



FH MÜNSTER
University of Applied Sciences

MSB

FB Wirtschaft
Münster School of Business

Studie zum Käuferverhalten im Tourismus

PROF. DR. RALF SCHENGBER- NOVEMBER 2016

Inhalt

1. Aufgabe und Zielsetzung
2. Studiensteckbrief
 - a) Rahmendaten und Vorgehensweise
 - b) Datenquellen
 - c) Aufbau des Fragebogens
 - d) Mögliche Risiken
3. Statistische Angaben
4. Ergebnisse der Studie
5. Fazit



Aufgabe und Zielsetzung

Untersuchung des Käuferverhaltens in den drei Phasen:





Studiensteckbrief

Rahmendaten und Vorgehensweise



- Befragung mittels standardisierter Fragebögen
- **Offline:** Paper-and-pencil, telefonische Befragung
- **Online-Fragebogen**

Was & Wie?



- Projektstart: 15.03.2016
- Erhebungszeitraum: 12.05.2016 - 16.06.2016

Wann?



- Stichprobengröße insgesamt n=2986
- Verschiedene Datenquellen

Wie viele?



- Alle Personen ab 14 Jahren
- Alle Berufsgruppen

Wer?

Datenquellen

	Anzahl Antworten	Anteil [%]
1. Offline		
a. Gesamt Fragebögen	646	21,63%
b. Fokussierte CATI: <i>Computer Assisted Telephone Interview</i> (Frage 3,4,9,11)	1000	33,49%
2. Online		
a. Gesamt Online-Umfrage	336	11,26%
b. Fokussiertes Onlinepanel auf <i>QuickSurveys</i> (Frage 3)	1004	33,62%
Summe	2986	100%

Aufbau des Fragebogens (1)

Guten Tag,
im Rahmen eines Marketingprojektes an der FH Münster führen wir eine Befragung zum Thema „Kaufverhalten im Tourismus“ durch. Wir möchten Sie persönlich um Ihre Unterstützung bitten und wären Ihnen sehr dankbar, wenn Sie sich wenige Minuten Zeit nehmen würden. Selbstverständlich sind Ihre Angaben anonym und sicher. Wir bedanken uns herzlich für Ihre Unterstützung!

1. Wie häufig reisen Sie privat im Jahr?
 0 Mal 1 Mal 2 – 3 Mal >3 Mal

2. Welche Reiseform bevorzugen Sie?
 Individualreise (selbstorganisierter Urlaub des Reisenden)
 Vollpauschalreise (Unterkunft und Transport durch den Veranstalter)
 Teilpauschalreise (Unterkunft oder Transport durch den Veranstalter)

3. Welcher Bereich war für Ihre letzte Reise entscheidend?
[nur eine Antwort pro Zeile möglich]
online (Websites, Portale, Social Media, ...)
offline (Freunde, Prospekte, Reisebüro, Hotelmit., ...)
Vor der Buchung (Inspiration, Information)
Während der Buchung (Angebotsvergleich, Buchung)
Nach der Reise (Erfahrungsbereiche, Erwartungen)

4. Wie wichtig sind für Sie folgende Quellen bei der Informationsbeschaffung? [Bitte ankreuzen]
Blogs
Freunde / Bekannte / Verwandte
Online-Reiseportale (Expedia.de, Ab-in-den-Urlaub.de, ...)
Radio
Reisebüro
Reisebüro
Reiseveranstalter (Urlaubsportale, ...)
Reiseveranstalter (Kataloge, Prospekte, ...)
Soziale Netzwerke (Facebook, Twitter, Pinterest, Instagram, ...)
Touristeninformationen (Touristenbüro)
TV (Werbung, SonnenklarTV, ...)
Wahsin von Reiseveranstaltern
Zeitung / Zeitschrift / Anzeigen
Sonstige:

5. Wie wichtig sind Ihnen folgende Kriterien vor der Buchung?
Angebotsvielfalt
Anonymität
Bewertungen
Emotionalität (Bilder, Videos, ...)
Objektivität
Öffnungszeiten
Persönlicher Kontakt / Service
Preis
Schnelligkeit
Sicherheit
Transparenz der angebotenen Leistungen
Unverbindlichkeit
Verfügbarkeit
Vergünstigungen (Rabatte, Gutscheine, ...)
Sonstige:

6. Haben negative Bewertungen Sie schon einmal von der Buchung abgehalten?
 ja, häufig ja, selten nein, nie

7. Haben positive Bewertungen Sie schon einmal zu einer Buchung animiert?
 ja, häufig ja, selten nein, nie

8. Wie groß ist der Einfluss folgender Bewertungskriterien auf Ihre Buchungsentscheidung?
Gesamtpunktzahl / Weiterempfehlungsrate
Anzahl der Bewertungen
Inhaltlich positive Bewertungen
Inhaltlich negative Bewertungen
Inhaltlich ausführliche Bewertungen
Sonstige:

9. Wie wichtig sind Ihnen folgende Kriterien während der Buchung / Kauf?
Angebotsvielfalt
Anonymität
Bewertungen
Emotionalität (Bilder, Videos, ...)
Objektivität
Öffnungszeiten
Persönlicher Kontakt / Service
Preis
Schnelligkeit
Sicherheit
Transparenz der angebotenen Leistungen
Unverbindlichkeit
Verfügbarkeit
Vergünstigungen (Rabatte, Gutscheine, ...)
Sonstige:

10. Teilen Sie Ihre Reise-Erfahrungen?
 ja, häufig ja, selten nein, nie

11. Wenn ja, wo teilen Sie Ihre Reise-Erfahrungen? [Mehrfachantworten möglich]
 Blogs Pinterest
 Facebook Reisebüro
 Freunde / Bekannte / Verwandte Reiseveranstalter
 Instagram Twitter
 Online-Reiseportale (Expedia.de, Ab-in-den-Urlaub.de, ...) Sonstige:

12. Bewerten Sie Ihren Urlaub nach der Reise im Internet?
 ja, immer
 nur wenn ich sehr zufrieden bin
 nur wenn ich sehr unzufrieden bin
 nein, nie

13. Wenn ja, welche dieser Medien nutzen Sie, um eine Bewertung abzugeben? [Mehrfachantworten möglich]
 Blogs Foren
 Online-Reiseportale (Expedia.de, Ab-in-den-Urlaub.de, ...) Soziale Netzwerke (Facebook, Twitter, Pinterest, Instagram, ...)
 Website des Reiseveranstalters Website von Verbraucherzentralen
 Sonstige:

14. Wie häufig nutzen Sie Ihr Smartphone bei der Reiseplanung?
Vor dem Kauf zur Inspiration
Vor dem Kauf zur Information über die Möglichkeiten
Während des Kaufs zur Recherche konkreter Angebote
Nach der Reise zur Bewertung (Sterne)
Nach der Reise zur Bewertung / Beschreibung (Text)

15. Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu?
Die Online-Recherche ist wegen der Angebotsvielfalt unübersichtlich und zeitaufwändig!
Wenn ich in ein Reisebüro gehe, habe ich mich vorher schon grundlegend online informiert!
Ich wünsche mir mehr persönliche Beratung im Internet!
Ich lasse mich durch Angebote und Anzeigen zu einer Buchung verleiten!
Anreizsysteme (Gutscheine, Rabatte, ...) würden mich zur Abgabe einer Bewertung bewegen!

16. Bitte geben Sie eine kurze Antwort auf diese Fragen:
Was gefällt Ihnen nicht bei der Buchung im Reisebüro?
Was gefällt Ihnen nicht bei der Buchung im Internet?

17. Wie viel haben Sie ca. für Ihre letzte Reise pro Person ausgegeben?
 Weniger als 300 € 300 – 499 € 500 – 699 € 1.000 – 1.499 € Über 2.000 €
 300 – 499 € 700 – 999 € 1.500 – 1.999 € Keine Angabe

18. Welchen Beruf üben Sie derzeit aus?
 Schüler Student Auszubildender Selbständiger Angestellter
 Arbeiter Beamter Rentner / Pensionär Zur Zeit ohne Beschäftigung Sonstiger:

Geschlecht: Männlich Weiblich
Geburtsjahr:

Aufbau des Fragebogens (2)

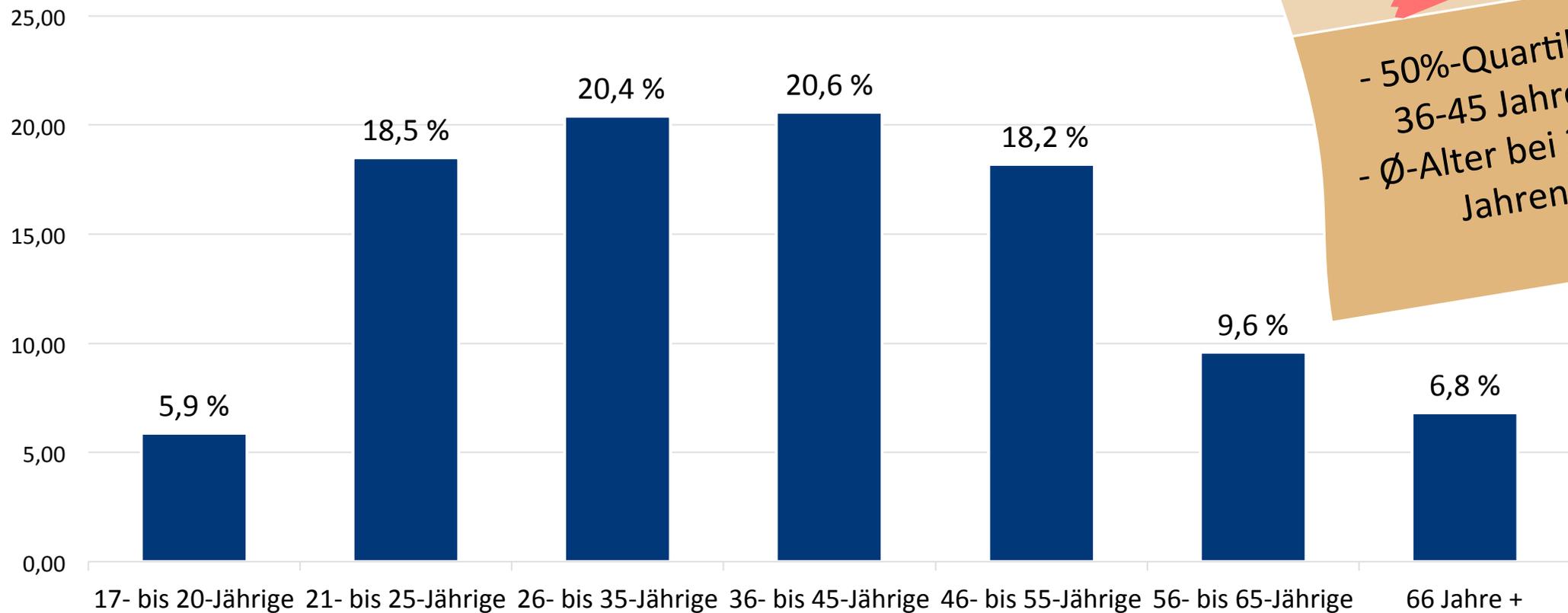
- 17 inhaltliche Fragen – 3 statistische Fragen
- Geschlossene Fragen
 - Einfachauswahl
 - Mehrfachauswahl
 - Ja / Nein
 - Bewertungstabellen
 - Hybridfragen
- Eine offene Frage





Statistische Angaben

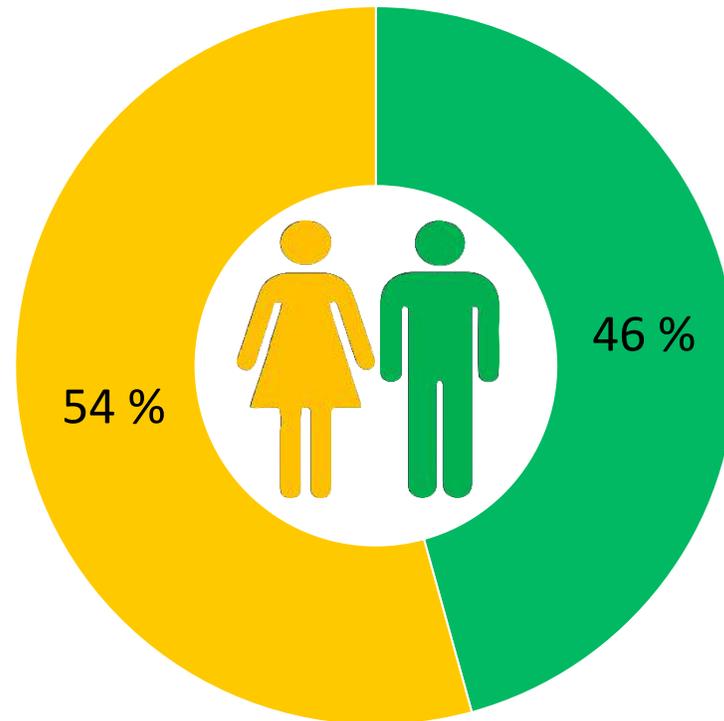
Altersverteilung



- 50%-Quartil bei 36-45 Jahren
- Ø-Alter bei 39,84 Jahren

n = 2890

Geschlechterverteilung

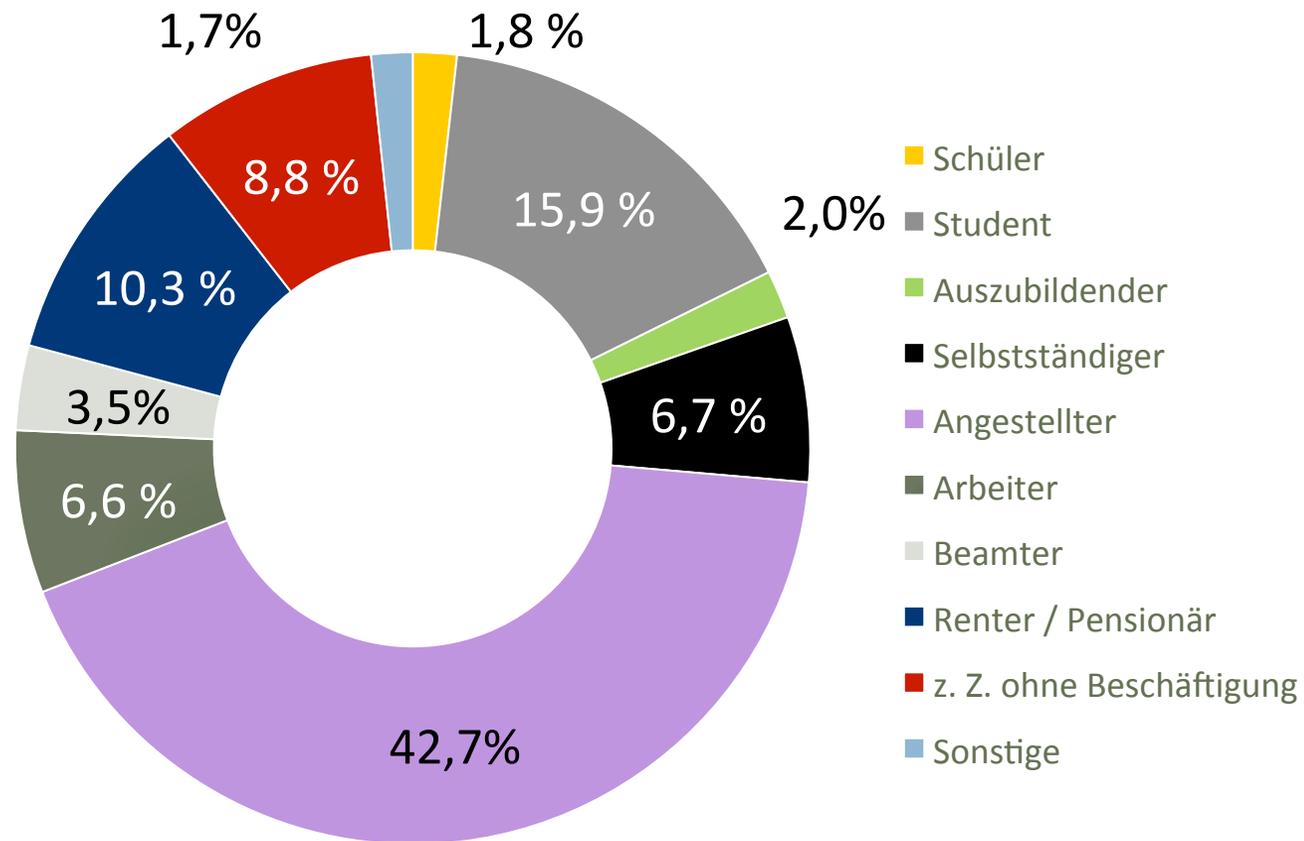


- Männlich
- Weiblich

- Ø-Alter der Frauen:
37,83 Jahre
- Ø-Alter der Männer:
42,25 Jahre

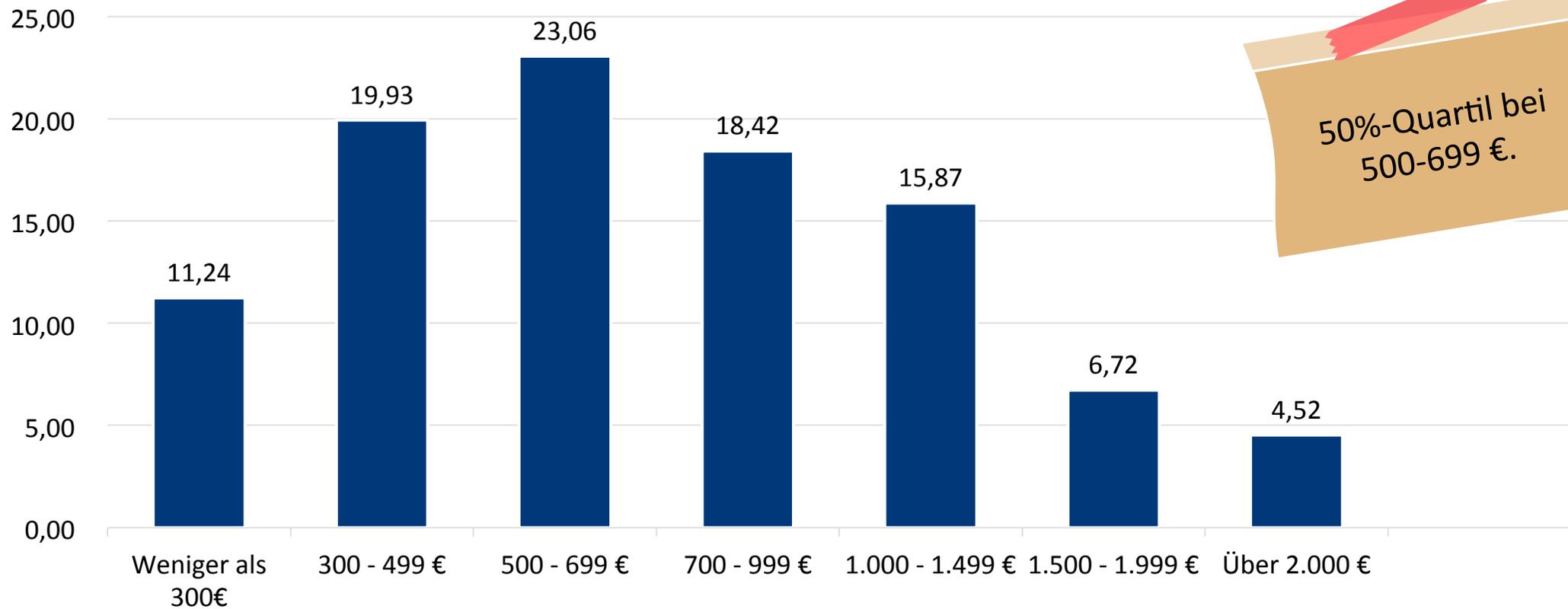
n = 2894

Aufteilung nach Berufen



n = 2802

Wie viel haben Sie für Ihre letzte Reise pro Person ausgegeben?





