

Unsere Zielgruppe für den Radurlaub: Ehepaar Hoffmann



Klaus und Birgit Hoffmann, beide 60 Jahre alt, verheiratet, zwei erwachsene Kinder

Wohntort: Dortmund
Beruf: Vorarbeiter in einem Automobilunternehmen und Altenpflegerin in Teilzeit

Urlaubsideen und -wünsche

Ehepaar Hoffmann legt großen Wert auf Erholung, Naturerleben und Bewegung an der frischen Luft. Sie planen ihre Urlaube bewusst und bevorzugen gut organisierte, naturnahe Angebote in erreichbarer Umgebung. Besonders sind Touren mit guter Infrastruktur durch abwechslungsreiche Landschaften, entlang von Flüssen oder Seen, mit gemütlichen Rast- und Einkehrmöglichkeiten. Authentische Gastfreundschaft, Ruhe und ein harmonisches Umfeld sind für sie zentral.

Unterkünfte

Sie schätzen Sauberkeit, Komfort und eine verlässliche Ausstattung. Neben Hotels kommen auch u.a. gepflegte Pensionen oder Ferienwohnungen mit persönlichem Service infrage. Entscheidend sind Freundlichkeit, Ruhe und ein faires Preis-Leistungs-Verhältnis. Nachhaltigkeit und regionale Authentizität werden zunehmend geschätzt, ebenso eine gute Küche mit frischen, saisonalen und traditionellen Gerichten.

Aktivitäten

Ehepaar Hoffmann unternimmt gern Radtouren – oft mit eigenen E-Bikes, gelegentlich mit Leihrädern. Sie schätzen ruhige Strecken durch Natur- und Wasserlandschaften mit guten Wegen, Einkehrmöglichkeiten und reizvollen Ausblicken. Unterwegs besuchen sie spontane Ziele, etwa Naturattraktionen, gemütliche Gaststätten oder Sehenswürdigkeiten. Beim Wandern bevorzugen sie kürzere, ausgeschilderte Rundwege, die Erholung, Bewegung und Naturerlebnis verbinden.

Werte, Einstellungen, Familie

Die Familie und ein verlässlicher Freundeskreis sind für das Ehepaar Hoffmann wichtige Bezugspunkte. Sie schätzen gemeinsame Aktivitäten, ob zu Hause oder in der Natur, und legen Wert auf ein harmonisches Miteinander. Ihr Gesundheitsbewusstsein ist gewachsen – Bewegung, ausgewogene Ernährung und Auszeiten gehören zum Alltag und fließen auch in die Urlaubsplanung ein. Ordnung, Verlässlichkeit und Sicherheit sind ihnen wichtig, gleichzeitig wünschen sie sich ein selbstbestimmtes, aktives und erfülltes Leben im Ruhestand. Dazu zählen schöne Erlebnisse, neue Eindrücke und das Genießen des Alltags.

Technologie, Konsumverhalten

Ehepaar Hoffmann achtet auf ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis, legt jedoch Wert auf Qualität, Langlebigkeit und Nachhaltigkeit. Sie informieren sich vor dem Kauf online und vergleichen Angebote sorgfältig. Hochwertige Produkte, die Komfort und Alltagstauglichkeit verbinden – etwa E-Bikes, langlebige Haushaltsgeräte oder regionale Lebensmittel – werden gezielt ausgewählt. Gemeinsame Aktivitäten und Erlebnisse sind ihnen wichtiger als reiner Besitz: Sie genießen Ausflüge, kulturelle Veranstaltungen oder kleine Kurzreisen, bevorzugt mit regionalem Bezug.

