

# Was der Schweizer Tourismus von globalen Akteuren wie booking.com und Airbnb lernen kann

**Generalversammlung, Luzern Tourismus AG  
12. Mai 2017**

**Roland Schegg**

Institut für Tourismus, HES-SO Valais/Wallis  
(Siders)

[roland.schegg@hevs.ch](mailto:roland.schegg@hevs.ch)

# Inhalt

1. Intro: dynamisches digitales Marktumfeld
2. Facts & Figures zu OTAs und Airbnb in der Schweiz
3. Learnings
4. Fragen

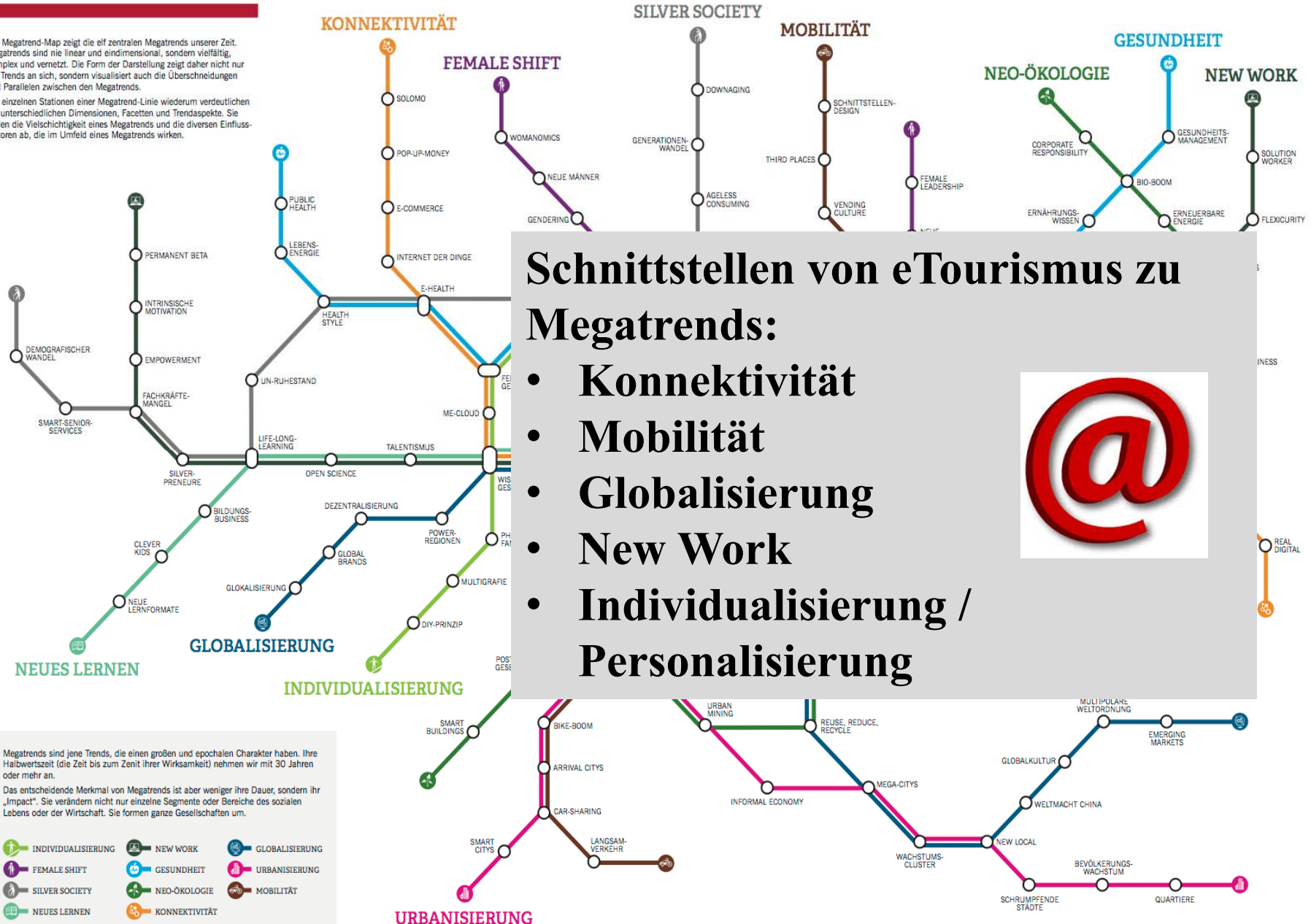
# Inhalt

1. **Intro: dynamisches digitales Marktumfeld**
2. Facts & Figures zu OTAs und Airbnb in der Schweiz
3. Learnings
4. Fragen

# MEGATREND-MAP 2.0

Die Megatrend-Map zeigt die elf zentralen Megatrends unserer Zeit. Megatrends sind nie linear und eindimensional, sondern vielfältig, komplex und vernetzt. Die Form der Darstellung zeigt daher nicht nur die Trends an sich, sondern visualisiert auch die Überschneidungen und Parallelen zwischen den Megatrends.

Die einzelnen Stationen einer Megatrend-Linie wiederum verdeutlichen die unterschiedlichen Dimensionen, Facetten und Trendspekte. Sie bilden die Vielschichtigkeit eines Megatrends und die diversen Einflussfaktoren ab, die im Umfeld eines Megatrends wirken.



## Schnittstellen von eTourismus zu Megatrends:

- Konnektivität
- Mobilität
- Globalisierung
- New Work
- Individualisierung / Personalisierung



Megatrends sind jene Trends, die einen großen und epochalen Charakter haben. Ihre Halbwertszeit (die Zeit bis zum Zenit ihrer Wirksamkeit) nehmen wir mit 30 Jahren oder mehr an.

Das entscheidende Merkmal von Megatrends ist aber weniger ihre Dauer, sondern ihr „Impact“. Sie verändern nicht nur einzelne Segmente oder Bereiche des sozialen Lebens oder der Wirtschaft. Sie formen ganze Gesellschaften um.

INDIVIDUALISIERUNG	NEW WORK	GLOBALISIERUNG
FEMALE SHIFT	GESUNDHEIT	URBANISIERUNG
SILVER SOCIETY	NEO-ÖKOLOGIE	MOBILITÄT
NEUES LERNEN	KONNEKTIVITÄT	

# eTourism @ Megatrends

## *Big Data*

### **Konnektivität**

SOLOMO

E-COMMERCE

INTERNET DER DINGE

FEEDBACKGESELLSCHAFT

**BIG DATA**

OPEN INNOVATION

COLLABORATION

FLEXIBILISIERUNG

SOCIAL NETWORKS

SMART DEVICES

DIGITAL LIFESTYLE

CROWD SOURCING



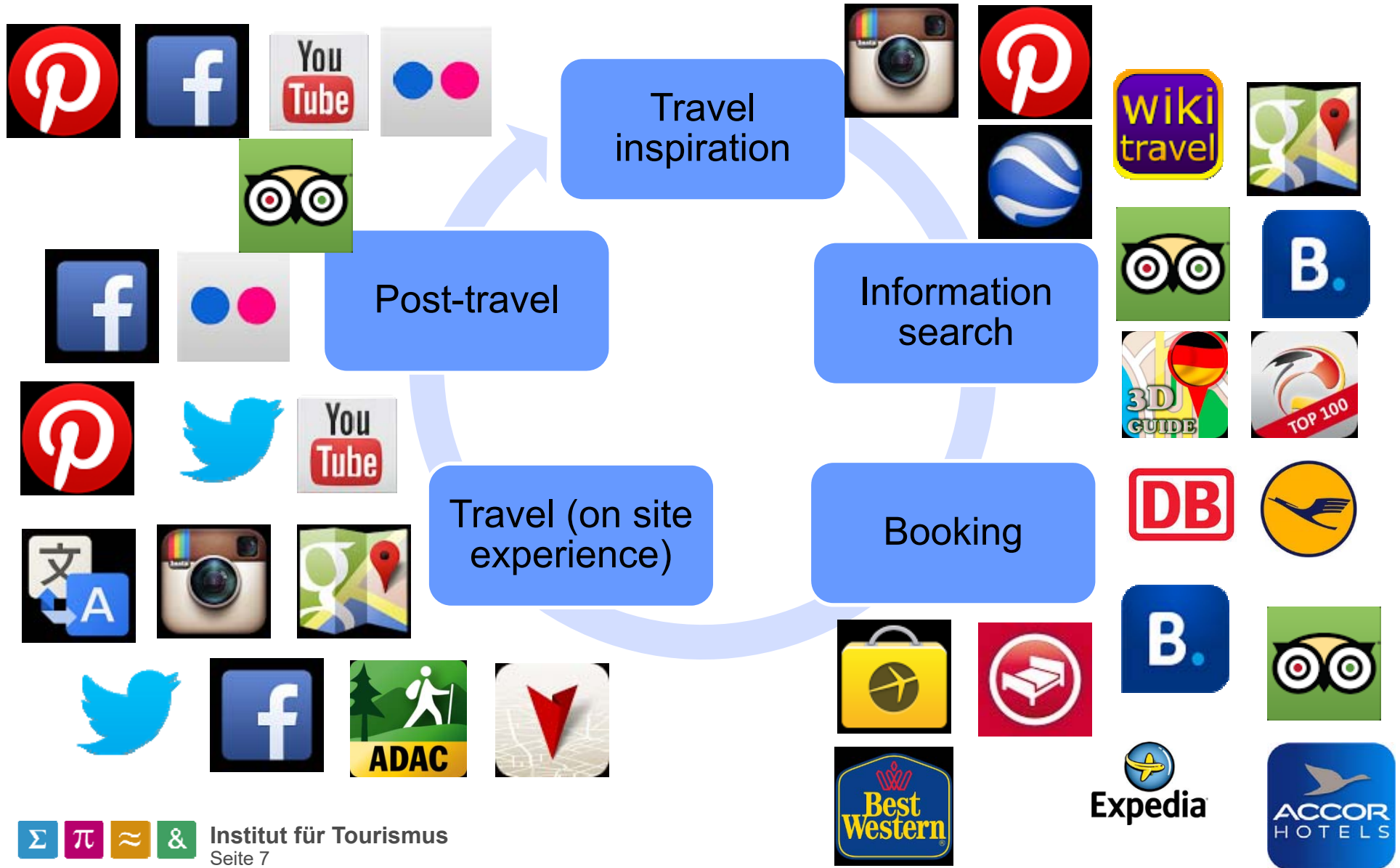
Darren Huston, ex-CEO Priceline: “I certainly think ‘big data’ is playing an important role in enabling us to not only **understand who our audience is, but when and how to interact with them**”

