



Familien INSIGHTS

Studie 2020



Aktuelle Umfrage mit guten Nachrichten für Österreichs Tourismus:

Nach Corona: Berge und Seen hoch im Kurs

Familien denken schon über Urlaub nach / Ausflugs-Vorfreude

**Befragung von 680 Familien in ganz Österreich mitten in der Corona Krise
Die wichtigsten Ergebnisse und Erkenntnisse:**

- Nach der Corona-Krise soll zumindest genauso viel Geld für Urlaub ausgegeben werden wie davor
- Destinationen in Österreich ganz klar im Fokus
- Urlaub mit gutem Preis-/Leistungsverhältnis wird jetzt schon gesucht
- Fast 70% wünschen sich einen Familienurlaub in der Natur
- Shopping lieber im „echten Geschäft“ als online und vor allem für die Kinder

Das Familienleben hat sich seit dem Ausbruch der COVID-19-Pandemie komplett verändert. Nichts ist mehr so, wie es einmal war. Wirklich nichts? Eine Befragung von 680 Familien in Österreich über das Portal Kjero.com macht Hoffnung. „Es zeigt sich bereits ein erster Silberstreif am Horizont. Die Familien setzen sich wieder langsam mit dem Thema Urlaub und Freizeitgestaltung für die Zeit „nach Corona“ auseinander“, sagt Ursula Weixlbaumer-Norz, Familienmarketing-Expertin und Geschäftsführerin des Beratungsunternehmens für Familienmarketing „kids & fun consulting“. Die von der Bunderegierung verlautbarte langsame „Wiederbelebung“ des österreichischen Tourismus ab 15. Mai werden die Familien somit mit ebenso großer Freude aufgenommen haben wie die Hotellerie und Beherbergung...

Derzeit finden die häufigsten Freizeitaktivitäten der österreichischen Familien freilich noch in den eigenen vier Wänden bzw. im unmittelbaren Umkreis der Wohnung statt: Kochen und Spazieren gehen rangieren mit 81% und 74% an oberster Stelle, gefolgt von Gesellschaftsspielen (68%), Lesen (59%) und Fernsehen (64%). Auch Heimwerken und Gärtnern sind mit 65% beliebt.

Durchaus werden aber auch schon Pläne für die Zeit nach Corona geschmiedet. „Die Familien freuen sich besonders auf Ausflüge (73%), Urlaube (59%) und Familientreffen (89%).

Der Urlaub soll in Österreich stattfinden, am liebsten in den Bergen oder an einem See. Fast 67% der befragten Familien informieren sich bereits aktiv über einen möglichen nächsten Urlaub“, so Ursula Weixlbaumer-Norz.

„Bei der Recherche spielen natürlich vor allem die sozialen Medien und Bewertungen auf den einschlägigen Reiseportalen wie TripAdvisor eine große Rolle.“, ergänzt Kjero-Geschäftsführer Stefan Ramershoven. Eine Mutter hat es sehr schön formuliert mit „einfach im Netz stöbern nach was Schönerem“- hier lässt man sich inspirieren und plant die Zukunft.

Gleich hohes Urlaubsbudget wie „davor“

Die gute Nachricht für Hoteliers und Tourismusbetriebe: 69% der Befragten wollen für ihren ersten Urlaub „danach“ annähernd gleich viel ausgeben wie vor der Krise. Dabei lautet die Devise ganz klar: „Ich will mehr für mein Geld!“ Viele Familien suchen deshalb nach einem besonders guten Preis-/Leistungsverhältnis und günstigen Angeboten. Besonders Familienaktivitäten (75%) und Spaß für die Kinder (70%) in der Natur (68%) werden jetzt nachgefragt! Ebenfalls ein großer Vorteil für den österreichischen Tourismus.

Exotische Destinationen tauchen kaum in dieser Suche auf. „Die Österreicherinnen und Österreicher bleiben ihren heimischen Ausflugs- und Urlaubszielen treu und wollen ihren nächsten Urlaub zu 67% gerne im eigenen Land verbringen. „Das ist ein Hoffnungsschimmer für die heimische Tourismusbranche, die durch die Corona-Krise besonders hart getroffen wurde“, so Familienmarketingexpertin Weixlbaumer-Norz.

