

52 KINDERMARKETING

Freizeit und Urlaub 2018: *Explore Nature* und *Tech 2 Play* als große Trends

Wenn es um Freizeit- und Feriengestaltung für Kinder und Familien geht, ist die Spielwarenmesse in Nürnberg *das* Trend-Barometer schlechthin. Spielzeug beeinflusst maßgeblich die Erlebniswelten von Kindern und zeichnet langfristige Tendenzen vor. *kids & fun consulting* war für die ISR auf der Spielwarenmesse 2018 und hat einige Neuigkeiten, die für den Berg-Tourismus relevant sind, genauer unter die Lupe genommen.



Mag. Ursula WEIXLBAUMER-NORZ,
Expertin für Kinder- und Familienmarketing
kids&funconsulting

SCHON DIE ERGEBNISSE einer großangelegten Studie aus Deutschland (BMWi-Zukunftsprojekt *Kinder- und Jugendtourismus in Deutschland*, 2014) gaben erstaunliche Einblicke: *Natur beobachten* rangiert unter den Top-Reisemotiven der 3- bis 13-jährigen Kinder. In einer Zeit, in der man Internetspiele und YouTube als Hauptinteressen von Kindern vermutet, mag diese Erkenntnis überraschen. Aber selbst wenn Kinder heute mehr Zeit vor Computer, Smartphone und Tablet-PC verbringen, interessieren sie sich nach wie vor für die „echte“ Welt rund um sie herum. Naturthemen – spannend und altersgerecht verpackt – haben trotz Digitalisierung nichts an Attraktivität eingebüßt. *Explore Nature* steht in der Beliebtheitsskala von Freizeit- und Ferienaktivitäten nach wie vor weit oben und hat sich auch bei Spielwaren zum absoluten Trend entwickelt.

VON DER SPIELZEUGINDUSTRIE LERNEN

Allerdings muss das Naturerlebnis richtig „cool“ verpackt sein. Hier kann die Tourismusbranche wunderbar von der Spielzeugindustrie lernen. Diese macht vor, wie Kinder altersgerecht dazu animiert werden, die Natur (wieder) zu entdecken und mit allen Sinnen zu erfahren. Alters- bzw. kindgerecht bedeutet: aus der Erlebniswelt des Kindes entstehend, den Interessen des Kindes folgend und, wenn nötig, mit Charakteren und Identifikationsfiguren des Kindes angereichert.

Dies darf auch bedeuten, dass das Smartphone oder ein Online-Tool die Naturbeobachtung unterstützt. Schließlich erwarten sich Kinder (und deren Eltern) heutzutage mehr Informationen, als der Wald alleine geben kann. Begrüßen Sie diesen Trend! Er gibt Ihnen die Möglichkeit, mit Ihren Gästen enger in Kontakt zu treten und die Kinder zu kleinen „Experten der Berge“ auszubilden.

AUS KINDERSICHT DIE NATUR VERMITTELN

Was sind denn nun sinnvolle Tools und Spielzeuge, die den Trend zu *Explore Nature* verantwortungsvoll unterstützen? Bei der Nürnberger Spielwarenmesse sind mir folgende Spielzeuge ins Auge gefallen:

- *My Fairy Garden* zeigt, wie Natur und kindliche Spiel- dynamik ideal miteinander verbunden werden können. Die Spielesets umfassen Einhörner, Feen und Grassamen. Die Kinder können hier ihren eigenen Feengarten wachsen lassen und dem Einhorn Gras zu fressen geben.
- Ein altersadäquates Zubehör für phantasievolle Rollenspiele unterstützt Kinder beim Entdecken und Erforschen der Natur. So bieten etwa die Marken Spie- gelburg, Tessloff und Moses spannende Kompass- e, Ferngläser, Vergrößerungsgläser, Insektenboxen und Schmetterlingshäuser.
- *Schnitzmit* ist eine kleine, mobile Werkbank von *Schnitzkrake*, die zu einer Tasche mit Etui für Messer und Äste eingeklappt werden kann. Damit können Kinder ihre Geschicklichkeit und Kreativität unter Beweisstellen.

Fazit: Es braucht nicht viel, um Kinder von der Natur zu begeistern. Es muss aber kindgerecht passieren – mit spannenden Figuren, geeigneten Spieldynamiken, Rollenspielen oder körperlichen Herausforderungen.

