Buchungstrends im Tourismus und ihre Auswirkungen auf die Vermarktung der FeWo

Roland Schegg
Institut für Tourismus (ITO) der Fachhochschule Westschweiz Wallis (HES-SO Wallis)
Sierre, 31. Mai 2012

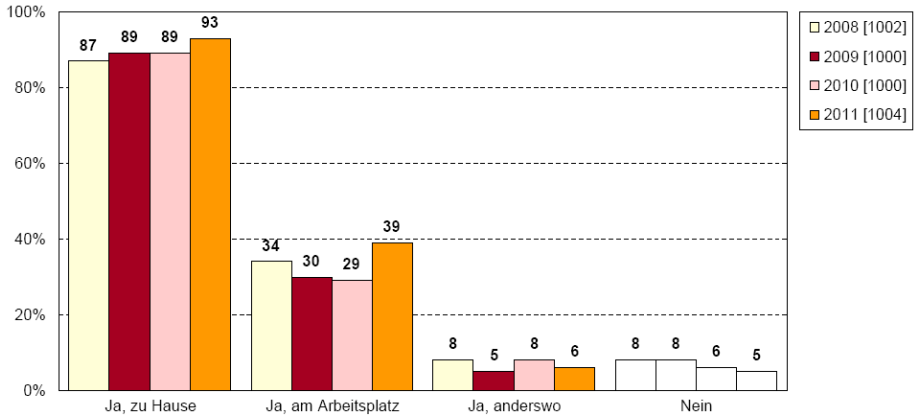
Agenda

1. Wie verhält sich der Schweizer heute bei Reiseplanung und Buchung?
2. *Facts & Figures* zur Vertriebslandschaft in der Schweizer Hotellerie
3. Buchungstrends bei FEWO
4. Empfehlungen für Vermarktung der FEWO
5. Fragen

Internetzugang in der Schweiz

Möglichkeit Internet zu benutzen 2008, 2009, 2010, 2011

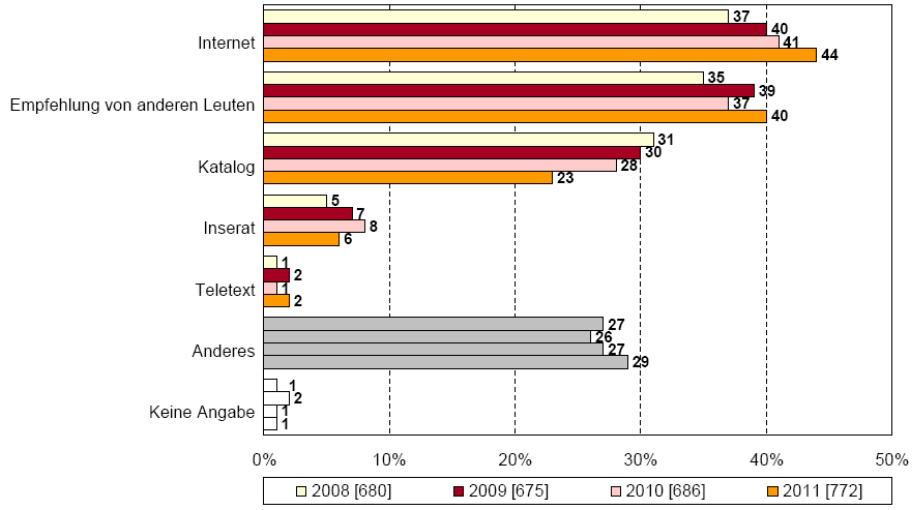
Frage 203.60: Haben Sie die Möglichkeit, zu Hause oder anderswo (z.B. am Arbeitsplatz) das Internet zu benutzen?



