



DIE KINDER- UND FAMILIENORIENTIERTEN 14 %

INVENT

Innovative
Vermarktungskonzepte
nachhaltiger
Tourismusangebote

invent-tourismus.de

Seite 1

Oktober 2004



DIE KINDER- UND FAMILIENORIENTIERTEN SOZIODEMOGRAFIE UND LEBENSSTIL

- Etwa zwei Drittel sind **Frauen**
- Altersschwerpunkt: 30-49 Jährige
- Meist verheiratet, bei 3/4 leben **Kinder** unter 18 Jahre im Haushalt
- Teilzeit Beschäftigte und Hausfrauen sind überrepräsentiert
- **Mittlere bis höhere Haushaltseinkommen**

- ➔ **Hohe Bedeutung von Familienwerten:
Familie und Kinder bilden den Mittelpunkt des Lebens**
- ➔ **Heftig abgelehnt werden egoistische Einstellungen**
- ➔ **Oft Stress und Überforderung**



DIE KINDER- UND FAMILIENORIENTIERTEN REISEORIENTIERUNGEN UND URLAUBSARTEN

- Bei der Auswahl der Urlaubsziele ist Familien- und Kinderfreundlichkeit am wichtigsten
- Wunsch nach Entlastung, Entpflichtung und „Faulsein“
- ... auch durch spezielle Angebote für Kinder
- Sehr hohe Bedeutung: Die Sicherheit des Reiseziels und Gepflegtheit der Unterkunft
- Lust auf Sommer, Sonne, Strand

