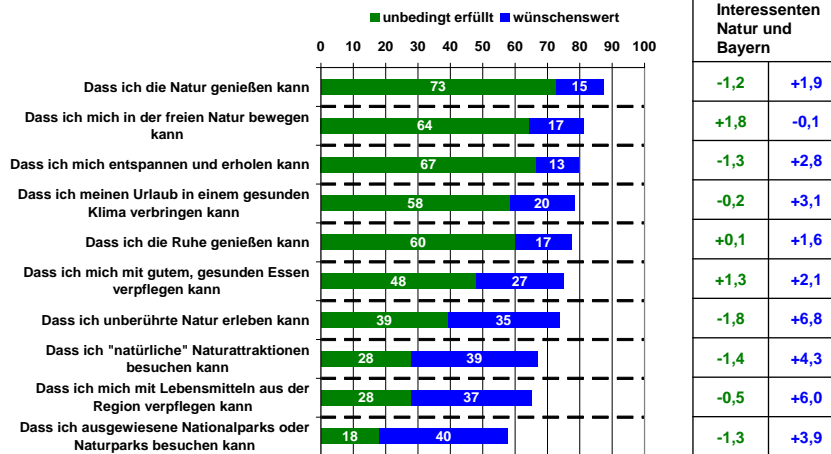


## Voraussetzungen und Wünsche für den Natururlaub



Voraussetzungen für einen Natururlaub der Natururlaubsinteressenten



Quelle: Reiseanalyse 2012; FUR

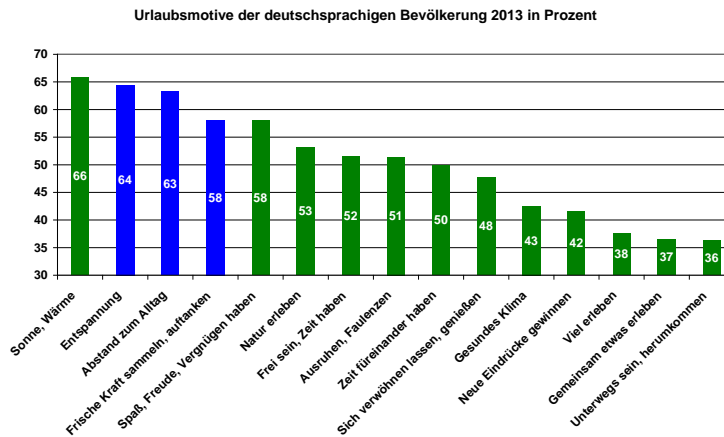
## Typische Urlaubsmotive



- **Wichtig: Die Motive sind nicht auf einen konkreten Natururlaub bezogen**
- Bei den typischen Reisemotiven gibt es **keine gravierenden Unterschiede** zwischen den Interessenten an Natururlaub und den Interessenten an Natururlaub und Bayern
- **Natur erleben** ist das klare Hauptmotiv der Natururlaubsinteressenten
- **Entspannung, Abstand zum Alltag, und Frische Kraft sammeln** sind bei den Motiven weit vorne und sind stärker ausgeprägt als in der Gesamtbevölkerung  
→ Natururlaub als Urlaubsform um dem Berufsalltag zu **entfliehen**
- Gesundes Klima und etwas für die Gesundheit tun sind ebenfalls überdurchschnittlich ausgeprägt  
→ Ein **gesundes Umfeld** im Urlaub scheint besonders wichtig
- Gesundes Klima ist als Motiv bei den Bayerninteressenten sogar stärker ausgeprägt als bei den allgemeinen Natururlaubsinteressenten  
→ Gesundheit in Kombination mit Natur als Chance für Bayern

