

+++ Center Parcs +++ Disneyland Paris +++ Europa-Park Rust +++ EuroParks +++ Heide Park Soltau +++ Legoland Deutschland Günzburg +++ Phantasia-land Brühl +++ Rulantica +++ Serengeti-Park Hodenhagen +++ Tropical Islands +++ Volksfest +++ Zoo +++ Center Parcs +++ Disneylan

Studiensteckbrief

Studie Freizeitpark-Zielgruppe Spontanbesucher 2025

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

September 2025



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Freizeitpark-
Zielgruppe Spontanbesucher 2025

Informationen zur Studie

Nutzwert der Studie:



Worin unterscheidet sich die Zielgruppe in **soziodemografischer Hinsicht** von der Gesamtheit der Freizeitparkbesucher?



Welche **Motivatoren** sind für Spontanbesucher beim Freizeitparkbesuch besonders relevant?



Zu welchen weiteren **Freizeitparks** besteht in der Zielgruppe eine Affinität?



Welche **Anbieter** sind in der Zielgruppe überdurchschnittlich beliebt?



Wo kaufen Spontanbesucher ihre Tickets für den Freizeitparkbesuch?



Über welche **Medien** erreiche ich die Zielgruppe besonders gut?



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Freizeitpark-
Zielgruppe Spontanbesucher 2025

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Soziodemografie

10%



Spontanbesucher
von Freizeitparks
in der Online-Bevölkerung

Branchensegmente



Top-Parks

- Tierpark
- Vergnügungspark
- Ferienpark

Kundenverhalten

10%

Abschluss aufgrund einer
Empfehlung

Anbieter

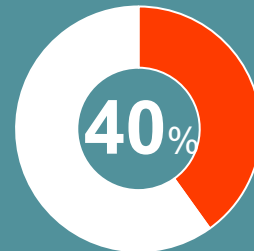
beliebteste Anbieter
(geplanter Besuch)

Zoo

Andere Tierparks

Europa-Park Rust

Kauforte



der Freizeitpark-
Ticketkäufe erfolgen
online

Freizeit & Medien

die Zielgruppe
steht Werbung in

Sozialen Medien

überdurchschnittlich
positiv gegenüber



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Freizeitpark-
Zielgruppe Spontanbesucher 2025

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe Spontanbesucher**

Analyseinhalte: **Soziodemografie, Marktanteile, Kunden-, Freizeit- und Medienverhalten** der Zielgruppe

Nutzung von **5 Branchensegmenten** und **17 Freizeitparks und Freizeitparkgruppen**

alle Information auf **71 PowerPoint-Seiten**

als **PDF und PowerPoint-Datei** kurzfristig verfügbar

Die Studie ist **objektiv, unabhängig** und **neutral**

Nutzen: Detailbetrachtung der Zielgruppe als Basis für kundenzentrierte Marketingmaßnahmen

Forschungsdesign:

- 2.000 Interviews (2025)
- online-bevölkerungs-repräsentativ
- Verbraucher in Deutschland
- davon 10 Prozent aus der Zielgruppe Spontanbesucher
- im September 2025 erschienen

Preis:

- die 71 Seiten umfassende Studie kostet **1.500 EUR** zuzüglich MwSt.



