

# Schweizer Hotellerie und Internet 2008

---

## Online Vertrieb gewinnt an Dynamik: Resultate einer online Umfrage bei Mitgliedern von hotelleriesuisse

**Roland Schegg & Thomas Allemann**

(roland.schegg@hevs.ch / thomas.allemann@hotelleriesuisse.ch)

**Februar 2009**

1

---



# Executive Summary

---

- **60% der Schweizer Hotels haben eine Echtzeitbuchungsoption auf eigener Website; realisieren darüber aber im Schnitt nur 4% des Buchungsvolumens. Eindeutige Echtzeitbuchungen insgesamt (inkl. GDS und online Reiseplattformen) bei 12% im Jahr 2008.**
- **Dennoch: fast die Hälfte aller Buchungen in Schweizer Hotels über elektronische Kanäle vermittelt. Hohe Popularität der Buchungen über E-Mail (26.2%).**
- **Die Bedeutung der online Reiseplattformen steigt seit 2002 ständig -> 5.7% des Buchungsvolumens in 2008**

2



# Studien zum online Vertrieb: 2003 - 2009

---

- Die online Erhebung zum Thema Internet Vertrieb in der Schweizer Hotellerie fürs Jahr 2008 wurde im Januar 2009 bei Mitgliedern von hotelleriesuisse durchgeführt
- Ähnliche Umfragen wurden durchgeführt
  - im Frühjahr 2003 -> fürs Jahr 2002
  - im November 2005 -> fürs Jahr 2005
  - im Frühjahr 2007 -> fürs Jahr 2006

# Die Studie

---

- **Kontakt per E-Mail von 1872 deutschsprachigen Hotels und 533 französischsprachigen Hotels am 9. Januar 2009**
- **Relaunch am 19. Januar 2009**
- **Rücklauf: 208 Antworten -> Rücklaufquote von 9%**

# Der Fragebogen: Seite 1

---

ECOLE SUISSE  
DE TOURISME  
E S T



SCHWEIZERISCHE  
TOURISMUSFACHSCHULE  
S T F

hotelleriesuisse  
Swiss Hotel Association

**Roland Schegg**  
Institut Wirtschaft & Tourismus

**Thomas Allemann**  
hotelleriesuisse

Herzlichen Dank für Ihr Interesse an unserer Kurz-Umfrage. Die Resultate sollen ein möglichst genaues Bild vom aktuellen Stand des Internetvertriebs in der Schweizer Hotellerie zeichnen.

**Klicken Sie auf das Symbol, um die  
Umfrage zu beginnen**



Die erhobenen Daten werden ausschliesslich für eine Forschungsarbeiten an den Hochschulen verwendet. Ihre Angaben werden vertraulich behandelt, Rückschluss auf Ihr Hotel und Ihre Person ist aufgrund statistischer Aggregation der Daten ausgeschlossen.

Hinweis: Sie können mit Hilfe der Pfeile am oberen Bildschirmrand zwischen den Seiten unseres Fragebogens navigieren. Vergessen Sie bitte nicht, Ihre Daten am Schluss mit einem Klick auf die entsprechende Schaltfläche zu sichern.

Bei Fragen kontaktieren Sie bitte Herrn Roland Schegg:  
Tel.: +41 27 606 9004 e-mail:roland.schegg@hevs.ch  
Fax: +41 27 606 90 00

5

---

ECOLE SUISSE  
DE TOURISME  
E S T



SCHWEIZERISCHE  
TOURISMUSFACHSCHULE  
S T F

hotelleriesuisse  
Swiss Hotel Association

Hes·SO VALAIS  
WALLIS

# Der Fragebogen: Seite 2 (a)

## A. Allgemeine Angaben zum Internetvertrieb

### 1. In welcher Form können über Ihre Webseite Reservationsanfragen bzw. Buchungen getätigt werden?

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> keine Möglichkeit                            | <input type="checkbox"/> Anfrage per E-Mail   |
| <input type="checkbox"/> Formular für Reservationsanfrage auf Website | <input type="checkbox"/> direkte Buchungsmöglichkeit mit Verfügbarkeitsprüfung ("realtime") |

*mehrere Antworten möglich*

### 2. Wenn auf der Website eine Buchung in Echtzeit getätigt werden kann, mit welchem System arbeiten Sie?

- |  |   |
|--|---|
| <input type="radio"/> Reonline                           | <input type="radio"/> Bookingsystem.ch (Infonautics)  |
| <input type="radio"/> GlobRes (Global Reservation Agent) | <input type="radio"/> STC (Switzerland Travel Center) |
| <input type="radio"/> Protel (rebagdata)                 | <input type="radio"/> Fidelio (myfidelio net)         |
| <input type="radio"/> anderes System                     |   |

3. Wenn 'anderes System', welches?

### 4. Über welche Internet-Reiseplattformen ist Ihr Betrieb online buchbar?

- |   |  |  |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> Nicht buchbar                  | <input type="checkbox"/> myswitzerland.com / STC | <input type="checkbox"/> Website der lokalen Tourismusorganisation |
| <input type="checkbox"/> HRS (Hotel Reservation System) | <input type="checkbox"/> eBookers                | <input type="checkbox"/> Travelocity                               |
| <input type="checkbox"/> Expedia und hotels.com         | <input type="checkbox"/> hotel.ch                | <input type="checkbox"/> Tiscover                                  |
| <input type="checkbox"/> Booking.com                    | <input type="checkbox"/> global hotel index      | <input type="checkbox"/> Hotelguide.com                            |
| <input type="checkbox"/> Venere                         | <input type="checkbox"/> Lastrminute             | <input type="checkbox"/> Opodo                                     |
| <input type="checkbox"/> eBay                           | <input type="checkbox"/> Sonstige                |  |

5. Wenn 'Sonstige', welche:

6

# Der Fragebogen: Seite 2 (b)

**6. Benutzen Sie ein Tool zur sicheren Bezahlung via Kreditkarte?**

Nein

Ja

7. Wenn Ja, welches?

**8. Bieten Sie Reiseschutzversicherung und Annulationsversicherung an?**

Nein

Ja

9. Wenn Ja, welche?

**10. Fakultative Kommentare und Bemerkungen zum online Vertrieb (Welche Probleme haben sie mit den Reservationsplattformen? Entspricht die Preispublikation dem effektiven Preis im Hotel? etc.)**