3 ELVIA / Mondial (2011)

Hes·so VALAIS WALLIS ECOLE SUISSE DE TOURISME EST SCHWEIZERISCHE TOURISMUSFACHSCHULE STF

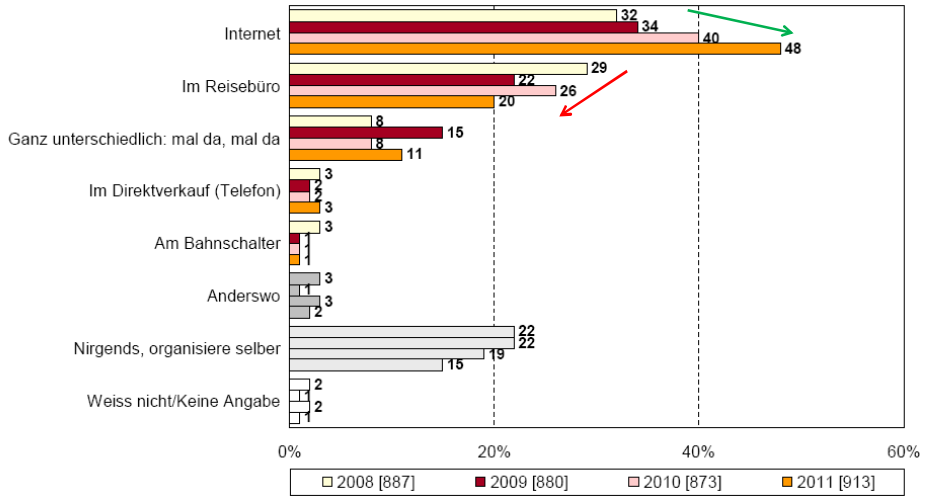
Schweiz: Auf welche Quellen stützen Sie in der Regel Ihren Reiseentscheid?



4 ELVIA / Mondial (2011)

Hes·so VALAIS WALLIS ECOLE SUISSE DE TOURISME EST SCHWEIZERISCHE TOURISMUSFACHSCHULE STF

Buchungsverhalten der Schweizer bei Ferienreisen



Elvia / Mondial (2011)

Fazit

- Kunden haben Online-Zugang und Erfahrung.
- Kunden suchen Reiseinformation online oder bei Freunden/Bekannten (soziale Netzwerke)
- Kunden sind bereit online zu buchen.

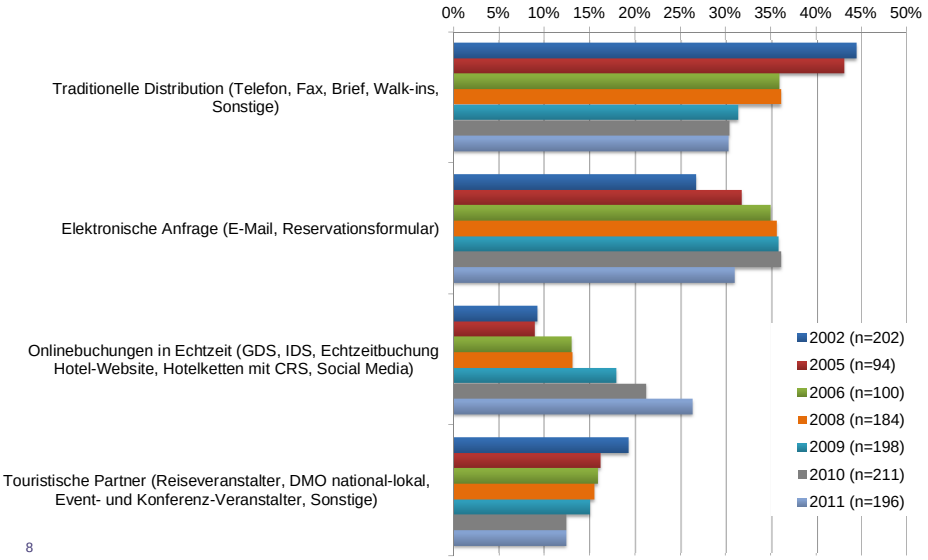
2. Vertriebslandschaft in Schweizer Hotellerie

