 02

1. Einführung

Funktionalität von Skitourenbindungen

Das Thema Funktionalität von Sportgeräten beschäftigt die Wissenschaft seit vielen Jahren bezogen auf die Sicherheit von Sportprodukten. So haben Standards die Belastbarkeit des menschlichen Körpers in den Vordergrund gestellt, wie eine Skibindung zu funktionieren hat. Doch wird das optimale Sportprodukt nicht nur von der Sicherheit bestimmt. Eigenschaften wie die Performance eines Produkts für den Nutzer, Ergonomie, Design und Spaß entscheiden oft viel mehr über den Verkaufserfolg als der eher „klinische“ Faktor Sicherheit.

Die Untersuchung dieser weicheren Faktoren kann im Moment kein Messgerät im Labor leisten, keine Simulation voraussagen. Hier ist der Sportmarkt auf den Kunden selbst angewiesen. Der Mensch als „Messgerät“ ist nicht nur die einzige Möglichkeit, das komplexe Konstrukt „Funktionalität“ zu erfassen, sondern auch ein sehr machtvoll. Dabei ist es aber notwendig, die Menschen zu kategorisieren, ihre Wünsche und Antriebe zu nennen.

Es finden sich am Sportmarkt unterschiedlichste Kriterien für die Segmentierung von Kunden: Alter, Könnensstufe, Einsatzgebiet und Geschlecht. Der Antrieb oder die Motivation können jedoch das Bild schärfen und Entscheidungen über Produkte auf eine bessere Wissensbasis stellen.

Für die vorliegende Untersuchung soll eine derartige Unterscheidung von Nutzern auf eine psychologisch orientierte Art und Weise geschehen. Die Frage nach dem Antrieb der Skitourengeher ermöglicht eine erweiterte Betrachtungsweise des Wunschs nach Funktionalität. Der Antrieb oder Beweggrund für das Skitourengehen wird in der Psychologie „Motiv“ genannt: „Ein Motiv bezeichnet in der Psychologie eine relativ stabile Persönlichkeitseigenschaft, die durch eine Vorliebe für bestimmte Arten von Zielen zum Ausdruck kommt.“

Besonders interessant ist bei dieser Segmentierung, dass diese Motive lang anhaltend zu der Motivation führen, Skitouren zu gehen. Daher sind sie als Kriterien zur Segmentierung sehr geeignet und ermöglichen eine überdauernde Ansprache unterschiedlicher Kundengruppen.

2. Design der Untersuchung

2.1. Design des Fragebogens

Das Design des Fragebogens wurde in enger Abstimmung mit dem Auftraggeber durchgeführt. Besondere Maßgabe war die Einfachheit der Beantwortung und eine gute Struktur der Befragung.

Als Methode wurde eine Befragung auf Grundlage der Fragebogenmethode gewählt. Nach Senner (2001) ist dies eine systematische, nach Möglichkeit wissenschaftliche Kriterien erfüllende Befragung von Probanden nach ihren subjektiven Eindrücken, Wahrnehmungen, Erfahrungen etc.

Um ein hohes Maß an Objektivität in der Durchführung und Auswertung zu erfüllen, wird im vorliegenden Fragebogen weitgehend auf offene Antworten verzichtet. Dies erhöht die Aussagekraft und auch die Durchführungsfreundlichkeit der Untersuchung.

Die große Kompetenz zum Thema Fragebogen liegt wie schon angedeutet bei der Psychologie, die sich als sehr fundierte und auf anerkannte Theorie stützende Wissenschaft viel mit dem Thema Befragung des Menschen beschäftigt.

Um nun mehr Wissen über die Funktionalität bzw. die Wünsche des Kunden bezüglich der Eigenschaften der Skitourenbindung zu erfahren, bedarf es eben einer Befragung, die sich an psychologischen Maßstäben ausrichtet und das Thema Funktionalität abbildet.

Daher wurden für den vorliegenden Fragebogen folgende Überkapitel mit der jeweiligen Anzahl von Items (Einzelfragen) gewählt:

- Ich gehe Touren, weil ich ... (41 Items)
- Meine Gründe für den Kauf einer Skitourenbindung (16 Items)
- Beim Aufsteigen ist für mich wichtig... (9 Items)
- Beim Abfahren zählt für mich...(9 Items)
- Sicherheit bei meiner aktuellen Skitourenbindung (8 Items)
- Bei der Herstellung der Bindung zählt für mich... (3 Items)
- So schätze ich die Produkte der folgenden Firmen ein (7 Items)

Mit Hilfe dieses Aufbaus soll neben dem Antrieb der Skitourengeher aus dem ersten Überkapitel auch eben verschiedene Ansichten zur Funktionalität erfragt werden, wobei

die Strukturierung der Daten nach Zielgruppe oder Könnensstufe durch ein beigefügtes Soziogramm ermöglicht wird. Besonders interessant ist dabei auch die Meinung zur Funktionalität der auf den Markt angebotenen Skitourenbindungen. Hierbei ist der Kenntnisstand der Befragten sicherlich sehr unterschiedlich, was man in der Interpretation durchaus noch beachten muss.

Der Fragebogen wurde firmenneutral gestaltet, so dass weder die Personen, die den Fragebogen ausfüllten, noch die Personen, die den Fragebogen verteilten, wussten, wer der Auftraggeber, bzw. welche Skitourenbindungsfirma diese Marktanalyse durchführte. So sollten etwaige Beeinflussungen durch Markentreue verringert werden.

Mit folgender Texteinleitung wurden die Teilnehmer auf die Fragen vorbereitet:

Auf den nächsten Seiten finden Sie Fragen zu Ihren Erfahrungen mit Skitourenbindungen.

Nehmen Sie sich bitte zehn Minuten Zeit die Fragen zu beantworten, so dass Skitourenbindungen in Zukunft noch besser werden!

Bitte lesen Sie jede Aussage sorgfältig durch und entscheiden Sie, in welchem Ausmaß die Aussage auf Sie zutrifft oder nicht zutrifft. Es gibt sechs verschiedene Antwortmöglichkeiten: Die Aussagen „trifft sehr zu“ (1), „trifft zu“ (2), „trifft etwas zu“ (3), „trifft eher nicht zu“ (4), „trifft nicht zu“ (5) und „trifft gar nicht zu“ (6). Kreuzen Sie bitte das Kästchen an, das Ihre Meinung und Erfahrung am Besten widerspiegelt.

Es gibt keine falschen Antworten – denn: Ihre Meinung ist uns wichtig!

*Bitte beantworten Sie **alle** Fragen, damit wir dafür sorgen können, die Funktionalität von Skitourenbindungen in Zukunft noch besser an Ihre Wünsche anzupassen.*

Am Ende möchten wir Sie bitten noch einige Fragen zu Ihrer Person anzugeben. Die Informationen bleiben anonym.

Bei der Befragung gab es durchweg sechs verschiedene Antwortmöglichkeiten: Die Aussagen „trifft sehr zu“ (1), „trifft zu“ (2), „trifft etwas zu“ (3), „trifft eher nicht zu“ (4), „trifft nicht zu“ (5) und „trifft gar nicht zu“ (6).



Ich gehe Touren, weil ich ...						
	trifft sehr zu	trifft zu	trifft etwas zu	trifft eher nicht zu	trifft nicht zu	trifft gar nicht zu
1. ...mich am liebsten in kleinen Gruppen bewege	1	2	3	4	5	6
2. ...mich beim Tourengehen mit anderen austauschen möchte	1	2	3	4	5	6
3. ...gemeinsam mit Partnern etwas schaffen möchte	1	2	3	4	5	6
4. ...meinen inneren Schweinehund überwinden will	1	2	3	4	5	6
5. ...besser werden will	1	2	3	4	5	6
6. ...es genieße, von allem unabhängig zu sein	1	2	3	4	5	6
7. ...meine Unabhängigkeit genießen will	1	2	3	4	5	6
8. ...das gute Gefühl brauche, einen Gipfel erreicht zu haben	1	2	3	4	5	6



So schätze ich die Produkte der folgenden Firmen ein

Die Produkte der Firma...	Diamir						Dynalit						Naxo						Silvretta					
	trifft sehr zu	trifft zu	trifft etwas zu	trifft eher nicht zu	trifft nicht zu	trifft gar nicht zu	trifft sehr zu	trifft zu	trifft etwas zu	trifft eher nicht zu	trifft nicht zu	trifft gar nicht zu	trifft sehr zu	trifft zu	trifft etwas zu	trifft eher nicht zu	trifft nicht zu	trifft gar nicht zu	trifft sehr zu	trifft zu	trifft etwas zu	trifft eher nicht zu	trifft nicht zu	trifft gar nicht zu
... sind marktführend	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
... haben ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
... haben hohe Qualität	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
... sind leicht bedienbar	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
... bieten optimale Sicherheit	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
... sind multifunktional (Piste, Freeride, Touren)	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
... sind abfahrtsorientiert	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6

Abbildung 1: Auszüge aus dem erarbeiteten Fragebogen

2.2. Durchführung der Untersuchung

Die Fragebögen wurden in den vier verschiedenen Ländern, nämlich Deutschland, Italien, Österreich und Schweiz eingesetzt. Jeweils ein Projektmitarbeiter reichte die Fragebögen in ausgewählten Gebieten an von Tourengern und Freeridern frequentierten Orten. Um die Testgruppe zu erweitern, wurden auch in Institutionen, wie den Alpenverein oder der Universität, einschlägig erfahrene Skitourengänger befragt.

Folgende Orte waren dabei im Fokus:

- Deutschland: Allgäu, Bayrischer Wald, Oberstdorf
- Schweiz: Zermatt, Davos
- Italien: Livigno, Bormio, Arnthal, Livigno
- Österreich: St. Anton, Innsbruck, Pitztal

Die Befragung wurde von April bis Juni 2007 gleichzeitig in diesen Regionen durchgeführt.

Die Testgruppe wurde pro Land auf bis zu 100 Tester mit mindestens geringer Skitourenenerfahrung festgelegt. Jeder Tester sollte sich in Ruhe mit dem Fragebogen auseinandersetzen. Daher wurde der Fragebogen möglichst nach der Tour oder auf einer Hütte gereicht, da die Hektik und der Zeitdruck vor dem Aufstieg zu groß sind. Jeder Fragebogen wurde sofort wieder eingesammelt, um hohen Rücklauf zu garantieren.

3. Ergebnisse

3.1. Testgruppe und Material

Insgesamt 299 Personen haben am Test teilgenommen und den Fragebogen ausgefüllt. In Deutschland beantworteten 78 Tourengeher, in der Schweiz 87 Tourengeher, in Österreich 67 Tourengeher und in Italien 67 Tourengeher die Fragen.

Der Anteil der Männer, die den Fragebogen ausgefüllt haben, liegt bei etwa 70%. Somit erreicht die Befragung mit 30% Frauenanteil eine sinnvolle Verteilung von männlichen und weiblichen Testpersonen. Die befragten Personen waren im Durchschnitt 176 cm groß und wogen 70,6 kg, was dem sportlichen Aspekt des Tourengehens entspricht. Die Testpersonen erreichen bei eigener Angabe pro Jahr etwa 15000 Höhenmeter, das durchschnittliche Alter der Personen liegt bei 34 Jahren.

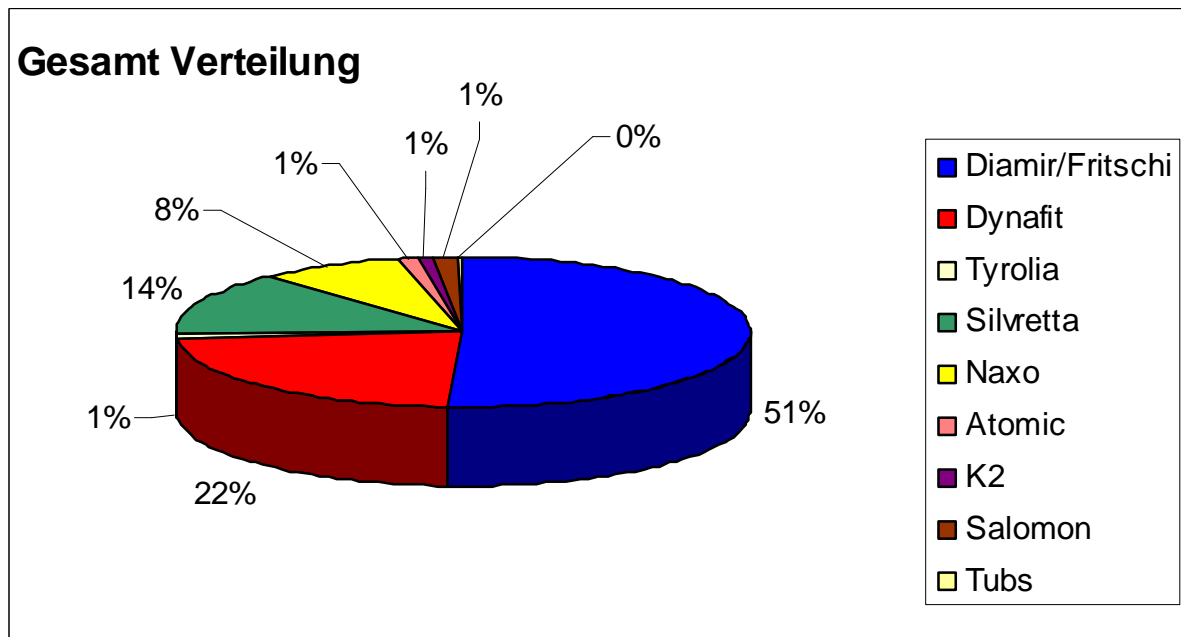
Die Eigeneinschätzung der Skitourengeher ergab, dass sich 21% der Testpersonen selbst als Einsteiger einstuften, 59% als Fortgeschrittene und 20% als Experten. So verteilt sich das Können nach Selbsteinschätzung beinahe symmetrisch um die Fortgeschrittenen.

Um die Schwerpunkte der Tourengeher einschätzen zu können, wurden sie nach ihrem Ansatz bei Tourengehen befragt. Dabei gaben 42% der Ausfüllenden an, dass das Aufsteigen für die wichtiger sei, für 39% sei dagegen das Abfahren wichtiger als das Aufsteigen und 18% haben genauso viel Freude am Aufsteigen wie am Abfahren.

Dazu sehen sich 65% der Tester als reine Tourengeher, 29% als Freerider, 6% sehen sich sowohl als Tourengeher als auch Freerider an.

Durch das Erfragen der gefahrenen Skitourenbindungsmarken, lässt sich auch das benützte Material kategorisieren. Diamir/Fritschi, Dynafit, Silvretta und Naxo. sind die am meisten verwendeten Marken, wie im folgenden Diagramm veranschaulicht:

Die Verteilung der benutzten Bindungen auf die einzelnen Länder, gibt sehr interessante Aufschlüsse über die Verbreitung der Produkte.



	Schweiz	Deutschland	Österreich	Italien
Diamir/Fritschi	76%	57%	45%	25%
Silvretta	8%	18%	26%	9%
Naxo	0%	9%	6%	0%
Dynafit	13%	10%	19%	60%

3.2. Skitourengeher und Freerider – unterschiedliche Zielgruppen und Produktwünsche?

Im Folgenden wird der Funktionalitätswunsch von den zwei typischen Nutzergruppen von Skitourenbindungen untersucht. Die Ergebnisse und Erkenntnisse sind graphisch und tabellarisch umfassend im Anhang dargestellt. Berechnet wurde das arithmetische Mittel der angekreuzten Möglichkeiten 1 bis 6. Dies ist in der Skala aufgrund der hohen Testerzahl und der Anzahl der Items zulässig.

Grundsätzlich gilt für die Bewertung: 6 = „trifft gar nicht zu“ ...bis... 1 = „trifft sehr zu“.

Die Einschätzung als Skitourengeher und Freerider betrifft den Ansatz für das Bewegen in nicht erschlossenen Berggebieten im Winter.

Für den Skitourengeher ist das Erlebnis Berg von größter Bedeutung, man könnte hier von den typischen und gewachsenen Skitourengehern sprechen, für die der Alpinismus eine Rolle im Leben spielt.

In den letzten Jahren macht in der Industrie das Abseitsfahren, das „Freeriden“ immer mehr Anteile an den Produkten und scheinbar auch am Markt aus. Der klassische

Skitourengelher scheint daher in den letzten Jahren Gesellschaft von dem Freerider bekommen zu haben. Für ihn zählt weniger die alpine Herausforderung im Auf- und Abstieg, sondern vielmehr die waghalsige Abfahrt im möglichst unverspurten Gelände. Der Aufstieg ist mehr oder minder für das Erlebnis Abfahren notwendig.

Beobachtungen und Erkenntnisse:

Gründe für den Kauf einer Skitourenbindung

Skitourengelher und Freerider zeigen Ähnlichkeit bei den Gründen für den Kauf auf, doch scheint Design und Image der Bindung weniger wichtig bewertet als eben härtere Faktoren wie Leichtigkeit, Stabilität und Ergonomie. Diese technischeren Begriffe scheinen für die Kunden eher entscheidend für das Kaufverhalten zu sein.

Beim Kauf einer Skitourenbindung zählt für mich bzw. verlasse ich mich auf die Meinung von:

Egal ob Skitourengelher oder Freerider: es sind die Meinungsbilder aus der Gruppe selbst, die wichtigster Informationsträger für den Kauf des Produkts sind. Abgeschlagen davon liegen Sportfachhändler nicht sehr in der Gunst der beiden Gruppen.

Beim Aufsteigen zählt für mich...

Der Skitourengelher legt größeren Wert auf eine biomechanisch sinnvolle Abrollbewegung als der Freerider. Verständlich, da er auch das Erlebnis Aufstieg mit optimaler Performance und mit großem Spaß durchlebt. So sind auch die Schwerpunkte scheinbar derart verteilt. Sicherheit und Komfort ist für beide Gruppen, vor allem für den Freerider, das wichtigste Argument beim Thema Aufsteigen. Komfort bezieht sich dabei sicherlich auf die Auffassung der Freerider, möglichst Kraft sparend die Aufstiegsstrecke zu absolvieren, um dann noch Reserven für spannende Abfahrten abrufen zu können.

Beim Abfahren zählt für mich...

Hier punktet der Freerider höher als der Tourengelher bei den Themen Multifunktionalität, Performance, Sicherheit und Stabilität. Die Wertschätzung dieser Parameter lässt sich anhand des Motivs leicht nachvollziehen. Der Tourengelher, sicherlich auch der Abfahrer mit geringerem Tempo und niedrigerer Risikobereitschaft, wertet die leichte Drehbarkeit

der Ski und ein sicheres Gefühl im Abfahren hoch, sowie ebenfalls die Stabilität der Bindung, was sich mit den vorherigen Schwerpunkten gut vereinen lässt.

Sicherheit bei meiner aktuellen Skitourenbindung:

Erschreckend und nicht konsistent sind die Bewertungen der Testpersonen bezüglich der Sicherheit einer Skitourenbindung. Vor dem Hintergrund der umfangreichen Bemühungen der Hersteller ist dies ein enttäuschendes Ergebnis, dass Freerider und Tourengerer scheinbar keinen großen Wert auf die Einstellung der Skitourenbindung durch einen Fachmann legen, um Verletzungen zu vermeiden. Tourengerer zeigen ein ähnliches Verhalten, auch ein regelmäßiger Service bzw. das Bewusstsein für die Pflege der Bindung ist scheinbar kaum ausgeprägt. Dabei sind sich beide Gruppen der Wichtigkeit bewusst. .

Bei der Herstellung von Skitourenbindungen zählt für mich:

Das Thema ökologische Produktion von Skitourenbindungen erachten Skitourengerer und Freerider für nicht sehr wichtig, wobei besonders für einen Sport wie das Skitourengehen in sensibler Umgebung dieses Thema Bedeutung haben könnte. Die Herstellung der Skitourenbindung unter ökologischen Gesichtspunkten scheint auch noch nicht von den Herstellern kommuniziert worden zu sein, die mittleren Wertungen könnten ein Beleg dafür sein. .

3.3. *Ländersichtweisen*

Um den Wunsch nach Funktionalität in den vier verschiedenen Märkten, Schweiz, Österreich, Italien und Deutschland, heraus zu arbeiten, ist es auf Grund des Datensets, bzw. des Designs des Fragebogens möglich, eine Einzelauswertung für die Länder zu erstellen.

Die Daten zur Funktionalität wurden hierfür nach den vier Ländern gruppiert und die Mittelwerte graphisch und tabellarisch dargestellt und analysiert. Die zugehörigen Abbildungen finden sich im Anhang wieder.

Beobachtungen und Erkenntnisse:

Gründe für den Kauf einer Skitourenbindung

Insgesamt sind für die Nutzer aus allen Ländern die Themen Stabilität, Ergonomie und Leichtigkeit von großer Bedeutung. Besonders in Italien scheint hierbei das Gewicht eine große Rolle zu spielen. Fragen zum Design und Image der Bindung werden in Italien höher bewertet und sprechen für ein erhöhtes Image- und Designbewusstsein. Technische Aspekte wie Funktionalität werden eher in den auch deutschsprachigen Ländern als wichtig erachtet.

Beim Kauf einer Skitourenbindung zählt für mich bzw. verlasse ich mich auf die Meinung von:

Wie schon zuvor ist die Kaufberatung am meisten von den erfahrenen Skitourengehern abhängig, wobei die Testpersonen aus Österreich und Italien die Meinung der Sportfachhändler im Vergleich noch am meisten wertschätzen. Ebenso erwarten diese beiden Landesgruppen das beste Preis-Leistungsverhältnis bei der Bindung. Die Multifunktionalität als Kaufgrund wird besonders von Österreichern und Deutschen als wichtiges Thema aufgefasst.

Beim Aufsteigen zählt für mich...

