hotelconsult
Unternehmensberatung
für mittelständische Hotellerie

ZIELGRUPPE GENERATION Y

Wellness von morgen

Inflation der Generationen

Foto: Infografik DIE WELT

Inflation der Generationen

Foto: Infografik DIE WELT

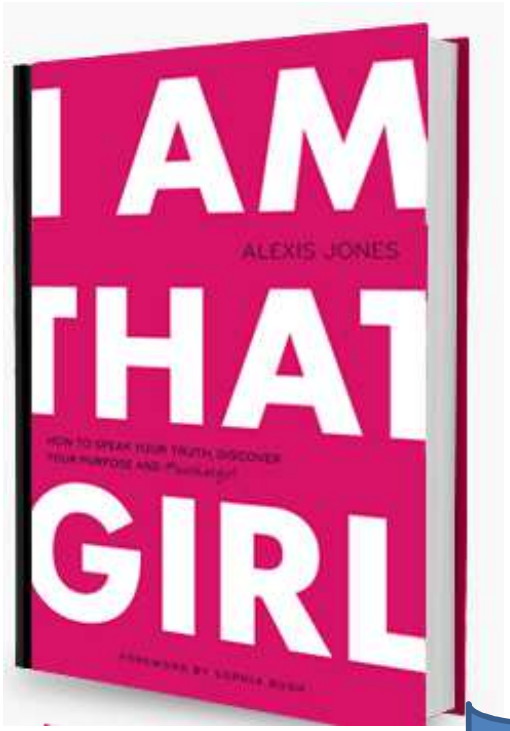
Inflation der Generationen

Wir haben zu Beginn des Kongresses schon viel über die potentielle Zukunft von Wellness gehört. Jetzt wollen wir die Zielgruppe

Generation Y / Millenials

diskutieren. Das sind grob gesagt die zwischen 1980 und 2000 geborenen. Das Aha-Erlebnis, warum das so wichtig ist, hatte ich auf dem GSWS im September in Marrakesch erlebt am Beispiel der Fernsehmoderatorin und Autorin Alexis Jones – sie kann es sich in keinem Fall vorstellen, sich in eine Wellness-Wanne zu legen.

Generation Y – die Andersmacher



Willst Du auch weniger auf die Gesellschaft hören und Dein Leben rocken, so wie *Du* es willst?

Alexis Jones

"Wir sind nicht faul. Wir wollen arbeiten. Nur anders. Mehr im Einklang mit unseren Bedürfnissen. Wir lassen uns im Job nicht versklaven, doch wenn wir von einer Sache überzeugt sind (und der Kaffeeautomat nicht streikt), geben wir alles. Wir suchen Sinn, Selbstverwirklichung und fordern Zeit für Familie und Freunde." – aus: Die ZEIT.

Generation Y am Beispiel von Lucy

- Lucy findet es ganz gut, Lucy zu sein
- Lucy gehört zur Generation Y
- Und sie ist der Überzeugung, Mittelpunkt einer ganz besonderen Geschichte zu sein
- Doch es gibt ein Problem: Lucy ist unzufrieden

Glück = Realität - Erwartungen

Die Familie von Lucy

- Damit wir Lucy besser verstehen, müssen wir uns ihre Familie ansehen
- Lucies Großeltern, wuchsen während in der Wirtschaftskrise auf und erlebten den Zweiten Weltkrieg - knallharte Zeiten, eine Ära der Depression
- Sie wollten, dass es ihren Kindern besser geht
- Lucies Eltern gehören zur Generation der Baby Boomer

Ihre Wellnessgäste von heute!

BABYBOOMER

erfolgreich
liberal
möchten entschleunigen

Geboren zwischen 1946 und 1964

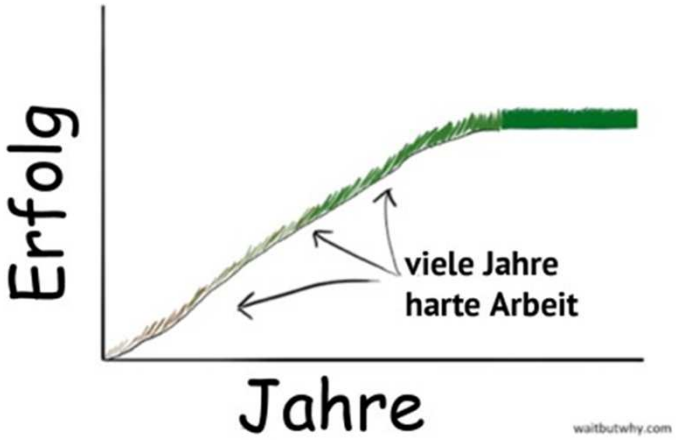
Geburtenstarke Jahrgänge
nach dem 2. Weltkrieg

Best Agers:
51 – 69 +

Generation Y am Beispiel von Lucy

- Der Traum von Lucys Eltern: das Leben sollte eine grüne Wiese sein
- Wenn sie nur hart genug arbeiten, steht einer blühenden Zukunft nichts entgegen

Erwartungen der Baby - Boomer



Es war einmal….

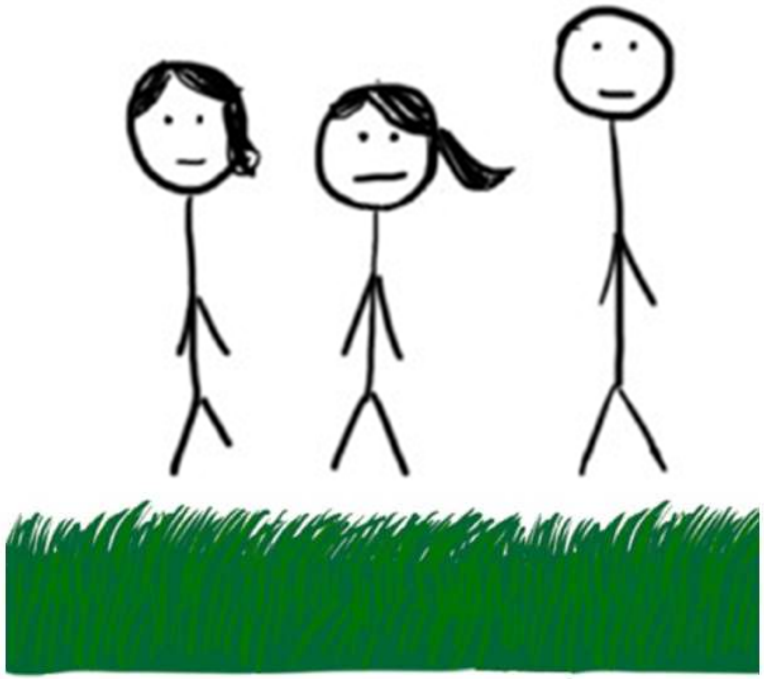
Die Blumenkinder von einst pilgerten nach Goa oder Woodstock

15. August 1969: WOODSTOCK

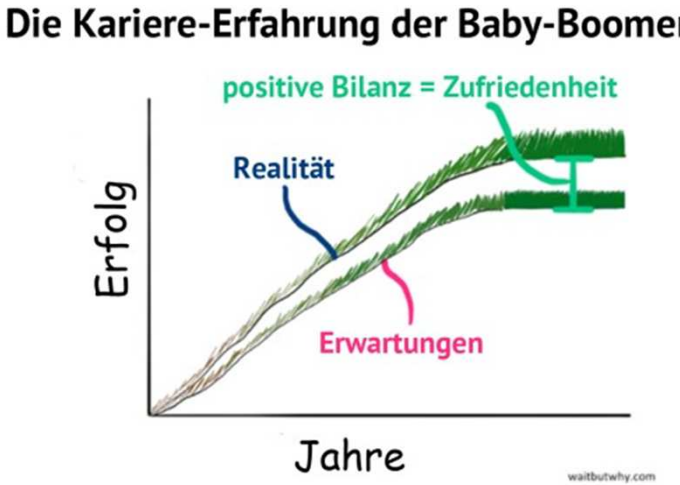
Jimmy Hendrix, Janis Joplin, Joan Baez

68er Generation - Proteste und Straßenschlachten

Generation Y am Beispiel von Lucy



- Nachdem sie ihre Hippie- oder Protest-Phase hinter sich hatten, kümmerten sie sich um ihre Karriere
- Sie brachten es zu Wohlstand und
- erreichten mehr, als sie erwartet hatten



Generation Y am Beispiel von Lucy

Die Erfahrung, dass es besser kommt als man denkt, gaben die Eltern an ihre Kinder weiter

- Sie impften Ihren Kindern ein: Du bist etwas ganz besonderes!
- Ihr Gras sollte nicht nur satt und grün sein, wie das ihrer Eltern – sie wollen eine *Blumenwiese!*

Generation Y – die Andersmacher

… tickt ganz anders!

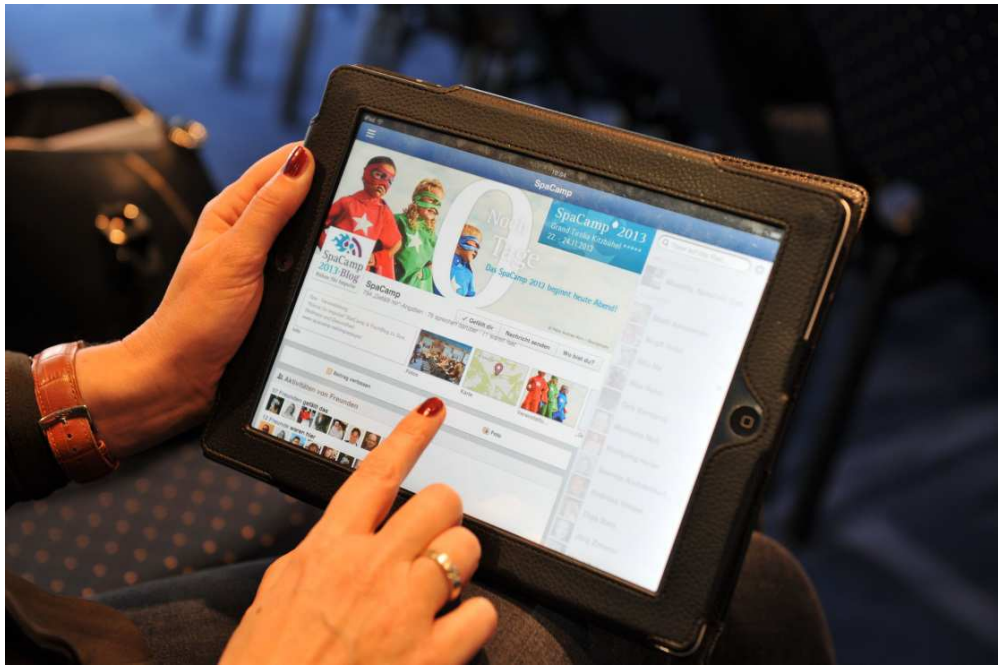


Bild: Dirk Holst / Spa Camp 2013

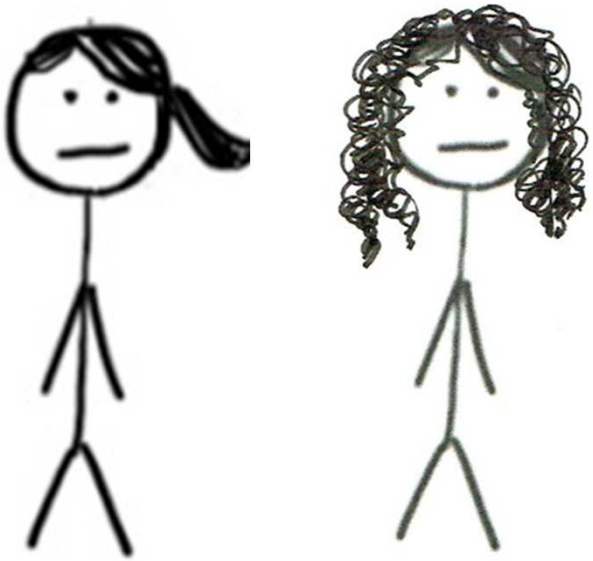
- 24/7 und täglich bis zu 10 Stunden online
- Direkter Zugang zu allen Informationen - hier & heute
- Träumen nicht vom Auto, sondern sind bereit es zu teilen wie ihren Job
- Familie und Freund haben einen hohen Stellenwert
- Finanzielle Anreize sekundär
- Teilen ihre Erfahrungen – positive & negative

Generation Y : Kathy

24/7 Nicht mit mir!