# Der Fragebogen: Seite 3 (a)

## B. Vertriebskanäle

Wie hoch waren die Buchungsanteile im Jahr 2008 über die folgenden Kanäle?  
(Geben Sie ganzzahlige Werte ein, d.h. für 21% geben Sie die Zahl 21 ein. Summe aller Kanäle = 100)

11. traditioneller Kundenkontakt (Telefon, Fax, Brief)	<input type="text"/>
12. Walk-ins	<input type="text"/>
13. E-Mail	<input type="text"/>
14. Reservationsformular auf eigener Website	<input type="text"/>
15. Echtzeitbuchung über eigene Website	<input type="text"/>
16. Reisebüro	<input type="text"/>
17. grosse Reiseveranstalter (z.B. Kuoni)	<input type="text"/>
18. Lokale Tourismusorganisation	<input type="text"/>
19. Regionale Tourismusorganisation	<input type="text"/>
20. Schweiz Tourismus	<input type="text"/>
21. Hotelketten / -affiliation	<input type="text"/>
22. Event-Veranstalter	<input type="text"/>
23. Konferenz-Veranstalter	<input type="text"/>
24. Branchenverbände (z.B. hotelleriesuisse)	<input type="text"/>
25. Globale Distributionssysteme (GDS wie Galileo)	<input type="text"/>
26. Internet-Reiseplattformen (z.B. eBookers)	<input type="text"/>

8



# Der Fragebogen: Seite 3 (b)

**27. Wo sehen Sie die Rolle der Tourismusorganisation (lokal oder regional) im Hotel-Vertrieb? Wählen Sie eine der folgenden Optionen:**

- Die Tourismusorganisation sollte nicht im Verkauf tätig sein und sich grundsätzlich auf die Vermittlung von Reservationsanfragen konzentrieren.
- Die Rolle der Tourismusorganisation liegt im Verkauf von Pauschalen und Ferienwohnungen, der Zimmerverkauf in der Hotellerie sollte den Leistungsträgern überlassen werden.
- Die Tourismusorganisation sollte aktiver und aggressiver im Verkauf von Hotelzimmern sein und vor allem den Verkauf in schwachen Zeiten stimulieren.



# Der Fragebogen: Seite 4

## C. Allgemeine Informationen zu Ihrem Hotel

### 28. Grösse des Hotels (Zimmeranzahl)

*(Bitte nur ganzzahlige Werte eingeben und keine Buchstaben nutzen)*

### 29. Hotel Typ

- Budget Hotel (nicht klassiert bis 2\*)  Mittelklasse Hotel (3\*)  Luxus Hotel (4-5\*)

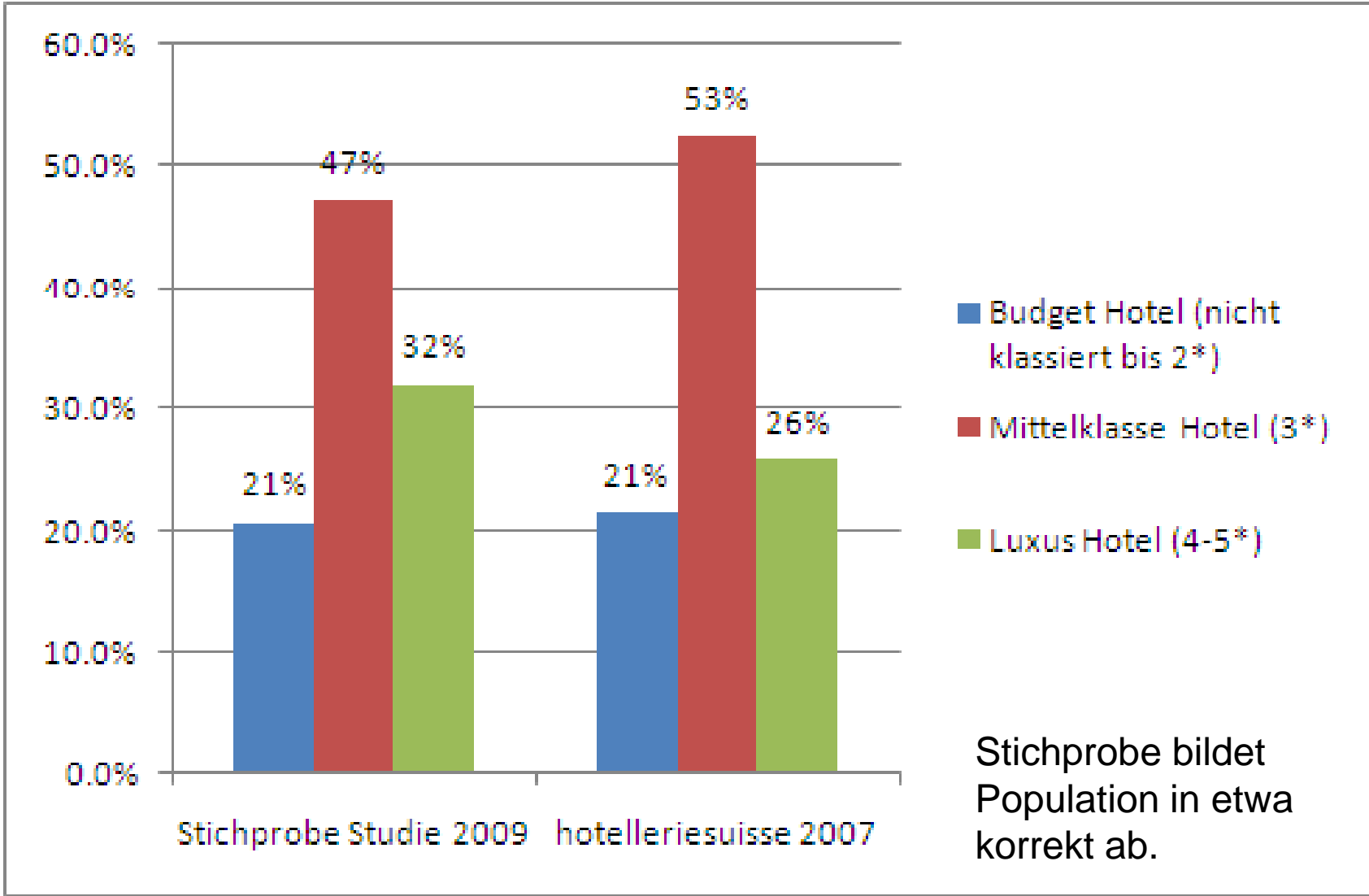
### 30. Standort des Hotels (gemäss Klassifikation Bundesamt für Statistik)