Hier scheinen die Themen Sicherheit besonders für die österreichischen Gebiete von größter Bedeutung zu sein, wobei die Leistungsorientierung und die komfortable Nutzung in Österreich, Italien und auch der Schweiz besondere Beachtung findet. Das Thema Gewicht im Aufstieg ist für die italienischen Befragten im Gegensatz zu den anderen Nationen sehr wichtig. Hier ist eher die Sicherheit und Performance der Bindung für den Aufstieg wichtig.

Beim Abfahren zählt für mich...

Hier gilt: Sicherheit steht an erster Stelle, was sich aber bei der Einstellung der Bindung später nicht konsistent fortsetzt. Besonders österreichische und deutsche Vertreter wünschen eben ein sicheres Gefühl beim Abfahren. Ähnlich verhält es sich bei der Stabilität der Bindung, die von allen Nationen als sehr wichtig eingestuft wird. Unterschiede ergeben sich bei dem Wunsch nach Multifunktionalität. Der deutsche Tester wünscht diese stärker als die Alpen-Nachbarn. Dabei geht es ihm jedoch mehr um das Freeriden als um das Fahren auf der Piste.

Sicherheit bei meiner aktuellen Skitourenbindung:

Alle Nationen haben die Sicherheitsfunktion der Bindung erkannt und schätzen diese als wichtig ein. Jedoch scheint nicht die Meinung vorzuherrschen, dass der Fachhändler die Bindung der Norm gerecht einstellen lassen sollte. Besonders im deutschen Markt ist der Gang zum Fachhändler wohl nicht verbreitet. Egal ob beim Kauf oder für den regelmäßiger Service. Dabei zeigt sich gerade für die Schweiz und Deutschland, dass die Tourengänger sogar bereit wären, mehr Gewicht einer Bindung zu akzeptieren, wenn sie nur sicher ist.

Bei der Herstellung von Skitourenbindungen zählt für mich:

Hier zeigen sich für die einzelnen Länder keine auffälligen Unterschiede, wobei wiederum eine Wertung von 3,5 nicht für eine hohe Priorisierung der ökologischen Aspekte der Bindung spricht.

3.4. Was erwarten verschiedene Könnensstufen von Skitourengehern von ihrer Bindung?

Im Folgenden wurde nun hier erfasst, wie groß die Gewichtung ist, wenn man die selbigen Fragen und Antworten unter der Zuordnung von Einsteiger, Fortgeschrittener und Experten analysiert. Auch hierfür wurde mit dem arithmetischen Mittel gerechnet. Es gelten weiterhin die Antwortmöglichkeiten 1 trifft sehr zu bis 6 trifft nicht zu.

Als Experten bezeichneten sich 20% von den Befragten, die durchschnittlich nach eigener Angabe im Jahr ca. 27 250 Höhenmeter zurücklegen, 42% der Befragten bezeichnen sich als Fortgeschrittene, die im Durchschnitt ca 12 432 Höhenmeter pro Jahr durchsteigen. Die Einsteiger machen 21% der Befragten aus. Sie legen etwas durchschnittlich 7 192 Höhenmeter pro Jahr zurück.

Beobachtungen und Erkenntnisse:

Gründe für den Kauf einer Skitourenbindung

Wie zu erwarten ist die Aufteilung der Wünsche beim Kauf zwischen den Könnensgruppen ähnlich, jedoch zeigen sich leichte Unterschiede in der Ausprägung. Der Experte erwartet nach den Daten zuallererst Stabilität, geringes Gewicht und Einfachheit in der Bedienung, wogegen der Einsteiger wenig Mühe beim Einstieg und leichte Umstellung von Stehen zu Gehen wünscht. Das Image der Bindung ist für den Einsteiger ebenfalls noch wichtiger als für die erfahrenen Zielgruppen.

Beim Kauf einer Skitourenbindung zählt für mich bzw. verlasse ich mich auf die Meinung von:

Freunde, erfahrene Skitourengeher und das Preis-Leistungsverhältnis sind hier die entscheidenden Faktoren, jedoch nimmt die Bedeutung dieser Faktoren mit dem Könnensstand ab. So liegt nahe, dass die Unsicherheit und Unerfahrenheit den Einsteiger auf externe Informationsquellen bringt. Der Experte entscheidet wohl mehr aus der eigenen Erfahrung heraus.

Beim Aufsteigen zählt für mich...

Einsteiger wünschen Komfort, sie haben mit der Technik und der Anstrengung beim Tourengehen viel genug zu tun, so dass sie eine komplizierte Bindung nicht auch noch bedienen möchten. Der Drehpunkt wird von allen Könnensstufen mit einer Wertung von 2,4 weniger wichtig bewertet als „dass die Steighilfe ohne großen Aufwand verstellbar ist“ oder „ein sicheres Gefühl in schwierigen Passagen zu haben“. Aus der momentanen Fachdiskussion um den idealen Drehpunkt eine interessante Feststellung.

Beim Abfahren zählt für mich...

Für Experten steht der Einsatz der Bindung auf der Piste nicht zur Diskussion, es geht ausschließlich um das Fahren abseits der Pisten mit der eigenen Bindung. Dagegen scheint der Einsteiger auch über das Freeriden und Fahren auf der Piste mit der Bindung mehr nachzudenken. Übergeordnet wichtig für alle Könnensgruppen beim Abfahren sind das sichere Gefühl und die Stabilität. Doch wie dies zustande kommt zeigt sich deutlich: für den Einsteiger bedeutet die insbesondere leichtes Drehen der Ski in schweren Verhältnissen, wogegen für den Experten auch die Direktheit und die Kraftübertragung entscheiden.

Sicherheit bei meiner aktuellen Skitourenbindung:

Der Wunsch nach Vermeidung von Verletzungen ist beim Einsteiger wiederum am stärksten ausgeprägt. Und dabei auch, dass die Einsteiger die Skitourenbindung beim Fachhändler einstellen und überprüfen lassen. Experten haben zwar viel Erfahrung beim Skitourengehen, sollten jedoch auch die Funktion der eigenen Bindung zum Schutz vor Verletzungen des Unterschenkels überprüfen lassen. Insbesondere da auch sie sich der Sicherheitsrelevanz der Bindung sehr bewusst sind.

Bei der Herstellung von Skitourenbindungen zählt für mich:

Hier zeigen sich für die einzelnen Länder nur wenig auffälligen Unterschiede, wobei die Einsteiger die Fertigung unter ökologischen Aspekten für wichtiger erachten als Experten und Fortgeschrittene.

3.5. Wie unterscheiden sich die Anforderungen an eine Skitourenbindung bei den unterschiedlichen Antrieben der Testpersonen?

Die vorliegende Befragung basiert insbesondere auf der Überlegung, den Antrieb der Tourengänger mit dem Wunsch nach Funktionalität in Beziehung zu setzen.

Um hierfür ein verständliches und einfaches Vorgehen zu erarbeiten, wurde die Vorgehensweise wie folgt gewählt:

Zunächst wird der Fragenteil aus der Befragung, der sich mit dem Antrieb beschäftigt, eine Faktorenanalyse unterzogen. Man erreicht hierdurch eine übergeordnete Ordnungsmöglichkeit nach so genannten Faktoren, die sich aus dem Inhalt der Fragen zu einem Thema zusammenfassen lassen. Aus den vorliegenden Daten ergaben sich hieraus vier verschieden und gut abgrenzbare Faktoren. Eine genauere Beschreibung der Faktorenanalyse findet sich in dem Auswertungsteil über die Motivationen von Skitourengehern.

Für die Strukturierung der Personen anhand der einzelnen Fragenkomplexe wurde für die erste Auswertung ein einfaches und eingängiges Verfahren benutzt: jeder Tester, der in Summe bei einem Faktor überdurchschnittlich gute Bewertungen abgab, wurde als derartig motiviert angesehen.

Durch dieses Vorgehen können vier Typen von Tourengängern identifiziert werden: Zum Ersten kristallisierte sich der **Erfolgsorientierte** heraus.

Für ihn ist es wichtig, Neues zu schaffen und selbst gestellte Schwierigkeiten zu meistern. Kein Berg kann ihm zu hoch und keine Abfahrt kann ihm zu schwer sein. Für ihn ist es wichtig, beim Tourengehen ein Erfolgserlebnis zu haben. Er möchte feststellen können, dass immer steilere und anspruchsvollere Hänge und Berge von ihm bewältigt werden, ein Fortschritt gerne auch bemessen an den Leistungen anderer, muss bei seinem Vorhaben erkennbar sein.

Als Zweites konnte man den **Leistungsorientierten** ausgliedern.

Er vergleicht seine Leistungen mit sich selbst und versucht somit für sich besser zu werden. Ein Messen mit Anderen steht bei ihm nicht zur Debatte. Der Kampf mit dem Aufstieg und dem Berg ist für ihn primär wichtig.

Der **Teamplayer** zeichnet sich als Drittes ab.

Er bewegt sich bevorzugt in kleinen Gruppen und ist oft unter Menschen zu finden. Sport, bzw. das Tourengehen spielen bei ihm eine große Rolle. Dabei versucht er aber seine Aktivitäten im Einklang mit Freunden und Menschen zu vollziehen. Das reine Erfolgserlebnis oder Naturerlebnis sind bei ihm beim Tourengehen eher untergeordnet.

Der **Einzelgänger**,

favorisiert das Tourengehen, wenn er allein die Ruhe genießen und ein Erlebnis mit der Natur und sich in den Bergen finden kann. Sich zurückziehen, die natürliche Umgebung in sich aufzunehmen und eine Ausflucht vom motorisierten und technisierten Alltag zu haben, motivieren ihn immer wieder aufs Neue zum Tourengehen.

Beobachtungen und Erkenntnisse:

Gründe für den Kauf einer Skitourenbindung

Ein wichtiges Ergebnis der Studie ist, dass die Gründe für den Kauf insgesamt für die einzelnen Gruppen nicht so stark variieren wie erwartet. Design und Image ist für alle Gruppen am wenigstens entscheidend für den Kauf, wobei noch am meisten für den Erfolgsorientierten. Egal mit welcher Motivation, die Stabilität ist hier der am wichtigsten eingeschätzte Faktor. Zudem sind Themen wie Leichtigkeit und Ergonomie der Bindung als sehr zutreffend für eine Kaufentscheidung von allen Gruppen bewertet.

Beim Kauf einer Skitourenbindung zählt für mich bzw. verlasse ich mich auf die Meinung von:

Der leistungsorientierte Skitourengeher bewertet den Einfluss externer Informationsquellen wie Freunde, Händler oder erfahrene Skitourengeher am wichtigsten, ebenso das PreisLeistungsverhältnis. Der Einzelgänger trifft scheinbar Entscheidungen mehr selbständig, da er insgesamt geringere Wertungen für diese Informationsträger vergibt.

Beim Aufsteigen zählt für mich...

Für alle Motivgruppen ist die Sicherheit, bzw. das sichere Gefühl beim Aufsteigen in schwierigen Passagen das zentrale Thema. Kleinere Unterschiede zeigen sich bei der Auffassung zum Komfort. Der Teamplayer und der Leistungsorientierte werten diese Eigenschaft höher als die beiden anderen Gruppen.

Beim Abfahren zählt für mich...

Was für das Aufsteigen gilt, zeigt sich auch beim Abfahren: das sichere Gefühl ist für alle Motivgruppen sehr hoch bewertet, wobei die Stabilität der Bindung ähnlich hohe Wertungen erhält. Interessant ist, dass der Einzelgänger in diesen beiden Kategorien die höchsten Wertungen vergibt. Vielseitigkeit der Bindung für Freeride und Piste ist für den Teamplayer noch am wichtigsten, doch insgesamt am schwächsten bewertet. Wie zu erwarten, zeigt der Erfolgsorientierte bei Fragen der Performance beim Abfahren die höchsten Wertungen, jedoch eben auch keine herausragenden Unterschiede zu den anderen Typen.

Sicherheit bei meiner aktuellen Skitourenbindung:

Teamplayer weisen auch bei sicherheitsrelevanten Themen die höchsten Wertungen auf. Die Wichtigkeit für den Erfolgsorientierten scheint dabei geringer zu sein. Es erstaunt auch in diesem Feld, dass der Einzelgänger nicht mehr Wert auf die Sicherheit legt, da dieser ja auf sein Material voll vertrauen können sollte. Eher im Gegenteil scheint sich eine größere Bedeutung der Sicherheitsrelevanz des Materials beim Gruppen-Skitourengeher zu zeigen.

Bei der Herstellung von Skitourenbindungen zählt für mich:

Der Unterschied zwischen dem Teamorientierten und dem Einzelgänger ist auch hier abzusehen. So scheinen Teamplayer das Thema für etwas wichtiger zu halten als der Durchschnitt der Befragten.

3.6. Was motiviert Skitourengeher, ihrem Sport nachzugehen

Mit dem ersten Fragebogenkomplex wurde herausgefiltert, wie die Vielzahl von Fragen sinnvoll zusammengefasst werden kann. Mithilfe einer Faktorenanalyse kann man die Fragen derartigen Kategorien zuordnen. Die Fragen prüfen die vier Faktoren: Leistungsorientierung, Erfolgsorientierung, Einzelgängerorientierung und Teamplayerorientierung. Im Folgenden werden kurz die durchgeführte Faktorenanalyse und ihr Ergebnis beschrieben.

Exkurs der Faktorenanalyse

Immer wieder hat man mit Begriffen und Sachverhalten zu tun, die einen hohen Grad an Komplexität aufweisen. Mithilfe von Fragen in einem Fragebogen versucht man diese zu ermitteln und abzubilden.

Bei dem ersten Fragebogenkomplex, den Fragen 1 bis 41 wurde schon im Vorfeld darauf geachtet, unterschiedlichste Motivationen der Personen für das Tourengehen zu beschreiben. Die Ergebnisse ermöglichen jetzt eine Zusammenfassung der einzelnen Fragen aufgrund der Ergebnisse. So lassen sich verschiedene Motivationen mit diesem Verfahren einfach unter einem Faktor zusammenfassen. Dieser Faktor sollte aus den jeweils zusammengehörenden Fragen einfach hervorstechen.



Ich gehe Touren, weil ich ...

	trifft sehr zu	trifft zu	trifft etwas zu	trifft eher nicht zu	trifft gar nicht zu
1. ...mich am liebsten in kleinen Gruppen bewege	1	2	3	4	5
2. ...mich beim Tourengehen mit anderen austauschen möchte	1	2	3	4	5
3. ...gemeinsam mit Partnern etwas schaffen möchte	1	2	3	4	5
4. ...meinen eigenen Schmelzschuh überwinden will	1	2	3	4	5
5. ...besser werden will	1	2	3	4	5
6. ...es genieße, von allem unabhängig zu sein	1	2	3	4	5
7. ...meine Unabhängigkeit genießen will	1	2	3	4	5
8. ...das gute Gefühl brauche, einen Gipfel erreicht zu haben	1	2	3	4	5
9. ...Freude daran habe, schnell besser zu werden	1	2	3	4	5
10. ...meinen Körper trainieren will	1	2	3	4	5
11. ...Grenz-Erfahrungen suche und überwinden möchte	1	2	3	4	5
12. ...meine Fitness ausbauen will	1	2	3	4	5
13. ...gemein zeige, was ich kann	1	2	3	4	5
14. ...versuche, durch meine Leistung der Natur zu trotzen	1	2	3	4	5
15. ...Skitourenrouten bestimme (w/berets talachme	1	2	3	4	5
16. ...in Harmonie mich gerne gemeinsam mit Freunden bewege	1	2	3	4	5
17. ...Freundschaft pflegen möchte	1	2	3	4	5
18. ...auf meine Freizeit-Beschäftigung zurückgehen möchte	1	2	3	4	5
19. ...in Harmonie leben will	1	2	3	4	5
20. ...großen Wert auf Zeit mit meinen Freunden/Bekanntem lege	1	2	3	4	5
21. ...die Natur erleben möchte	1	2	3	4	5
22. ...die Stille sehr genieße	1	2	3	4	5
23. ...die Harmonie der Bewegung genieße	1	2	3	4	5
24. ...darauf achte, Freundschaften zu pflegen	1	2	3	4	5
25. ...mir mich persönlicher Erfolg wichtig ist	1	2	3	4	5
26. ...neue persönliche Bestzeiten aufstellen will	1	2	3	4	5
27. ...mir herausfordernde Ziele stecke	1	2	3	4	5
28. ...Bergverantwortung für mich übernehme	1	2	3	4	5

Seite 3 von 8



	trifft sehr zu	trifft zu	trifft etwas zu	trifft eher nicht zu	trifft gar nicht zu
29. ...ein Team-Mensch bin	1	2	3	4	5
30. ...gern schneller als andere bin	1	2	3	4	5
31. ...versuche, steilere Aufstiegsrouten als andere zu gehen	1	2	3	4	5
32. ...die steilsten Rinnen fahre, wenn es möglich ist	1	2	3	4	5
33. ...mein Können und Kondition ausnutzen will	1	2	3	4	5
34. ...anderen von meinen Tourenerlebnissen erzählen kann	1	2	3	4	5
35. ...anderen gerne weitergebe, wie Skitourengehen funktioniert	1	2	3	4	5
36. ...in Respekt vor der Natur des Gebirge erleben will	1	2	3	4	5
37. ...das neueste Material benutzen und ausprobieren möchte	1	2	3	4	5
38. ...mit dem Trend gehen möchte	1	2	3	4	5
39. ...Expeditionen für mich selbst unternehmen möchte	1	2	3	4	5
40. ...mich gerne mit Menschen umgebe, die sportlich und dynamisch sind	1	2	3	4	5
41. ...beim Tourengehen Kraft und Stärke beweisen kann	1	2	3	4	5

Mit diesen Fragen und immer wieder auftauchenden Kontrollfragen versuchte man eine Kategorisierung vorzunehmen. Wie man zum Beispiel bei den Fragen 16: „...in Harmonie mich gerne gemeinsam mit Freunden bewege“, 20: „...großen Wert auf Zeit mit meinen Freunden/Bekanntem lege“ und 24: „...darauf achte, Freundschaften zu pflegen“, sehen kann, versuchte man immer wieder den Auszufüllenden zu hinterfragen, wie er zu dem Zusammenhang Freundschaft und dem Tourengehen steht. Ist ihm das

Tourengehen an sich wichtig-, oder auch ein Grund für ihn es zu betreiben, um Freundschaftserlebnisse zu erfahren?

Bei den Fragen 6: „...es genieße, von allem unabhängig zu sein“, und 7: „...meine Unabhängigkeit genießen will“, steht das Thema Einzelgänger sehr im Vordergrund. Diese Motivlage wird noch durch die Fragen 36: „...in Respekt vor der Natur das Gebirge erleben will“, und 21: „...die Natur erleben möchte“, untermauert. Mit diesen Fragen möchte man herausfinden, ob dem Tourengeher das Naturerlebnis und die Ruhe von der Außenwelt im Vordergrund stehen oder zum Beispiel das Erlebnis mit Menschen wichtiger ist.

Mit vielen Fragen, 41 an der Zahl, versuchte man verschiedene Motivationen zum Tourengehen zu erfragen.

Mit der Ansammlung von Einzelitems wird nun eine Faktorenanalyse durchgeführt. Mit ihr wurde nun untersucht, ob sich unter den betrachteten Items Gruppen befinden, denen jeweils eine komplexe Hintergrundvariable wie zum Beispiel in Bezug auf Freundschaft zugrunde liegt. Diese Hintergrundvariablen werden als Faktoren bezeichnet. Es ist das Ziel, den hohen Grad an Komplexität, der durch die Vielzahl von Variablen abgebildet wird, verständlich und leicht interpretierbar zu machen.

Zuerst hat man lineare Kombinationen der Beobachtungsvariablen gebildet. Für Variablen, die miteinander hohe Korrelationskoeffizienten, die Beziehung zwischen zwei oder mehr statistischen Variablen, aufweisen, wird angenommen, dass sie einen gemeinsamen Faktor haben. Umgekehrt wird für Variablen, die nur schwach mit einander korrelieren, unterstellt, dass sie keinen Faktor miteinander gemein haben. Um dies ermitteln zu können, stehen einem verschieden Schätzverfahren zur Verfügung. Eine Faktorenanalyse kann aber nur dann als gelungen betrachtet werden, wenn die dadurch ermittelten Faktoren als inhaltlich sinnvoll angesehen werden können und ihnen einen Namen gegeben werden kann.

Diese Analyse wurde, wie es üblich ist in vier Schritten durchgeführt:

Der erste Schritt war die Bildung von Korrelationsmatrizen. Mit ihr wurden die einbezogenen Variablen berechnet und dann ausgegeben. Hier konnte man nun ablesen, welche Variablen möglicherweise unberücksichtigt bleiben sollten, weil sie mit den übrigen Variablen nur geringe Korrelationen aufgewiesen haben.

Der nächste Schritt war die Faktorextraktion. Bei der Extraktionsmethode konnte man selbst entscheiden, welche zur Anwendung gebracht wird. Hier wurde eine Hauptkomponentenanalyse angewendet. Dieser Schritt wird auch als „Ziehen“ oder „Extrahieren“ von Faktoren bezeichnet.

Anschließend folgte die Rotation. Da die im zweiten Schritt gefundene Faktoren oft schwer zu interpretieren sind, kann man sich die Interpretation erleichtern, indem man sie transformiert, also „verändert“. Die Verbindungen zu den Beobachtungen sind somit deutlicher aufzuzeigen und eine einfachere Interpretation der Faktoren ist gefunden. Diesen Schritt der Transformation nennt man Rotation. Hier wurde als Rotationsmethode eine Promax mit Kaiser-Normalisierung verwendet. Weiterhin ist sie in 6 Iterationen konvergiert.

