

# Steckbrief

## Tobias und Sophia

Vielseitige unterhaltungsorientierte Städtetrip-Urlauber



### BIO

Tobias, 30,  
Automobilkaufmann

Sophia, 27,  
Versicherungskauffrau

Wohnort: Fürth

Frisch verheiratet

HHNE: 3.100 €

Hobbies: Gemeinsame  
Ausflüge, Tanzkurs,  
Freunde treffen, soziale  
Medien, sie geht gern zu  
Fitnesskursen, er spielt  
Fußball und betätigt sich  
gern handwerklich

*Warum in die Ferne schweifen, wenn das Gute liegt  
so nah!*

*LEIPZIG REGION – eine Destination mit  
zahlreichen Optionen!*

### KURZBESCHREIBUNG

Sophia und Tobias sind seit fünf Jahren ein Paar. Vor kurzem sind sie von ihrer Mietwohnung in der Nähe der Nürnberger Innenstadt in ein Reihenhaus mit Garten in Fürth gezogen. Beide arbeiten in Nürnberg und sind mit dem Auto mobil, am Wochenende machen sie als Ausgleich gern kleinere Radtouren in die Umgebung. Zu zweit oder mit Freunden Zeit zu verbringen ist beiden sehr wichtig (Grillen, Spieleabend oder Kino).

Bei ihrer Haupturlaubsreise geht es für sie vor allem um gemeinsame Entspannung und Erholung, Abstand zum Alltag, sich verwöhnen lassen, Spaß haben. Zusätzlich zu einer Haupturlaubsreise – idealerweise Urlaub am Strand/Wasser – werden auch Kurzreisen unternommen – gern als Städtetrip. Ein Mal im Jahr verreist Sophia außerdem mit ihrer Mädelsgruppe.

Leipzig spricht an durch ein hippestes Image, trendige Cafés, Club-Szene und ein breites Unterhaltungsangebot. Man schätzt die kurzen Wege und entspannte Atmosphäre. In der Region lässt sich mit dem Naherholungsgebiet Neuseenland direkt vor den Türen der Stadt, Spaß und Entspannung leicht verbinden (z.B. Rad/Boot fahren, Stand-up-Paddling, Belantis etc.).

### REISE

Inspiration: Werbung (Überblick verschaffen, Interesse wecken, Rabatte/Sonderangebote), aber nicht zu aufdringlich, Vergleichsportale, Freunde und Bekannte (soziale Medien), Influencer

Information und Buchung: diverse Informationsquellen, wissen mit allen Medien umzugehen und nutzen das Beste von allem, viele Vergleiche

Vor Ort:

- Erlebnis steht im Vordergrund, sowohl bei Kultur- als auch bei Naturangeboten
- Geld wird im Urlaub gern ausgegeben, Preis-Leistungs-Verhältnis müssen sich aber in einem vernünftigen Rahmen bewegen

Nach der Reise:

- Viel Kommunikation während und nach der Reise über soziale Medien
- Wiederbesuch nur bei Schaffung besonderer Erlebnisangebote

### MILIEUSPEZIFISCHE KOMMUNIKATION

- Grundsätzliches Vertrauen in (Massen-)Medien, intensive Nutzung, hohe Aktivität in sozialen Netzwerken (Digital Natives)
- Werbung grundsätzlich als positiv empfunden (Überblick verschaffen), in sozialen Medien eher als störend empfunden
- Datenschutz sehr wichtig
- Inhalte:
  - Chancen („die ein Produkt oder eine Marke mit sich bringt“) aufzeigen, an den Pragmatiker appellieren (kurze Anreise, kurze Wege, Nähe von Stadt und Strand, Preis-Leistungs-Verhältnis)
  - Maßgeschneiderte, individualisierte Produkte und Angebote vermitteln
  - Positive Botschaften, Leichtigkeit, Convenience, Unkompliziertheit
- Ansprache: Aufmerksamkeitsstarke, visuelle Inszenierungen, aber keine schrillen Farben oder Texte → modern/lässig/trendy aber auch professionell, vertrauenswürdig, nicht „billig“