



Urlaubsmatch Ergebnispräsentation

20. Dezember 2022



Studiendesign



Zusammensetzung der Stichprobe



Studienergebnisse



Gründe



Zusammenfassung, Fazit & Ausblick

Methodik

- Online Panelbefragung, Einladung per E-Mail
- Grundgesamtheit: Deutschsprachige Bevölkerung ab 18 bis 79 Jahren

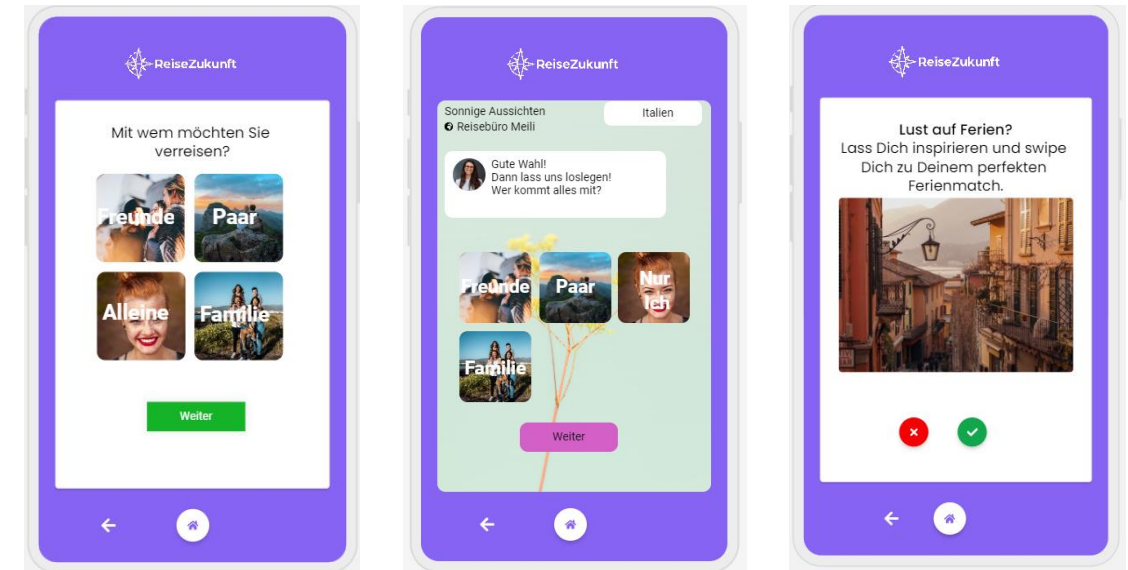
Stichprobe

Die Stichprobe enthält 1099 gültige Interviews. Die Fälle sind bevölkerungsrepräsentativ hinsichtlich der Merkmale Alter, Geschlecht und Bundesland (gegliedert in die Regionen Nord-, Ost-, Süd- und Westdeutschland).

Befragungszeitraum

02.11.2022 bis 13.11.2022

Hinweis: Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in diesem Foliensatz auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Formulierungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

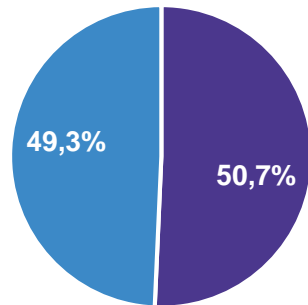


Anmerkungen

Die zugrunde liegende Personenbasis umfasst alle Befragten, sofern nicht anders angegeben. Sofern nicht anders angegeben, sind alle Prozentangaben „gültige Prozent“, d.h. die jeweilige Basis enthält keine Fehlwerte. Bei Fragen mit Mehrfachnennungen beziehen sich die Prozentzahlen auf die Personenbasis („Zahl der gültigen Fälle“). Rundungsbedingte Abweichungen sind möglich.

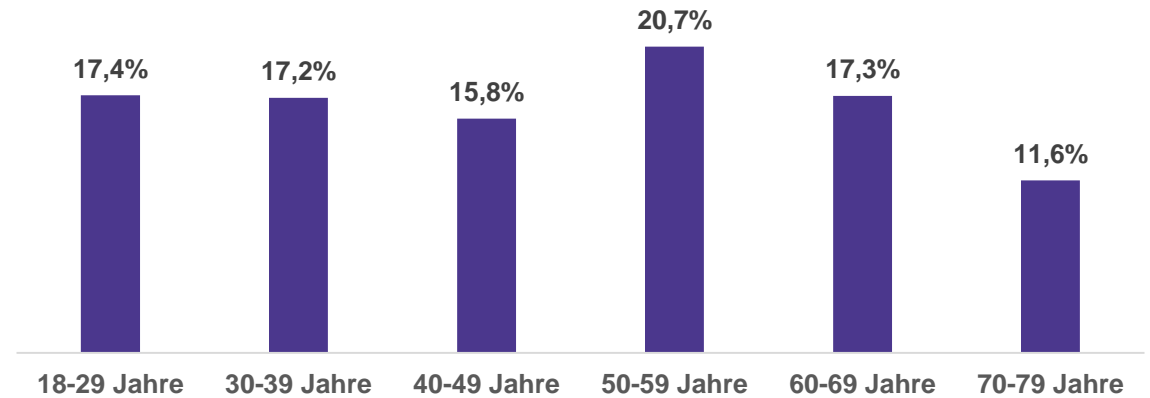
- ① Studiendesign
- ② Zusammensetzung der Stichprobe
- ③ Studienergebnisse
- ④ Gründe
- ⑤ Zusammenfassung, Fazit & Ausblick

