



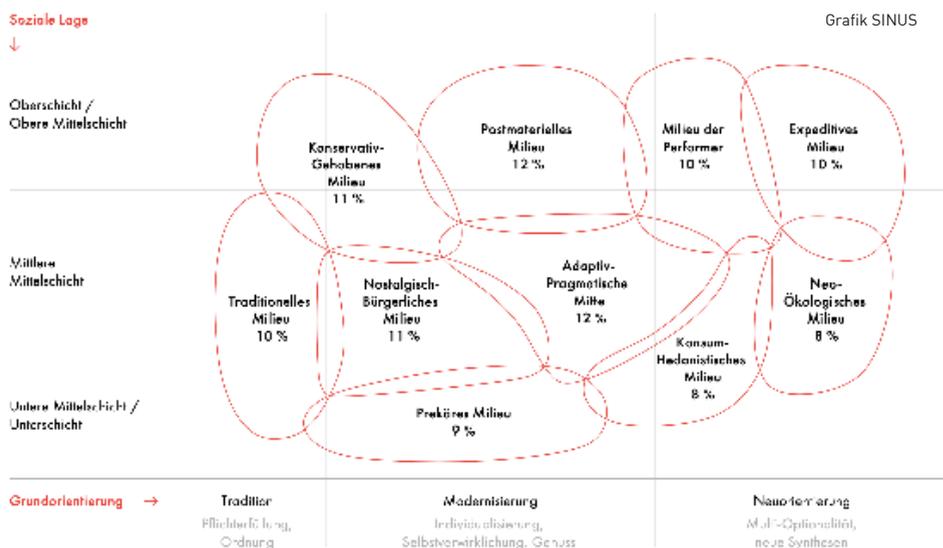
SEILBAHNEN INTERNATIONAL

LINDNER PARTNER FÜR SEILBAHNPROFIS

DIGITAL
**SKI-OPENING
EINMAL ANDERS**

ZIELGRUPPEN
**LEBENSWELTEN
IM WANDEL**





ZIELGRUPPEN-UPDATE: LEBENSWELTEN IM WANDEL

Der gesellschaftliche Umbruch ist enorm, mit Folgen für die Lebenswelten und Werte aller Menschen. Das wirkt sich auf das Verhalten jeder der Zielgruppen aus. Deshalb wurde das vor über vier Jahrzehnten eingeführte Gesellschafts- und Zielgruppen-Modell des deutschen Sinus-Instituts, genannt Sinus-Milieus, einem Update unterzogen. Zentrale Kräfte, die neben der Covid-19 Pandemie, die Gesellschaft prägen, sind laut Sinus: Klimawandel, Migration, Pluralisierung der Lebensformen, Wohlstandpolarisierung, Digitalisierung und Ästhetisierung des Alltags.

Gesellschaftsmitte in Bewegung

Die aktuell größte Dynamik geht von der Mitte der Gesellschaft aus, so die Forscher. Die statusoptimistischen Teile der „Mitte“ modernisieren sich und blicken nach „oben“. Harmonieorientierte, das ist der größere Teil der „Mitte“, sehen sich in ihrem Lebensstil und ihren Prinzipien gesellschaftlich entwertet. Das führt zu Verbitterung und verstärkter Abgrenzung. Dadurch nehmen der gesellschaftliche Zusammenhalt ab und der Glaube an kontinuierliche Wohlstands- sowie Sicherheitsgewinne erodiert.

Nachhaltigkeit als Norm

Nachhaltigkeit sei bei immer mehr der Zielgruppen nicht mehr eine Frage des „Ja“ oder „Nein“, sondern nur noch des „Wie“ und wirke sich immer zentraler auf die Handlungen im Alltag aus.

Obwohl Nachhaltigkeit heute mehrheitsfähig ist, wird sie je nach Bevölkerungsgruppe unterschiedlich verstanden und gelebt. Einige Gruppen fühlen sich dadurch sogar bedroht. Teile der unteren Mitte und der Unterschicht hätten angesichts neuer Verteilungskämpfe Sorge um Teilhabe und befürchten höhere Kosten.

Veränderungen und neue Gruppe

Deutliche Veränderungen ziehen sich, laut Sinus-Institut, durch alle Gruppen. Autonomie und Selbstbestimmung sind im gehobenen Segment weiter gewachsen. Resilienz und Veränderungsfähigkeit gewinnen an Stellenwert. Und die Nostalgisch-Bürgerlichen werden mehr und mehr systemkritisch. Auch eine neue, hoffnungsvolle Kategorie gibt es, die Neo-Ökologischen. Sie sind progressiv und realistisch, pragmatisch und experimentierfreudig, erfolgsorientiert und partybegeistert, zielstrebig und gelassen.

Eigene Zielgruppen hinterfragen

TIPP: Es ist ratsam, die eigenen Gäste regelmäßig zu beobachten, zu analysieren und zu hinterfragen. Kurzfristig sollten Seilbahner keine drastischen Änderungen an der bewährten Zielgruppenzuordnung vornehmen, aber nach der Pandemie sollten sie eine solide Grundlage haben, um die eigenen Zielgruppen angepasst einzuordnen oder auch neue Gästegruppen anzusprechen. *Quelle: Sinus-Institut, 1.10.21 und W&V 10.11.2021*

SI-TRENDCHECK:

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

REISETRENDS 2022

Effizienz – erzwungen durch die Pandemie – wird immer mehr auch im Urlaub erwartet. Das ist eines von vier zentralen Themen, die den Tourismus in den nächsten Jahren bewegen dürften, attestiert der aktuelle Hilton Trendreport 2022. Mit Effizienz ist alles gemeint, was die Urlaubsvorbereitung und den Urlaub selbst einfacher macht, digitale Skiticketkäufe ebenso wie digitale Schlüssel, etwa im Skidepot u.v.m. Weiters zentral aus Sicht der Studienautoren: Wellness wird immer ganzheitlicher gesehen und reicht weit über SPA und Fitnessstudio hinaus. Und weiter, die Reisenden wollen bestehende, neue bzw. wiederentdeckte Interessen im Urlaub ausleben. Daher dürfte die Sehnsucht nach besonderen Urlaubserlebnissen größer werden. Und Liebgewonnenes, das man länger nicht erleben oder besuchen konnte, steigt im Stellenwert. Das betrifft Urlaubsorte ebenso wie Freunde und Familie. Abschließend wird optimistisch resümiert: „Der Mehrwert des Reisens ist für die Menschen gleich geblieben bzw. gestiegen.“ *Quelle: Tourismus Trends 2022 by Hilton, Top Hotel, 5.11.2021*

E-PAPER-TIPP

Besucherlenkung, Onlinebuchungen, was im digitalen Marketing Zukunft hat oder Status-quo & Perspektiven der Digitalisierung im Tourismus – das sind vier von zahlreichen interessanten Themen der aktuellen Ausgabe von „Tourismus Digital“. Herausgeber des seit 2018 jährlich veröffentlichten Wissens-Pakets ist der Deutsche Tourismusverband als Sammelbecken deutscher Destinationen.

Alle Ausgaben seit 2018 sind kostenlos downloadbar, einfach QR-Code scannen.