- Steigende Zahl junger Menschen, die sich wieder auf Werte und wirkliche Bedürfnisse besinnen
- Sie gönnen sich ganz bewusst Auszeiten offline – im Urlaub, bei einem Essen mit Freunden oder manchmal auch ein ganzes Wochenende
- Wählen ihre Ernährung und Pflege ganz bewusst aus
- „Wenn mein Handy mehr über mich weiß als meine beste Freundin, ist Schluss mit lustig

Generation Y: Herausforderung als Arbeitgeber besonders in der Wellnesshotellerie



- Wettbewerb um die besten Köpfe
- Investieren in Arbeitgeberattraktivität
- Lob, Anerkennung und Belohnung für gute Leistungen sind mehr denn je gefragt, um die Mitarbeiter zu motivieren
- Sie arbeiten nicht mehr nur für andere, sondern vor allem für sich selbst
- Hierarchie Top-Down funktioniert nicht mehr

Generation Y

Augen auf – es sind die Wellnessgäste von morgen

- Lieber Unkraut jäten oder ins Spa gehen?
- Null Bock auf Spa?
- Planen wir an den Kunden vorbei?
- Was sucht die Generation Y im Spa?
- Wie können wir einen Dialog aufbauen?

Generation Y

Das macht Spaß?

Oder lieber das?

NIVEA HAUS

Entwicklung der nächsten Jahre

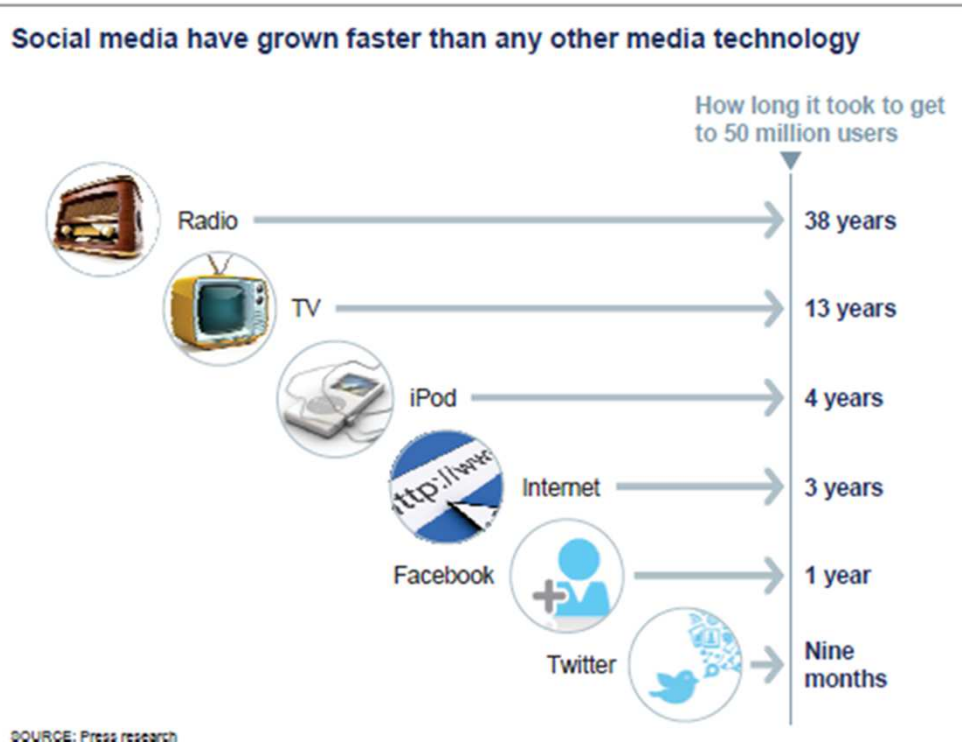
Der Fluch der Einsamkeit

- Zunehmende Single-Haushalte
- Starker Trend auch in Österreich:
  jeder dritte wohnt bereits allein
- In Wien fast 50 Prozent
- Phänomen der Großstädte
- London 47% / Amsterdam 60%
- Moskau 60% / Stockholm 64 %
- Prognose: in 30 Jahren werden 30 % aller Menschen in Städten leben

- Demographische Entwicklung
- Die Zukunft ist weiblich
- Neue Stadtentwicklungen
- Herausforderung der Isolation

Technologie im Vormarsch

So lange hat es gedauert,
um 50 Millionen Nutzer zu bekommen



Gibt es ein Entrinnen?

Online in Spa & Sauna?

Die Gäste entscheiden!