Geschlecht

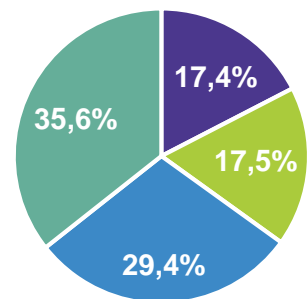


■ Weiblich ■ Männlich

Altersklassen



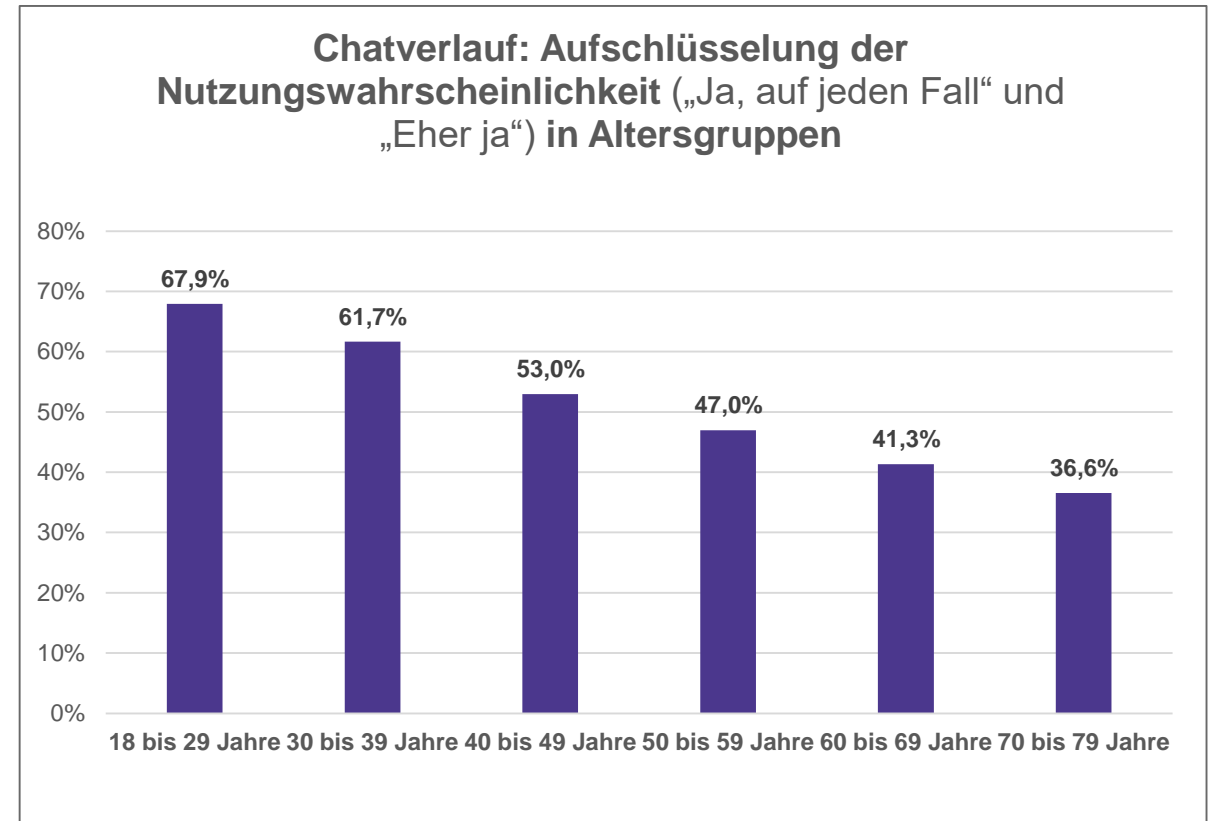
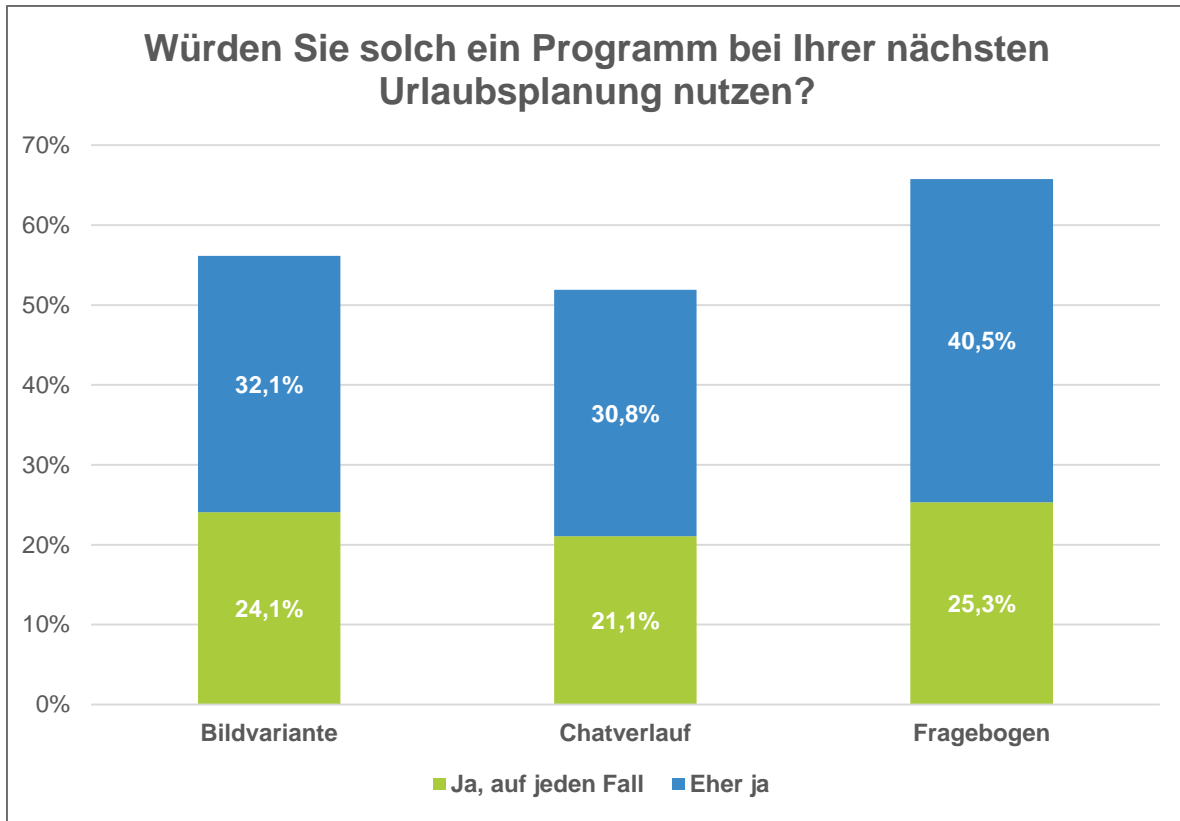
Herkunft nach Regionen