7

Hes·so VALAIS WALLIS

ECOLE SUISSE DE TOURISME EST — SCHWEIZERISCHE TOURISMUSFACHSCHULE STF

Distributionstrends in Schweizer Hotellerie 2002-2011



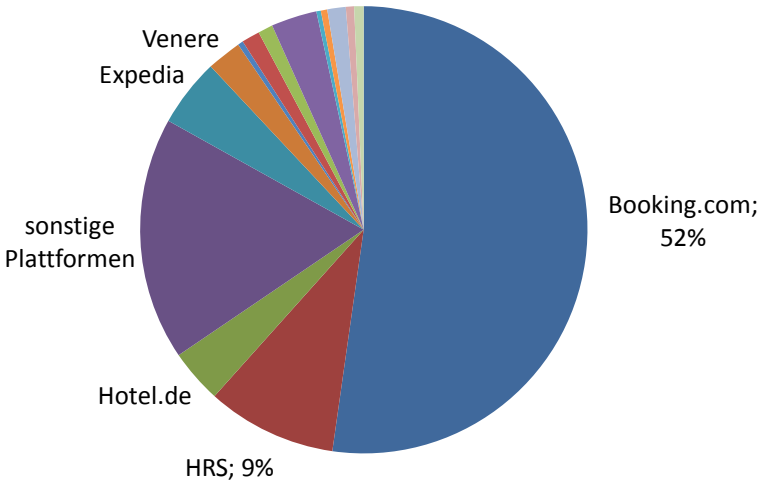
8

Hes·so VALAIS WALLIS

Schegg & Fux (2012)
www.etourism-monitor.ch

ECOLE SUISSE DE TOURISME EST — SCHWEIZERISCHE TOURISMUSFACHSCHULE STF

Marktanteile der online Reiseportale in Schweizer Hotellerie



9

Schegg & Fux (2012)
www.etourism-monitor.ch

3. Buchungstrends bei FEWO

10

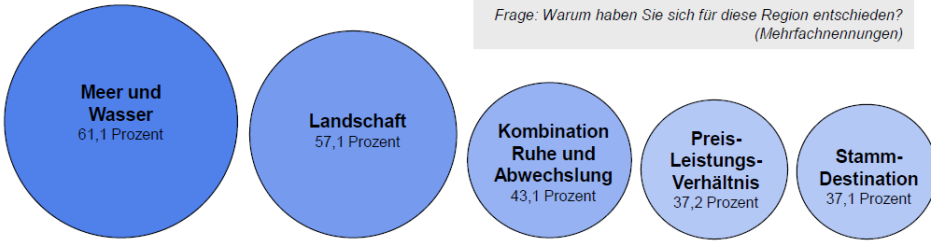
FEWO Markttrends 2012 in Deutschland: Profil

- Å Die Ergebnisse der Studie stützen den Trend, dass Ferienwohnungen zunehmend als **Alternative zum Hotel** gewählt werden.
  - ï Vorteil ist die Flexibilität in Bezug auf eine Tagesgestaltung nach eigenen Bedürfnissen, Privatsphäre, Ungezwungenheit sowie Platz und Freiraum eines Ferienhauses.
- Å In erster Linie beschäftigen sich **Frauen** mit der Urlaubsplanung.
- Å Zwei Drittel der Ferienhausurlauber sind zwischen **40 und 59 Jahre** alt und liegt dabei in einkommensstarken Gruppen.
- Å Die Mehrheit verfügt über eine **Schulausbildung**, die deutlich über dem Niveau der allgemeinen Nutzer liegt: 54% verfügen über Abitur (Zielgruppe Internetnutzer: 34%), 39% über einen Hochschulabschluss.
- Å **Höhere Einkommensklassen** sind am stärksten vertreten
- Å Ferienhäuser werden von **Familien mit Kindern** mit Abstand am häufigsten gebucht (55%).

HomeAway & elsner unternehmensberatung (2012): 7. Deutsche Ferienhaus-Urlaubsanalyse. Online Befragung von 6.678 Ferienhausurlaubern in Deutschland

FEWO Markttrends 2012 in Deutschland: Entscheidungsfaktoren

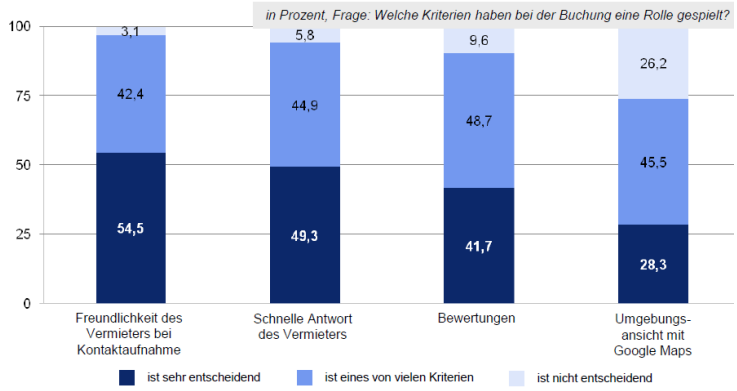
Frage: Warum haben Sie sich für diese Region entschieden? (Mehrfachnennungen)



HomeAway & elsner unternehmensberatung (2012): 7. Deutsche Ferienhaus-Urlaubsanalyse. Online Befragung von 6.678 Ferienhausurlaubern in Deutschland

FEWO Markttrends 2012 in Deutschland: Buchungsprozess

Å Mehr als die Hälfte der Befragten bewerteten die **Freundlichkeit** und **Schnelligkeit** des Vermieters beim Erstkontakt entscheidend für die anschließende Buchung.



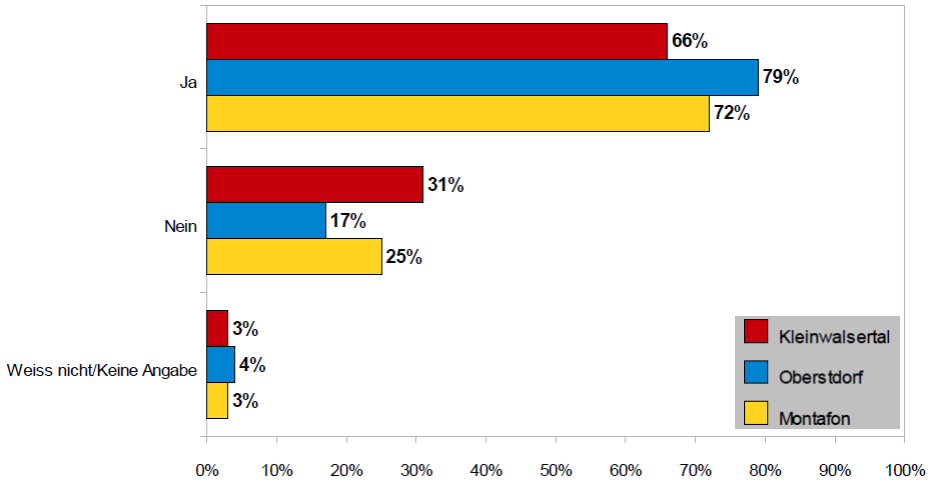
HomeAway & elsner unternehmensberatung (2012): 7. Deutsche Ferienhaus-Urlaubsanalyse. Online Befragung von 6.678 Ferienhausurlaubern in Deutschland

FEWO Markttrends 2012 in Deutschland: Buchungsprozess

Å Die Nutzung von **Social Media** für die eigenen Reisepläne ist unter Ferienhausurlaubern noch nicht verbreitet: **lediglich 21,7 Prozent** nutzen Online-Netzwerke wie Facebook oder Google+ bereits aktiv für die Urlaubsplanung, z. B. um Empfehlungen einzuholen.

HomeAway & elsner unternehmensberatung (2012): 7. Deutsche Ferienhaus-Urlaubsanalyse. Online Befragung von 6.678 Ferienhausurlaubern in Deutschland

FEWO mit eigener Website



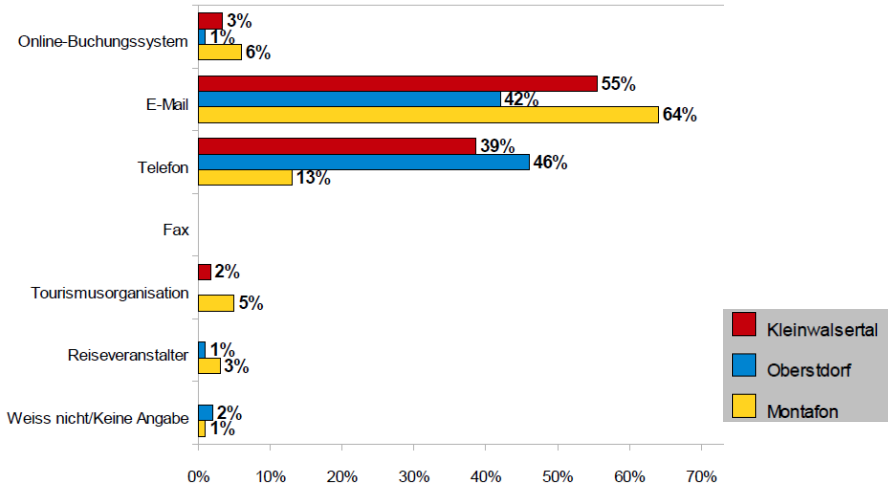
i-con & connective thinking (2010). Impulsprogramm touristische Kleinbetriebe. Ergebnisse aus Kleinwalsertal, Oberstdorf, Montafon im Vergleich. Umfrage bei 632 Betrieben.