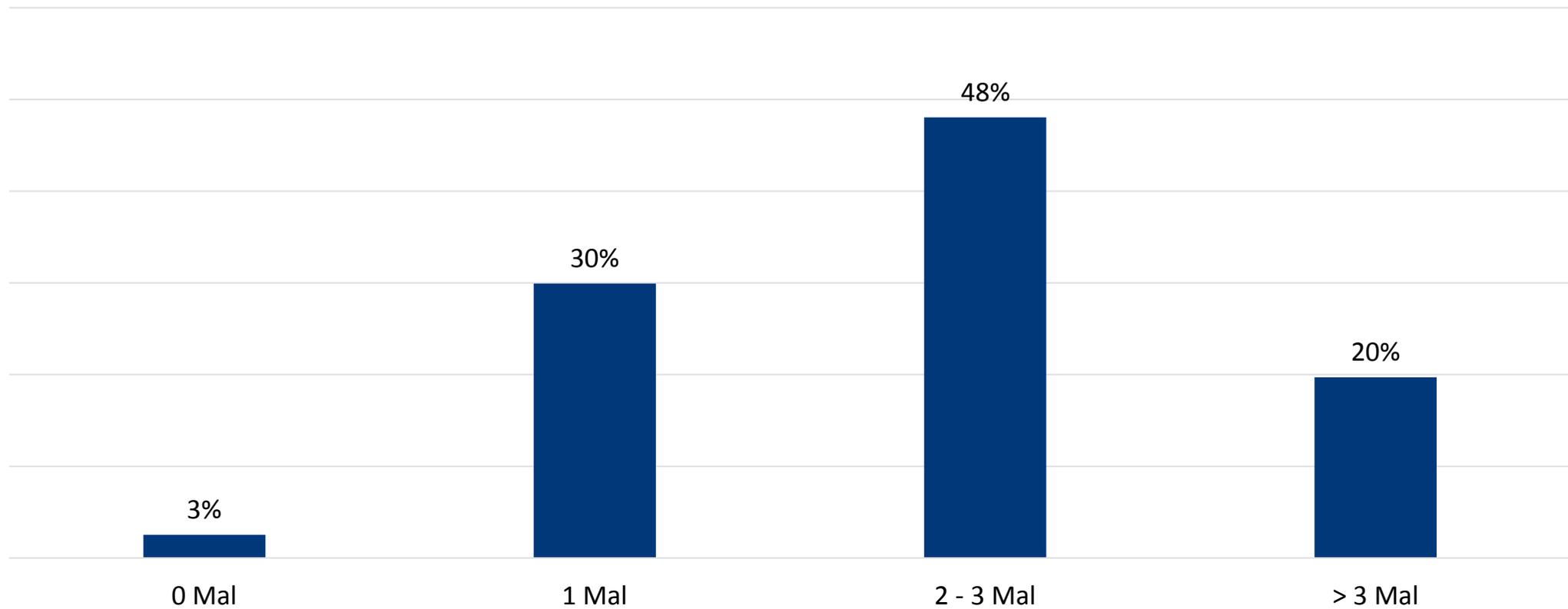
Ergebnisse der Studie

Forschungsfragen

1. Wie gestaltet sich der Kaufwürfel im Tourismus?
 - Was ist in den einzelnen Kaufphasen entscheidend?
2. Welchen Einfluss haben Bewertungen (Nachkaufphase) auf die Vorkaufphase?
3. Was gefällt nicht an der Buchung im Reisebüro bzw. im Internet?



Wie häufig reisen Sie privat im Jahr?

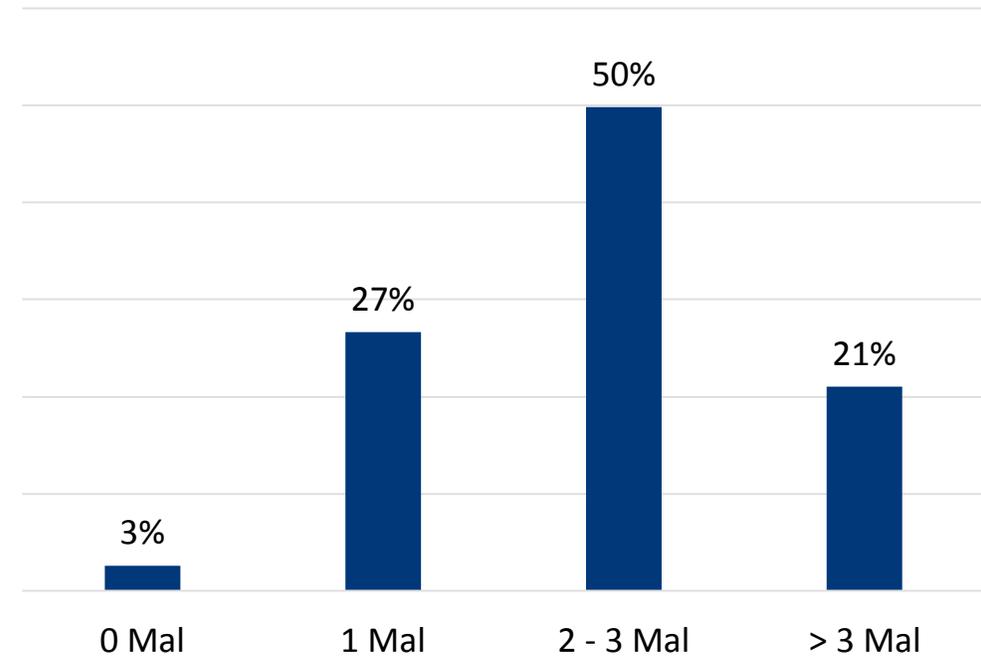
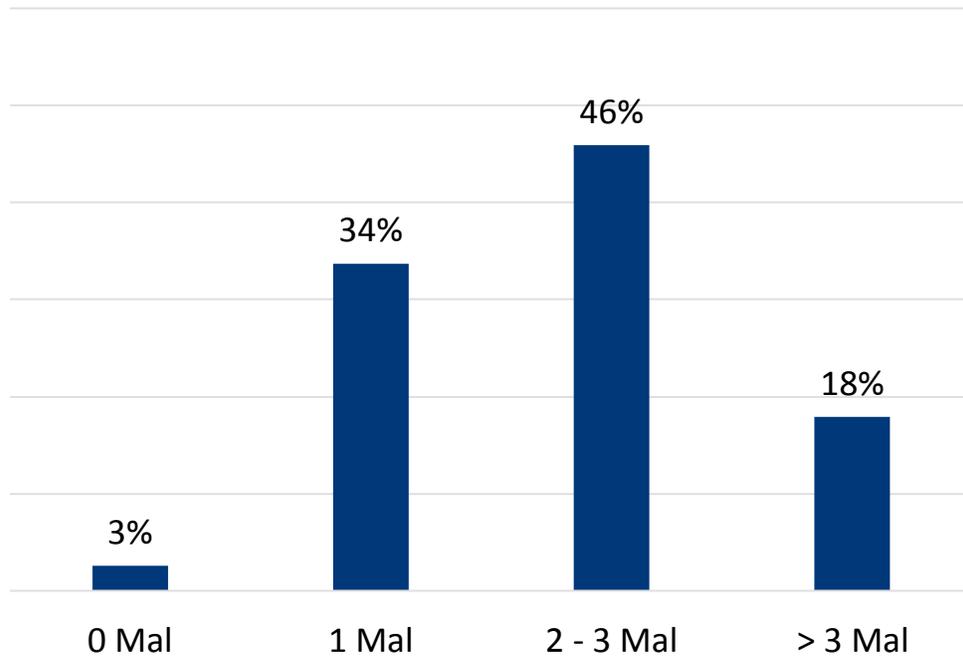


n = 982

Wie häufig reisen Sie privat im Jahr?

MÄNNER

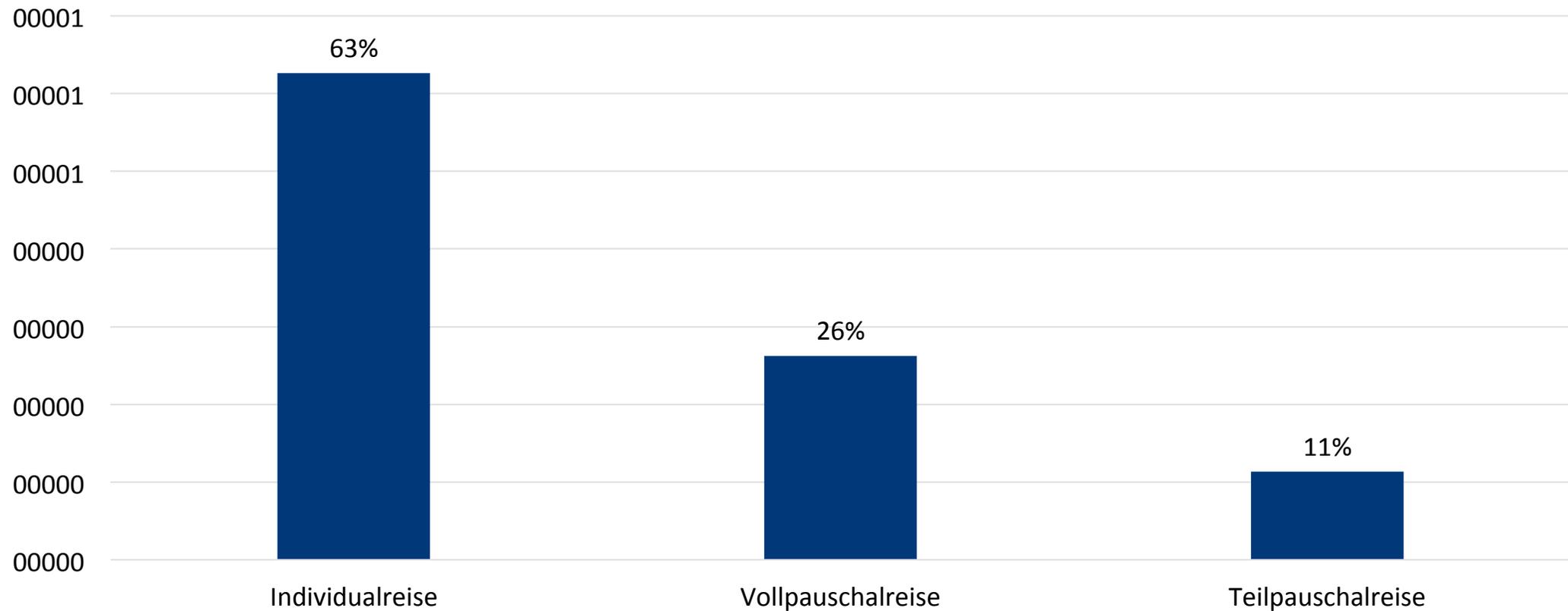
FRAUEN



n = 386

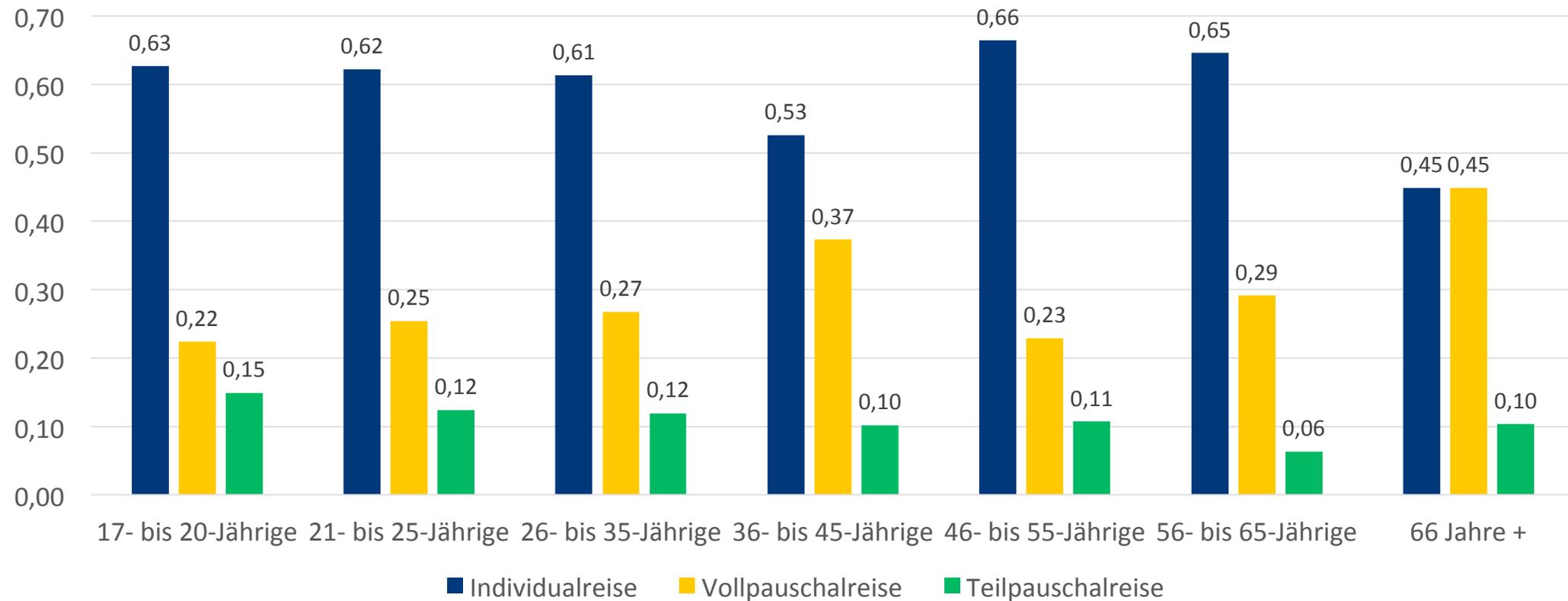
n = 500

Welche Reiseform bevorzugen Sie?



n = 982

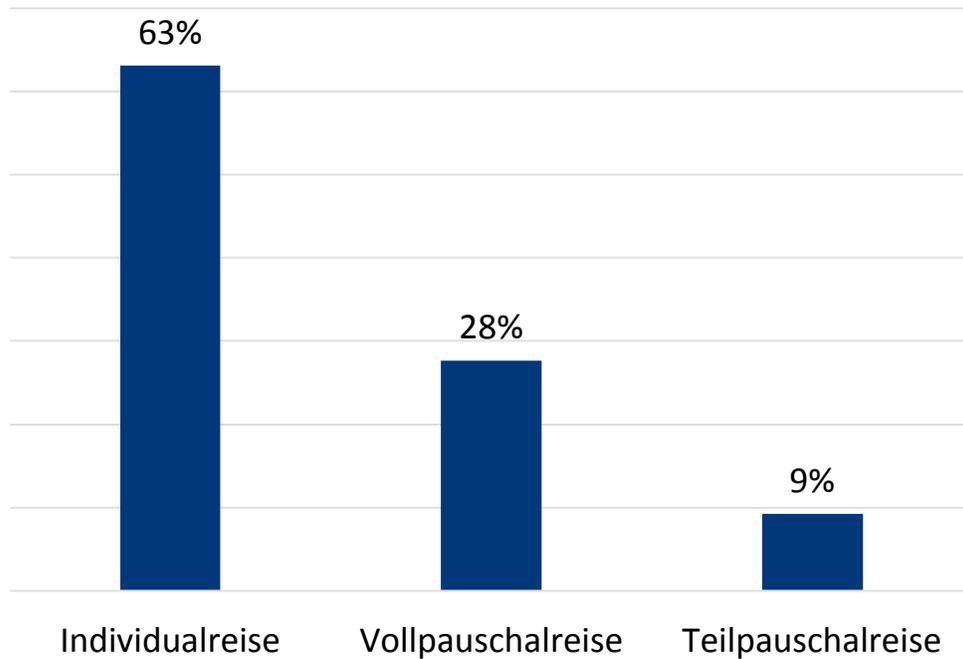
Welche Reiseform bevorzugen Sie? Analyse nach Altersklasse



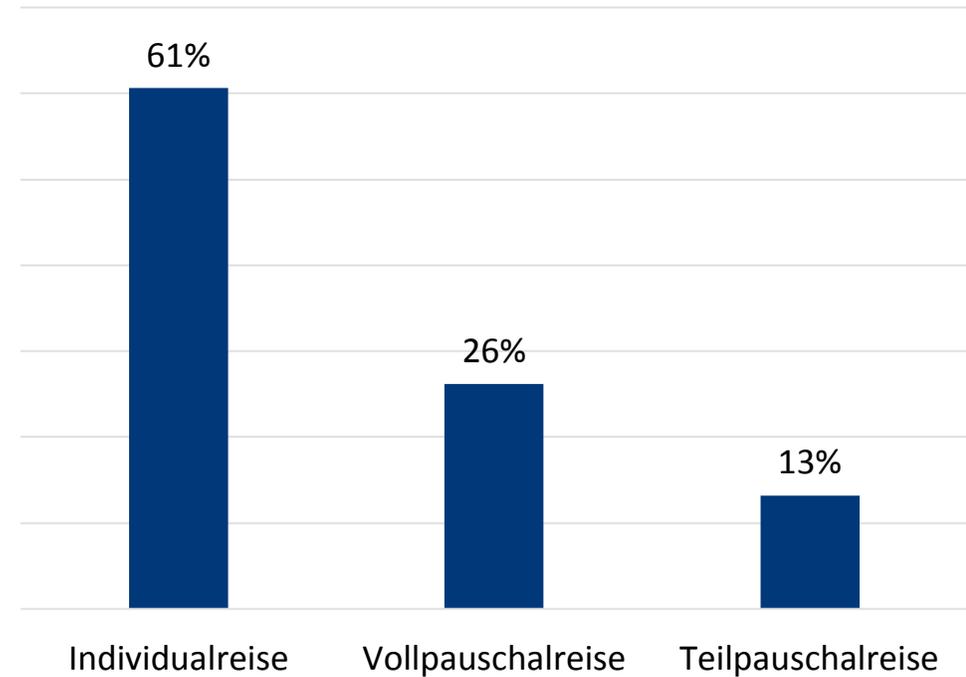
n = 872

Welche Reiseform bevorzugen Sie?

