

Name

Andrea und Wolfgang von Hofen

Alter

Sie: 57
Er: 58

Familie

Verheiratet, 2 Kinder (nicht mehr im Haus, bereits erwachsen)

Job

Sie: Lehrerin (Geschichte & Französisch), Privatschule, Teilzeit
Er: Vorstand eines Unternehmens

Wer ist es?

Andrea wohnt in einem bürgerlichen Wohnviertel in Berlin-Grünwald in einem Eigenheim mit großem Garten. Sie arbeitet nur noch aus eigenem Interesse und Anspruch als Studienrätin, inzwischen in Teilzeit (16 Unterrichtsstunden). Ihr Mann ist im Vorstand eines Unternehmens und viel unterwegs. Andrea engagiert sich ehrenamtlich im sozialen Bereich und ist politisch aktiv. Sie ist Protestantin, besucht die Kirche aber nicht regelmäßig. Sie fährt einen Audi A3, ihr Mann einen BMW. Andrea liebt Jazz und klassische Musik, sie liest gern, am liebsten Sachbücher und Biografien, außerdem geht sie gern gut essen.

Werte und Einstellungen

Andrea und Wolfgang gehören zum konservativ-etablierten Milieu. Familie ist Andrea wichtig, außerdem ist ihr soziales Engagement wichtig. Sie legt Wert auf regelmäßigen Sport (Yoga, Gymnastik). Sie besitzt ein Konzert-/Theaterabo als Statussymbol, aber auch, weil es ihr Spaß macht, außerdem sind sie und ihr Mann Mitglied im Lions Club. Sie hat Interesse an Kunst und besucht auch gern Kunstausstellungen im Museum. Allgemein verfügt sie über ein konservatives Weltbild.

Ziele

Sie strebt nach Harmonie, auch in ihrer Familie. Sicherheit und der Erhalt ihrer Gesundheit bis ins hohe Alter sind ihr wichtig. Außerdem strebt sie danach, ihren Status zu erhalten.

Konsumverhalten

Andrea liebt frische und regionale Produkte. Sie kauft am liebsten auf dem Markt. Qualität steht für sie noch vor Marken. Sie kauft gern im KaDeWe, aber auch gern in kleineren Boutiquen und Fachgeschäften, wo man sie persönlich kennt und dementsprechend gut beraten kann. Sie trägt dezenten Schmuck, den sie in Boutiquen erwirbt. Beratung beim Einkauf ist ihr sehr wichtig, sie kennt ihre Spezialitätenhändler und vertraut deren Empfehlungen. Wenn sie Alkohol trinkt, dann am liebsten Aperol Spritz oder einen guten Rotwein.

Mediennutzung

Andrea liest regelmäßig Bücher (Belletristik, Biographien, Sachliteratur). Sie ist jedoch in gewisser Weise auch online-affin und besitzt ein Tablet, sie nutzt am liebsten Apple-Produkte. Angeschafft werden die technischen Produkte jedoch von ihrem Mann. Sie nutzt Google Maps, E-Mail und WhatsApp, betreibt Online-Shopping und Online-Banking. Sie ist bei Facebook angemeldet, nutzt es aber kaum und hat sich nur aus pädagogischem Interesse angemeldet. Ihre Kinder richten Medien bzw. Apps für sie ein, um z.B. Fotos austauschen zu können. Das Internet nutzt sie außerdem, um sich morgens auf dem Smartphone auf den aktuellen Stand in Sachen Weltgeschehen zu bringen oder um zu spontan auftauchenden Fragestellungen zu recherchieren, ihr Wissen somit zu erweitern. Unterwegs nutzt sie ihr Smartphone seltener. Als Apps sind auf ihrem Smartphone und Tablet z.B. Google und Google Maps, Apps von DB und ÖPNV sowie Apps der Tageszeitungen zu finden. Sie liest die Welt am Sonntag und den Tagesspiegel, außerdem die Landlust und Schöner Wohnen. Ihr Mann liest außerdem Wirtschaftszeitungen. Online verfolgt sie außerdem die Nachrichten der SZ. Sie zeigt ein klassisches TV-Nutzungsverhalten, sie schaut am liebsten Arte, 3Sat, Phoenix, allgemein eher öffentlich-rechtliche Sender. Ihre Lieblingssendungen sind die Tagesschau sowie Dokumentationen und Reportagen zu Themen wie Kultur und Politik. Sendungen, die sie verpasst hat, schaut sie auch gern über Mediatheken der Sender auf ihrem Smart-TV. Um anspruchsvollere, amerikanische Serien schauen zu können, haben sie außerdem ein Netflix-Konto. Im Radio hört sie am liebsten Deutschlandfunk. Auch da nutzt sie gern das Angebot der Mediathek, um verpasste Sendungen zu hören.

Urlaubsmotive

Im Urlaub mag sie Hochkultur. Sie macht am liebsten Urlaub in Städten, wo sie Museen und Geschichtsorte besucht. Natur genießt sie am ehesten in Verbindung mit Aktivitäten wie Radfahren. Erholung darf im Urlaub jedoch auch nicht zu kurz kommen. Dafür macht sie auch gern Urlaub am Meer, Strand allein reicht ihr jedoch nicht, es müssen immer auch interessante Städte mit einem kulturellen Angebot in der Nähe sein. Sie besitzt einen hohen Qualitätsanspruch, übernachtet bevorzugt in Hotels mit mind. 4 Sternen oder Ferienwohnungen, deren Einrichtung und Ausstattung ihrem Anspruch genügen. Unterkünfte müssen in jedem Fall klassisch-stilvoll sein, gern auch individuell.