15

Hes·so VALAIS WALLIS

ECOLE SUISSE DE TOURISME EST · SCHWEIZERISCHE TOURISMUSFACHSCHULE STF

Wichtige Buchungskanäle für FEWO



i-con & connective thinking (2010) Impulsprogramm touristische Kleinbetriebe. Ergebnisse aus Kleinwalsertal, Oberstdorf, Montafon im Vergleich. Umfrage bei 632 Betrieben.

16

Hes·so VALAIS WALLIS

ECOLE SUISSE DE TOURISME EST · SCHWEIZERISCHE TOURISMUSFACHSCHULE STF

Synthese Trends I

Thema	Wichtige Resultate
Kunde	**Online Kanäle** bei Reiseplanung und ï Buchung neben **klassischer Mundpropaganda** (Empfehlungen über Freunde und Familie) immer wichtiger FeWo Kunden: **gut ausgebildet, höheres Einkommen** Reiseplanung wird meist von **Frauen** gemacht

17

Hes·so VALAIS WALLIS

ECOLE SUISSE DE TOURISME EST · SCHWEIZERISCHE TOURISMUSFACHSCHULE STF

Synthese Trends II

Thema	Wichtige Resultate
Buchungs-prozess	**Buchungsanfragen** (Telefon, E-Mail, online Formular) klar dominant **Freundlichkeit und Schnelligkeit** bei Anfragen Match-entscheidend Social Media und online Buchungen noch im Entwicklungsstadium, werden aber mittelfristig auch im FeWo-Markt wichtiger werden. Heute schon wichtig sind **Kundenbewertungen** (z.B. auf TripAdvisor).

18

Hes·so VALAIS WALLIS

ECOLE SUISSE DE TOURISME EST · SCHWEIZERISCHE TOURISMUSFACHSCHULE STF

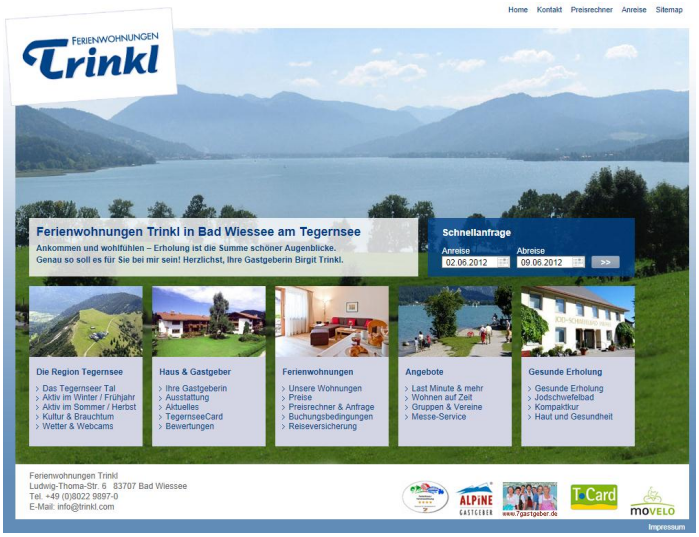
4. Empfehlungen für den Online-Direktvertrieb von FEWOs

- **Beherrschung der Klaviatur des Onlinemarketings** und Ausbau der **Webseite** zum zentralen Marketing- und Vertriebsinstrument.
- **Motivation der Besucher der eigenen Webseite zur Online-Buchung**, durch Angebot eines klaren Leistungs- bzw. Preisvorteils bei einer Direktbuchung und durch gute, aktuelle Website. Dies gilt vor allem für wiederkehrende Gäste.
  - *Unique products* oder *packages* (nicht nur Standardprodukt Zimmer)
- Rasche und **kompetente Abwicklung der Anfragen über E-Mail und Telefon**, damit die Kunden die gewünschten Informationen nicht über andere Kanäle beschaffen müssen.
- Nutzen Sie die Vermarktungsoptionen von Schweiz Tourismus (Fewo Plattform) und die Sterneklassifikation (STV)

