

Kinder entscheiden, wohin die Familie auf Urlaub fährt!



Der nächste Familienurlaub steht vor der Tür. Wohin soll es diesmal gehen? Ans Meer? In die Berge? Auf den Bauernhof? In eine hippe, coole Stadt? Wohin auch immer – in jedem Fall haben die Kinder eine ganze Menge bei der Urlaubsentscheidung der Familie mitzureden. Das zeigt die neue Studie von Familien INSIGHTS.

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

FÜR DIE VORLIEGENDE REPRÄSENTATIVE UNTERSUCHUNG wurden 500 Kinder zwischen 10 und 14 Jahren (Angehörige der „Generation Z“) aus ganz Österreich face-to-face und über einen Online-Fragebogen im Zeitraum Jänner 2017 zu folgenden Themen befragt:

- Wie kommen die Kinder zu ihren Urlaubs-Entscheidungen?
- Wo holen sie Informationen über den Urlaub ein?
- Von wem werden sie selbst beeinflusst, um Urlaubsentscheidungen zu treffen?
- Gibt es Unterschiede zwischen den Altersgruppen?
- Beeinflusst Migrationshintergrund diese Dynamik?

Die Ergebnisse wurden nach Altersgruppen (10- bis 12-Jährige, 13- bis 14-Jährige) und nach Herkunft (mit/ohne Migrationshintergrund) gegliedert.

Aus Voruntersuchungen von Familien INSIGHTS wissen wir, dass insbesondere die 10- bis 14-Jährigen die Urlaubsentscheidungen in der Familie maßgeblich beeinflussen. Und das ist gut so. Schließlich soll sich die ganze Familie „in der schönsten Zeit des Jahres“ wohlfühlen und miteinander Spaß haben.

Die nun aktuell vorliegende Untersuchung hat ergeben, dass mehr als zwei Drittel der Kinder ihre Meinung bei der Urlaubsentscheidung der Familie als sehr

wichtig oder wichtig einstufen. Ebenfalls zwei Drittel der Kinder geben an, dass sie aktiv von ihren Eltern gefragt werden, wo sie den nächsten Urlaub verbringen möchten. Dieser starke Einfluss ist bei Kindern mit Migrationshintergrund zwar etwas, aber nur unwesentlich geringer. Auch hier bestimmen die Kinder stark mit, wohin die Familie auf Urlaub fährt.

Da die Befragung im Jänner 2017 durchgeführt wurde, war der letzte Urlaub für viele der Befragten der Weihnachtsurlaub oder ein schon länger zurückliegender Sommerurlaub. Dennoch gaben über 50 % der Kinder an, dass der letzte Urlaub ein Urlaub am Meer war; 15 % gaben an, dass es ein Berg-Urlaub war. Es zeigte sich, dass den Kindern die Familiennähe im Urlaub bzw. das gemeinsame Verbringen des Urlaubs mit der Familie wichtig ist. Dies ändert sich auch nicht mit zunehmendem Alter und ist ein für die Generation Z charakteristisches Merkmal.

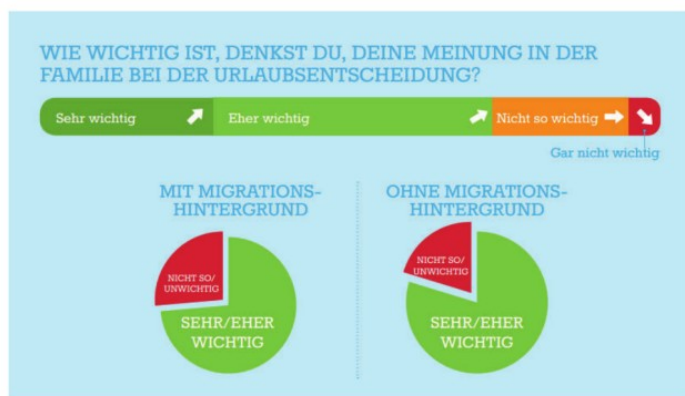
WAS IST KINDERN IM URLAUB WICHTIG?

WAS IST DIR WICHTIG IM URLAUB?



