



„Leben und Freizeit in einer Landschaft zum Wohlfühlen“

**Vortrag: Eifel Tourismus GmbH / Wolfgang Reh
18. Oktober 2018**





Welche Sehnsüchte haben unsere Gäste?

Urlaub wird die Reise zum Ich



- Der Mensch wird zum **Sinnsucher** (Erkenntnis, **Erlebnis**, Weiterbildung)
- Steigender Bedarf an Spezialangeboten zur **Selbstfindung** (Kreativurlaube)
- **Echtes:** Gegenpol zur Konsumgesellschaft (Sehnsucht nach dem Echten und Natürlichen, nach verlässlicher Qualität und Regionalem)

Der neue Gast kombiniert Luxus mit Einfachheit



- Die **Individualität** von Produkten und Dienstleistungen nimmt weiter zu
- Trend „**zurück zum Ursprung**“ verstärkt die Nachfrage nach „**einfacheren**“ Urlaubsformen, dem Wunsch nach einem „zweiten Zuhause“
- „**Luxese**“ – Kombination zwischen Luxus und Askese (streng enthaltsame Lebensweise)

Regionalität – Nachhaltigkeit – Gesundheit



- Menschen und Natur in der Region erleben, die **Region schmecken und genießen**
- Es wächst das Bedürfnis nach Natur, nach **ökologisch und ethnisch korrekten Konzepten** – der Wunsch nach dem **Authentischen**
- Urlaub als Chance um nachhaltig gesund zu sein -> **Blick in die gesunde Zukunft - Wellness alleine ist zu wenig**

Inszenierung



- Reiner Urlaub ist vorbei. **Die Menschen wollen dabei ein Erlebnis. Lebensqualität und Erlebnisorientierung** werden immer wichtiger
- **Angebots-Wachstum** und Konsolidierung, neue Herkunftsmärkte, Innovationsschübe der Industrie

Hintergrundwissen



(Qual)ität

- Gäste wollen bei den **Angeboten, Aktivitäten, Attraktionen vor Ort**, die dahinter stehenden Informationen bekommen
- Ebenso sind sie interessiert am **Leben der Menschen** in der Urlaubsdestination und möchten Einblick in das **alltägliche Leben** bekommen
- Die Gäste wollen es bequem haben und dass auf ihre **individuellen Bedürfnisse** eingegangen wird.
- Gäste wünschen sich **aufmerksame Gastgeber**, die individuelle Erwartungen erkennen

Neo-Nature-Trend



- Sehnsucht nach **Idylle**/Heile Welt/Nach Hause kommen
- Form der **Selbstreflexion**/Natur als spiritueller Raum
- **Authentizität**
- Natur wird als etwas besonderes und **vergängliches neu geschätzt**
- Der **Wunsch** so nah wie möglich an der **Natur** dran zu sein

