

**Raum: Magic Round Table**

**Uhrzeit: 12:00 Uhr**

## **Ergebnisse – Gedanken – Notiz-Splitter**

Vielen Dank an die Studierenden der Hochschule Worms, die diese Session mitprotokolliert haben.

### **Werden ältere Zielgruppen vernachlässigt?**

- Junge Zielgruppen häufig im Fokus, touristische Produkte für ältere Zielgruppen nehmen ab
- Alter wird negativ wahrgenommen, man will jung und modern wirken
- Senioren eigentlich wichtige, attraktive Zielgruppe
  - o Viel Zeit
  - o Reisefreudig
  - o Häufig viel Geld
- Jüngere Zielgruppen sollen zwar erschlossen werden, aber ältere Zielgruppen sollen dadurch nicht an Fokus verlieren
- Wird Marketing vielleicht häufiger von jüngeren Leuten gemacht?
  - o Vielleicht wird das Marketing von älteren Zielgruppen aber auch nur anders aufgenommen
- Mit wem wird zusammengearbeitet? Haben Kooperationspartner oder führende Kräfte zu viel Einfluss?
- Know-How aneignen, Marktforschung betreiben
- Zielgruppenprozess häufig viel von Marktforschung abhängig
  - o Reisemotive im Fokus
- Geographen sollten vielleicht ihre Tätigkeit reflektieren
- Wie gelangt man überhaupt zu Marketingmaßnahmen
  - o Vielleicht sollte der Weg zu Marketingmaßnahmen besser kommuniziert werden

Fazit:

- Entsprechende Mitsprache von verschiedenen Zielgruppen
- Ü 50 sehr attraktive Zielgruppe
  - o Viel Zeit, Selbstverwirklichung, Zahlungskräftig
- Junge Zielgruppen viel schwerer zu halten, da junge Leute sehr sprunghaft sind
- „Oldies sind Goldies“
- „Grau ist das neue Pink“

Anlagen: keine