Zuletzt wurden die konkreten Faktorwerte berechnet und gegebenenfalls als Variable in der Datendatei gespeichert. Das Ergebnis ist in der errechneten Mustermatrix abgebildet.

Die Mustermatrix zeigt auf, dass es keine großen Korrelationen unter den Faktoren finden sind und es besteht eine gute Zuordnung der Items zu den vier Faktoren.

Aufgrund der Anzahl der Spalten der Matrix kann man feststellen, dass den Variablen vier Faktoren zu Grunde liegen.

Um eine Zuordnung eines Oberbegriffs zu ermöglichen werden die Items nun unter den Faktoren gruppiert, um logische Zusammenhänge zu erarbeiten.

Ich gehe Touren, weil ich ...
Faktor 1
13. ...gerne zeige, was ich kann
14. ...versuche, durch meine Leistung der Natur zu trotzen
15. ...Skitourenrennen bestreiten will/bereits teilnehme
25. ...mir mein persönlicher Erfolg wichtig ist
26. ...neue persönliche Bestzeiten aufstellen will
27. ...mir herausfordernde Ziele stecke
30. ...gern schneller als andere bin
31. ...versuche, steilere Aufstiegsspuren als andere zu gehen
32. ...die steilsten Rinnen fahre, wenn es möglich ist
34. ...anderen von meinen Tourenerlebnissen erzählen kann
35. ...anderen gerne weitergebe, wie Skitourengehen funktioniert
37. ...das neueste Material benutzen und ausprobieren möchte
38. ...mit dem Trend gehen möchte
41. ...beim Tourengehen Kraft und Stärke beweisen kann

Faktor 2
4. ...meinen inneren Schweinehund überwinden will
5. ...besser werden will
8. ...das gute Gefühl brauche, einen Gipfel erreicht zu haben
9. ...Freude daran habe, schnell besser zu werden
10. ...meinen Körper trainieren will
11. ...Grenz-Erfahrungen suche und überwinden möchte
12. ...meine Fitness ausbauen will
Faktor 3
1. ...mich am liebsten in kleinen Gruppen bewege
2. ...mich beim Tourengehen mit anderen austauschen möchte
3. ...gemeinsam mit Partnern etwas schaffen möchte
16. ...in Harmonie mich gerne gemeinsam mit Freunden bewege
17. ...Freundschaft pflegen möchte
19. ... in Harmonie leben will
20. ...großen Wert auf Zeit mit meinen Freunden/Bekanntem lege
24. ...darauf achte, Freundschaften zu pflegen
29. ...ein Team-Mensch bin
40. ...mich gerne mit Menschen umgebe, die sportlich und dynamisch sind
Faktor 4
6. ...es genieße, von allem unabhängig zu sein
7. ...meine Unabhängigkeit genießen will
18. ...alleine meiner Freizeit-Beschäftigung nachgehen möchte
21. ...die Natur erleben möchte
22. ...die Stille sehr genieße
23. ... die Harmonie der Bewegung genieße
28. ...Eigenverantwortung für mich übernehme
33. ...mein Können und Kondition ausnutzen will
36. ...in Respekt vor der Natur das Gebirge erleben will
39. ...Expeditionen für mich selbst unternehmen möchte

Nach dieser Einordnung konnte man feststellen, dass jeder Faktor sehr gut zu einem Typ Mensch zugeordnet werden kann. Damit ist die Faktorenanalyse in unserem Fall erfolgreich verlaufen. Es ergeben sich folgende vier Faktoren: 1. Erfolgsorientierung, 2. Leistungsorientierung, 3. Teamplayerorientierung und 4. Einzelgängerorientierung.

Mit dieser Kategorisierung wurde für die Bestimmung der Motivlagen eine Clusteranalyse durchgeführt. Damit steht ein scharfes Verfahren zur Verfügung, das die Einteilung der Testpersonen zu den Fragenkomplexen ermöglicht.

Exkurs Clusteranalyse

Unter einer Clusteranalyse versteht man ein Strukturen deckendes, multivariates Analyseverfahren zur Ermittlung von Gruppen (Clustern). Diese Gruppen weisen unterschiedliche Eigenschaften oder Ausprägungen bestimmte Ähnlichkeiten, bzw. Unähnlichkeiten auf.

So kann man in diesem Fall herausgliedern wer zu der Motivbefragung, z.B. Leistungsorientierung mehr tendiert, oder auch weniger.

Von den Befragten Tourengänger sind somit 54% daran interessiert, ihre Leistung in diesem Sport zu verbessern. 61% der Befragten wollen auch eine Erfolgssteigerung sehen können. Interessant ist das Motiv Teamplayerorientierung. 31 % der Skitourengänger ist diesem Thema gegenüber neutral eingestellt. Das bedeutet, dass für sie die Ausübung des Sports in erster Linie steht und nicht unbedingt in Gesellschaft ausgeübt werden muss. Was aber nicht gleichzeitig bedeutet, dass sie zwingend alleine unterwegs sein möchten. 48% der Sportler bevorzugt jedoch das Tourengehen in Gesellschaft.

Wie die Analyse bei Einzelgängerorientierung zeigt, ist es für die 67 % wichtig, nicht alleine in den Bergen zu sein. Nur wenige Personen bevorzugen es, sich alleine mit der Natur auseinander zu setzen.

Mithilfe einer Kreuztabelle, kann man nun die verschiedenen Motivationskategorien auf die Länder zuteilen:

	Einzelgänger	Erfolgsorientierter	Leistungsorientierter	Teamplayer
Schweiz	63,5%	59,3%	58,5%	21,0%
Deutschland	71,4%	43,4%	48,7%	25,6%
Italien	71,6%	64,6%	73,1%	44,8%
Österreich	63,5%	47,6%	64,6%	33,3%

Um das Marktpotential der einzelnen Kategorien abzuschätzen, kann nun auf Grundlage einer Auskunft des deutschen Alpenvereins, die Untersuchung mit klaren Zahlen hinterlegt werden.

Nach der Information und nach vereinsinternen Studien beläuft sich die Gruppe der Tourengänger in Europa auf etwa 1 Million Personen. Einbezogen werden hierbei auch andere europäische Staaten als in der vorliegenden Untersuchung, wie Spanien und Frankreich. Für diese Länder wäre eine Nachuntersuchung empfehlenswert.

Geht man nun aufgrund der Größe unserer Stichprobe davon aus, dass die Untersuchung repräsentativ ist, folgendes Marktpotential für die einzelnen Motivationskategorien:

Basiswert: 1 Million Skitourengeher in Europa.

540.000 Leistungsorientierte

610.000 Erfolgsorientierte

480.000 Teamplayer

330.000 Einzelgänger

3.7. Einschätzung der Produkte

Beim letzten Fragekomplex sollten die Tourengeher eine Einschätzung über verschiedene Marktanbieter abgeben. Zur Auswahl standen Diamir/Fritschi, Dynafit, Naxo und Silvretta. Die folgende Graphik auf der nächsten Seite zeigt die allgemeine Einschätzung. Mithilfe der Mediane, einem Streuungsmaß, das für eine solche Darstellung besser geeignet ist und Ausreißer für derartige Firmeneinschätzungen nicht so stark ins Gewicht fallen lässt, wird so die „mittlere“ Meinung der Befragten aufgezeigt. Die angekreuzten Kästchen stellen den median aus allen Befragten dar.

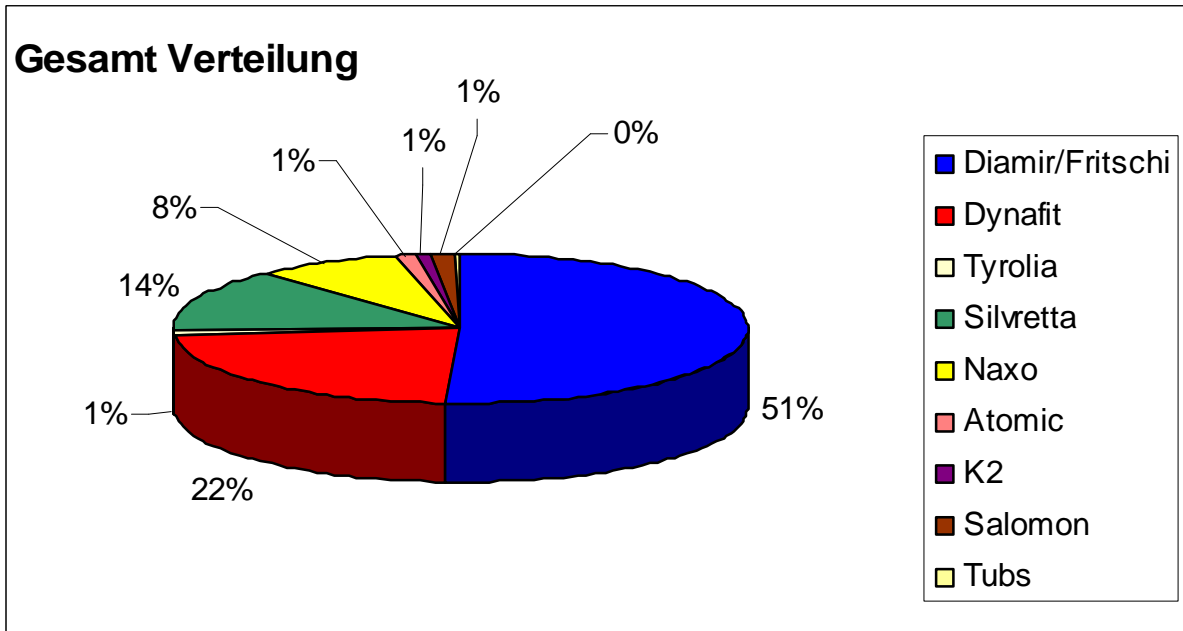


Ein Ergebnis, das die marktführende Stellung der Diamir Bindung unterstreicht. Keines der Konkurrenzprodukte erreicht in einem Item höhere Wertungen, insgesamt stellt sich das Bild hier auch am positivsten dar.

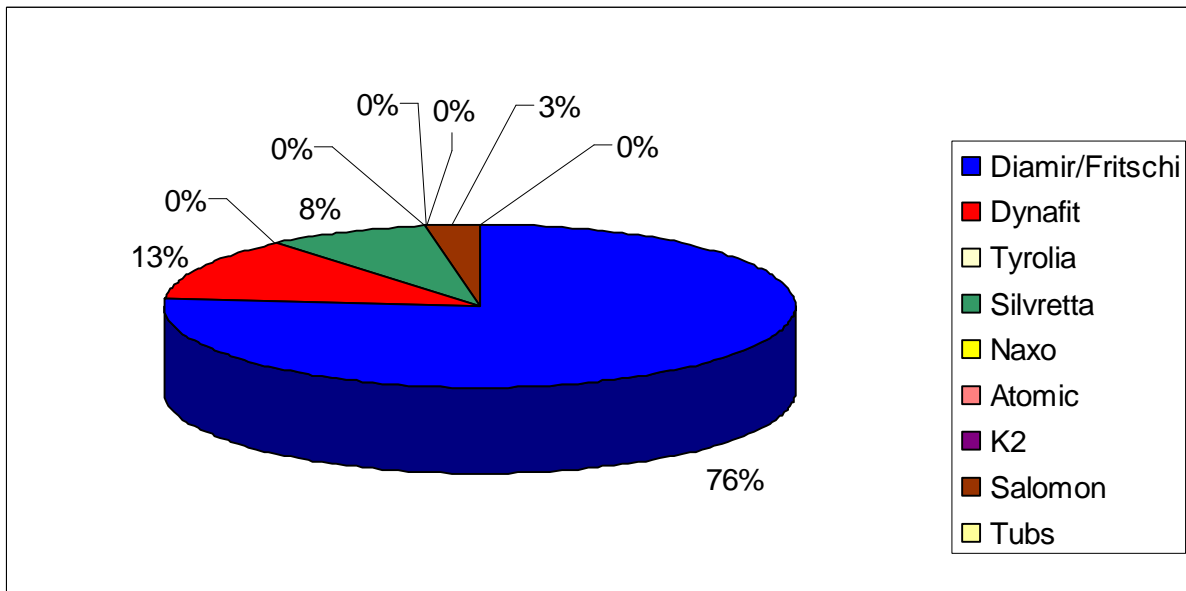
4. Darstellungen der Ergebnisse

4.1. Personengruppen und Material

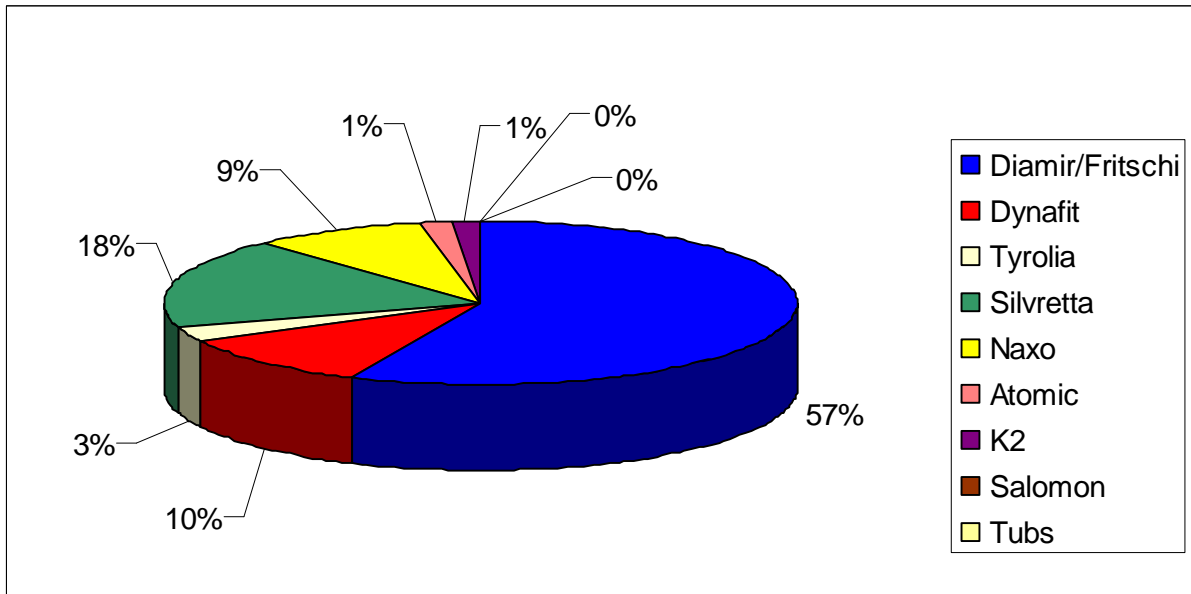
Gesamtverteilung



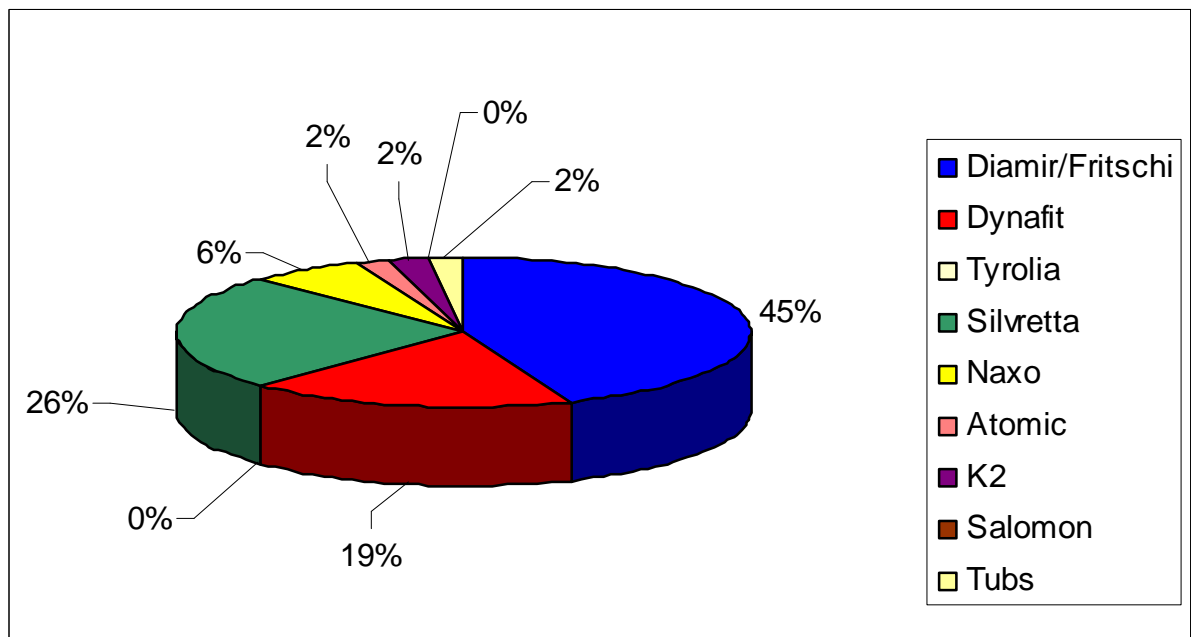
Schweiz



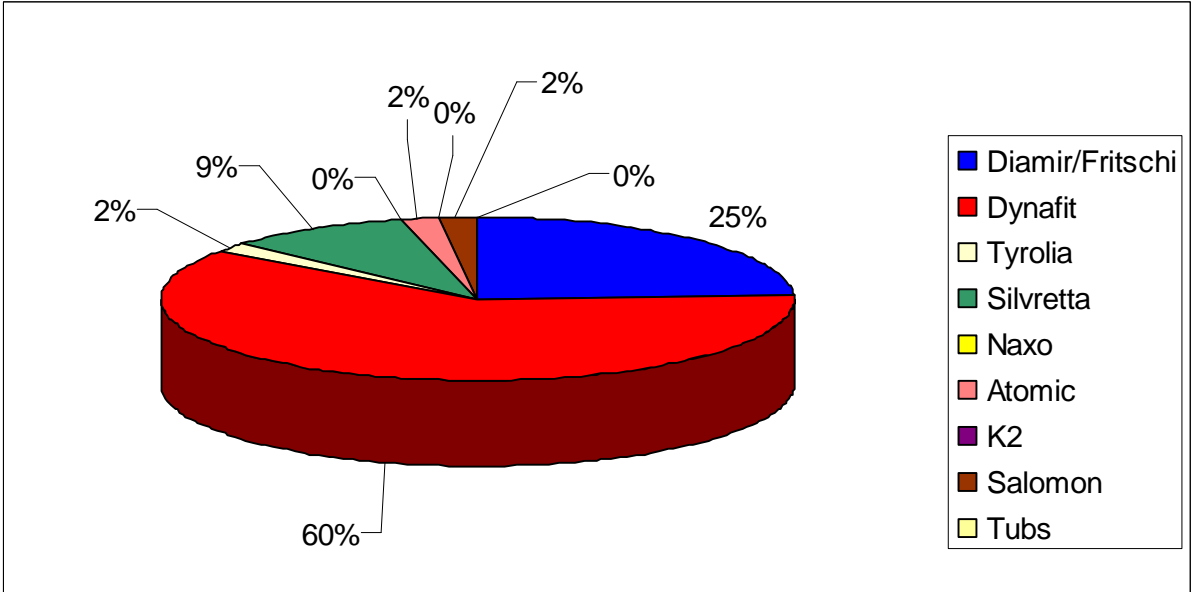
Deutschland



Österreich

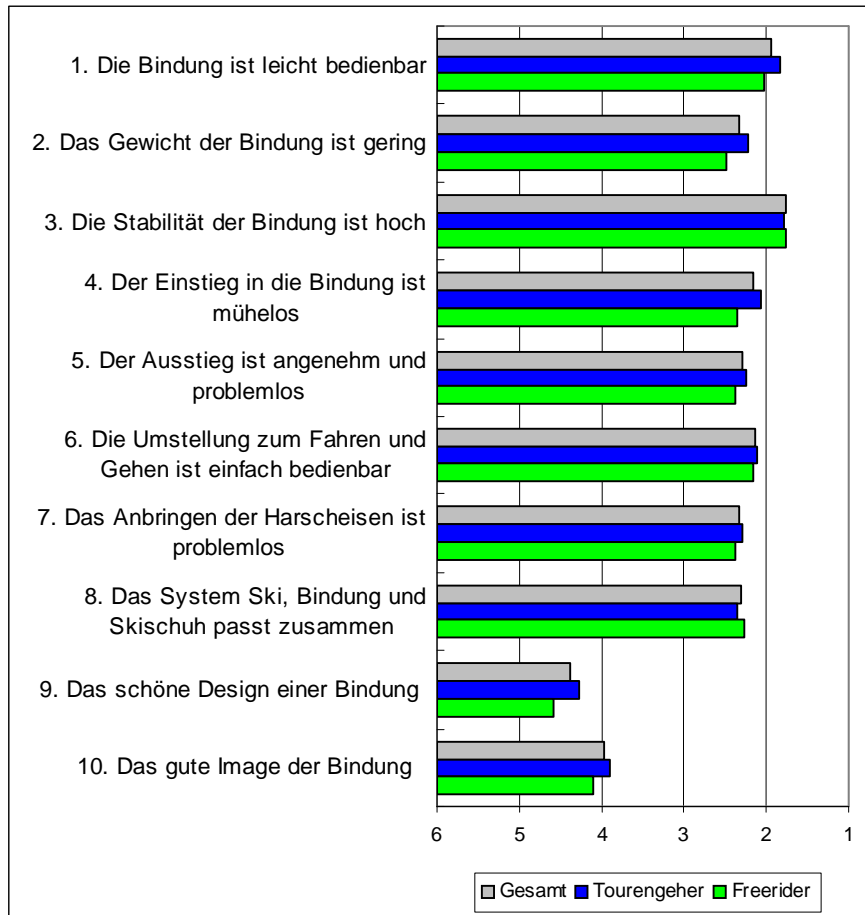


Italien



4.2. Skitourengeher und Freerider – unterschiedliche Zielgruppen und Produktwünsche?

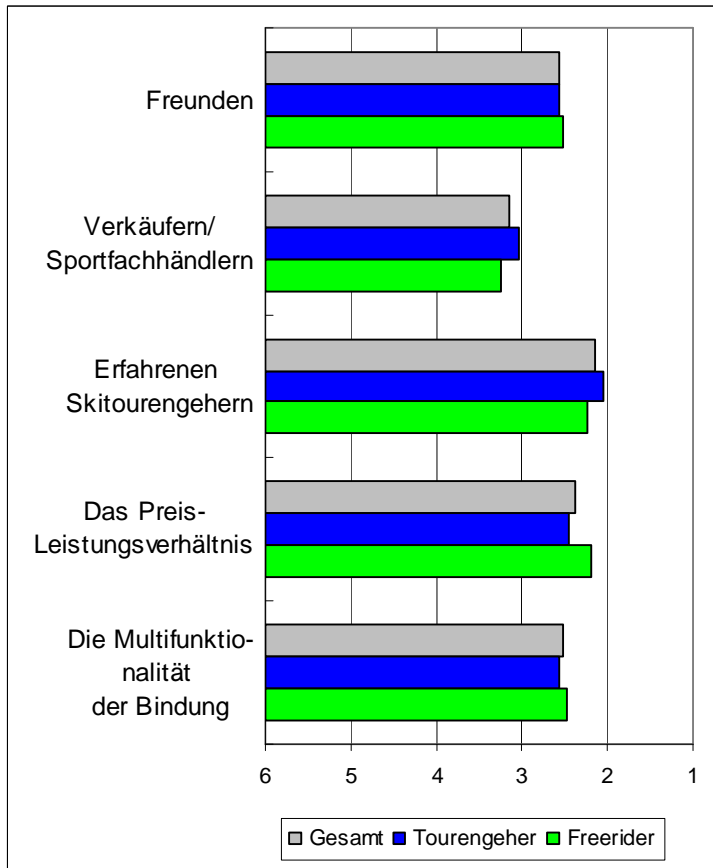
Gründe für den Kauf einer Skitourenbindung