■ Nord ■ Ost ■ Süd ■ West

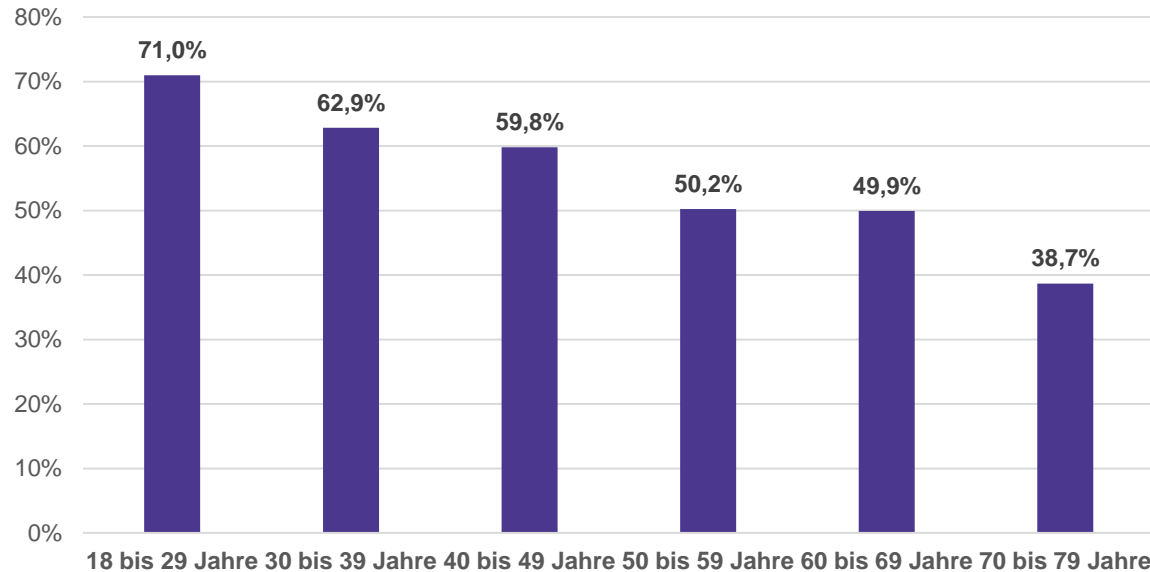
- Die Merkmale Geschlecht, Alter und Bundesland (aufgeteilt in Regionen) wurden gewichtet.
- Die Altersklasse „80 Jahre und älter“ konnte aufgrund fehlender Panelteilnehmer, die dieses Merkmal erfüllen, nicht abgebildet werden.