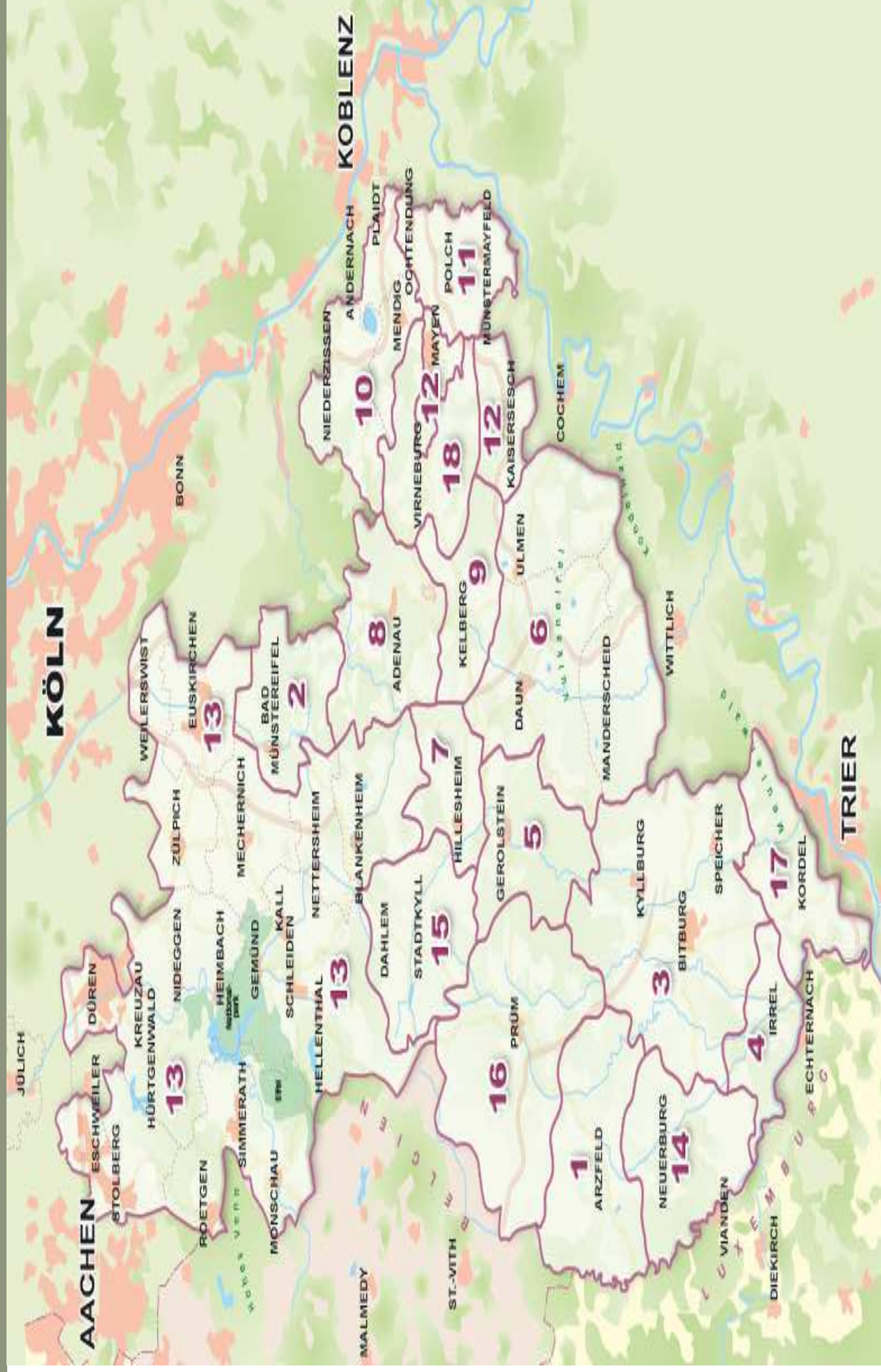
Natur – der neue LUXUS?

