

+++ Disneyland Paris +++ Europa-Park Rust +++ Heide Park Soltau +++ Legoland Deutschland Günzburg +++ Phantasialand Brühl +++ sowie weitere Anbieter von Freizeiteinrichtungen, die von Vergnügungsparkkunden genutzt werden +++ Disneyland Paris +++ Europa-Park Rust +++ H

Studiensteckbrief

Studie Freizeitpark-Zielgruppe Vergnügungspark 2025

erarbeitet von:
research tools, Esslingen am Neckar

November 2025



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Freizeitpark-
Zielgruppe Vergnügungspark 2025

Informationen zur Studie

Nutzwert der Studie:



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



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



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



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



Wo kaufen Vergnügungsparkbesucher ihre Tickets für den Freizeitparkbesuch?



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



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Freizeitpark-
Zielgruppe Vergnügungspark 2025

Informationen zur Studie

Key Facts der Analysebereiche:

Soziodemografie

22%



Vergnügungsparkbesucher
in der Online-Bevölkerung

Branchensegmente



Top-Parks

- Vergnügungspark
- Tierpark
- Ferienpark

Kundenverhalten

12%

Parkbesuch aufgrund einer
Empfehlung

Anbieter

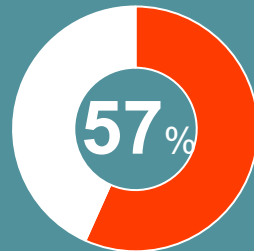
beliebteste Anbieter
(geplanter Besuch)

Europa-Park Rust

Zoo

A. Vergnügungsp.

Kauforte



der Freizeitpark-
Ticketkäufe erfolgen
online

Freizeit & Medien

die Zielgruppe
steht Werbung im

Kino

überdurchschnittlich
positiv gegenüber



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Freizeitpark-
Zielgruppe Vergnügungspark 2025

Informationen zur Studie

Nutzen und Umfang der Studie:

Detaillierte Analyse der **Zielgruppe Vergnügungsparkbesucher**

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 22 Prozent aus der Zielgruppe Vergnügungsparkbesucher
- im November 2025 erschienen

Preis:

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



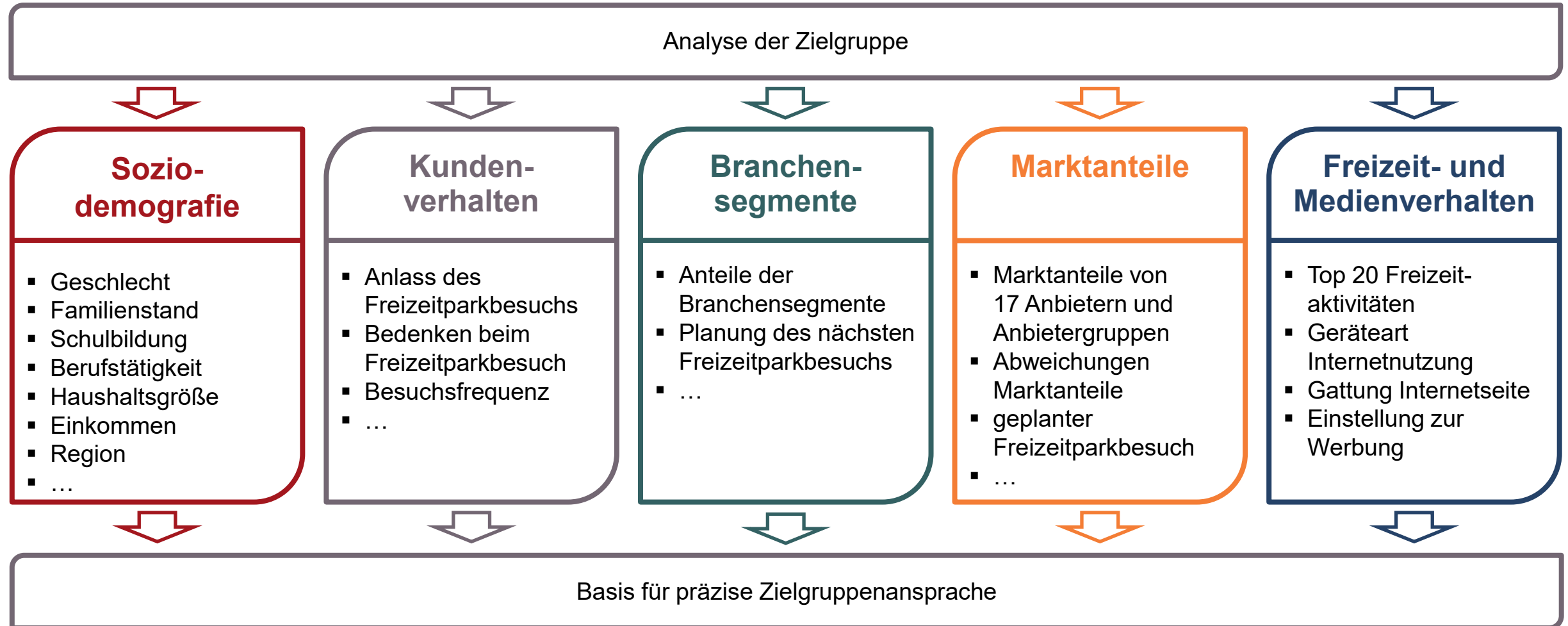
research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Studiensteckbrief Studie Freizeitpark-
Zielgruppe Vergnügungspark 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