MÄNNER



FRAUEN

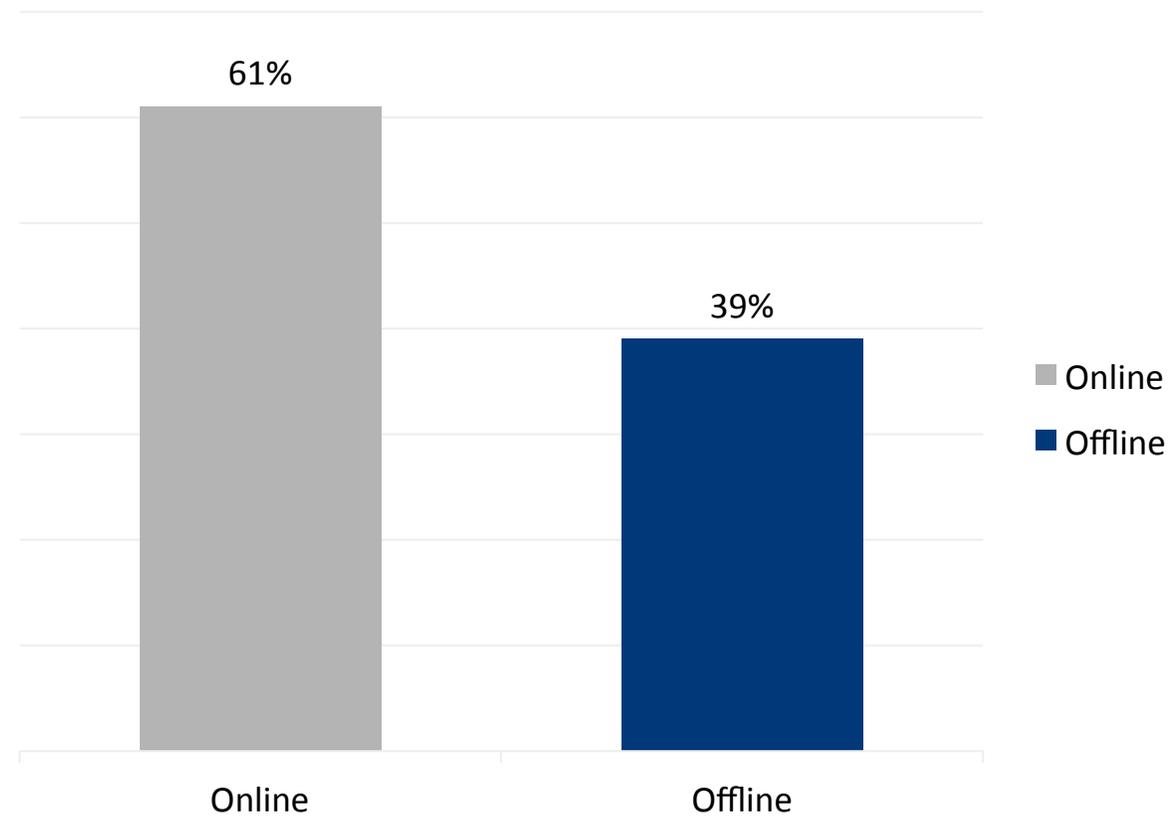


n = 382

n = 493

Welcher Bereich war für Ihre letzte Reise entscheidend?

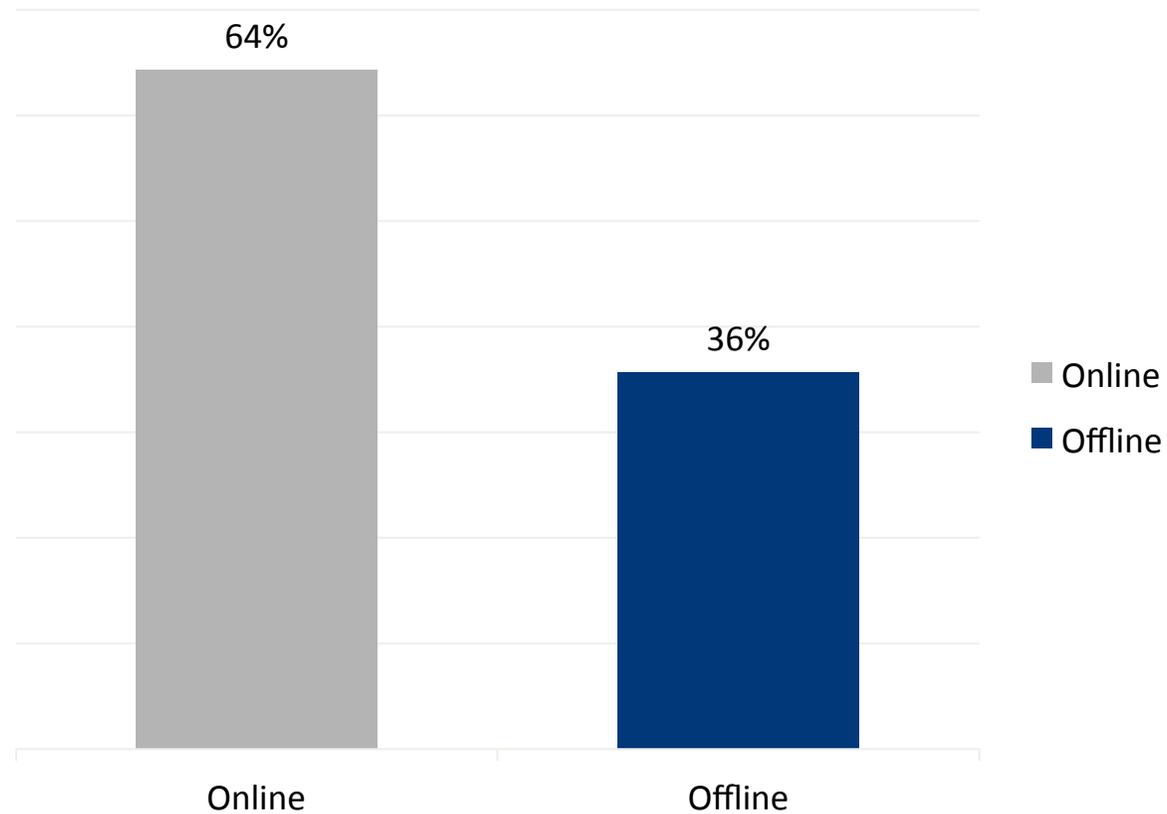
Vor der Buchung



n = 2848

Welcher Bereich war für Ihre letzte Reise entscheidend?

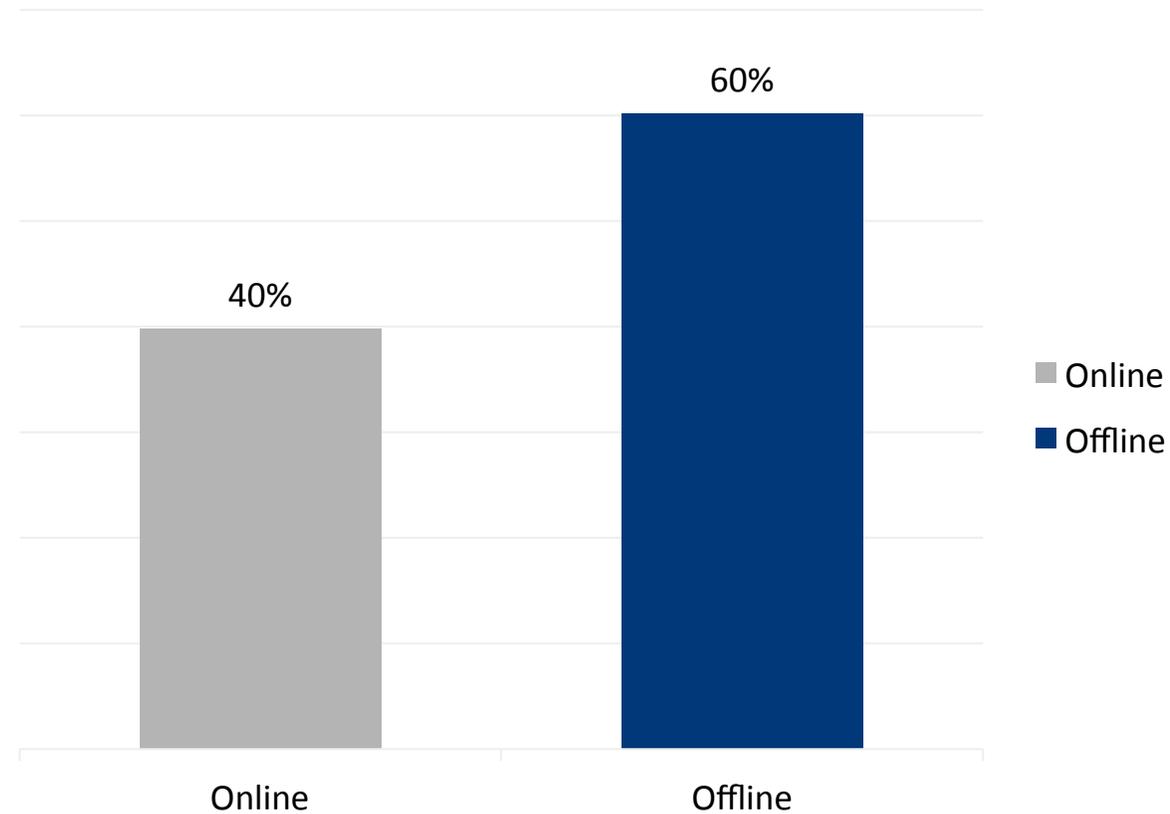
Während der Buchung



n = 2752

Welcher Bereich war für Ihre letzte Reise entscheidend?

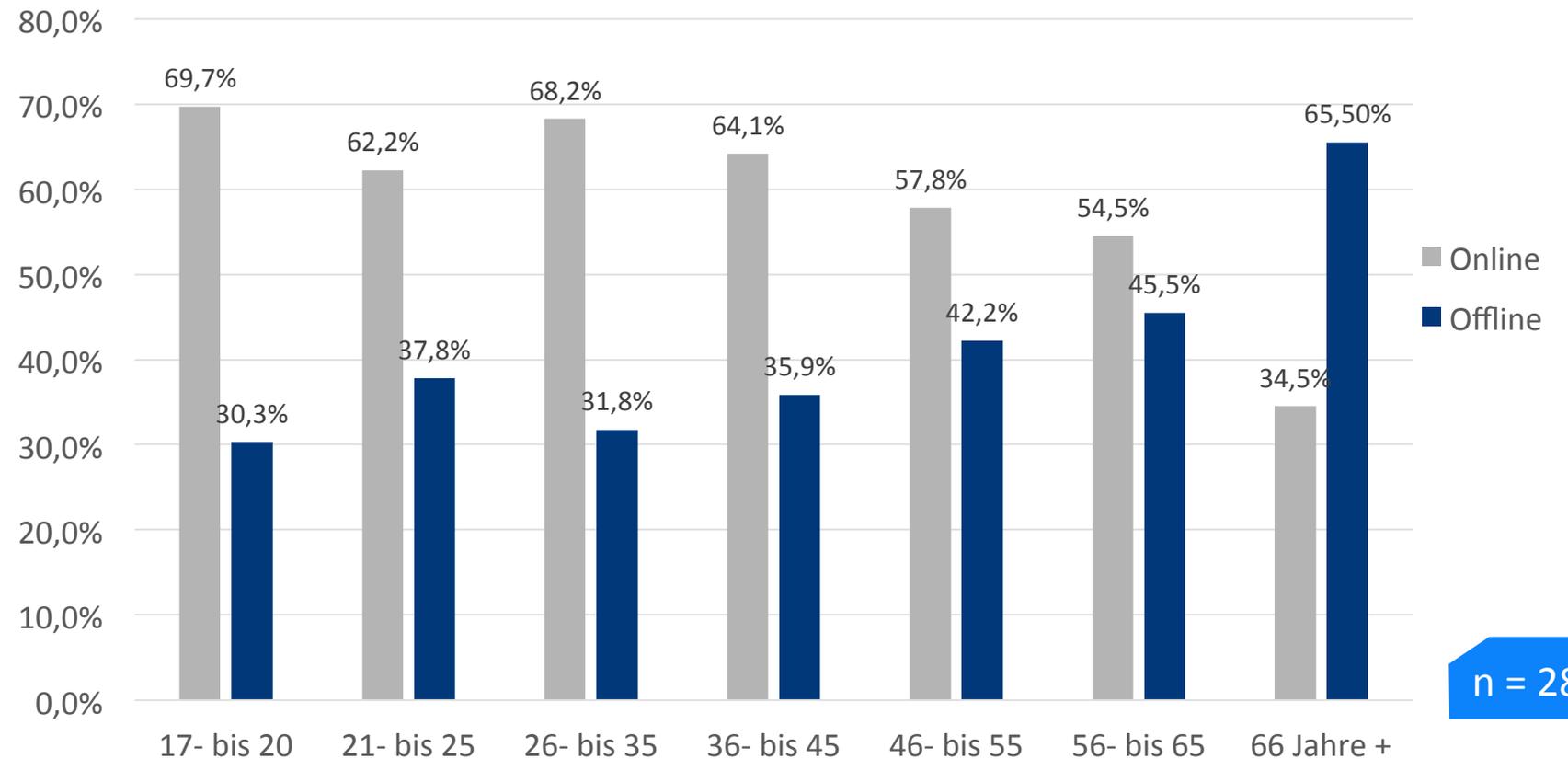
Nach der Buchung



n = 2692

Welcher Bereich war für Ihre letzte Reise entscheidend? Analyse nach Altersklassen

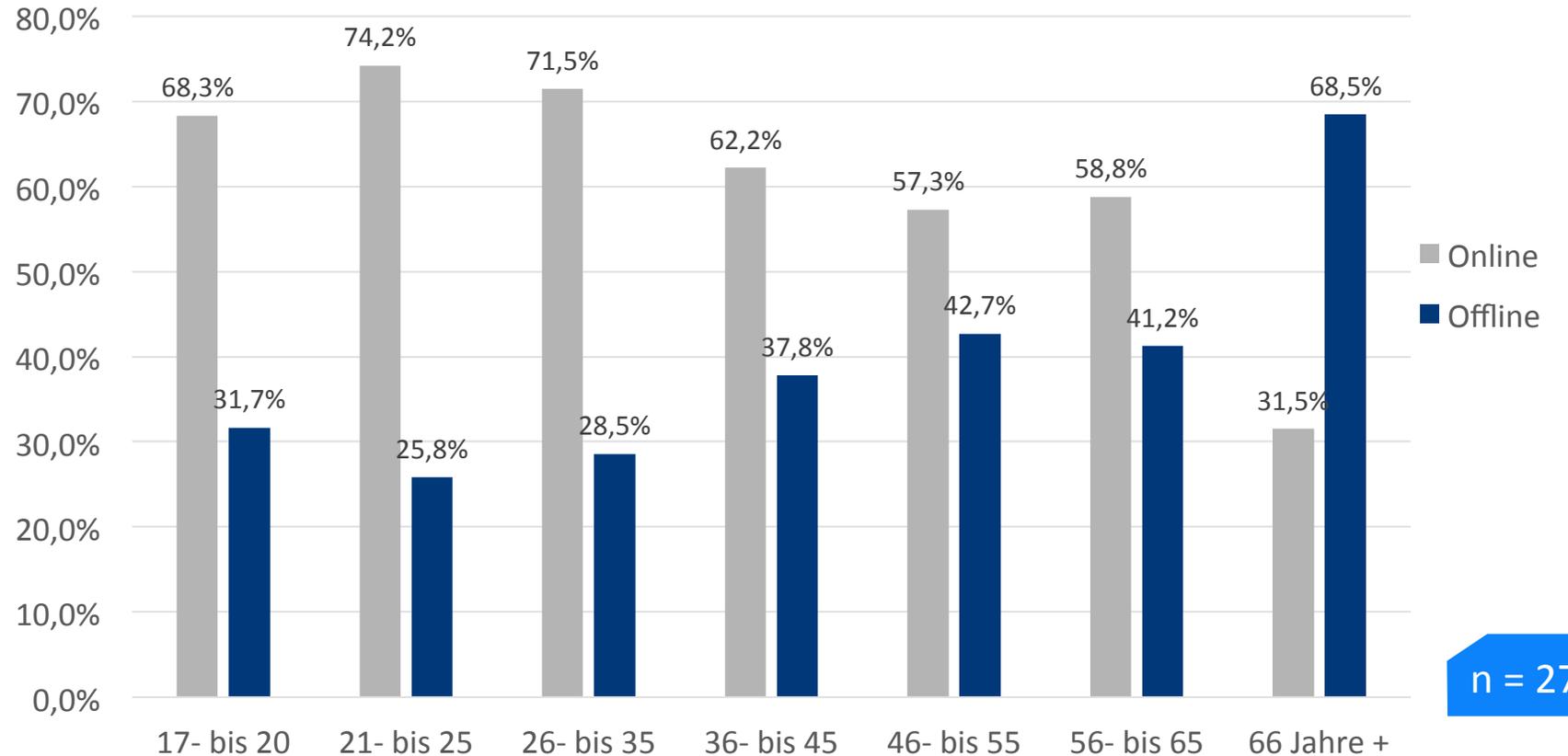
Vor der Buchung



n = 2848

Welcher Bereich war für Ihre letzte Reise entscheidend? Analyse nach Altersklassen