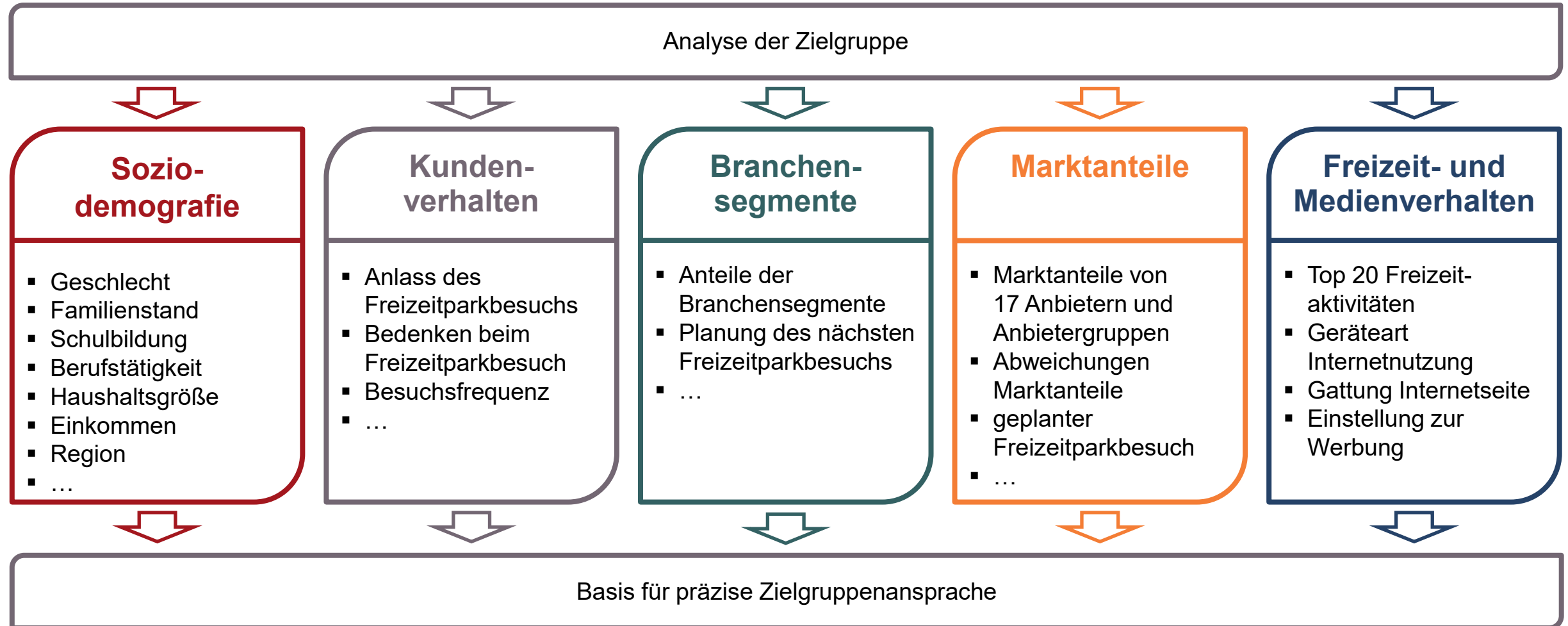
research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Freizeitpark-
Zielgruppe Spontanbesucher 2025

Informationen zur Studie

Konzeption:



Inhaltsverzeichnis

➤ Management Summary	3
➤ Forschungsdesign	8
➤ Soziodemografie	12
Vergleich der Zielgruppe mit der Vergleichsgruppe in den soziodemografischen Merkmalen Geschlecht, Altersstruktur, Familienstand, Schulbildung, Berufstätigkeit, Haushaltsgröße, Anteile der Kinder unter 18, Haushalts-Bruttoeinkommen, Region, Wohnsituation	
➤ Kundenverhalten	24
Branchenübergreifendes Kundenverhalten, Anlass des letzten Freizeitparkbesuchs, Bedenken beim Freizeitparkbesuch, Art des letzten Freizeitparkbesuchs, Anzahl der genutzten Freizeitparks nach Abschlussart, Anzahl Freizeitparks nach Branchensegmenten, Frequenz der Freizeitparkbesuche	
➤ Branchensegmente	33
Zuletzt genutzte Freizeitparks, letzte zwei besuchte Freizeitparks, voraussichtlich nächster Freizeitparkbesuch, Differenz der Marktanteile, Anzahl der zuletzt genutzten Branchensegmente	
➤ Anbieter	40
Verteilung der Anbieter, Marktanteile der Anbieter, Abweichungen Marktanteile, geplanter Freizeitparkbesuch Marktanteile, Differenz der Marktanteile,	
➤ Kauforte	49
Verteilung der Kauforte, Marktanteile der Kauforte, Abweichungen Marktanteile, geplanter Freizeitparkbesuch Marktanteile, Differenz der Marktanteile	
➤ Freizeitverhalten und Mediennutzung	55
Top 10 Medien, Top 20 Freizeitaktivitäten, Geräteart der letzten Internetnutzung, Gattung der Internetseite, Einstellung zur Werbung nach Mediengattungen, letzter Kontakt zum Anbieter	
➤ Kontakt	70