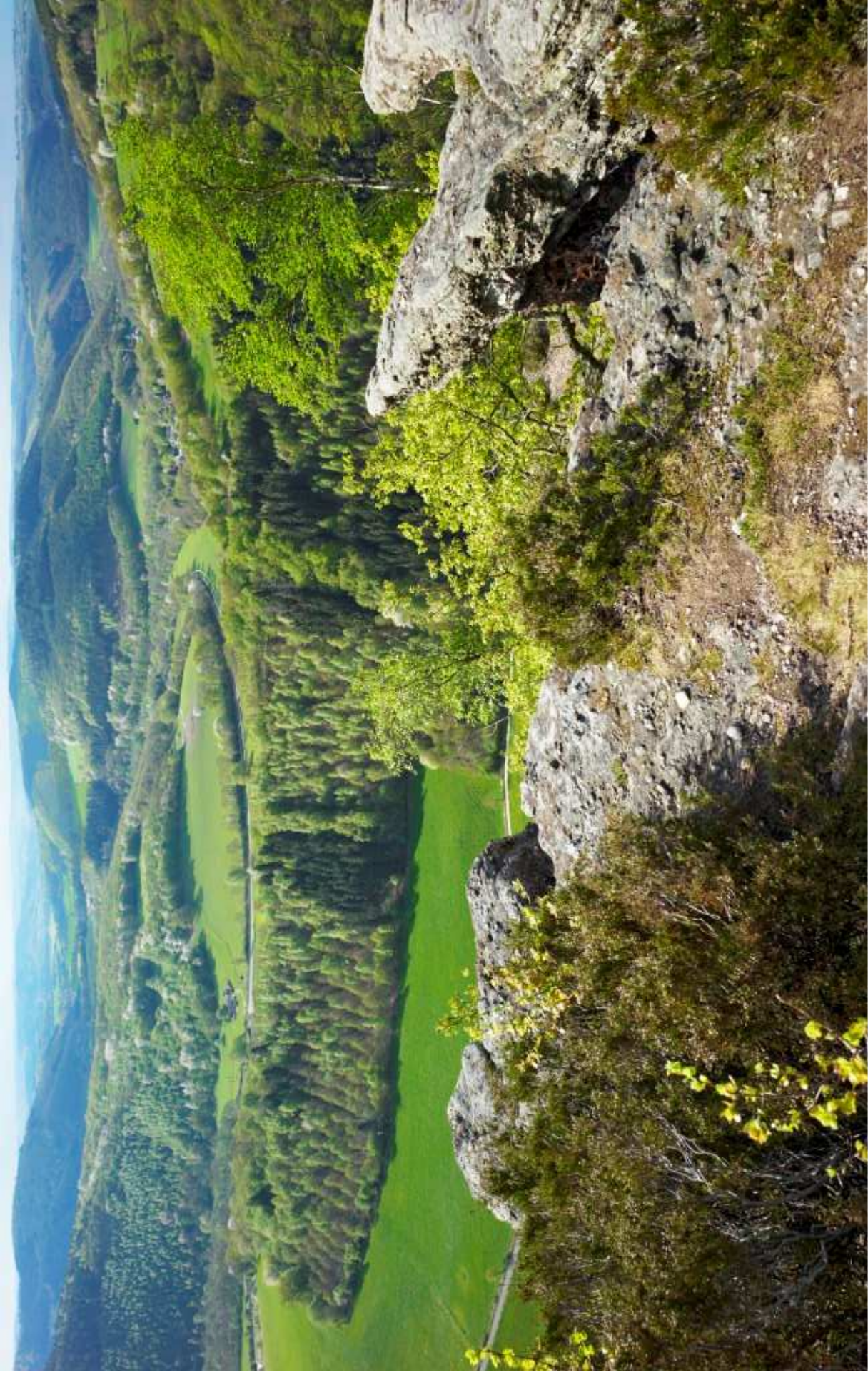


Welches Bild sollen unsere Gäste von uns im Kopf haben?...