- Bergkurort (höher 1000 m ü.M.)  Seezone  
 Grosse Stadt (Zürich, Basel, Bern, Lausanne, Genf)  Anderer Standort

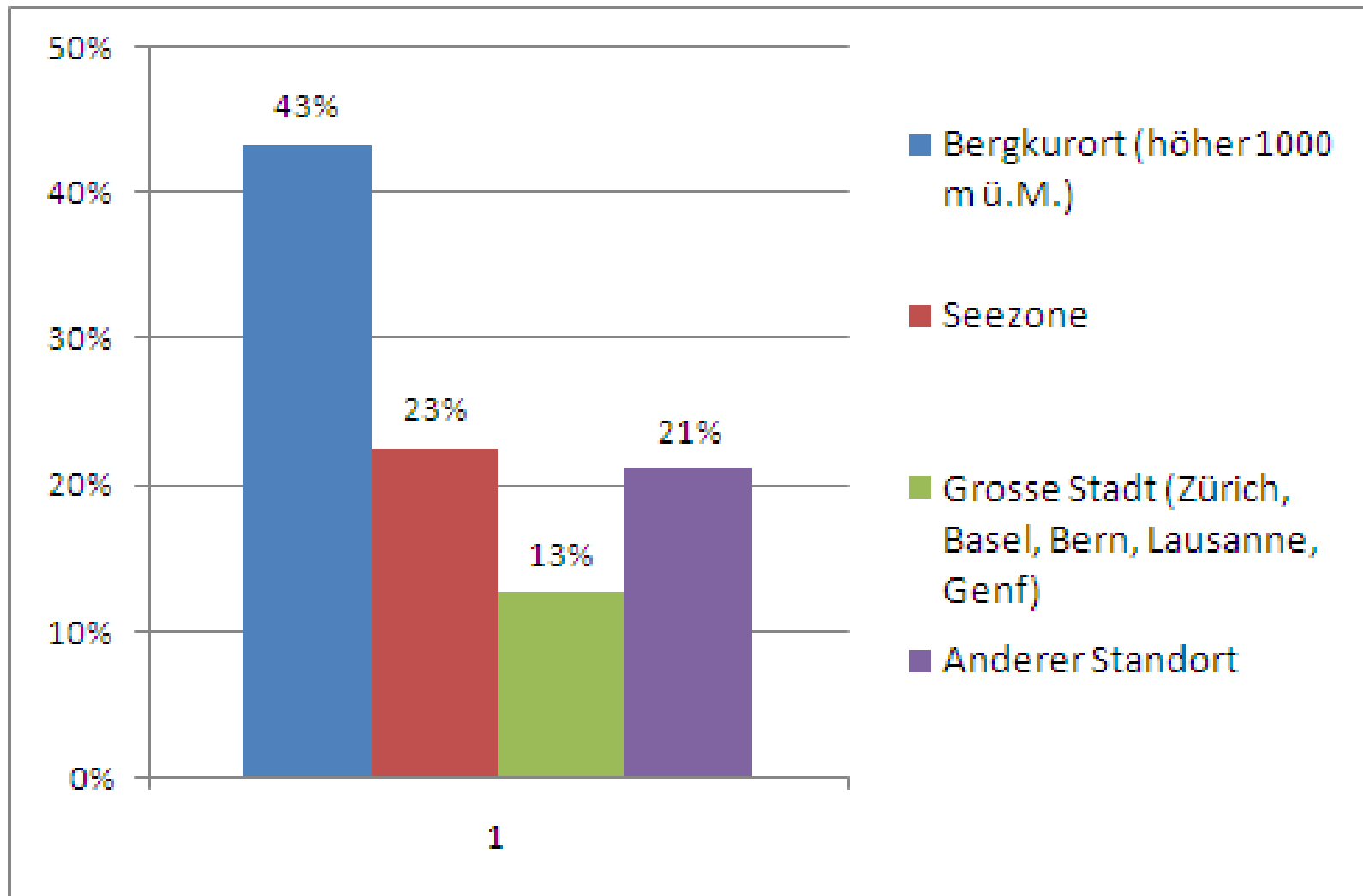
### 31. Kanton

- |                          |                          |                          |                          |                          |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <input type="radio"/> AG | <input type="radio"/> AI | <input type="radio"/> AR | <input type="radio"/> BE | <input type="radio"/> BL |
| <input type="radio"/> BS | <input type="radio"/> FR | <input type="radio"/> GE | <input type="radio"/> GL | <input type="radio"/> GR |
| <input type="radio"/> JU | <input type="radio"/> LU | <input type="radio"/> NE | <input type="radio"/> NW | <input type="radio"/> OW |
| <input type="radio"/> SG | <input type="radio"/> SH | <input type="radio"/> SO | <input type="radio"/> SZ | <input type="radio"/> TG |
| <input type="radio"/> TI | <input type="radio"/> UR | <input type="radio"/> VD | <input type="radio"/> VS | <input type="radio"/> ZG |
| <input type="radio"/> ZH |                          |                          |                          |                          |