# Digitale Medien Nutzung: global, mobil und sozial



[http://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2016/7-wearesocialsg\\_7GLOBAL\\_DIGITAL\\_SNAPSHOTINTERNETUSERSTOTALPOPULATIONACTIVE\\_SOCIALMEDIA](http://www.slideshare.net/wearesocialsg/digital-in-2016/7-wearesocialsg_7GLOBAL_DIGITAL_SNAPSHOTINTERNETUSERSTOTALPOPULATIONACTIVE_SOCIALMEDIA)

# Digitale Medien in Reiseplanung: omnipräsent



# (e)-Tourismus: Spielfeld junger, globaler und digital-affiner Players



Jahr: 2001 (Microsoft)  
Börsenwert: 20.3 Mia \$



Jahr: 2000  
Börsenwert: 6.4 Mia \$



Jahr: 1997 (booking 2000)  
Börsenwert: 88.7 Mia \$



Jahr: 2005  
Börsenwert: 2.9 Mia \$

4.11.2015: Expedia kauft  
HomeAway für 4 Mia



Jahr: 2009  
Valuation: >60 Mia \$



Jahr: 2008  
Valuation: 31 Mia \$

Vergleich trad. Player



Jahr: 1957  
Börsenwert: 7.15 Mia \$  
Umsatz: 1.1 Mia \$

Quelle: [trefis.com](http://trefis.com) / [techcrunch.com](http://techcrunch.com) / Reuters / Piper Jaffray  
& [wikipedia.org](http://wikipedia.org)





# Google als Travel Guide anstatt DMO?



ski schweiz



All

News

Maps

Images

Shopping

More

Settings

Tools

About 24.400.000 results (0,81 seconds)

## Switzerland / Skiing destinations



Zermatt

Renowned ski resort  
below the Matterhorn



Verbier

Mont Fort Glacier & 4  
Vallées ski area



St. Moritz

Cresta Run, Corviglia &  
Corvatsch



CHF 129



CHF 212



Davos

Jakobshorn skiing &  
World Economic Forum



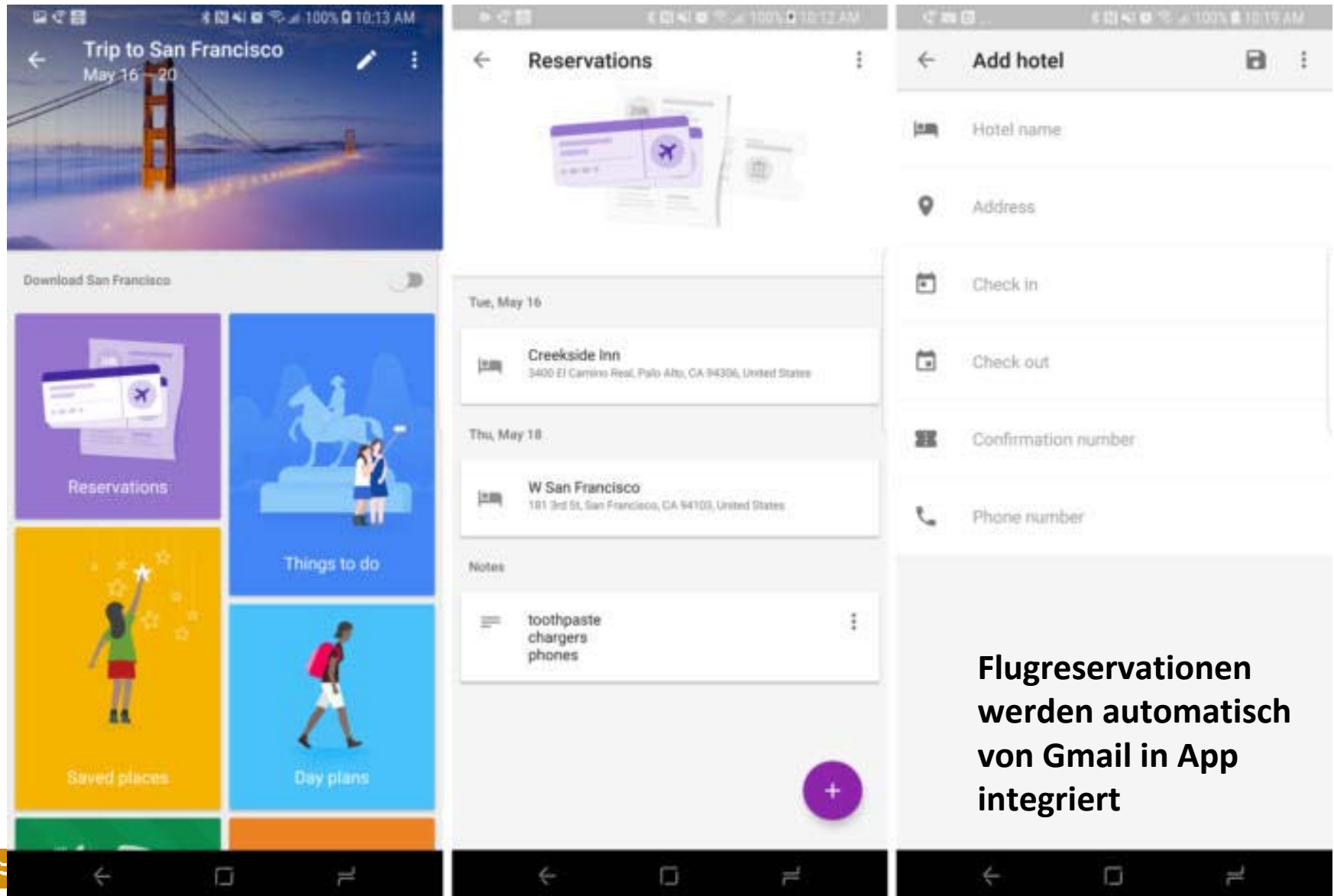
CHF 129



CHF 143

[More destinations in Switzerland](#)

# Google als globaler Reise-Concierge -> mobile App „Google Trip“



# Google positioniert sich im eCommerce

DIGITAL > BOOKING SITES

## And Then the Earth Shook: Google Enters Travel Booking

Dennis Schaal, Skift - Jul 13, 2015 7:00 am

@denschaal

### Hotels Luzern - Up to Half-Price on Hotels - hotels.com

Ad [www.hotels.com/Lucerne-Hotels](http://www.hotels.com/Lucerne-Hotels)

Book your **Hotel** in Lucerne online. Price guarantee, no reservation costs

Google Hotel Ads



Sun, 7 May

Mon, 8 May

2 guests ▾ Price ▾ Rating ▾ Hotel class ▾ Amenities ▾

Sort by ▾

#### Hotel Schweizerhof Luzern

4.6 ★★★★★ (86)

Luxe, neo-Renaissance property with spa

CHF 398



# Die Zeit des „Gratis-Web“ ist vorbei

Eyetracking  
Hotelsuche  
Google 2014



# Die Zeit des „Gratis-Web“ ist vorbei

## Eyetracking Hotelsuche Google 2017



Fastbooking: "Le trafic organique, soit gratuit, représente seulement 42% du trafic global d'un site web hôtelier en 2017, contre 62% en 2015"

"Google's \$12.2 billion in revenue from hotel and flight referrals"

# Fazit

- Digitale Medien sind heute Standard im gesamten **Reiseprozess** der Kunden
- Die globalen Player (Google, OTAs, TripAdvisor, etc.) nutzen **digitale Technologien in industrieller Weise** und dominieren weite Teile des Reiseprozesses (dreaming, planning, booking and sharing)
- Nur wer **massiv ins digitale Marketing investiert** und die neuen Tools beherrscht, hat Sichtbarkeit und kann Umsatz generieren.
- Zunehmend drängen **digitale Newcomer der Sharing Economy** auch in die Experiencing Phase (Airbnb, Uber, Cookening, ...) und werden zur Konkurrenz etablierter Player wie DMOs...

# Inhalt

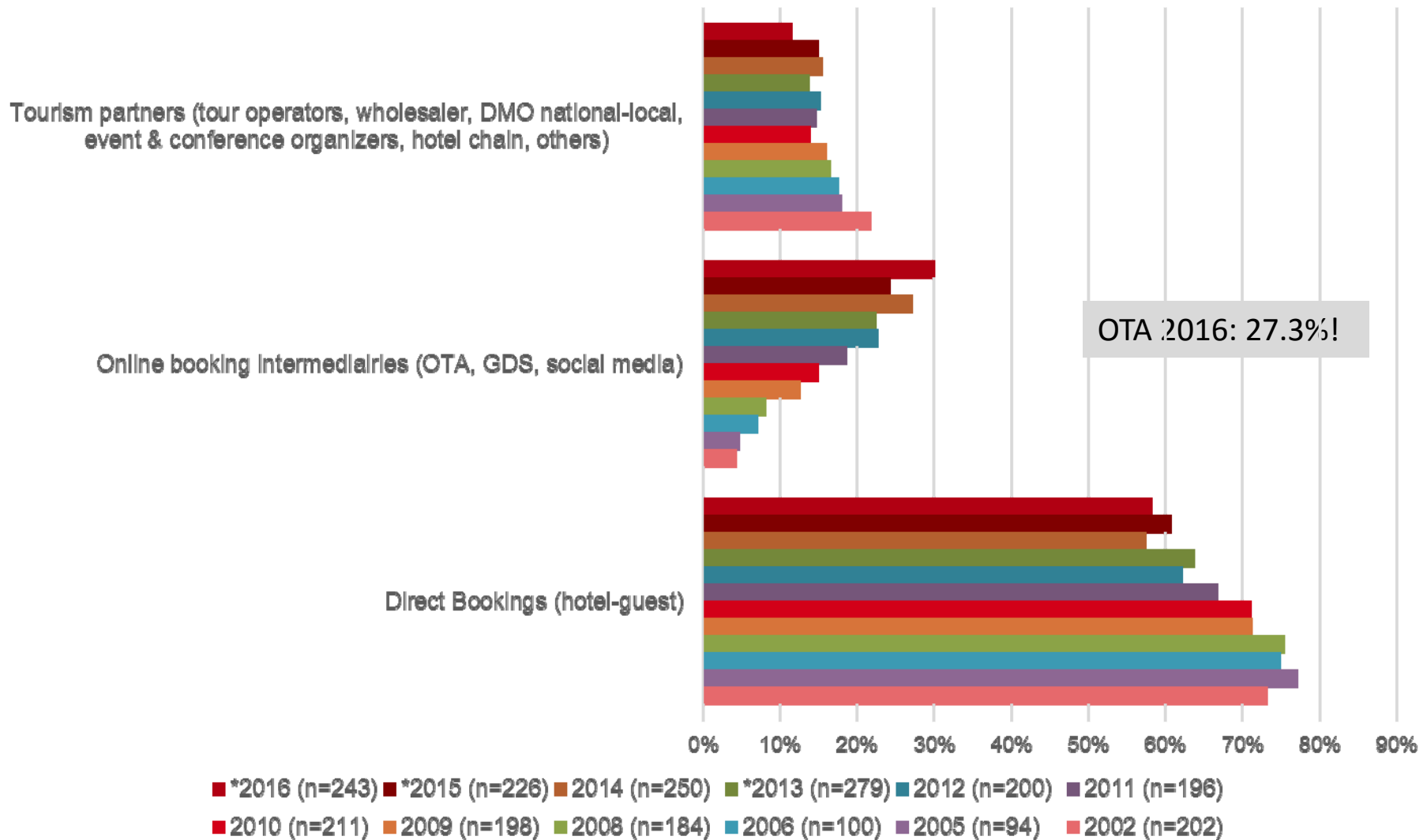
1. Intro: dynamisches digitales Marktumfeld
2. **Facts & Figures zu OTAs und Airbnb in der Schweiz**
3. Learnings
4. Fragen

# Evolution des Hotelvertriebs in der Schweiz

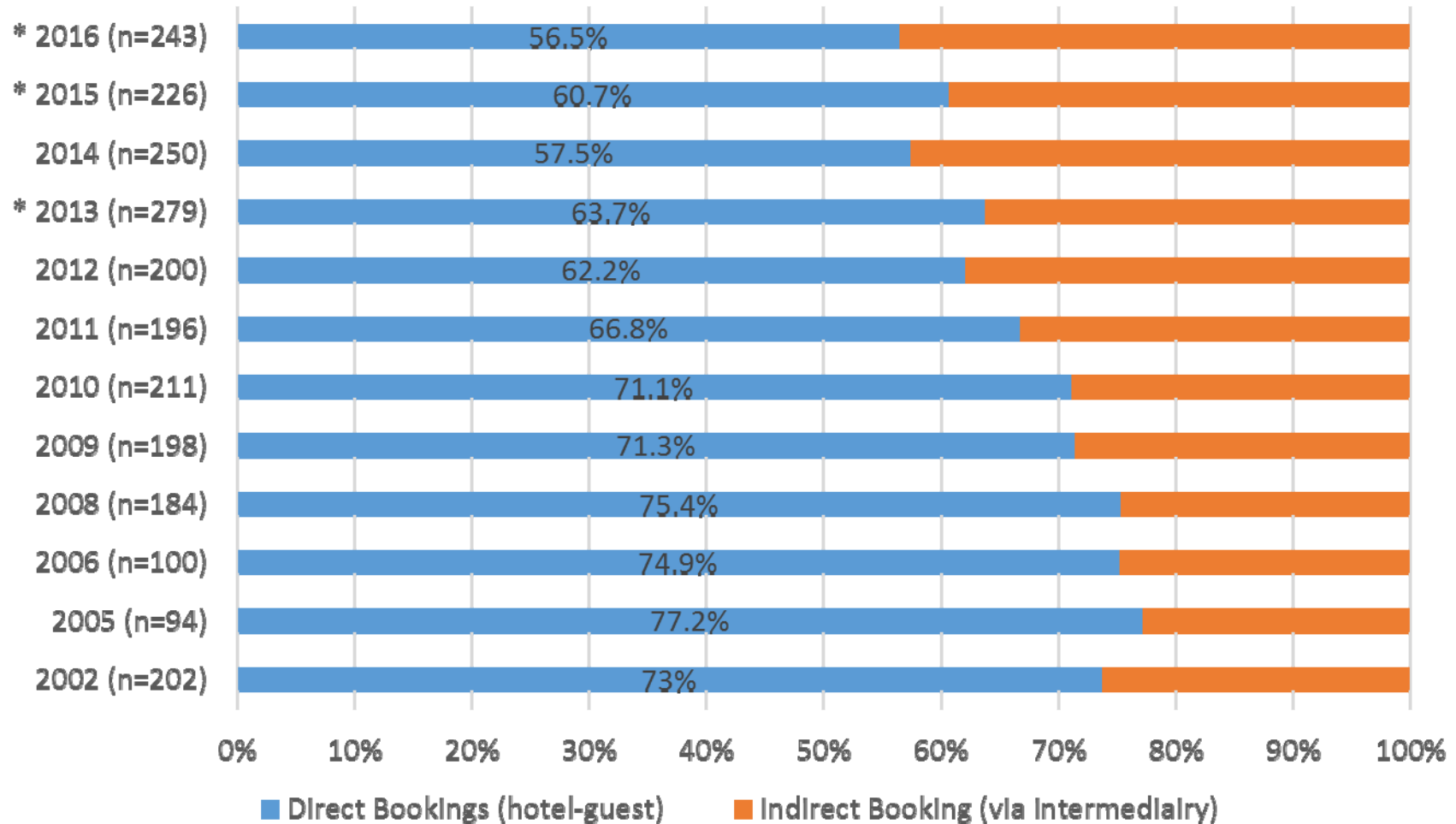




# Buchungstrends in Schweizer Hotellerie 2002-2016



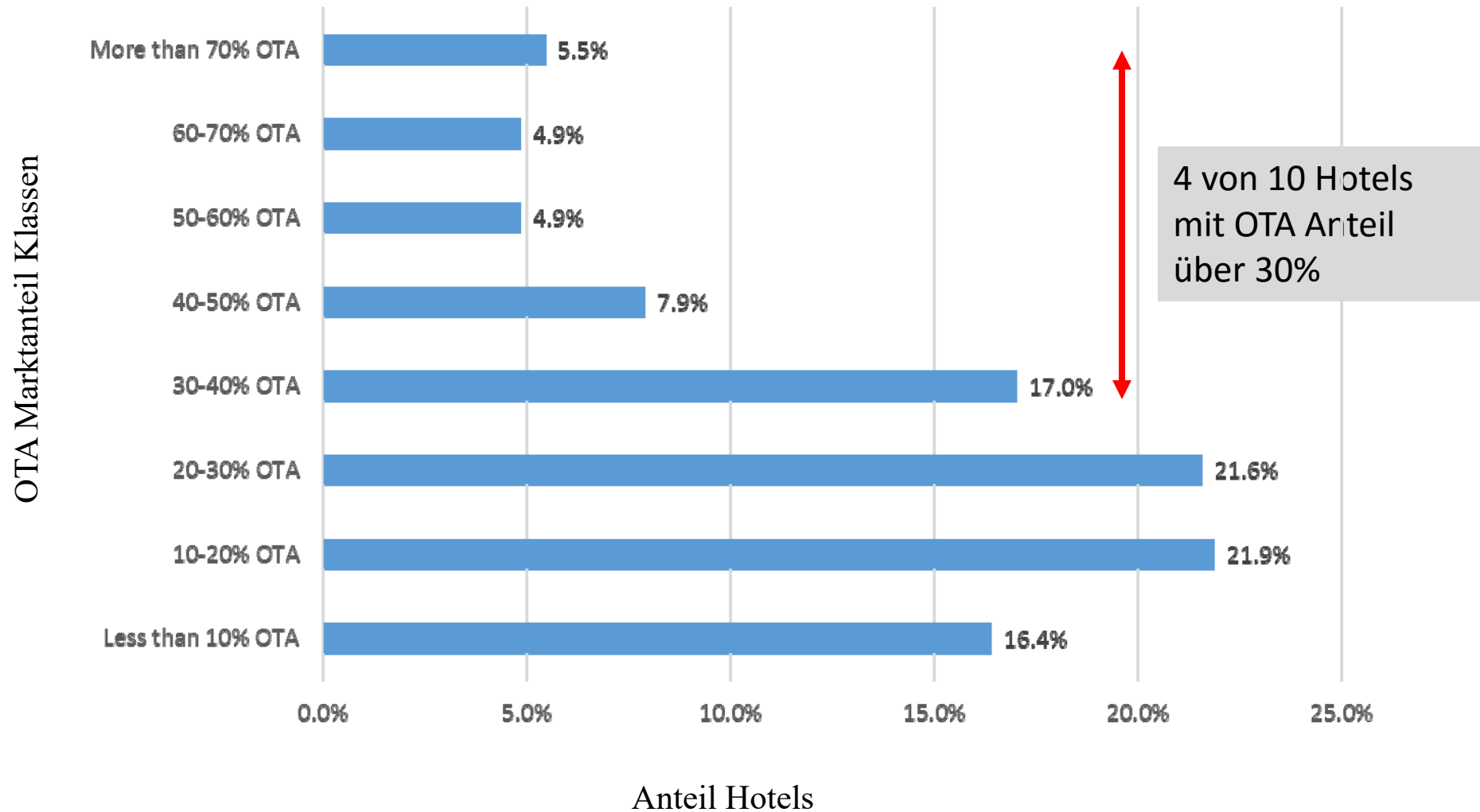
# Direkt vs Indirekt 2002-2015



Market shares in % of **bookings** for 2002-2012 & 2014 and in % of **overnights** in \*2013, \*2015 and 2016\*! Sample: members of hotelleriesuisse. Quelle: Schegg 2017



# OTA Abhängigkeit der Hotels 2016



# OTA Marktanteile in spezifischen Hotelsegmenten

								<i>p-value</i>
Seasonality	open all year round	two seasons business	one season business (winter)	one season business (summer)	<b>Total</b>			
	27.7%	28.4%	17.5%	24.3%	<b>27.3%</b>			78.50%
Star category	1*	2*	3*	4*	5*	Swiss Lodge	<b>Total</b>	
	31.7%	37.9%	28.3%	24.4%	16.4%	24.3%	<b>27.3%</b>	7.50%
Size of hotel (rooms)	Less than 10 rooms	10-20 rooms	20-30 rooms	30-50 rooms	50-100 rooms	More than 100 rooms	<b>Total</b>	
	28.4%	28.5%	37.5%	28.4%	22.6%	21.6%	<b>27.26%</b>	0.30%
Type of hotel	Independant hotel	Hotel chain	Hotel cooperation	<b>Total</b>				
	28.2%	24.5%	26.1%	<b>27.3%</b>				65.20%
Location of hotel	City	Resort / Mountain	Other	<b>Total</b>				
	28.9%	27.2%	25.7%	<b>27.3%</b>				74.90%

# OTA Landschaft 2016

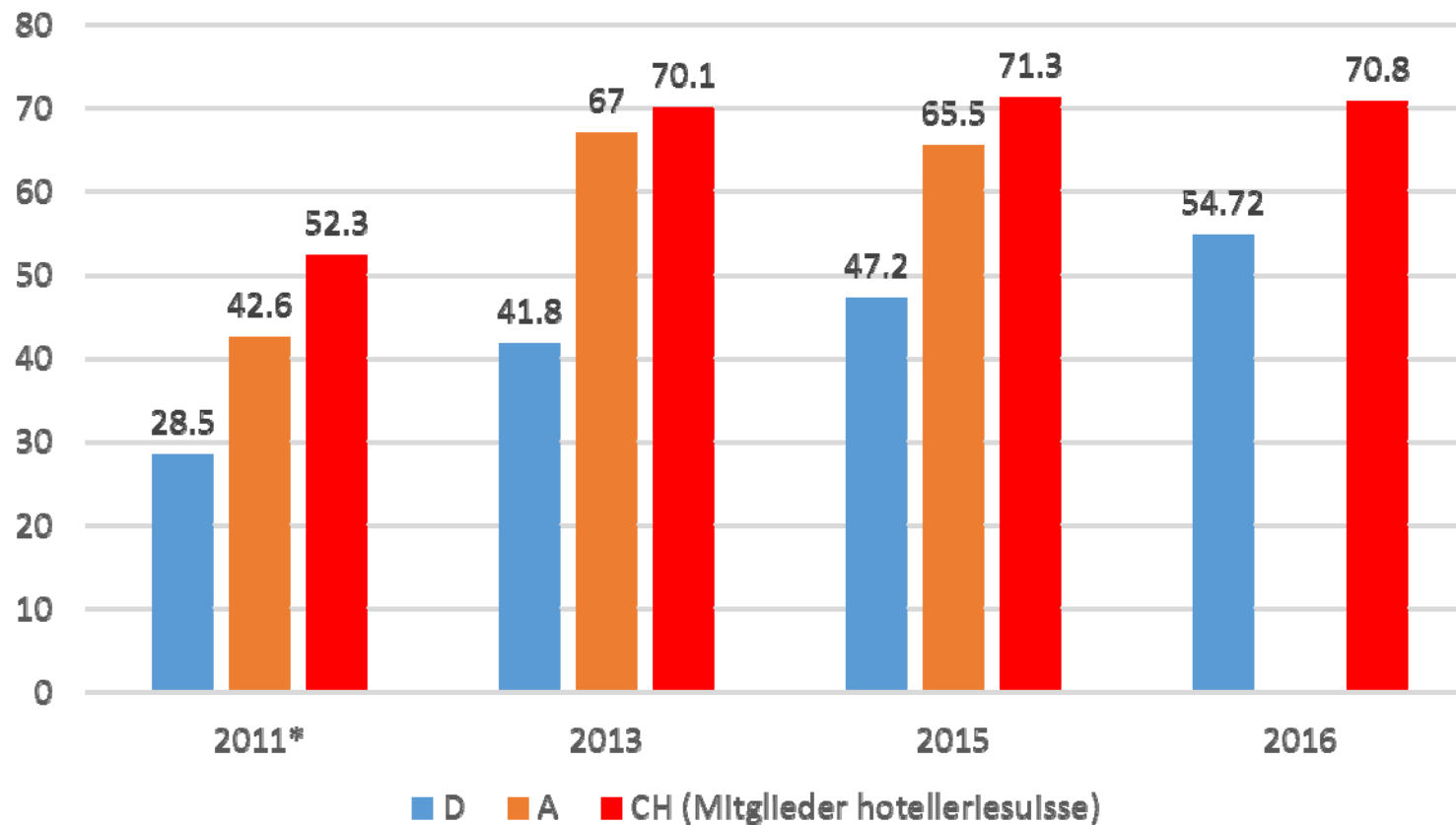
Priceline	Expedia	HRS	Total (%)
73.3	11.9	7.8	92.9



The Hotel Portal



# Evolution Priceline DACH 2011-2016

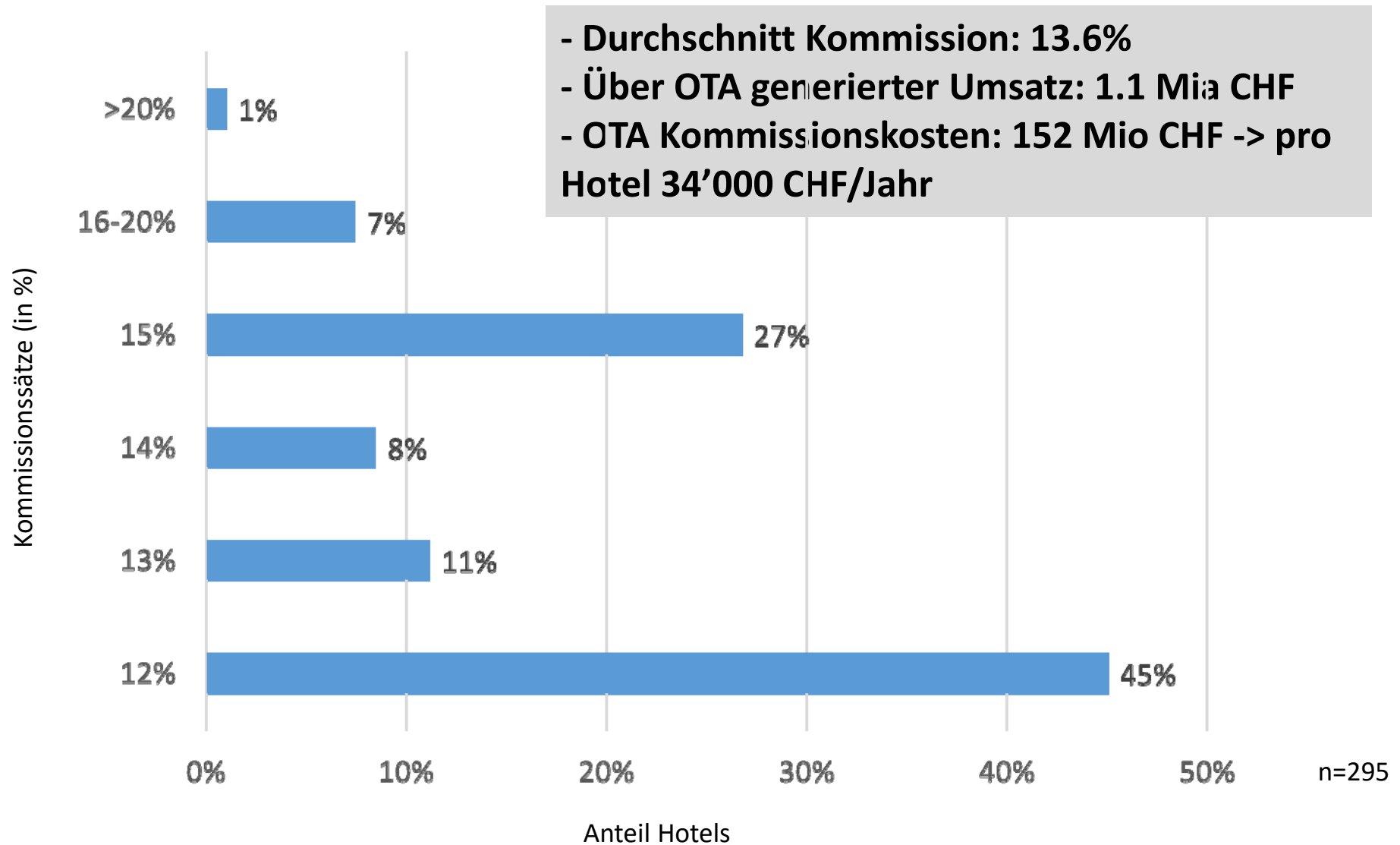


Quelle: Schegg 2017

Marktanteile (Logiernächte) in %, ausser für 2011 (bookings). CH: Mitglieder hotellerlesuisse!



# OTA Kommissionsätze und Kosten



# Airbnb in der Schweiz





# Airbnb Angebot Ende 2016

- **24'460** im Januar 2017 in der Schweiz erfasste Objekte gegenüber 6'033 im Oktober 2014 (**+305%**).
- In der Schweiz repräsentiert der Anteil der **Airbnb Betten 25% des gesamten Hotelbettenangebots**. Luzern liegt bei **13%**.
- Im Wallis liegt das Verhältnis der **ganzen Unterkünfte** in der Vermietung bei **90 %**. Dieser Wert liegt klar über dem **nationalen Durchschnitt (65%)**. Luzern liegt bei **50%**.
- Das Verhältnis der Vermieter, die mehrere Objekte managen, nimmt weiterhin zu. **40% der Vermieter haben 2 oder mehr Objekte**.

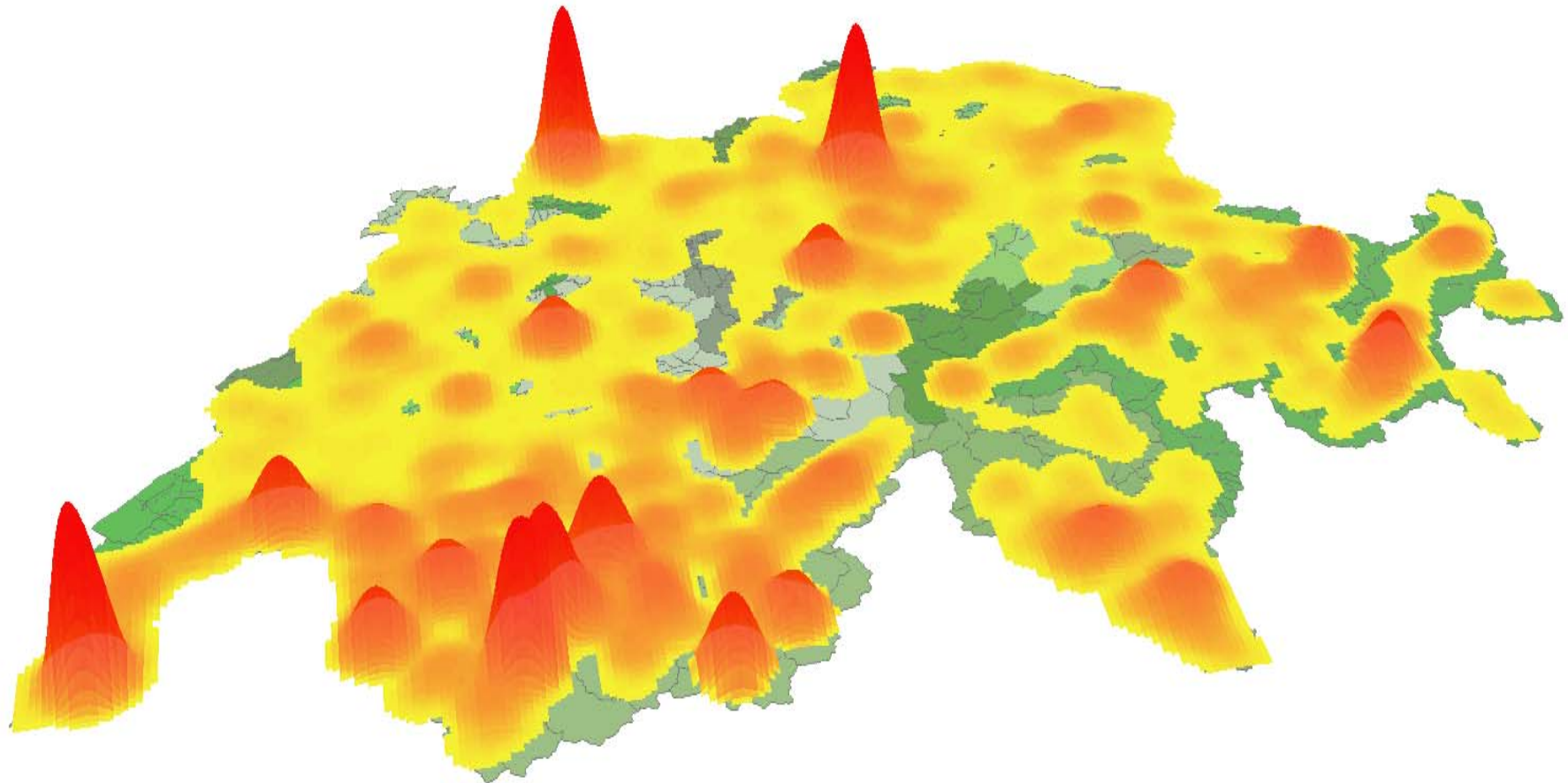
# Airbnb Angebot Ende 2016

	<i>Total Airbnb Betten</i>	<i>Marktanteil (Betten)</i>	<i>Anzahl Objekte</i>
Wallis	17'876	28.0%	4'014
Zürich	5'823	9.1%	3'846
Genf	4'310	6.8%	2'721
Waadt	5'989	9.4%	2'585
Bern	6'551	10.3%	2'319
Basel-Stadt	3'592	5.6%	2'054
Graubünden	7'250	11.4%	1'860
Tessin	2'980	4.7%	1'087
Luzern	1'612	2.5%	696
St. Gallen	1'464	2.3%	570
Basel-Landschaft	785	1.2%	403



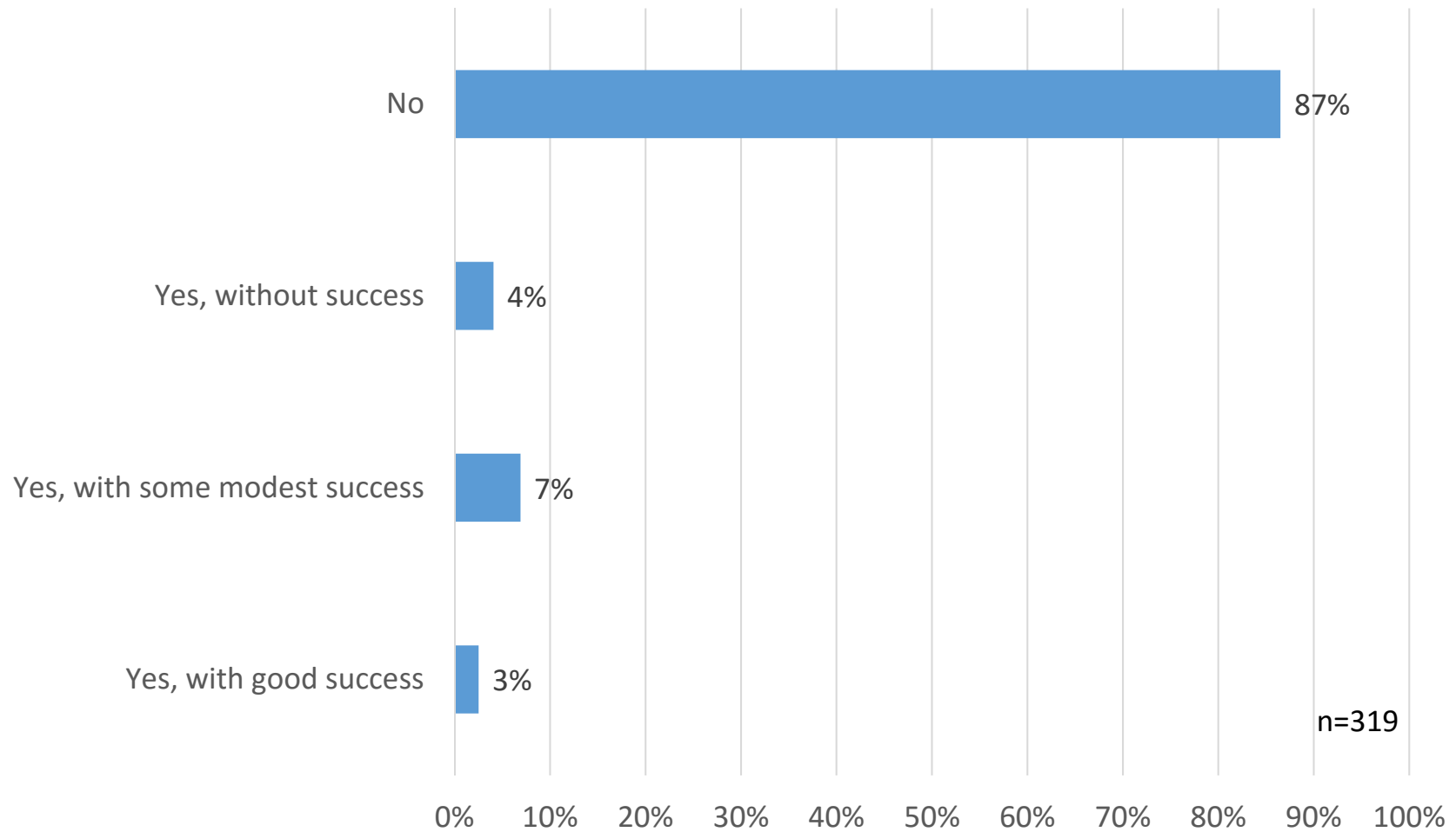
Quelle: Walliser Tourismus  
 Observatorium ([www.tourobs.ch](http://www.tourobs.ch))

# Airbnb Angebot Ende 2016 (Betten)

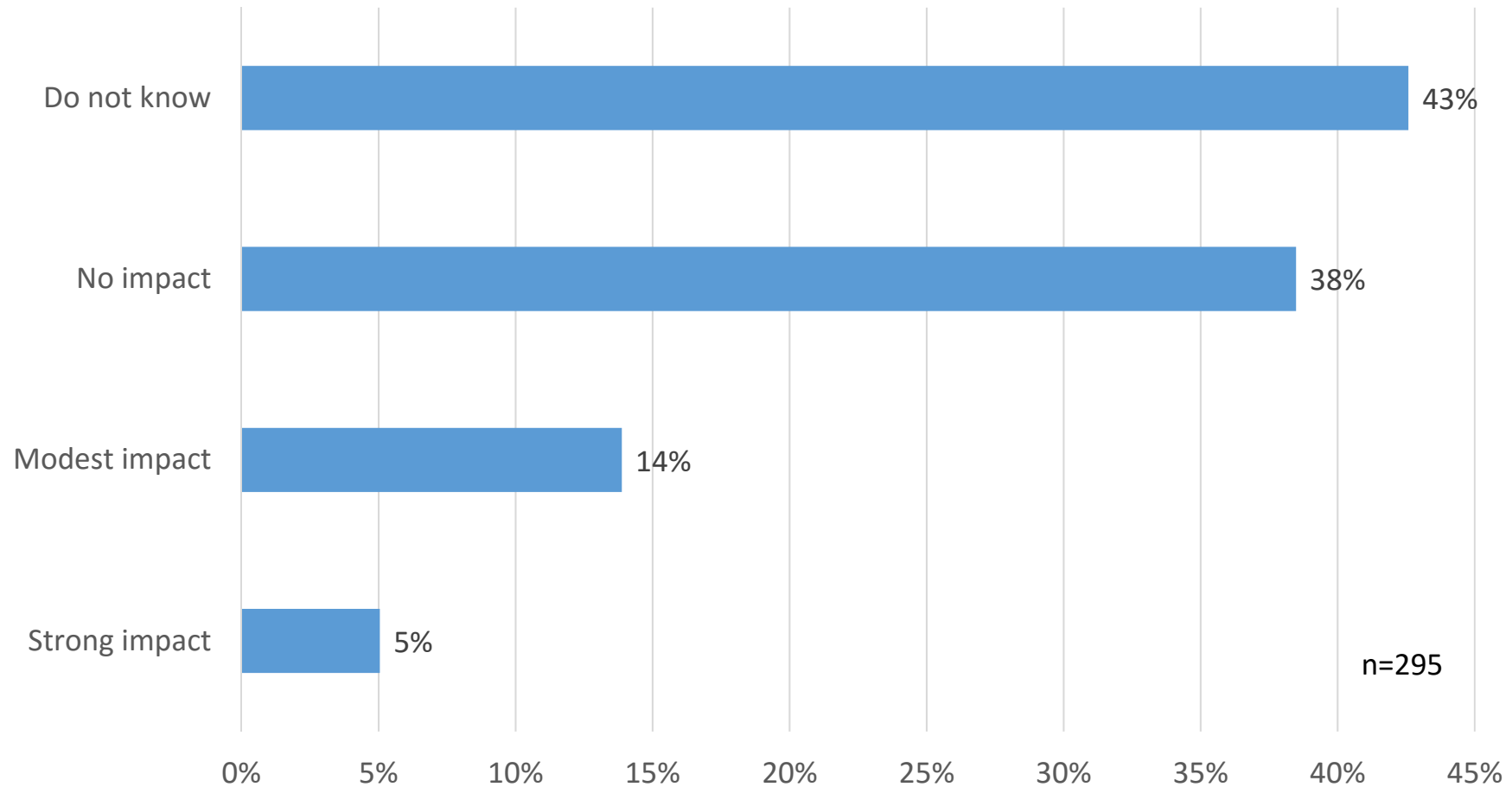


Quelle: Walliser Tourismus  
Observatorium ([www.tourobs.ch](http://www.tourobs.ch))

# Hotel Survey 2017: Haben Sie selber bereits Angebote auf Airbnb geschaltet?



# Hat das Angebot von Airbnb in Ihrer Region zu einem Rückgang der Logiernächte in Ihrem Hotel geführt?



# Inhalt

1. Intro: dynamisches digitales Marktumfeld
2. Facts & Figures zu OTAs und Airbnb in der Schweiz
3. **Learnings**
4. Fragen

# Learnings von booking.com and Airbnb -> Erfolgsfaktoren

## Booking.com



# Klare Marketinginvestitionen -> «Fish where the fishes are» -> ONLINE

**Booking.com**

\$ Thousands	Fourth Quarter		Annual	
	2016	2015	2016	2015
Performance Advertising	738,466	561,255	3,479,287	2,738,218
Year/Year Growth	31.6%		27.1%	
Brand Advertising	40,740	54,161	295,698	273,704
Year/Year Growth	-24.8%		8.0%	
Total Advertising	779,206	615,416	3,774,985	3,011,922
Year/Year Growth	26.6%		25.3%	
Revenue	2,348,433	1,999,995	10,743,006	9,223,987
Year/Year Growth	17.4%		16.5%	

Source: Company Filings

**3.5 Milliarden \$ für Google Adwords und co, knapp 300 Millionen \$ für Branding (TV)**  
**Über 90% online Marketing -> in Schweizer DMOs zum Vergleich 14% (Schegg 2017)**  
**Marketing 35% der Gesamtausgaben**





# Klarer Kundenfokus: breites und grosses Angebot

	Annual	
	2016	2015
Properties	1,115,000	852,000
Year/Year Growth	30.9%	
Hotels	546,000	462,000
Year/Year Growth	18.2%	
Alternative	569,000	390,000
Year/Year Growth	45.9%	

**Booking.com**

*FeWo*

Source: Company Filings

Quelle: <https://skift.com/2017/03/02/5-key-priceline-earnings-numbers-that-show-why-its-leaping-ahead/>

# Netzwerk / Affiliate Strategie

**Booking.com**  
Affiliate Partner Program

Home About us Products Developers More info

## There's more than 1 million reasons to join us

And by reasons, we mean accommodation – from hotels and homes to trains and tree houses.

Join Booking.com's Affiliate Partner Program and begin earning commission on bookings made through your website. Signing up is free, easy and confirmed instantly!

**Extensive network of 12,500+ affiliates**

We have an extensive network of over 12,500 affiliates who benefit from aligning their brand with the world leader in booking accommodation online.

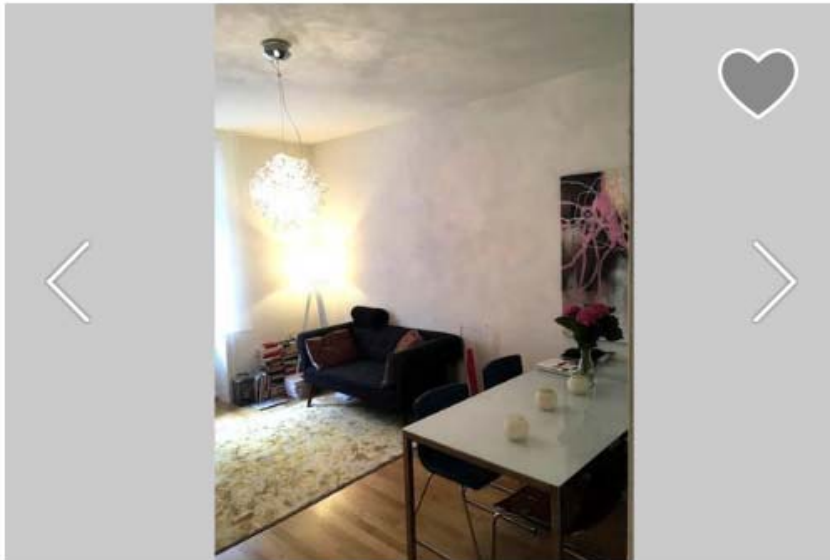
**Huge potential earnings**

For each booking that is made through your site, you will earn a favourable commission. The more you book, the more you make.

# AirBnb = disruptiver P2P Marktplatz

- AirBnB ist aus verschiedenen Gründen disruptiv:
  - **Perfect Match** (Kundenfokus): Hochspezifische Angebote (Baumhaus etc.) treffen auf hochspezifische Bedürfnisse... die perfekte Segmentierung
  - **Review History**: Beide Vertragspartner haben eine Review-Geschichte. Die Review Geschichten verbessern die **Risikoevaluation**.
  - **Ständige Verbesserung**: Hochgradig individualisierte Reviews fördern die Grundlage für die kontinuierliche marktorientierte Verbesserung von Angeboten.
  - **Balance of Power / Permission to buy** : Kunde wie Lieferant entscheiden individuell über ein Zustandekommen eines Vertrages. Die Markträumung findet nicht automatisch statt sondern erst mit Einverständnis beider Vertragspartner.“

# Trust/Brand: Vertrauen und Sicherheit



**125CHF ⚡** City center, 5 min walk to trainst...  
Chambre privée · 1 lit



**63CHF ⚡** In the heart of Lucerne. Completely...  
Chambre privée · 1 lit

Hôte : **Caroline**

Lucerne, Suisse · Membre depuis mai 2016

**37** Commentaires

[Contacter l'hôte](#)

Taux de réponse : 100%

Délai de réponse : Moins d'une heure



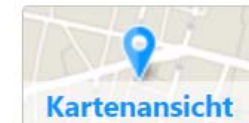
ntaires

- Reviews: Gast + Gastgeber müssen sich verifizieren
- Vertrauen durch das Design (Photos, etc.)
- Soziale Komponente

# Vertrauen (Reviews) und psychologischer Druck, um Verkauf zu stimulieren

## Luzern: Es sind nur noch 77 Unterkünfte verfügbar

Andere Reisende empfehlen diese Stadt für **Live-Musik**, **Restaurants** und **Museen**



Die beste Auswahl für Geschäftsreisende

Niedrigster Preis zuerst

Bewertung & Preis

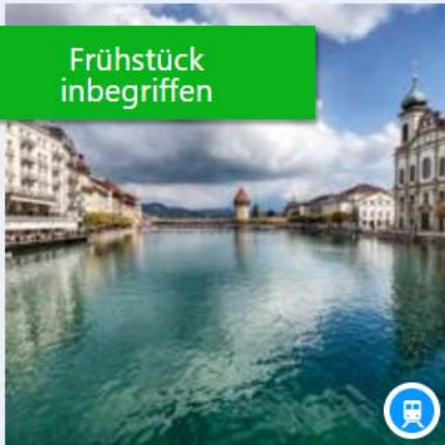
Stern

Bewertungsergebnis

Lage	9,1
Sauberkeit	8,7
Preis-Leistungs-Verhältnis	7,4

Ihre Suchergebnisse beinhalten auch Gemeinschaftsunterkünfte wie Betten in Schlafsälen.

Frühstück  
inbegriffen



### Boutique Hotel Weisses Kreuz ★★★

Luzern

Sehr gut 8,2

1.354 Bewertungen

In den letzten 6 Stunden 6-mal gebucht

Flughafenshuttle

Heutiges Schnäppchen

Über 5.000 Buchungen

Einzelzimmer (Platz für 1)

Sehr gefragt – nur noch 1 auf  
unserer Seite verfügbar!

~~CHF 149~~

**CHF 140**

Frühstück inbegriffen

Die beiden verfügbaren Zimmer ansehen >

# Klarer Fokus (Verkauf & Erlebnis)

**Airbnb** Buche einzigartige Unterkünfte und erlebe die Stadt wie ein Einheimischer.

*Klarer Claim (Versprechen)*

*Call to Action*

Wo Reiseziel, Stadt oder Adresse	Wann Check-in → Check-out	Gäste 1 Gast	<input type="button" value="Suche"/>
-------------------------------------	------------------------------	-----------------	--------------------------------------

## Vor Kurzem gebucht

*Experience (Desire)*



# Klarer Fokus (Verkauf & Customer Value)

**Finden Sie Angebote für jede Jahreszeit**  
Für heute Nacht, nächste Woche oder in ein paar Monaten

Reiseziel, Unterkunftsname oder Adresse:  
Luzern, Kanton Luzern, Schweiz

Check-in-Datum: Freitag, 12. Mai 2017  
Check-out-Datum: Samstag, 13. Mai 2017  
1 Nacht

Reisen Sie geschäftlich?  Ja  Nein

Anreise mit:  Flugzeug  Zug  Auto

Zimmer 1 Erwachsene 1 Kinder 0

**Loslegen**

Melden Sie sich an, um Rabatte von bis zu 50 % zu sehen **Anmelden**

*Incentive*

*Incentive*



**Empfehlen Sie  
Booking.com einem Freund  
– Sie und Ihre Freunde  
erhalten eine Geldprämie!**

**Auf die Prämien, fertig,  
los!**



Stressfreie (und kostenfreie) Verwaltung von  
Geschäftsreisen

**Upgrade für mein Konto**

Planen Sie noch einen Aufenthalt an diesem Reiseziel?



# Klarer Fokus: Customer Value ersichtlich

## Why use Booking.com?



### Low rates

No booking fees • Save money! • [Best Price Guaranteed](#)



### 447,578 properties worldwide

Including 123,236 holiday rentals  
65,171 destinations in 200 countries



### Secure access to your bookings online

It's easy to [cancel](#), [make changes](#) or [send a request](#) to the property



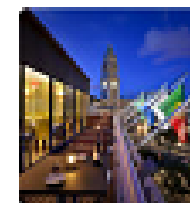
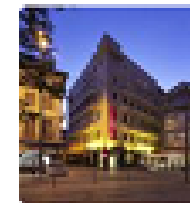
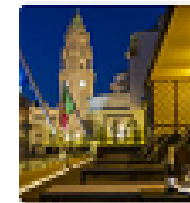
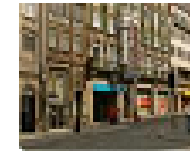
### 26,970,000 verified reviews

We verify all reviews. [Find out more.](#)



### We speak your language

Website and customer service in English (UK) and 41 other languages



*Preise*

*Angebot*

*Sicherheit  
Convenience  
(Cancel)*

*Vertrauen*

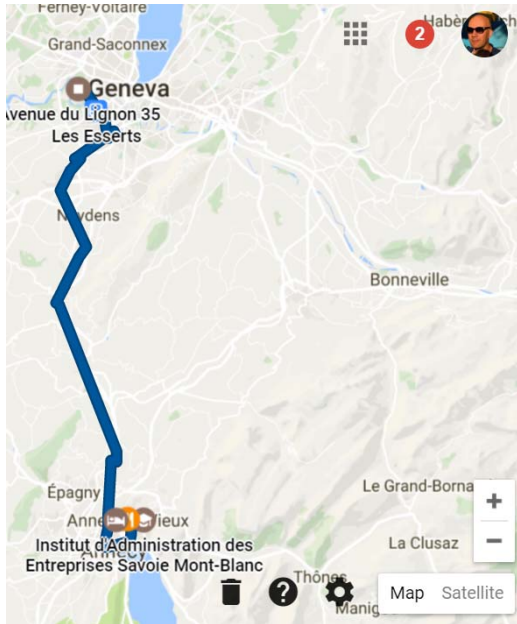
*Access*



# Kein klarer Fokus (DMO)

The screenshot shows the homepage of Passy Tourisme. At the top, there is a navigation bar with a home icon, language flags (French, English, German), and the text "You are here : Home". To the right is a search bar and a print icon. Below this is a main navigation menu with icons and labels: "DISCOVER", "STAY", "USEFUL INFORMATION", "TO DO", and an envelope icon. The main content area features a large background image of a mountain landscape. On the left, there are social media icons for Facebook, Twitter, Pinterest, and Google+. A central banner reads "In the Mont-Blanc valley" with a map icon. To the right of the banner is a weather widget showing "-3 °C / 0 °C", a webcam icon, and a diary icon. Further right is a sidebar titled "WHERE TO SLEEP ?" with a dropdown menu for "Hotels", a "SEARCH" button, and a "BOOK" button. Below the sidebar is a "CONTINUE TO VISIT" button with an arrow. At the bottom, there is a footer with links for "PRESS", "MEMBER", "AVEZ-VOUS UN PROJET TOURISTIQUE ?", "GROUP", "CART", "RECEVOIR LES ACTUS", "FIND US ON FACEBOOK", and "Laissez-nous un message !".

# Optimale Nutzung neuer Technologien / Innovation




- 25. April (6h25): Abreise Schegg nach Annecy
- 25. April (9h): E-Mail von booking.com zu Hotelangeboten in Annecy
- Bemerkung: habe kein Hotel für Annecy auf booking.com gesucht!

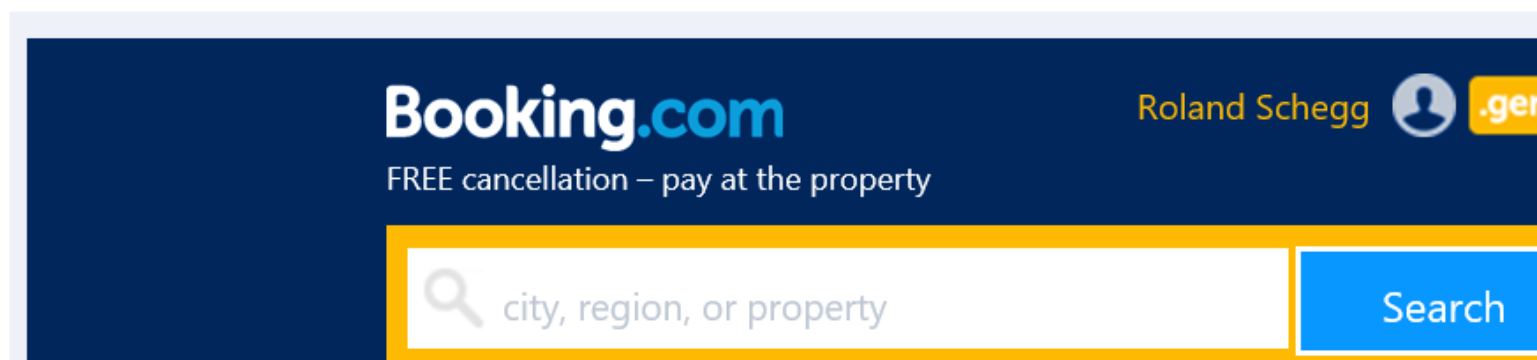
mar. 25.04.2017 09:00

Booking.com <email.campaign@sg.booking.com>

Roland, Annecy has some last-minute deals!

To  Roland Schegg

 If there are problems with how this message is displayed, click here to view it in a web browser.



# Technologie: Optimierung Vertrieb mit A/B Test und Datenspezialisten

Search  
349,000+ hotels, B&Bs, apartments and more ...  
Destination/hotel name:  
e.g. city, region, district or specific hotel  
Check-in date: Day Month | Check-out date: Day Month  
 I don't have specific dates yet  
Guests: 2 adults (1 room)  
**Search**

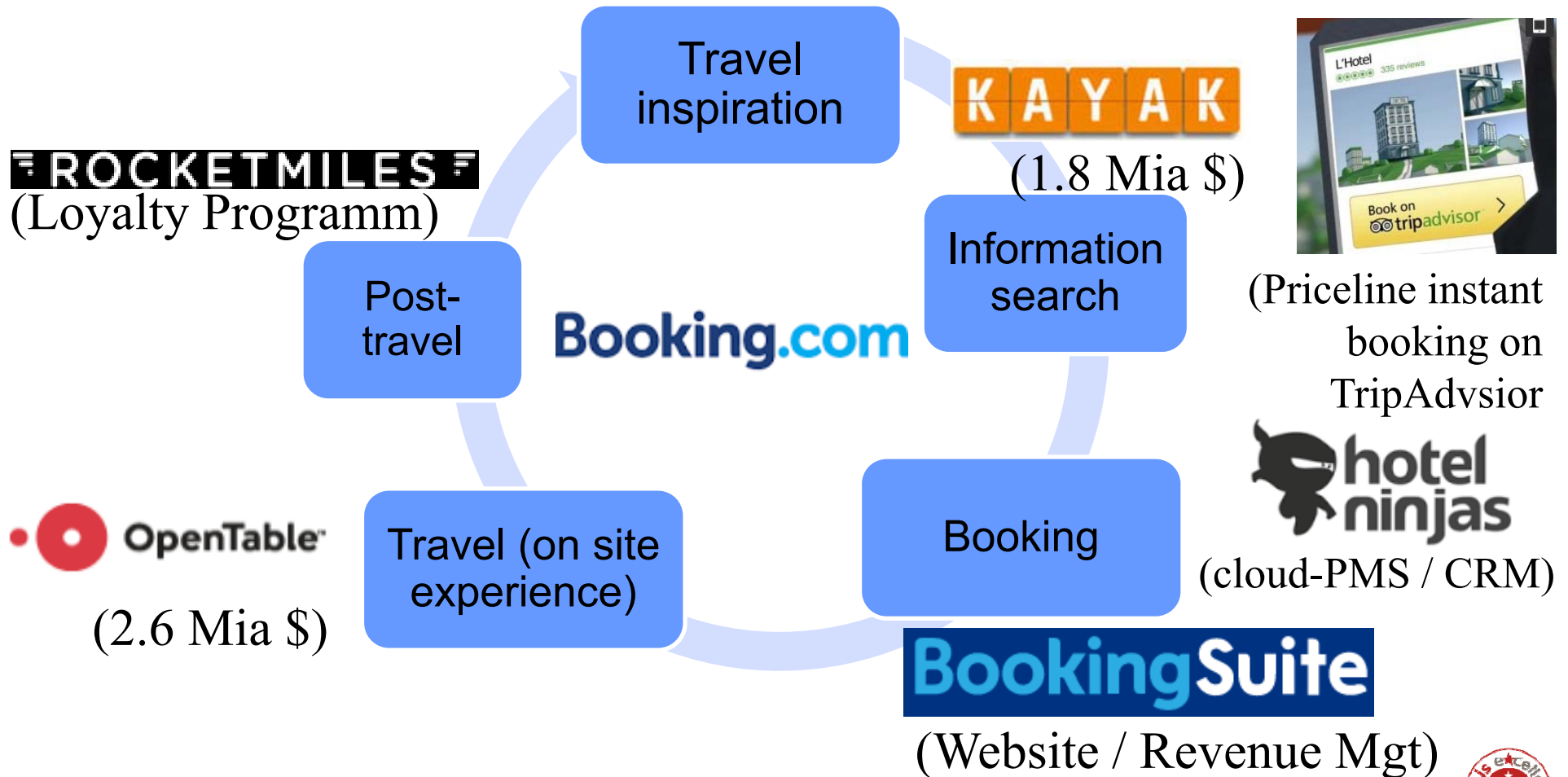
Search  
349,000+ hotels, B&Bs, apartments and more ...  
Destination/hotel name:  
e.g. city, region, district or specific hotel  
Check-in date: Day Month | Check-out date: Day Month  
 I don't have specific dates yet  
Guests: 2 adults (1 room)  
**Search**

- “The way I look at it is that performance **marketers are data scientists**,” Rijvers, Chief marketing Officer booking.com (Skift)
- 1000 Tests -> Data-driven Marketing -> *der Markt sagt was richtig ist und nicht der Boss*

# Globale Player suchen totale Customer Ownership (B2B / B2C)

**Every passion has a destination**  
 Enter your interests to find the perfect place for you

([booking.com/destinationfinder](https://www.booking.com/destinationfinder))



(Priceline instant booking on TripAdvisor)

**hotel ninjas**  
 (cloud-PMS / CRM)

**BookingSuite**  
 (Website / Revenue Mgt)



# Fazit

**Erfolg = Ratings x Preis x Verfügbarkeit x Marketing**

*Vertrauen*

*Brand*

*Reviews*

*Design*

*Immer*

*breites*

*Angebote in*

*grossen*

*Massen*

*Digital*

*Budget \$\$\$*

*Kompetenz*

*Technologie*

**+ Convenience / Kundenmehrwert**

*Stornierung (booking.com)*

*Erlebnis (Airbnb)*

# Inhalt

1. Intro: dynamisches digitales Marktumfeld
2. Facts & Figures zu OTAs und Airbnb in der Schweiz
3. Learnings
4. **Fragen**



Download from  
**Dreamstime.com**  
This watermarked comp image is for previewing purposes only.

ID 35959556  
© Marek Uliasz | Dreamstime.com



# Kontakt

## Prof. Roland Schegg

University of Applied Sciences of Western Switzerland Valais (HES-SO Valais)

School of Management & Tourism

Institute of Tourism (ITO)

TechnoPôle 3

CH-3960 Sierre/Siders, Switzerland

Tel: +41 (0)27 606 90 83

Mail: [roland.schegg@hevs.ch](mailto:roland.schegg@hevs.ch)

Twitter: @RolandSchegg

LinkedIn: [ch.linkedin.com/in/rolandschegg/](https://www.linkedin.com/in/rolandschegg/)



Web: [www.hevs.ch](http://www.hevs.ch) / [www.etourism-monitor.ch](http://www.etourism-monitor.ch) / [www.tourobs.ch](http://www.tourobs.ch)

Bachelor of Science HES-SO in Tourism in German, French and English

<http://tourism.hevs.ch>

EMBA en innovation touristique: [www.innovation-touristique.com](http://www.innovation-touristique.com)