EIFEL





EIFEL



EIFEL



EIFEL



EIFEL







EIFEL

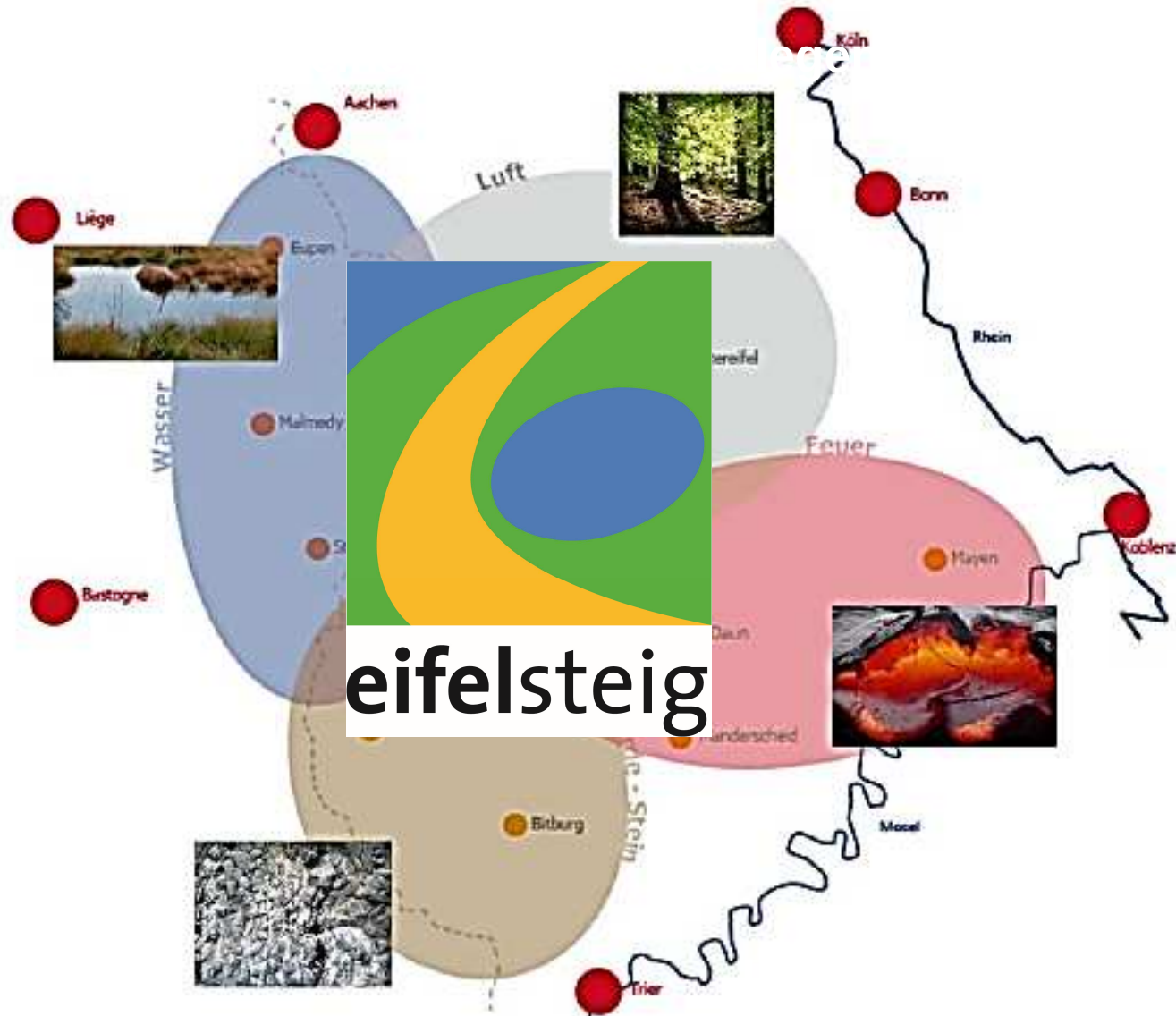
Themen-Portfolio Eifel		Themen- Kategorie	ZIELGRUPPEN NRW						ZIELGRUPPEN RLP				
			Junge Singles & Paare	Erw. Paare	Wohlf. Best Ager	Best Ager mit niedr. HHNEK	Familien	Erw. Singles	Aktive Natur- Genießer	Nur- Wanderer	Natur- & Kultur- Liebhaber	Klein- städtische Genießer	Vielseitige Aktive
NATUR	PRIO A		↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
		WANDERN	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
		LANDURLAUB	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
FAMILIENURLAUB	PRIO B		↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
		RAD FAHREN	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
		MOTORRAD FAHREN	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
WELLNESS	PRIO C		↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
		KULINARIK	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
GESUNDHEIT	PRIO D		↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑
		KULTURURLAUB	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑	↑





Wie werden wir begehrtlich...?