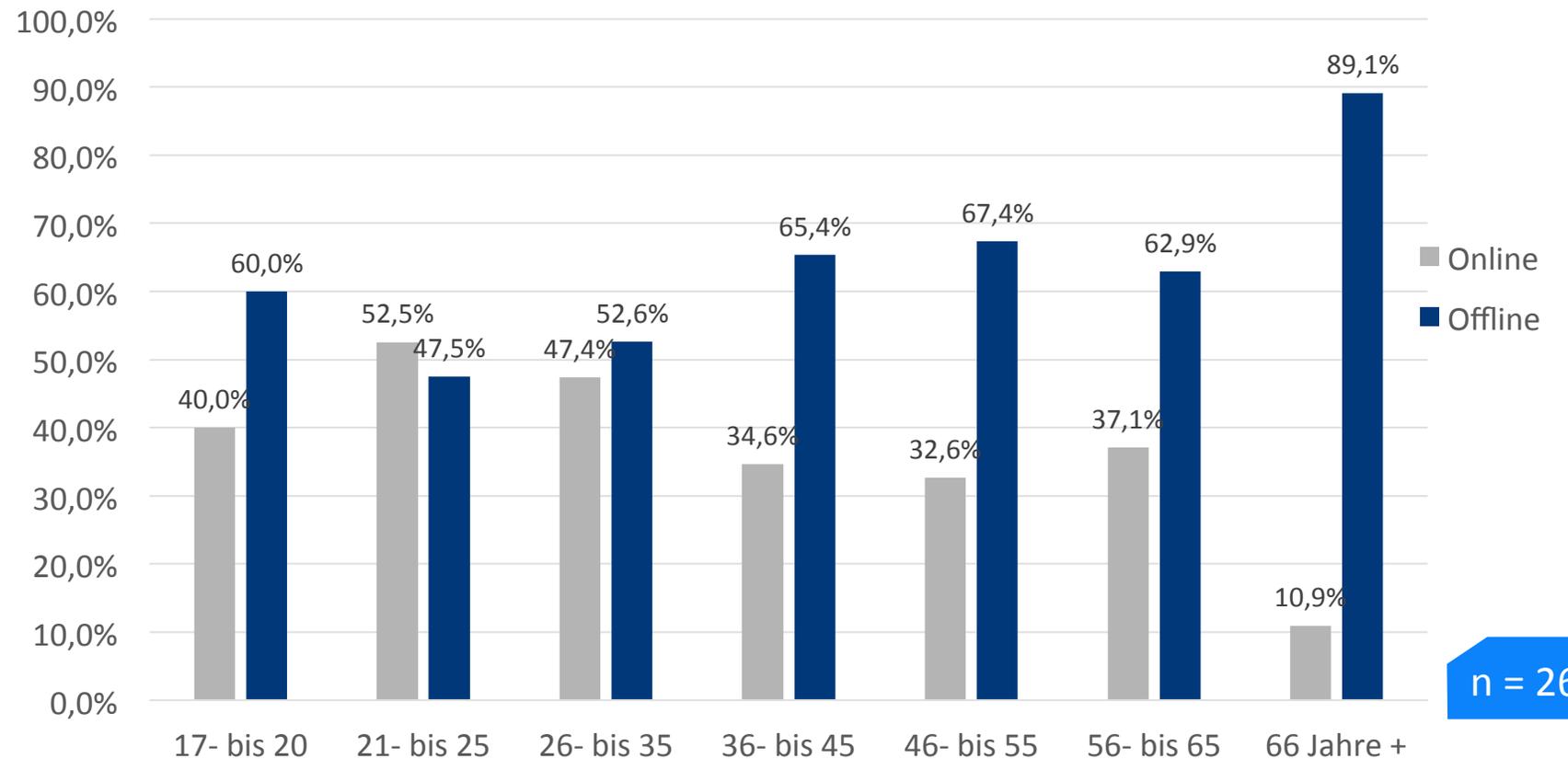
Während der Buchung



n = 2752

Welcher Bereich war für Ihre letzte Reise entscheidend? Analyse nach Altersklassen

Nach der Buchung

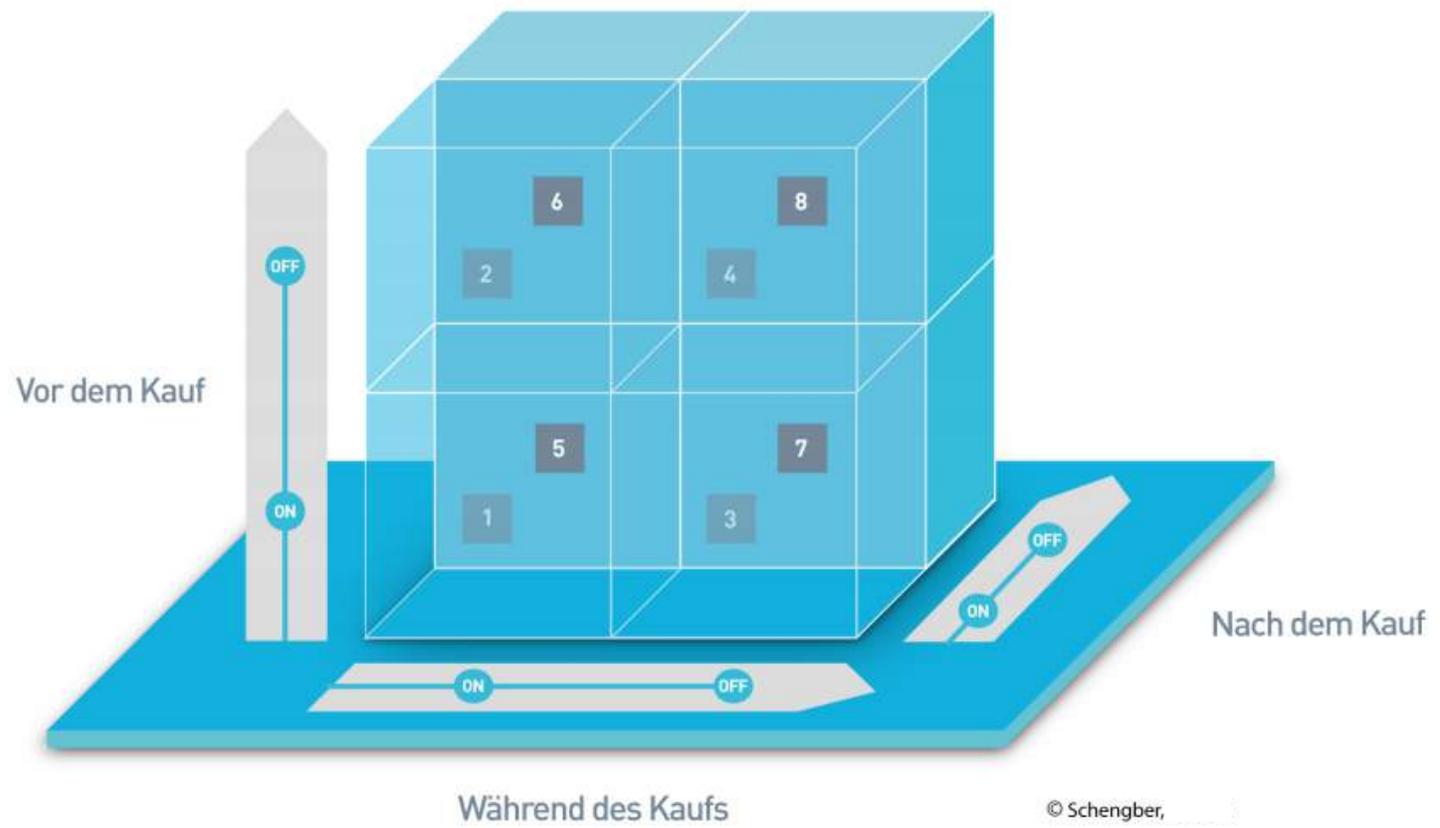


n = 2692

Kaufwürfel

Welcher Bereich war für Ihre letzte Reise entscheidend?

Vor der Buchung (Inspiration, Information), während der Buchung (Angebotsvergleich, Buchung),
nach der Reise (Erfahrungsberichte, Bewertungen)



Kaufwürfel im Tourismus

Welcher Bereich war für Ihre letzte Reise entscheidend?

Vor der Buchung (Inspiration, Information), während der Buchung (Angebotsvergleich, Buchung), nach der Reise (Erfahrungsberichte, Bewertungen)

- 1 **27,3%**
- 2 5,9%
- 3 4,8%
- 4 2,7%
- 5 21,4%
- 6 9,8%
- 7 7,7%
- 8 20,4%



n = 2612

© Schengber, 11/2016

Kaufwürfel im Tourismus

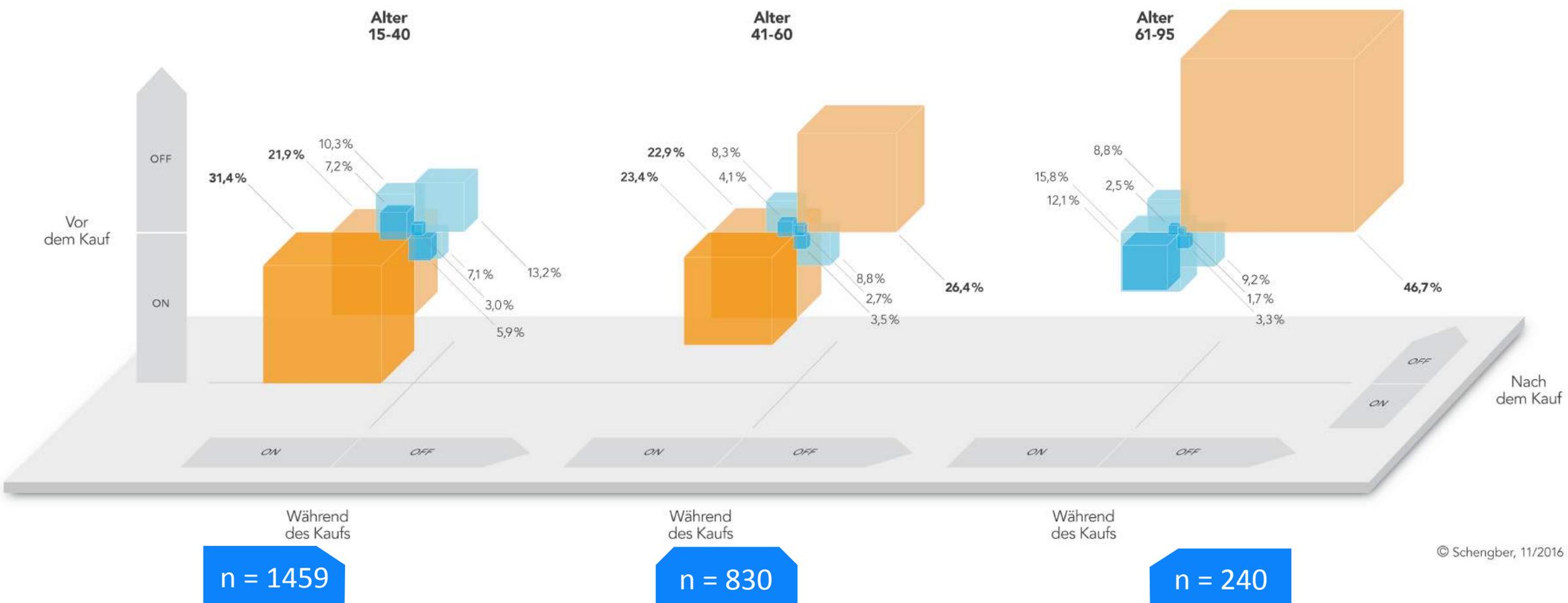


n = 1459

n = 1070

© Schengber, 11/2016

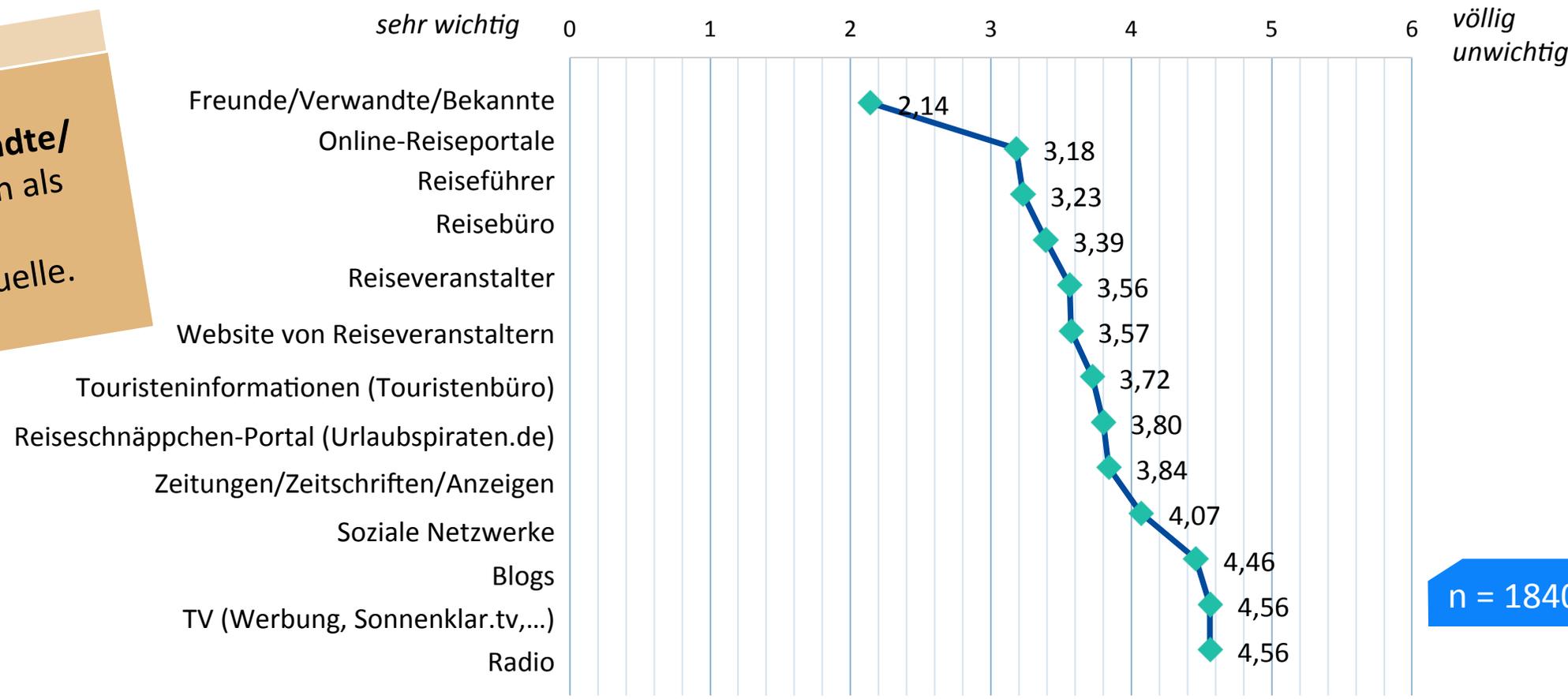
Kaufwürfel im Tourismus



© Schengber, 11/2016

Wie wichtig sind Ihnen folgende Quellen bei der Informationsbeschaffung?

**Freunde/Verwandte/
Bekannte** gelten als
wichtigste
Informationsquelle.



n = 1840

Wie wichtig sind Ihnen folgende Quellen bei der Informationsbeschaffung? Unterschiede zwischen Männern und Frauen

Keine großen Unterschiede zwischen Männern und Frauen.

Ranking

Männer		
Rang	Quelle	Mittelwert
1.	Freunde/Bekannte/Verwandte	2,24
2.	Online-Reiseportale	3,25
3.	Reiseführer	3,34
4.	Reisebüro	3,43
5.	Reiseveranstalter	3,58

Frauen		
Rang	Quelle	Mittelwert
1.	Freunde/Bekannte/Verwandte	2,05
2.	Online-Reiseportale	3,11
3.	Reiseführer	3,14
4.	Reisebüro	3,34
5.	Reiseveranstalter / Website von Reiseveranstaltern	3,53

n = 905

n = 935

1 = sehr wichtig, ... , 7 = völlig unwichtig

Welche Informationsquellen sind am wichtigsten?

