

Mit Sicherheit ins Abenteuer

Die phaydon Reisetypologie

Der Reisemarkt befindet sich im Umbruch. Typologien, die sich nur auf Destinationen und soziodemographische Merkmale stützen, liefern keine prognostisch relevanten Ergebnisse mehr. Umso wichtiger ist es, die zentralen Motive und Beweggründe der Reisenden zu verstehen – und zu schauen, welche Medien- und Vertriebskanäle rund um die Reise genutzt werden. Was versprechen sich Reisende von ihrem Urlaub, welche Wünsche und Sehnsüchte gehen mit auf Reisen – und was hilft bei der Erfüllung dieser Anliegen?

Ausgehend von der Annahme, dass Wünsche und Bedürfnisse unser Reise-verhalten maßgeblich beeinflussen, entwickelt phaydon eine Reisetypologie aus neuem Blickwinkel. Die Basis bilden 40 tiefenpsychologische Interviews, Ziel sind segmentspezifische Handlungsempfehlungen, die den Entscheidungsprozess rund um die Reise einbeziehen und wertvolle Hinweise für ein Zielgruppenmarketing liefern.

Inhalte

- Grundmotive des Reisens
- Differenzierte, motivbasierte Typologie
- Typenspezifischer Entscheidungsprozess rund um die Reise
- Segment- und prozessorientierte Handlungsempfehlungen

Hinweis: Im Herbst 2008 erscheint eine erweiterte Version der Untersuchung, die eine Quantifizierung der verschiedenen Reisetypen und detaillierte Hinweise zur zielgruppengerechten Ansprache liefert.



Studiensteckbrief

- Titel der Studie: „Mit Sicherheit ins Abenteuer - Ergebnisse einer qualitativen Untersuchung zum Thema Reisen“
- Umfang: 51 Seiten
- Erscheinungsdatum: November 2007
- Lieferart: PDF-Datei
- Preis der Studie: Euro 199,-

Bei Interesse wenden Sie sich bitte an:

Dr. Jörg Maas

Tel: 0221-964376-37

joerg.maas(at)phaydon.de