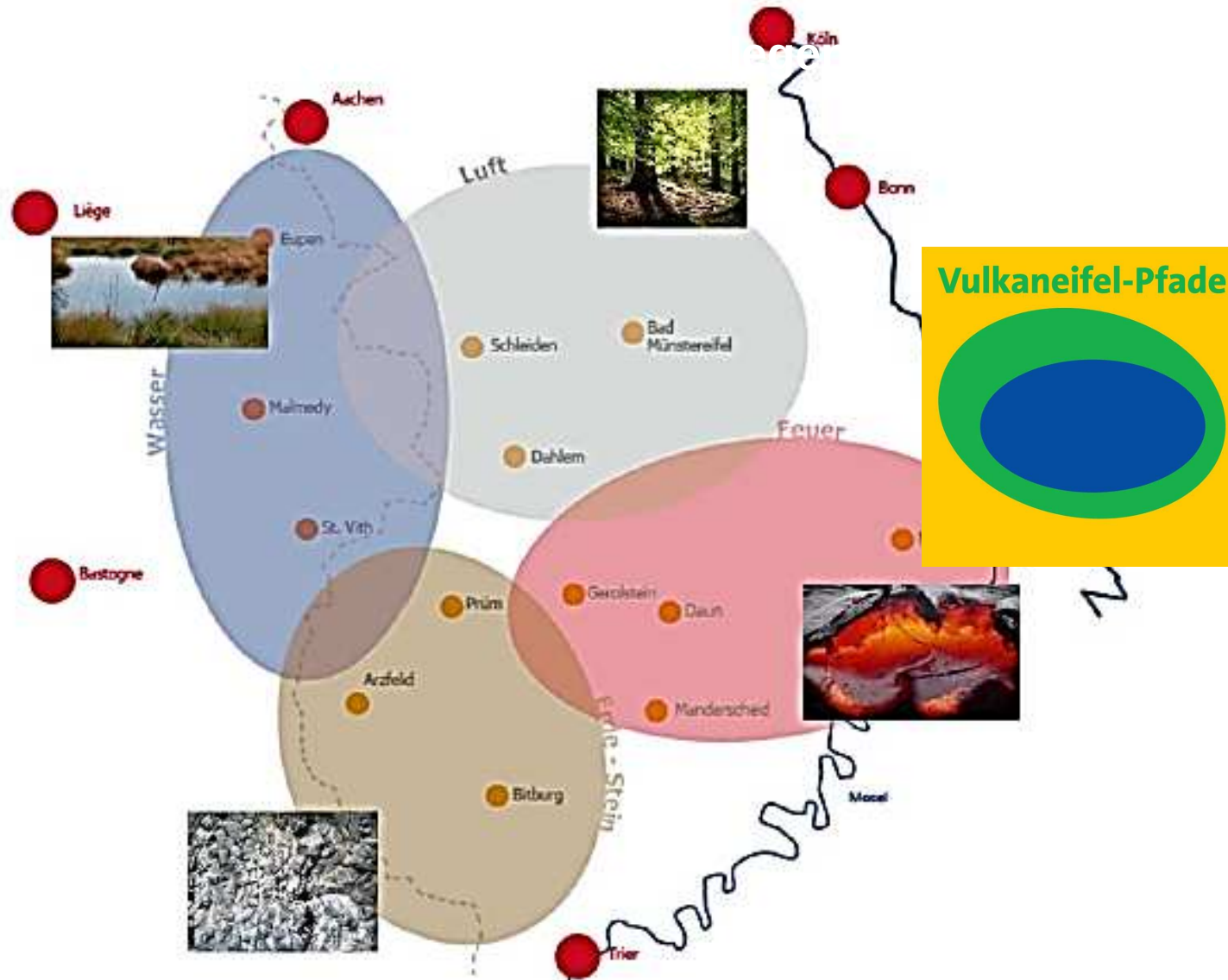




EIFEL



eifelsteig





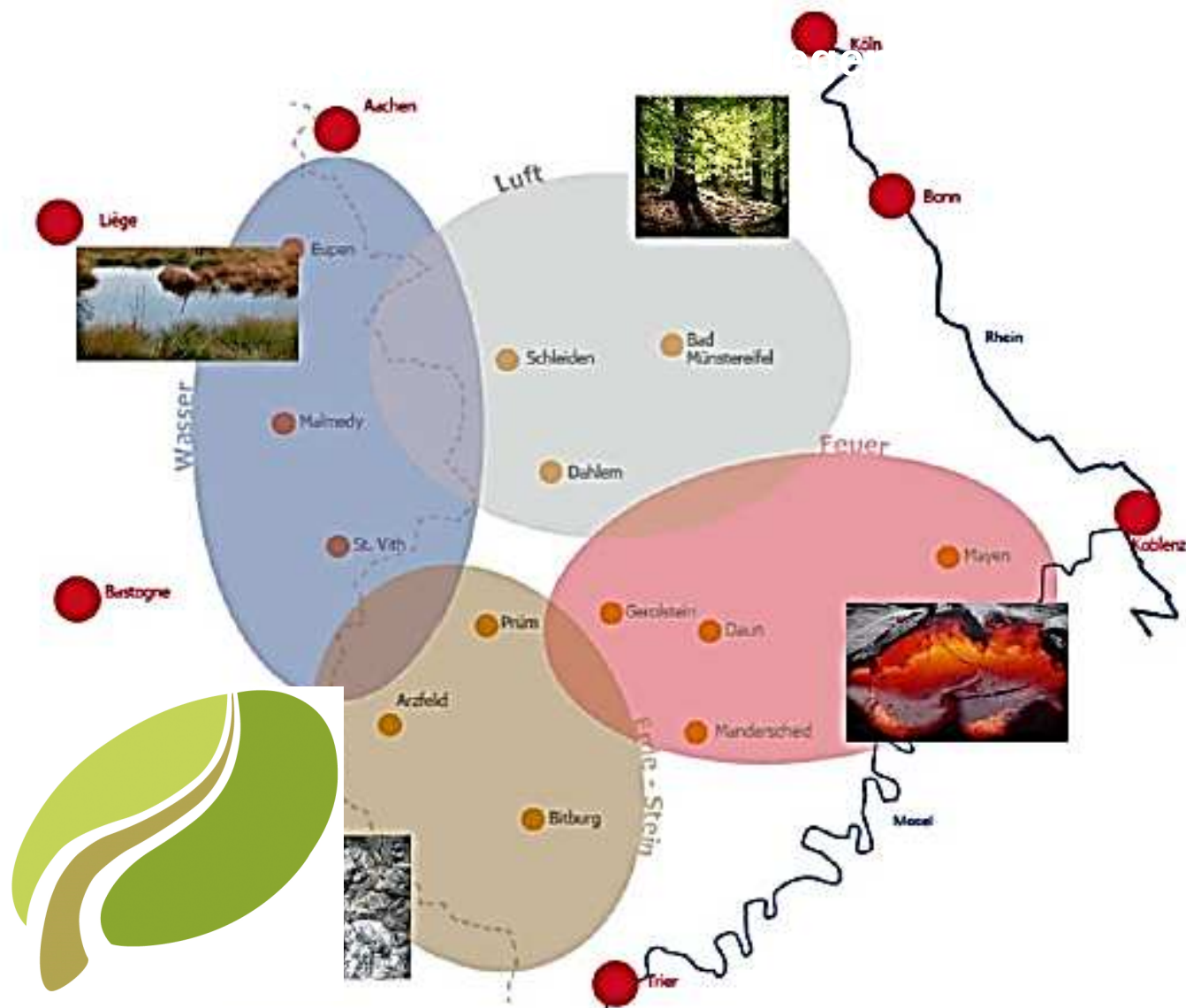




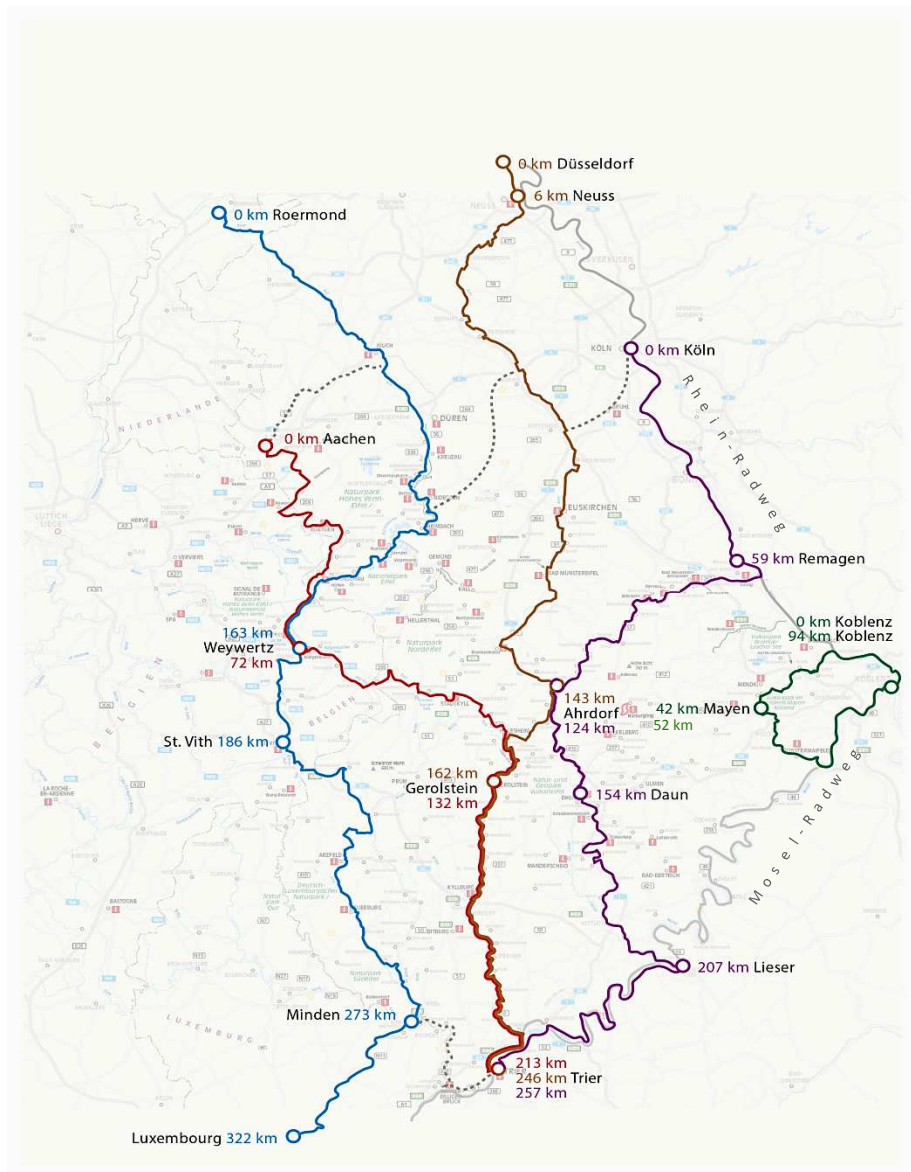


EIFEL









Radwegenetz Eifel „Et jit net jerannt“

Route

Roermond-LUX

Kernbotschaft
„Grenzenlos
Radfahren“

mögl. Nutzen:
„Gefühl der
Freiheit“

Route

Neuss-TR

Kernbotschaft
„Entlang der
Flüsse –
Radfahren durch
die Geschichte“

mögl. Nutzen:
„Sich der eigenen
Wurzeln
besinnen“

Route

Köln-BKS

Kernbotschaft
„Unbeschwertes
Radfahren:
Weinregionen
und sprudelnde
Quellen“

mögl. Nutzen:
„Lebensfreude
genießen“

Route

Aachen-TR

Kernbotschaft
„Genuss-
Radfahren
zwischen 2
Kaiserstädte“

mögl. Nutzen:
„Exklusives
Angebot, sich
wie ein Kaiser
fühlen“

Route

Runde Osteifel

Kernbotschaft
„Weitblicke und
Flusstäler“

mögl. Nutzen:
„sich eine kurze
Auszeit gönnen“

Geschichten und Episoden zu den Routen, Produktversprechen, differenzierte Angebote
in Form von Strecken-, Rund- und Sterntouren, erkennbare Symbolik aus „Brücke“
zwischen Geschichte und Erlebnisraum an den Routen.



Route
Aachen-TR
 Kernbotschaft
 „Genuss-
 Radfahren
 zwischen 2
 Kaiserstädte“

mögl. Nutzen:
 „Exklusives
 Angebot, sich
 wie ein Kaiser
 fühlen“







Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit