







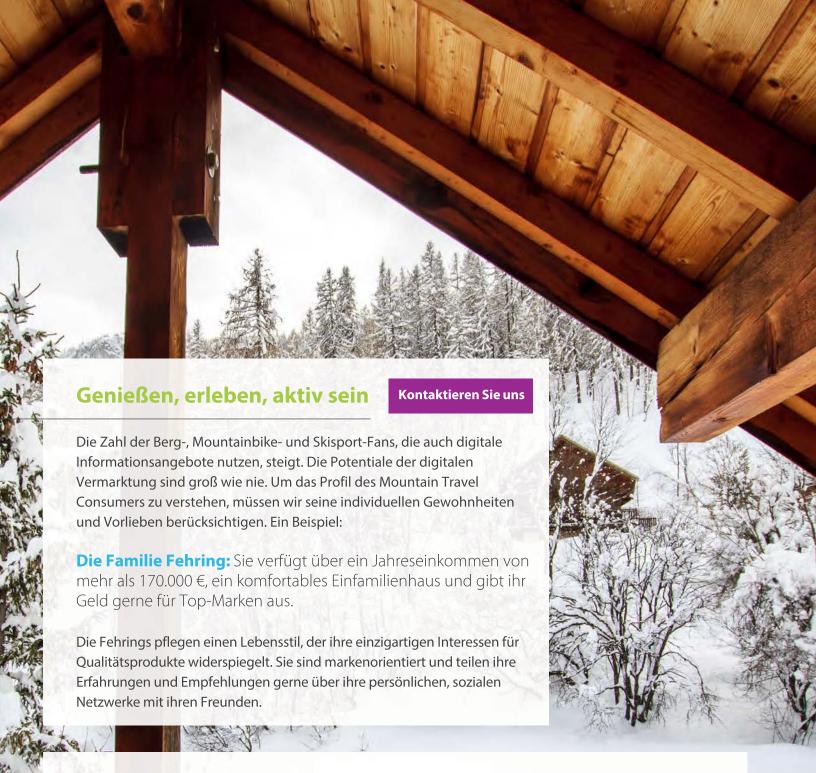
Premium-Lifestyle erleben

Ob Familienurlaub in den französischen Alpen, ein Wochenende mit Freunden im Trentino oder ein spontaner Tagesausflug nach Tirol – den Mountain Travel Consumer (MTC) zu kennen und zu verstehen ist essentiell für jede Marke, die eine aktive und attraktive Audience ganzjährig erreichen möchte.

Wir kennen den Lifestyle, die Wünsche und die Gewohnheiten einer hochattraktiven Premium-Zielgruppe.

Durch unsere über viele Jahre gewonnenen Erfahrungen in der Vermarktung sowie der Nutzeranalysen unserer 29 Millionen Unique Visitors verfügen wir über detaillierte Einblicke in Demographie, Psychographie, Medienverhalten, mobile Nutzung und Einkaufsverhalten der MTCs. Auch in Hinblick auf die lokalen Märkte wie z.B. die Vorlieben deutscher Alpenurlauber, gleich ob Familie, Single, jung oder alt. Der MTC ist anspruchsvoll, fühlt sich durch exklusive Angebote angesprochen und informiert sich bei der Reiseplanung vorwiegend über digitale und mobile Anwendungen. Er greift unabhängig von der Jahreszeit, kontinuierlich auf Inhalte zu, die seinen Reiseinteressen und seiner Konsumfreudigkeit entsprechen.

Kontaktieren Sie uns



Im Urlaub begeistert sich die Familie Fehring für Outdoor-Aktivitäten. Für einen einwöchigen Skiurlaub prüft Herr Fehring über sein Smartphone die Schneebedingungen an verschiedenen Ferienorten in Österreich, Italien und Frankreich bereits Wochen vorher. Ihre Reise buchen die Fehrings online, **sie geben für Winter- und Skireisen jährlich mehr als 5.000 € aus und verbringen, wie 68 Prozent der deutschen MTCs, mehr als acht Skitage pro Jahr.**

Für Unternehmen, die mit ihrer Messaging-Strategie die Aufmerksamkeit von MTCs auf sich ziehen wollen, helfen unsere datenbasierenden Erkenntnisse, gemeinsame Werte und Motivationen zu verstehen. Diese Art des gezielten Messaging erhöht langfristig die Effektivität der Werbemaßnahmen.

Am Ziel angekommen

Schauen wir uns an, wie die Mountain Travel Consumer ihre Zeit in den Bergen verbringen, wird offensichtlich, dass ihre Interessen weit über Outdoor Winter- und Sommeraktivitäten hinaus reichen. Hohe Kaufkraft trifft hier auf hohe Konsumfreudigkeit.

Erlesen übernachten

Bei der Suche nach einer Unterkunft entscheiden sich MTCs, neben Ferienwohnungen, vielfach für den Aufenthalt in Hotels. 76 Prozent interessieren sich für Resort-Werbungⁱ und planen ihre Reise weniger als zwei Monate vor Ankunft.