19

Hes·so VALAIS WALLIS — ECOLE SUISSE DE TOURISME EST — SCHWEIZERISCHE TOURISMUSFACHSCHULE STF

Vertrauen aufbauen durch moderne Website



20

Hes·so VALAIS WALLIS

http://www.trinkl.com

Vertrauen über Qualitätsprogramme und Affiliationen

Vertrauen aufbauen durch Transparenz: Kundenbewertungen

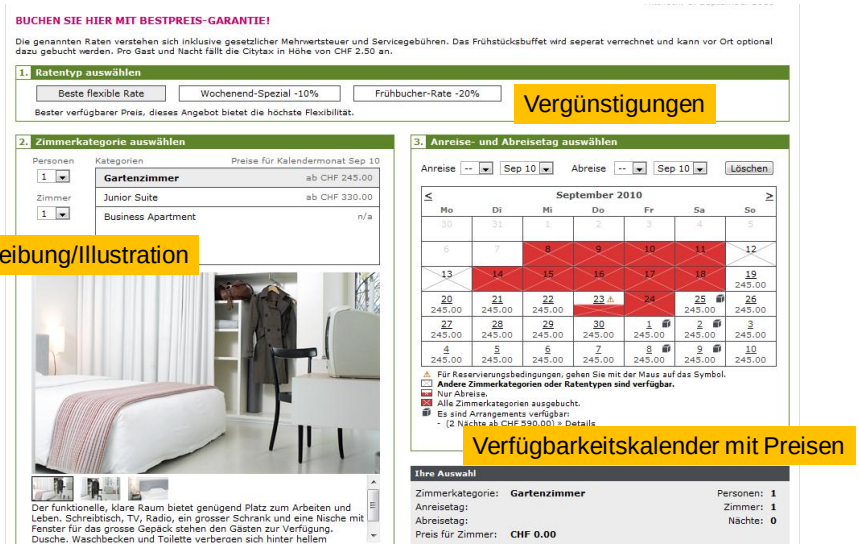
http://www.trinkl.com

21

Hes·so VALAIS WALLIS

ECOLE SUISSE DE TOURISME E S T — SCHWEIZERISCHE TOURISMUSFACHSCHULE S T

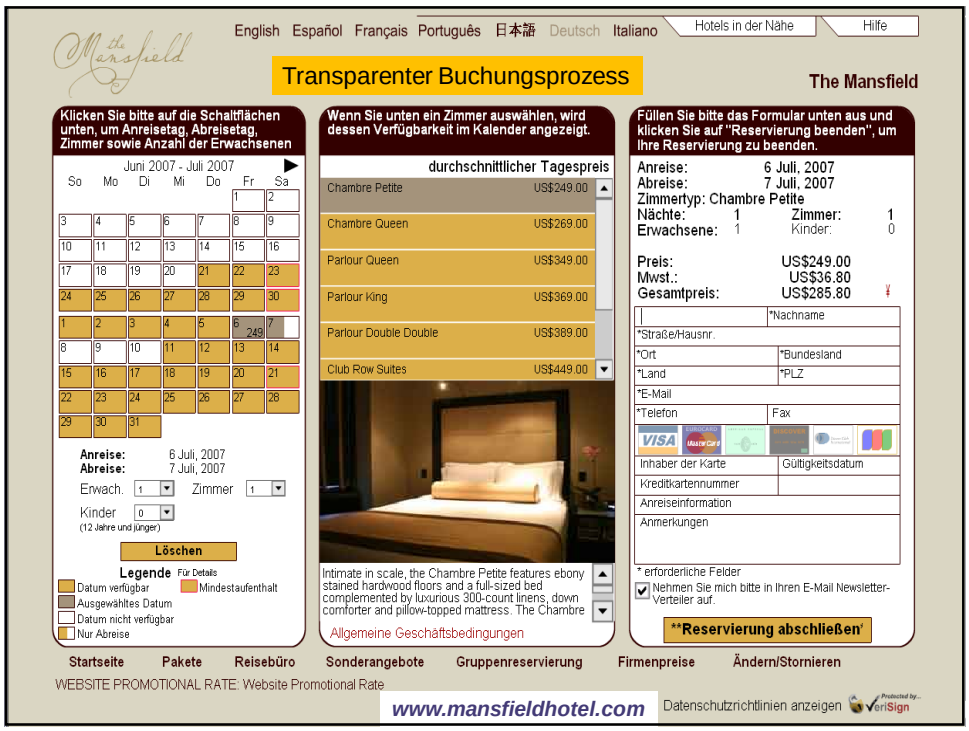
Vertrauen aufbauen und Aktion ermöglichen durch Buchungstechnologie: Beispiel Hotellerie