Online-Bereich vor der Buchung entscheidend

- Freunde/Bekannte/Verwandte – Mittelwert 2,13
- Online-Reiseportale – Mittelwert 2,74



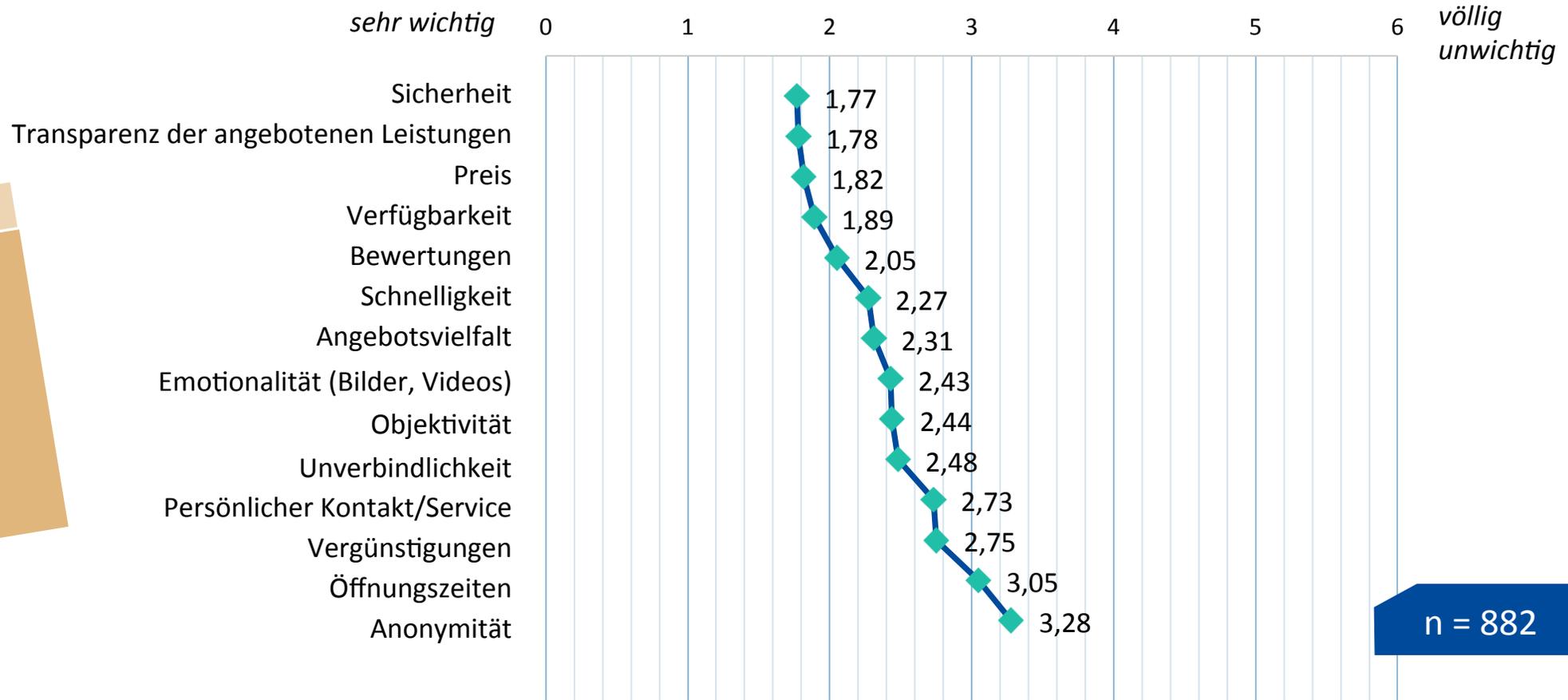
Offline-Bereich vor der Buchung entscheidend

- Freunde/Bekannte/Verwandte – Mittelwert 2,07
- Reisebüro – Mittelwert 3,0



Wie wichtig sind Ihnen folgende Kriterien vor der Buchung?

Sicherheit, Transparenz und Preis sind wichtige Kriterien vor der Buchung.



Wie wichtig sind Ihnen folgende Kriterien vor der Buchung? Unterschiede zwischen Männern und Frauen

Ranking

Männer		
Rang	Kriterium	Mittelwert
1.	Transparenz der angebotenen Leistungen	1,81
2.	Sicherheit	1,88
3.	Preis	1,92
4.	Verfügbarkeit	1,96
5.	Bewertungen	2,10

Frauen		
Rang	Kriterium	Mittelwert
1.	Sicherheit	1,68
2.	Preis	1,73
3.	Transparenz der angebotenen Leistungen	1,74
4.	Verfügbarkeit	1,83
5.	Bewertungen	2,02

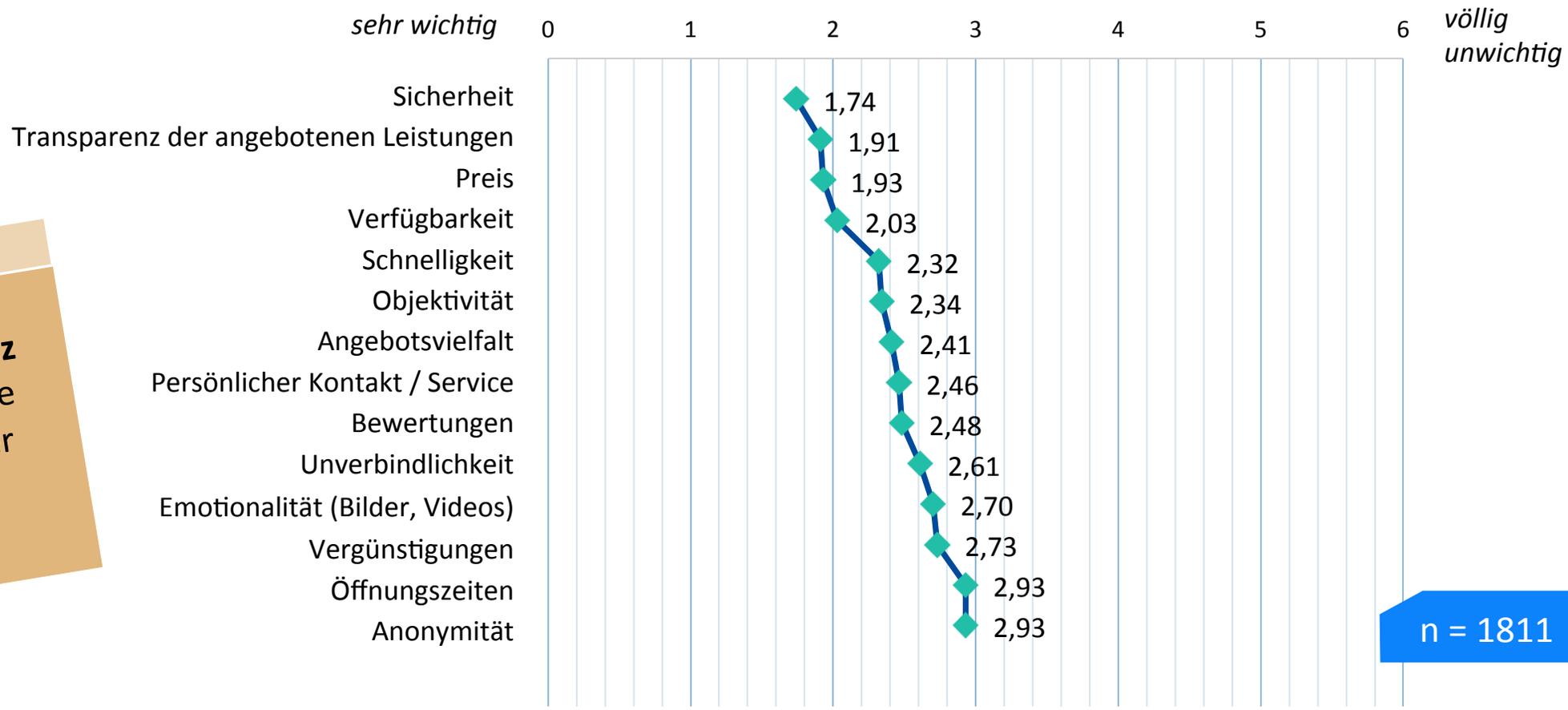
n = 384

n = 498

1 = sehr wichtig, ... , 7 = völlig unwichtig

Wie wichtig sind Ihnen folgende Kriterien während der Buchung / Kauf?

Sicherheit, Transparenz und Preis sind wichtige Kriterien während der Buchung



n = 1811

Wie wichtig sind Ihnen folgende Quellen während der Buchung? Unterschiede zwischen Männern und Frauen

Ranking

Männer		
Rang	Kriterium	Mittelwert
1.	Sicherheit	1,88
2.	Transparenz der angebotenen Leistungen	1,97
3.	Preis	2,08
4.	Verfügbarkeit	2,12
5.	Objektivität	2,33

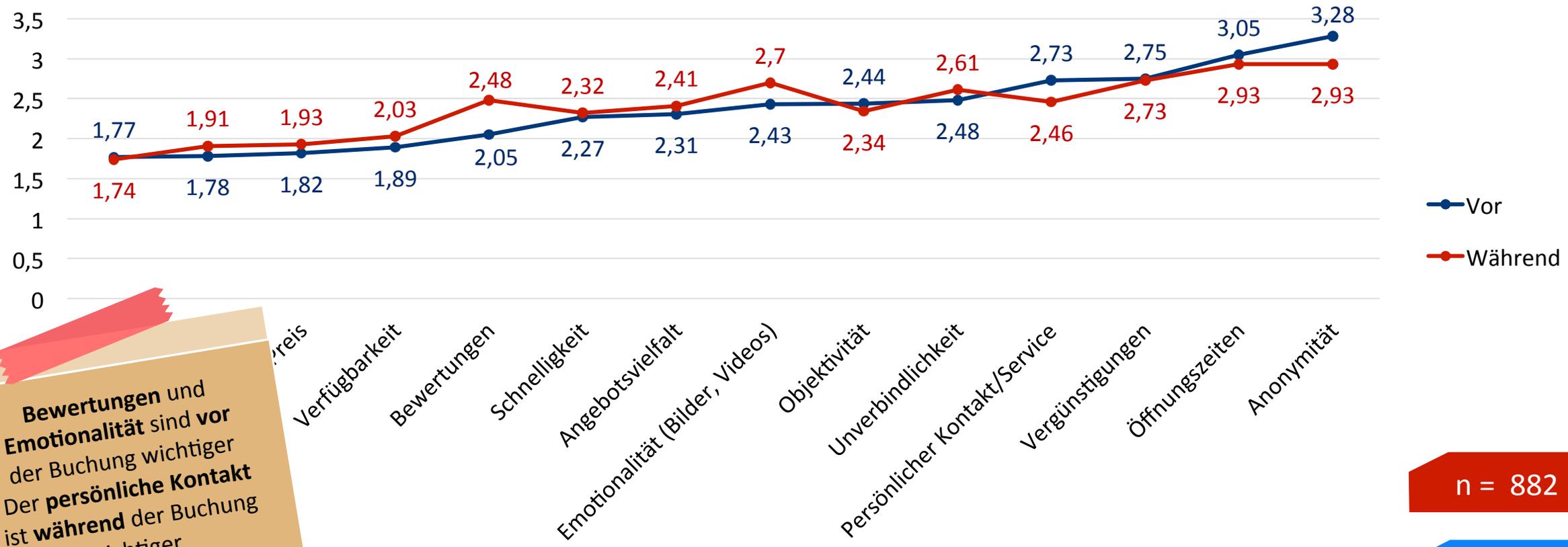
Frauen		
Rang	Kriterium	Mittelwert
1.	Sicherheit	1,62
2.	Preis	1,79
3.	Transparenz der angebotenen Leistungen	1,84
4.	Verfügbarkeit	1,94
5.	Schnelligkeit	2,22

n = 894

n = 917

1 = sehr wichtig, ... , 7 = völlig unwichtig

Vergleich der Wichtigkeit der Kriterien vor und während der Buchung (Mittelwerte)



- **Bewertungen und Emotionalität** sind vor der Buchung wichtiger

- Der **persönliche Kontakt** ist während der Buchung wichtiger

n = 882

n = 1811

Vergleich der Wichtigkeit der Kriterien vor und während der Buchung (Mittelwerte)

Top 3 der Kriterien VOR:

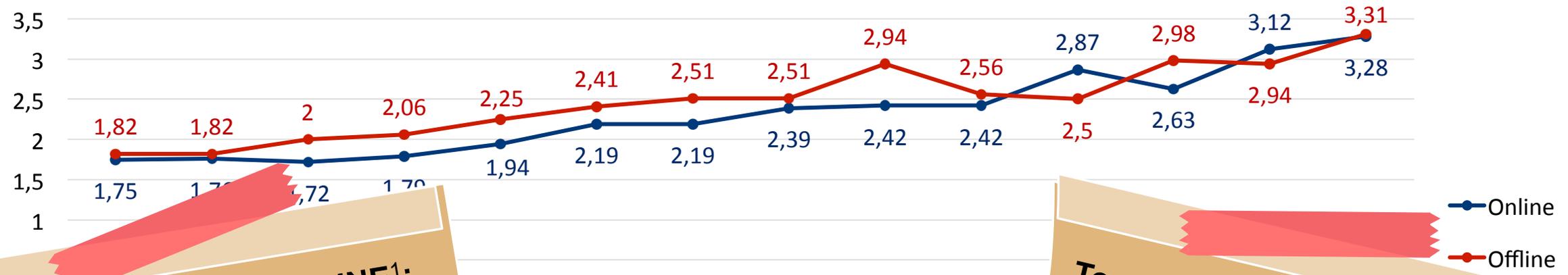
- Sicherheit (55,2%)
- Transparenz der angebotenen Leistungen (51,2%)
- Verfügbarkeit (42,1%)

Top 3 der Kriterien WÄHREND¹:

- Sicherheit (66,1%)
- Preis (52,2%)
- Transparenz der angebotenen Leistungen (51,5%)

¹: Anteil an den Kriterien, die „sehr wichtig“ sind

Vergleich der Wichtigkeit der Kriterien vor der Buchung (Mittelwerte): Online/Offline



Top 3 der Kriterien ONLINE¹:

- Preis (57,8%)
- Sicherheit (54,9%)
- Transparenz der angebotenen Leistungen (53,3%)

Top 3 der Kriterien OFFLINE¹:

- Sicherheit (54,1%)
- Transparenz der angebotenen Leistungen (49,1%)
- Preis (40,1%)

¹: Anteil an den Kriterien, die „sehr wichtig“ sind

Vergleich der Wichtigkeit der Kriterien während der Buchung (Mittelwerte): Online/Offline

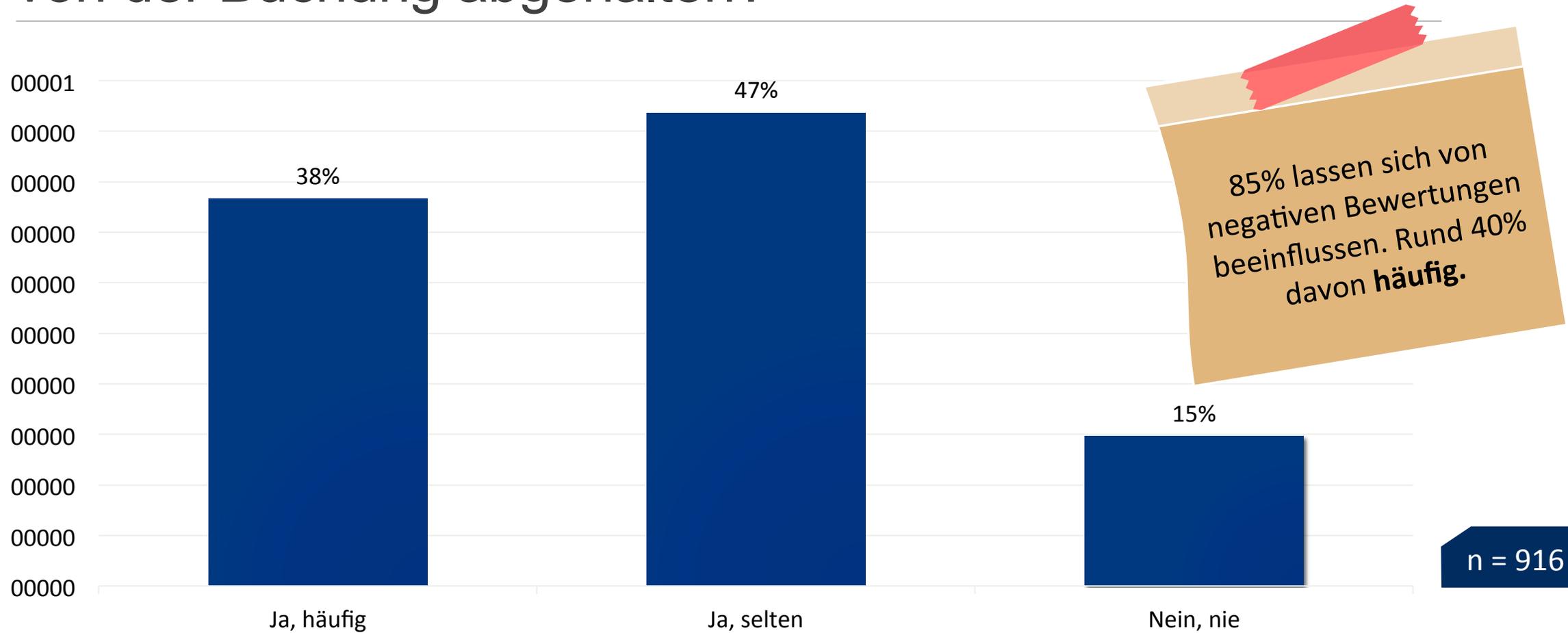


Top 3 der Kriterien ONLINE¹:
 - Sicherheit (63,9%)
 - Preis (57,0%)
 - Transparenz der angebotenen Leistungen (54,2%)

