

# Der Wohlfühl- TOURIST

Lernen Sie die nachhaltigen Idealisten, die neugierigen Entdecker und die achtsamen Entschleuniger kennen. Drei interessante und wachsende Segmente des Wohlfühltourismus. Wer sind sie? Was sind ihre Reismotive?

Jedes Segment hat besondere Vorlieben für Wohlfühltourismus-Angebote, die als nachhaltig definiert werden und die Harmonie und das Gleichgewicht von Körper, Geist und Seele unterstützen.



# Ihr Ort- EIN ZUHAUSE FÜR...



NACHHALTIGE  
IDEALISTEN



ACHTSAME  
ENTSCHLEUNIGER



NEUGIERIGE  
ENTDECKER

Ein Tourismus, der die Harmonie und Ausgeglichenheit von Körper, Geist und Seele...

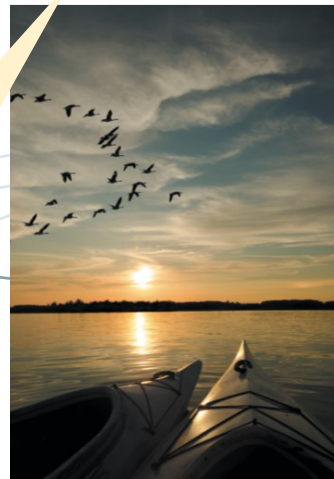


**Etwas Neues und Unerwartetes entdecken und Kultur und Natur auf eigene Faust erkunden.**

*Neugierige Entdecker*

**Entschleunigung, Abkehr von einem ungesunden Lebensstil, innere Ruhe und neue Energie finden.**

*Achtsame Entschleuniger*



**Ein Vorbild sein und mein Möglichstes tun, um nachhaltig und mit Respekt für andere Kulturen zu reisen.**

*Nachhaltige Idealisten*



...von Gästen und Gastgeber\*innen in einer nachhaltigen Zusammenarbeit mit der lokalen Bevölkerung und Umwelt unterstützt.

# Wellbeing tourism

Ein Tourismus, der die Harmonie und Ausgeglichenheit von Körper, Geist und Seele...

Ich bin bereit, ein wenig mehr zu zahlen, wenn das Geld für den lokalen ökologischen Fortschritt verwendet wird.

Es ist mir wichtig, die Menschen in dem Land, das ich besuche, kennen zu lernen.

Es ist mir wichtig, dass das Geld, das ich ausbebe, der lokalen Gemeinschaft zugute kommt und nicht einem internationalen Unternehmen.



...von Gästen und Gastgeber\*innen in einer nachhaltigen Zusammenarbeit mit der lokalen Bevölkerung und Umwelt unterstützt.

Es ist mir wichtig, dass der Ort, den ich besuche, eine große Auswahl an Bio-Lebensmitteln anbietet

Es ist mir wichtig, das Leben vor Ort nicht zu stören, und ich habe eine Verantwortung, wenn ich reise.

Der Umwelt zuliebe überlege ich, weniger Langstrecken und weniger mit dem Flugzeug zu bereisen.



[ WELLBEING SEGMENTS ]

# NACHHALTIGE IDEALISTEN

Stark vertreten in nordeuropäischen Märkten. Legen "großen" oder "sehr großen" Wert auf Nachhaltigkeit als Teil ihrer Reiseentscheidungen. Sie lieben Reiseziele, die weniger überlaufen sind, versteckte Juwelen in der Natur.

## PREFERENZEN

Biologische und lokal produzierte Lebensmittel  
Gastfreundliche Menschen treffen  
Authentisches lokales Leben und Kultur erleben  
Nachhaltige Unterkunftsformen  
Umweltfreundliche Transportmittel  
Geld kommt der lokalen Gemeinschaft zugute  
Bereitschaft, eine kleine Umwelt- & Fairnesssteuer zu zahlen  
Aktivitäten im Freien - Wandern, Radfahren, Kajak, Pferde  
Strände, Landschaften und Natur

## REISEMOTIV/ENTSCHEIDUNGSFINDUNG

Nachhaltigkeit und Fairness

“Wir wollen mit gutem Beispiel vorangehen und tun, was wir können, um nachhaltig und mit Respekt für andere Kulturen zu reisen.”



