



SEILBAHNEN INTERNATIONAL

DOPPELMAYR BAHNEN IN DER DACH-REGION

**BERG.BAHN.CAMP
VON DER KRISE
ZUM RE-START**

**ALPENTOURISMUS 2020
WIRTSCHAFTSFAKTOR
UND BRANCHENEFFEKTE**

SI-TREND CHECK: INTERNET ERSTMALS VOR FERNSEHEN

Marketing-Experte Oliver Pichler stellt Trends vor, die für die Seilbahn- & Tourismusbranche interessant sind.

Fernsehen stand 30 Jahre an der Spitze der Freizeitaktivitäten der Deutschen. Nun hat das Internet (96 %) Platz eins erobert, deutlich vor dem Fernsehen (86 %). Erst dann folgen Musik (80 %) bzw. Radio hören (75 %). Insgesamt ist die Dominanz der Medien in der Freizeitgestaltung enorm. „Zeit mit dem Partner verbringen“ nennen gerade einmal 67 % als zumindest einmal die Woche stattfindende Freizeitbeschäftigung. Nur 60 % geben Faulenzen, Nichtstun bzw. Chillen sowie Ausschlafen (57 %) an. Sich in der Natur aufhalten sowie Spazieren gehen (je 55 %) sind die beliebtesten Outdoor-Aktivitäten. Gerade einmal 42 % betreiben zumindest einmal pro Woche Sport. Insgesamt dominiert Passives, Einsames und Mediengestütztes die Freizeitaktivitäten der Deutschen.

Trends im 5-Jahresvergleich

Im 5-Jahresvergleich zeigen sich mehrere Trends: Die neuen Medien dominieren, es wird deutlich weniger telefoniert und Aktivitäten, die man alleine, also einsam macht, rangieren vor Gemeinsamem. Auffallend ist überdies, dass die Anzahl der unterschiedlichen Freizeitbeschäftigungen kontinuierlich steigt. Ganzen zehn ver-

schiedenen Aktivitäten pro Tag gehen die Deutschen nach. Zwei mehr als 2015. Das würde bedeuten, dass je Aktivität weniger als eine halbe Stunde Zeit bleibt.

Viele unerfüllte Sehnsüchte

„Spontan tun, wozu man gerade Lust hat“ wünschen sich 77 %. Drei Viertel aller Deutschen würden sich gerne viel mehr „in der Natur aufhalten“. Ähnlich viele würden gerne „etwas für die eigene Gesundheit tun“. Tagesausflüge machen (72 %) und Freunde treffen sowie Ausschlafen (je 71 %) sind weitere der unerfüllten Wünsche. Und Spazieren gehen würden 67 % gerne öfter. Analysiert man die Menge der unerfüllten Wünsche im Fünfjahresvergleich, so wird klar, dass immer öfter und immer mehr Sehnsüchte unerfüllt bleiben. 2015 wurden gerade einmal zwölf verschiedene Wunsch-Aktivitäten von der Mehrheit der Befragten genannt. Heute sind es 32. Damit ist klar, das Freizeitverhalten ist zu einem beachtlichen Teil von Unerfülltem geprägt. Sehnsüchte also, die man sich zumindest im Urlaub erfüllen will.

Quelle: Freizeit-Monitor 2020, Stiftung für Zukunftsforschung, Hamburg, 17.9.2020

TRENDS BEDINGT DURCH COVID-19: Drei davon im Check.

1. Jahrzehnt des Zuhauses

Eine Rückbesinnung der Menschen auf das eigene Zuhause erwartet Strategieberater Accenture und ruft in einer aktuellen Studie das „Jahrzehnt des Zuhauses“ aus. 69 % der Befragten sagen, sie würden im nächsten halben Jahr den größten Teil ihrer sozialen Kontakte bei sich zuhause, bei Freunden oder virtuell pflegen wollen. Quelle: Accenture/M&V 15.9.2020

2. International schneller wachsend

Die Zahl der Reisenden werde sich erst bis 2025 wieder komplett regenerieren, erwartet das Marktforschungsunternehmen Statista, mehrere schwächere Jahre für den weltweiten Tourismus. Eine weitere Erkenntnis: Online-Buchungen dürften in den nächsten Jahren massiv weiterwachsen. Bis auf 72 % im Jahr 2025. Während aktuell der regionale und nationale Tourismus weniger stark eingebrochen ist als der internationale, dürfte es in der Folge bis 2023 international ein schnelleres Wachstum geben, gehen die Statista-Experten von einem Gegentrend aus. Quelle: Statista/Top Hotel 16.9.2020

3. Trotzdem große Reiselust

Reiselust und Urlaubs-Sehnsucht der Deutschen scheinen ungebrochen. Eine aktuelle Befragung des ADAC ergab, dass 60 % noch heuer zu verreisen planen. 44 % wollen im europäischen Ausland, 40 % innerhalb Deutschlands urlauben. Bevorzugt verreist wird per eigenem Auto (60 %). Nur 16 % wollen fliegen. Quelle: TN-Deutschland/ADAC 17.9.2020

(www.opichler.at)



KOKER
BORER LIFT AG
www.borer-lift.ch



SunKid
we move, you smile.

Beratung, Planung und Ausführung von Skiliften, Förderbändern und Kindererlebnisparkanlagen