Meine Gründe für den Kauf einer Skitourenbindung:	1. Die Bindung ist leicht bedienbar	2. Das Gewicht der Bindung ist gering	3. Die Stabilität der Bindung ist hoch	4. Der Einstieg in die Bindung ist mühelos	5. Der Ausstieg ist angenehm und problemlos
Gesamt	1,93	2,33	1,76	2,15	2,28
Tourengeher	1,83	2,22	1,78	2,06	2,24
Freerider	2,02	2,48	1,76	2,35	2,38

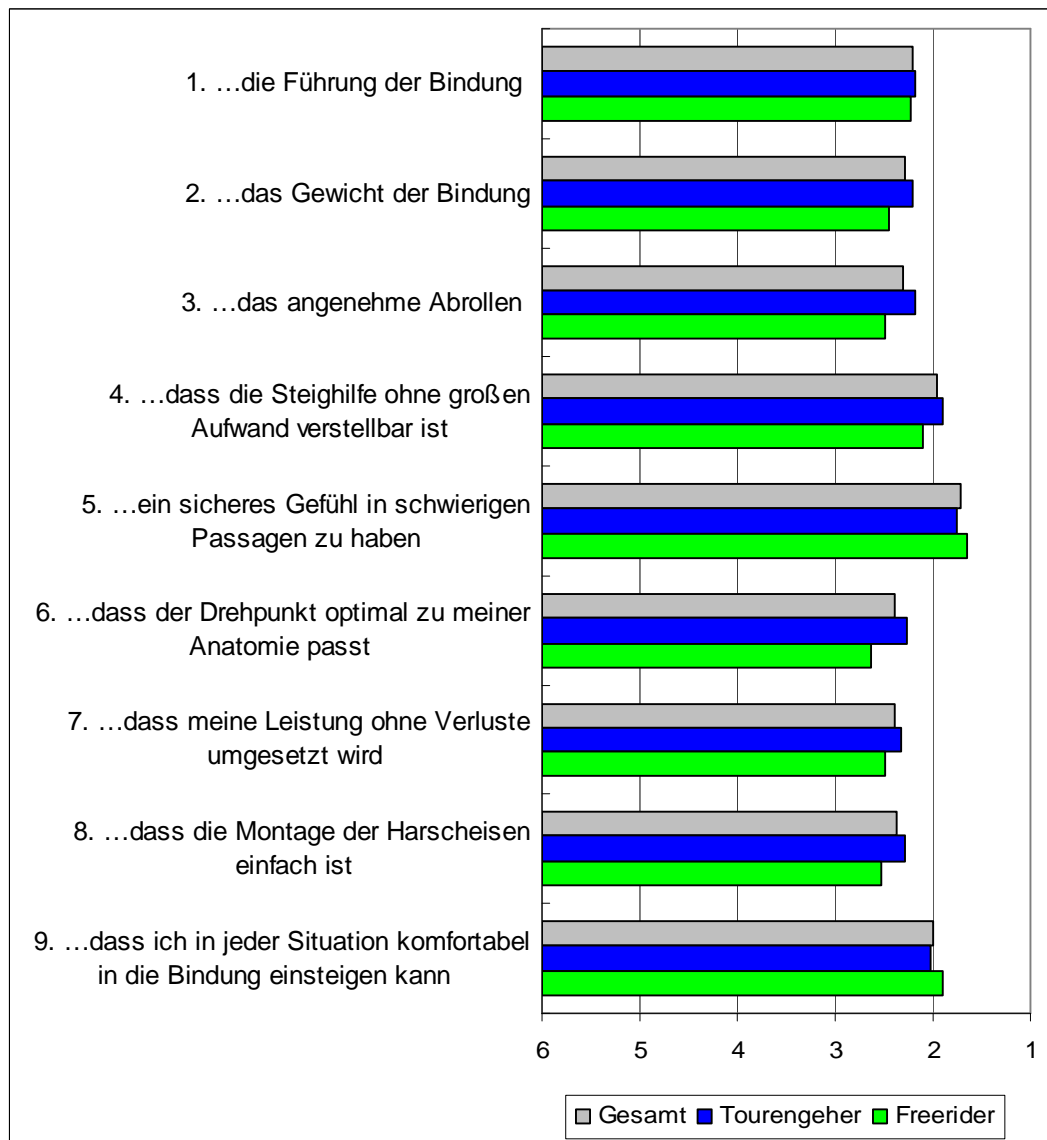
Meine Gründe für den Kauf einer Skitourenbindung:	6. Die Umstellung zum Fahren und Gehen ist einfach bedienbar	7. Das Anbringen der Harscheisen ist problemlos	8. Das System Ski, Bindung und Skischuh passt zusammen	9. Das schöne Design einer Bindung	10. Das gute Image der Bindung
Gesamt	2,14	2,33	2,31	4,39	3,98
Tourengeher	2,12	2,29	2,35	4,27	3,91
Freerider	2,16	2,38	2,27	4,58	4,09

Beim Kauf einer Skitourenbindung zählt für mich bzw. verlasse ich mich auf die Meinung von:



Die Meinung von...	Freunden	Verkäufern/Sportfachhändlern	Erfahrenen Skitourengehern	Das Preis-Leistungsverhältnis	Die Multifunktionalität der Bindung
Gesamt	2,56	3,16	2,15	2,39	2,53
Tourenger	2,56	3,04	2,04	2,44	2,56
Freerider	2,51	3,23	2,24	2,20	2,48

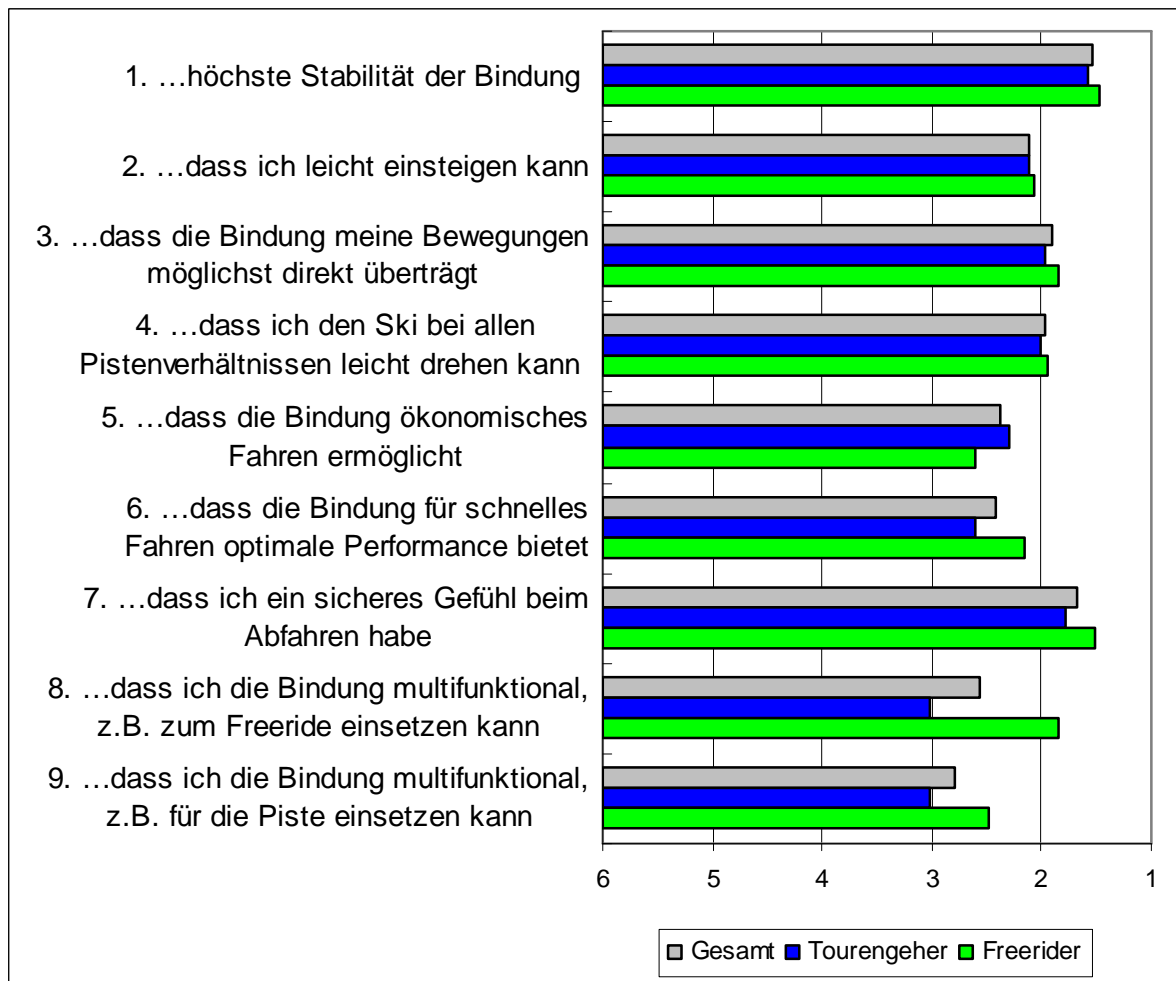
Beim Aufsteigen zählt für mich...



Beim Aufsteigen ist für mich wichtig...	1. ...die Führung der Bindung	2. ...das Gewicht der Bindung	3. ...das angenehme Abrollen	4. ...dass die Steighilfe ohne großen Aufwand verstellbar ist	5. ...ein sicheres Gefühl in schwierigen Passagen zu haben
Gesamt	2,20	2,29	2,30	1,95	1,72
Tourengerher	2,18	2,20	2,19	1,90	1,76
Freerider	2,23	2,45	2,50	2,09	1,66

Beim Aufsteigen ist für mich wichtig...	6. ...dass der Drehpunkt optimal zu meiner Anatomie passt	7. ...dass meine Leistung ohne Verluste umgesetzt wird	8. ...dass die Montage der Harscheisen einfach ist	9. ...dass ich in jeder Situation komfortabel in die Bindung einsteigen kann
Gesamt	2,39	2,38	2,37	1,99
Tourengerher	2,28	2,32	2,29	2,01
Freerider	2,62	2,49	2,53	1,91

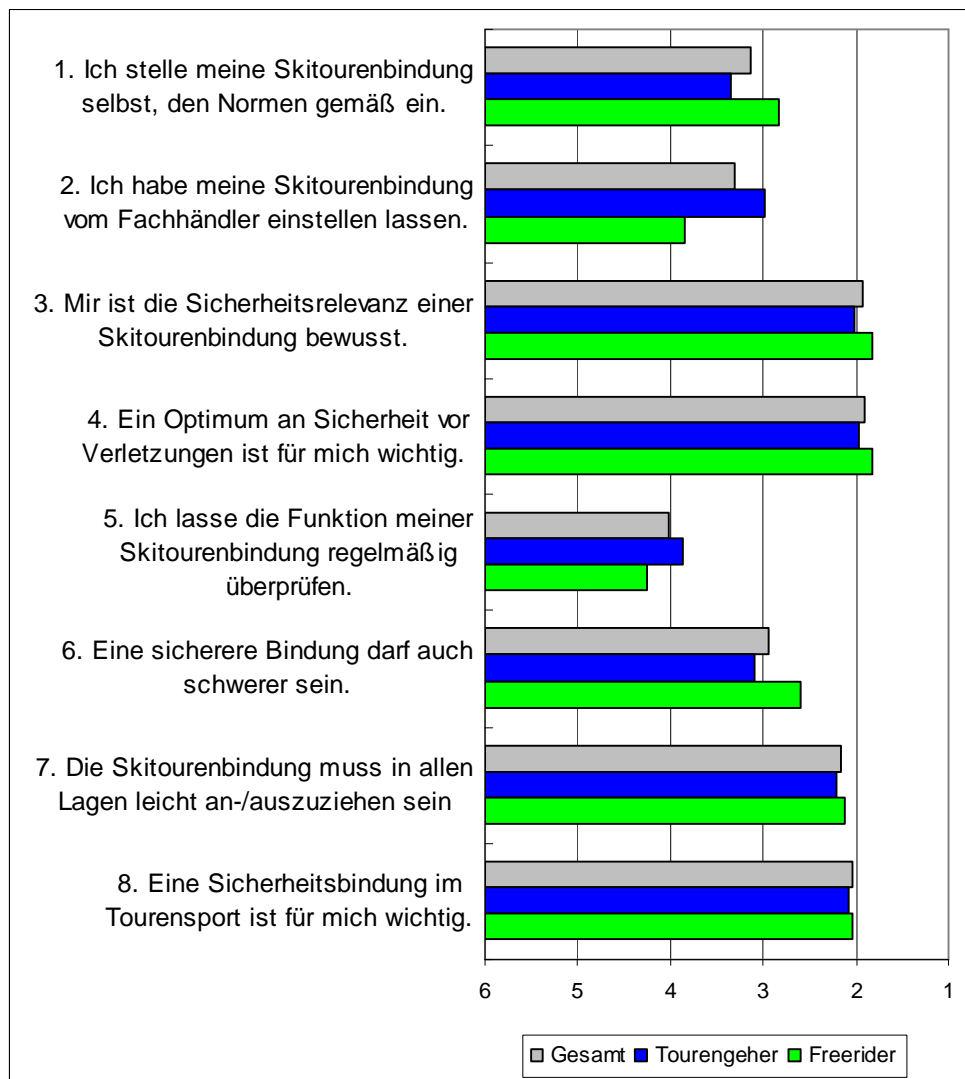
Beim Abfahren zählt für mich...



Beim Abfahren zählt für mich...	1. ...höchste Stabilität der Bindung	2. ...dass ich leicht einsteigen kann	3. ...dass Bindung Bewegungen möglichst direkt überträgt	4. ...dass ich den Ski bei allen Pistenverhältnissen leicht drehen kann	5. ...dass Bindung ökonomisches Fahren ermöglicht
Gesamt	1,53	2,11	1,90	1,96	2,38
Tourengerher	1,58	2,12	1,96	2,01	2,30
Freerider	1,47	2,07	1,84	1,95	2,61

Beim Abfahren zählt für mich...	6. ...dass die Bindung für schnelles Fahren optimale Performance bietet	7. ...dass ich ein sicheres Gefühl beim Abfahren habe	8. ...dass ich die Bindung multifunktional, z.B. zum Freeride einsetzen kann	9. ...dass Bindung multifunktional, z.B. für Piste einsetzen kann
Gesamt	2,42	1,68	2,56	2,80
Tourengerher	2,60	1,78	3,01	3,01
Freerider	2,15	1,52	1,84	2,49

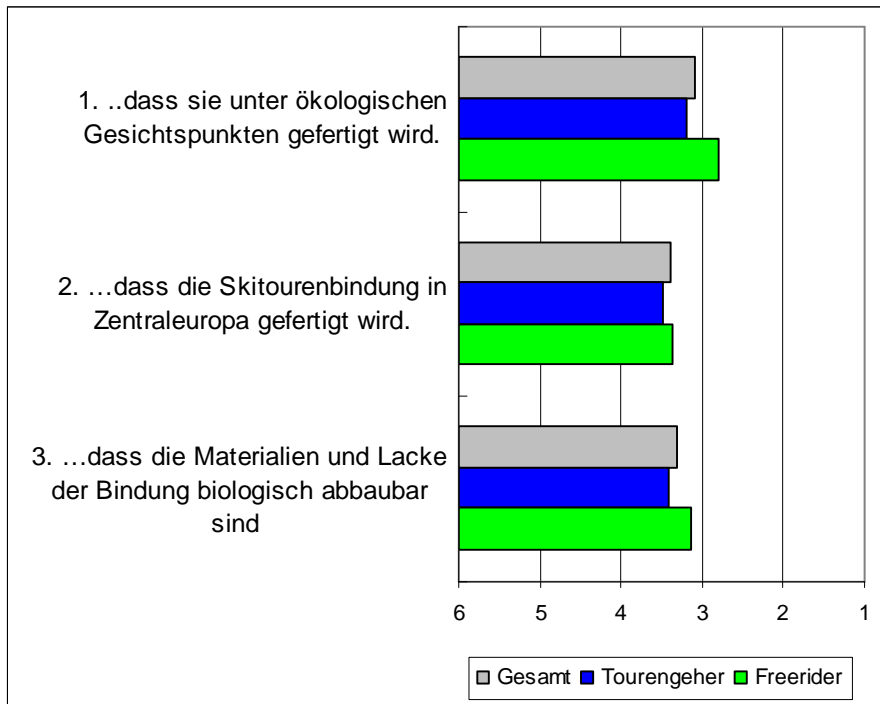
Sicherheit bei meiner aktuellen Skitourenbindung:



Sicherheit bei meiner aktuellen Skitourenbindung:	1. Ich stelle meine Skitourenbindung selbst, den Normen gemäß ein.	2. Ich habe meine Skitourenbindung vom Fachhändler einstellen lassen.	3. Mir ist die Sicherheitsrelevanz einer Skitourenbindung bewusst.	4. Ein Optimum an Sicherheit vor Verletzungen ist für mich wichtig.
Gesamt	3,13	3,30	1,92	1,91
Tourengerher	3,36	2,98	2,02	1,96
Freerider	2,84	3,84	1,83	1,83

Sicherheit bei meiner aktuellen Skitourenbindung:	5. Ich lasse die Funktion meiner Skitourenbindung regelmäßig überprüfen.	6. Eine sicherere Bindung darf auch schwerer sein.	7. Die Skitourenbindung muss in allen Lagen leicht an-/auszuziehen sein	8. Eine Sicherheitsbindung im Tourensport ist für mich wichtig.
Gesamt	4,02	2,93	2,17	2,04
Tourengerher	3,88	3,10	2,20	2,07
Freerider	4,26	2,59	2,12	2,03