[ WELLBEING SEGMENTS ]

# NACHHALTIGE IDEALISTEN

Stark vertreten in nordeuropäischen Märkten. Legen "großen" oder "sehr großen" Wert auf Nachhaltigkeit als Teil ihrer Reiseentscheidungen. Sie lieben Reiseziele, die weniger überlaufen sind, versteckte Juwelen in der Natur.

## DEMOGRAPHIE

Im Allgemeinen mehr Frauen als Männer  
Alle Altersgruppen sind vertreten (überwiegend jüngere Generationen)  
Das Bildungsniveau ist relativ hoch  
Das Einkommen ist durchschnittlich

Größe des Segments: Riesig, 1/3 aller Touristen (EU)  
4 von 10 (GE/SE)  
2 von 10 (NO/NL/GB)

“Wir wollen mit gutem Beispiel vorangehen und tun, was wir können, um nachhaltig und mit Respekt für andere Kulturen zu reisen.”

# Wellbeing tourism

Ein Tourismus, der die Harmonie und Ausgeglichenheit von Körper, Geist und Seele...

Es ist wichtig für mich, zu entschleunigen, um inneren Frieden zu finden.

Es ist wichtig, sich gesund zu ernähren und in einer friedlichen Umgebung zu leben

Es ist wichtig, spirituelle Erfahrungen zu machen, sich mit etwas zu verbinden, das über das Alltägliche hinausgeht.



Ich bin mir der Bedeutung einer ganzheitlichen Gesundheit bewusst: Geist, Körper und Seele sollen durch das Reiseerlebnis berührt werden.

Es ist wichtiger zu reisen und zu erleben, als einen Reisepartner zu haben.

Es ist wichtig, an Workshops teilzunehmen, die mich dabei unterstützen, die beste Version von mir zu werden.

...von Gästen und Gastgeber\*innen in einer nachhaltigen Zusammenarbeit mit der lokalen Bevölkerung und Umwelt unterstützt.





[ WELLBEING SEGMENTS ]

# ACHTSAME ENTSCHEUNIGER

Sie suchen eine Pause vom Alltag und Mittel, um sich von stressiger Arbeit, ungesundem Lebensstil, Geschwindigkeit, technologischer Überlastung, hohen Leistungsanforderungen und einem allgemeinen Gefühl einer Welt in Unordnung zu erholen. Gegenwärtig wächst auch die Zahl der Reisenden, die einen gesunden und ruhigen Lebensstil pflegen und auf ihren Reisen zumindest ein ähnliches Ambiente erleben möchten.

## PREFERENZEN

Auf der Suche nach Einfachheit und innerem Frieden

Will eine "Pause" von der Technologie

Sehnt sich nach Ruhe, Konzentration, Stille, Harmonie

Liebt es, sich mit anderen Gleichgesinnten zu verbinden

Offen für Spiritualität auf nicht-religiöse Weise

Aktivitäten, die mit der Natur verbunden sind, Yoga, Achtsamkeit, Wandern, Pilgerreisen usw.

Wachsendes Interesse an Retreats, Bootcamps und Workshops

## REISEMOTIV/ENTSCHEIDUNGSFINDUNG

Frieden, Ruhe, Stille

“Ich möchte entschleunigen und eine Pause von meinem intensiven oder herausfordernden Leben einlegen - um inneren Frieden und neue Energie zu finden”





[ WELLBEING SEGMENTS ]

# ACHTSAME ENTSCHEUNIGER

Sie suchen nach einer Pause vom Alltag sowie nach Mitteln, um sich von stressiger Arbeit, ungesundem Lebensstil, Hektik, technologischer Überlastung, hohen Leistungsanforderungen und einem allgemeinen Gefühl einer Welt in Unordnung zu erholen. Gegenwärtig wächst auch die Zahl der Reisenden, die einen gesunden und ruhigen Lebensstil pflegen und auf ihren Reisen zumindest ein ähnliches Ambiente erleben möchten.