- ① Studiendesign
- ① Zusammensetzung der Stichprobe
- ① Studienergebnisse
- ① Gründe
- ① Zusammenfassung, Fazit & Ausblick

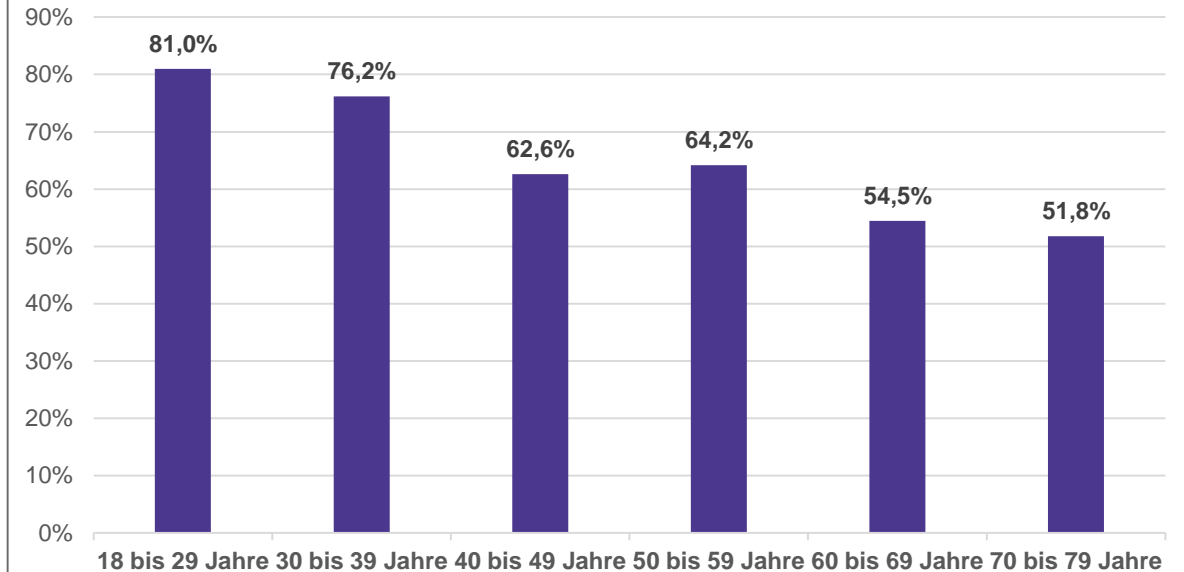


- Die Nutzungswahrscheinlichkeit der Fragebogen-Variante wird mit 66% am höchsten, die des Chatverlaufs am geringsten (52%) eingeschätzt.
- Im Altersvergleich nimmt die Nutzungswahrscheinlichkeit des Programms in der Chatverlauf-Variante mit steigendem Alter kontinuierlich ab.

Bild: Aufschlüsselung der Nutzungswahrscheinlichkeit („Ja, auf jeden Fall“ und „Eher ja“) in Altersgruppen