TECH 2 PLAY ODER DIE NATÜRLICHE DIGITALISIERUNG

Wie werden Kinder, die mit acht oder zehn Jahren schon Roboter zusammenbauen können, in 3D-Welten surfen oder virtuell mühelos elektronische Lerninhalte aus dem Internet herunterladen, unser künftiges Lebens- umfeld gestalten und weiterentwickeln? Auch hier kann die Spielwarenbranche schon heute Einblicke in

FOTO: BEREITGESTELLT

KINDERMARKETING 53

die Welt von morgen geben. Virtual Reality bzw. Augmented Reality machen Spielzeug durch die Verbindung mit mobilen Applikationen vielseitig erlebbar und erweitern es um völlig neue Dimensionen. Elektronisches Spielzeug mit edukativen Inhalten fördert Kinder auf spielerische Art und Weise bei Schul- und Interesthemen. Was früher der gute alte Chemiebaukasten war, ist heute ein Bausatz zum Erlernen einer Programmiersprache.

EINFACHE APPS FÜR EIN STARKES ERLEBNIS

Der Tourismus kann und muss sich mit dieser Entwicklung auseinandersetzen, um in Sachen Digitalisierung auch weiterhin die kleinen und jungen Gäste zu begeistern. Gerade in Kombination mit dem Trend *Explore Nature* zeigt sich das Potenzial dieser neuen Tech-Welt, denn schon einfache Applikationen können das Naturerlebnis steigern. Ältere Kinder (ab acht Jahren) sind „Wissenssammler“. Je mehr kindgerechte Informationen und Tipps Sie zu einem Naturerlebnis liefern können, desto besser.

Auf der Nürnberger Spielwarenmesse habe ich folgenden Spielzeuge entdeckt, die die analoge und digitale Welt optimal miteinander verbinden:

- **Robotics**-Spielzeug gibt es bereits von vielen Herstellern in geeigneter Qualität. Damit lernen Kinder, kleine Roboter für spielerische Anwendungen zu programmieren.
- **Augmented Reality** ist fast schon ein alter Hut – es scheint, jedes Ausmalbild hat schon eine App, um mit dem ausgemalten Auto einen Runde in der Küche fahren zu können (am Smartphone).
- Analoge und digitale Welt werden optimal in sogenannten **Hybrid Games** kombiniert. Sie verbinden den Spaß klassischer Spiele mit der modernen Technik von Apps. Beim Brettspiel *Interaction* von *Rudy Games*, das zusammen mit Freunden nicht nur direkt vor Ort, sondern verteilt über die ganze Welt gespielt werden kann, sind Aufgaben aus den Bereichen Wissen, Kreativität, Action und soziales Verhalten zu lösen. Die zugehörige App lernt mit. Somit passt sich das Spiel automatisch dem Spielort, dem Alter und den persönlichen Interessen eines jeden Spielers an.

FOTO: ALEX SCHELEERT



Wenn es um Freizeit- und Feriengestaltung für Kinder und Familien geht, ist die Spielwarenmesse in Nürnberg das Trend-Barometer schlechthin.

Und wie können Sie nun am besten die Trends *Explore Nature* und *Tech 2 Play* für Ihr touristisches Angebot nützen? Hier ein paar Tipps:

- Sehen Sie diese beiden Trends als die zwei Seiten derselben Medaille. Je mehr Sie sie kombinieren, desto erfolgreicher wird Ihr Angebot sein. Werden Sie „hybrid“!
- Informieren Sie sich über die Erlebniswelten von Kindern. Bringen Sie in Erfahrung, was Kinder interessiert und wie sie ticken.
- Informieren Sie sich in anderen Branchen, die erfolgreich auf diese Trends aufgesprungen sind. Die Spielwarenbranche ist ein guter Indikator.
- Leben Sie die Devise „Smartphone und Natur“. Die beiden Aspekte als Gegenpole einer Achse darzustellen, liegt nicht im Erlebnis der Kinder 2018.

In der nächsten Ausgabe der ISR erfahren Sie mehr zur Bedeutung der Trends *Just for Fun* und *Team Spirit* im Familien- und Kindermarketing.

Ursula Weixlbaumer-Norz

die Seilbahnplaner mit Kompetenz

Gaugelhofer & Ganyecz
Seilbahnplanungs GmbH

Ihr Partner vom ersten Gespräch bis zur Fertigstellung Ihres Seilbahnprojektes.



■ Projektierung



■ Planung



■ Umsetzung

Gaugelhofer & Ganyecz
Seilbahnplanungs GmbH
Lerchenstraße 33, A-6922 Wolfurt

tel: +43 (0) 55 74/7 62 66
fax: +43 (0) 55 74/7 62 66-7
eMail: office@seilbahnplanung.at
www.seilbahnplanung.at

ideenspinner.com