

Der nächste Sommer kommt bestimmt!



Was Sie deshalb jetzt schon für Kinder und Familien planen sollten

Mag. Ursula Weixlbaumer-Norz,
Expertin für Kinder- und Familienmarketing
kids&fun consulting



ZUM KONGRESS FAMILIEN BEGEISTERN am 1. und 2. Oktober trafen sich viele Expertinnen und Experten für Kinder- und Familienmarketing in Wien (siehe auch S. 44). Besprochen wurden die neuesten Trends für diese spezielle Zielgruppe, und alle Experten waren sich einig: Die Coronakrise hat wie ein Turbo gewirkt und die nächsten fünf Jahre gleich vorweggenommen. Insbesondere vier Trends werden uns mittel- bis langfristig begleiten.

Trend Nr. 1: Die Coronakrise hat eine große Sehnsucht nach Familie und Familiennähe ausgelöst – sowohl bei den Eltern als auch bei den Kindern. Im Urlaub und auf Ausflügen will die Familie etwas gemeinsam unternehmen und erleben. Dazu müssen geeignete Angebote geschaffen werden.

Trend Nr. 2: Eltern werden eine stärkere Beeinflussung ihrer Kaufentscheidung durch die Kinder sehen. Kinder haben mit der Coronakrise zum ersten Mal einen kompletten Zyklus einer Online-Bestellung miterlebt. Sie haben den Eltern über die Schulter geschaut und mitbestimmt, was gekauft wird. Sie haben erlebt, wie und wann die bestellten Produkte geliefert werden. Waren bisher bestimmte Angebotsgruppen – zum Beispiel Urlaubsangebote – mit bis zu 60 % von den Kindern mitbestimmt, werden wir diese Werte in der Post-Corona-Zeit nochmals steigen sehen. Die Kinder haben enormen Einfluss auf die Kaufentscheidungen in der Familie. Sie informieren sich auch schon ab einem Alter von zehn Jahren aktiv über den nächsten Urlaub auf der Webseite des Hotels oder des Urlaubsorts und

wollen altersadäquate Angebote und Erlebnisse auf der Webseite und in den sozialen Medien sehen.

Trend Nr. 3: Die Coronakrise hat „neue Helden“ hervorgebracht, die plötzlich ins Licht der Öffentlichkeit treten: ÄrztInnen, KrankenpflegerInnen, sogenannte SystemerhalterInnen und Bauern. Sie alle haben in der Krise einen ganz neuen Stellenwert bekommen. Viele Unternehmen werben verstärkt mit diesen Werten. Kombiniert mit den Herausforderungen der Klimakrise erreichen diese Bemühungen den Kindermarkt. Besonders Kinder ab zehn Jahren interessieren sich bereits für solche Themen.

Trend Nr. 4: Kinder haben in der Coronakrise plötzlich viel mehr Zeit vor dem Bildschirm verbracht. Studien gehen von einer Steigerung der täglichen Bildschirmzeit um rund 50 % aus. Fernsehen ist wieder zum „Kaminfeuer“ für Familien geworden, man versammelt sich abends vor dem TV-Schirm, und auch Kinderfernsehen hat wieder an Stellenwert gewonnen. Für Kinder sind Tablets und Smartphones völlig normal und aus ihrem Leben nicht mehr wegzudenken. Sie wachsen mit dieser Technologie auf – in Zeiten von *home schooling* mehr denn je. Eltern achten auf edukative Inhalte, da sie einerseits den Bildschirm als Mittel zum Zweck der Kinderunterhaltung nutzen, aber auch die Kinder „gut betreut“ sehen wollen. Wissenssendungen im Fernsehen und auf YouTube sind „in“ wie selten zuvor.

RECHTZEITIGE PLANUNG IST HALBE MIETE

Wie können Sie nun im Tourismus diese Trends nutzen und jetzt schon für den nächsten Sommer bzw. künftige Saisonen vorplanen? An welche Investitionen sollten Sie jetzt schon denken? Hier einige Tipps:

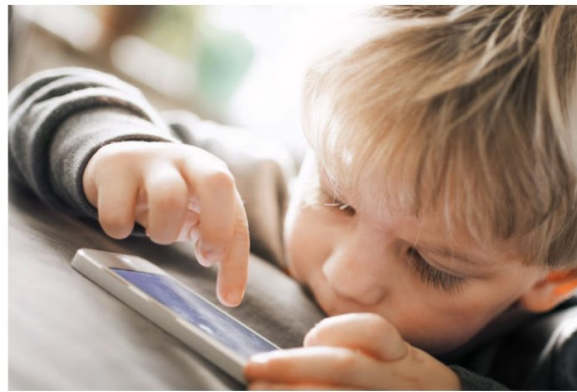
- **Denken Sie in gemeinsamen Familienerlebnissen.** Erlebniswege sind nur ein Mittel zum Ziel. Besonders gefragt sind Rätselrallyes oder „Quests“, bei denen man sein Wissen, Geschick und körperlichen Einsatz einbringt, um gemeinsam an ein Ziel zu kommen. Wichtig dabei ist, dass alle Zielgruppen mit Bedacht auf ihre Möglichkeiten angesprochen werden. Es soll also Rätsel geben, die die Eltern, aber auch die kleinen Kinder interessieren. Beson-

ders attraktiv sind Rätselrallyes für die Zielgruppe der 8- bis 14-Jährigen. Arbeiten Sie unbedingt in der Konzeption mit einem Spezialisten zusammen. Solche Rallyes müssen Spaß machen, sollten aber auch wirklich fordernd sein.