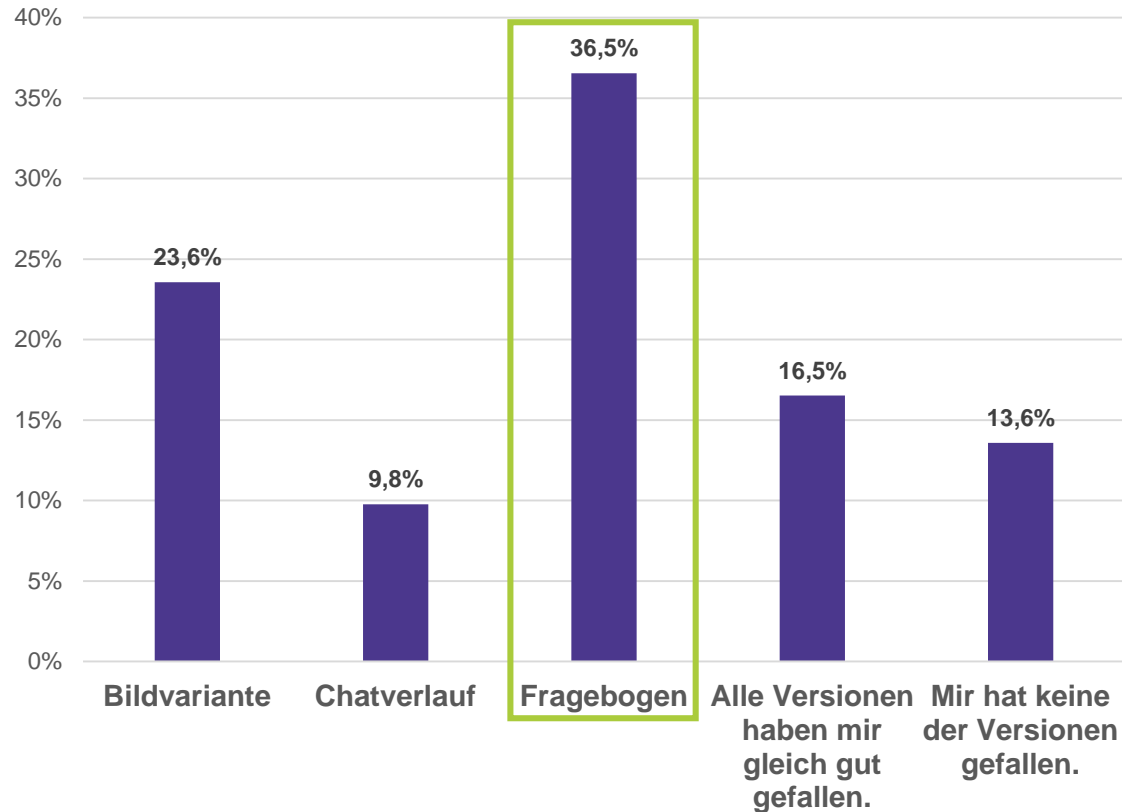


Fragebogen: Aufschlüsselung der Nutzungswahrscheinlichkeit („Ja, auf jeden Fall“ und „Eher ja“) in Altersgruppen