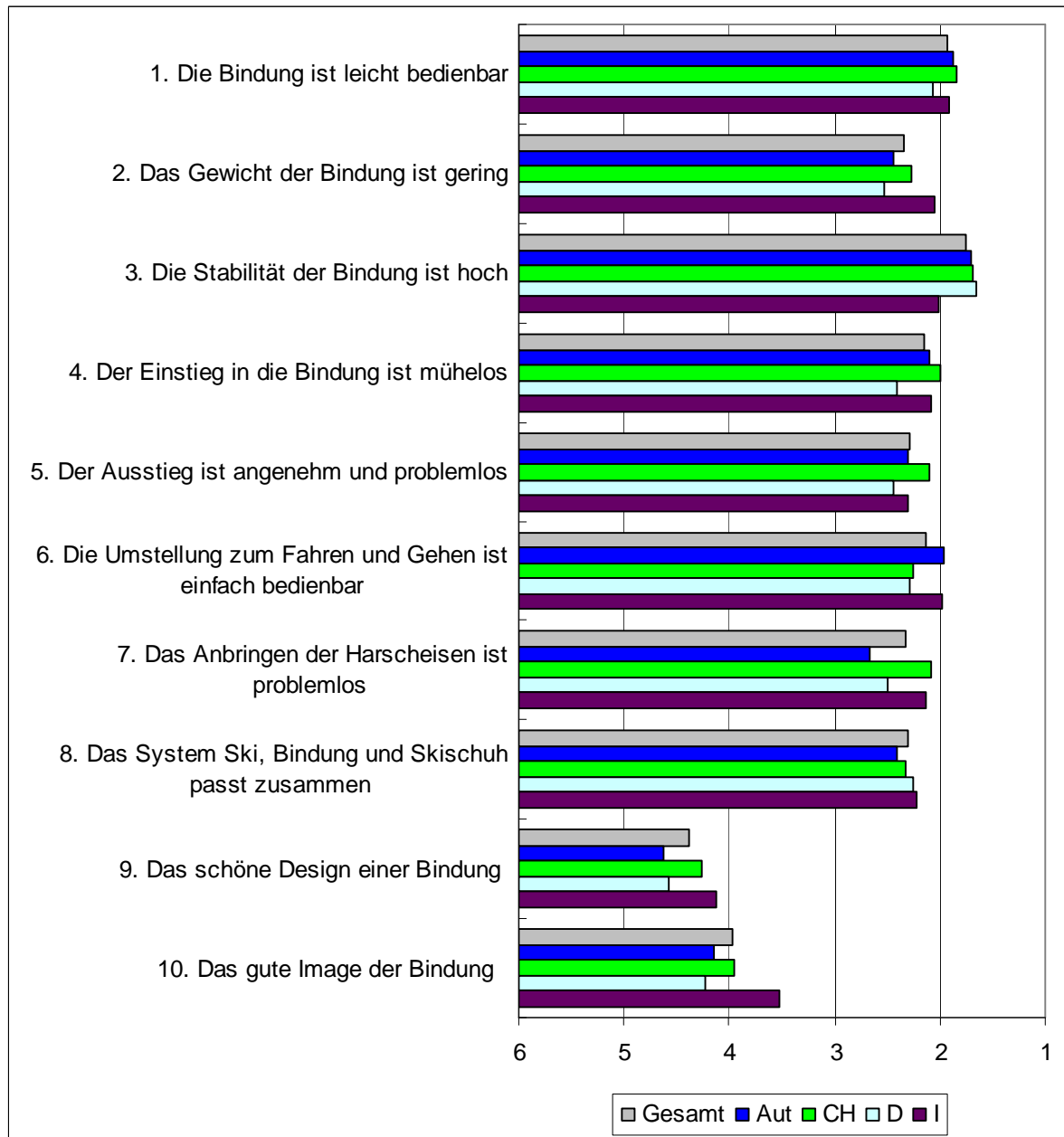
Bei der Herstellung von Skitourenbindungen zählt für mich:



Bei der Herstellung der Bindung zählt für mich...	1. ...dass sie unter ökologischen Gesichtspunkten gefertigt wird.	2. ...dass die Skitourenbindung in Zentraleuropa gefertigt wird.	3. ...dass die Materialien und Lacke der Bindung biologisch abbaubar sind
Gesamt	3,09	3,39	3,32
Tourengerher	3,20	3,48	3,41
Freerider	2,80	3,36	3,14

4.3. Ländersichtweisen

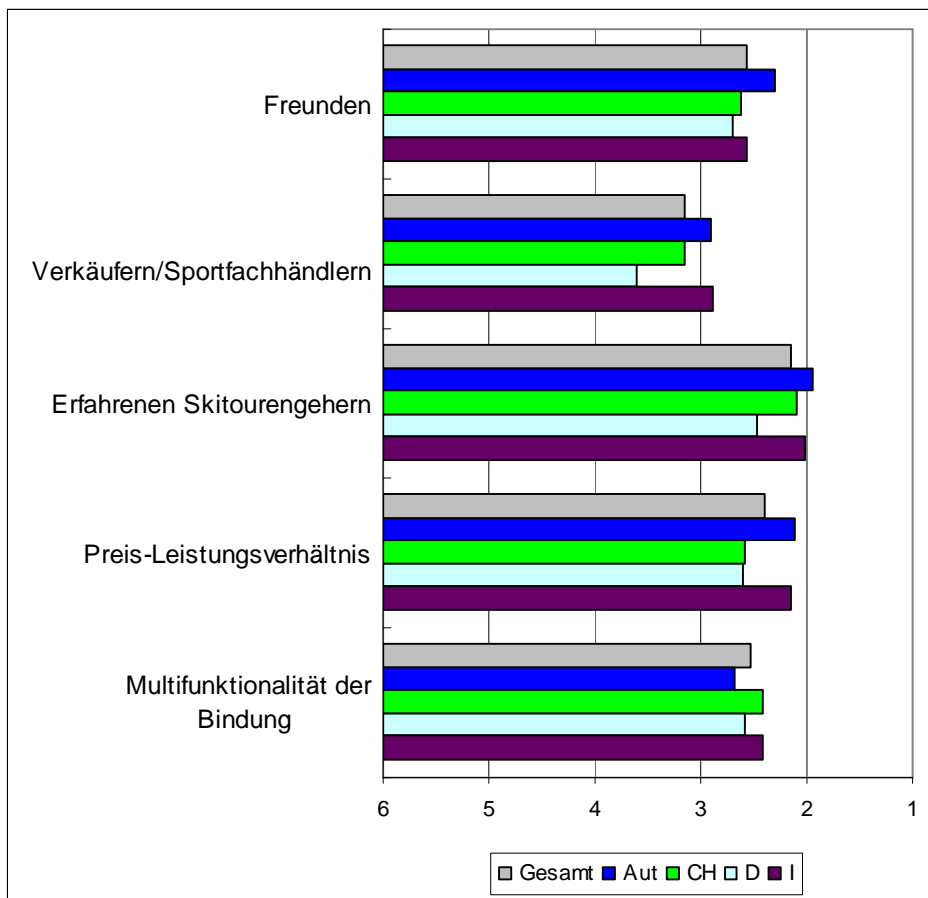
Gründe für den Kauf einer Skitourenbindung



Meine Gründe für den Kauf einer Skitourenbindung:	1. Die Bindung ist leicht bedienbar	2. Das Gewicht der Bindung ist gering	3. Die Stabilität der Bindung ist hoch	4. Der Einstieg in die Bindung ist mühelos	5. Der Ausstieg ist angenehm und problemlos	6. Die Umstellung zum Fahren und Gehen ist einfach bedienbar
Gesamt	1,93	2,33	1,76	2,15	2,28	2,13
Aut	1,88	2,45	1,70	2,09	2,31	1,95
CH	1,84	2,28	1,69	2,00	2,09	2,25
D	2,06	2,53	1,65	2,41	2,45	2,28
I	1,91	2,04	2,01	2,09	2,30	1,99

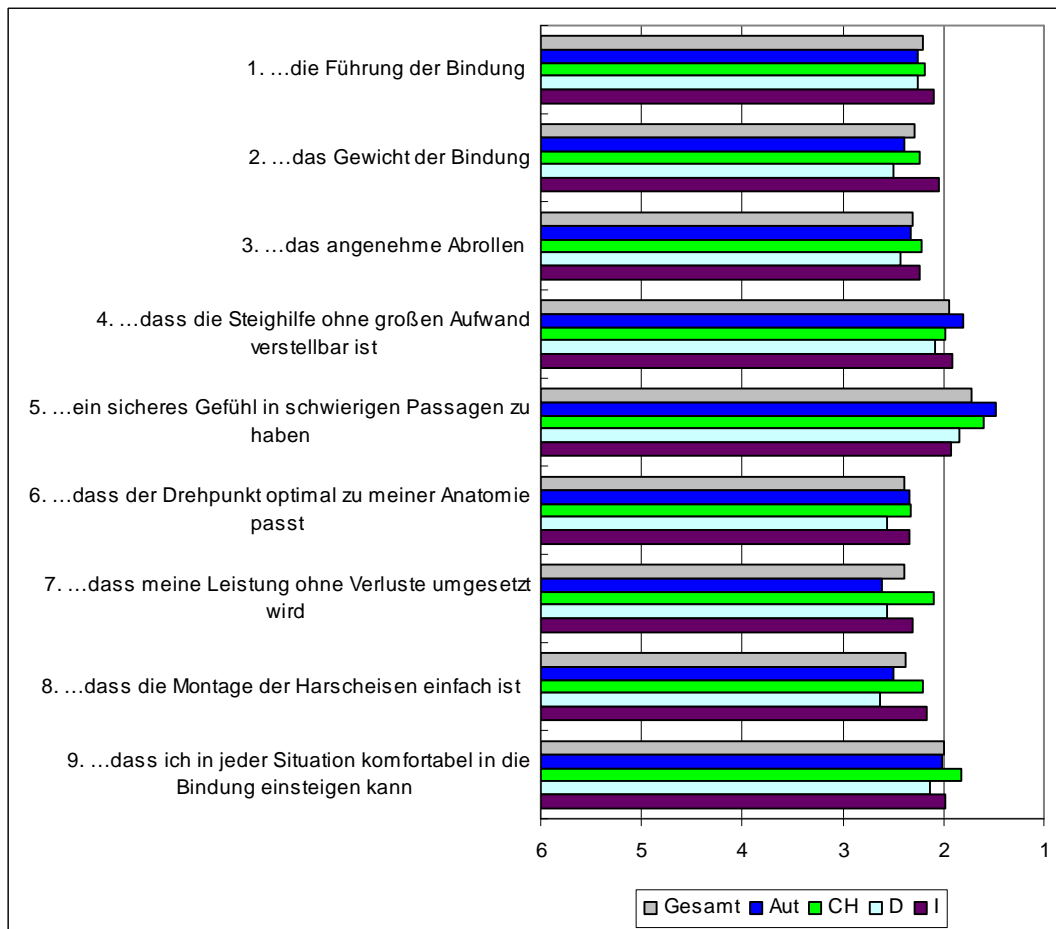
Meine Gründe für den Kauf einer Skitourenbindung:	7. Das Anbringen der Harscheisen ist problemlos	8. Das System Ski, Bindung und Skischuh passt zusammen	9. Das schöne Design einer Bindung	10. Das gute Image der Bindung
Gesamt	2,33	2,30	4,39	3,97
Aut	2,67	2,42	4,63	4,14
CH	2,08	2,32	4,26	3,95
D	2,49	2,26	4,58	4,23
I	2,13	2,22	4,12	3,52

Beim Kauf einer Skitourenbindung zählt für mich bzw. verlasse ich mich auf die Meinung von:



Die Meinung von Freunden	Freunden	Verkäufern/Sportfachhändlern	Erfahrenen Skitourengehern	Preis-Leistungsverhältnis	Multifunktionalität der Bindung
Gesamt	2,56	3,16	2,15	2,39	2,53
Aut	2,30	2,91	1,94	2,11	2,68
CH	2,63	3,15	2,10	2,58	2,42
D	2,69	3,60	2,47	2,60	2,59
I	2,57	2,88	2,02	2,15	2,42

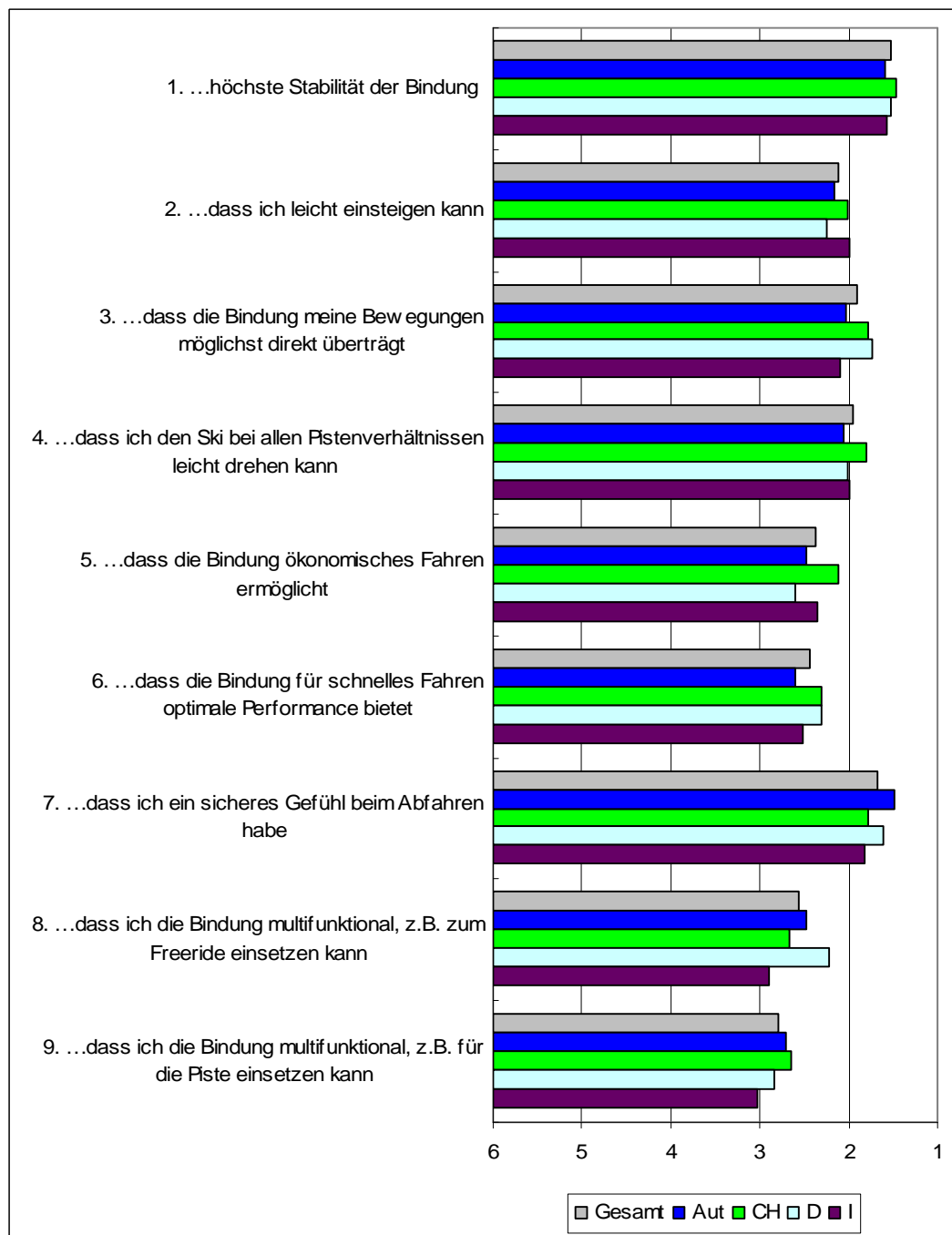
Beim Aufsteigen zählt für mich...



Beim Aufsteigen ist für mich wichtig...	1. ...die Führung der Bindung	2. ...das Gewicht der Bindung	3. ...das angenehme Abrollen	4. ...dass die Steighilfe ohne großen Aufwand verstellbar ist	5. ...ein sicheres Gefühl in schwierigen Passagen zu haben	6. ...dass der Drehpunkt optimal zu meiner Anatomie passt
Gesamt	2,20	2,29	2,30	1,95	1,72	2,40
Aut	2,25	2,38	2,32	1,80	1,48	2,34
CH	2,18	2,23	2,21	1,98	1,61	2,32
D	2,25	2,49	2,43	2,09	1,85	2,56
I	2,10	2,04	2,24	1,91	1,93	2,34

Beim Aufsteigen ist für mich wichtig...	7. ...dass meine Leistung ohne Verluste umgesetzt wird	8. ...dass die Montage der Harscheisen einfach ist	9. ...dass ich in jeder Situation komfortabel in die Bindung einsteigen kann
Gesamt	2,39	2,37	1,99
Aut	2,62	2,50	2,02
CH	2,10	2,20	1,83
D	2,56	2,63	2,14
I	2,30	2,16	1,99

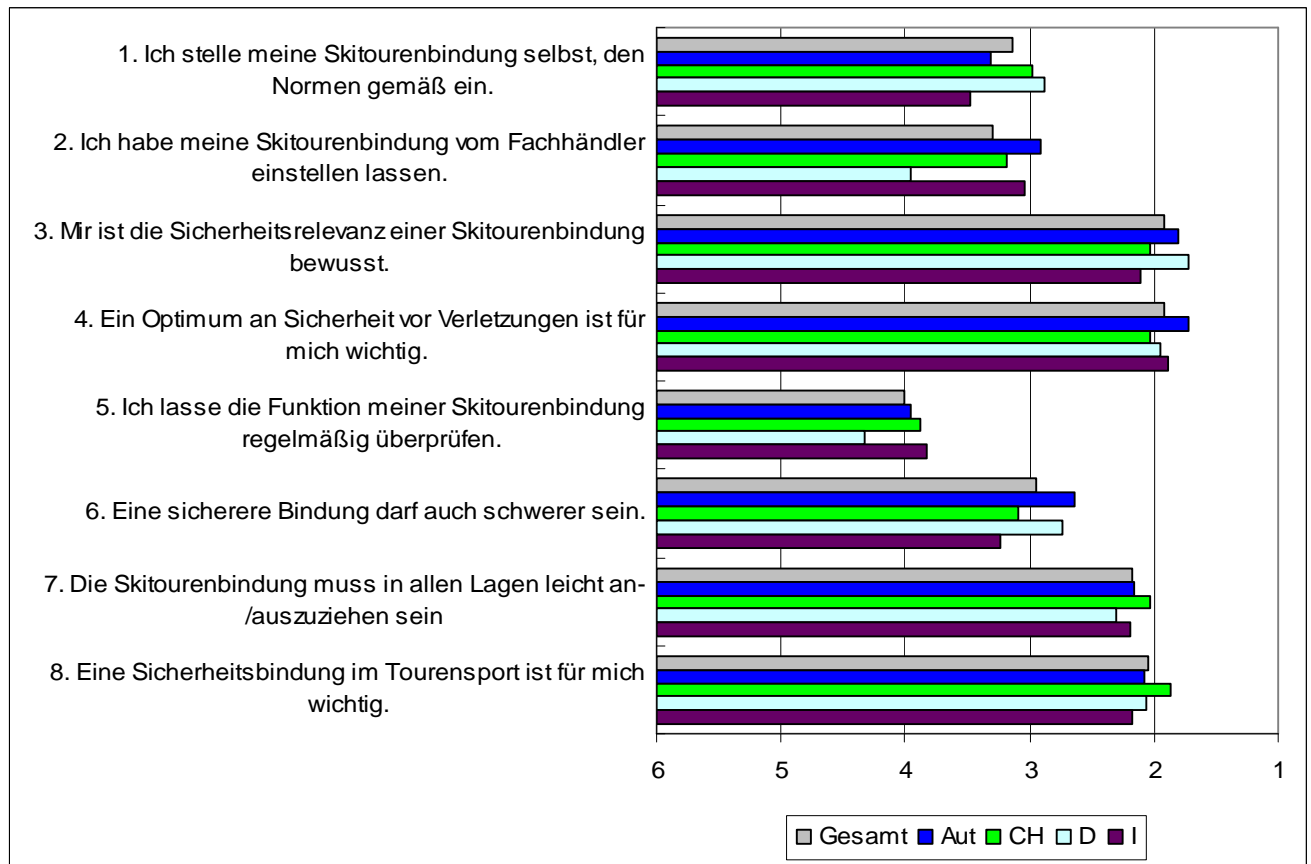
Beim Abfahren zählt für mich...