Medienverhalten

Ehepaar Hoffmann nutzt digitale Medien selbstverständlich, bleibt dabei jedoch wählerisch und auf Verlässlichkeit bedacht. WhatsApp und andere Messenger-Dienste gehören fest zum Alltag, soziale Netzwerke wie Facebook oder Instagram werden eher passiv zur Information oder zum Austausch im Freundeskreis verwendet. Nachrichten und Reportagen beziehen sie zunehmend online – meist über die Webseiten etablierter Medienhäuser oder über Newsletter, Podcasts und Mediatheken öffentlich-rechtlicher Anbieter. Die Tageszeitung wird vielfach digital gelesen, Reise- oder Freizeithemen sprechen sie an, wenn sie glaubwürdig und praxisnah präsentiert werden. Gedruckte Magazine wie Landlust, Geo Saison oder Der Spiegel sind interessant, stehen aber stärker für bewusste Lese-Momente statt für regelmäßigen Konsum. Fernsehen und Radio – bevorzugt öffentlich-rechtlich – behalten ihren Stellenwert als verlässliche Informationsquellen und Begleiter im Alltag.

Warum Zielgruppen-Marketing?

Nur wer seine Gäste kennt, kann ihre Wünsche und Bedürfnisse erfüllen – und bestenfalls übertreffen. Erfolgreiche Gastgeber spezialisieren sich auf eine oder wenige Zielgruppen, um sie im Urlaub rundum glücklich zu machen. Denn nur zufriedene Gäste kommen wieder und empfehlen Sie weiter.

Begleiten Sie hier die Zielgruppe der Radurlauber, am Beispiel des Ehepaars Hoffmann, bei ihrer Reise ins Emsland, und lernen Sie ihre Kundenkontaktpunkte von der Inspirationsphase bis zum Aufenthalt vor Ort kennen.

In unserem Partnerbereich für emsländische Touristiker finden Sie weitere Tipps, Schulungen und Empfehlungen für die Vermarktung Ihres Betriebes. Auf dem Laufenden bleiben Sie mit unserem Branchen-Newsletter.
www.emsland.com/partner

Sprechen Sie uns auch gerne persönlich an!



Hinweis:

Vermitteln Sie in Wort und Bild Entspannung/Natürlichkeit und Tradition/Verwurzelung. Passende Farben sind Grün- und Brauntöne, die Ruhe und Nähe zur Natur ausstrahlen.

Machen Sie Lust auf Naturerleben – mit authentischen Bildern von gemeinsamen Momenten, Radtouren und Erholung im Grünen. Zeigen Sie echte Menschen, gern ältere Paare oder kleine Gruppen, und vermeiden Fremdwörter, bleiben Sie sprachlich klar und ehrlich.

www.emsland.com/bilddatenbank

Ihre Notizen



Emsland Tourismus GmbH

Ordeniederung 1 | 49716 Meppen
Besucheranschrift: Helter Damm 11a | 49716 Meppen
Tel. 05931 92509-00 | www.emsland.com



Zielgruppe Radurlaub: Ehepaar Hoffmann

Steckbrief, Tipps und Checklisten für Gastgeber



Gäste-Kontaktpunkte: Ehepaar Hoffmann



1. Inspiration

Ehepaar Hoffmann informiert sich sowohl über klassische als auch digitale Medien. Online suchen sie gezielt auf Google und auf den Seiten regionaler Tourismusorganisationen nach glaubwürdigen Angeboten. Zugleich lassen sie sich durch Reisereportagen in vertrauten Quellen wie öffentlich rechtlichen TV-Sendern, Magazinen (z. B. arte, Brigitte, Stern, Landlust etc.), Fachzeitschriften (z. B. von ADAC, National Geographic, MERIAN, GEO) und Reisebeilagen in Tageszeitungen ansprechen. Entscheidend sind authentische Inhalte mit emotionalen Bildern zu Natur- und Wasserlandschaften und Erholung. Persönliche Empfehlungen aus dem Umfeld oder der Region können schließlich den Ausschlag geben, das Emsland zu wählen.



