

Diese Trends sollten Sie für Ihre neuen Angebote im Tourismusbereich im Auge behalten.

Familienzeit ist noch bedeutender geworden: Den Trend sehen wir schon seit einigen Jahren. Ganztagschulen, Ferienbetreuung und immer weniger Zeit im Alltag machen gemeinsame Familienzeit umso wichtiger. Ausflüge am Wochenende und Urlaub sind wunderbare Möglichkeiten, um mit der Familie etwas

Heimat – ein neues Zugehörigkeitsgefühl ist gefragt. Plötzlich geht es wieder mehr um das eigene Land. Beim Wiedereinstieg in die reale Welt wird das Gefühl, zu einer bestimmten Gruppe zu gehören, immer wichtiger für Kinder. Das gibt ihnen Sicherheit und Geborgenheit in unsicheren Zeiten. In der „Familien Insights“-Studie rangiert Urlaub in Österreich ganz klar an vorderster Stelle. Der Urlaub soll in Österreich stattfinden, am liebsten in den Bergen oder an einem See. Regionen oder Hotels, die in der Lage sind, dieses Gefühl von „Heimat“ bzw. von „Dahheimsein“ zu vermitteln, können sowohl zu Kindern als auch zu ihren Familien eine langfristige Beziehung aufbauen.

Die reale und die virtuelle Welt verschwimmen.

Diesen Trend sehen wir schon seit Jahren, Corona hat hier wie ein Turbo-Booster gewirkt und ihn weiter beschleunigt. Kinder unterscheiden immer weniger zwischen realer und virtueller Welt – für sie verschwimmen die Grenzen zwischen Wirklichkeit und der virtuellen Welt des Spiels. Corona hat sie gelehrt, auch online zu zahlen und ihre sozialen Kontakte über Skype oder Zoom zu pflegen.

Teile der Tourismusbranche sind immer noch beseelt von dem Gedanken, Kinder von den Computern, Mobiltelefonen und TV-Geräten weg in die „reale“ Welt zu locken. Darauf bauen viele Tourismuskonzepte auf. Dementsprechend werden die Urlaubs- und Ausflugs-erlebnisse für Kinder gestaltet. Doch nichts könnte der Realität dieser Kinder ferner sein. Auf Dauer werden solche „Trenn-Konzepte“ keinen nachhaltigen Erfolg erzielen. Jedes touristische Angebot, welches in Zukunft auf der Unterscheidung real/virtuell aufbauen will und damit eine Bewertung durchführt („virtuell ist schlecht“), ist zum Scheitern verurteilt.

Jeder, der einem Kind z. B. das Erlebnis-Angebot macht „Leg dein Smartphone weg und schau dir die schönen Berge an!“ wird im besten Fall Unverständnis ernten. Virtuell und real sollen idealerweise kombiniert werden.

Neue Helden braucht das Land: Dieser Trend ist neu. Es wird sich mittelfristig zeigen, wie er sich durchsetzt. Welche Helden werden Kinder in Zukunft bewundern? Sind es die „Alltags-Helden“ der Coronazeit oder werden wir wieder zu unseren Superheros mit den Spezialkräften zurückkehren? Vielleicht wird auch beides gemeinsam bestehen können. Was sicher bleiben wird, ist die Grundregel des Storytelling – dass nämlich über diese Helden spannende Geschichten erzählt werden.

Vielleicht sollten auch Ihre Maskottchen ein paar „Alltagskräfte“ nutzen, um schwierige Situationen zu meistern?

Fazit: Corona verstärkt viele Familien-Trends der letzten Jahre massiv. Die Digitalisierung im Elternhaus, in der Kinderstube und in der Schule hat einen gewaltigen Schub erfahren.

Familien wachsen wieder mehr zusammen und wollen gemeinsame Zeit in der Natur verbringen – möglichst in der „Heimat“. Unser Tipp: Bauen Sie auf diese Trends, verwenden Sie sie im Marketing und in der Erlebniskonzeption.

Ursula Weixlbaumer-Norz

Decken Sie den Energieverbrauch Ihrer Bergbahnen auf. Mit dem Energiecockpit.

Haben mit dem Energiecockpit stets den Überblick:
DER GOLF IM MONTAFON UND DIE SKI ZÜRS AG!

So geht es mit Ihrer Energieeffizienz bergauf!

- Vergleichen Sie Ihre unterschiedlichen Anlagen
- Erstellen Sie Kennzahlen für Energieeinsätze pro Gästebeförderung, Betriebstag uvm.
- Analysieren und visualisieren Sie Ihre gesamten Energie- und Ressourcenflüsse
- Dokumentieren Sie nach ISO 50001 u. 14001

Ein zentrales System statt vieler verschiedener Applikationen:

