



Verjüngung der Gästestruktur

Wie die Attraktivität des Kantons für jüngere touristische Zielgruppen gesteigert werden kann.

Inhaltsverzeichnis

1. Status Quo & Potenzialbewertung	3
2. Bestandsaufnahme – Kategorisierung	5
3. Good Practices	7
4. Ableitungen	11

Status Quo & Potenzialbewertung

Als junge Zielgruppe gelten im Rahmen dieser Analyse junge Erwachsene, die allein, mit ihrer Familie oder in kleinen Freundesgruppen reisen. Die Analyse berücksichtigt Personen im Alter von derzeit 20 – 35 Jahren, sie gehören zum grossen Teil der Generationen Y und Z an.

Mit der Ansprache dieser jüngeren Zielgruppe kann Graubünden nicht nur den Wegfall bisheriger Stammgäste kompensieren, sondern auch neue Potenziale ausschöpfen.

Ökonomische Aspekte

Die Generation Y (Millennials, derzeitiges Alter zwischen 25 – 39 Jahren) macht inzwischen weltweit die grösste touristische Zielgruppe aus: zu ihr gehören ca. 200 Mio. Reisende pro Jahr, deren Ausgaben für Reisen sich auf insgesamt 180 Mrd. Dollar jährlich belaufen.¹

Das Potenzial der Generation Z (derzeitiges Alter zwischen 16 und 24 Jahren) steigert sich hingegen langsam – jährlich mehr Personen sind fest im Arbeitsmarkt etabliert. Die jährlichen Ausgaben für Reisen werden allein in Deutschland auf 7% des Haushaltsnettoeinkommens geschätzt.²

Die weltweite Kaufkraft der Generation Z beläuft sich auf insgesamt ca. 143 Mrd. Dollar.³

Vertreter*innen der Generation Z reisen deutlich häufiger als andere Generationen und legen mehr Wert auf Erlebnisse als auf persönlichen Besitz. 43% der Generation Z begründen ihre Buchungsentscheidungen mit den angebotenen Erlebnissen vor Ort.⁴

1 mize.tech

2 rlp.tourismusnetzwerk.info

3 klardenker.kpmg.de

4 presseportal.de