➔ **Klare Urlaubsfavoriten: Badeurlaub und Erholungsreisen**

INVENT

Innovative
Vermarktungskonzepte
nachhaltiger
Tourismusangebote

invent-tourismus.de

Seite 3

Oktober 2004

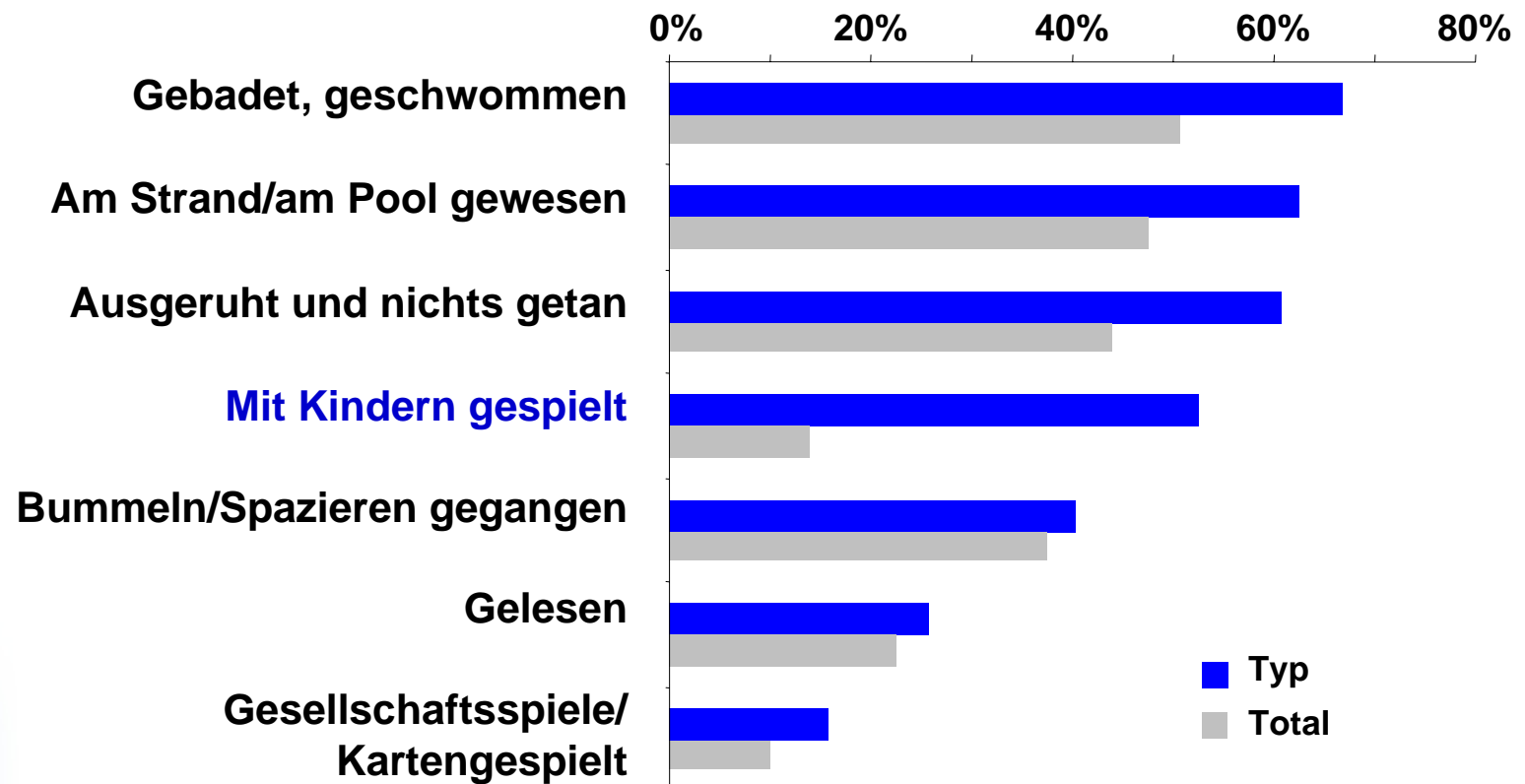


DIE KINDER- UND FAMILIENORIENTIERTEN ZITATE AUS DER QUALITATIVEN PHASE

- *„Wir fahren gerne an den Strand und mieten da Ferienhäuser... Es muss ein Wetter sein, bei dem man was tun kann... Normalerweise animieren wir uns selbst.“ (Systemprogrammierer, 48 Jahre, 1 Kind)*
- *„Man hat was Festes, Sicheres und doch Freiheiten... Es sollte abwechslungsreich sein.“
(Zahnarzthelferin, 35 Jahre, 2 Kinder)*