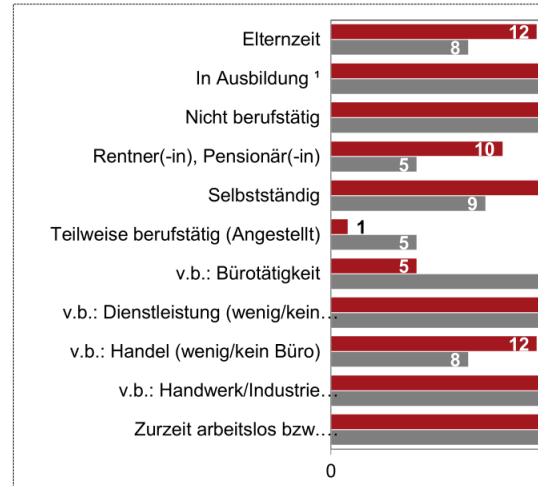


Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie

Anteil Berufstätigkeit (Angaben in %)

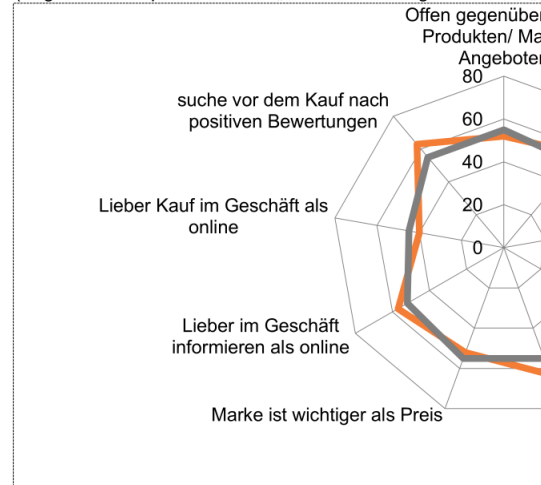


Fragestellung: Ihr Beruf? 1 Schule, Ausbildung, Studium, in Umschulung, v.b. = voll berufstätig

research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Kundenverhalten

Kundenverhalten der Zielgruppe im Vergleich zu allen Energie-Kunden
(Angaben als Top-2-Box-Werte „stimme voll und ganz zu“ und „stimme zu“)



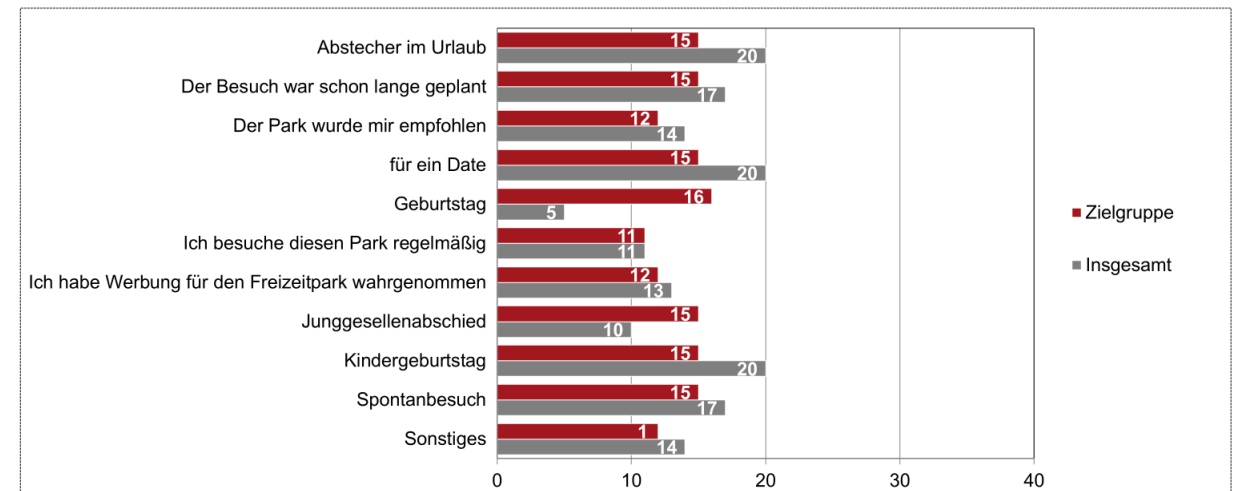
Fragestellung: Welcher der folgenden Aussagen stimmen Sie zu?

research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Was war der konkrete Anlass für den letzten Freizeitparkbesuch?