Sparen für Kindereinkäufe

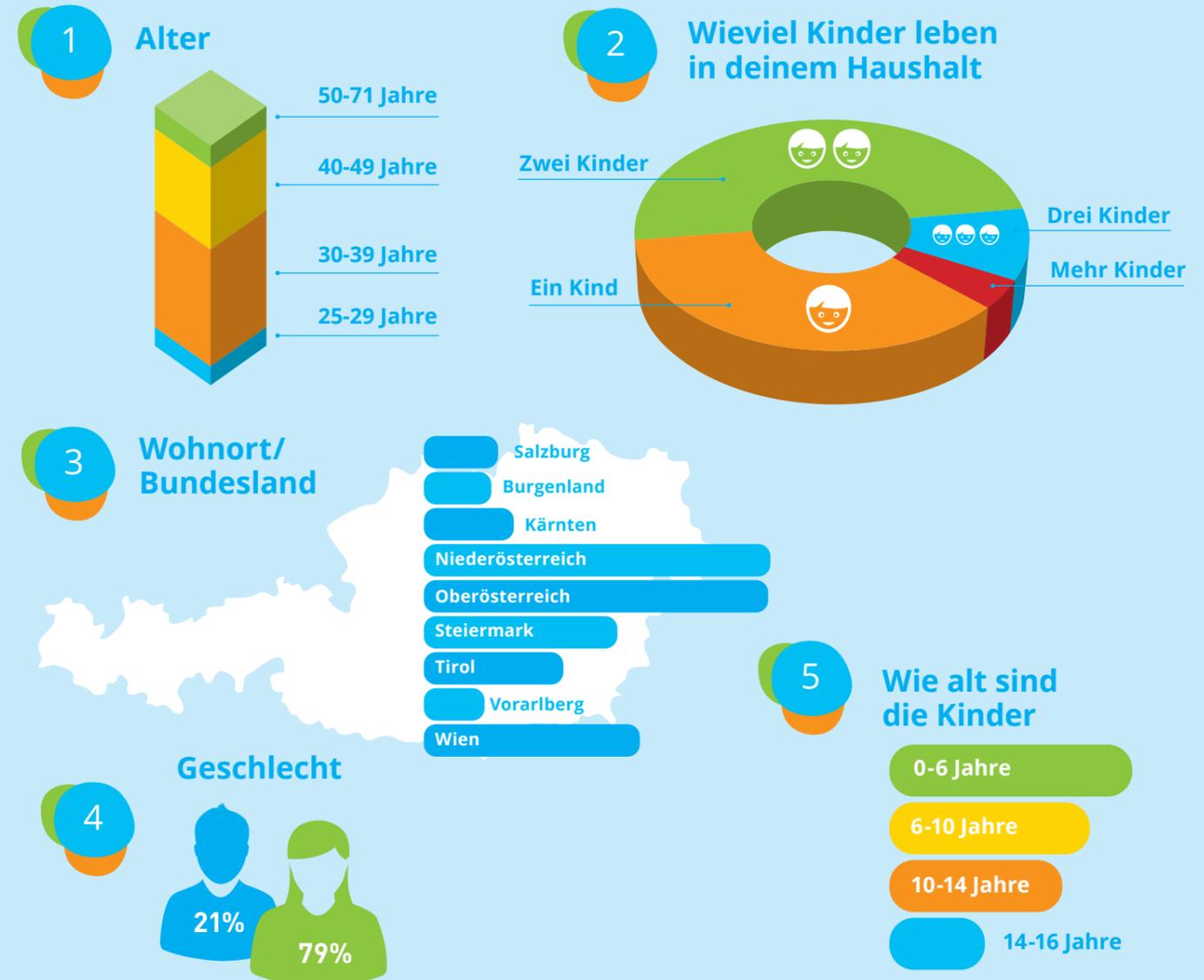
Ähnliches gilt für das Einkaufsverhalten: Fast 80% der Familien sparen im Moment und geben nicht ihr gesamtes verfügbares Geld für Online-Einkäufe aus. „Ich finde es besonders zuersichtlich zu sehen, dass sich der Großteil der Konsumenten aufgrund der aktuellen Situation finanziell nicht besonders stark entmutigen oder gar beeinflussen lässt.“, meint Ramershoven. Fast 64% der Familien geben an, nach der Krise genauso viel Geld beim Shopping ausgeben zu wollen wie vorher, nur etwa 36% planen sich einzuschränken. Hier freut man sich schon besonders, Einkäufe für die Kinder tätigen zu können. Danach kommt die Schnäppchenjagd nach Kleidung und Schuhen sowie Produkten fürs Wohnen.