Beim Abfahren zählt für mich...	1. ...höchste Stabilität der Bindung	2. ...dass ich leicht einsteigen kann	3. ...dass die Bindung meine Bewegungen möglichst direkt überträgt	4. ...dass ich den Ski bei allen Pistenverhältnissen leicht drehen kann	5. ...dass die Bindung ökonomisches Fahren ermöglicht
Gesamt	1,53	2,11	1,90	1,96	2,38
Aut	1,59	2,15	2,03	2,06	2,47
CH	1,46	2,02	1,78	1,80	2,12
D	1,53	2,24	1,74	2,01	2,61
I	1,57	2,00	2,10	1,99	2,35

Beim Abfahren zählt für mich...	6. ...dass die Bindung für schnelles Fahren optimale Performance bietet	7. ...dass ich ein sicheres Gefühl beim Abfahren habe	8. ...dass ich die Bindung multifunktional, z.B. zum Freeride einsetzen kann	9. ...dass ich die Bindung multifunktional, z.B. für die Piste einsetzen kann
Gesamt	2,43	1,68	2,57	2,80
Aut	2,60	1,48	2,48	2,71
CH	2,31	1,79	2,67	2,65
D	2,31	1,60	2,22	2,83
I	2,52	1,82	2,90	3,03

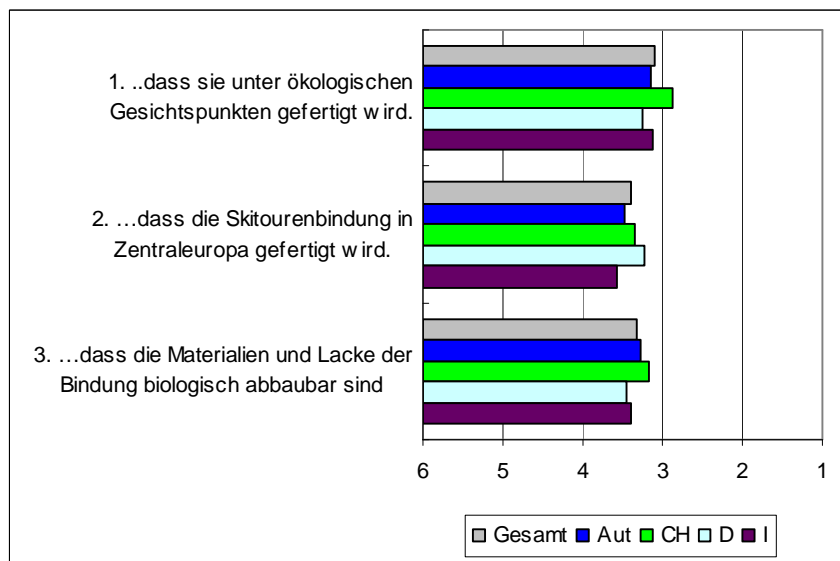
Sicherheit bei meiner aktuellen Skitourenbindung:



Sicherheit bei meiner aktuellen Skitourenbindung:	1. Ich stelle meine Skitourenbindung selbst, den Normen gemäß ein.	2. Ich habe meine Skitourenbindung vom Fachhändler einstellen lassen.	3. Mir ist die Sicherheitsrelevanz einer Skitourenbindung bewusst.	4. Ein Optimum an Sicherheit vor Verletzungen ist für mich wichtig.
Gesamt	3,13	3,30	1,92	1,91
Aut	3,32	2,91	1,80	1,72
CH	2,98	3,19	2,02	2,03
D	2,88	3,96	1,72	1,95
I	3,48	3,04	2,10	1,88

Sicherheit bei meiner aktuellen Skitourenbindung:	5. Ich lasse die Funktion meiner Skitourenbindung regelmäßig überprüfen.	6. Eine sicherere Bindung darf auch schwerer sein.	7. Die Skitourenbindung muss in allen Lagen leicht an-/auszuziehen sein	8. Eine Sicherheitsbindung im Tourensport ist für mich wichtig.
Gesamt	4,01	2,94	2,17	2,04
Aut	3,95	2,64	2,16	2,08
CH	3,89	3,09	2,03	1,87
D	4,33	2,73	2,30	2,06
I	3,84	3,24	2,20	2,18

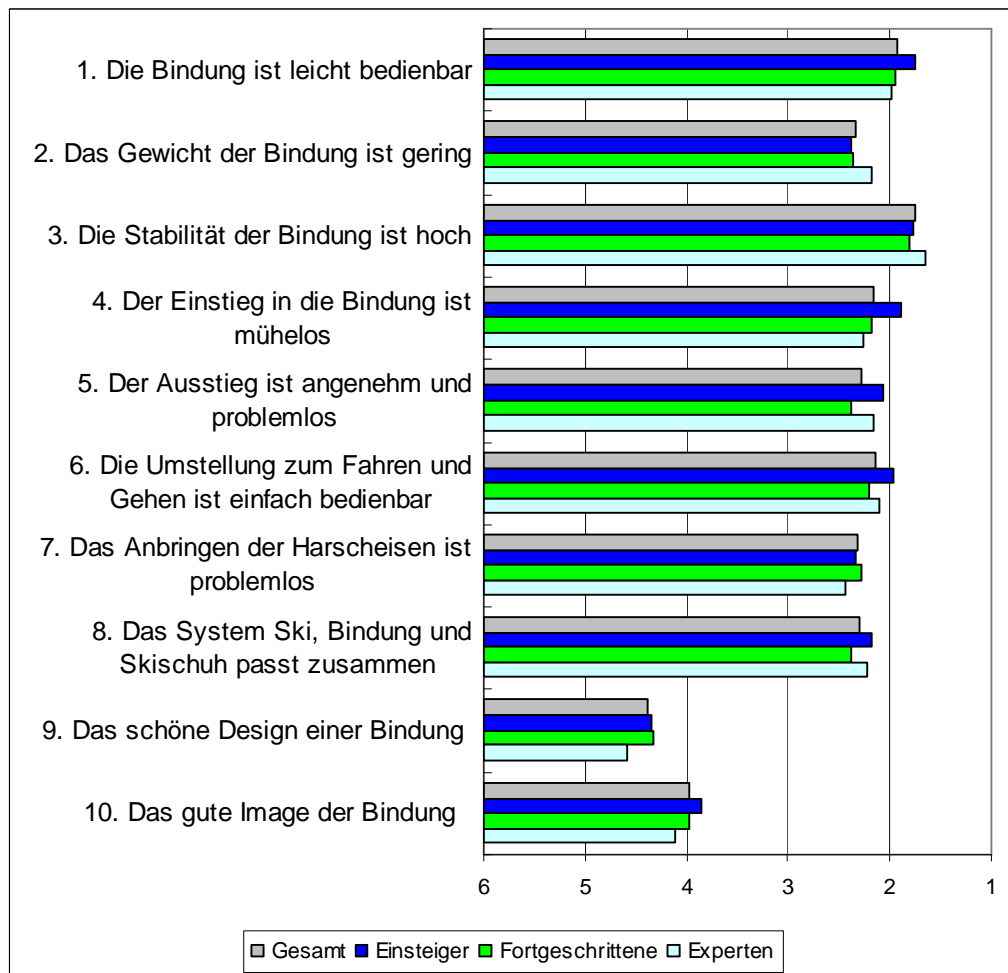
Bei der Herstellung von Skitourenbindungen zählt für mich:



Bei der Herstellung der Bindung zählt für mich...	1. ...dass sie unter ökologischen Gesichtspunkten gefertigt wird.	2. ...dass die Skitourenbindung in Zentraleuropa gefertigt wird.	3. ...dass die Materialien und Lacke der Bindung biologisch abbaubar sind
Gesamt	3,09	3,40	3,32
Aut	3,14	3,47	3,28
CH	2,88	3,35	3,16
D	3,24	3,23	3,46
I	3,12	3,58	3,39

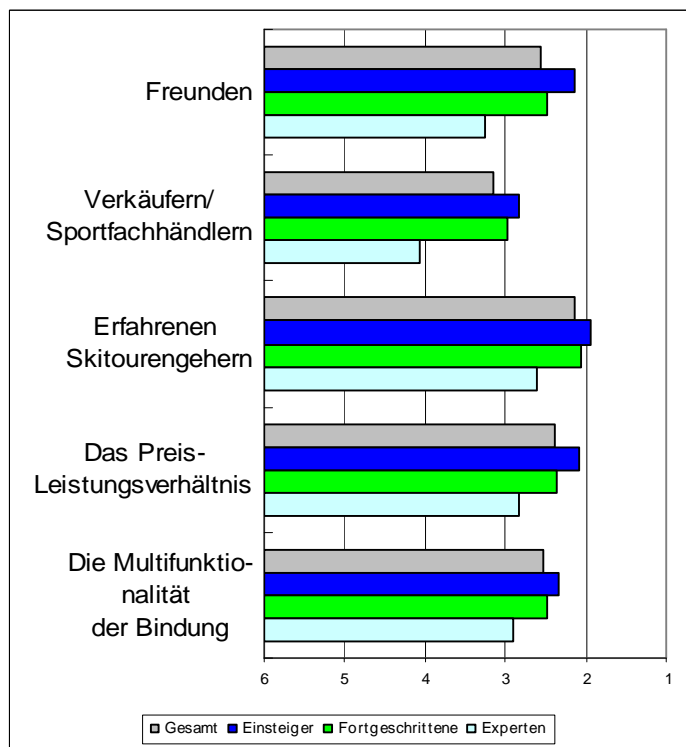
4.4. Was erwarten verschiedene Könnensstufen von Skitourengehern von ihrer Bindung?

Gründe für den Kauf einer Skitourenbindung



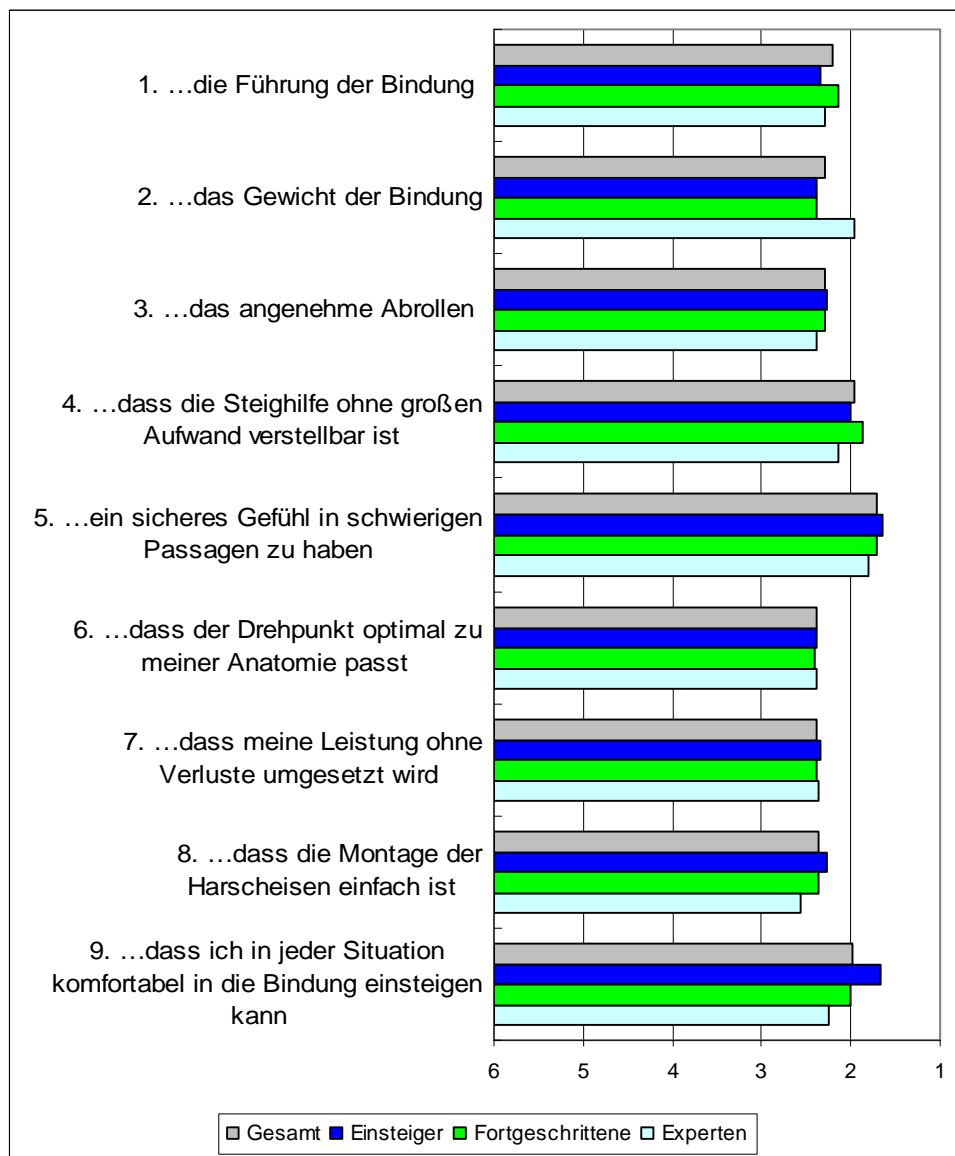
Meine Gründe für den Kauf einer Skitourenbindung:	1. Die Bindung ist leicht bedienbar	2. Das Gewicht der Bindung ist gering	3. Die Stabilität der Bindung ist hoch	4. Der Einstieg in die Bindung ist mühelos	5. Der Ausstieg ist angenehm und problemlos	6. Die Umstellung zum Fahren und Gehen ist einfach	7. Das Anbringen der Harscheisen ist problemlos	8. Das System Ski, Bindung und Skischuh passt zusammen	9. Das schöne Design einer Bindung	10. Das gute Image der Bindung
Gesamt	1,93	2,33	1,76	2,15	2,28	2,14	2,33	2,31	4,39	3,98
Einsteiger	1,74	2,39	1,77	1,89	2,06	1,97	2,34	2,18	4,35	3,85
Fortgeschrittene	1,94	2,36	1,80	2,19	2,38	2,19	2,27	2,38	4,32	3,98
Experten	1,98	2,18	1,64	2,27	2,16	2,11	2,45	2,21	4,59	4,11

Wichtigkeit der Meinung beim Kauf von Skitourenbindung



Wichtig ist mir die Meinung von ...	Freunden	Verkäufern/ Sportfachhändlern	Erfahrenen Skitourengehern	Das Preis- Leistungsverhält nis	Die Multifunktionalität der Bindung
Gesamt	2,56	3,16	2,15	2,39	2,53
Einsteiger	2,15	2,84	1,95	2,10	2,34
Fortgeschrittene	2,48	2,98	2,07	2,35	2,48
Experten	3,24	4,07	2,60	2,82	2,91

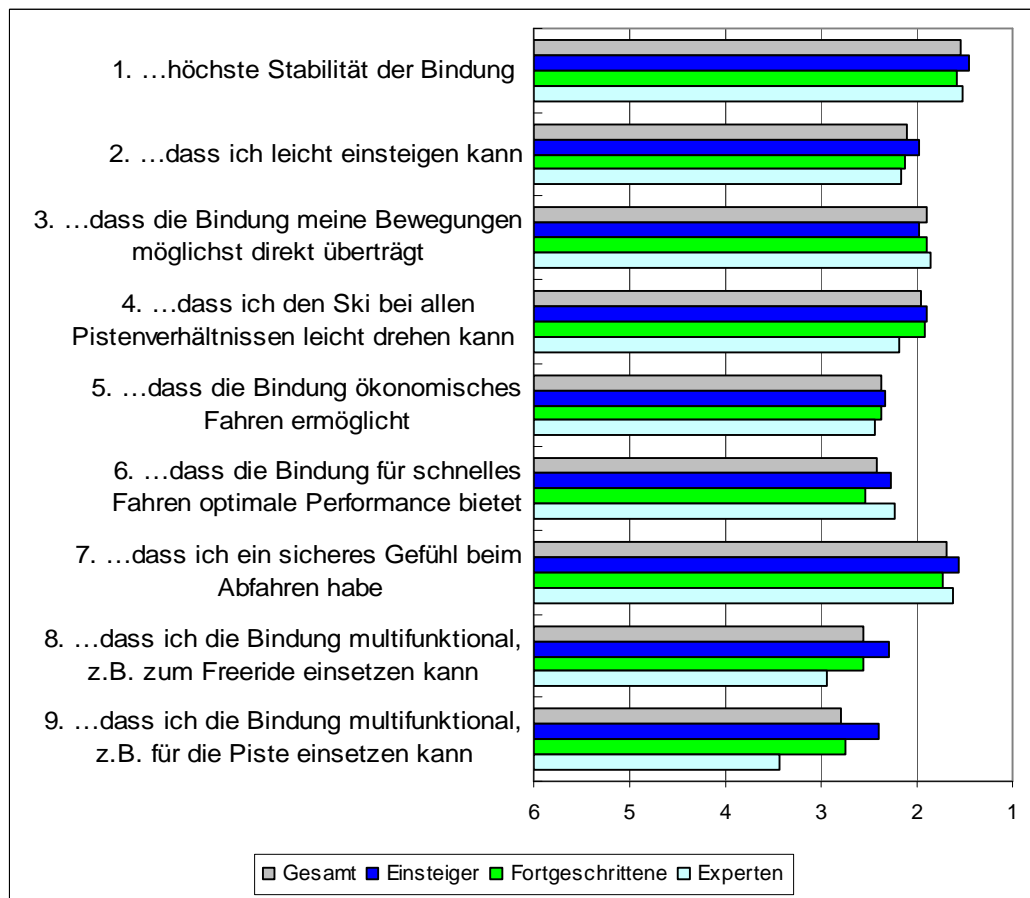
Beim Aufsteigen ist für mich wichtig...



Beim Aufsteigen ist für mich wichtig...	1. ...die Führung der Bindung	2. ...das Gewicht der Bindung	3. ...das angenehme Abrollen	4. ...dass die Steighilfe ohne großen Aufwand verstellbar ist	5. ...ein sicheres Gefühl in schwierigen Passagen zu haben
Gesamt	2,20	2,29	2,30	1,95	1,72
Einsteiger	2,34	2,39	2,28	2,00	1,65
Fortgeschrittene	2,13	2,38	2,29	1,87	1,72
Experten	2,29	1,96	2,38	2,15	1,80

Beim Aufsteigen ist für mich wichtig...	6. ...dass der Drehpunkt optimal zu meiner Anatomie passt	7. ...dass meine Leistung ohne Verluste umgesetzt wird	8. ...dass die Montage der Harscheisen einfach ist	9. ...dass ich in jeder Situation komfortabel in die Bindung einsteigen kann
Gesamt	2,39	2,38	2,37	1,99
Einsteiger	2,39	2,34	2,26	1,66
Fortgeschrittene	2,40	2,39	2,35	1,99
Experten	2,38	2,36	2,55	2,25

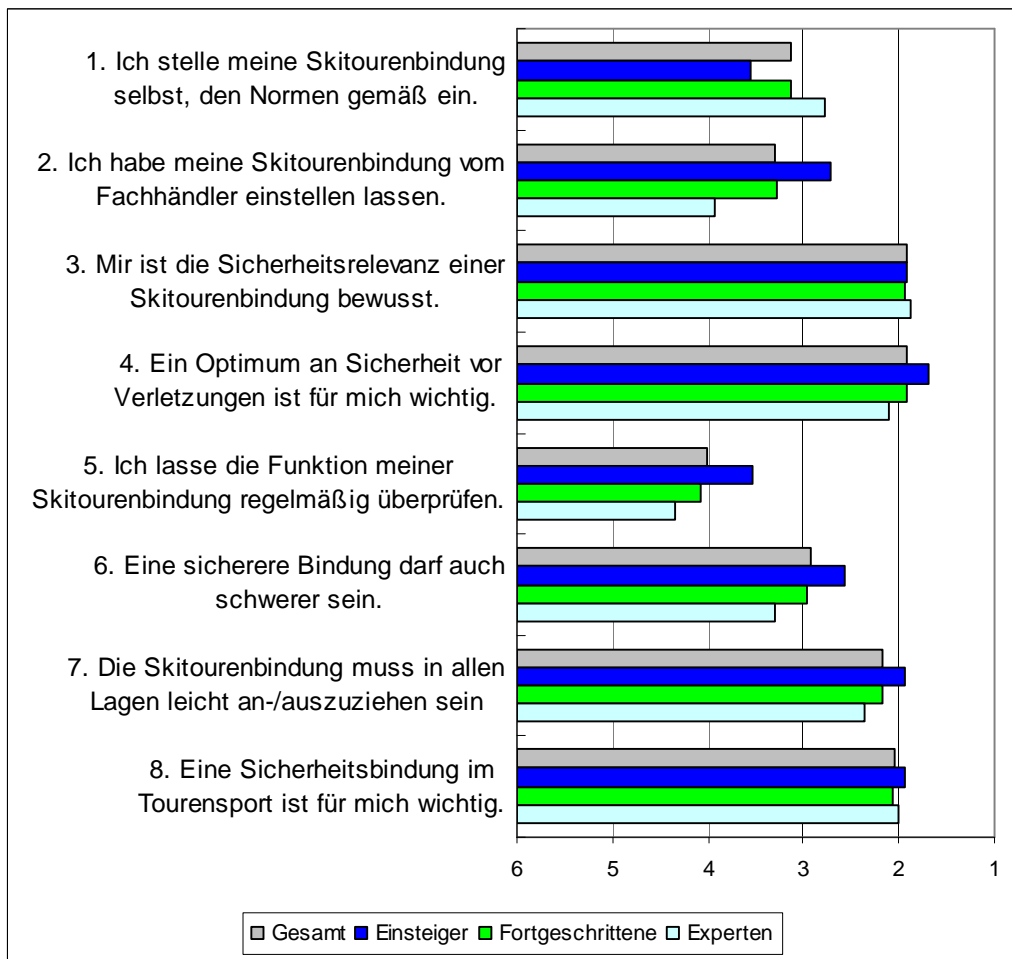
Was ist beim Abfahren wichtig?



