

Die Vielseitigen*

tourismusmarke-brandenburg.de

brandenburg

Leitsätze für den Urlaub

1. **Spaß, Freude und Vergnügen** sind mir wichtig im Urlaub.

2. Ich fahre woanders hin, um Abstand zu haben, „**rauszukommen**“, etwas Außergewöhnliches zu erleben.

3. Ich gehe intensiv auf **Entdeckungsreise** und brauche abwechslungsreiche Reiseziele.

Fakten

- Mit **28%** Anteil ist das die größte Zielgruppe inländischer Urlauber
- **Größte Urlaubergruppe** in Brandenburg mit den höchsten Ausgaben pro Reise
- Brandenburg verfügt in dieser Zielgruppe über **hohe Bekanntheits- und Sympathiewerte**
- Hohe Besuchsbereitschaft insbesondere für **Kurzurlaube**, mehr als 1/3 können sich auch einen Langzeiturlaub in Brandenburg vorstellen
- Ausgeprägte **Nachhaltigkeitsorientierung** (Umweltschutz, klimafreundliche Anreise etc.)
- Sind ausgesprochen **qualitäts- und serviceorientiert**

Werteprofil

Soziale Verantwortung,
Gemeinwohl und Gerechtigkeit

Empfänglich für Kultur und Bildung
sowie **Genuss und Sinnlichkeit**

Smart und dynamisch

Das entspricht ihren Vorstellungen

1. Selbstbestimmung & Freiheit
2. Zielstrebigkeit, Pragmatismus und Flexibilität
3. Avantgarde-Anspruch: Lebensart & Design
4. Neues Erleben und zu den Ersten gehören

Das lehnen sie ab

1. „Spießler-Ästhetik“ & Kleinbürgerlichkeit
2. Dogmen und Ideologien
3. Unreflektiertes Traditionsbewusstsein
4. Triviales & Amateurhaftes



* Quellen/Datenbasis: BeSTI (Intensivurlauber, nachhaltig) TouristiCon GmbH, Deutsches Institut für Tourismusforschung, Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (FUR) e.V., GfK Consumer Panel Mobility, Inspektour (international) GmbH, Sinus Markt- und Sozialforschung GmbH

© TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH, Stand: Oktober 2024

Die Vielseitigen

tourismusmarke-brandenburg.de

brandenburg

Profil

Wir leben vor allem zu zweit in **Bayern, Nordrhein-Westfalen und Baden-Württemberg** mit gehobenem Einkommen, alle Bildungsabschlüsse sind vertreten. Dennoch ist der Anteil an Kindern im Haushalt in dieser Zielgruppe am höchsten. Die Zielgruppe verteilt sich durch alle Altersgruppen, etwas über Durchschnitt liegen die **20-29- und die 40-49jährigen**.

Der perfekte Urlaub...

...ist für uns vor allem **facettenreich**. Wir haben breitgefächerte Interessen und sind äußerst rege: mal wollen wir aktiv in der Natur unterwegs sein, mal kulturelle Sehenswürdigkeiten besuchen oder Typisches aus der Region entdecken. Wir wollen **eintauchen in unsere Urlaubsregion** und auch in Kontakt kommen – mit Einheimischen oder auch anderen Gästen. Wir sind reiseerfahren, deswegen haben wir eine **hohe Erwartungshaltung** und auch Ansprüche an unser Reiseziel.

Das Reiseziel sollte sein...

gastfreundlich
abwechslungsreich
attraktiv
sicher
lebenswert

Reisekette in Brandenburg

Vor

Der Großteil informiert sich über das **Internet**, jedoch werden **klassische Medien** überdurchschnittlich häufig genutzt zur Informationsgewinnung. Persönliche Empfehlungen spielen eine große Rolle. Gebucht wird **hauptsächlich direkt bei den Anbieter*innen**, aber Buchungen über das Internet kommen überdurchschnittlich häufiger vor als bei allen anderen Brandenburg-Gästen. Vielseitige verreisten in der Vergangenheit im Vergleich zu allen Brandenburg-Gästen überdurchschnittlich oft im **ersten Quartal**, dennoch liegt der Anteil hier nur bei 10%.

Während

Hotels, Ferienwohnungen und -häuser, Campingplätze sind die bevorzugten gewerblichen Übernachtungen. Der Anteil an Privatunterkünften, wie etwa der eigenen Immobilie oder auch der Übernachtung bei Freunden oder Familie liegt bei 9%. Die meisten Vielseitigen bezeichnen ihre Urlaubsart als „**Städtetrip**“, „**Sport- & Aktivurlaub**“ und „**Urlaub auf dem Land**“. Aufenthalt in der Natur, kulturelle/historische Sehenswürdigkeiten besuchen, typische Speisen & Getränke, Spazieren gehen und Aktivitäten am, im, auf dem Wasser sind die Top-5-Urlaubsaktivitäten in Brandenburg.

Nach

Die Zufriedenheit ist mit **95%** zwar hoch, jedoch sind andere Urlaubsreisende noch etwas zufriedener und empfehlen Brandenburg weiter.