Top 3 der Kriterien OFFLINE¹:
 - Sicherheit (70,1%)
 - Transparenz der angebotenen Leistungen (48,8%)
 - Persönlicher Kontakt (48,6%)

¹: Anteil an den Kriterien, die „sehr wichtig“ sind

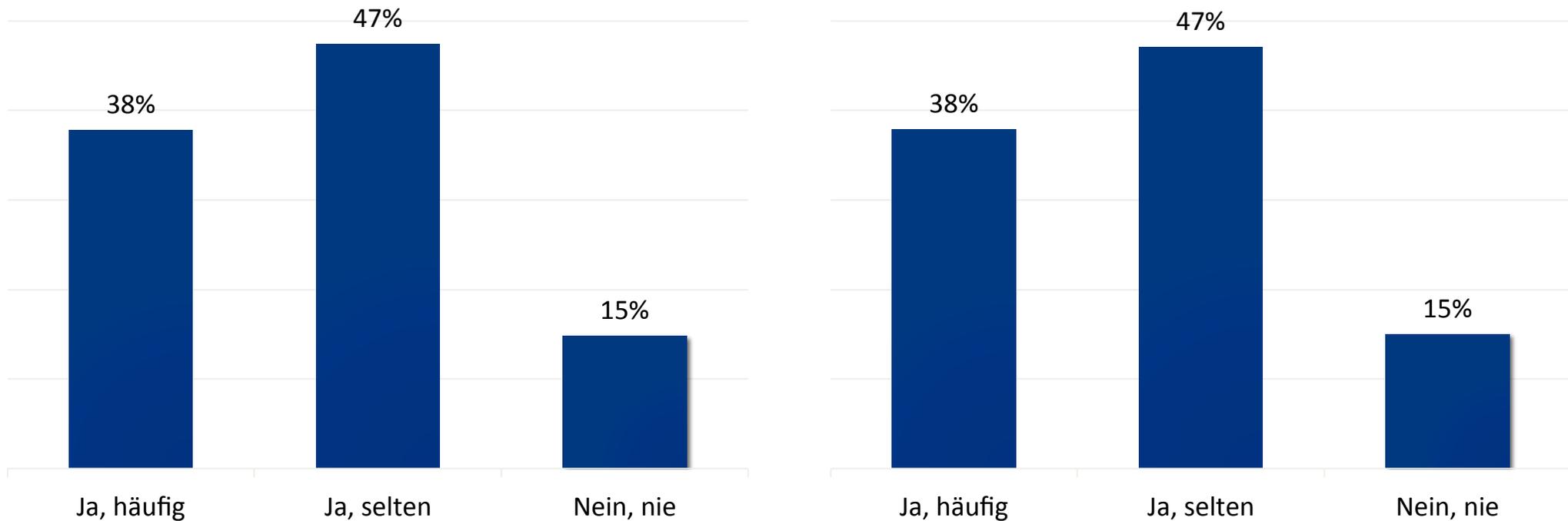
Haben negative Bewertungen Sie schon einmal von der Buchung abgehalten?



Haben negative Bewertungen Sie schon einmal von der Buchung abgehalten?

MÄNNER

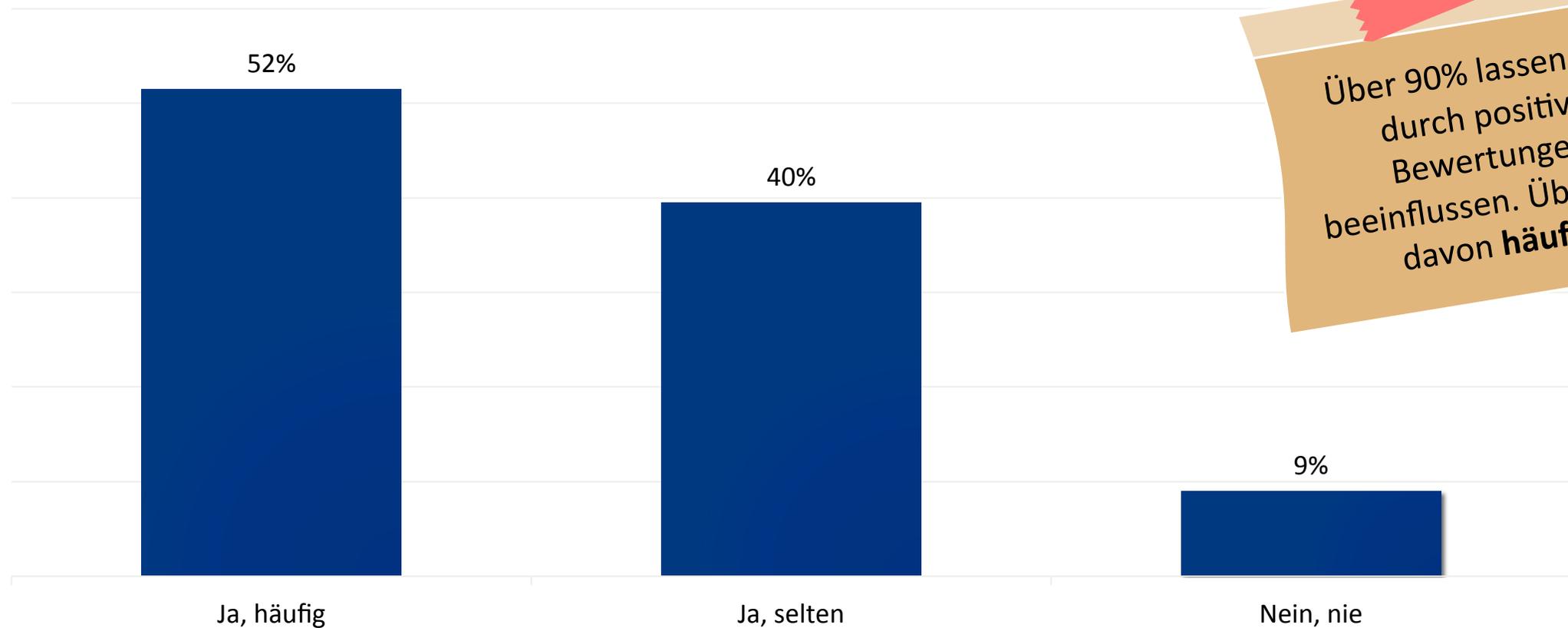
FRAUEN



n = 384

n = 501

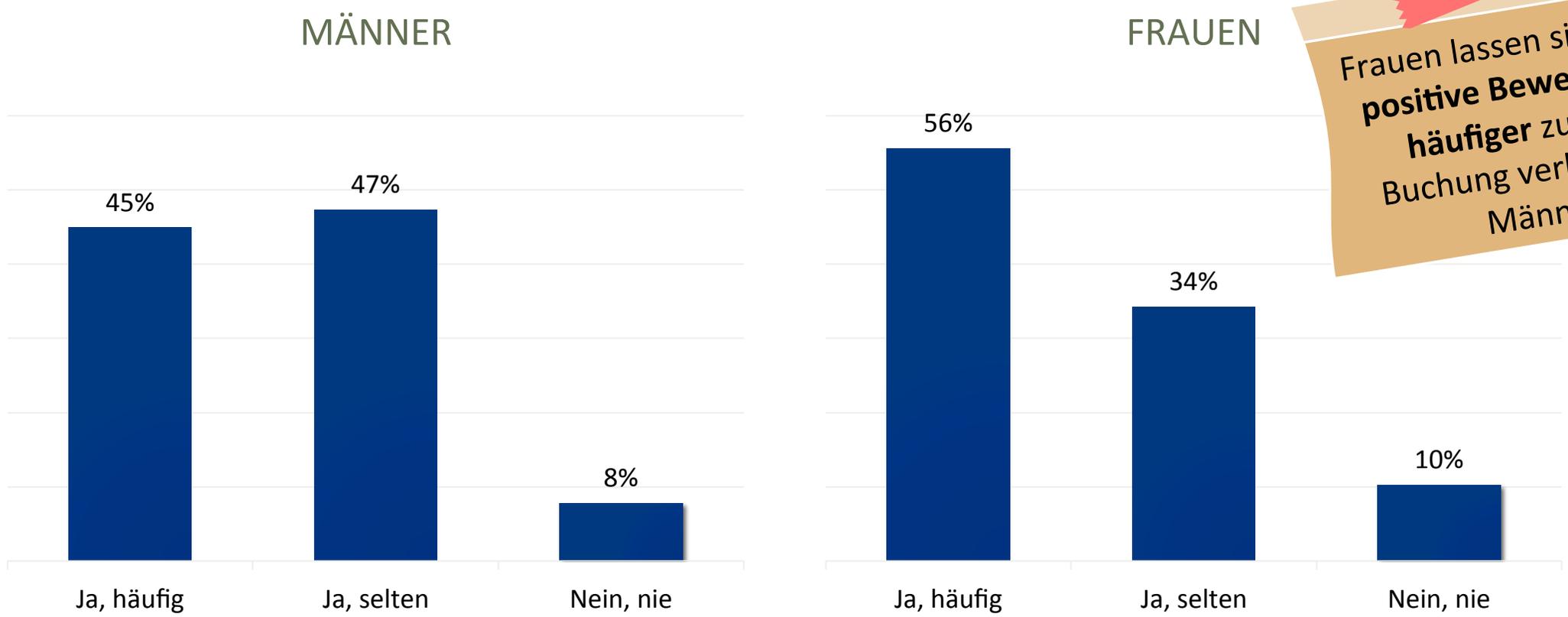
Haben positive Bewertungen Sie schon einmal zu einer Buchung animiert?



Über 90% lassen sich durch positive Bewertungen beeinflussen. Über 50% davon **häufig**.

n = 914

Haben positive Bewertungen Sie schon einmal zu einer Buchung animiert?



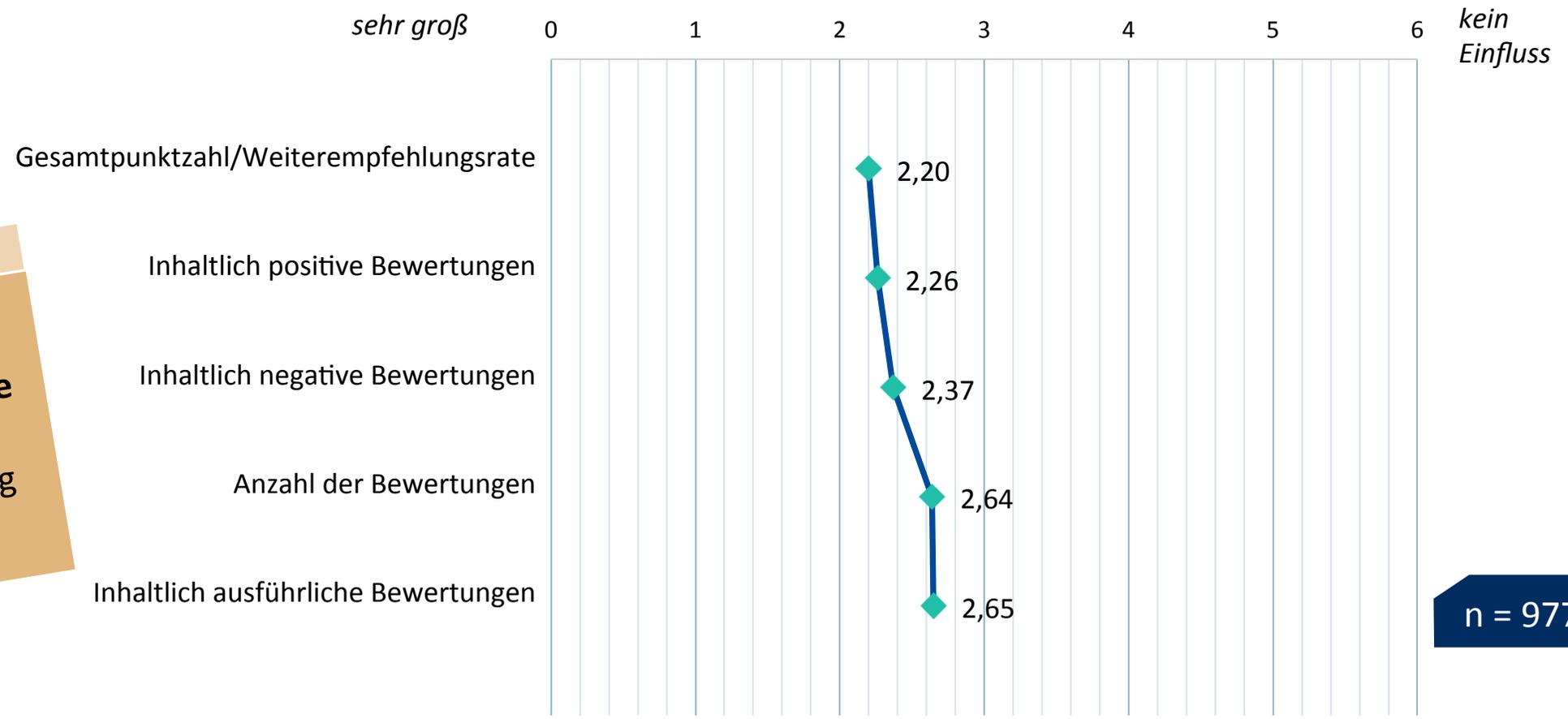
Frauen lassen sich durch positive Bewertungen häufiger zu einer Buchung verleiten als Männer

n = 383

n = 500

Wie groß ist der Einfluss folgender Bewertungskriterien auf Ihre Buchungsentscheidung?

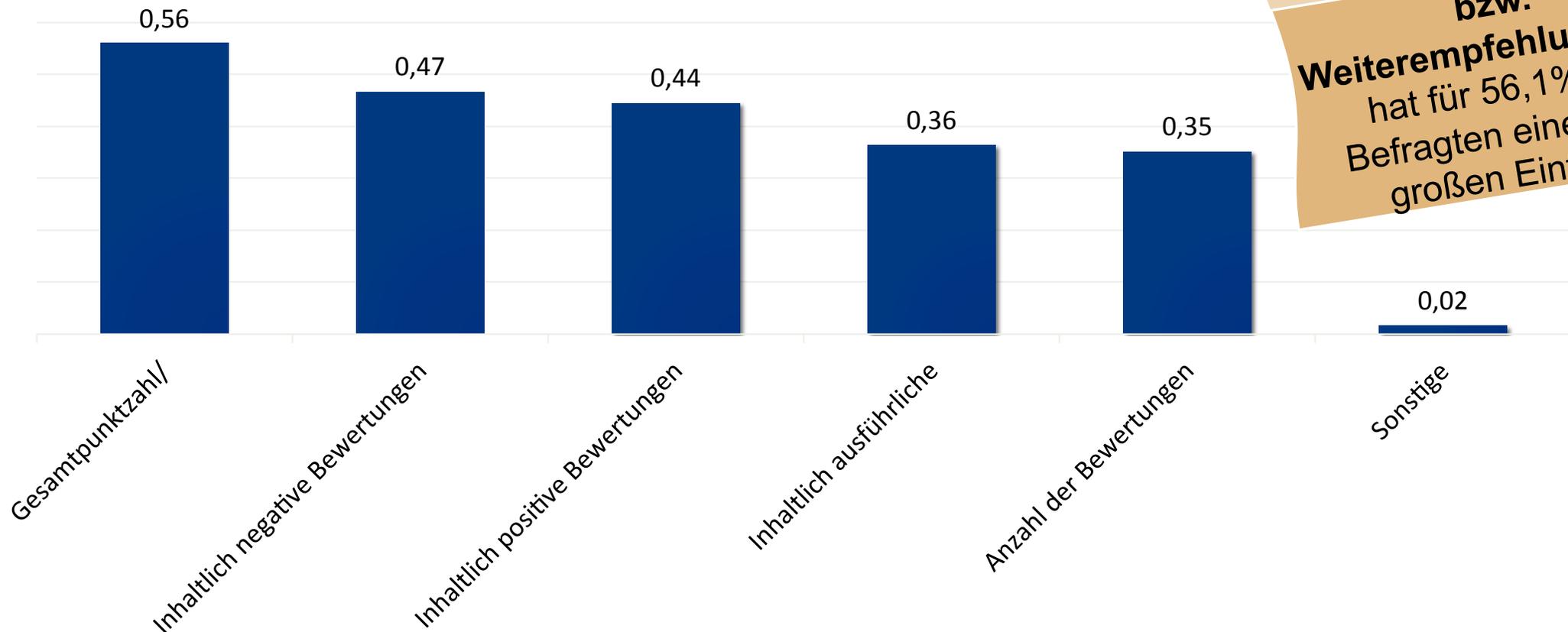
Die **Gesamtpunktzahl/ Weiterempfehlungsrate** beeinflusst die Buchungsentscheidung am stärksten.



n = 977

Wie groß ist der Einfluss folgender Bewertungskriterien auf Ihre Buchungsentscheidung?

