



Ehepaar Gerber Urs und Regula

Demographie

- Alter: 58 und 61 Jahre
- Verheiratet
- Wohnen in Zürich
- Berufstätig:
Urs Gerber: Leitender Angestellter
Regula Gerber: Selbstständig
- Hochschul-/Uniabschluss
- Keine Kinder
- Ø Haushaltsnettoeinkommen:
6.840 €
- 9% der Schweizer Bevölkerung
zwischen 16 und 75

Selbstbild

„Wir sind die verantwortungsbewusste gesellschaftliche Elite der Schweiz. In unserem Leben sind wir erfolgreiche, souveräne und selbstbewusste Frauen/Männer von Welt. Wir achten auf die feinen Unterschiede und sind uns unseren Verpflichtungen gegenüber der Gesellschaft, die durch unser Vermögen entstehen bewusst. Daher ist für uns Glaubwürdigkeit und Vertrauen von entscheidender Bedeutung.“

Kurzbeschreibung

- Genussorientiertes Leben auf hohem Niveau durch materiellen und gesellschaftlichen Erfolg
- Globales Denken, Leistung und Professionalität, Effizienzorientierung
- Distinguierter Lebensstil, Kennerschaft und Stilgefühl
- Leistungs- und Verantwortungsethik, ökologisches Bewusstsein, Toleranz und Liberalität
- Intensive Teilnahme am gesellschaftlichen Leben
- Bildung, Kultur, Tradition
- Status und Hierarchie
- Akzeptanz der Herausforderungen durch Globalisierung und Digitalisierung

Themen

1. Städte, Kultur, Kulinarik
2. Urlaub am Meer/Wasser, Natur (aktiv)
3. Wellnessreisen, Gesundheitsferien, Entspannung

Reisemotive

- Kraft sammeln/auftanken, Entspannung
- Zeit füreinander haben
- Natur erleben: schöne Landschaften, reine Luft, sauberes Wasser
- Sich verwöhnen lassen/sich etwas gönnen/genießen
- Andere Länder und Kulturen erleben
- Neue Eindrücke gewinnen und neue Leute kennenlernen
- Sich abseits der abgetretenen Pfade bewegen
- Etwas für die Gesundheit tun
- Individualität & Exklusivität
- Besuch von Museen, Kunstausstellungen

Urlaubsaktivitäten allgemein

- Mit der Familie/Verwandten zusammen sein
- Lesen (Bücher, Zeitungen, Zeitschriften)
- Besuch von Museen und Ausstellungen, kulturellen und historischen Sehenswürdigkeiten
- Aufenthalt in der Natur, Spazieren gehen
- Typische Speisen/Getränke genießen
- Besuch von kulturellen Veranstaltungen
- Wellnessangebote nutzen, Thermenbesuch

Mediennutzung/Reiseinspiration

Online

- Internetforen
- Preisvergleichs- und Bewertungsseiten/Reiseportale
- Berichte im Internet
- Newsletter/Emails

Klassik

- Gespräche mit/Tipps von Freunden, Verwandten, Bekannten
- Zeitungen, Zeitschriften
- Berichte/Dokumentationen im Fernsehen
- Reiseführer

Social Media

Die Zielgruppe nutzt Videoportale wie YouTube, und Vimeo sowie Facebook und Instagram. Bei der Reiseplanung spielen soziale Medien aber keine überdurchschnittliche Rolle.

-  Die Informationen müssen ausführlich und seriös sein. Botschaft mit Tiefgang und Fakten.

Leitprodukte/Leuchtturmprojekte

-  Charmante, hochwertige Unterkünfte im 4-Sterne Bereich, Hohe Qualitätsansprüche, Exklusivität und Individualität entscheidend

- Hannover und weitere kleinere, charmante Städte mit kulturellem Angebot
- Nordsee und Inseln: Natur erleben, Wattenmeer, Entspannung, Thalasso, regionale Kulinarik
- Lüneburger Heide: Natur erleben (Wandern, Radfahren), regionale Kulinarik