



Ehepaar Bakker Ruud und Karin

Demographie

- Alter: 55 und 53 Jahre
- Verheiratet
- Wohnen in Rotterdam
- Berufstätig:
 - Ruud Bakker: Logistiker im Hafen
 - Karin Bakker: Angestellte im Blumenladen
- haben Abitur und eine Ausbildung
- 2 Kinder, nicht mehr im Haushalt lebend, ein Enkelkind (reisen meist ohne, gelegentlich mit Kind und Enkel)
- Ø Haushaltsnettoeinkommen 2.820 €
- 12% der niederländischen Bevölkerung zwischen 18 und 65

Werte

- Ordnung, Harmonie
- Sicherheit, Bodenständigkeit
- Stabilität, Kalkulierbarkeit
- Gemütlichkeit, Heimatverbundenheit
- Gemeinschaft, Familie, Freunde, Nachbarschaft
- Freundlichkeit, Rücksicht
- Sozialer Status, Absicherung
- Bildung, Fleiß, Strebsamkeit

Kurzbeschreibung

- Unter Druck geratene Mittelschicht
- Wunsch nach Harmonie, Balance und Sicherheit – beruflich wie privat
- Verunsicherungsgefühl durch gesellschaftliche Veränderungen/ Angst um das Erreichte
- Suche nach Gemeinschaft und Zusammenhalt sowie sozialem Leben (Familie, Freunde, Nachbarn, Vereine)
- Streben nach und Sichern von moderatem Wohlstand
- Freundlich und bodenständig

Themen

1. Natur erleben:
Aktiv in der Natur, Wandern/Radfahren
2. Rundreisen:
Neues Entdecken in Natur, Camping, Kulinarik und Kultur
3. Kurzurlaub:
Ferienanlagen, Entspannen, Wellness, Kulinarik, Wandern, Shopping

Reisemotive

- Entspannung, keinen Stress haben
- Ausruhen/faulenz
- Abstand zum Alltag gewinnen
- Natur erleben: schöne Landschaften, reine Luft, sauberes Wasser
- Zeit füreinander/für sich haben
- Etwas für die Gesundheit tun, Kraft sammeln/auftanken, etwas für die Schönheit tun
- Sich verwöhnen lassen, sich etwas gönnen
- Neue Eindrücke gewinnen, etwas anderes kennenlernen
- Einkaufstouren/Shopping
- Kontakt zu Einheimischen, neue Leute kennenlernen

Urlaubsaktivitäten allgemein

- Mit der Familie/Verwandten zusammen sein
- Spazieren gehen
- Aktivitäten auf/am/im Wasser
- Aufenthalt in der Natur:
Wandern, Radfahren
- Einkaufen/Shopping
- Typische Speisen und Getränke genießen
- Besuch von kulturellen/historischen Sehenswürdigkeiten und Museen/ Ausstellungen
- Erlebniseinrichtungen (z.B. Freizeitparks)
- Wellnessangebote

Mediennutzung/Reiseinspiration

Online

- Preisvergleichs- und Bewertungsseiten/ Reisevermittlungsportale
- Berichte/Tests im Internet
- Newsletter/Emails

Klassik

- Gespräche mit/Tipps von Freunden, Verwandten, Bekannten
- Reiseführer, Kataloge, Broschüren
- Berichte in Zeitungen/Zeitschriften

Social Media

Facebook, YouTube, sonst eher geringe Relevanz



Die Informationen müssen ausführlich und authentisch sein. (Erlebnis-)Berichte sollen glaubwürdig und nicht zu emotional/verspielt sein.

Leitprodukte/Leuchtturmprojekte

- Ferienanlage/Ferienwohnung/-haus, Hotels (3-4 Sterne)
- Rundreisen im Wohnmobil (Wohnwagen)
- Kulinarik: u.a. gutes Preis-Leistungsverhältnis
- Kultur: eher Tradition als Hochkultur
- Interesse an Nebensaison, um Geld zu sparen

- GEO für Kurzreisen:
kleine Städte, regionale Esskultur (Bier-Tasting Lingen, ...)
- Harz:
Wandern, Kulinarik aus dem Harz
- Weserbergland:
Aktiv in der Natur, Schlösser
- Lüneburger Heide:
Natur erleben mit Wandern/Radfahren, regionale Spezialitäten
- Ostfriesland/NEW:
Traditionen, Radfahren/Wandern im Flachen
- Wellnessangebote/Gesundheitsurlaub

