



## Ehepaar Hansen Rasmus und Louise

### Demographie

- Alter: 61 und 56 Jahre
- Verheiratet
- Wohnen in Århus
- Berufstätig:  
Rasmus Hansen: Leitender Angestellter  
Louise Hansen: Verwaltungsfachangestellte
- höherer Bildungsabschluss
- 2 Kinder, nicht mehr im Haushalt lebend (reisen selten mit Kindern)
- Ø Haushaltsnettoeinkommen 4.667 €
- 12% der dänischen Bevölkerung zwischen 18 und 65

### Werte

- Toleranz, Diversität und Weltoffenheit
- Freiheit, Selbstentfaltung, Selbstbestimmung
- Authentizität, Lebenskunst
- Genuss, Sinnlichkeit
- Bildung, Kunst, Kultur
- Ethik, Nachhaltigkeit, (Soziale) Verantwortung
- Gerechtigkeit und Gemeinwohl
- Erfolg, Leistungsbereitschaft

### Kurzbeschreibung

- Liberale Grundhaltung, Weltoffenheit, Toleranz, kosmopolitische pluralistische Weltsicht
- Auf der Suche nach Selbstverwirklichung und Selbstentfaltung; postmateriell geprägter Individualismus
- Kulturelle und intellektuelle Interessen
- Kritisch gegenüber Globalisierung
- Affin für (Weiter-)Bildung

### Themen

1. Kurzurlaub: Städte, Kultur, Kulinarik
2. Natur (aktiv) erleben: Wandern, Radfahren
3. Urlaub auf dem Land/Bauernhof

### Reisemotive

- Natur erleben: schöne Landschaften, reine Luft, sauberes Wasser
- Neue Eindrücke gewinnen, etwas anderes kennenlernen
- Entspannung, keinen Stress haben, sich verwöhnen lassen, genießen
- Zeit füreinander haben (Partner, Familie, Kinder, Freunde)
- Besuch von Museen, Kunstausstellungen, Sehenswürdigkeiten
- Andere Länder und Kulturen erleben
- Kontakt zu Einheimischen
- Veranstaltungen/Konzerte/Events
- Aktiv Sport treiben

### Urlaubsaktivitäten allgemein

- Besuch von Museen und Ausstellungen, kulturellen und historischen Sehenswürdigkeiten
- Mit der Familie/Verwandten zusammen sein
- Aufenthalt in der Natur: u.a. Wandern
- Typische Speisen/Getränke genießen
- Spazieren gehen
- Besuch von kulturellen Veranstaltungen/Events
- Aktivitäten am Wasser
- Einkaufen/Shopping
- Besuch von Erlebniseinrichtungen

### Mediennutzung/Reiseinspiration

#### Online

- Preisvergleichs- und Bewertungsseiten/ Reisevermittlungsportale
- Internetforen
- Websites von Unternehmen, Marken, Tourismusorganisationen
- Berichte/Tests im Internet

#### Klassik

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

#### Social Media

Zielgruppe nutzt v.a. Facebook und YouTube. Bei der Reiseplanung spielen soziale Medien aber keine überdurchschnittliche Rolle.

 Die Informationen müssen ausführlich und seriös sein. (Erlebnis-)Berichte sollen authentisch und glaubwürdig sein.

### Leitprodukte/Leuchtturmprojekte

 Hotels, B&B/Pensionen oder Ferienwohnung/-haus  
Ökologische bzw. nachhaltige Aspekte sind von Bedeutung  
Kulinarik erleben, nicht nur konsumieren

- EinSmutter-Wochenendausflug (mit und ohne Familie)
- Hannover und weitere kleinere „romantische“ Städte mit kulturellem Angebot
- Harz: Wandern/Spazieren gehen, Kulinarik aus dem Harz
- Lüneburger Heide: Natur erleben mit Wandern/Spazieren gehen, regionale Spezialitäten
- Altes Land: mit Hansestädten und kulinarischem Angebot
- Ostfriesland/Oldenburger & Umgebung: Kulturelle Traditionen (z.B. Teezeremonie), Landschaft
- Danish Link