Kundenverhalten

Konkreter Anlass des letzten Freizeitparkbesuchs (Angaben in %)



Fragestellung: Aus welchem konkreten Anlass haben Sie den Freizeitpark besucht? (Mehrfachantworten möglich)

research tools
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studie Freizeitpark-Zielgruppe
Spontanbesucher 2025

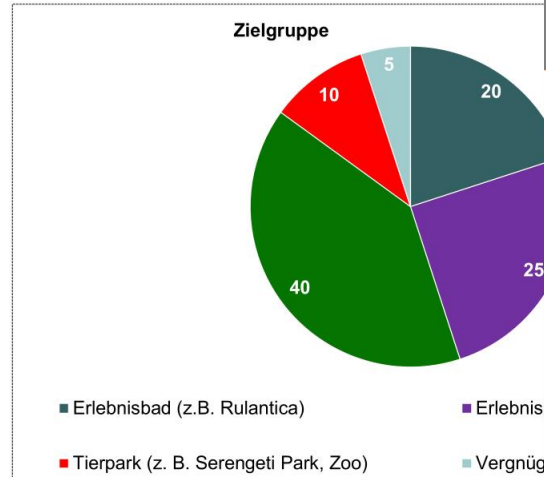
Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Branchensegmente

Anteil der Branchensegmente an den **letzten Freizeitparkbesuchen**¹ (Angaben in %)



1 Basis: letzte zwei Freizeitparkbesuche

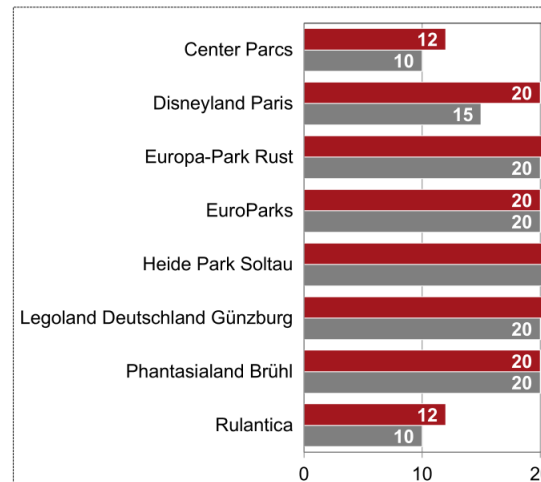


research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Anbieter

Verteilung der Freizeitparkbesuche auf die Anbieter¹ (1/2) (Angaben in %)



Fragestellung: Geben Sie nun an, welchen der oben genannten Freizeitparks Sie zuletzt be-



research tools

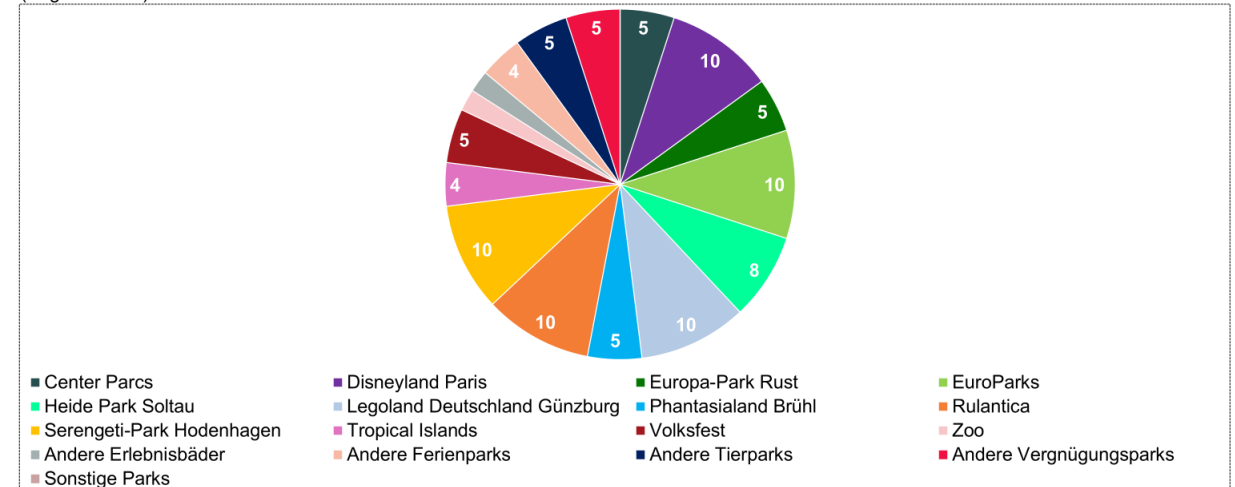
Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