2. Information

Ehepaar Hoffmann informiert sich vor einer Reise sowohl online als auch über bewährte analoge Quellen. Der Einstieg erfolgt meist über Google oder die Seiten regionaler Tourismusorganisationen, um sich einen Überblick zu verschaffen. Eine gut auffindbare, mobile und vertrauenswürdige Website ist daher unverzichtbar – mit klaren Informationen, authentischen Bildern und transparenten Preisen. Gleichzeitig holen sich die beiden gerne persönliche Empfehlungen von Freunden oder der Familie und stöbern in ansprechend gestalteten Broschüren oder Prospekten. So ergänzen sich digitale und analoge Informationswege ideal und schaffen Vertrauen in die Reiseentscheidung.

Ihre Internetseite

- ist responsiv (auf allen Endgeräten inkl. Smartphone optimal bedienbar)
- ist klar strukturiert und nutzerfreundlich
- ist für Google optimiert und bietet auch klassische Fakten für die KI, um gut gefunden zu werden
- zeigt Kontaktangaben wie Telefonnummer und E-Mail-Adresse auf jeder Seite gut sichtbar sowie ein zusätzlich integriertes Kontaktformular
- zeigt Preise, aktuelle Verfügbarkeiten und verfügt über eine Buchungsstrecke
- überzeugt mit professionellen Innen- und Außenaufnahmen
- nennt die Besonderheiten, bspw. eine Fahrradgarage, einen Trockenraum, Lademöglichkeiten für E-Bikes, kostenfreie Parkplätze vor Ort oder ein eingezäuntes Grundstück
- spricht die Hoffmanns auf einer eigenen Landingpage gezielt an, d. h. entsprechend ihrer Interessen, und bietet passende Informationen wie *(kostenfrei über Emsland-Datenbank möglich, siehe Kasten „Tipps“)*
 - unterschiedliche Radtouren mit Sehenswürdigkeiten entlang der Strecke
 - Radverleihstationen, Fahrradwerkstätten
- bindet den Veranstaltungskalender Emsland ein *(siehe Kasten „Tipps“)*
- gibt Restaurant-Tipps in der Nähe und/oder Informationen zum eigenen Restaurant inkl. der aktuellen Speisekarte inkl. Preisangaben *(siehe Kasten „Tipps“)*
- vermittelt Persönlichkeit mit einem Foto von Ihnen oder Ihrem Team
- ermöglicht es, von jeder Seite aus Flyer und Prospekte nach Hause zu bestellen
- integriert Bewertungsportale wie TrustYou oder Qualitätssiegel (z. B. DTV, B&B, Hotelsterne)
- verfügt über ein Impressum und eine Datenschutzerklärung entsprechend den aktuellen Erfordernissen

Tipps

Emsland-Datenbank

- Tourismuspartner können ihren Onlineauftritt mit aktuellen Inhalten aus der Emsland-Datenbank aufwerten.
- Bereitgestellt werden Informationen zu Ausflugszielen, Veranstaltungen, Gastronomie sowie Rad- und Wandertouren in der jeweiligen Umgebung.
- Das vielfältige Radwegenetz erfreut sich großer Beliebtheit bei Gästen. Attraktive Touren in der Nähe der Unterkunft können mit hochauflösenden Karten und GPS-Tracks zum Herunterladen direkt auf der eigenen Website eingebunden werden.
- Die Inhalte sind stets aktuell und ohne zusätzlichen Aufwand nutzbar.