Exquisit essen

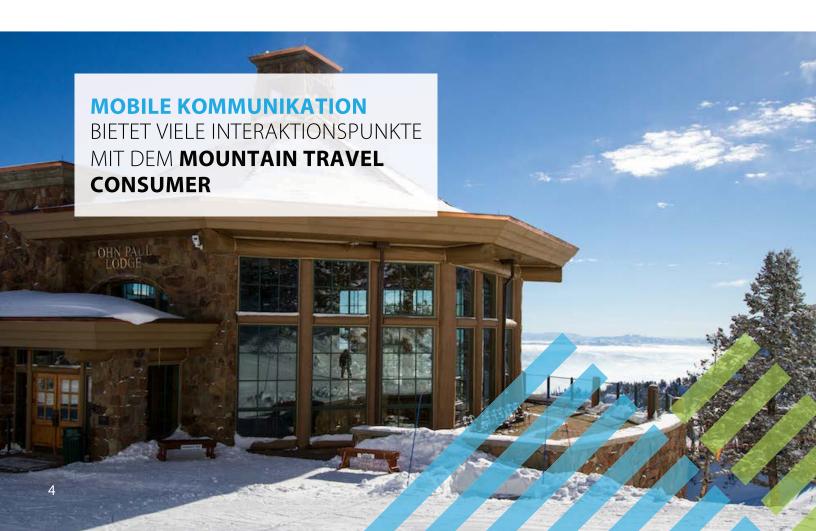
Auch das leibliche Wohl spielt für den MTC beim Besuch eines Ski-Resorts eine wichtige Rolle und er erkundigt sich gerne nach exklusiven Restaurants in der Umgebung.

Exklusiv shoppen

Shopping ist neben dem Wintersport eine beliebte Freizeitaktivität am Ferienort. Die Kaufeinstellung des MTCs zeigt eine hohe Loyalität zu Top-Marken und Qualitätsprodukten auf.

Marketer können die MTCs gezielt in ihrer Reiseplanung und während des Urlaubs bewerben.

Digitale und mobile Geräte sind dem Mountain Travel Consumer ein ständiger Begleiter. Die Fehrings ließen sich von winterlicher Autowerbung inspirieren, kauften einen großen SUV und bestellten via Smartphone, Skipass, neue Skikleidung und Bergsportausrüstung von Top-Marken. Das Vertrauen auf mobile Anwendungen und die Freude, Aktivitäten am Urlaubsort zu genießen, bietet Werbetreibenden die Möglichkeit, die MTCs in einer wichtigen Zeitspanne auf ihren mobilen Geräten zu erreichen.





MTCs erreichen und aktivieren

Kontaktieren Sie uns

Die vielfältige Zielgruppe der Mountain Travel Consumer hat eines gemeinsam: Ein überdurchschnittliches Einkommen, um sich ihren gewünschten Lebensstil leisten zu können. Wir verhelfen Ihnen die hohe Kaufkraft und Konsumfreudigkeit des MTCs optimal für Ihren Marketing-ROI zu nutzen. Mit punktgenauem Targeting und über attraktive Kanäle.

Die Nachfrage nach digitalem Content ist groß wie nie. Mit ihr wächst auch das Online-Angebot rund um den "Mountain Lifestyle". Werbetreibende können so ihre Zielgruppe mit ihren Markenbotschaften über alle relevanten Kanäle erreichen.

Targeted online ads

Gebildet und motiviert: Der MTC begibt sich vor einem Kauf auf Informationssuche – was die Chance erhöht, ihn mit höchst gezielter Werbung anzusprechen.



Social media

Neben den im Internet im Überfluss vorhandenen Bewertungen und Empfehlungen, verlassen sich MTCs auf soziale Medien, um sich über Produkte und Dienstleistungen zu informieren und zu einer Kaufentscheidung zu gelangen. Das ist gut für Marken, denn Familien wie die Fehrings erkundigen sich nicht nur über beliebte Produkte, sondern teilen diese auch über ihr soziales Netzwerk.

Mobile ads

Von der Suche nach Flugpreisen bis hin zur nächstgelegenen Einkaufsgelegenheit, MTCs nutzen mobile Anwendungen für ihre speziellen Interessen. Der Einsatz von zielgerichteter Werbung für Smartphone-Nutzer hilft die Aufmerksamkeit des Verbrauchers im richtigen Moment zu gewinnen. Feldfunktion geändert



Daten für Ihre optimale Konversion

Mountain News liefert für die Entwicklung einer Marketing-Strategie hochwertige Daten aus erster Hand.

Mit Daten und Customer Insights zur effektiven Multi-Channel-Strategie.

Zukunftsorientiertes Marketing baut auf Multi-Channel-Kommunikation und das aus gutem Grund. In der Kommunikation mit MTCs ist die Verbreitung von Botschaften über mehrere Kanäle und unterschiedlichste Touch Points Garantie zum Erfolg. Investieren Sie in Lösungen, die es Ihnen ermöglichen, User über verschiedene Geräte anzusprechen und eine anspruchsvolle Zielgruppe, basierend auf ihrem Verhalten, zu erreichen. Richtig platziert können Ihre Werbekampagnen eine prägende Rolle dabei spielen, MTCs vom Reiseplaner zum aktiven Bergurlauber und Käufer zu bewegen.

Kontaktieren Sie uns