Das Studiendesign

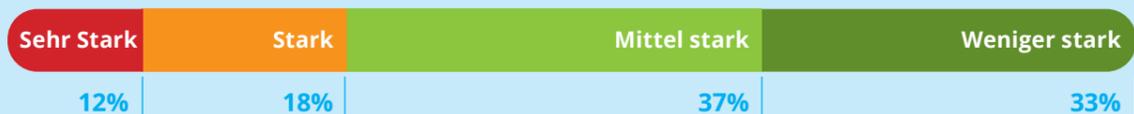
Für die vorliegende repräsentative Untersuchung wurden 683 Familien in Österreich befragt. Die Umfrage wurde im Zeitraum 31.03.20 bis 5.04.20, mitten in der Corona Krise, durchgeführt und widmet sich den Fragen wie Familien nach Corona ihren Konsum und Urlaub planen.

Die Untersuchung wurde konzipiert und ausgeführt von kids & fun consulting und der Kjero GmbH. Gemeinsam befragen sie seit 2015 mit den „Familien Insights“ Studien Familien.

Soziodemografische Merkmale



6 Wie stark sind deine Familien Finanzen von der Corona Krise betroffen?



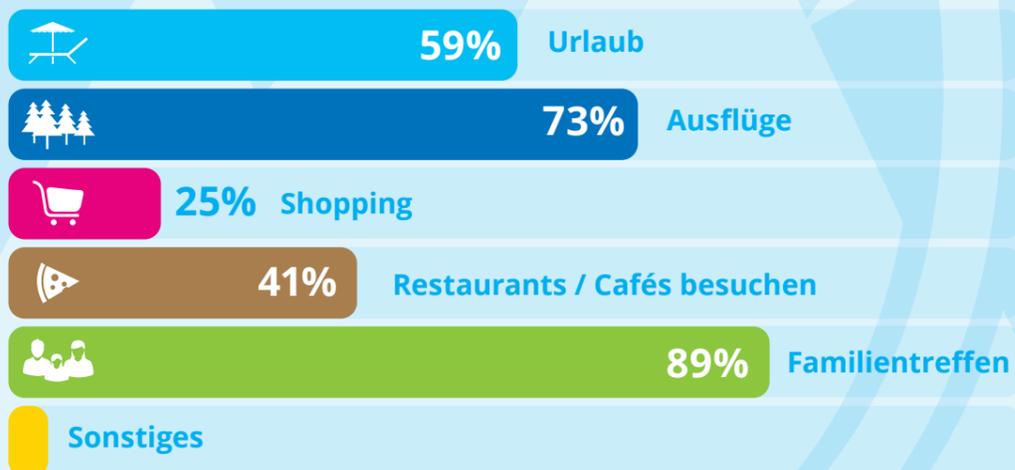
7 Sparst du im Moment dein Geld oder gibst du es online aus?



8 Was machst du im Moment mit deiner Freizeit? (mehrere Antworten möglich)



9 Auf was freust du dich besonders wenn „Corona“ vorbei ist? (mehrere Antworten möglich)



10 Auf was wirst du bei der Buchung des nächsten Familienurlaubs oder Ausflugs besonders achten? (mehrere Antworten möglich)



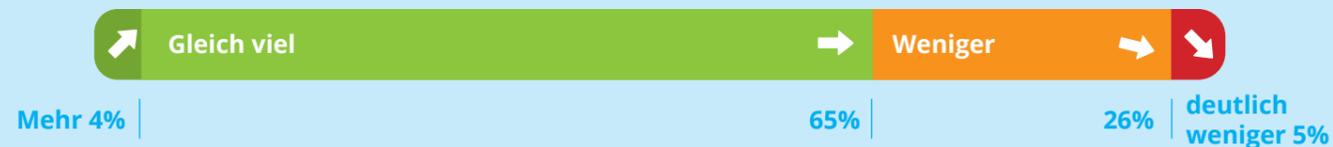
11 Welche Art von Familien-Urlaub würdest du nach der Corona Krise gerne machen (mehrere Antworten möglich)