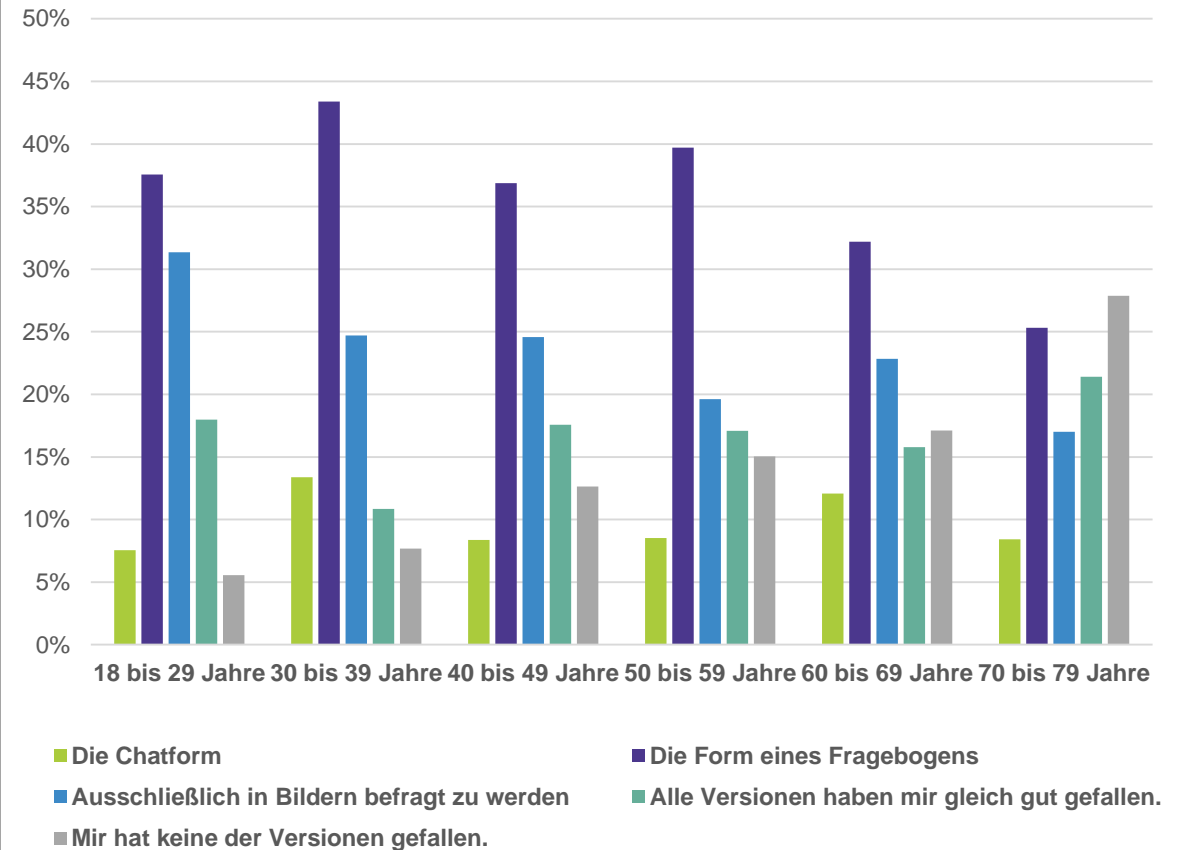


- Auch bei der Fragebogen- und Bild-Variante nimmt die Nutzungswahrscheinlichkeit mit zunehmendem Alter ab, allerdings weniger kontinuierlich als bei der Chatverlauf-Variante.
- Die Fragebogen-Variante erfährt ein kleines Hoch in der Altersklasse der 50 bis 59-Jährigen.

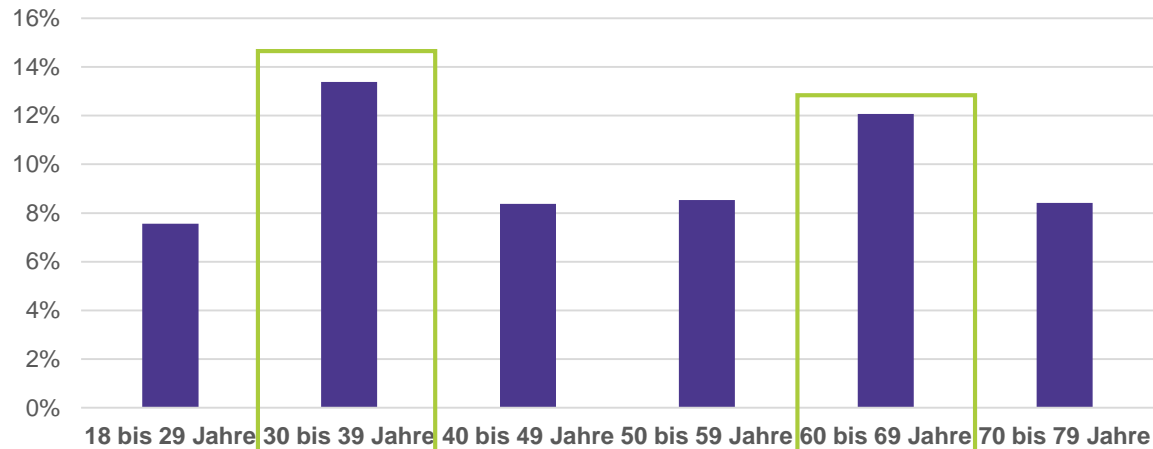
Welche Version des Programms gefällt Ihnen zur Abfrage Ihrer Urlaubspräferenzen am besten?



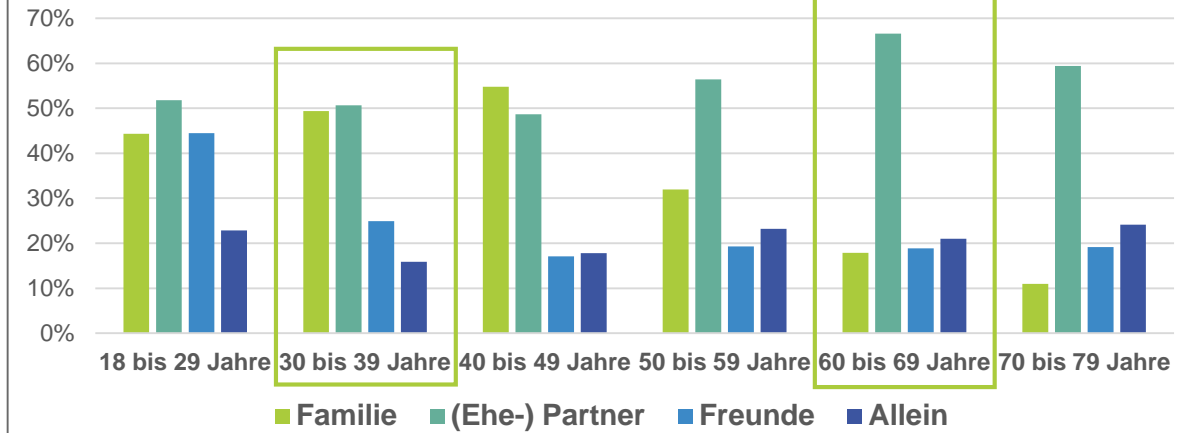
Welche Version des Programms gefällt Ihnen zur Abfrage Ihrer Urlaubspräferenzen am besten?