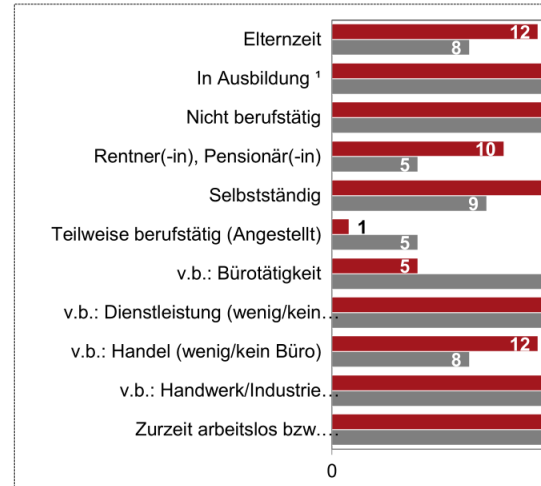


Analysebeispiele (1)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Soziodemografie

Anteil Berufstätigkeit (Angaben in %)

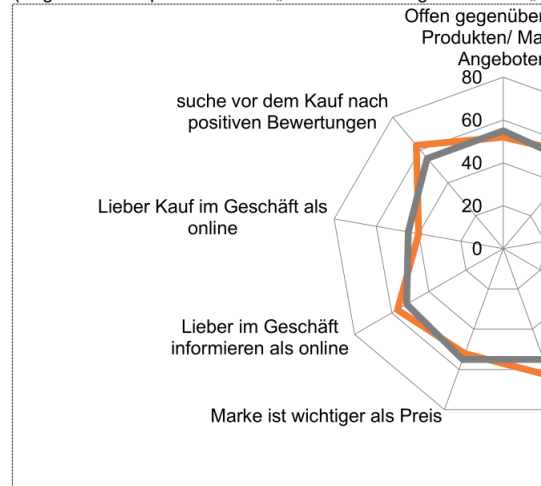


Fragestellung: Ihr Beruf? 1 Schule, Ausbildung, Studium, in Umschulung, v.b. = voll berufstätig



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?

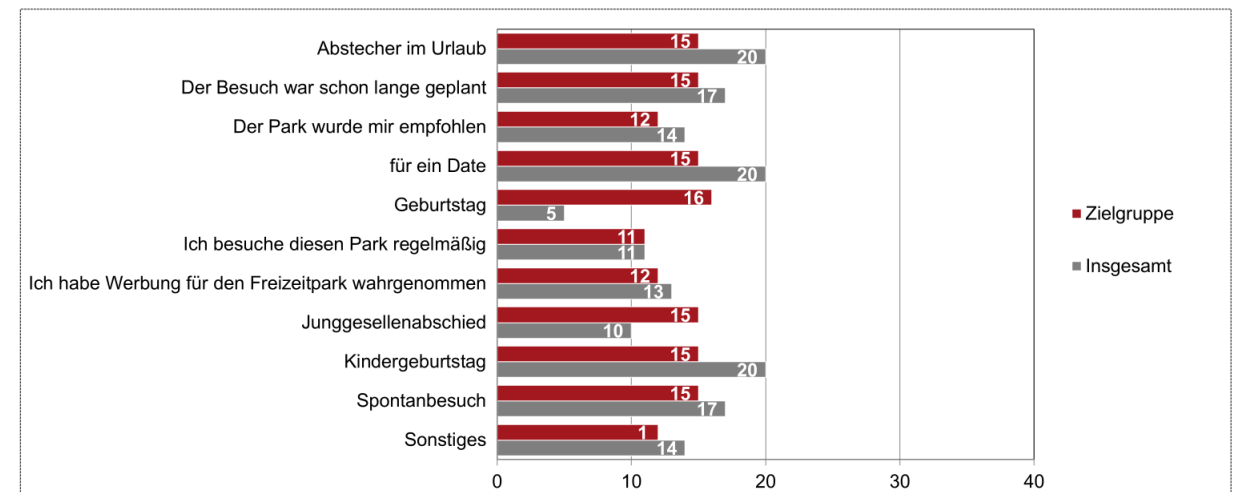


Welche soziodemografischen Merkmale charakterisieren die Zielgruppe?

