

6/2017

Si TrendCheck - von Oliver Pichler - siehe nächste Seite



36. Jhg., Verlagspostamt | 5301 Eugendorf | Austria | P.b.b. 02Z031472 M

Si
SEILBAHNEN
INTERNATIONAL

INTERNATIONALES FACHMAGAZIN FÜR DIE SEILBAHNWIRTSCHAFT UND ALPINES MANAGEMENT & TOURISMUS

 **BARTHOLET**
Seilbahnen



Design by
**PORSCHE DESIGN
STUDIO**
Panoramabahn Lenzerheide, CH

Pendelbahnen



Sesselbahnen



Gondelbahnen



Standseilbahnen



Funitel



Schrägaufzüge



Bartholet Maschinenbau AG

CH - 8890 Flums

info@bmf-ag.ch

www.bmf-ag.ch

Tel. +41 81 720 10 60

SI-TRENDCHECK:

Auf dieser Si-Service-Seite stellt Marketing-Experte Oliver Pichler Trends dar, die aus der Marketing-Perspektive für die Seilbahn- & Tourismusbranche interessant sind.

WIE KINDER DIE MEDIEN NUTZEN



Gedrucktes hat bei Kindern wieder einen hohen Stellenwert.

72 % der Kids von heute lesen privat mehrmals pro Woche Gedrucktes, etwa Kinderbücher oder -magazine. Deutsche Kinder (4 bis 13 Jahre) wurden zu ihren Digital- bzw. Print-Vorlieben befragt. Das Ergebnis: Online und offline existieren erstaunlich harmonisch nebeneinander. Die 6- bis 13-Jährigen konsumieren überraschenderweise mehr Kinderbücher und -magazine, als sie YouTube und Spielekonsolen nutzen. Besonders interessant: Eltern versuchen viel länger zu kontrollieren, was heruntergeladen und wo gesurft wird. Während sich Kinder offline viel früher frei fühlen, die Entscheidung, was sie konsumieren wollen, selbstständig zu treffen.

Young Digital Natives im Fokus

Die 5,79 Millionen deutschen Kinder im Alter von 6 bis 13 Jahren und die 1,38 Millionen 4 bis 5-Jährigen stehen im Mittelpunkt der Kinder-Medien-Studie 2017. Wie digital sind die „Young Digital Natives“ wirklich? Das ist eine zentrale Frage, auf die die Studie versucht Antworten zu geben. 61 % der 6 bis 13-Jährigen schauen mehrfach pro Woche in Bücher und 55 % lesen regelmäßig Comics und Kinderzeitschriften. Internet sowie Smartphone-Apps nutzen 62 %. Digitale Unterhaltungsformen, etwa YouTube (34 %), Spielekonsolen (28 %) oder DVDs und Blu-Rays (15 %), haben einen weniger hohen Stellenwert.

Bei 4- und 5-Jährigen spielen Internet und Apps (4 %) sowie YouTube (9 %) eine deutlich untergeordnete Rolle. Bei ihnen dominiert, neben Fernsehen (93 %) und Radio (41 %), Gedrucktes. Kinderbücher (68 %), Kinderzeitschriften und Comics (44 %) genießen bei den Vorschulkindern einen hohen Stellenwert.

Technik & Offline-Aktivitäten

Digitale Technik ist fixer Bestandteil des Kinderlebens: 37 % der 6- bis 9-Jährigen haben ein eigenes Smartphone oder Handy. Bei den 10- bis 13-Jährigen sind es gar 84 %. Nur logisch, dass Kommunikation via WhatsApp (68 %) und SMS (61 %) zentral ist. Auf Facebook oder anderen Social-Media-Plattformen sind nur 29 % der 10- bis 13-Jährigen vertreten. Trotz Digitalisierung gibt es für die Kids eine vielfältige Offline-Welt: „Mit Freunden zusammen sein“ oder „Im Freien spielen“ ist ihnen wichtig. Bei Mädchen bis 9 Jahre genießen Puppen und Stofftiere als Spielobjekte hohen Stellenwert, während gleichaltrige Burschen Konstruktionsspielzeuge und Spielfiguren bevorzugen. In der Altersgruppe der 10 bis 13-Jährigen wird „Sport treiben“ wichtig und Mädels wie Buben diesen Alters nennen häufig „Chillen und Ausruhen“ als beliebte Freizeitbeschäftigung.

Quelle: Deutsche Kinder-Medien-Studie 2017 www.kinder-medien-studie.de

ANALOG ERLEBT RENAISSANCE

Analoges - Vinyl-Langspielplatten statt CD & mp3, alte Brettspiele, Notizbücher u.v.m. - erlebt eine Renaissance. In der Welt, die immer digitaler wird, sind traditionelle Werte - Handarbeit, Einzelhandel oder Printmedien - wieder „hip“. Dass das Analoge, das Handfeste, das „Alte“ in der heutigen Welt - wieder oder noch immer - seinen Platz hat, steht außer Frage. Dass dieser Platz weder verstaubt noch altbacken, sondern neu und modern daherkommt, mag überraschen. Eine lesenswerte Einführung ins Analoge 2.0 liefert „Die Rache des Analoggen“, das neue Buch des Sachbuchautors David Sax. Der Kanadier arbeitet auf 300 Seiten heraus, wo der neue Reiz des Analoggen liegen dürfte und wie man diesen Reiz geschickt bedienen kann. *Buchtipps: Die Rache des Analoggen, David Sax, Residenzverlag, 2017*

KONZENTRATIONS-KILLER SMARTPHONE

Die Präsenz des Smartphones reduziert die Konzentrationsfähigkeit deutlich. Selbst wenn es mit dem Display nach unten, stumm & vibrationsfrei, am Schreibtisch liegt, wirkt es sich deutlich negativ aus belegten Tests an der University of Texas in Austin. Bei Aufgaben, für die volle Konzentration erforderlich war, wurde deutlich, dass es einen großen Unterschied macht, wo sich das Smartphone befindet. Am besten waren die Ergebnisse, wenn der digitale Konzentrationskiller in einem Nebenraum lag. Deutlich schlechter schnitten diejenigen ab, deren Smartphone sich am Schreibtisch befand. Das Smartphone statt am Tisch in der Hosentasche stecken zu haben, verbessert das Ergebnis bereits ein wenig.

Quelle: University of Texas/Austin & Wirtschaftspsychologie Aktuell