Beste Programmversion Chatverlauf

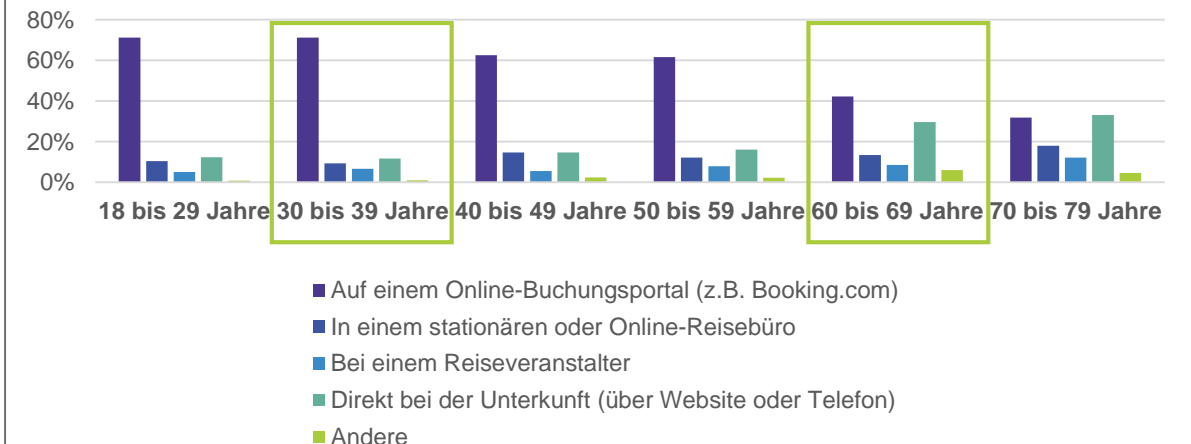


Übliche Reisepartner nach Alter

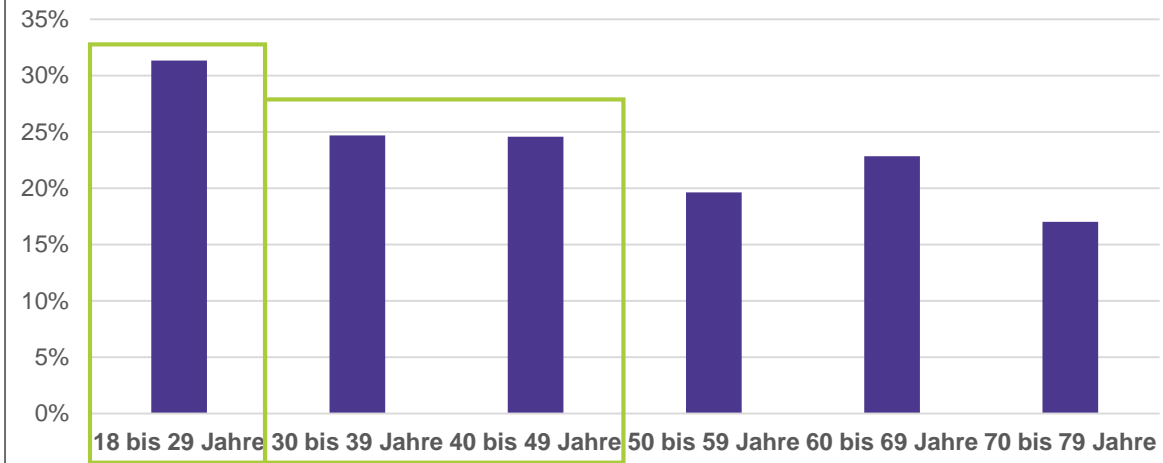


- Den meisten Zuspruch erhielt die Chatversion von den 30 bis 39-Jährigen und den 60 bis 69-Jährigen.
- Beide Zielgruppen buchen mit 71,2% bzw. 42,3% bevorzugt auf Online-Buchungsplattformen. Knapp 30% der 60 bis 69-Jährigen buchen außerdem bevorzugt direkt bei der Unterkunft.
- Die 30 bis 39-Jährigen reisen meist mit (Ehe-)Partner oder Familie.
- Die 60 bis 69-Jährigen reisen hauptsächlich mit (Ehe-)Partner.