Reise-Informationsverhalten

Sie vertraut auf Empfehlungen von Freunden und Bekannten. Sie lässt sich durch Reportagen im Fernsehen und in Zeitungen zu Reisen inspirieren. Auch Filme, in denen sie schöne Orte sieht, oder ausliegende Prospekte inspirieren sie zum Reisen. Ansprechende Fotos von Unterkünften, online wie auch in Zeitschriften, können ebenfalls eine Inspirationsquelle darstellen. Für Reisen ins Ausland lässt sie sich außerdem gern in Reisebüros beraten.

Vor der Reise, wenn die finale Entscheidung für ein Reiseziel getroffen wurde, kauft sie sich einen Reiseführer in Buchform, am liebsten Baedeker, außerdem kauft sie passende Garderobe, um sich auf den Urlaub einzustellen (z.B. für den Theaterbesuch). Andrea ist der Entscheider in Bezug auf Reisen und Destinationen. Gern lässt sie sich außerdem Informationsmaterial von der Destination zuschicken. Wenn sie online nach Informationen sucht, gibt sie meist zunächst das Urlaubsziel bei Google ein und schaut dann, was unter den Ergebnissen landet. Gern nutzt sie online vor allem die Website der Destination, Unterkunftswebsites, aber auch Reiseportale und Bewertungsplattformen.

Buchungsverhalten

Andrea recherchiert ihre Reise auch im Internet. Sie informiert sich online über das Hotel bzw. sucht online nach Hotels, die Buchung erfolgt über die Website der Unterkunft, über booking.com oder HRS oder direkt telefonisch beim Hotel. Beratungsintensivere Fernreisen bucht sie außerdem gern übers Reisebüro, um einen kompetenten Ansprechpartner zu haben, Leistungen wie Konzerttickets, Theaterkarten usw. bucht sie am liebsten vorab, vor allem, wenn sie erwartet, dass die Veranstaltung dann zum Reisezeitraum ausverkauft sein wird. Ansonsten kauft sie Tickets erst vor Ort, lässt sich diese dann aber z.B. über das Hotel reservieren.

Urlaubsverhalten

Sie verreist meistens mit ihrem Ehemann, manchmal dann auch mit befreundeten Paaren. Wichtig im Urlaub ist ihr, Zeit füreinander zu haben. Im Urlaub betreibt sie Sightseeing, unternimmt Theater-, Museums- und Restaurantbesuche, außerdem geht sie gern shoppen. Manchmal leihen sie sich Räder und unternehmen kleinere Radtouren. Wichtig ist es ihnen, im Urlaub gut essen zu gehen, dabei genießen sie regionaltypische Spezialitäten, gehen aber auch gern in gute mediterrane Restaurants. Im Hotel nutzt sie gern Wellness-Angebote. Sie machen zwei Haupturlaube und zwei bis drei Kurzreisen. Der Haupturlaub dauert je ein bis zwei Wochen, die Kurzreisen je drei bis vier Nächte. Ihre liebsten Reiseziele sind Deutschland und der Mittelmeerraum (Frankreich). Dabei verreisen sie am liebsten mit dem Auto. Sie bevorzugt 4-Sterne-Hotels mit einem gewissen Maß an Luxus oder hochwertige Ferienwohnungen. Einmal im Jahr unternimmt sie außerdem mit ihren zwei besten Freundinnen einen Städtetrip. Ihr Mann verreist 1x im Jahr auch ohne sie, dann geht er golfen oder tauchen.

Nach dem Urlaub

Sie nimmt sich Ausstellungskataloge oder Bildbände von der Reise mit, außerdem kauft sie als Souvenirs Regions- oder Landestypisches, wichtig ist ihr, dass die Souvenirs hochwertig sind. Gern bringt sie auch anderen etwas Landestypisches, z.B. Wein oder Olivenöl mit. Nach dem Urlaub berichtet sie ausführlich ihren Freundinnen von der Reise und zeigt dabei Fotos am Smartphone oder Tablet. Ihren Kindern schickt sie meist schon während des Urlaubs Fotos via WhatsApp. Beschwerden äußert sie direkt vor Ort, z.B. im Hotel. Feedback-Bögen füllt sie aus, wenn sie konkrete Verbesserungsvorschläge hat, Online-Bewertungen schreibt sie nur, wenn es sehr schlecht war.

Chancen

- Hohe Wertschöpfung
- Treue, Stammkunde
- Wertvolle Multiplikatoren
- Touristische Infrastruktur auf höherem Niveau ausbauen

Risiken

- Sehr kritische Bewertung der Qualität → negatives Image
- Hohe Erwartungshaltung (auch angesichts touristischer Angebote wie Shopping-Angebot, ÖPNV, Stadtbild) → es muss ein insgesamt perfektes Produkt sein, um Zufriedenheit zu erreichen