# Die Stichprobe: Klassifikation



# Die Stichprobe: Lokalität

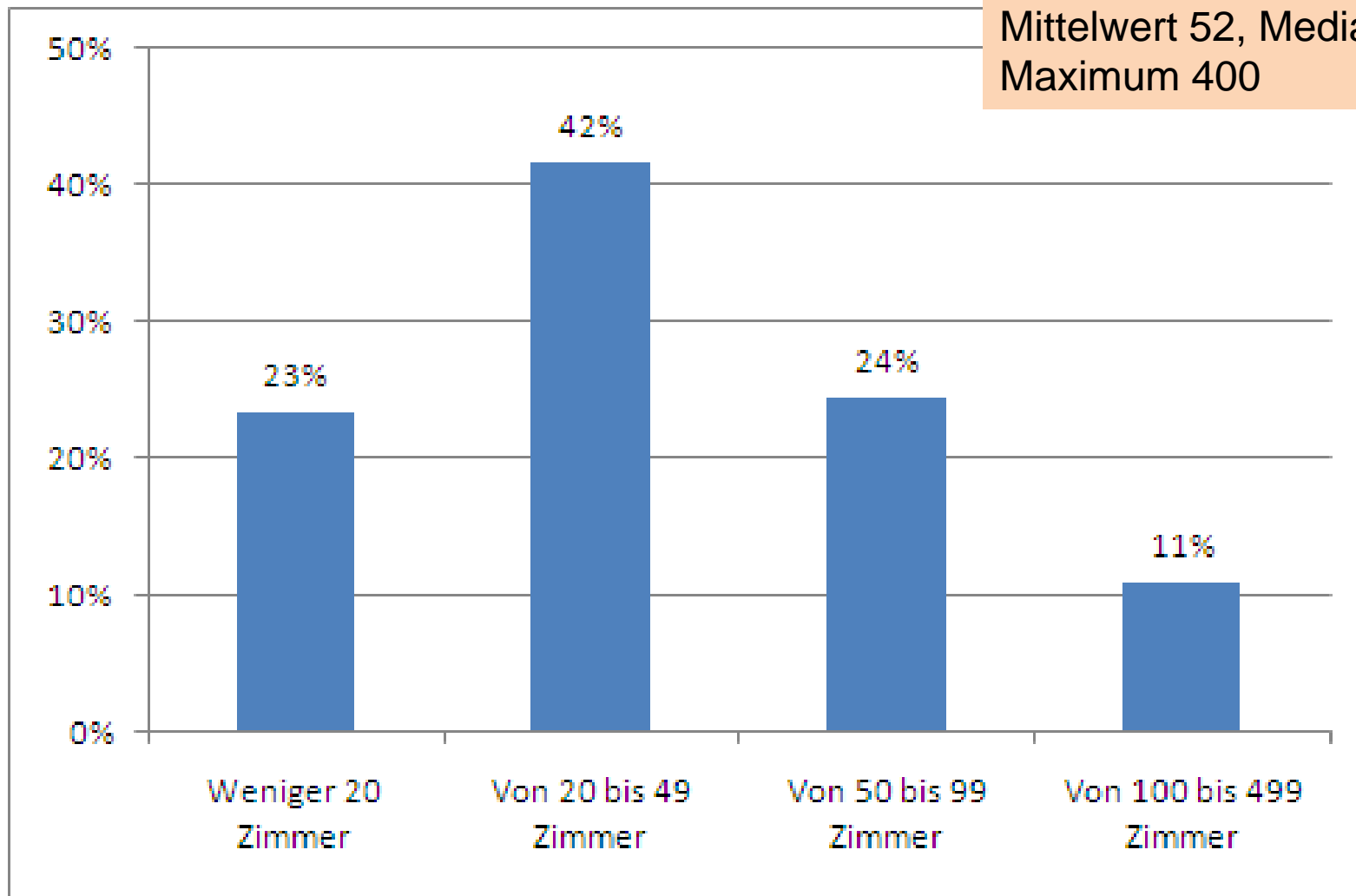


12

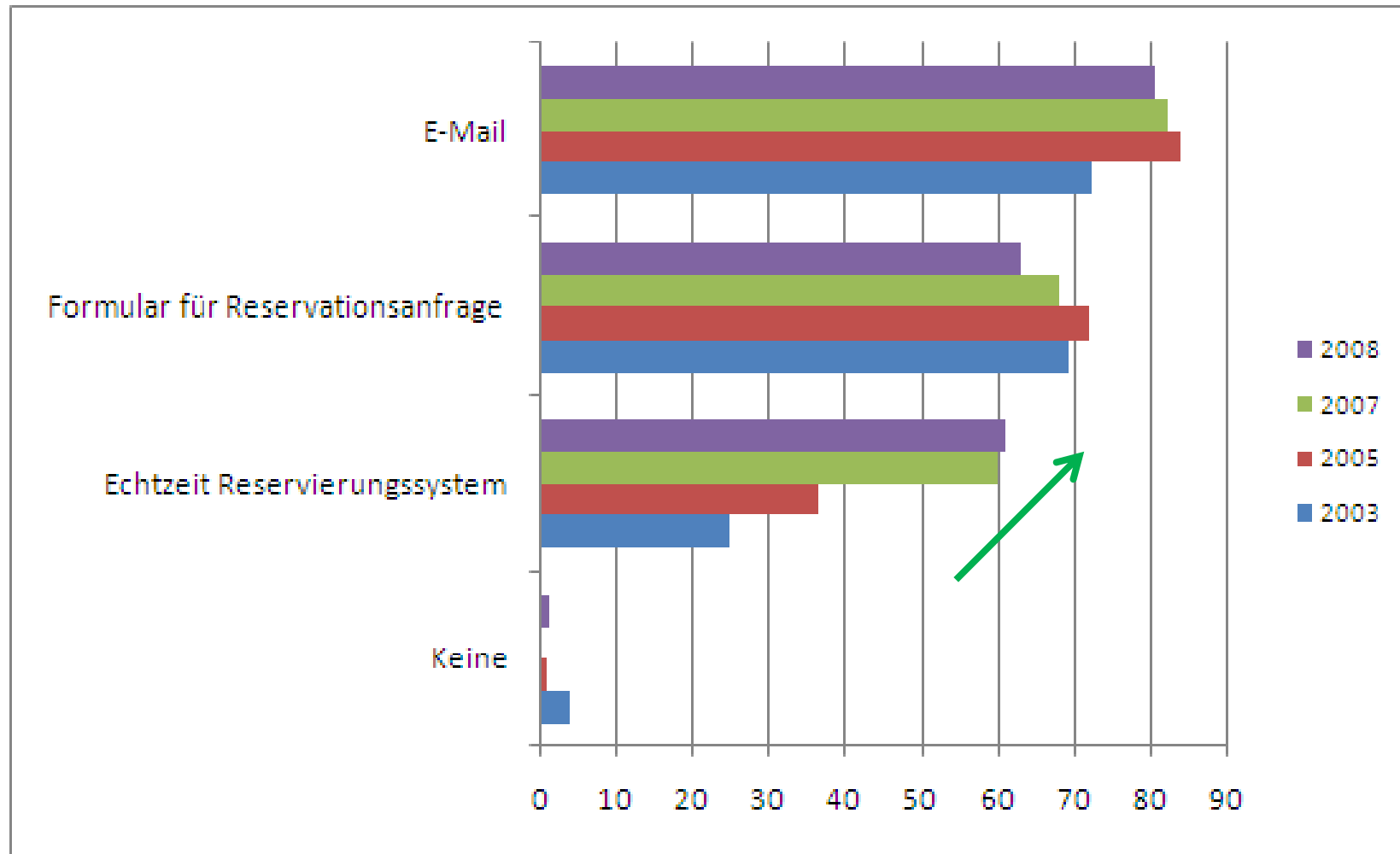
# Die Stichprobe: Kantone

	Anz	% Nenn.		Anz	% Nenn.
AG	6	3.1%	NW	1	0.5%
AI	1	0.5%	OW	4	2.1%
AR	0	0.0%	SG	5	2.6%
BE	45	23.1%	SH	2	1.0%
BL	0	0.0%	SO	2	1.0%
BS	2	1.0%	SZ	4	2.1%
FR	4	2.1%	TG	4	2.1%
GE	4	2.1%	TI	18	9.2%
GL	0	0.0%	UR	1	0.5%
GR	31	15.9%	VD	14	7.2%
JU	0	0.0%	VS	29	14.9%
LU	6	3.1%	ZG	0	0.0%
NE	0	0.0%	ZH	12	6.2%
			Summe	195	

# Die Stichprobe: Betriebsgrösse



# Buchungsmöglichkeiten auf eigener Website



60% aller Hotels offerieren eine Echtzeitbuchungsoption

15

# Echtzeitbuchungssysteme in Schweizer Hotellerie

	2008		2006	