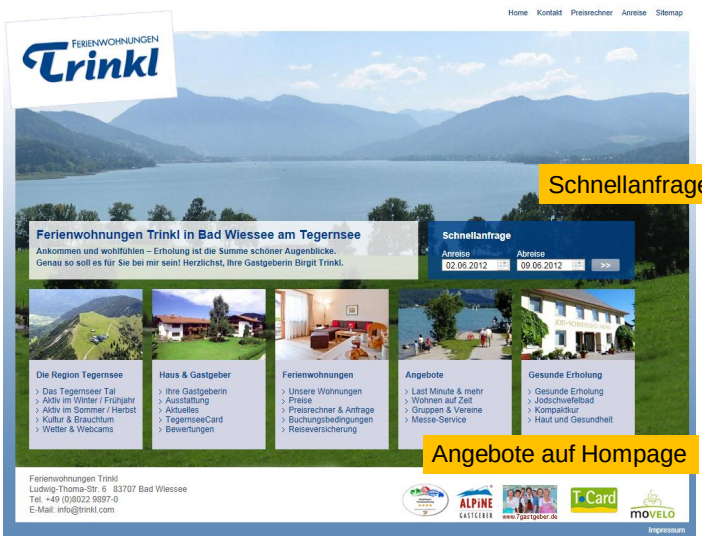
22

Hes·so VALAIS WALLIS

ECOLE SUISSE DE TOURISME E S T — SCHWEIZERISCHE TOURISMUSFACHSCHULE S T



FeWo: Buchungen auf eigener Website stimulieren



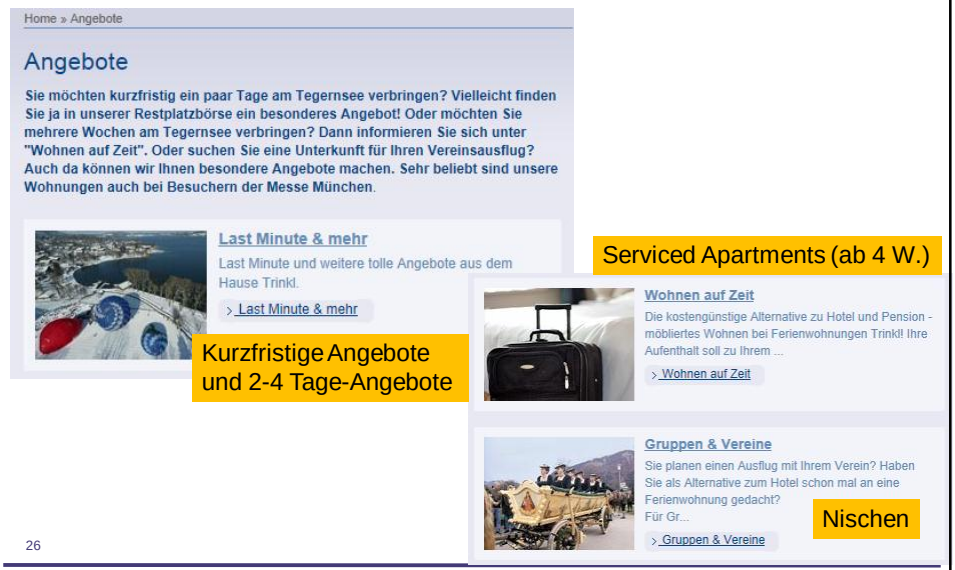
24 *http://www.trinkl.com*

Vertrauen aufbauen und Aktion ermöglichen durch (einfache) Buchungstechnologie

25 *http://www.trinkl.com*

Hes·so VALAIS WALLIS — ECOLE SUISSE DE TOURISME EST — SCHWEIZERISCHE TOURISMUSFACHSCHULE STF

Verkaufsorientierung: Produktinnovation und Fokus auf Kundenbedürfnisse



26

Hes·so VALAIS WALLIS — *http://www.trinkl.com* — ECOLE SUISSE DE TOURISME EST — SCHWEIZERISCHE TOURISMUSFACHSCHULE STF

Schnelle und kompetente Bearbeitung von Anfragen

Hallo,

20.3. - 31.3.05

no App, und no rooms frei (OSTER- Ferien)