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)



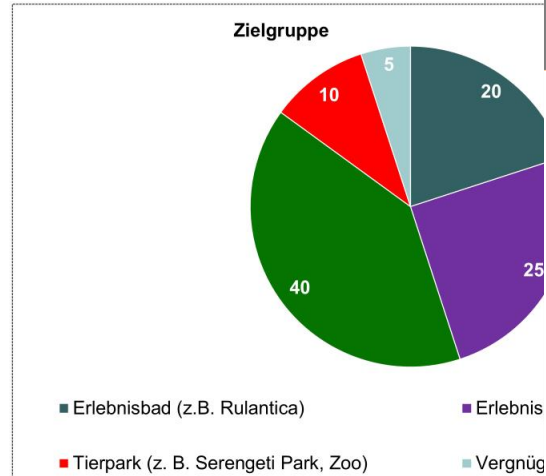
Studie Freizeitpark-Zielgruppe
Vergnügungspark 2025

Analysebeispiele (2)

Die Beispielseiten enthalten fiktive Daten

Branchensegmente

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

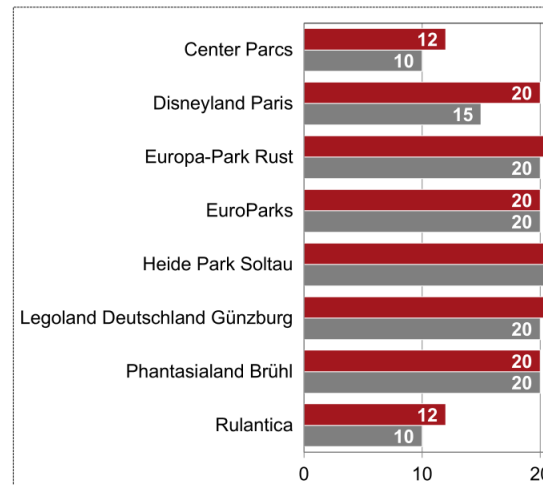


¹ Basis: letzte zwei Freizeitparkbesuche



Anbieter

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



Fragestellung: Geben Sie nun an, welchen der oben genannten Freizeitparks Sie zuletzt besucht haben.

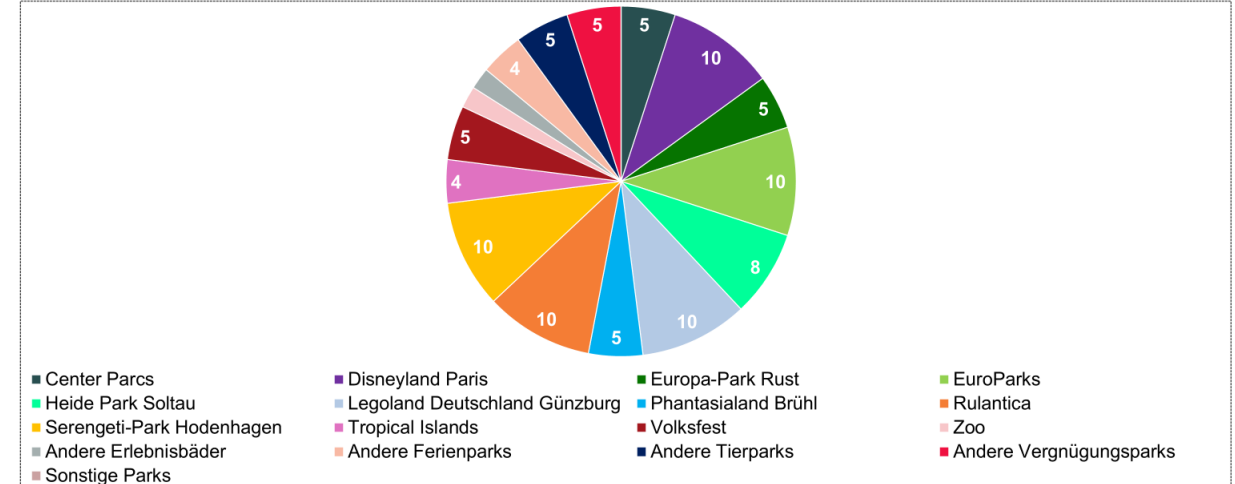


Welche Branchensegmente besucht die Zielgruppe verstärkt?

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)



Studie Freizeitpark-Zielgruppe
Vergnügungspark 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 Vergnügungspark 2025.

Auftraggeber:

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

E-Mail: _____

Position/Funktion: _____

Datum, Ort, Unterschrift: _____

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.

2025 ist bereits eine Studie zu Ferien- und Freizeitparks erschienen.
In der Studienreihe Zielgruppenstudien sind bisher mehr als 160 Studien zu unterschiedlichen Branchen erschienen.

Zuletzt zur Freizeitbranche erschienen:

- Studie Freizeitpark-Zielgruppe Spontanbesucher 2025
- 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

Freizeitbranche: seit 2020 mehr als 30 Studien veröffentlicht