Quelle: Reiseanalyse 2012; FUR

## Stille statt Sonne!



Quelle: Reiseanalyse 2013

Dr. Martin Spantig: BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH

## Zukunftsthesen und Perspektiven



- Wunsch nach Ruhe und Stille wird (Urlaubs-) Wunsch nach Sonne in der Nachfrage überholen  
→ Stille als neuer Luxus
- Entstehung von Nachfrage, die ohne die Angebote in den touristischen Stille- und Sinnmärkten nicht vorhanden wäre
- Entwicklung eines Themas, dass den ländlichen Raum in Bayern als das vermarktet, was er ist: perfekt für Stille-Suchende



www.welt.de

Dr. Martin Spantig: BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH

## Schadet uns die ständige Erreichbarkeit?



50% der Deutschen stehen ständiger Erreichbarkeit skeptisch gegenüber

- Nutzen überwiegt für 30% der Befragten
- Frauen empfinden permanente Erreichbarkeit schädlicher als Männer

- „Burnout“ als Massenphänomen
- Wachsende Unzufriedenheit
- Sehnsucht nach Entschleunigung



Dr. Martin Spantig: BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH

## „Always on“ permante digitale Erreichbarkeit



www.derstandort.at

- Zunehmende Komplexität unserer digitalen Welt
- Höhere Anforderung an jedes Individuum
- Beschleunigtes Lebenstempo

→ Notwendigkeit von Multitasking

Stetig wachsende Internetsnutzungsdauer

→ Individuum taucht in digitale Welten ab



www.zeit.de

Dr. Martin Spantig: BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH



## Zunehmender Realitätsverlust?



Dr. Martin Spantig: BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH

## Aktuelle Trends

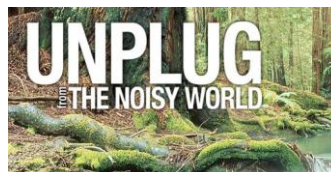


„**Digital Detox**“ - disconnect to reconnect → Megatrend in den USA

Nutzung durch ansonsten hypervernetzte Menschen, um richtig abzuschalten → hohe Produktivität im Anschluss

Zeitraum, in dem eine Person auf die Benutzung elektronischer Geräte wie Smartphones oder Computer verzichtet

→ Dient als Möglichkeit, Stress zu reduzieren und mit der physischen Welt zu interagieren (Quelle: Oxford Dictionary)



Dr. Martin Spantig: BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH

## Sehnsucht nach dem „Pausenknopf“



- Bedürfnis nach Auszeit
  - Abseits des Alltags Ruhe und Stille genießen
  - Ohne Einflüsse des alltäglichen Lebens (Handy aus, kein Internet, kein PC)
- Wunsch nach Authentischem und Konkretem, um der Digitalisierung („Verflüssigung“) des Lebens entgegenzuwirken
- Wunsch nach sinnlichen, greifbaren Erlebnissen
  - „Offline-Sinnlichkeit“
- Halt finden in der Dauerrotation des Alltags



Dr. Martin Spantig: BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH

## Aktuelle Trendbewegungen



Digitalisierung des Lebens  
Überforderung &  
Zeitmangel  
Entfremdung von Umwelt  
Virtuelle  
Lebenszusammenhänge



Suche nach stillen Orten  
Entstehen von Sinnmärkten  
buchbares touristisches Produkt  
„Ruhe“

Dr. Martin Spantig: BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH

## Ziele aus Sicht der Landesmarketingorganisation



- Erhöhung der Übernachtungszahlen und Ausgaben im ländlichen Raum
- Erschließung neuer Gästegruppen für einen Urlaub in Bayern
- Generierung von Übernachtungen, die sonst nie nachfrageseitig im Markt aufgetaucht wären



Dr. Martin Spantig: BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH

## Welche Angebote bietet stade zeiten®?



### 1. Stille Nächte in Bayern



### 2. Mitmach - angebote in der Natur



### 3. Spirituelle Auszeit in Bayern



### 4. Momente der Stille



Dr. Martin Spantig: BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH



## Neue Rolle für Flusslandschaften



Dr. Martin Spantig: BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH



Danke für Ihre Aufmerksamkeit!

Dr. Martin Spantig  
Geschäftsführer  
BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH