



netzvitamine

Segment-Analysen

Bewertung, Potenziale und Handlungsempfehlungen

präsentiert von der
netzvitamine GmbH, Benjamin Buhl

im Auftrag von
Graubünden Ferien, Abteilung Research

InnoCircle/ Innotren, Bündner Tourismus, 2019-08-22

DISCLAIMER

Das vorliegende Dokument fällt unter § 2 des Gesetzes über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte. Sämtliche Nutzungsrechte erbrachter Leistungen verbleiben ausschließlich bei der netzvitamine GmbH.

Weitergabe und Vervielfältigung (auch auszugsweise) sind lediglich nach vorheriger schriftlicher Einwilligung der netzvitamine GmbH zulässig. Dies gilt insbesondere für Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen, die zu Layoutzwecken oder als Platzhalter verwendet worden sind.

Deren Wiedergabe, Vervielfältigung oder Veröffentlichung ohne die dafür notwendigen Nutzungsrechte kann Ansprüche des Rechtsinhabers auslösen.



Hintergründe/ Fragestellungen

Schnellelebige Zeit und ständige Innovationen – Technik und Digitalisierung wirken sich immer stärker auf das Reisen aus:

- Wie werden welche **Generationsen** davon in Kommunikation und Reiseverhalten beeinflusst?
- In welchem Zusammenhang stehen die **Megatrends** zu den Generationen?
- Welche **Potenziale** der "neuen Welt" bieten sich dem Bündner Tourismus?

→ **Welche Segmente lassen sich mit Blick auf die natürlichen und strategischen Aspekte des Kantons Graubünden daraus identifizieren?**

Inhalte

- Einordnung/ Vergleich Generationen
- Megatrends
- Erarbeitung Segmente & Potenziale
- Bewertung & Ausblick

Facts

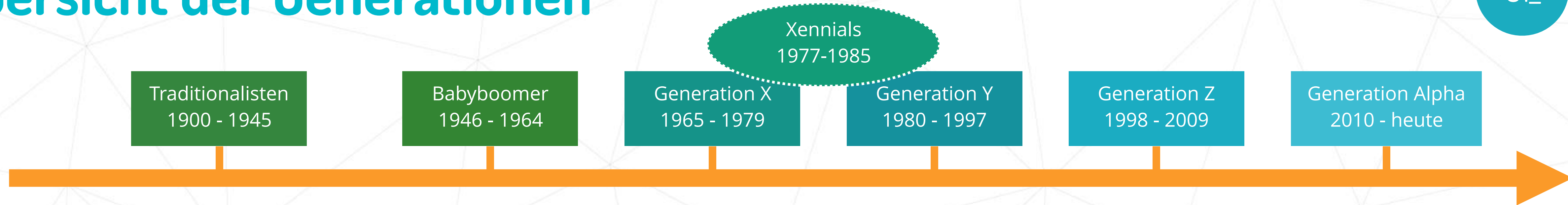
- 48 Seiten
- Veröffentlichung im April 2019
- Auftraggeber: Graubünden Ferien
- Durchführung: netzvitamine GmbH



Grundlagen



Übersicht der Generationen



Alternative Bezeichnungen	Silent Generation	Wohlstands-Generation	Generation Golf	Millenials/ Generation Why	Generation YouTube/ Always-On Generation	---
Ziel	Eigenheim	Jobsicherheit	Work-Life-Balance	Freiheit & Flexibilität	Sicherheit & Stabilität	Wirtschaftliche Sicherheit
Haltung zu Technologie	Kaum Interesse an neuen Technologien	Erste IT-Erfahrungen	Digital Immigrants	Digital Natives	Technoholics	Technik als selbstverständliche Grundlage
Hauptmedium Kommunikation	Face-to-Face, Brief	Face-to-Face, Telefon & Fax	WhatsApp & E-Mail (SMS)	Social Media & Messenger (Instagram, Facebook)	Instant- und mobile Messaging (Snapchat, YouTube)	Voice Messaging
Quellen Reiseplanung und -buchung	Reisebüro	Reisebüro & OTA	OTA & Suchmaschinen	Suchmaschinen & Bewertungsportale	Buchungsportale	Planen noch keine Reisen
Reiseverhalten	durchorganisierte Reisen	Erholung & Freizeit	Familie & budgetbewusst	Individualreisen, Badeurlaube	Erholung & Wunsch nach Besonderem	Reisen noch nicht alleine



Was ist ein Megatrend?

