

MARKETAGENT.COM

PRESSEINFORMATION

Der Hotel Report 2019

Urlaubsvorlieben und Hotelpräferenzen von Herrn und Frau Österreicher

Egal ob für den aktuellen Sommerurlaub, den kommenden Städtetrip oder die nächste Schiwoche – die Frage nach dem jeweiligen Feriendomizil ist für die Reiseplanung unumgänglich, für viele sogar entscheidend. Das Angebot reicht vom Luxushotel bis zur kleinen Pension, von All inclusive bis zur Selbstversorgung. Das digitale Markt- und Meinungsforschungsinstitut Marketagent.com hat gemeinsam mit den Lifestylehotels die Österreicherinnen und Österreicher nun in einer repräsentativen Umfrage zu ihren jeweiligen Vorlieben rund um das Thema Urlaub und Hotels befragt. Zum präferierten Urlaubsort und –typ bis hin zur Wichtigkeit von Verpflegung und Hotel-Design standen die Befragten Rede und Antwort. Herr und Frau Österreicher gehören insgesamt eher nicht zu den Fernreisenden, achten bei der Hotel-Auswahl gerne auf den Preis und können ihren Urlaub in ruhigen, gut gelegenen Hotelzimmern so richtig genießen.

Reisen sind für den Großteil der Österreicher fixer Bestandteil des Jahresverlaufs. 86% sind in den vergangenen zwei Jahren zumindest 1 Mal, manche sogar bis zu 10 Mal privat verreist, knapp 28% zu beruflichen Zwecken. Dabei nächtigen die österreichischen Urlauber durchschnittlich 11 Nächte pro Jahr in einem Hotel.

Wohin die Reise geht

Am liebsten steuern die österreichischen Urlauber ihr Reiseziel mit dem Auto an. Knapp 8 von 10 bevorzugen dieses Verkehrsmittel beim Heimaturlaub, mehr als 7 von 10 bei der Fahrt in die Nachbarländer. Für Reisen in ganz Europa steigen 57% gerne ins Flugzeug, gefolgt vom Auto (32%). Die Befragten zieht es dabei vor allem ans kühle Nass: Bade- bzw. Meerurlaube sind für 56% die beliebteste Urlaubsart, aber auch für Städtereisen (49%), Wellness- (39%) und Familienurlaube (36%) können sich die Österreicher begeistern. Pauschalreisen sind dabei für zwei Drittel der Befragten eine attraktive Form der Urlaubsgestaltung. Als schöne Reiseziele schätzen sie in erster Linie ihr Heimatland oder die nähere Umgebung. Österreich ist für ein Viertel DAS Urlaubsland schlechthin, gefolgt von Italien (16%) und Kroatien (15%). Der typische österreichische Urlauber ist nicht unbedingt ein Fernreisender und Weltenbummler – 6 von 10 bleiben bevorzugt in Europa, rund 10% präferieren andere Kontinente. Abwechslung darf aber trotzdem nicht fehlen: 70% würden sich als experimentierfreudige Touristen bezeichnen, wobei die Offenheit für Reise-Experimente mit dem Alter abnimmt.

Für all dies spielt jedoch auch die Hotelwahl eine entscheidende Rolle. Knapp ein Drittel der Befragten hat zumindest einmal das Reiseziel aufgrund eines bestimmten Hotels ausgewählt. Gut ein weiteres Drittel könnte sich vorstellen, bei der Urlaubsplanung so vorzugehen. Gleichzeitig ist die Meinung über die Bedeutung des Hotels gespalten: Für rund 50% der Österreicher ist die Unterkunft nur ein Ort zum Schlafengehen, die andere Hälfte hat weitere Ansprüche und sieht im Hotel mehr als nur einen Liegeplatz.

To-Do's bei der Hotelauswahl...

Grundsätzlich spielt der finanzielle Aspekt bei der Hotelauswahl und -buchung eine wichtige Rolle. Kriterium Nummer 1 ist für 96% das Preis-Leistungsverhältnis. Auch möglichst günstige Gesamtkosten beeinflussen die Wahl bei 84% der Befragten. Dementsprechend ist ein Preisvergleich vor der Buchung für mehr als 9 von 10 wichtig. Ausschlaggebend für die endgültige Entscheidung für ein Hotel sind außerdem die Lage und Erreichbarkeit (90%), die Verpflegung (86%) sowie eine einfache Online-Buchung (85%) und gute Bewertungen auf diversen Plattformen (84%). Informationen zu verschiedenen Hotels holen die Österreicher dabei bevorzugt über Suchmaschinen (46%), Hotel-Websites (45%) und Buchungsplattformen (43%) ein. „Das Internet ist wenig überraschend eine wichtige Informationsquelle, insbesondere bei der jüngeren Generation. Ein ähnliches Muster sehen wir auch bei der Buchung, die vor allem von den 20- bis 29-Jährigen gerne über Online-Buchungs- (55%) und Vergleichsplattformen (30%) abgewickelt wird“, beschreibt Thomas Schwabl, Geschäftsführer von Marketagent.com. Eine weitere beliebte Option ist für 4 von 10 Befragten die Buchung direkt beim Hotel. Um ihr Traumhotel zu finden, investieren die Österreicher gerne auch etwas Zeit - durchschnittlich 6 Stunden. Dabei haben mehr als zwei Drittel Spaß daran, durch Hotelangebote zu stöbern. Besonders Frauen beschäftigen sich gerne mit der Hotelsuche.