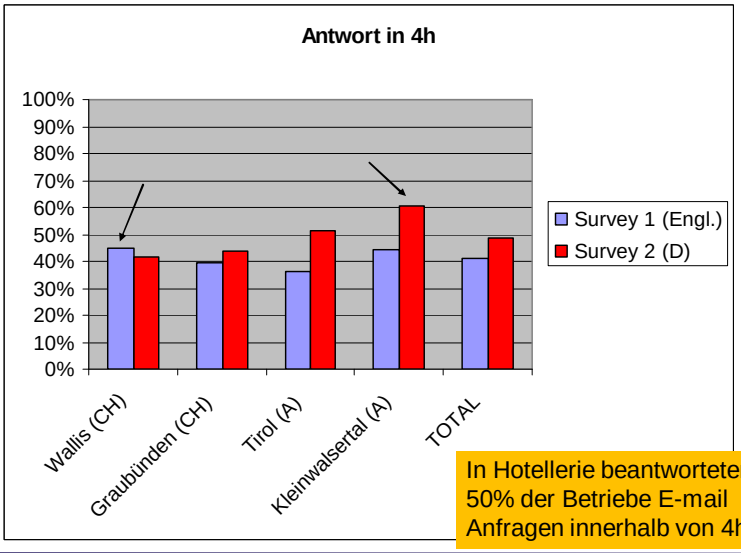
mfg

SO NICHT!

> Sehr geehrte Damen und Herren,
>
> Ich würde gerne mit meiner Frau und unseren zwei Töchtern (8 und 10 Jahre) Ende März (vom Dienstag 22. bis Samstag 26.) ein paar Tage Skiurlaub in Ihrer Gegend machen. Hätten Sie noch freie Zimmer? YA Wenn ja, wie teuer käme uns der Aufenthalt bei Ihnen? Sind die Skilifte mit dem Auto schnell zu erreichen? ca.20km
>
> Mit bestem Dank für Ihre Bemühungen und freundlichen Grüssen
>
> Thomas Meyn
> D-20101 Hamburg

Schegg & Liebrich (2005): Mystery Guest Survey bei 195 3-4 Sterne Hotels in A und CH

Schnelle und kompetente Bearbeitung von Anfragen



In Hotellerie beantworteten fast 50% der Betriebe E-mail Anfragen innerhalb von 4h

Schegg & Liebrich (2005): Mystery Guest Survey bei 195 3-4 Sterne Hotels in A und CH

Schnelle und kompetente Bearbeitung von Anfragen

29

Hes·so VALAIS WALLIS http://www.trinkl.com ECOLE SUISSE DE TOURISME EST SCHWEIZERISCHE TOURISMUSFACHSCHULE STF

Kompetente Bearbeitung von (online) Anfragen

- Die hohen Erwartungen der ungeduldigen online Kunden können mit einem **schnellen, qualitative hoch stehenden und personalisierten E-Mail Service** erfüllt werden
  - Beantworten Sie **alle Fragen** kurz und präzis.
  - Sie dürfen den Gast aber mit relevanten **Zusatzinformationen** überraschen
  - Auch wenn keine Zimmer mehr frei sind, sollte **jede Anfrage beantwortet** werden, da der Kunde sich vielleicht bei einer späteren Gelegenheit nochmals melden wird.
  - Sollte die Fewo zur gewünschten Zeit **ausgebucht** sein, sollten auch **Alternativen** geboten werden (andere Daten, andere Fewo/Hotels)
- Schon ganz einfache Massnahmen (**Signatur Dateien, Textbausteine**, etc.) können die Qualität der elektronischen Kommunikation und die Kundenzufriedenheit verbessern.

30

Hes·so VALAIS WALLIS http://www.trinkl.com ECOLE SUISSE DE TOURISME EST SCHWEIZERISCHE TOURISMUSFACHSCHULE STF

Kontakt

Roland Schegg
Fachhochschule Westschweiz Wallis (HES-SO Valais Wallis)
Institut für Tourismus (ITO)
Dozenten an Schweizerische Tourismusfachschule Siders (STF)
TechnoArk 3
3960 Siders
Tel. 027 606 90 04
roland.schegg@hevs.ch
www.hevs.ch / www.etourism-monitor.ch

Bachelor of Science HES-SO in Tourismus
Schweizerische Tourismusfachschule Siders (http://tourismus.hevs.ch)