Beim Abfahren zählt für mich...	1.höchste Stabilität der Bindung	2. ...dass ich leicht einsteigen kann	3. ...dass die Bindung meine Bewegungen möglichst direkt überträgt	4. ...dass ich den Ski bei allen Pistenverhältnissen leicht drehen kann
Gesamt	1,53	2,11	1,90	1,96
Einsteiger	1,45	1,98	1,98	1,89
Fortgeschrittene	1,57	2,11	1,89	1,92
Experten	1,52	2,16	1,86	2,18

Beim Abfahren zählt für mich...	5. ...dass die Bindung ökonomisches Fahren ermöglicht	6. ...dass die Bindung für schnelles Fahren optimale Performance bietet	7. ...dass ich ein sicheres Gefühl beim Abfahren habe	8. ...dass ich die Bindung multifunktional, z.B. zum Freeride einsetzen kann	9. ...dass ich die Bindung multifunktional, z.B. für die Piste einsetzen kann
Gesamt	2,38	2,43	1,68	2,57	2,80
Einsteiger	2,34	2,27	1,56	2,29	2,39
Fortgeschrittene	2,38	2,55	1,73	2,56	2,74
Experten	2,45	2,23	1,63	2,93	3,43

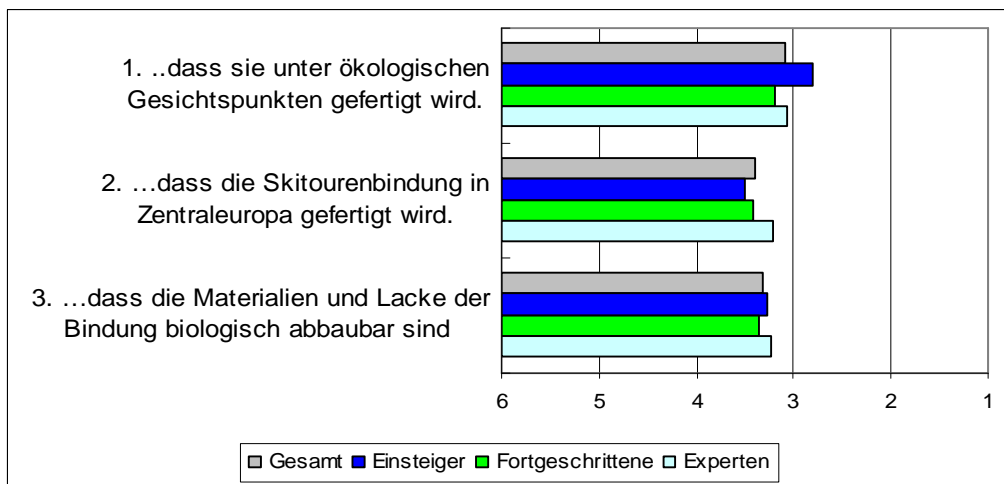
Sicherheit bei Skitourenbindung



Sicherheit bei meiner aktuellen Skitourenbindung:	1. Ich stelle meine Skitourenbindung selbst, den Normen gemäß ein.	2. Ich habe meine Skitourenbindung vom Fachhändler einstellen lassen.	3. Mir ist die Sicherheitsrelevanz einer Skitourenbindung bewusst.	4. Ein Optimum an Sicherheit vor Verletzungen ist für mich wichtig.
Gesamt	3,13	3,30	1,92	1,91
Einsteiger	3,55	2,71	1,92	1,69
Fortgeschrittene	3,15	3,26	1,94	1,92
Experten	2,77	3,93	1,87	2,11

Sicherheit bei meiner aktuellen Skitourenbindung:	5. Ich lasse die Funktion meiner Skitourenbindung regelmäßig überprüfen.	6. Eine sicherere Bindung darf auch schwerer sein.	7. Die Skitourenbindung muss in allen Lagen leicht an-/auszuziehen sein	8. Eine Sicherheitsbindung im Tourensport ist für mich wichtig.
Gesamt	4,02	2,93	2,17	2,04
Einsteiger	3,52	2,56	1,93	1,95
Fortgeschrittene	4,06	2,96	2,17	2,07
Experten	4,36	3,30	2,36	2,00

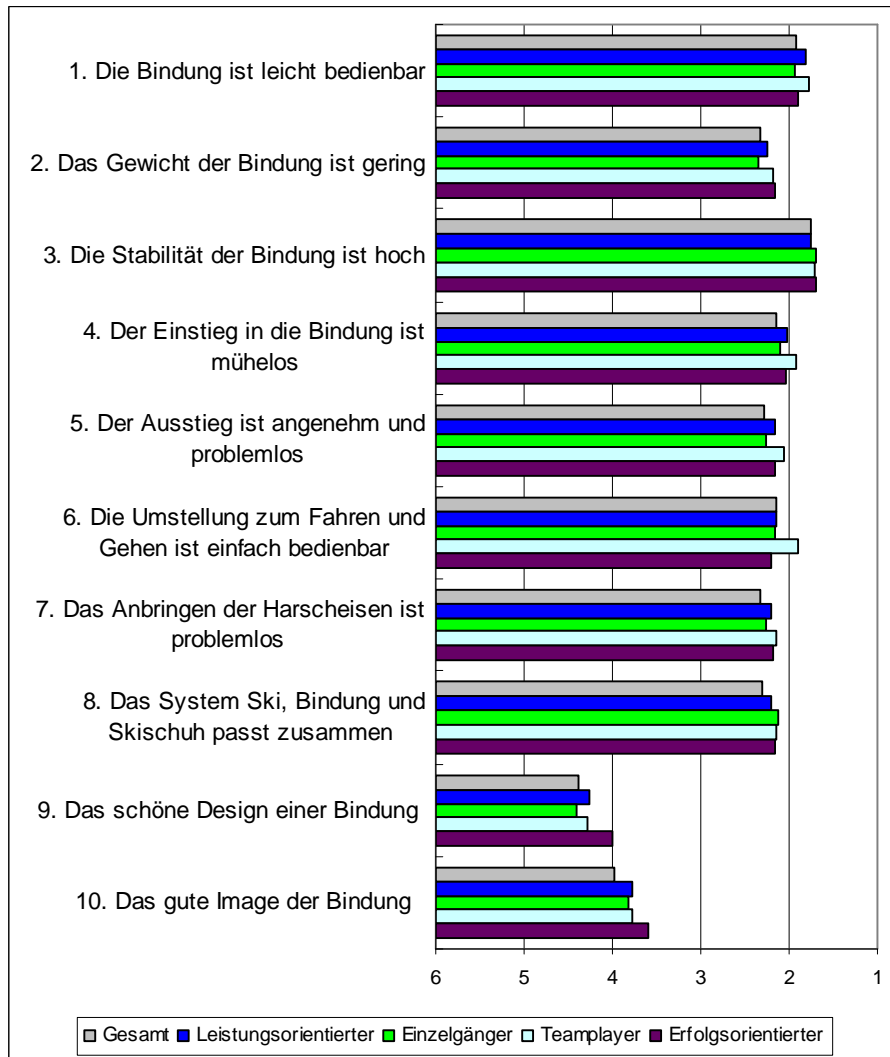
Bei der Herstellung einer Bindung zählt für mich...



Bei der Herstellung der Bindung zählt für mich...	1. ...dass sie unter ökologischen Gesichtspunkten gefertigt wird.	2. ...dass die Skitourenbindung in Zentraleuropa gefertigt wird.	3. ...dass die Materialien und Lacke der Bindung biologisch abbaubar sind
Gesamt	3,09	3,39	3,32
Einsteiger	2,81	3,50	3,27
Fortgeschrittener	3,20	3,41	3,36
Experten	3,07	3,21	3,23

4.5. Wie unterscheiden sich die Anforderungen an eine Skitourenbindung bei den unterschiedlichen Antrieben der Testpersonen?

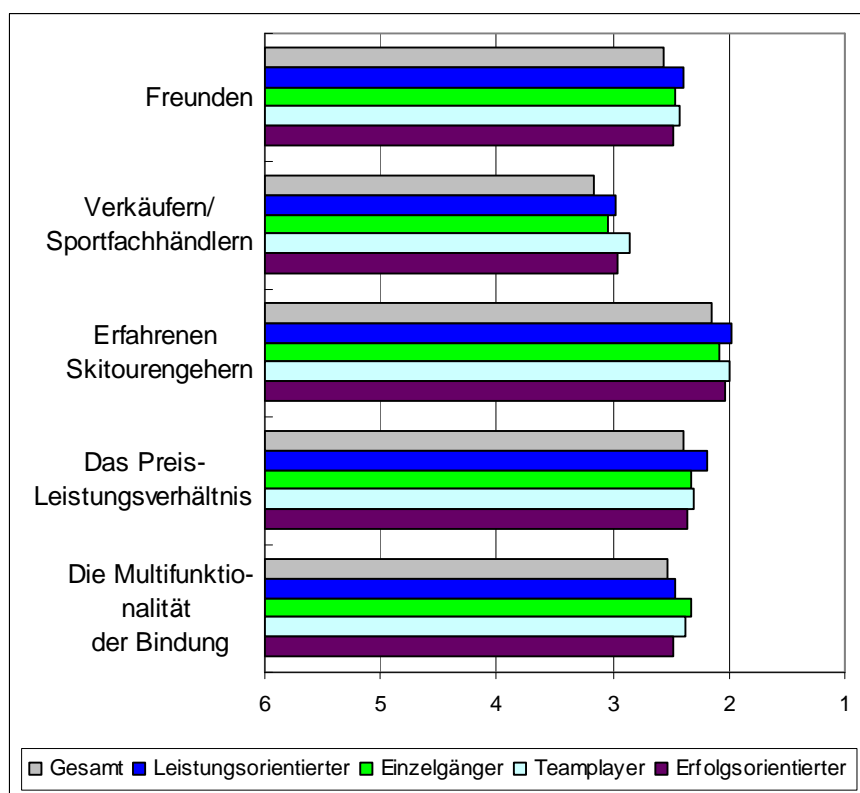
Gründe für den Kauf einer Skitourenbindung



Meine Gründe für den Kauf einer Skitourenbindung:	1. Die Bindung ist leicht bedienbar	2. Das Gewicht der Bindung ist gering	3. Die Stabilität der Bindung ist hoch	4. Der Einstieg in die Bindung ist mühelos	5. Der Ausstieg ist angenehm und problemlos
Gesamt	1,93	2,33	1,76	2,15	2,28
Leistungsorientierter	1,82	2,25	1,75	2,03	2,16
Einzelgänger	1,94	2,35	1,69	2,11	2,26
Teamplayer	1,77	2,19	1,71	1,92	2,06
Erfolgsorientierter	1,89	2,16	1,68	2,03	2,17

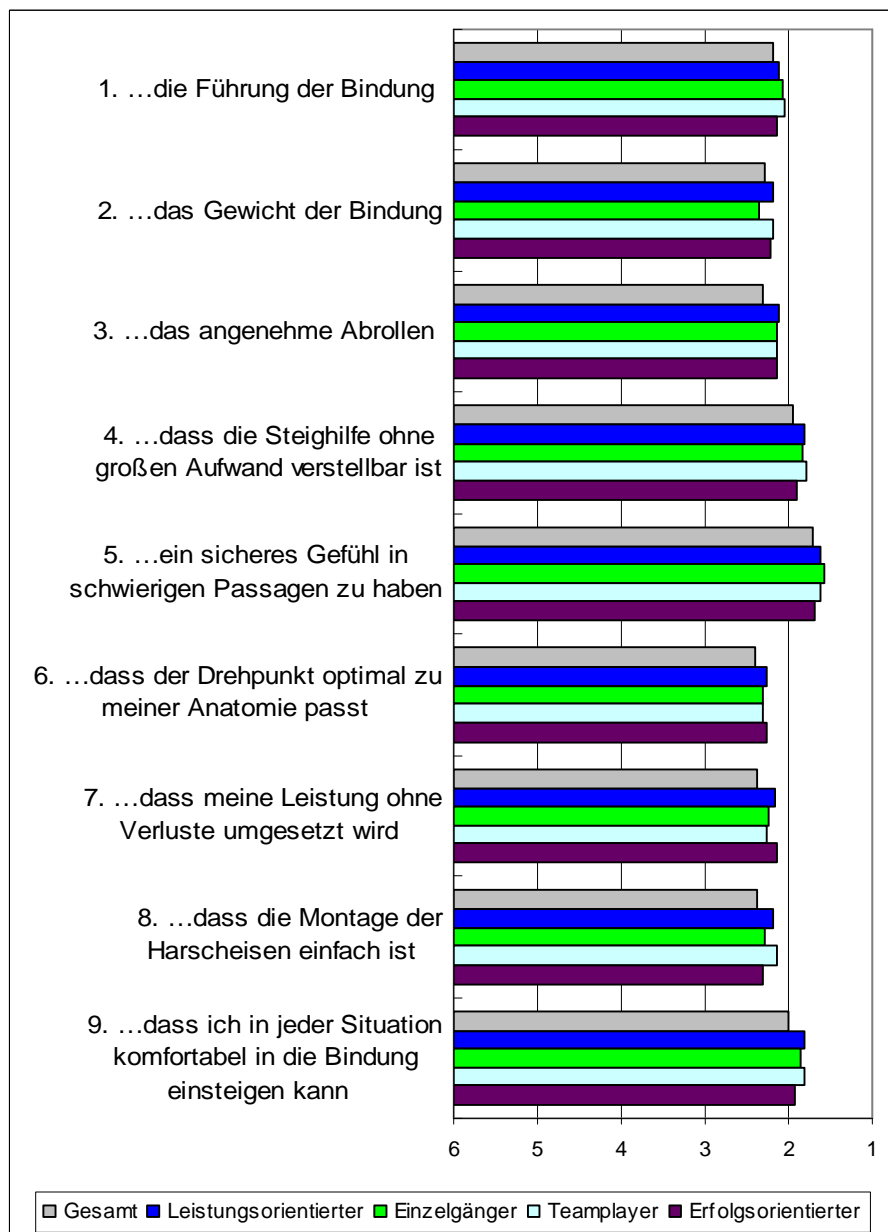
Meine Gründe für den Kauf einer Skitourenbindung:	6. Die Umstellung zum Fahren und Gehen ist einfach bedienbar	7. Das Anbringen der Harscheisen ist problemlos	8. Das System Ski, Bindung und Skischuh passt zusammen	9. Das schöne Design einer Bindung	10. Das gute Image der Bindung
Gesamt	2,14	2,33	2,31	4,39	3,98
Leistungsorientierter	2,14	2,21	2,20	4,27	3,78
Einzelgänger	2,17	2,26	2,13	4,40	3,81
Teampayer	1,90	2,15	2,13	4,29	3,77
Erfolgsorientierter	2,20	2,19	2,16	3,99	3,60

Wichtigkeit der Meinung beim Kauf von Skitourenbindungen



Wichtig ist mir die Meinung von...	Freunden	Verkäufern/Sportfachhändlern	Erfahrenen Skitourengehern	Das Preis Leistungsverhältnis	Die Multifunktionalität der Bindung
Gesamt	2,56	3,16	2,15	2,39	2,53
Leistungsorientierter	2,39	2,97	1,98	2,19	2,46
Einzelgänger	2,47	3,05	2,08	2,33	2,33
Teampayer	2,42	2,86	2,00	2,31	2,37
Erfolgsorientierter	2,48	2,96	2,03	2,36	2,48

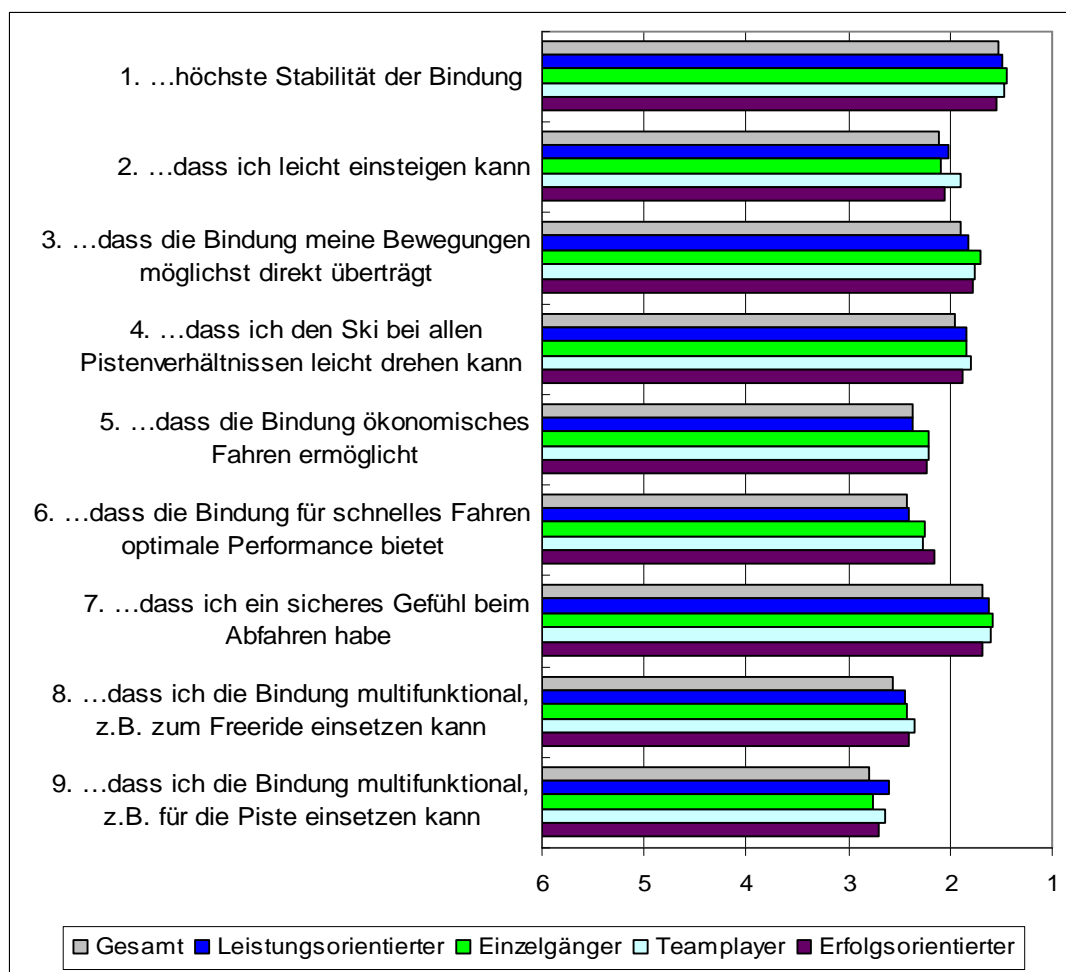
Beim Aufsteigen ist für mich wichtig...



Beim Aufsteigen ist für mich wichtig...	1. ...die Führung der Bindung	2. ...das Gewicht der Bindung	3. ...das angenehme Abrollen	4. ...dass die Steighilfe ohne großen Aufwand verstellbar ist
Gesamt	2,20	2,29	2,30	1,95
Leistungsorientierter	2,12	2,19	2,13	1,80
Einzelgänger	2,07	2,36	2,15	1,84
Teamplayer	2,06	2,19	2,14	1,79
Erfolgsorientierter	2,15	2,21	2,14	1,91

Beim Aufsteigen ist für mich wichtig...	5. ...ein sicheres Gefühl in schwierigen Passagen zu haben	6. ...dass der Drehpunkt optimal zu meiner Anatomie passt	7. ...dass meine Leistung ohne Verluste umgesetzt wird	8. ...dass die Montage der Harscheisen einfach ist	9. ...dass ich in jeder Situation komfortabel in die Bindung einsteigen kann
Gesamt	1,72	2,39	2,38	2,37	1,99
Leistungsorientierter	1,61	2,26	2,17	2,19	1,82
Einzelgänger	1,58	2,30	2,23	2,28	1,86
Teampayer	1,61	2,31	2,27	2,15	1,81
Erfolgsorientierter	1,69	2,26	2,13	2,31	1,93

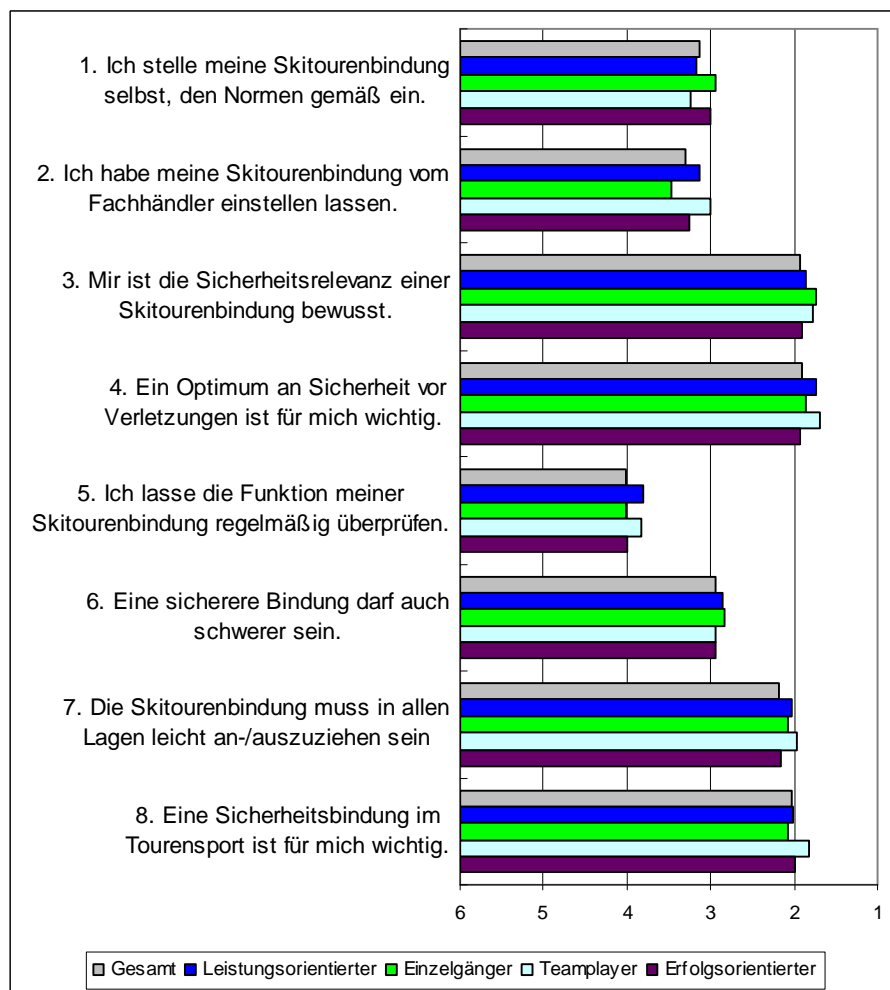
Was ist beim Abfahren wichtig?



