

## Reiseanalyse RA 2018: Kurzinformation zu den Modulen

### Inspiration und Information

Touchpoints der Kunden auf der Customer Journey

Preis:  
€ 5.500,- zzgl. MwSt.

Anbieter im Tourismus nutzen unterschiedliche Marketinginstrumente (online und offline) in ihrer Werbung und Kundenkommunikation. Dies sind die Berührungspunkte der Anbieter mit dem Kunden auf dessen Customer Journey bis zur Buchung einer Reise. Das Modul untersucht, welche dieser Instrumente vom Kunden bewusst als Inspirationsquelle wahrgenommen werden und welche zur aktiven Information für die Reise dienen. Darüber hinaus soll beleuchtet werden, für welche Phase der Customer Journey die einzelnen Instrumente vom Kunden genutzt werden.

- ▶ Welche Marketinginstrumente nimmt der Kunde bewusst als Inspirationsquelle bei der Wahl des Reiseziels wahr? Welche Online- und Offline-Medien dienen der aktiven Information für konkrete Aspekte des Urlaubs (z.B. Unterkunft, Anreise, Aktivitäten)? Was hat sich daran in den letzten Jahren verändert?
- ▶ Wer nutzt welche Instrumente und welche Unterschiede gibt es in Abhängigkeit vom Reiseverhalten?
- ▶ In welcher Phase der Customer Journey werden die einzelnen Instrumente durch den Kunden genutzt?

### Preis und Qualität

Was steht bei Urlaubsreisen im Vordergrund?

Preis:  
€ 5.500,- zzgl. MwSt.

Preis und Qualität sind wesentliche Orientierungspunkte bei der Urlaubsentscheidung und ein viel diskutiertes Thema. Die Suche nach der optimalen Marktstrategie zur Positionierung des eigenen Produkts/der eigenen Destination steht im Mittelpunkt der Anstrengungen fast aller Wettbewerber. Das Modul greift diese Diskussion auf, indem es unter anderem verschiedene Käufertypen identifiziert und analysiert.

- ▶ Wie groß sind die Marktsegmente einzelner Käufertypen, d. h. wie viele Deutsche sehen sich eher als Billigtourist, Preisorientierte, Qualitätsorientierte oder Luxusurlauber?
- ▶ Wer steckt hinter diesen Käufertypen? Wo sind Ihre Kunden in diesem Schema einzuordnen?
- ▶ Was spielte bei den Urlaubsreisen 2017 eine größere Rolle: Preis oder Qualität?
- ▶ Inwiefern hat sich die Bedeutung von Preis und Qualität bei Urlaubsreisen in den letzten Jahren verändert?

### Destinationserlebnis

Worauf kommt es den Urlaubern an?

Preis:  
€ 5.500,- zzgl. MwSt.

Die Auswahl des Reiseziels ist für die meisten Deutschen die wichtigste bewusste Entscheidung bei der Urlaubsplanung. Auch der Blick auf Urlaubsmotive und Länderimages zeigt, welchen hohen Stellenwert die Destination beim Urlaubserlebnis hat. Erstmals gehen wir nun mit diesem Modul den Fragen nach, wie die Urlauber ihr Reiseziel erleben möchten und was vor Ort für ein gelungenes Urlaubserlebnis ausschlaggebend ist.

- ▶ Wie stark möchten die Urlauber in das Leben am Urlaubsort eintauchen? Geht es Ihnen darum, das Reiseziel und die Menschen in der Urlaubsregion kennenzulernen und zu erleben? Oder ist man vielleicht distanzierter und möchte lediglich die Attraktionen sehen?
- ▶ Was macht ein gelungenes Destinationserlebnis aus? Woran denkt man im Nachhinein gerne zurück? Sind es eher „harte“ Faktoren, wie natürliche und kulturelle Attraktionen vor Ort oder die touristische Infrastruktur? Oder sind es eher „weiche“ Faktoren wie der Kontakt mit Einheimischen, das Eintauchen in das fremde Leben und die Atmosphäre vor Ort?
- ▶ Welche Unterschiede gibt es zwischen verschiedenen Urlaubertypen, Reisezielen und Reisearten?

## Was sind eigentlich Module?

Module sind **spezielle Themenschwerpunkte**, die das Standardfragenprogramm der Reiseanalyse ergänzen. Die jährlich wechselnden Module behandeln **Themen**, die in enger Abstimmung mit den Nutzern der Untersuchung festgelegt werden.

## Was bekomme ich, wenn ich mich an einem Modul beteilige?

Wer sich an einem Modul beteiligt, enthält sehr spezielle Ergebnisse, die in einem analytischen Bericht dargestellt und durch Tabellen ergänzt werden. Im Berichtsteil werden die Ergebnisse der Modulfragen in Verknüpfung mit den kundenbezogenen Ergebnissen des Grundfragenprogramms dargestellt und analysiert. Der Tabellenteil enthält Ergebnisse für zahlreiche touristische und soziodemografische Zielgruppen und Segmente. Darüber hinaus sind individuelle Tabellen und Auswertungen möglich, auch in Verknüpfung mit Standard- oder Exklusivfragen.

## Auf welchen Daten basiert die Reiseanalyse?

Die Ergebnisse der Module basieren auf den Daten der RA 2018, für die im Januar/Februar 2018 mehr als 7.500 persönliche Interviews durchgeführt werden, und ist repräsentativ für die deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren.

Zusätzlich wird für einige Module die RA *online* genutzt, die mit einer Stichprobe von mind. 2.500 Befragten in einem halbjährlichen Rhythmus durchgeführt wird. Innerhalb eines Zeitraums von zwölf Monaten werden so mind. 5.000 Interviews online erhoben, die repräsentativ für die deutschsprachige Wohnbevölkerung im Alter von 14 bis 70 Jahren sind.

## Voraussetzung für den Bezug der Module

Voraussetzung für den Bezug der Module ist die Grundbeteiligung an der Reiseanalyse RA 2018. Es gelten die Beteiligungsbedingungen der RA 2018.

Bitte beachten Sie auch das detaillierte Modulangebot mit den jeweiligen Modulfragen, das wir Ihnen ab Ende August gerne per E-Mail zusenden.

Stand: 21. August 2017

### Modulthemen der letzten drei Reiseanalysen

RA 2017	Content Marketing	Reiseentscheidung	Urlaub und Wasser
RA 2016	Inspiration & Information: Bewusste Nutzung von Marketinginstrumenten	Image von Reisezielen	Outdoor-Urlaub: Produktanforderungen an Aktivurlaub draußen
RA 2015	Online unterwegs: Mobiles Internet im Urlaub	Gesundheitsorientierter Urlaub: Trends, Produkthanforderungen, Potenziale	Urlaubsmobilität: Alle Verkehrsmittel bei der Anreise und vor Ort

Ansprechpartnerin:  
Bente Grimm, [bente.grimm@reiseanalyse.de](mailto:bente.grimm@reiseanalyse.de)

FUR Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.  
Fleethörn 23 • D - 24103 Kiel • Germany  
Tel.: +49 (0) 431 - 88 88 800 • Fax: +49 (0) 431 - 88 88 679  
E-Mail: [info@reiseanalyse.de](mailto:info@reiseanalyse.de) • Internet: [www.reiseanalyse.de](http://www.reiseanalyse.de)

Vorstand: Guido Wiegand (Vorsitzender), Bernd Fischer (Stellvertr. Vorsitzender),  
Dietlind von Laßberg (Stellvertr. Vorsitzende), Rolf Schrader (Geschäftsführer)

Ust.-IdNr.: DE 20 294 60441