02_

**Megatrends sind die
Tiefenströmungen des Wandels.**

**Megatrends verändern die Welt –
langsam, grundlegend und langfristig.**

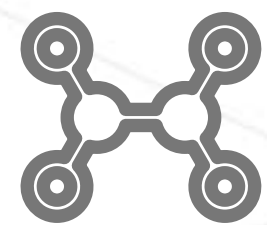


Welche Megatrends gibt es? (1/2)

02_



Urbanisierung: Immer mehr Menschen ziehen in die Städte – ein Ende dieses weltweiten Trends ist nicht abzusehen. Es entstehen *neue Strukturen, Branchen, Sektoren, Konzepte*.



Konnektivität: Die zunehmende globale Vernetzung führt zu einem *digitalen Wir-Gefühl* und stärkt Gemeinschaften mit gleichen Ansichten. Jeder kann mit jedem vernetzt sein – die digitale Identität steht im Fokus.



Neo-Ökologie: Klimawandel, Umweltverschmutzung und Flächenversiegelung bewirken zunehmend ein Umdenken in der Bevölkerung und mehr *Engagement für ökologische und soziale Verbesserungen*.



Welche Megatrends gibt es? (2/2)



Individualisierung: Der Prozess, den Freiheitsraum und die Entfaltungsmöglichkeiten für den Einzelnen auszuweiten. Weg von typischer industriegesellschaftlichen Lebensform zu *Selbstbestimmung und Selbstverwirklichung*.



Gesundheit: Sportlich sein ist in. Es geht jedoch nicht darum, Rekorde zu sammeln, sondern um Sportlichkeit als Lebensgefühl. *Achtsamkeit und Lebensqualität* im Fokus.



Mobilität: Der Mobilitätsbedarf wächst, die Vielfalt an Mobilitätsformen steigt. Technische Innovationen und veränderte Bedürfnisse der Menschen werden zum Motor neuer Formen der Fortbewegung: *vernetzt, digital, postfossil und geteilt*.



Segmente & Potenziale



Nachhaltiger Tourismus



- ✓ Reisende achten verstärkt auf grünen Fußabdruck und bevorzugen **nachhaltige Angebote**.
- ✓ Insbesondere bei **jüngeren Generationen** ein relevantes Thema.
- ✓ Nur als **Gemeinschaftsaufgabe** (Politik <> GRF <> DMO <> LT) möglich.



Waldwellness



- ✓ Kann über **Gesundheitsaspekt** verstärkt in den Tourismus vordringen.
- ✓ **Positive Wirkungen** von Waldaufenthalten bestätigt: Waldklima fördert Gesundheit und steigert Wohlbefinden.
- ✓ **Wellnessangebote erweitern** und spezielle Kampagnen zur Profilierung Graubündens starten.



Abenteuerurlaub



- ✓ **Spannende Erlebnisse** mit zumeist physisch oder auch psychisch besonders beanspruchenden Tätigkeiten.
- ✓ Steigerung der Ausprägung von **sanft, anspruchsvoll** (hart) bis hin zu **extremen** Urlaubsangeboten.
- ✓ **Natur** ist im Fokus
→ Graubünden ist optimale Umgebung.