	Anz	% Beob.	Anz	% Beob.
GlobRes (Global Reservation Agent)	18	15%	12	17%
STC (Switzerland Travel Center)	17	14%	16	22%
GHIX (inkl. Hotel-Service-RAS)	12	10%	2	3%
Protel (rebagdata)	9	7%	3	4%
Bookingsystem.ch (Infonautics)	8	7%	8	11%
Reconline	7	6%	4	6%
Fidelio (myfidelio net)	7	6%		
Fastbooking	4	3%	1	1%
Synergy Booking Engine (ActiveMetrics)	4	3%		
Booking.com	3	2%	1	1%
cultuzz	2	2%	2	3%
Curtis C	2	2%		
Feratel	2	2%		
Gastrodat	2	2%		
Swiss Quality Hotels	2	2%		
Trust / TravelClick	2	2%		
andere Einzelsysteme	22	18%	23	32%
<b>Total</b>	<b>123</b>	<b>100%</b>	<b>72</b>	<b>100%</b>

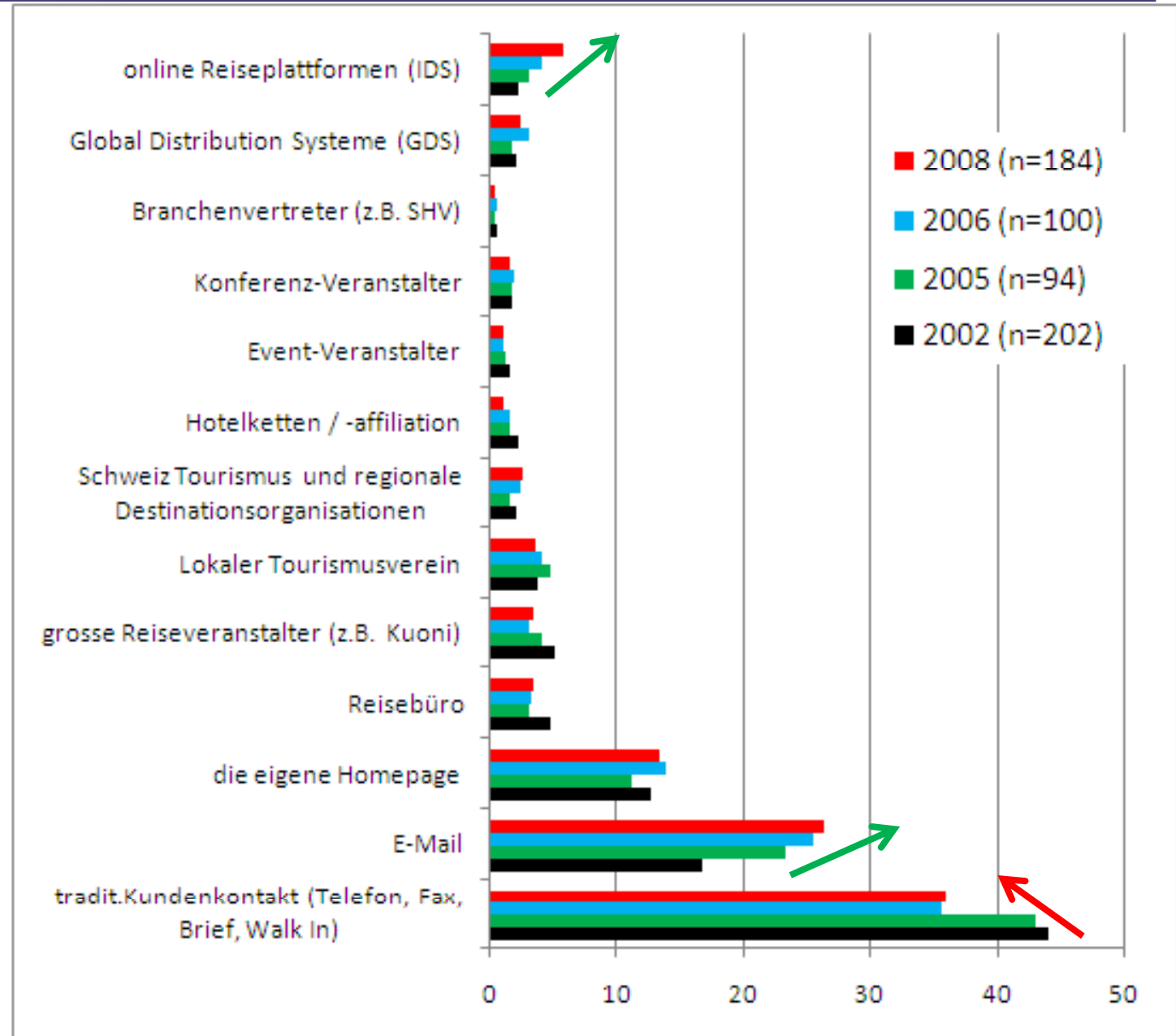
**Marktführer: GlobRes, Swiss Travel Center (STC) und GHIX**

