

5 Zielgruppen

Von Lieblingsgästen und solchen, die es werden wollen.

1. GENUSSORIENTIERTE NATURLIEBHABER



„Da ich in der termingefüllten Arbeitswoche kaum Zeit zum Durchatmen finde, gönne ich mir im Urlaub gerne eine Extraportion Natur und Bewegung; dabei darf der Genuss natürlich nicht zu kurz kommen.“

Diese aktive Zielgruppe baut auf Urlaub auf dem Land, in Naturräumen in Verbindung mit Aktivitäten am und auf dem Wasser, Radfahren, Wandern. Sie ist fokussiert auf das aktive Naturerlebnis in Verbindung mit starken genussreichen Elementen, wie einer guten regionaltypischen Küche. Die Zielgruppe übernachtet in qualitativ hochwertigen Hotels, Pensionen und Ferienwohnungen/Ferienhäusern.

*Die Urlaubswelten „**Wasser entdecken**“ und „**Tief durchatmen**“ bieten dem Genussorientierten Natururlauber die adäquaten Angebote, ergänzt von den passenden Ausflügen und Kurzreisen aus der Urlaubswelt „**Landlust ausleben**“.*



WASSER ENTDECKEN



LANDLUST AUSLEBEN



TIEF DURCHATMEN

5 Zielgruppen

Von Lieblingsgästen und solchen, die es werden wollen.

2. EVENTORIENTIERTE SMARTSHOPPER



„Ich möchte so viel wie möglich erreichen und erleben und mein Leben abwechslungsreich gestalten. Dafür sind mir Konsumtrends wichtig – vor allem dann, wenn ich mir besondere Erlebnisse leisten kann.“

Das ist das Motto dieser Zielgruppe, die auch sehr statusorientiert lebt. Besuche von Events und Veranstaltungen, Aufenthalt in der Natur und der Besuch historischer/kultureller Sehenswürdigkeiten stehen im Vordergrund ihrer Aktivitäten. Sie ist eher aktiv im Urlaub, präferiert Privatunterkünfte, Ferienwohnungen oder Campingplätze, wohnt aber auch in Hotels. Sie passt zum Brandenburg-Angebot (Erlebnisharakter, Nähe zu Berlin).

*Eventorientierte Smartshopper nutzen die eventbezogenen Elemente der vier Urlaubswelten „**Landlust ausleben**“, „**Tief durchatmen**“, „**Wasser entdecken**“ und „**Kultur erleben**“.*



LANDLUST AUSLEBEN



TIEF DURCHATMEN



WASSER ENTDECKEN



KULTUR ERLEBEN

5 Zielgruppen

Von Lieblingsgästen und solchen, die es werden wollen.

3. INTELLEKTUELLE KULTURLIEBHABER



„Ich brauche körperliche und geistige Aktivitäten, um vom Arbeitsleben abzuschalten oder meinen Ruhestand zu genießen.“

Der Besuch vor allem von kulturellen und historischen Sehenswürdigkeiten, Museen und Ausstellungen, aber auch die Wahrnehmung von naturräumlichen Angeboten bilden das Spektrum der Urlaubsaktivitäten dieser Zielgruppe. Auch diese Zielgruppe ist eher aktiv im Urlaub. Sie achtet auf Komfort, aber auch auf ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis und zieht Übernachtungen in Hotels vor.

*Die Ausrichtung der Intellektuellen Naturliebhaber passt ideal zur Urlaubswelt „**Kultur erleben**“, ergänzt durch die entsprechenden Ausflugsangebote der Urlaubswelt „**Landlust ausleben**“.*



KULTUR ERLEBEN



LANDLUST AUSLEBEN

5 Zielgruppen

Von Lieblingsgästen und solchen, die es werden wollen.

4. QUALITÄTSBEWUSSTE ENTSCHEUNIGER



„Ich baue auf meine Erfahrungen, um Qualität zu einem angemessenen Preis in meinem Erholungsurlaub zu genießen.“

Diese Zielgruppe bevorzugt Auszeiten vom Alltag und Urlaub auf dem Land. Bewegung und Entschleunigung in der Natur in Verbindung mit genussreichen Elementen, Shopping, die Nutzung von Wellnessangeboten, der Besuch von Sehenswürdigkeiten und Events gehören zu ihren bevorzugten Aktivitäten. Bewegung ohne zu große Anstrengung und zum Erhalt der Vitalität steht dabei im Vordergrund. Die Zielgruppe übernachtet im Urlaub in Hotels, Pensionen und Ferienwohnungen.

*Qualitätsbewusste Entschleuniger finden in der Urlaubswelt „**Tief durchatmen**“ das geeignete touristische Angebot, ergänzt durch die genussreichen Elemente der Urlaubswelt „**Landlust ausleben**“.*



LANDLUST AUSLEBEN



TIEF DURCHATMEN

5 Zielgruppen

Von Lieblingsgästen und solchen, die es werden wollen.

5. GESELLIGE FAMILIEN



„Mein Alltag dreht sich um meine Familie, auch wenn das mit den Kindern manchmal sehr nervenaufreibend ist – das Funkeln in ihren Augen lässt mich jeglichen Stress vergessen.“

Im Urlaub Zeit mit der Familie verbringen, vorzugsweise Angebote am, im und auf dem Wasser wahrnehmen sowie die Nutzung von Erlebniseinrichtungen bestimmen die Aktivitäten dieser Zielgruppe. Auch diese Zielgruppe ist vorrangig aktiv im Urlaub, nutzt vor allem Ferienhäuser/Ferienwohnungen, aber auch Campingplätze. Sie passt ideal zu den Angebotspotenzialen Brandenburgs.

*Den Bedürfnissen der Geselligen Familie entspricht die Urlaubswelt „**Wasser entdecken**“ am besten. Darüber hinaus passen hier die aktiven Elemente der vor allem auf den Berliner Markt und auf Ausflugsangebote ausgerichteten Urlaubswelt „**Landlust ausleben**“.*



WASSER ENTDECKEN



LANDLUST AUSLEBEN