12 Informierst du dich schon ein bisschen über deinen nächsten Urlaub?



13 Wieviel Geld planst du nach der Corona Krise im Vergleich zu vorher für Urlaub auszugeben?



15

Wo informierst du dich über deinen nächsten Urlaub?



14

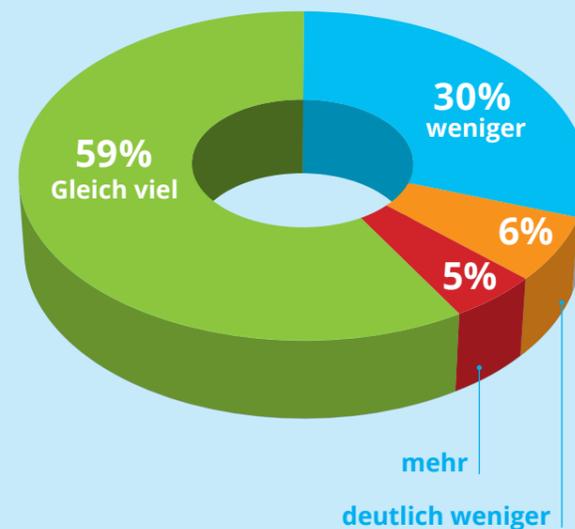
Was ist dabei wichtig?

(mehrere Antworten möglich)



16

Wieviel Geld planst du nach der Corona Krise im Vergleich zu vorher für Shopping auszugeben?



17

Auf welche Angebote wirst du dich besonders beim ersten Shopping nach „Corona“ freuen?



Empfehlungen

Mag. Ursula Weixlbaumer-Norz
kids & fun consulting
www.kidsandfunconsulting.com

kids & fun consulting ist eine Unternehmensberatung für Familienmarketing



Empfehlungen für Tourismus

- **Werden Sie jetzt aktiv-** ihre zukünftigen Kunden sind im Netz unterwegs und stöbern nach ersten Urlaubsangeboten. Machen Sie Stimmung für Ihre Angebote.
- **Besonders gemeinsame Familienaktivitäten und Aktivitäten für Kinder werden gesucht.** Zeigen Sie jetzt, was ihr Hotel / Ort / Region für Familien zu bieten hat. Setzen Sie ihr Maskottchen so viel wie möglich ein, es zeigt Familienkompetenz. Zeigen Sie Ihren zukünftigen Gästen, welche gemeinsamen Aktivitäten die Familie bei Ihnen erleben kann, besonders in der Natur. Haben Sie eine Rätselrally, einen Erlebnisweg, einen Spielplatz – bewerben Sie das jetzt!
- **Knüpfen sie Beziehungen** mit Ihren zukünftigen Gästen, sprechen Sie mit Ihnen auf social media. Das können in Corona Zeiten auch Aktivitäten (zB Bastelideen / Kochideen oder Lieder/ Geschichten) für zuhause sein. Lassen Sie Aktivitäten für Kinder von Ihrem Maskottchen präsentieren.
- **Erstellen Sie neue Angebote für Familien**, die ein gutes Preis- Leistungsverhältnis suchen. Was könnten Sie zusätzlich bieten?

Stefan Ramershoven
Kjero GmbH
company.kjero.com

Die Kjero GmbH ist einer der führenden Anbieter für Direct-2-Consumer Marketing und betreibt neben zahlreichen Brand Communities eine eigene Online Community mit mehr als 250.000 registrierten Nutzern.



Empfehlungen für den Handel & Marken

- Handel als auch den Marken sollten aktuell in ihre **Kundenbeziehungen investieren** und diese festigen – zeigen Sie, dass Sie gemeinsam mit den Kunden durch diese Krise gehen.
- **Schaffen Sie wirkliche Beziehungen** durch eine direkte Einbeziehung von Konsumenten.