DIE KINDER- UND FAMILIENORIENTIERTEN AUSGEWÄHLTE URLAUBSAKTIVITÄTEN



Antwort: „Häufig“



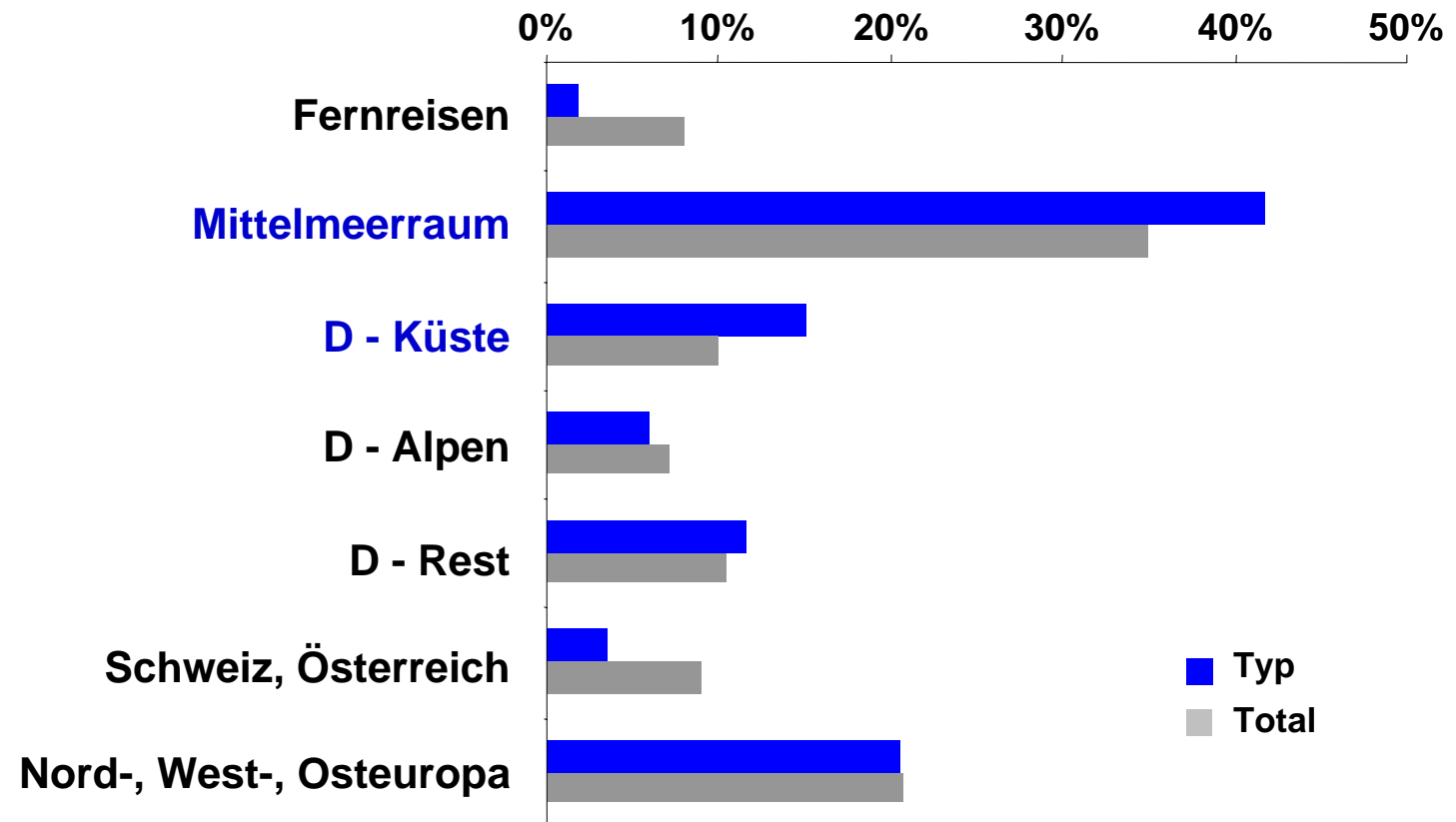
DIE KINDER- UND FAMILIENORIENTIERTEN REISEVERHALTEN

- Meistens wird nur die Unterkunft im voraus gebucht
- Überrepräsentiert sind vor allem gemietete Ferienwohnungen, sowie Appartementanlagen und Wohnwagen / Wohnmobil
- Die Anreise erfolgt überwiegend mit dem Auto
- Das Auto ist auch das wichtigste Fortbewegungsmittel am Urlaubsort

➔ **Zentraler Anspruch dieser Zielgruppe:
Erholung und Erlebnisse mit der Familie**