Trailrunning



- ✓ **Laufen in der freien Natur**, abseits von Strassen – verschiedene Weggegebenheiten und unterschiedliche Steigerungen bringen **Abwechslung**.
- ✓ **Nischenprodukt** mit einem Hauch von Abenteuer.
- ✓ **Aktueller Boom**, insbesondere durch entsprechende Kampagnen der Sport- und Outdoor-Industrie.



Staycation



- ✓ Den Urlaub **zu Hause verbringen** und die eigene Heimat entdecken.
- ✓ **80 %** der Schweizerinnen und Schweizer verbringen die Sommerferien im Inland.
- ✓ **GRhome** greift diesen Trend auf und bietet Potenzial
→ Produktmarke stärken und mit konkreten Angeboten kommunizieren.



Ferien mit Hund



Definition & Fakten

- ✓ Urlaubsform, bei der Reisende ihre Haustiere mitnehmen – bevorzugt sind dabei vor allem Ferienhäuser als Unterkunftsart.
- ✓ **40 %** der Ferienhaus-Urlauber besitzen ein Haustier, davon nehmen es **34,4 %** immer mit in den Urlaub.
- ✓ Gäste mit Hund suchen guten & hochwertigen Urlaub **außerhalb der Hauptsaison** → Potenzial für auslastungsschwache Zeiten.



Graubünden Ferien

Ableitungen & Handlungsempfehlungen

- ✓ Grundsätzliche **Willkommenskultur und Offenheit** gegenüber Vierbeinern fördern. Hundebereiche ausweisen bzw. einrichten.
- ✓ Über mögliche **Einschränkungen und Regulären** informieren.

Durchschnittliche Warenkörbe bei
7 Tagen Reisedauer:

CHF 763.– (ohne Hund)

CHF 811.– (mit Hund)

→ Größere Unterkünfte für ausreichend Platz



Tiny Houses

Definition & Fakten

- ✓ Tiny Houses sind **Mini-Häuser** mit oftmals beeindruckender, funktionaler Ausstattung - sie stehen oft **im Wald oder am See**.
- ✓ Trends wie **Nachhaltigkeit, Downsizing oder Konsum-Unabhängigkeit** sind Nachfrageauslöser.
- ✓ Interessanter Trend für **ländlichen Raum**: Abenteuer-Faktor, Kosten-Sensibilität und Interesse an Naturerlebnissen sowie Camping/ Glamping wird angesprochen.

Ableitungen & Handlungsempfehlungen

- ✓ Ideen, Potenziale, Beispiele und Herangehensweisen in den Köpfen potenzieller Anbieter platzieren und unterstützen.
- ✓ Kleine eigene "Ferienparks" prüfen insbesondere an landschaftlich besonderen Orten.



Graubünden Ferien

Die **Antwort** auf
den Wunsch nach Downsizing.

Die **Sehnsucht**
sich der Gesellschaft zu entziehen.

Ein Ort, beschränkt auf das **Nötigste**,
fernab von allem Überfluss.



Zusammenfassung



Einordnung aller identifizierten Segmente



4 Tipps

SYNERGIEN ERKENNEN

→ gemeinsam geht vieles leichter - insbesondere Einheimische sind gute Multiplikatoren & Ideengeber.

MITSCHWIMMEN UND POTENZIALE NUTZEN

→ den Anschluss nicht verpassen - die Chancen von großen Nachfrage-Segmenten nutzen.

NACHHALTIGKEIT SEIN

→ kein kurzfristiger Trend sondern langfristiger Lebensstilwandel in vielen Generationen.

MUTIG BLEIBEN

→ ausprobieren, Chancen erkennen statt Risiken zu suchen. Offen bleiben für Neues.