16



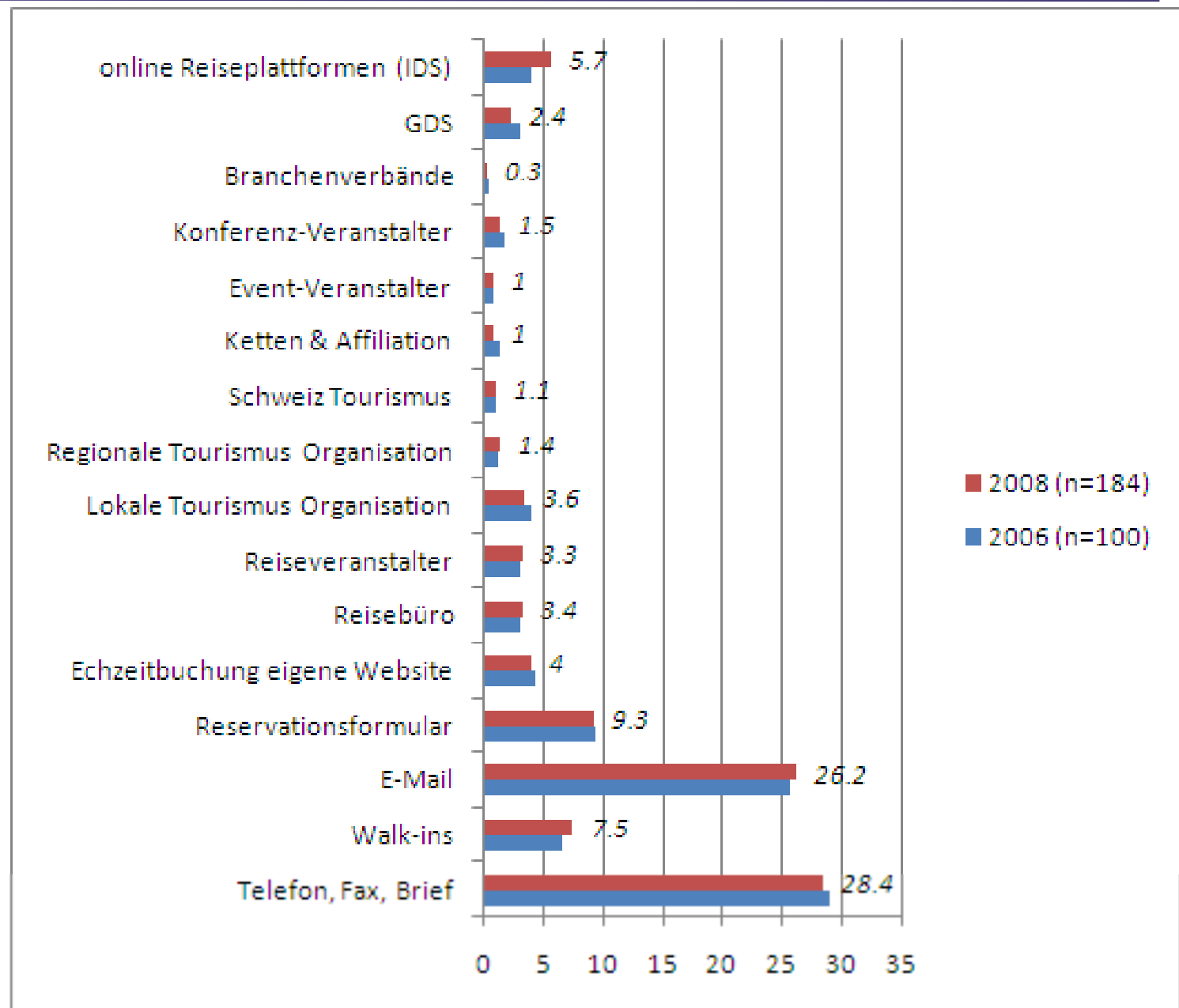
# Buchungskanäle 2002 - 2008

- **Online Kanäle gewinnen weiterhin Marktanteile**



# Buchungskanäle 2006 & 2008

- **Echtzeit-  
buchungs-  
anteile auf  
eigener  
Website  
immer noch  
bescheiden**



# Buchungskanäle 2008 (I)

---

- **Direkte Buchungskanäle (Telefon, Fax, Walk-ins, E-Mail, Webformular) 75.4% -> Hoteliers haben Kontrolle über Distribution.**
- **Tourismusorganisationen (TO/DMOs) erwirtschaften zwar mit 6.1% mehr als Internetreiseplattformen (IDS) mit 5.7%, scheinen aber langsam an Boden zu verlieren.**

# Buchungskanäle 2008 (II)

---

- Im Schnitt werden fast die Hälfte aller Buchungen über elektronische Kanäle vermittelt: 47.6% (E-Mail, Webformular, Realtime Booking, GDS & IDS).
- Eindeutige Echtzeitbuchung erreichen durchschnittlich einen Anteil von 12.1% (Website 4.0% + GDS & IDS 8.1%).

# Buchungskanäle 2008 (III)

---

- Ein Drittel der befragten Betriebe erreichen Echtzeitbuchungsanteile zwischen 5% und 15%.
- Jeder 5. Betrieb macht zwischen 5% und 20% der Buchungen über GDS.
- Jeder 4. Betrieb wickelt zwischen 5% und 20% der Buchungen über online Reiseplattformen ab und jeder 10. Betrieb erreicht sogar schon Buchungsanteile von 20-40% auf diesen Vertriebskanälen.

# Buchungskanäle und Hotelkategorie (I)

	Budget Hotel (nicht klassiert bis 2*)	Mittelklasse Hotel (3*)	Luxus Hotel (4-5*)	Total
traditioneller Kundenkontakt (Telefon, Fax, Brief)	22.6	29.9	30.6	28.5
Walk-ins	9.6	8.3	4.5	7.5
E-Mail	29.5	26.6	22.9	26.1
Reservationsformular auf eigener Website	<b>14.9</b>	8.6	6.3	9.4
Echtzeitbuchung über eigene Website	2.8	4	4.7	3.9
Reisebüro	1.9	3	5.1	3.4
grosse Reiseveranstalter (z.B. Kuoni)	1.7	2.2	6.3	3.3
Lokale Tourismusorganisation	4.2	3.9	2.6	3.6
Regionale Tourismusorganisation	2	1.5	0.7	1.4
Schweiz Tourismus	1	1.2	1.1	1.1
Hotelketten / -affiliation	0.5	0.8	1.9	1
Event-Veranstalter	0.8	0.7	1.5	1
Konferenz-Veranstalter	0.4	1.2	2.8	1.5
Branchenverbände (z.B. hotelleriesuisse)	0.3	0.3	0.3	0.3
Globale Distributionssysteme (GDS wie Galileo)	1	1.8	4.4	2.4
Internet-Reiseplattformen (z.B. eBookers)	6.8	6	4.4	5.7
Zahlen in fett zeigen signifikante Abhängigkeit von der Hotelklassifikation				
Rosa markierte Zellen sind signifikant tiefer als Stichprobendurchschnitt				
Blau markierte Zellen sind signifikant höher als Stichprobendurchschnitt				