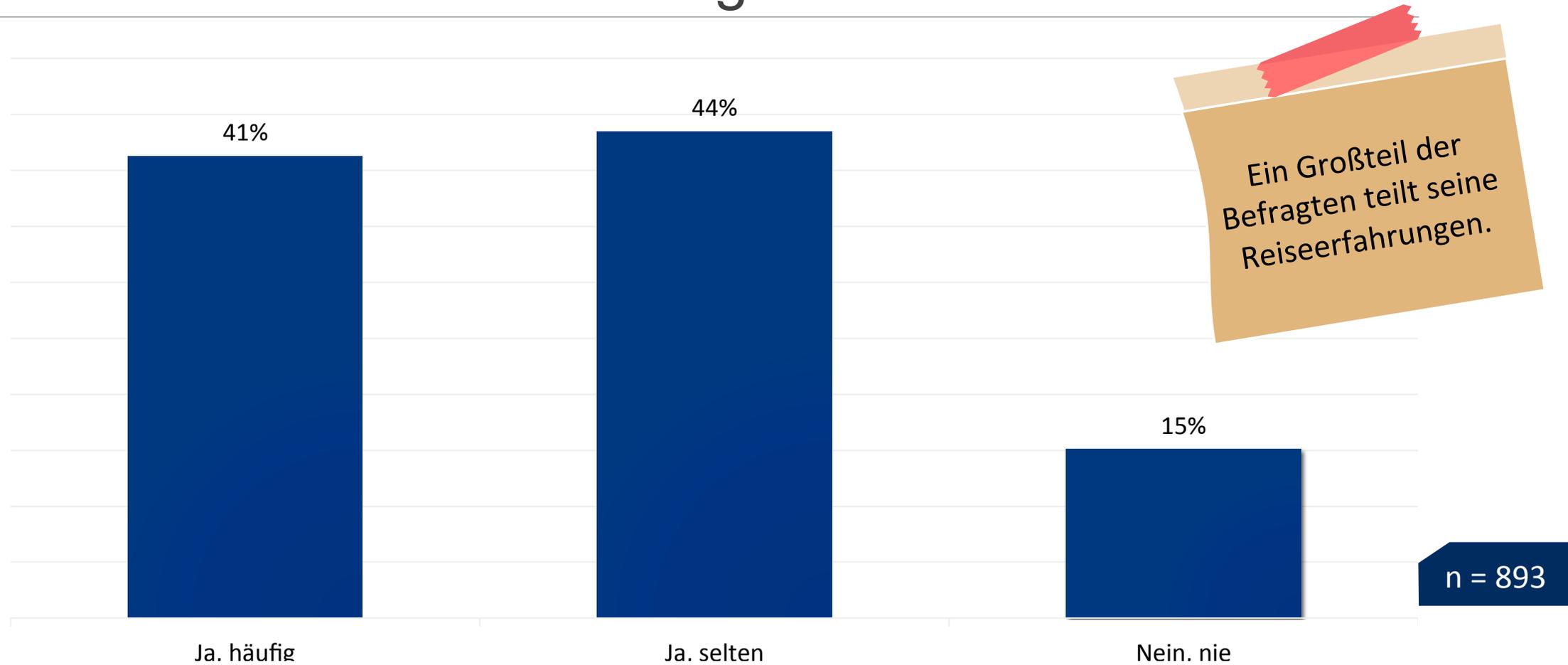
Kriterien, die einen „sehr großen“ Einfluss haben



bzw.
Weiterempfehlungsrate
hat für 56,1% der
Befragten einen sehr
großen Einfluss.

n = 977

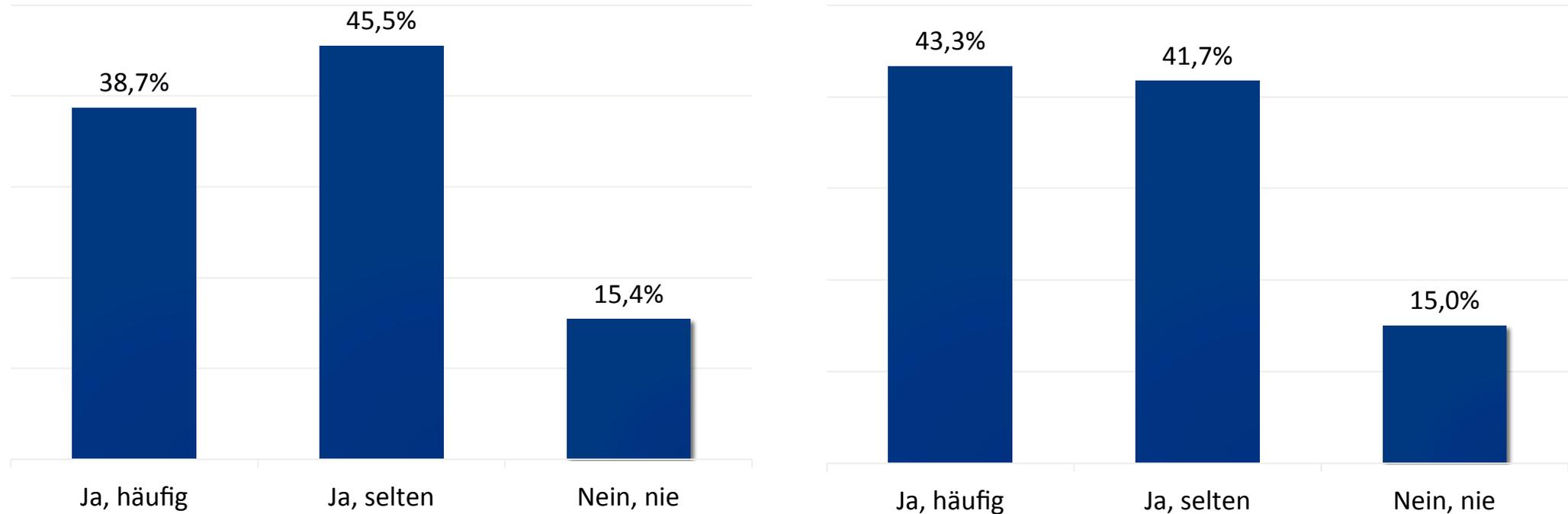
Teilen Sie Ihre Reise-Erfahrungen?



Teilen Sie Ihre Reise-Erfahrungen?

MÄNNER

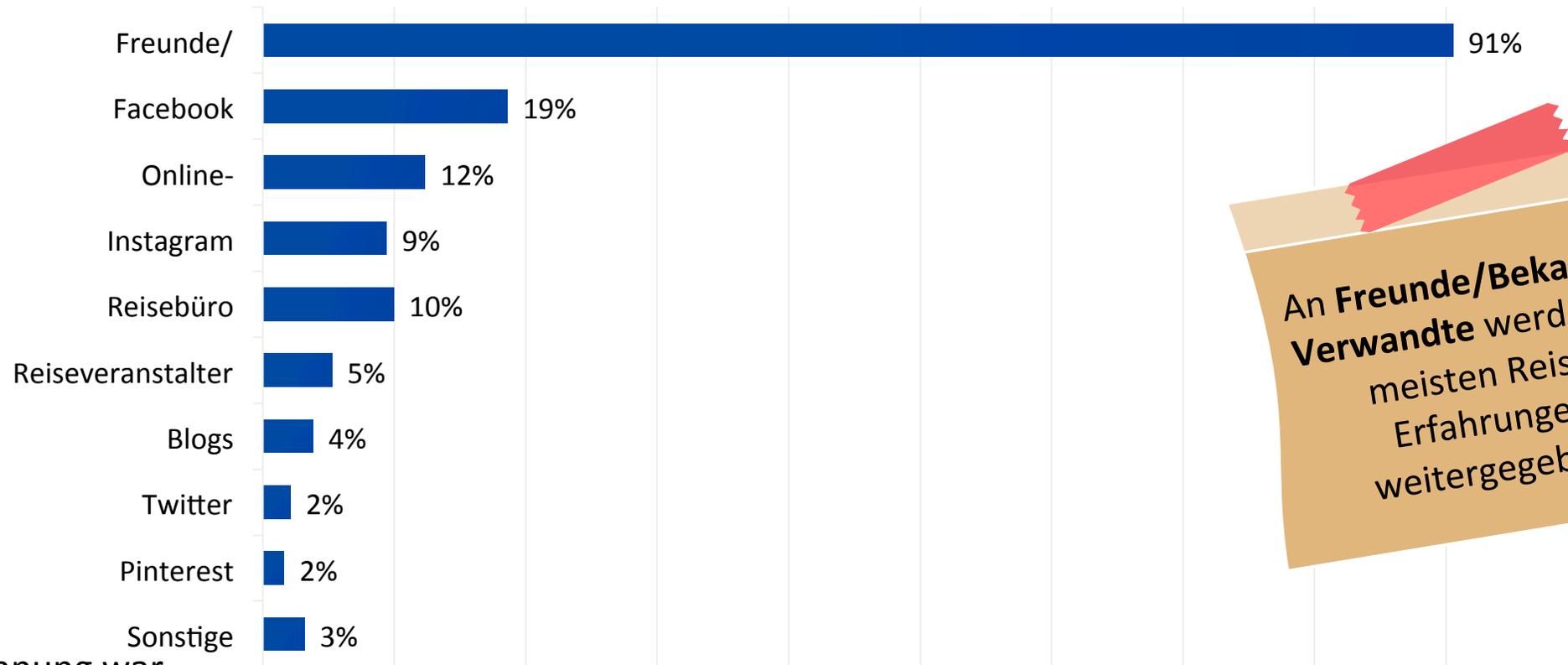
FRAUEN



n = 382

n = 501

Wenn ja, wo teilen Sie Ihre Reise-Erfahrungen?



An Freunde/Bekannte/
Verwandte werden die
meisten Reise-
Erfahrungen
weitergegeben.

n = 1679

Mehrfachnennung war
möglich (2631 Antworten)

Wo werden Reiseerfahrungen geteilt?

Teilen Sie Ihre Reiseerfahrung? → **Ja, häufig**

Wo teilen Sie ihre Reiseerfahrungen?



45 %



15 %



10 %

Online-Reiseportale	9,5%
Reisebüro	6,3%
Reiseveranstalter	4,4%
Blogs	4,0%
Twitter	2,5%
Pinterest	1,8%
Sonstige	1,6%

n = 364

Mehrfachnennung war möglich (733 Antworten)

Wo werden Reiseerfahrungen geteilt?

Teilen Sie Ihre Reiseerfahrung? → **Ja, selten**

Wo teilen Sie ihre Reiseerfahrungen?



45,9 %



15 %



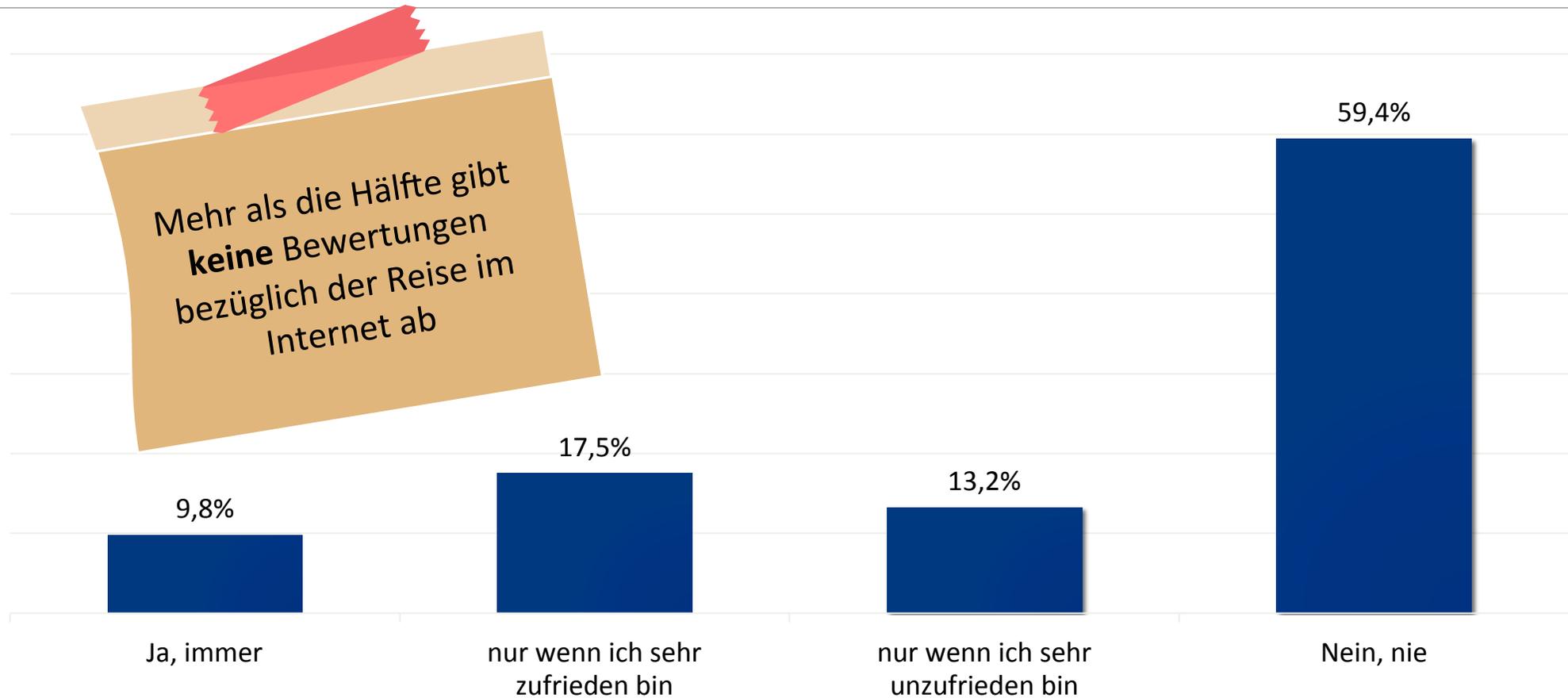
11,7 %

Instagram	8,9%
Reisebüro	7,4%
Reiseveranstalter	3,6%
Blogs	2,4%
Twitter	1,3%
Pinterest	0,8%
Sonstige	2,8%

n = 387

Mehrfachnennung war möglich (741 Antworten)

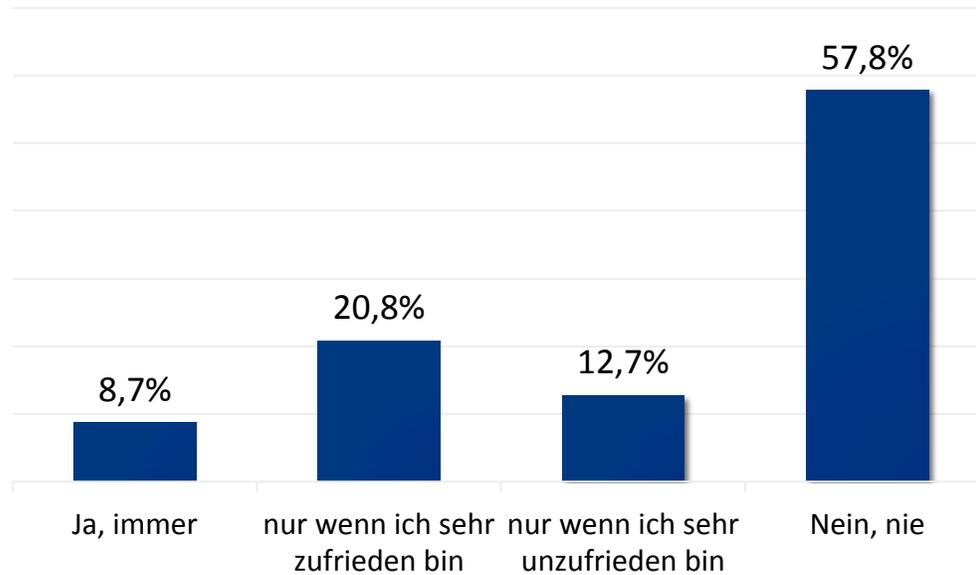
Bewerten Sie Ihren Urlaub nach der Reise im Internet?



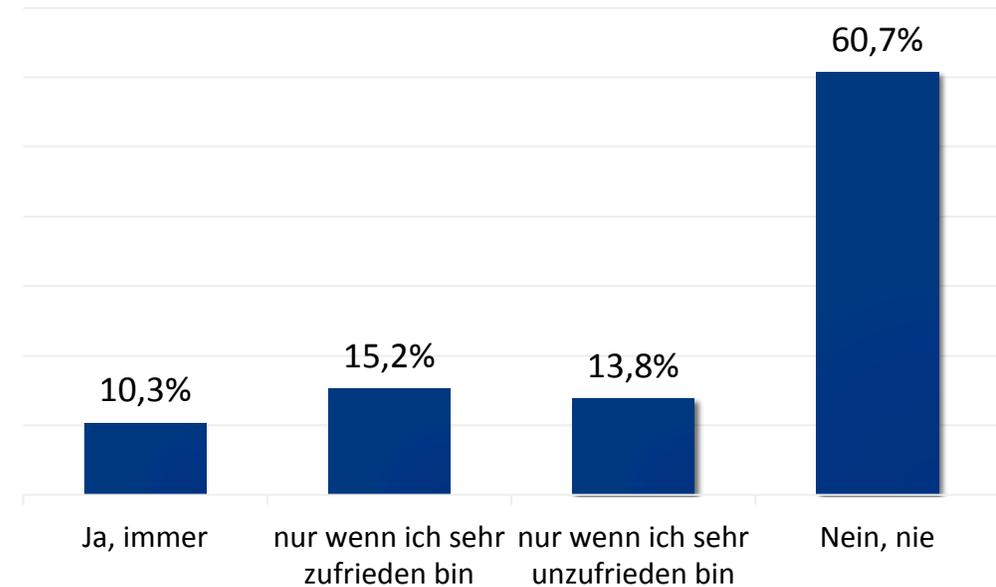
n = 884

Bewerten Sie Ihren Urlaub nach der Reise im Internet?