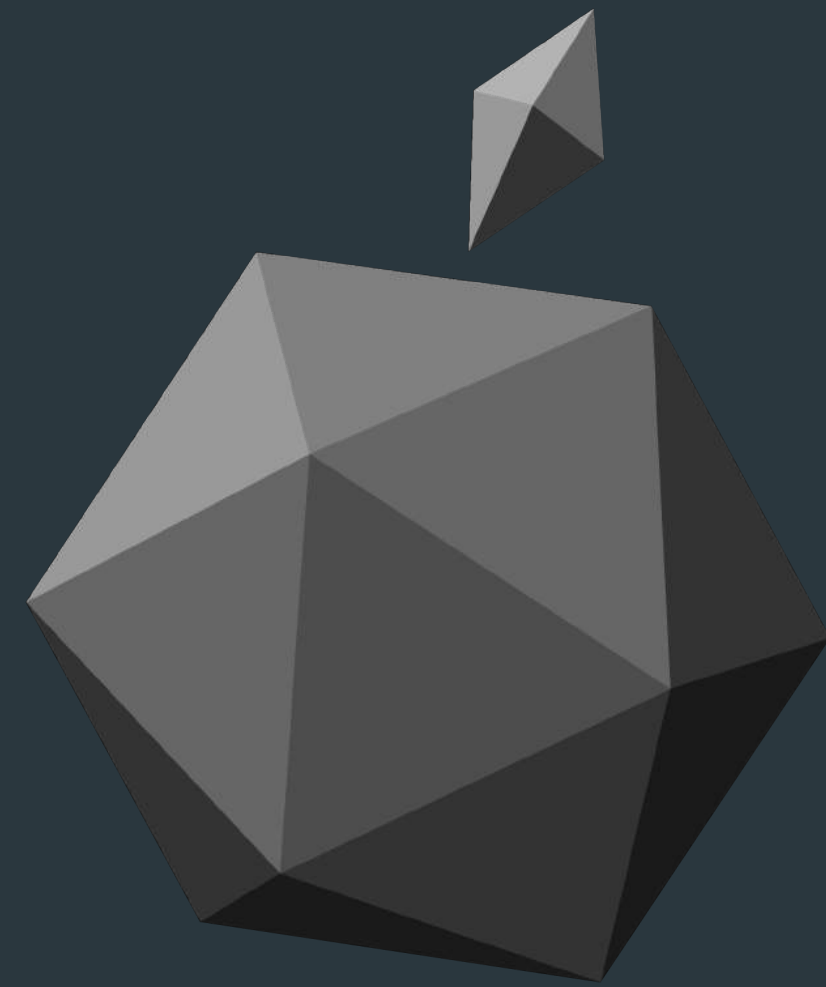


Zum Mitnehmen



Die ausführliche Segmentanalyse zum Download unter:
www.graubuenden.ch/kompetenzstelle-segmente





NETZVITAMINE GMBH

Sillemstraße 60a | 20257 Hamburg

+49 40 401979-59 | nord@netzvitamine.de

Elsa-Brandström-Straße 3a | 87527 Sonthofen

+49 8321 61792-0 | sued@netzvitamine.de

VITAMINSCHUB

*Frische Vitamine aus dem
Netz - von uns
& ausgewählten,
exquisiten Kanälen.*

Anmelden unter:
www.netzvitamine.de

BESUCHEN SIE UNS



Wir sind zertifiziert

Lust auf mehr?

WIR SIND ARCHITEKTEN FÜR DIGITALE PROJEKTE UND PROZESSE IM TOURISMUS.

netzvitamine ist spezialisiert auf die strategische Unternehmensberatung und Entwicklung von Erfolgsfaktoren im eCommerce und der Online-Kommunikation.



Leistungen der netzvitamine GmbH

Wir sind Ihr Wegbegleiter und Gefährte, Ideengeber und Steuermann.

Wir sind Schnittstelle zwischen Ihnen als Auftraggeber und den umsetzenden Dienstleistern. Wir begleiten Sie bei der Strategieentwicklung und Konzeption, erstellen Planungsvorgaben und koordinieren die Umsetzung bis zur Abnahme.

Als Manufaktur arbeiten wir stets: "Wie für uns selbst!"