22

# Buchungskanäle und Hotelkategorie (II)

---

- Wie erwartet sind Luxushotels im Vergleich zu tiefer klassigten Hoteltypen abhängiger von "Intermediaries" und haben deshalb höhere Buchungsvolumina über GDS, Konferenzveranstalter, Hotelketten und Reisbüros.
- Die höheren Echtzeitbuchungszahlen über die eigene Website zeigen die proaktivere Handhabung des online Verkaufs bei Luxushotels.
- IDS scheinen bei Budget Hotels etwas populärer zu sein als bei Luxushotels

23



# Buchungskanäle und Lage (I)

	Bergkurort (höher 1000 m ü.M.)	Seezone	Grosse Stadt (Zürich, Basel, Bern, Lausanne, Genf)	Anderer Standort	Total
traditioneller Kundenkontakt (Telefon, Fax, Brief)	27.9	30.2	26	29.2	28.5
Walk-ins	<b>6.4</b>	<b>10.6</b>	<b>5.4</b>	<b>7.9</b>	<b>7.5</b>
E-Mail	<b>30.1</b>	<b>25.1</b>	<b>17.7</b>	<b>23.9</b>	<b>26.2</b>
Reservationsformular auf eigener Website	<b>12.8</b>	<b>7.9</b>	<b>6.3</b>	<b>5.4</b>	<b>9.4</b>
Echtzeitbuchung über eigene Website	<b>3</b>	<b>2.7</b>	<b>6.9</b>	<b>5.4</b>	<b>3.9</b>
Reisebüro	4.1	2.2	3.8	3	3.4
grosse Reiseveranstalter (z.B. Kuoni)	2.5	4	3	3.9	3.2
Lokale Tourismusorganisation	3.7	3.4	3.3	3.5	3.5
Regionale Tourismusorganisation	1.6	1.7	0.5	1	1.4
Schweiz Tourismus	1.3	1.1	0.5	1.1	1.1
Hotelketten / -affiliation	0.6	1.1	1.5	1.6	1
Event-Veranstalter	<b>0.4</b>	<b>1.4</b>	<b>1.4</b>	<b>1.3</b>	<b>1</b>
Konferenz-Veranstalter	<b>0.4</b>	<b>1.5</b>	<b>3.6</b>	<b>2.6</b>	<b>1.5</b>
Branchenverbände (z.B. hotelleriesuisse)	0.2	0.2	1	0.2	0.3
Globale Distributionssysteme (GDS wie Galileo)	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>9.1</b>	<b>3.1</b>	<b>2.4</b>
Internet-Reiseplattformen (z.B. eBookers)	<b>3.9</b>	<b>5.9</b>	<b>9.9</b>	<b>7</b>	<b>5.7</b>

Zahlen in fett zeigen signifikante Abhängigkeit von der Hotelklassifikation  
 Rosa markierte Zellen sind signifikant tiefer als Stichprobendurchschnitt  
 Blau markierte Zellen sind signifikant höher als Stichprobendurchschnitt



# Buchungskanäle und Lage (II)

---

- **Buchungen über E-Mail sind vor allem in der Ferienhotellerie (Bergdestinationen 30.1%) dominierend**
- **Die höchsten Anteile an Echtzeitbuchungen sind in der Stadthotellerie zu beobachten (6.9%)**
- **Die Stadthotellerie ist auch wie erwartet führend im Bereich der Buchungen über GDS (9.1%) und Internetreiseplattformen (9.9%)**

# Kommentare zum online Vertrieb (I)

---

- **Überwachung, Aktualisierung und Koordination der Kontingente ist schwierig und sehr zeitintensiv [17 Kommentare].**
- **Online Vertrieb problemlos, Reiseplattformen kompetente Partner (booking.com verschiedene Male erwähnt) [5].**
- **Gemäss den Antworten von 15 von 21 Hoteliers entsprechen die Preise auf den online Reiseplattformen den effektiven Hotelpreisen.**

# Kommentare zum online Vertrieb (II)

---

- **Schnittstellen-Politik der einzelnen Reiseplattform Anbieter ist sehr unterschiedlich; mühsame/teure Anbindung an PMS [3].**
- **Kommissionen bei Reiseplattformen sehr variabel und zum Teil zu hoch (bis 25%) [3]**

# Weitere Einzelkommentare zum online Vertrieb

---

- Gäste sperren Kreditkarte, um annullieren zu können
- Prüfung der Anbieter in Bezug auf Aktualität der Infos (Bilder)
- IDS Konkurrenz zu eigener Website und persönlicher Beratung
- IDS wollen im Winter nur Wochenenden verkaufen
- Verkaufsprozess über IDS für Kunden unklar (Buchungsgarantie?, etc.)
- IDS zu wenig flexibel in Bezug auf Preisgestaltung

# Internetreiseplattformen (Internet Distribution Systems IDS) in Schweizer Hotellerie 2008

<i>Mehrfachnennungen</i>	2008		2006	
	Anz	% Beob.	Anz	% Beob.
Nicht buchbar	15	7.2%	6	5.8%
Website der lokalen Tourismusorganisation	133	63.9%	77	73%
myswitzerland.com / STC	133	63.9%		
Booking.com	120	57.7%	41	39.8%
HRS (Hotel Reservation System)	112	53.8%	58	56.3%
Expedia und hotels.com	65	31.3%	36	35.0%
Venere	63	30.3%	19	18.4%
hotel.ch	46	22.1%	40	38.8%
Travelocity	30	14.4%	14	13.6%
Global Hotel Index (GHIX)	24	11.5%	9	8.7%
eBookers	24	11.5%	19	18.4%
Lastminute	22	10.6%	12	11.7%
Tiscover	21	10.1%	20	19.4%
Hotelguide.com	19	9.1%	19	18.4%
Opodo	17	8.2%	8	7.8%
hotel.de	15	7.2%	3	2.9%
eBay	4	1,9%		
HostelBookers	4	1,9%		
Minotel	3	1,4%		
Rates to go	3	1,4%		
sonstige Systeme (n=48)	50	24.0%	na	na