**Welche Branchensegmente
besucht die Zielgruppe verstärkt?**

**Welche Anbieter werden
zukünftig gewählt?**

Anbieter

Marktanteile der Anbieter bei **geplantem Freizeitparkbesuch**¹ in der Zielgruppe
(Angaben in %)



Fragestellung: Geben Sie nun an, welchen Freizeitpark Sie voraussichtlich als nächstes besuchen möchten. 1 Basis: voraussichtlich nächster Freizeitparkbesuch (Anbieter)



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studie Freizeitpark-Zielgruppe
Spontanbesucher 2025



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

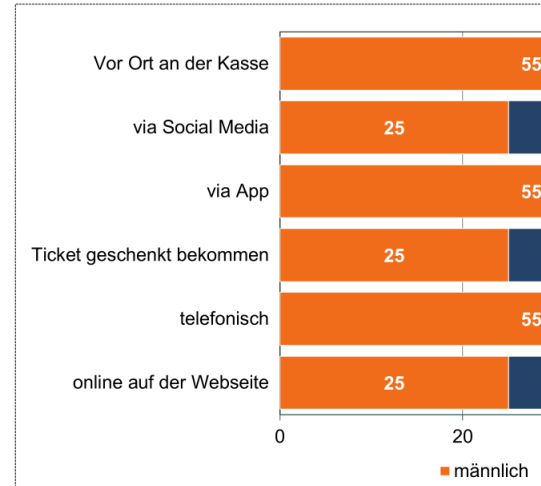
Studiensteckbrief Studie Freizeitpark-
Zielgruppe Spontanbesucher 2025

Analysebeispiele (3)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Kauforte

Anteile der Geschlechter nach Kauforten in der Zielgruppe¹ (Angaben in %)

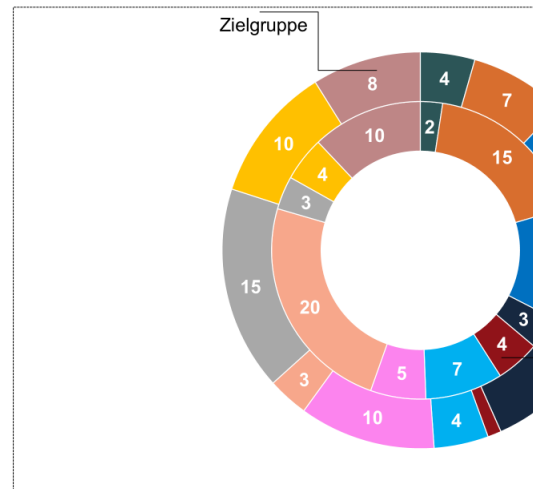


Fragestellung: Wo haben Sie das Eintrittsticket für den Freizeitparkbesuch gekauft? 1 Basis



Freizeitverhalten und Mediennutzung

Gattung der zuletzt besuchten Internetseite (Angaben in %)



Fragestellung: Welcher Gattung würden Sie die von Ihnen zuletzt besuchte Internetseite zu