Alle Altersgruppen haben das Kriterium „Familiennähe“ hoch bewertet, ebenso das Kriterium „Natur“, das in allen Altersgruppen gleichbleibend stark bewertet wird. Das Kriterium „Spaß/Party“ wird mit zunehmendem Alter wichtiger, ebenso das Kriterium „Entspannung“, welches mit steigendem Alter mehr und mehr in der Erwachsenenlogik besetzt wird.

FOTOS: BEIGESTELLT, PRIVAT



WIE INFORMIEREN SICH KINDER ÜBER DEN NÄCHSTEN URLAUB?

Kinder aller Altersgruppen informieren sich bereits vor der Buchung über den Urlaub. Informationsquelle Nummer 1 sind die Eltern, gefolgt von Internetseiten des Urlaubsortes oder des Hotels. Besonders wichtig sind den Kindern Bilder. Sie möchten sehen, wie der Urlaubsort bzw. das Hotel aussieht. Ebenfalls wichtig sind Bewertungen über die Urlaubsdestination bzw. das Hotel. Diese müssen übrigens nicht von Personen ihres Alters stammen.

WANN INFORMIERST DU DICH ÜBER DEN NÄCHSTEN URLAUB?

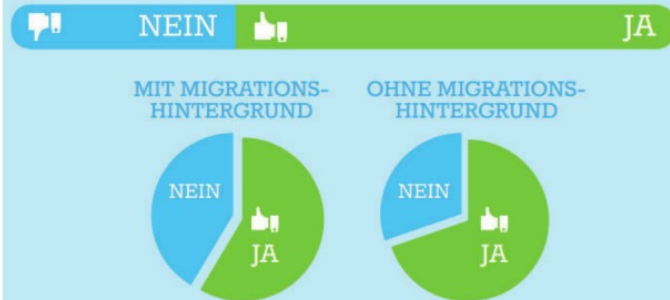
Das ganze Jahr über

Vor der Urlaubsbuchung

Nach der Urlaubsbuchung



INFORMIERST DU DICH ÜBER DEN NÄCHSTEN URLAUB?



TIPPS UND EMPFEHLUNGEN FÜR DIE TOURISMUSBRANCHE

- Empfehlungen spielen eine große Rolle. Unterstützen Sie die Empfehlungskultur Ihrer jungen Gäste und überlegen Sie, welche Erlebnisse Sie im Schulhof weitererzählt haben wollen.
- Für die Informationssuche spielt Internet bei älteren Kindern eine große Rolle. Sind Ihre Online-Inhalte kindgerecht aufgearbeitet? Unterstützen Sie die gemeinsame Online-Suche von Familien? Unter-

AEBI

SCHMIDT

Brands of **ASH**

RANGE

Besuchen Sie uns
auf der Interalp
26. bis 28. April 2017
Innsbruck
B1 / C105- C109

PERFORMANCE ACROSS YOUR BUSINESS

Wir lieben Schnee. Und wir lieben Performance. Genau wie Sie!

Multifunktionale Fahrzeuge und Geräte für Anwendungen rund ums Jahr gesucht? Lernen Sie unsere neue X-Range kennen.

Aebi TT XR

Skipisten (Rennpisten), Langlaufloipen oder Wanderwege präparieren, Schnee räumen, Schnee fräsen, transportieren, Berghänge mulchen, Grünflächen oder Sportplätze mähen, kehren uvm.

Aebi VT450 Vario XR

Langlaufloipen oder Wanderwege präparieren, Schnee räumen, Schnee fräsen, transportieren, mähen uvm.

Aebi EC170 XR

Skipisten präparieren, Schnee räumen, Schnee fräsen, Berghänge mulchen, Grünflächen oder Sportplätze mähen, kehren, Laub beseitigen uvm.

Schmidt Supra XR

Schnee fräsen und Schnee räumen von (Pass)Strassen, Parkplätzen etc.

