

Alt sind nur die anderen - con.os präsentiert Ergebnisse der ersten Umfrage unter Österreichs Touristikern zur Zielgruppe 50+

Utl.: Österreichs Touristiker erkennen zwar das große Potential, schätzen jedoch Bedürfnisse, Freizeitverhalten und Angebote falsch ein. =

Wien/Linz (TP/OTS) - "con.os untersuchte erstmals die Branchen-Kenntnisse zu der immer wichtiger werdenden Zielgruppe 50+. Obwohl das große touristische Potential in den Bereichen wie Reiseintensität oder Haushaltsausgaben richtig erkannt wird, liegen die meisten Befragten bei der Einschätzung von Bedürfnissen, der passenden Werbemittel, Mediennutzungs- und Freizeitverhalten sowie bei der richtigen Angebotsgestaltung daneben", erläutern die Autoren Mag. Arnold Oberacher und Dr. Martin Schumacher, beide Geschäftsführer der con.os tourismus.consulting gmbh. con.os führte für die Untersuchung 130 telefonische Interviews mit Hotels und Tourismusorganisationen in allen österreichischen Bundesländern.

Zwtl.: 4 Ergebnisse der Umfrage und daraus resultierende Expertentipps

1. Der Großteil der befragten Touristiker glaubt, dass Menschen über 50 speziell auf ihr Alter und ihre Bedürfnisse zugeschnittene Produkte und Angebote suchen.

Diese Annahme ist jedoch falsch. Produkte a la Seniorenteller sind nicht der richtige Weg, um diese Zielgruppe anzusprechen. Gefragt sind moderne Konzepte wie "universal design" für eine zeitgemäße Produkt- und Angebotsentwicklung.

Expertentipp: Touristiker sollten spezielle Angebote und Produkte nicht auf ältere Menschen reduzieren. Altersunabhängiges Design kommt auch bei anderen Zielgruppen gut an - bzw. ihre Gäste einfach direkt nach ihren speziellen Wünschen und Bedürfnissen befragen anstatt falsche Annahmen zu treffen.

2. 42% der Befragten gaben an, Menschen über 50 in ihren Werbemitteln nicht differenziert anzusprechen.

Auch das ist problematisch. Neueste Erkenntnisse aus der

Demografie-Forschung zeigen, dass es notwendig ist, in der Kommunikation nach Altersgruppen zu unterscheiden. Die Verwendung von altersgerechten Modellen oder einer größeren Schrift in Werbemitteln reicht aber nicht mehr aus, um Menschen über 50 vom jeweiligen Angebot zu überzeugen.

Expertentipp: Wichtiger als die Wahl der Schriftgröße ist für diese Zielgruppe der rasch erkennbare, konkrete Nutzen. Keine blumigen Beschreibungen oder pathetischen Formulierungen sondern vielmehr eine klare und übersichtliche Struktur der Werbemedien und ein unverkennbarer Produktnutzen sind für diese Gäste entscheidend.

3. 2/3 der Befragten unterschätzen immer noch die Nutzung des Internets.

Bedeutend mehr Menschen über 50 nutzen sowohl für die Recherche von touristischen Informationen als auch für den Kauf von Urlaubs-Produkten und Freizeit-Dienstleistungen das Internet.

Expertentipp: Statt Folder- und Prospekt-Produktion sollte auch für ältere Gäste mehr Energie und Kreativität in die Entwicklung von Online-Tools und mobilen Applikationen gelegt werden - denn über 70% nutzen mittlerweile das Internet! Tendenz: stark steigend!

4. Wichtige Interessensgebiete von Menschen über 50 finden in der Angebotsgestaltung der österreichischen Tourismuswirtschaft noch kaum Beachtung.

Rund 60% der Touristiker glauben, Sport sei das wichtigste touristische Interessensgebiet von Gästen über 50 Jahren (obwohl tatsächlich nur 30% der über 50-jährigen in Österreich regelmäßigen Sport treiben). Und obwohl 52% der Österreicher und Österreicherinnen über 60 regelmäßig ihre Freizeit zum Thema Garten verbringen, nannten Touristiker dieses Thema kaum.

Expertentipp: Touristiker müssen sich am tatsächlichen Freizeitverhalten ihrer Gäste orientieren. Für die Zielgruppe 50+ ist Bewegung zweifelsfrei wichtig - aber fast immer in Kombination mit anderen Aktivitäten. Und es gibt auch noch einige deutlich unterschätzte Themen!

Zwtl: Fazit

Um daher das erkannte Potenzial dieser Zielgruppe für sich nutzen zu können, wird es zukünftig notwendig sein, dass sich touristische Anbieter verstärkt einer professionelleren Produkt- und Angebotsgestaltung sowie Marketingarbeit in diesem Bereich widmen. con.os entwickelt daher für Interessierte individuelle Strategien und Lösungen in diesem Bereich.

Zwtl.: Über con.os

Die con.os tourismus.consulting gmbh wurde 2006 in Linz und Wien gegründet. Seither unterstützen die Experten rund um die Geschäftsführer Mag. Arnold Oberacher und Dr. Martin Schumacher, MBA zahlreiche touristische Kunden mit innovativen Ansätzen und maßgeschneiderten Lösungen. Beständiges Wachstum und konsequente Kundenorientierung etablierten die con.os tourismus.consulting gmbh mittlerweile als zweitgrößtes Tourismus-Consulting Unternehmen Österreichs.

Alle aktuellen Pressemeldungen auf <http://www.presetexter.at>

~

Rückfragehinweis:

con.os tourismus.consulting gmbh
Cornelia Hofbauer
Hietzinger Hauptstraße 45
A-1130 Wien
Tel.: +43 (0)1 3060606
c.hofbauer@conos.co.at
<http://www.conos.co.at>

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/4650/aom>

*** TP-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT ***

TPT0001 2012-12-11/08:19

110819 Dez 12

Link zur Aussendung:

http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20121211_TPT0001