- **„Mama, da müssen wir hin!“** Da Kinder immer stärker die Urlaubsentscheidung der Eltern beeinflussen, stellen Sie sicher, dass die Kinder auch online von Ihnen gut abgeholt werden. Überprüfen Sie Ihre Webseite, Ihren Instagram-Account oder Ihren YouTube-Kanal, ob Sie hier auf Erlebnisse für diese Zielgruppe eingehen und sie auch zielgruppenspezifisch darstellen. Von eigenen Kinderwebseiten rate ich ab. Es sollten vielmehr Inhalte, die speziell für Kinder ab zehn Jahren interessant sind, auf den zuvor genannten Kanälen gepostet werden. Facebook ist für diese Zielgruppe als Kommunikationsmedium kein Thema!
- **Haben Sie „neue Helden“ in Ihrem Betrieb?** Wer sind die SystemerhalterInnen in Ihrem Haus? Wer die NachhaltigkeitsexpertInnen? Wer kann spannende Einblicke in seine/ihre Arbeit geben? Holen Sie diese Personen vor den Vorhang. Gestalten Sie Erlebnisse, die hier deren Engagement zeigen. Mit einer zielgruppenadäquaten Ansprache lassen sich viele Berufe oder vorher vielleicht nicht so beachtete Tätigkeiten für Kinder interessant machen. Auch Social Media bieten sich hier sehr gut als Kommunikationsmedien an. Kochen ist übrigens in der Coronakrise ein sehr großes Thema gewesen und wirkt immer noch stark nach – hier kann man mit Rezepten und Kochtipps auf alle Fälle bei Familien punkten.
- **Kinder kennen sich aus:** In ihrer Welt gibt es idealerweise fantastische Maskottchen mit durchdachten, strukturierten Herkunftsgeschichten und altersgerechten Geschichten in multimedialen Welten, die sowohl in virtuellen als auch in realen Räumen stattfinden. Alles ist möglich, alles kann erdacht werden, nichts ist verboten, die Fantasie ist grenzenlos.
- **„Pokémon GO“ war erst der Anfang!** Apps, virtuelle Welten, *augmented reality* und Erlebnisse, die zwischen der echten Welt und der virtuellen Welt hin- und herpendeln, sind im Kommen und werden unser Tourismusverhalten verändern.

WISSEN RICHTIG VERMITTELN

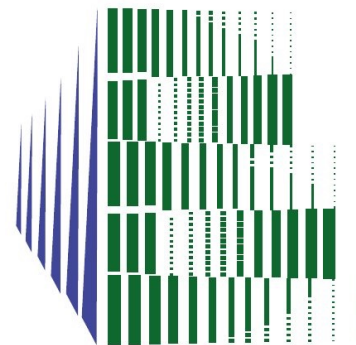
Teile der Tourismusbranche sind immer noch beseelt von dem Gedanken, Kinder von ihren Computern, Mobiltelefonen und TV-Geräten weg in die „reale“ Welt zu locken. Darauf bauen viele Konzepte auf, und so werden immer noch Erlebnisse für Kinder gestaltet. Doch nichts könnte ferner der Realität dieser Kinder sein. Die Welt der Kinder ist eine andere, als wir es glauben. Ihre Vorstellungen von dem, was *real* und was *virtuell* ist, verschwimmen zunehmend – ja sogar schon die Unterscheidung in diese zwei „Welten“ wird mit einem ver-



ständnislosen Kopfschütteln quittiert.

Setzen Sie auf Wissen! Wissensvermittlung hat sich in den letzten 30 Jahren massiv geändert. Lange erklärende Texte sind nicht mehr zeitgemäß. Wenn Sie Wissen vermitteln wollen (und das ist grundsätzlich ein gute Idee, denn Kinder sind wissbegierig, und Eltern werden Ihnen danken), informieren Sie sich, wie Wissen heutzutage vermittelt wird: interaktiv, in kleinen Häppchen, mit großen Sensationen, das Wichtigste zuerst, virtuell unterstützt.

Ursula Weixelbaumer-Norz



INGENIEURBÜRO BRANDNER

STAATL. BEF. U. BEEID. ZIVILINGENIEUR FÜR BAUWESEN
A-6020 INNSBRUCK | KARL-SCHÖNHERR-STRASSE 8
WWW.IB-BRANDNER.COM | OFFICE@IB-BRANDNER.COM

PLANUNG – GEOTECHNIK – BAULEITUNG

SEILBAHNEN UND LIFTE
TRAGWERKSPLANUNG

PROJEKTMANAGEMENT
§20 PERSON NACH SEILBG 2003