

## Tourismus-Trends



Andreas Reiter

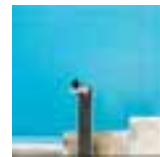
ZTB

## Innovation auf übersättigten Märkten



## Neue Parameter

- **Aldisierung & Smart Consuming**
- **Neue (digitale) Einkaufs-Rituale**
- **Hybride Märkte, hybride Konsumenten**



## Segmentierung in Budget und Luxus



## Smart Consuming



## Diskont-Lifestyle & soziale Polarisierung



## Budget



- Ein Urlaubstag darf höchstens 76 € kosten



## Verändertes Freizeitverhalten



- Europäer fahren immer weniger Ski
- Neue Quellmärkte mit anderem Werteset und Freizeit-Lifestyle

## Neue – digitale - Einkaufs-Rituale



- alle 30 Sekunden eine Uhr
- alle 3 Minuten ein Auto
- alle 2 Minuten ein Notebook

## Individualisierung der Produkte



## Interaktive Preis-Modelle



## Reverse Pricing



## Hybride Märkte



- Grenzen zwischen den Branchen lösen sich auf



## Hybride Märkte ► neue Vertriebswege

Re-Channeling

- Z.B. Airline ► Airport



## Hybride Konsumenten



Sowohl **als auch**



Easy Living



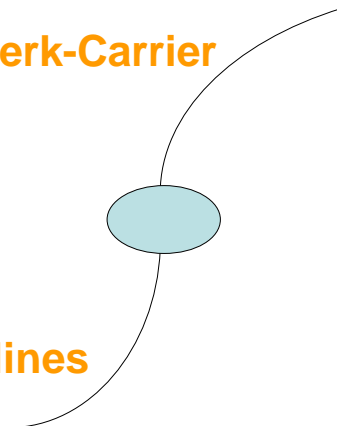
## **Luxus & Diskont:** die Neue Mitte



## Konvergenz der Business-Modelle

**Netzwerk-Carrier**

**Low Fare Airlines**



## Low Cost, High on Style



## Destinationen differenzieren sich weiter



- **Mainstream (Ballermann)**
- **Hot Spots**
- **Hidden Places**

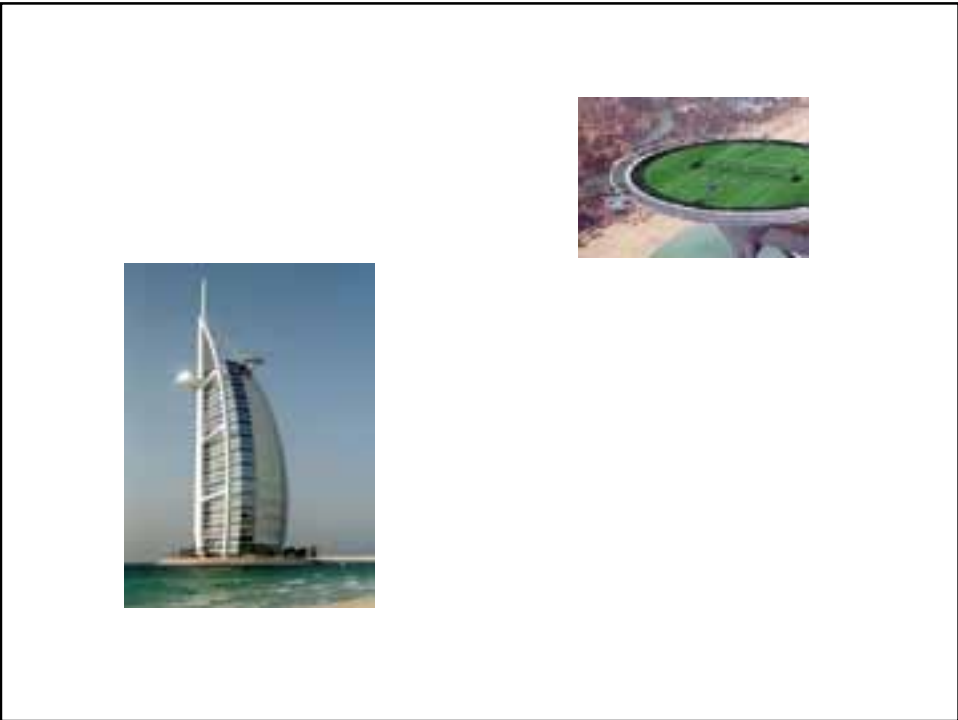
## **Kunden sind loyal gegenüber Themen, nicht Destinationen**



## **The widdow maker**



Harakiri – die steilste Piste Österreichs



## Wüsten-Skilauf



## Bubble City



## Aufmerksamkeits-Ökonomie



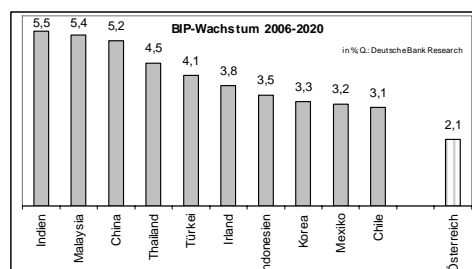
## Wettbewerb der Symbole



# Touristische Champions-League



# Internationalisierung





**Freizeit** = Spielwiese des Ich





## Werte

- Easy Living
- Gemeinschaft
- Better Aging
- Sinn/Orientierung

## Die Märkte von morgen = Zeit- Märkte



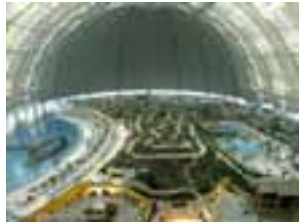
## Maximum kicks in minimum time



## Inszenierung von Paradoxien



## Instant Leisure



## Instant Access



- **Ski in, Ski out**

## Zeit wird ökonomisiert



## Access-Economy



- Nutzen vor Besitz
- Leasing statt Kaufen
- Vernetzte Mietsoftware

## Nutzenabhängige Preismodelle



- Value for Time

## One Stop-Lösungen



## rent a cow



## Wasch-Bar



## Convenience-Zone



## Produkt und Dienstleistungen verschmelzen





## Top-Convenience

- Separées bei Emirates
- Hi-Tech-Ambiente
- Raum = Luxus



## Kicks & Gemeinschaft



## Sport-Events als Resozialisierung



## Body-Mania



- 2 Mio Sportler
- 2,6 Mio Runner
- 340.000 N. Walker

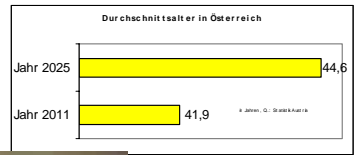


## Inszenierung der Extreme



## Better Aging





## Proaktiver Gesundheits-Markt



## Alternde Gesellschaft, junge Werte



## Neues Logo





## Junger Lifestyle als Magnet für Baby Boomer



## Der Berg als Lifestyle-Bühne



## Future Mountain = Urban Lifestyle



## Sehnsucht nach Orientierung



## Living Sculpture



**Weg zum Ich**



**34 Mio Deutsche  
wandern**





[ztb-zukunft.com](http://ztb-zukunft.com)