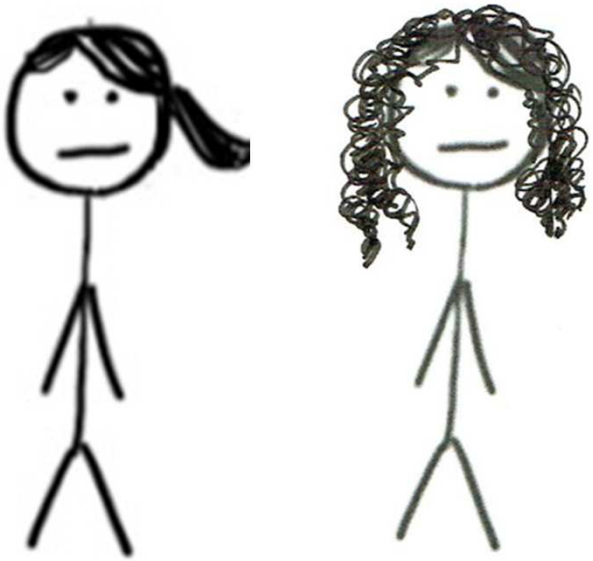
Generation Y

Augen auf!

Diese Generation

- Hat noch 40 Jahre Arbeitswelt vor sich
- Das hält man nur durch, wenn man von seiner Aufgabe 100%ig überzeugt ist
- Und fit ist!
- Was können Spa & Wellness dazu beitragen ?

Generation Y



- Herausforderung als Gast
- Wie gehen wir damit um?
- Der Köder muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler

Einladung zur Diskussion

Generation Y – Ergebnis der Diskussion

- **Lifestyle:** Ganz gleich welche Preiskategorie – ob Mittelklasse oder 5-Sterne-Hotellerie – steife Kleiderordnung o.ä. ist out, der neue Luxus kommt ohne Schlips und Kragen daher
- **Spontanität:** Die Generation Y will sich hier und jetzt und nicht vorher entscheiden, ¾ Pension ist vielen ein Graus, vielleicht heute ein schönes Menu zu zweit, aber morgen Abend spontan in die Sauna geben oder nur eine Jause, weil man eine große Biketour hinter sich hat. Deshalb: Packages, bei denen man alles schon im Voraus buchen muss sind eher unattraktiv
- **Spezielle Angebote:** u.a. auch Digital Detox, denn es gibt auch immer mehr, die mal bewusst offline gehen, geführte Wanderungen wo man sonst nicht hinkommen (Insiderwissen)
- **Marketing:** künftig heißt es nicht mehr, wie erreichen wir unsere Kunden, sondern wie erreichen unsere Kunden uns? Die Generation Y informiert sich vorab im Netz. Es sind mehr als 10 „Touchpoints“, bis eine Reiseentscheidung getroffen wird – die Informationen müssen hier und heute verfügbar sein, incl. Möglichkeit der online-Buchung, auch für Anwendungen, damit man sich spontan auch noch um Mitternacht entscheiden kann.

Generation Y – Ergebnis der Diskussion

- **Wellnessanwendungen:** Möglichkeit, ein Zeitfenster zu buchen, 50 oder 80 Minuten, dann kann ich vor Ort entscheiden, wie ich drauf bin und was mir gerade gut tun würde – etwas Entspannendes oder Aktivierendes
- **Website und Marktauftritt:** zielgruppengerecht gestalten
  Hoteliers sollten daran denken, die Website ist ihr „Schaufenster“
- **Geschichten erzählen** durch Blogs
- **Empfehlungsmarketing:** die Generation Y teilt alles, positive und negative Eindrücke, deshalb Vorsicht, Tipp: Halten Sie, was Sie versprechen, alles andere rächt sich irgendwann.
- **Zuhören:** Wenn Vertreter dieser Zielgruppe schon im Haus sind
  (z.B. mit den Eltern): mit den Gästen sprechen, sie fragen was man besser machen könnte, welche Angebote ihnen gefallen würden, Ohren spitzen!

hotelconsult
Unternehmensberatung
für mittelständische Hotellerie

Ansprechpartner:
Hildegard Dorn-Petersen FCSI

hotel consult Unternehmensberatung
Herzog-Tassilo-Weg 3
83370 Seeon
Tel.: +49 (0) 8624 4806
Fax: +49 (0) 8624 875385
Mobil: +49 (0)172 240 35 89
hdp@hotel-consult.de
www.hotel-consult.de