Bei Interesse wird gerne Unterstützung bei der einmaligen Einrichtung angeboten.

www.emsland.com/datenbank



Emsland-Bilddatenbank

- Auswahl von Landschaftsaufnahmen und Motive zu Sehenswürdigkeiten und Urlaubsaktivitäten der Emsland Tourismus.
- Lizenzierte Emsland-Fotos für Ihre Marketingaktivitäten kostenfrei zum Herunterladen.

www.emsland.com/bilddatenbank



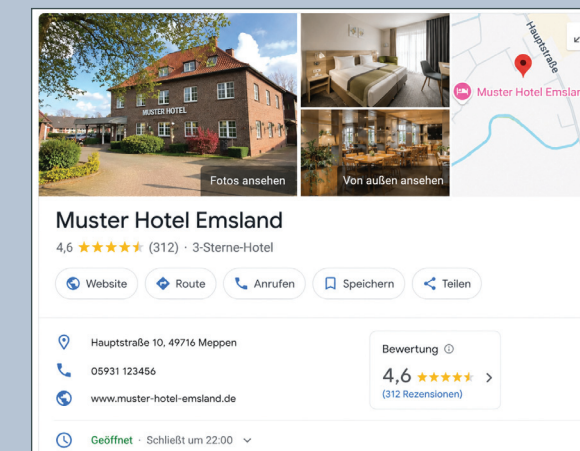
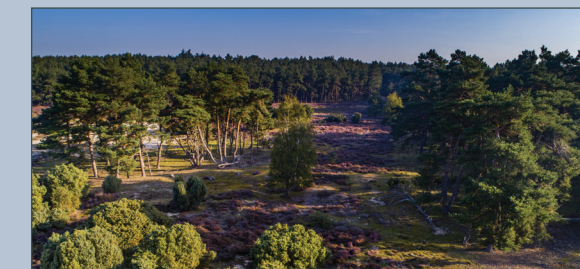
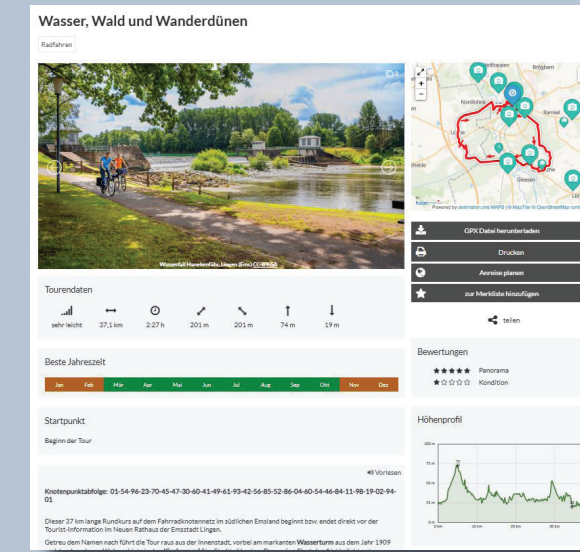
Ihr Google-Unternehmensprofil

- Ein gepflegter Google Business-Eintrag ist entscheidend für die Sichtbarkeit in der Google-Suche und auf Google Maps und sollte regelmäßig von Ihnen aktualisiert werden.
- Dieser muss vollständige Kontaktangaben, ggf. abweichende Navigationsadressen sowie aktuelle Öffnungszeiten – insbesondere an Feiertagen – enthalten. Ebenso wichtig sind professionelle, authentische Fotos des Hauses.
- Unter dem Profil können Beiträge veröffentlicht werden, die Gästen direkt angezeigt werden, etwa zu Speisekarten, Angeboten, Veranstaltungen oder neuen Einrichtungen.
- Gäste sollten aktiv zu Bewertungen ermuntert werden; auf Rückmeldungen ist zeitnah und freundlich zu reagieren.

www.business.google.com/de/business-profile/

Ihre Social-Media-Präsenz

- Social Media macht nur Sinn, wenn Zeit und Inhalte für eine regelmäßige Pflege vorhanden sind.
- Bei vorhandenen Ressourcen betreiben Sie Profile auf Facebook, Instagram oder YouTube und teilen authentische Fotos, Videos und saisonale Neuigkeiten. Auch ein eigener WhatsApp-Kanal kann sinnvoll sein, um Stammgäste direkt und persönlich zu erreichen.