## DEMOGRAPHIE

Im Allgemeinen mehr Frauen als Männer aus städtischen Gebieten  
Junge und hochgebildete Frauen oder Frauen mittleren Alters  
Häufig Alleinreisende (obwohl sie gerne mit Gleichgesinnten zusammenkommen)

Im Durchschnitt etwa 10 % der Bevölkerung  
Ein schnell wachsendes Segment

Beispiele:

11% der Erwachsenen praktizieren Meditation (2017 GER)

10% der Frauen **praktizieren Meditation (2013 DK)**

**Yoga ist die am schnellsten wachsende Form der Bewegung, in DK hat sie seit 2007 Fußball, Golf, Tanzen usw. überholt.**

**9% & 5% praktizieren regelmäßig Yoga (2016 DK, 2018 GER)**

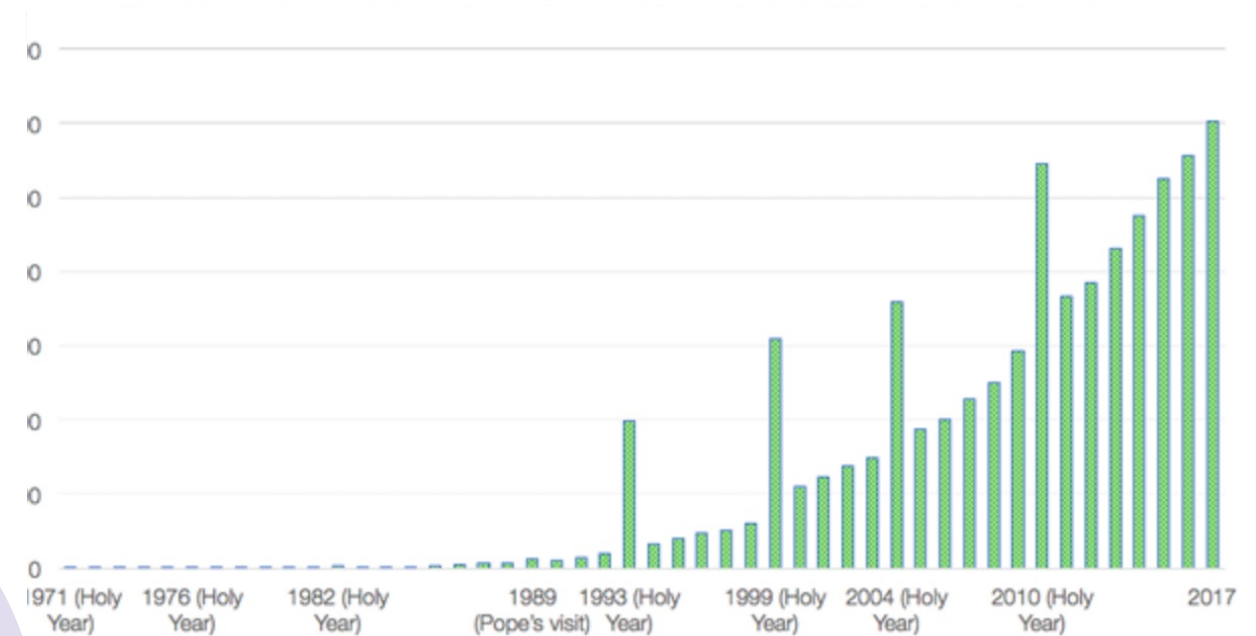
“Ich möchte entschleunigen und eine Pause von meinem intensiven oder herausfordernden Leben einlegen - um inneren Frieden und neue Energie zu finden”



[ WELLBEING SEGMENTS ]

# ACHTSAME ENTSCHEUNIGER

Entwicklung der Anzahl der eingegangenen Compostela pro Jahr



(Source: [www.ultreyatours.com](http://www.ultreyatours.com) & [officinadelperegrino.com](http://officinadelperegrino.com))

“Ich möchte entschleunigen und eine Pause von meinem intensiven oder herausfordernden Leben einlegen - um inneren Frieden und neue Energie zu finden”

# Wellbeing tourism

Ein Tourismus, der die Harmonie und Ausgeglichenheit von Körper, Geist und Seele...