Beim Abfahren zählt für mich...	1. ...höchste Stabilität der Bindung	2. ...dass ich leicht einsteigen kann	3. ...dass die Bindung meine Bewegungen möglichst direkt überträgt	4. ...dass ich den Ski bei allen Pistenverhältnissen leicht drehen kann	5. ...dass die Bindung ökonomisches Fahren ermöglicht
Gesamt	1,53	2,11	1,90	1,96	2,38
Leistungsorientierter	1,49	2,01	1,82	1,85	2,36
Einzelgänger	1,44	2,10	1,71	1,84	2,21
Teampayer	1,48	1,90	1,76	1,79	2,21
Erfolgsorientierter	1,54	2,05	1,79	1,87	2,22

Beim Abfahren zählt für mich...	5. ...dass die Bindung ökonomisches Fahren ermöglicht	6. ...dass die Bindung für schnelles Fahren optimale Performance bietet	7. ...dass ich ein sicheres Gefühl beim Abfahren habe	8. ...dass ich die Bindung multifunktional, z.B. zum Freeride einsetzen kann	9. ...dass ich die Bindung multifunktional, z.B. für die Piste einsetzen
Gesamt	2,38	2,42	1,68	2,56	2,80
Leistungsorientierter	2,36	2,40	1,63	2,45	2,60
Einzelgänger	2,21	2,25	1,59	2,43	2,76
Teampayer	2,21	2,26	1,61	2,35	2,65
Erfolgsorientierter	2,22	2,16	1,68	2,40	2,70

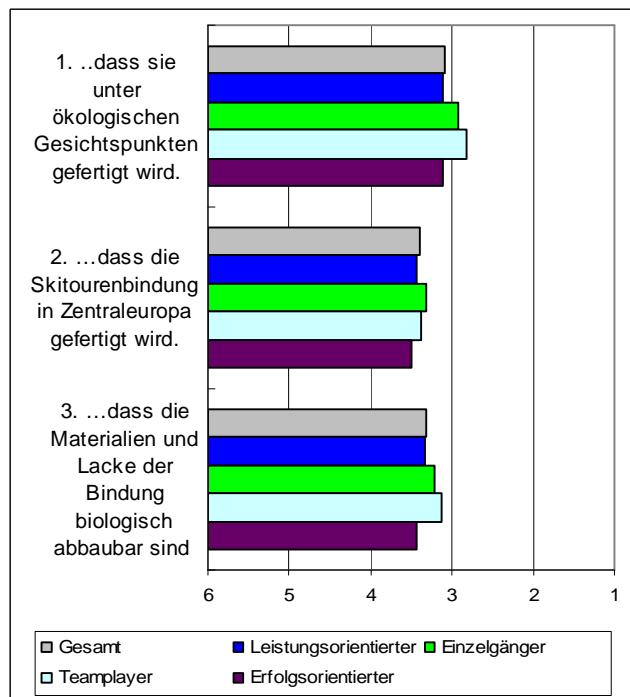
Sicherheit bei Skitourenbindungen



Sicherheit bei meiner aktuellen Skitourenbindung:	1. Ich stelle meine Skitourenbindung selbst, den Normen gemäß ein.	2. Ich habe meine Skitourenbindung vom Fachhändler einstellen lassen.	3. Mir ist die Sicherheitsrelevanz einer Skitourenbindung bewusst.	4. Ein Optimum an Sicherheit vor Verletzungen ist für mich wichtig.
Gesamt	3,13	3,30	1,92	1,91
Leistungsorientierter	3,18	3,13	1,87	1,75
Einzelgänger	2,94	3,47	1,75	1,87
Teampayer	3,24	3,00	1,78	1,70
Erfolgsorientierter	3,01	3,25	1,91	1,93

Sicherheit bei meiner aktuellen Skitourenbindung:	5. Ich lasse die Funktion meiner Skitourenbindung regelmäßig überprüfen.	6. Eine sicherere Bindung darf auch schwerer sein.	7. Die Skitourenbindung muss in allen Lagen leicht an-/ausziehen sein	8. Eine Sicherheitsbindung im Tourensport ist für mich wichtig.
Gesamt	4,02	2,93	2,17	2,04
Leistungsorientierter	3,81	2,85	2,04	2,01
Einzelgänger	4,01	2,83	2,08	2,07
Teampayer	3,82	2,93	1,97	1,81
Erfolgsorientierter	3,99	2,93	2,17	1,99

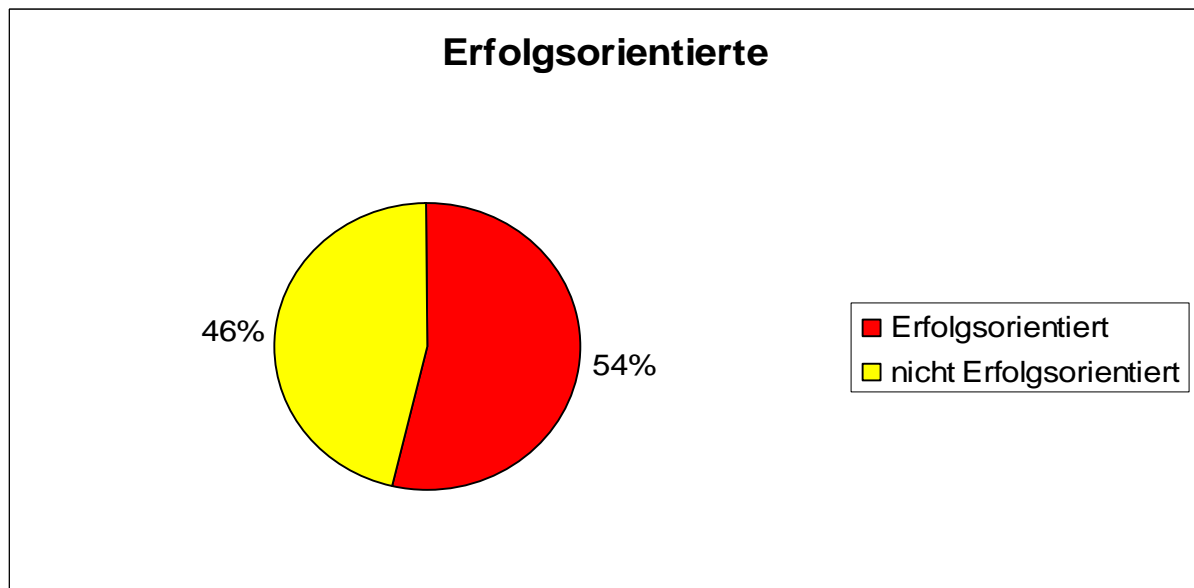
Bei der Herstellung der Bindung zählt für mich...



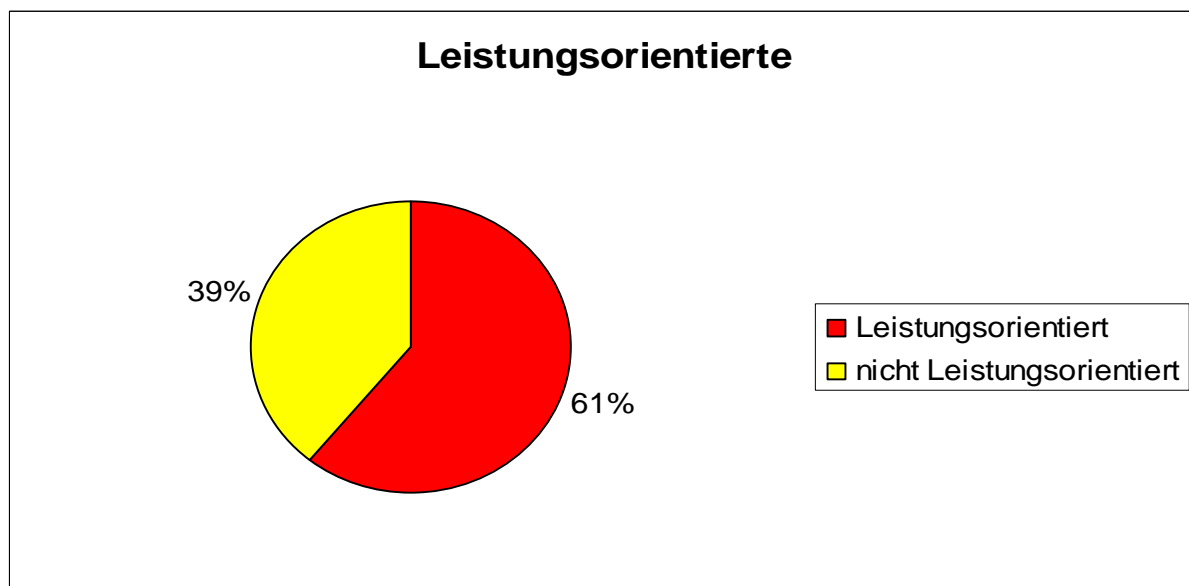
Bei der Herstellung der Bindung zählt für mich...	1. ...dass sie unter ökologischen Gesichtspunkten gefertigt wird.	2. ...dass die Skitourenbindung in Zentraleuropa gefertigt wird.	3. ...dass die Materialien und Lacke der Bindung biologisch abbaubar sind
Gesamt	3,09	3,39	3,32
Leistungsorientierter	3,11	3,44	3,34
Einzelgänger	2,93	3,30	3,22
Teampayer	2,81	3,38	3,13
Erfolgsorientierter	3,11	3,51	3,44

4.6. Was motiviert Skitourengeher, ihrem Sport nachzugehen

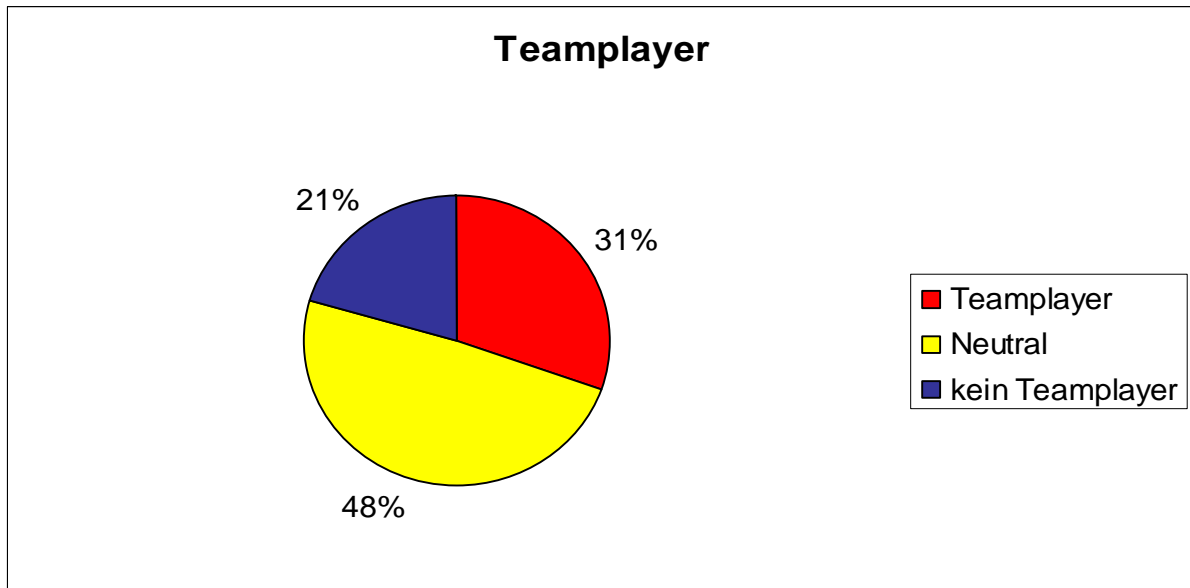
Erfolgsorientierung



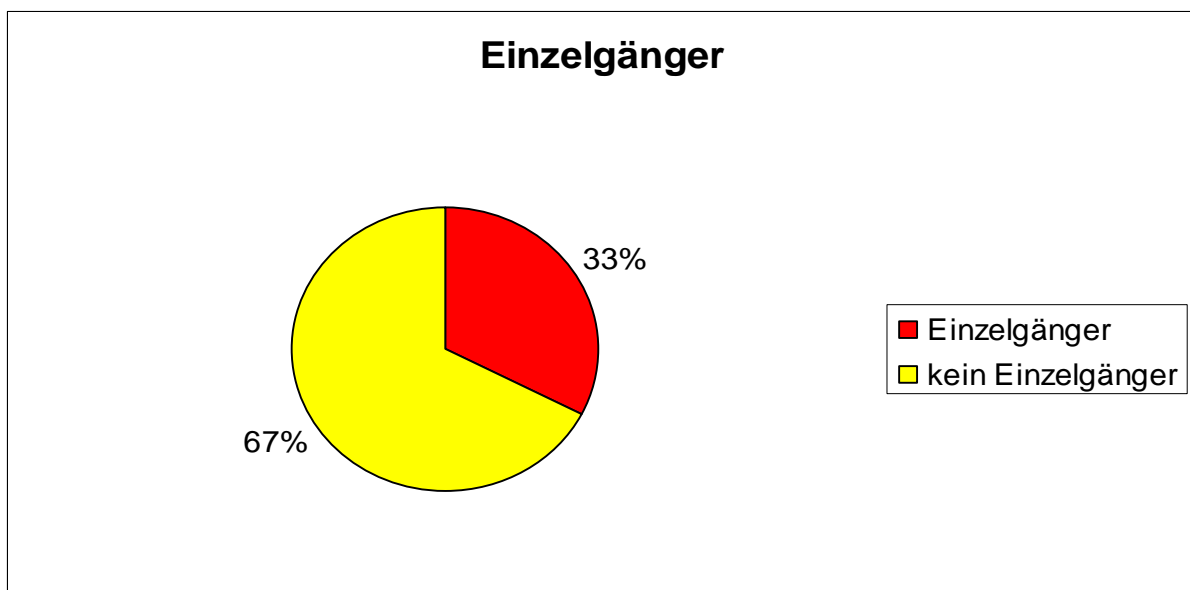
Leistungsorientierung



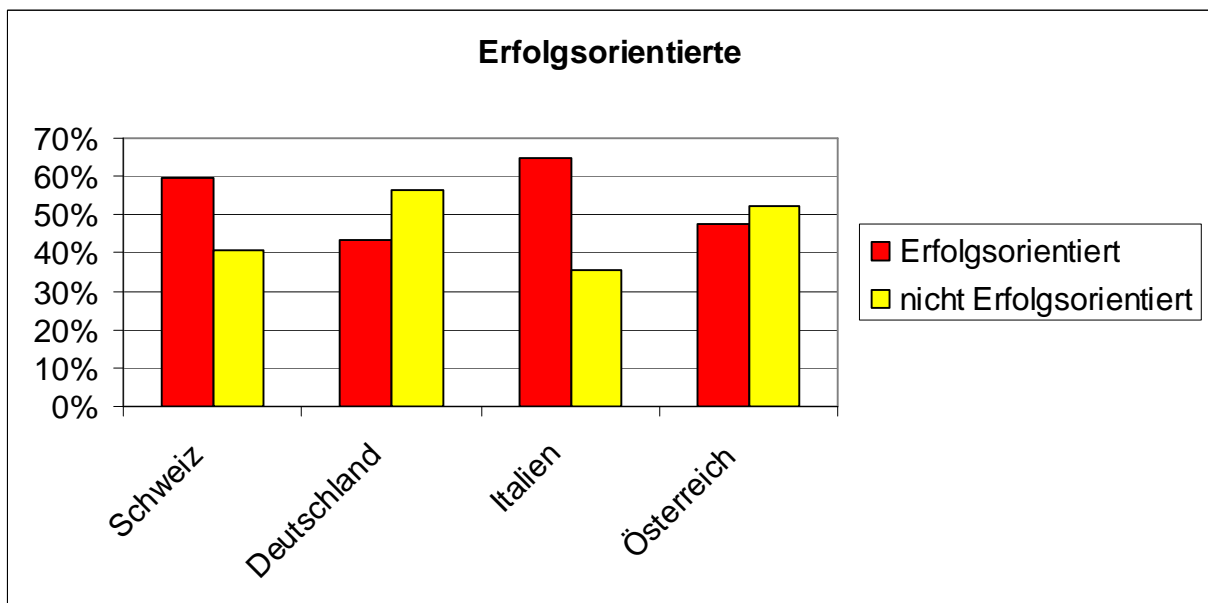
Teampayerorientierung



Einzelgängerorientierung

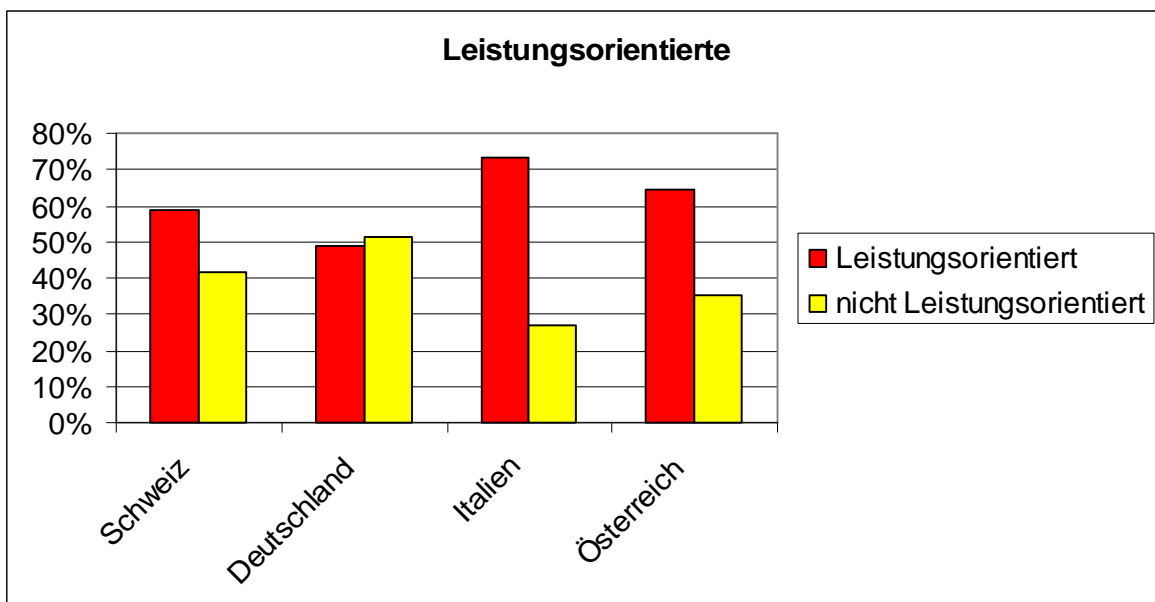


Erfolgsorientierung



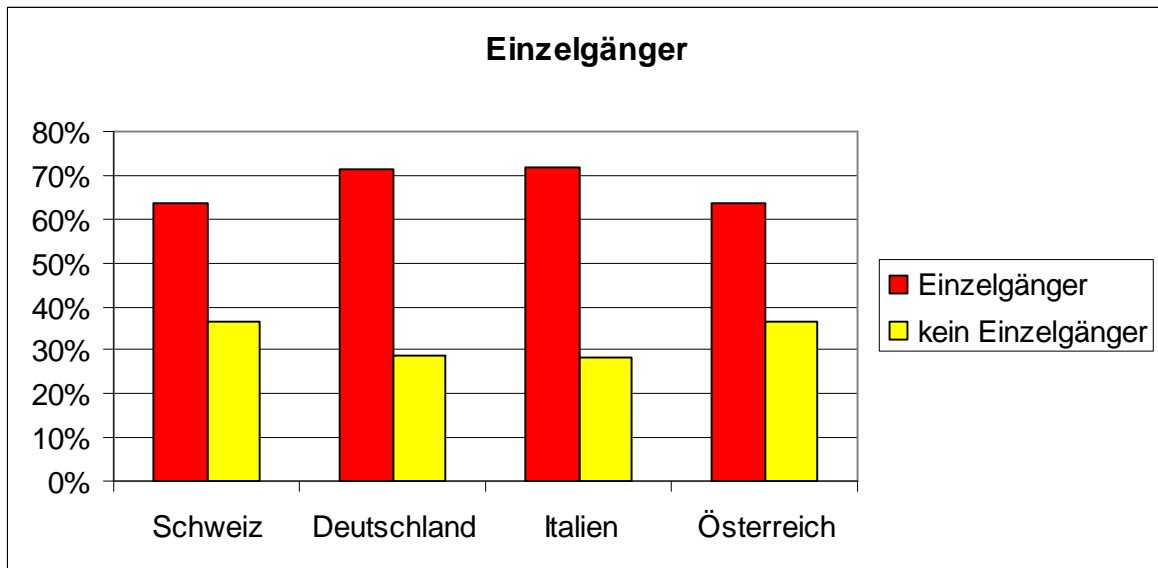
	Erfolgsorientiert	nicht Erfolgsorientiert
Schweiz	59,3%	40,7%
Deutschland	43,4%	56,6%
Italien	64,6%	35,4%
Österreich	47,6%	52,4%

Leistungsorientierung



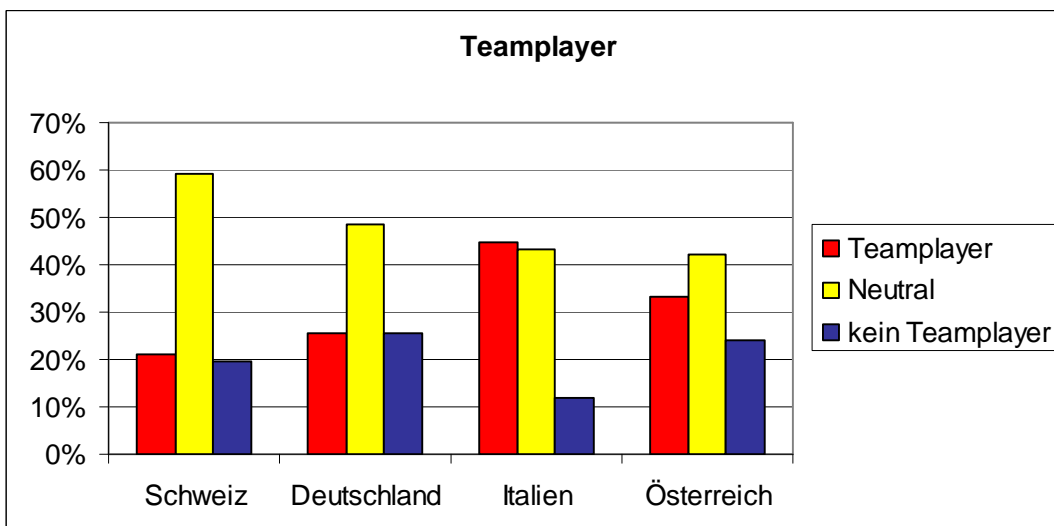
	Leistungsorientiert	nicht Leistungsorientiert
Schweiz	58,5%	41,5%
Deutschland	48,7%	51,3%
Italien	73,1%	26,9%
Österreich	64,6%	35,4%

Einzelgängerorientierung



	Einzelgänger	kein Einzelgänger
Schweiz	63,5%	36,5%
Deutschland	71,4%	28,6%
Italien	71,6%	28,4%
Österreich	63,5%	36,5%

Teampayerorientierung



	Teampayer	Neutral	kein Teampayer
Schweiz	21,0%	59,3%	19,8%
Deutschland	25,6%	48,7%	25,6%
Italien	44,8%	43,3%	11,9%
Österreich	33,3%	42,4%	24,2%