MÄNNER



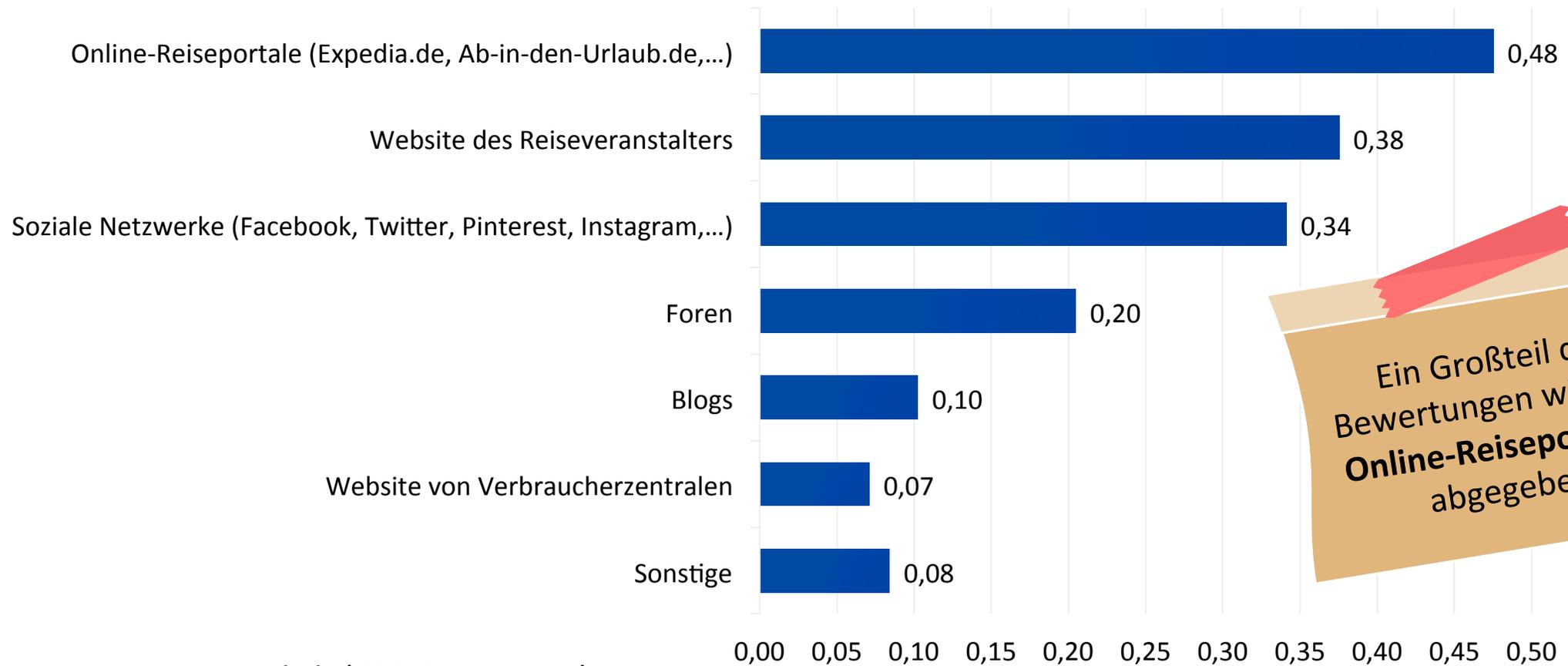
FRAUEN



n = 379

n = 494

Wenn ja, welche dieser Medien nutzen Sie, um eine Bewertung abzugeben?



Mehrfachnennung war möglich (630 Antworten)

Wo bewerten Sie Ihre Reise im Internet?

Bewerten Sie Ihre Reise im Internet? → **Ja, immer**

Wo bewerten Sie Ihre Reise?

Online-Reiseportale	28,2%
Website des Reiseveranstalters	22,8%
Soziale Netzwerke	18,1%
Foren	12,1%
Blogs	9,4%
Website von Verbraucherzentralen	4,7%
Sonstige	4,7%



n = 149

Mehrfachnennung war möglich (149 Antworten)

Wo bewerten Sie Ihre Reise im Internet?

Bewerten Sie Ihre Reise im Internet? → **Nur wenn ich sehr zufrieden bin**

Wo bewerten Sie Ihre Reise?

Online-Reiseportale	25,6%
Website des Reiseveranstalters	22,8%
Soziale Netzwerke	22,4%
Foren	14,0%
Blogs	6,0%
Website von Verbraucherzentralen	4,4%
Sonstige	4,8%



n = 250

Mehrfachnennung war möglich (250 Antworten)

Wo bewerten Sie Ihre Reise im Internet?

Bewerten Sie Ihre Reise im Internet? → **Nur wenn ich sehr unzufrieden bin**

Wo bewerten Sie Ihre Reise?

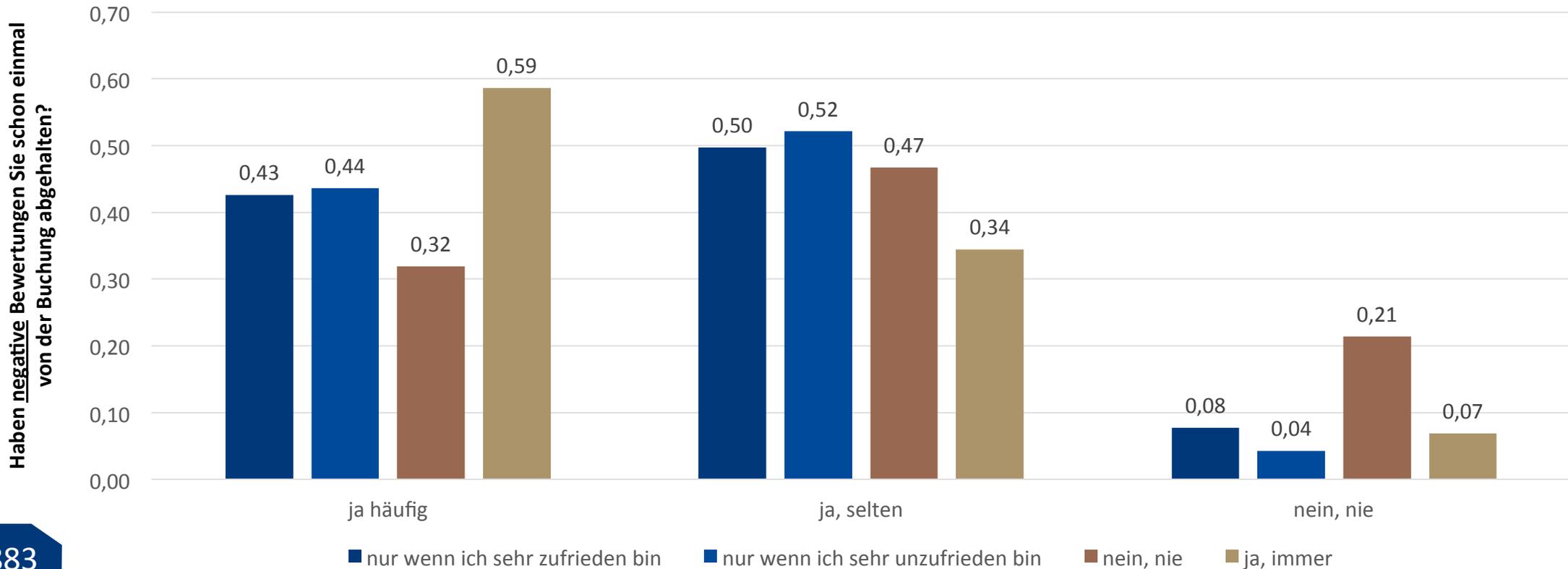
Online-Reiseportale	34,1%
Website des Reiseveranstalters	22,2%
Soziale Netzwerke	18,6%
Foren	12,0%
Blogs	5,4%
Website von Verbraucherzentralen	4,2%
Sonstige	3,6%



n = 167

Mehrfachnennung war möglich (167 Antworten)

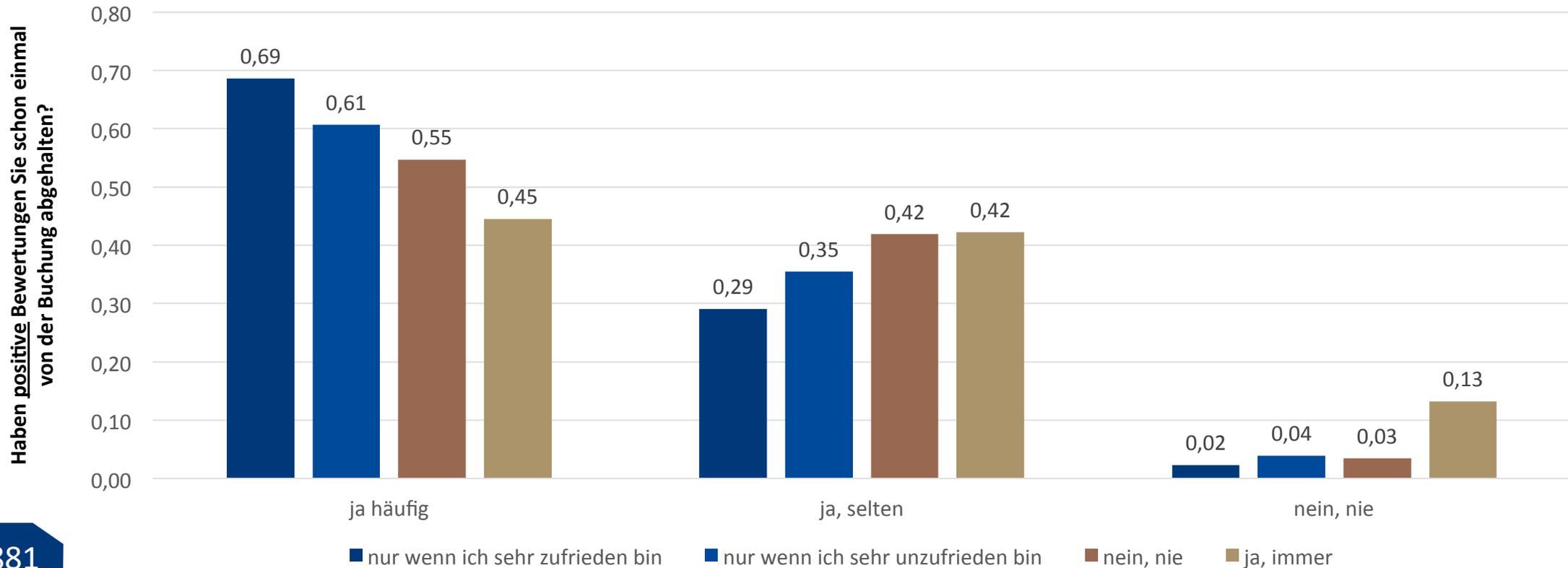
Der Einfluss von Bewertungen auf das eigene Bewertungsverhalten (1)



n = 883

Bewerten Sie Ihren Urlaub nach der Reise im Internet?

Der Einfluss von Bewertungen auf das eigene Bewertungsverhalten (2)



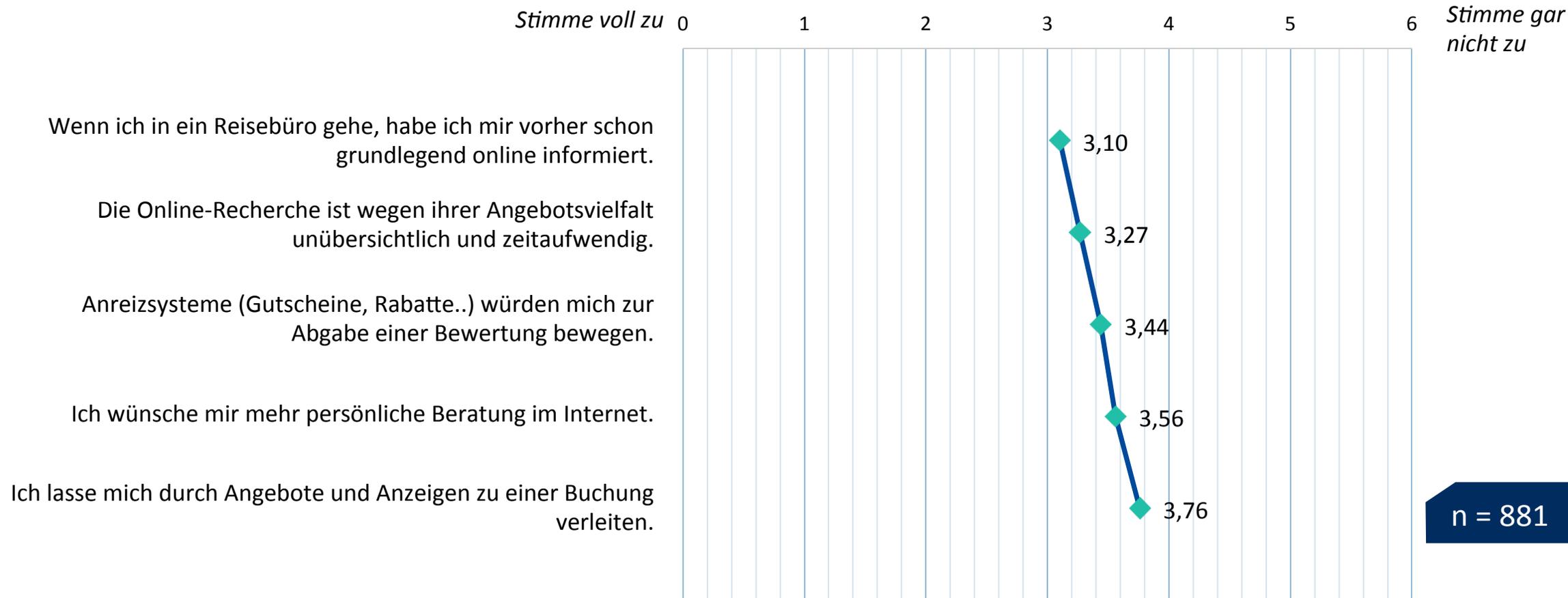
n = 881

Bewerten Sie Ihren Urlaub nach der Reise im Internet?

Wie häufig nutzen Sie Ihr Smartphone bei der Reiseplanung?

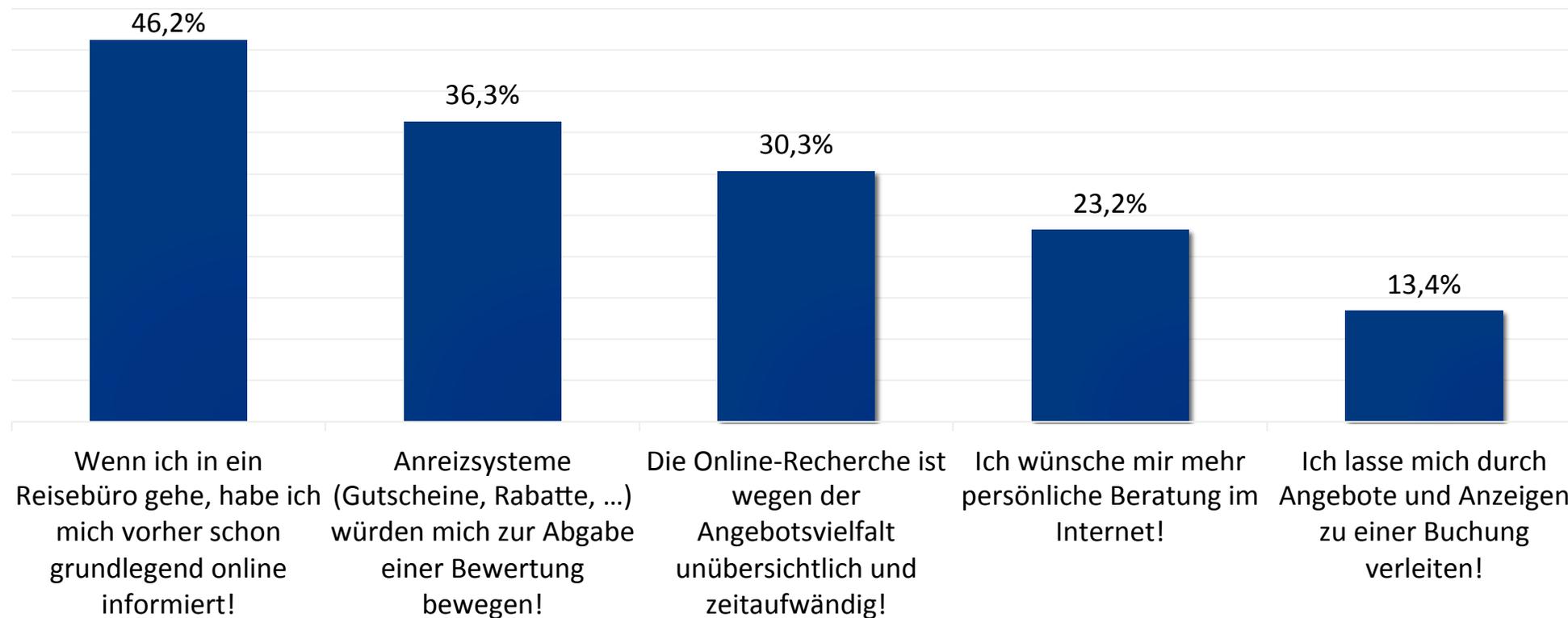


Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu?



Inwieweit stimmen Sie folgenden Aussagen zu?

Anteil an den Befragten, die den Aussagen „voll zustimmen“



n = 469

Was gefällt Ihnen nicht bei der Buchung im Reisebüro?

Offene Fragestellung



Zu hohe Kosten/Preis	→ 26,64%
Zu hoher Zeitaufwand	→ 21,28%
Angebotsqualität	→ 13,84%
Schlechte Beratung	→ 11,42%
Manipulation / fehlende Objektivität	→ 11,25%
Fehlende Flexibilität	→ 7,79%
Verpflichtung	→ 6,06%
Informationsproblem	→ 1,73%

n = 578

Was gefällt Ihnen nicht bei der Buchung im Internet?

Offene Fragestellung



Fehlende Beratung	→ 20,42%
Fehlende Transparenz	→ 19,67%
(Daten-) Unsicherheit, Verfügbarkeit	→ 15,43%
Unübersichtlichkeit	→ 13,77%
Anonymität / Unpersönlichkeit	→ 8,17%
Angebotsüberschuss	→ 7,72%
Hoher Zeitaufwand	→ 6,66%
Fehlende Ansprechpartner	→ 6,20%
Werbung	→ 1,06%
Technische Probleme	→ 0,91%

n = 661

Fazit

VOR der Buchung



Die Bewertungen haben einen hohen Stellenwert

WÄHREND der Buchung



Der persönliche Kontakt ist besonders wichtig

NACH der Buchung



Der Bereich Offline ist häufig entscheidend