29

**Marktführer: DMOs (STC), booking.com und HRS**

# Rolle der Tourismusorganisation im Hotel-Vertrieb

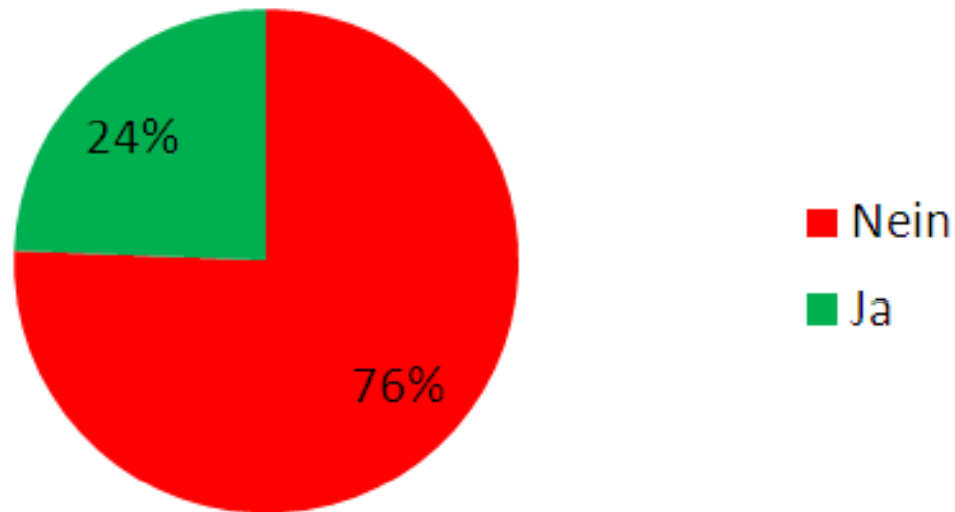
	Anz	% Nenn.
Die Tourismusorganisation sollte nicht im Verkauf tätig sein und sich grundsätzlich auf die Vermittlung von Reservationsanfragen konzentrieren.	58	29,4%
Die Rolle der Tourismusorganisation liegt im Verkauf von Pauschalen und Ferienwohnungen, der Zimmerverkauf in der Hotellerie sollte den Leistungsträgern überlassen werden.	19	9,6%
Die Tourismusorganisation sollte aktiver und aggressiver im Verkauf von Hotelzimmern sein und vor allem den Verkauf in schwachen Zeiten stimulieren.	120	60,9%
Summe	197	100,0%

- **Mehrheit der Hotels will eine im Vertrieb aktivere Tourismusorganisation**
- **Lage des Hotels oder Kategorie spielt keine statistisch signifikante Rolle bei der Beantwortung der Frage.**

30

# Kreditkartenbezahlung

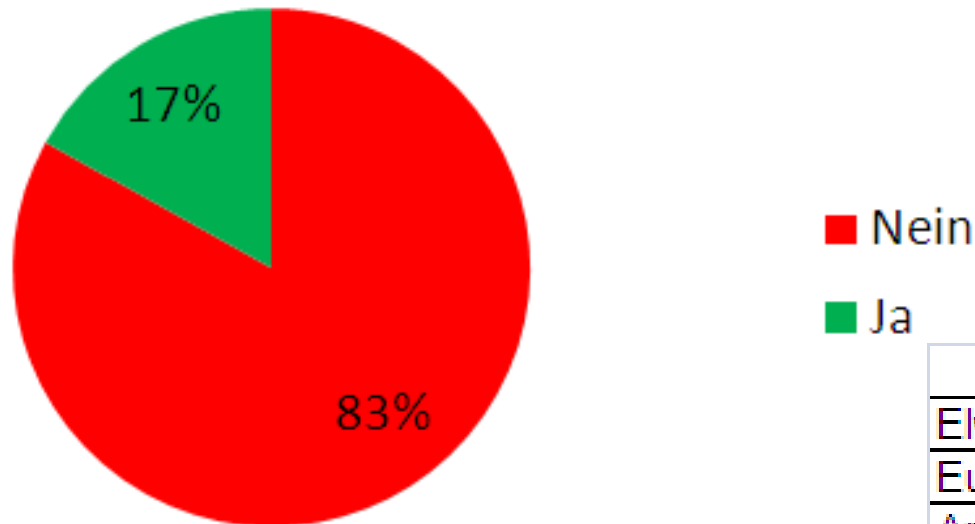
Benutzen Sie ein Tool zur sicheren Bezahlung via Kreditkarte?



	Anz
Amadeus	1
ARTEMA compact ISDN	1
Caesar-Data	1
CC-Terminal Telekurs Multipay	1
Commtrain	2
GHIX	1
Swiss International Hotels	1
DIRS	1
Jeronimo	1
Opera/Curtis C	1
SecuTix	1
Swiss Quality Hotels	1
Synergie	1
Synexis	1
Thawte	1
Tiscoverlösung	1
Via Reonline	2
Wirecard	1

# Reiseschutzversicherung

Bieten Sie Reiseschutzversicherung und Annulationsversicherung an?



- **Reiseschutzversicherungen sind ein wichtiges Thema in der Ferienhotellerie der Bergdestinationen; überhaupt kein Thema in Städten**

	Anz
Elvia	20
Europäische Reiseversicherung	4
Annulationsversicherung Axa-Winterthur	3
über Tiscover	1
Schweizerische Mobiliar	1
Mobi Tour	1
Annulationsversicherung des Hotelier-Vereins Gstaad-Saanenland über die Mobiliar	1

32



# Kontakt

---

Roland Schegg  
Fachhochschule Westschweiz Wallis (HES-SO Wallis)  
Institut Wirtschaft & Tourismus (IWT)  
& Schweizerische Tourismusfachschule (STF)  
TechnoArk 3  
3960 Siders  
*Tel. 027 606 90 04*  
*roland.schegg@hevs.ch*  
*iet.hevs.ch / www.hevs.ch / www.est-stf.ch*



Thomas Allemann  
hotelleriesuisse  
Monbijoustrasse 130  
3001 Bern  
*Tel. 031 370 43 36*  
*thomas.allemann@hotelleriesuisse.ch*  
*www.hotelleriesuisse.ch*