Es ist wichtig, an jedem Reisetag viele verschiedene Dinge zu tun

Es ist wichtig, sowohl die Natur als auch die Städte zu erkunden

Es ist wichtig, viele verschiedene Lebensmittel zu probieren, wir lieben kulinarische Erlebnisse und vor allem lokale Spezialitäten.



Es ist wichtig, dass wir Einfluss darauf nehmen können, wo und wann wir verschiedene Orte besuchen, wir mögen individuelle Erfahrungen.

Wir suchen nach bequemen Abenteuern, die wir in unserem eigenen Tempo genießen können

Es ist wichtig, die verborgenen Schätze der Region zu erleben, Unerwartetes zu entdecken

...von Gästen und Gastgeber\*innen in einer nachhaltigen Zusammenarbeit mit der lokalen Bevölkerung und Umwelt unterstützt.





[ WELLBEING SEGMENTS ]

# NEUGIERIGE ENTDECKER

Ihnen geht es um Authentizität, Nachhaltigkeit und Naturerlebnisse. Sie legen Wert auf einen gesunden und nachhaltigen Lebensstil - und stehen dem Massenkonsum kritisch gegenüber. Ihre allgemeinen Überzeugungen sind liberal und sozial, da sie sich bemühen, allen Menschen gegenüber offen zu sein und alle gleich zu behandeln. Sie halten es für wichtig, im Laufe ihres Lebens viele verschiedene Dinge zu tun und haben daher viele Interessen.

## PREFERENZEN

Neues in der Stadt, in der Natur, an Küsten sowie durch Glamping entdecken  
Land und Reiseziel verstehen  
Land und Reiseziel kennenlernen  
Auf der Suche nach Überraschungen, unerwarteten Details und Geschichten  
Hoher Konsum von lokaler Kultur und Essen;  
auf der Suche nach dem Echten und Wahren  
Sind bereit, für lokal produzierte Waren und Erlebnisse zu bezahlen  
Aktivitäten mit geringer bis mittlerer Intensität

## REISEMOTIV/ENTSCHEIDUNGSFINDUNG

Vielfalt, Anpassungsfähigkeit, eigenes Tempo

"Wir lieben es, etwas Neues und Unerwartetes zu entdecken. Wir erforschen Kultur und Natur auf unsere eigene Weise."



[ WELLBEING SEGMENTS ]

## NEUGIERIGE ENTDECKER

Ihnen geht es um Authentizität, Nachhaltigkeit und Naturerlebnisse. Sie legen Wert auf einen gesunden und nachhaltigen Lebensstil - und stehen dem Massenkonsum kritisch gegenüber. Ihre allgemeinen Überzeugungen sind liberal und sozial, da sie sich bemühen, allen Menschen gegenüber offen zu sein und alle gleich zu behandeln. Sie halten es für wichtig, im Laufe ihres Lebens viele verschiedene Dinge zu tun und haben daher viele Interessen.

### DEMOGRAPHIE

Im Allgemeinen etwas mehr Frauen als Männer  
Alle Altersgruppen, aber 60 % sind über 55 Jahre alt  
Bildungsniveau ist relativ hoch  
Einkommen ist durchschnittlich bis hoch

### HINWEIS:

keine Pauschalangebote  
1/3 sind Familien  
für längere Aufenthalte (>8 Tage) offen

"Wir lieben es, etwas Neues und Unerwartetes zu entdecken. Wir erforschen Kultur und Natur auf unsere eigene Weise."