DIE KINDER- UND FAMILIENORIENTIERTEN REISEZIELE 2002 UND 2003



INVENT

Innovative
Vermarktungskonzepte
nachhaltiger
Tourismusangebote

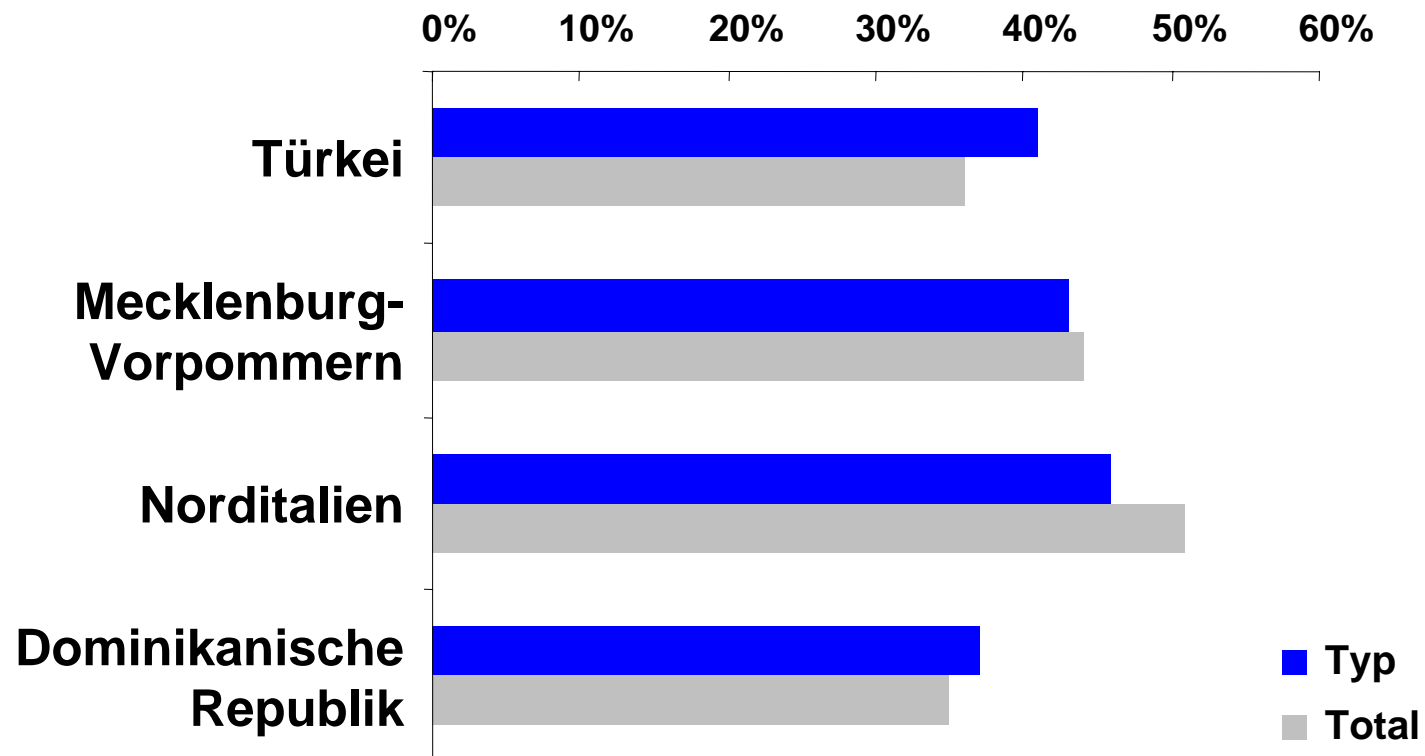
invent-tourismus.de

Seite 7

Oktober 2004



DIE KINDER- UND FAMILIENORIENTIERTEN ATTRAKTIVITÄT DER AUSGEWÄHLTEN DESTINATIONEN

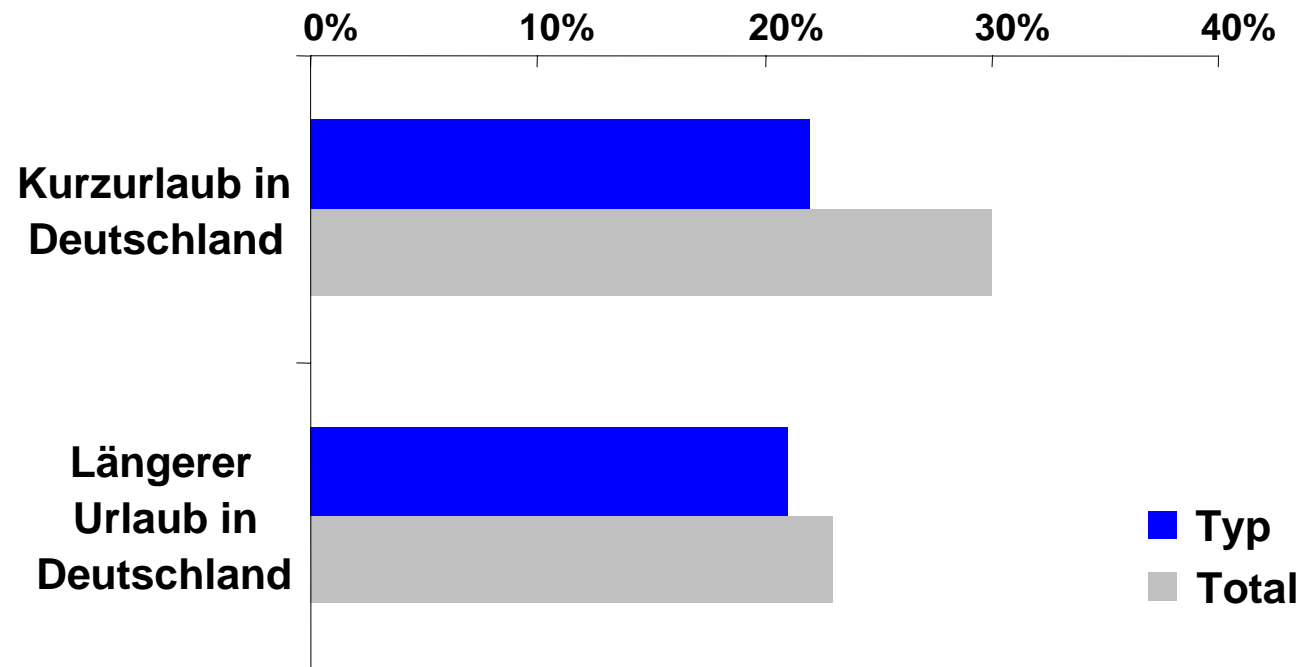


Antwort: „Sehr attraktiv / eher attraktiv“



DIE KINDER- UND FAMILIENORIENTIERTEN ATTRAKTIVITÄT VON URLAUB IN DEUTSCHLAND

Wahrscheinlichkeit eines Urlaubs in Deutschland in den
nächsten drei Jahren



INVENT

Innovative
Vermarktungskonzepte
nachhaltiger
Tourismusangebote

invent-tourismus.de

Seite 9

Oktober 2004

Antwort: „Sehr wahrscheinlich“



DIE KINDER- UND FAMILIENORIENTIERTEN KURZREISEN

- Sie unternehmen im Typenvergleich am wenigsten Kurzreisen
 - Besonders beliebt: Kurzurlaub auf dem Land, am Meer oder einem See, auch Besuch eines Freizeitparks
 - Anfahrt überproportional mit dem Auto oder der Bahn
 - Übernachtung überproportional im (eigenen) Ferienhaus, /-wohnung, oder in einem Feriencentrum / Ferienpark oder einer Appartementanlage
- ➔ **Kurzurlaube sind kleine Highlights („raus aus dem Alltag“) Sie müssen Convenience und Entlastung, verknüpft mit Angeboten für die Kinder bieten**



FÜR WEITERE INFORMATIONEN...

- **Ansprechpartner für Gesamtprojekt:**

Öko-Institut e.V.

Martin Schmied
Novalisstraße 10
D-10115 Berlin

Tel.: +49-30-280486-82
Fax.: +49-30-280486-88
m.schmied@oeko.de

- **Ansprechpartner für Empirie:**

Institut für sozial-ökologische Forschung (ISOE) GmbH

Konrad Götz
Hamburger Allee 45
D-60486 Frankfurt/M.

Tel.: +49-69-707691921
Fax.: +49-69-707691911
goetz@isoe.de

- **und im Internet...**

www.invent-tourismus.de