

Hätten Sie's gewusst?



Marcus Linford, MA MITHM

Credit: conos gmbh

Fotograf: HABERLER PATRICK, haberlerphotografie

Wien (TP/OTS) -

- ...dass durch die steigende Lebenserwartung bis zum Jahr 2030 jeder vierte Österreicher über 65 Jahre alt sein wird?
- ...dass der Anteil der „klassischen Familien“ mehr und mehr durch Patchwork-Familien und Alleinerziehende abgelöst wird - und damit gravierende Veränderungen für das Freizeitverhalten mit sich bringt?
- ...dass die reise- und erlebnisfreudige Generation Y (d. h. die heute rd. 16-30 Jährigen) derzeit bereits rund 20% der österreichischen Gesamtbevölkerung ausmacht?
- ...dass der Anteil der nicht in Österreich geborenen Menschen in Österreich bis 2030 auf mehr als 2 Mio. Menschen ansteigen wird? Somit wird rd. jeder fünfte potenzielle Tagesausflugs-Gast nicht in Österreich geboren sein.
- ...dass rd. 20% aller Österreicher von einer körperlichen oder neurologischen Einschränkung betroffen sind? Von den Erleichterungen durch Barrierefreiheit profitieren jedoch 100% der Bevölkerung.

Zwtl.: Und - hätten Sie's gewusst?

Wenn Sie alle obigen Fragen mit einem klaren „Ja!“ beantwortet haben, sind Sie bereits sehr gut auf Ihre Zielgruppen der Zukunft vorbereitet. Wenn nicht, lohnt es sich, genauer hinzuschauen - und die Chancen und Möglichkeiten, die sich durch den demografischen Wandel und dem damit verbundenen Zielgruppenverhalten bieten, zu nutzen.

„Veränderungen sind in allen Alters- und Bevölkerungsschichten zu verzeichnen - mit entsprechenden Auswirkungen auf Österreichs

Touristiker“, so Marcus Linford, MA MITHM, Consultant der conos gmbh. Doch was können die Verantwortlichen der Tourismus- und Freizeitwirtschaft nun tun, um auf diese demografischen Entwicklungen entsprechend zu reagieren?

1. Werden Sie sich des demografischen Wandels und dessen Auswirkungen bewusst!

Stellen Sie sich folgende Fragen: Wer sind jetzt im Moment meine wichtigsten Kunden – und wie werden sie sich in Zukunft verändern? Wo liegt Potenzial, das in der Branche, in der Region, von Mitbewerbern, etc. noch nicht aufgegriffen wurde?

Durch moderierte Fokus-Workshops mit Vertretern der jeweiligen Zielgruppen können interessante und oftmals sehr wichtige Insider-Informationen aus erster Hand gewonnen werden.

2. Entwickeln Sie eine klare inhaltliche Positionierung anstelle eines rein demografischen Zielgruppen-Ansatzes.

Richten Sie sich bei der inhaltlichen Ausrichtung Ihres Unternehmens nach den Interessen und Werten der Zielgruppe. Eine reine Orientierung an den demografischen Merkmalen ist nicht immer zielführend, da oftmals ein Großteil potenzieller Kunden von vornherein ausgeschlossen wird. So umfasst beispielsweise ein „Genuss-Hotel“ eine wesentlich breitere Zielgruppe als ein „Senioren-Hotel“ – obwohl das Angebot wahrscheinlich ähnlich sein kann.

3. Denken Sie auch an Begleit- und Zusatzangebote!

Berücksichtigen Sie bei der Angebotsentwicklung Begleitpersonen – wie z. B. Betreuungspersonen bei Menschen mit Handicap, ältere Geschwister im Kleinkinderhotel oder Großeltern, die mit ihren Enkelkindern unterwegs sind – und entwickeln Sie entsprechende Zusatzangebote.

4. Auch fürs Marketing gilt: Inklusion statt Separation!

Die Zielgruppen-Potenziale werden am besten dadurch angesprochen, indem sie nicht (explizit) angesprochen werden! Das betrifft nicht nur die Positionierung, sondern auch die Namensgebung und Vermarktung – entwickeln Sie „Familienangebote“ statt „Kinderangebote“ oder

bieten Sie im Restaurant lieber „kleine Portionen“ statt des „Seniorentellers“ an.

„Der vielzitierte demografische Wandel steht nicht bevor – wir stecken bereits mittendrin!“, so das Credo von Linford. Die conos gmbh steht Ihnen als Management- und Personalberatung mit Fokus auf der Tourismus- und Freizeitwirtschaft gerne mit praxisnahen Lösungen zur Verfügung.

Bild(er) zu dieser Aussendung finden Sie im AOM / Originalbild-Service sowie im OTS-Bildarchiv unter <http://bild.ots.at>

~

Rückfragehinweis:

conos gmbh
Christina Bamberger
Tel.: +43 (0)732 21 6000
presse@conos.co.at
<http://www.conos.co.at>

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/4650/aom>

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS – WWW.OTS.AT ***

OTS0007 2016-07-13/08:00

130800 Jul 16

Link zur Aussendung:

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20160713_OTS0007