www.cross-range.com

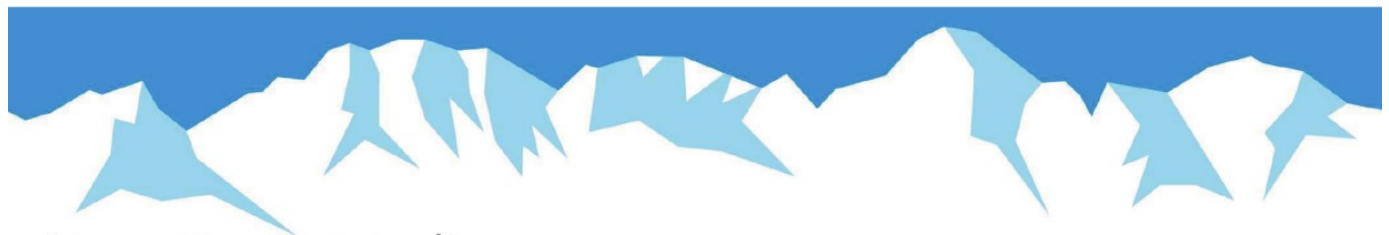
schätzen Sie Kinder nicht: Diese wollen genau wissen, was man im Urlaub machen kann und welche Erlebnisse dort auf sie warten. Sie sollten also eine „familiengerechte Informationsseite“ bereitstellen, die auf die Bedürfnisse der jungen (Mit-)Entscheider eingeht.

- Die Bewertung der gesammelten Informationen erfolgt in der Familie – hier wird diskutiert und besprochen. Welche Instrumente können Sie Kindern an die Hand geben, um ihre Argumente zu untermauern?
- Im Urlaub selbst wartet unglaubliches Marketingpotenzial auf Sie! Nutzen Sie es, um die jungen Gäste zu Stammgästen zu machen! Gestalten Sie zum Beispiel Prospekte, die die Urlaubsdestination für Kinder erklären und nach der Buchung zugeschickt werden. Gleiches gilt für Erlebnismagazine und kindgerechte Hotelfolder. Aber auch Erklärungen zu Wissenswerten an der Destination sind wichtig. Sie lassen die Kinder zu kleinen „Experten“ werden, die ihr Wissen an die Eltern weitergeben können.
- Themen, die die Natur betreffen, sind wieder „in“. Aber erkennen Sie auch, dass für die heutige Jugend „real“ und „virtuell“ zunehmend verschwimmen. Sehen Sie die Welt mit Kinderaugen: Sie ist eine Welt, in der alles möglich ist, in der sich Phantasie

und unbändige Lernbereitschaft in realen und virtuellen Räumen treffen. Denken Sie alle Möglichkeiten an und erkennen Sie, dass zusätzliche virtuelle Angebote Kinder und Familien begeistern werden und Ihrem touristischen Angebot einen Wettbewerbsvorteil verschaffen.

Ursula Weixlbaumer-Norz

Die Befragung wurde von kids & fun consulting konzipiert, inhaltlich betreut und ausgewertet und bei der Durchführung der Interviews von Schülern der Handelsakademie Baden/NÖ unterstützt. Die komplette Kurzstudie zu Urlaubsentscheidungen in Familien sowie weitere Informationen zu Familien-Marketing bekommen Sie hier: office@kidsandfunconsulting.com



Neue Gesamtstudie:

Bergbahnen wohin? – 2025

grischconsulta
wegweisend

Ein Must-Read! für Entscheider und Führungskräfte von Bergbahnen und alpinen Destinationen

Teil 1 (Modul 1)

Trendreport - Zielgruppen und Märkte

Beleuchtung der relevanten Marktbewegungen und Megatrends für die Bergbahnbranche und Wintersport-Destinationen. Eine ausführliche Beschreibung der Dynamik in der Gästestruktur. Potentiale, Bedürfnisse und Motive geographischer Stamm- und neuer Märkte. Analyse spezieller Cluster wie Familien, Generation Z, Migranten, Senioren oder Preissensitive.

56 Seiten, zzgl. Markt Fact Sheets und Anhänge
© grischconsulta 2016

Teil 2 (Modul 2)

Entwicklungspfade für Bergbahnen und alpine Destinationen mit Werkzeugkasten für neue Angebote und Service Design

Handbuch zur Unterstützung des Wissenstransfer aus Modul 1 und zur effektiven Umsetzung der Ergebnisse und Erkenntnisse für das eigene Unternehmen oder die eigene Destination. Systematische Antworten und praxisorientierte Handlungsempfehlungen entlang der «Service Design» Kette.

82 Seiten, inkl. Anwendungskatalog
© grischconsulta 2017

Jetzt erhältlich – www.grischconsulta.ch – Telefon +41 (0)81 354 9800