...und Must-haves für den gelungenen Aufenthalt

Doch was macht nun das perfekte Hotel für Herrn und Frau Österreicher aus? Gut die Hälfte bevorzugt 4 Sterne, ein Viertel 3 Sterne. Genächtigt wird idealerweise in einem ruhigen Hotelzimmer mit durchschnittlich 25m². Dieses sollte sich in einem unabhängigen, persönlich geführten (30%) oder einem Wellness-Hotel (28%) befinden, das nicht mehr als 50 Zimmer bietet (43%). Für 37% ist ein inkludiertes Frühstück ausreichend, 27% wünschen sich Halbpension und etwas mehr als 2 von 10 ein All-inclusive-Angebot. Drei Viertel der 20- bis 29-Jährigen könnten sich dabei statt eines klassischen Frühstücks auch einen Brunch bis 13 Uhr vorstellen. Besonders hohe Ansprüche stellen je 9 von 10 Österreichern an die Service-Qualität und die Lage des Hotels. Dementsprechend wäre es für mehr als 7 von 10 denkbar, für diese Aspekte mehr zu bezahlen. „Auch Design und Optik sind für 6 von 10 Österreichern relevant“, so Hardy Egger, Co-Gründer der Lifestylehotels.net. „88% geben an, ihren Aufenthalt in einem schönen Hotel mehr zu genießen“, so Egger weiter.

Auch einige (neue) Konzepte könnten die Attraktivität eines Hotels für die Urlauber verbessern. Besonders ansprechend ist eine qualitativ hochwertige Ausstattung, beispielsweise zur Erhöhung des Schlafkomforts. Darüber hinaus werden digitale Services zunehmend erwartet, beispielsweise die einfache und schnelle Hotelbuchung per Handy (38%). „In Punkto Digitalisierung in der Hotellerie zeigen sich starke Generationenunterschiede. Während 70% der 20- bis 29-Jährigen digitale Services im Hotel befürworten, sind es bei den 60- bis 69-Jährigen nur etwa halb so viele“, beschreibt Lisa Patek, Marketingleiterin von Marketagent.com, die Ergebnisse. Die ältere Generation zeigt weiters weniger Vertrauen, dass sich die zunehmende Digitalisierung positiv auf die Gästebetreuung auswirken wird.

Baden, am 21. August 2019

Rückfragehinweis:

Marketagent.com online reSEARCH GmbH

Lisa Patek, MSc
Mühlgasse 59
A-2500 Baden, Austria
l.patek@marketagent.com
tel.: +43 (0) 2252 - 909 009

Studiensteckbrief

- Methode: Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- Instrument: Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- Erhebungszeitraum: 12.06.2019 – 10.07.2019
- Sample-Größe: n = 1.520 Netto-Interviews in der Kernzielgruppe
- Kernzielgruppe: Personen im Alter zwischen 18 und 69 Jahren, die privat zumindest eine Nacht jährlich in einem Hotel verbringen
- Quotensteuerung: Sample repräsentativ für die österreichische Bevölkerung
- Studienleitung: Marketagent.com, Mag. Andrea Berger

Über Marketagent.com

Marketagent.com sieht sich gleichermaßen als Pionier und Innovationsführer der digitalen Markt- und Meinungsforschung in Österreich. Mit einem Fokus auf quantitative und qualitative Consumer Research Projekte realisiert Marketagent.com jährlich über 1.300 Studien an den Standorten Baden bei Wien, Maribor und Zürich. Das Herzstück unseres Instrumentariums ist ein mehr als 1.500.000 Personen umfassendes Online-Panel, welches im Januar 2010 als erster Access Pool der D-A-CH-Region nach der ISO Norm 26362 zertifiziert wurde. Zu unseren Kunden zählen nationale und internationale Top-Unternehmen wie die Telekom Austria AG, Ikea, Spar, Google, die OMV, Nestlé, die Österreichische Post AG, Generali oder Intersport. Die Themenfelder und Forschungsschwerpunkte sind vielfältig und decken sämtliche Bereiche der Markt- und Meinungsforschung ab.