- Gezielte Anzeigen oder Kooperationen mit dem Ort oder der Destination können die Reichweite stärken.
- Wichtig sind Echtheit und aktiver Austausch – reines „Dabei-sein“ lohnt sich nicht.

3. Buchung



Ehepaar Hoffmann bucht ihre Reisen zunehmend online, bevorzugt aber weiterhin direkt bei der Unterkunft oder über vertrauenswürdige regionale Portale. Wichtig sind Übersichtlichkeit, klare Preisangaben und persönliche Ansprechpartner. E-Mail-Anfragen kommen nach wie vor häufig vor, vor allem wenn individuelle Wünsche abgestimmt werden sollen. Bei der Bezahlung bevorzugen sie sichere und nachvollziehbare Methoden wie Überweisung gegenüber rein digitalen Bezahlmethoden. Vertrauen, Transparenz und einfacher Service sind für sie entscheidend.

Checkliste Buchung

- Können Gäste online buchen? *(Beratung zum Online-Vertrieb über Emsland Tourismus ist möglich)*
 - Wenn nicht: Gibt es ein Anfrageformular oder ist Ihre E-Mail-Adresse leicht auffindbar?
- Können Übernachtung/Frühstück oder Übernachtung/Halbpension sowie weitere Zusatzleistungen (Hund, Wäschepaket etc.) direkt online gebucht werden?
- Werden Preise, aktuelle Verfügbarkeiten und mögliche Zusatzleistungen (z. B. E-Bike-Garage, Halbpension) transparent angezeigt?
- Werden Buchungsanfragen innerhalb von 24 Stunden beantwortet?
- Erfolgt eine schriftliche Buchungsbestätigung? Enthält diese auch die Navigationsadresse (für die Anreise mit dem Auto)?
- Ist die Telefonnummer gut sichtbar, da die Hoffmanns bei Fragen ggf. nochmal anrufen möchten?
- Werden die Reiseunterlagen auch digital zur Verfügung gestellt?
- Sind die Informationen zur Stornierung aktuell und leicht auffindbar?
- Erhalten die Gäste bei einer Direktbuchung dieselben Stornierungsbedingungen wie auf Buchungsportalen?



4. Aufenthalt

Ehepaar Hoffmann bevorzugt o.a. Hotels oder gepflegte Ferienwohnungen mit ausreichend Platz und Komfort. Sauberkeit, ein sicherer und kostenfreier Parkplatz sowie praktische Ausstattung sind ihnen besonders wichtig. Zimmer mit Balkon oder ein Restaurant mit Terrasse oder Biergarten werden als Pluspunkte empfunden und runden einen erholsamen Aufenthalt ab.

Unterkunft

- Kostenloses W-LAN mit unkomplizierter Anmeldefunktion
- Kosmetikprodukte werden mitgebracht. Das Nötigste wie Shampoo/Duschgel muss vorhanden sein, gern im Spender statt als Einzelpackung
- Sichere Fahrradgarage und E-Bike-Ladestation

Service

- Leihfahrräder oder der Hinweis, wo diese erhältlich sind
- Persönliche Tipps und/oder Flyer zu Ausflugszielen und Restaurants in der Umgebung
- Ggf. Hausflyer mit Fotos, Kontaktdaten und Internetadresse in ausreichender Anzahl – auch zum Mitnehmen und zur Weitergabe an Freunde

Essen & Trinken

- Reichhaltiges Frühstücksbuffet mit Option, Proviant für den Tag mitzunehmen
 - Brot (Vollkorn) und Brötchen
 - Rührei
 - Herzhaftes wie mehrere Sorten Wurst und Käse
 - Süßes wie Marmelade
 - Getränke: Kaffee, Tee und Saft
 - Regionale Produkte ausweisen
- Aktuelle Tagespost im Frühstücksraum
- Restaurant: deutsche, gutbürgerliche Küche mit gutem Preis-Leistungs-Verhältnis, regionale Produkte