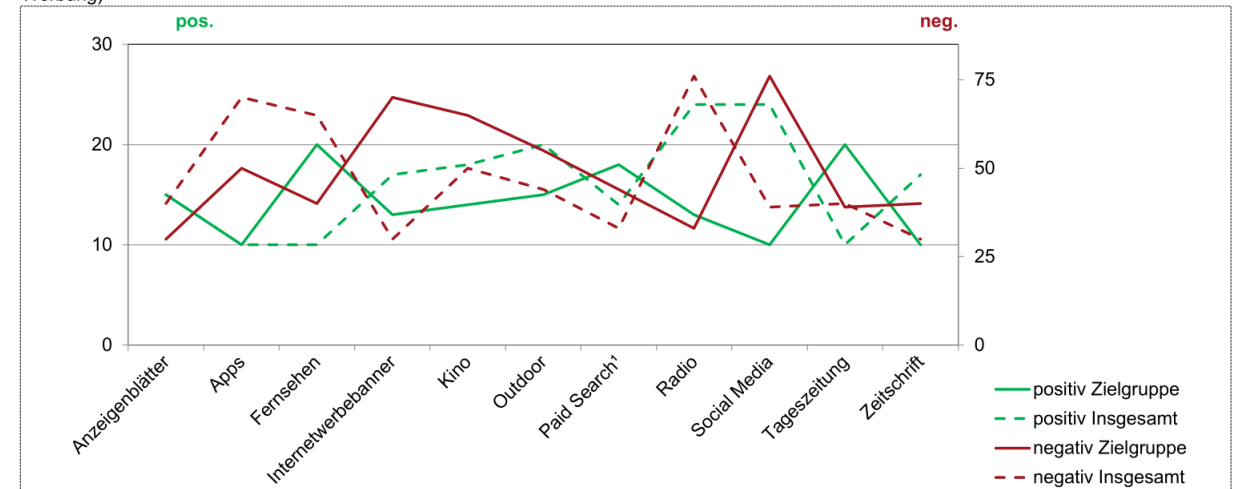


Welche Kauforte präferieren Frauen aus der Zielgruppe?

Über welche Medien kann ich die Zielgruppe erreichen?

Freizeitverhalten und Mediennutzung

Einstellung zur Werbung in der Zielgruppe (Angaben in durchschnittlichen Prozent, Zustimmung zu positiven und negativen Statements zur Werbung)



Fragestellung: Bitte bewerten Sie folgende Werbeformen. (Mehrfachantworten möglich) 1 Suchmaschinen-Anzeigen



Studie Freizeitpark-Zielgruppe
Spontanbesucher 2025

Bestellformular

Ihre Bestellung nehmen wir gerne per formloser E-Mail oder mit ausgefülltem Bestellformular entgegen.

E-Mail: ronja.inhofer@research-tools.net

FAX: +49 (0)691 – 55090384

Auftragnehmer: research tools, Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar

Hiermit bestellen wir zum Preis in Höhe von 1.500 EUR zzgl. MwSt. die
Studie Freizeitpark-Zielgruppe Spontanbesucher 2025.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Freizeitpark-
Zielgruppe Spontanbesucher 2025

Ihre Ansprechpartnerin für diese Studie ist:

Ronja Inhofer



Marketinganalytikerin
M.Sc. Planung und Partizipation
Tel.: +49 691 55090383, Fax +49 691 55090384
E-Mail: ronja.inhofer@research-tools.net

research tools

Kesselwasen 10, 73728 Esslingen am Neckar
www.research-tools.net

research tools: Marketingmaßnahmen erfassen – verstehen – bewerten.

Seit 2005 forscht research tools marketing- und wettbewerbsorientiert und positioniert sich als Marketingstudien-Spezialist.

2019 ist bereits eine Studie zu Ferien- und Freizeitparks erschienen.
In der Studienreihe Zielgruppenstudien sind bisher mehr als 150 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Zuletzt zur Freizeitbranche erschienen:

- Werbemarktanalyse Fahrräder und E-Bikes 2025
- Studie Customer Journey Reisen 2025
- Studie eVisibility Spielzeug 2024
- Studie eVisibility E-Bikes und Zubehör 2024
- Studie eVisibility Fotobedarf 2023
- Werbemarktanalyse Sammelobjekte 2023

Freizeitbranche: seit 2020 mehr als 30 Studien veröffentlicht