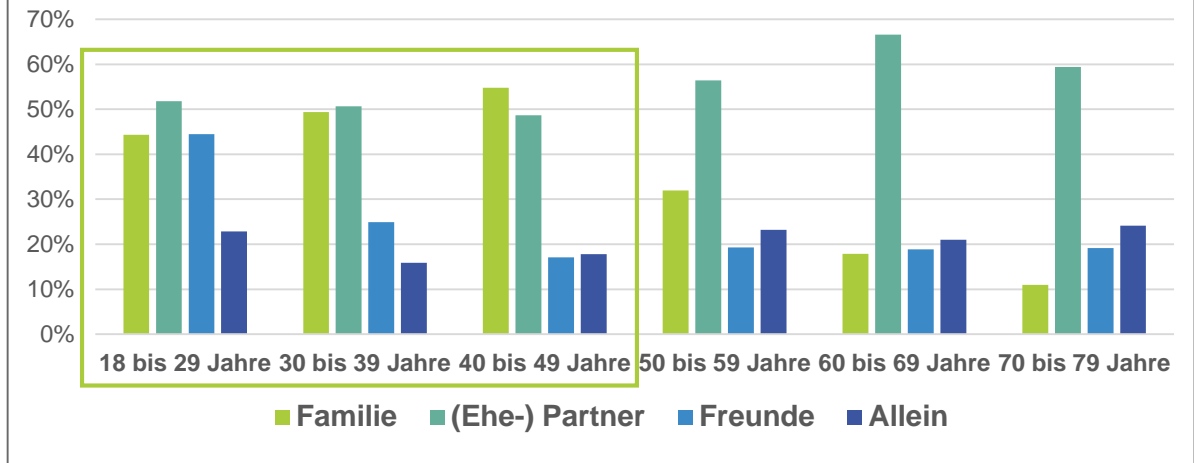
Bevorzugter Buchungskanal nach Alter



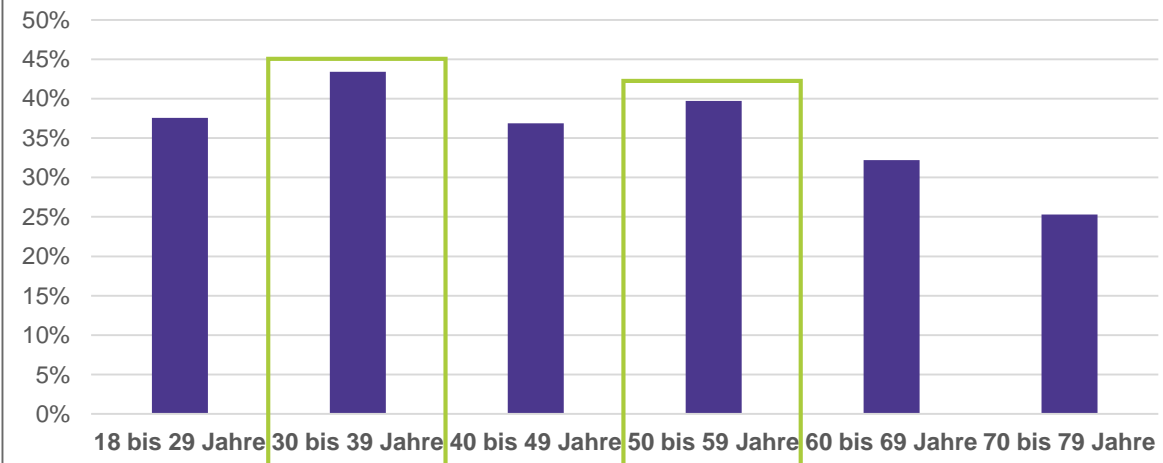
Beste Programmversion Bild



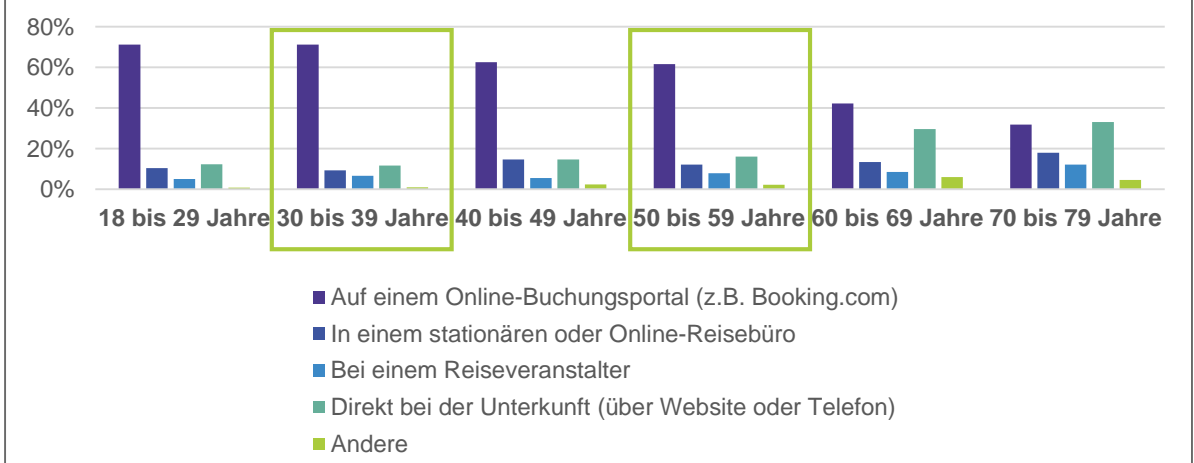
Übliche Reisepartner nach Alter



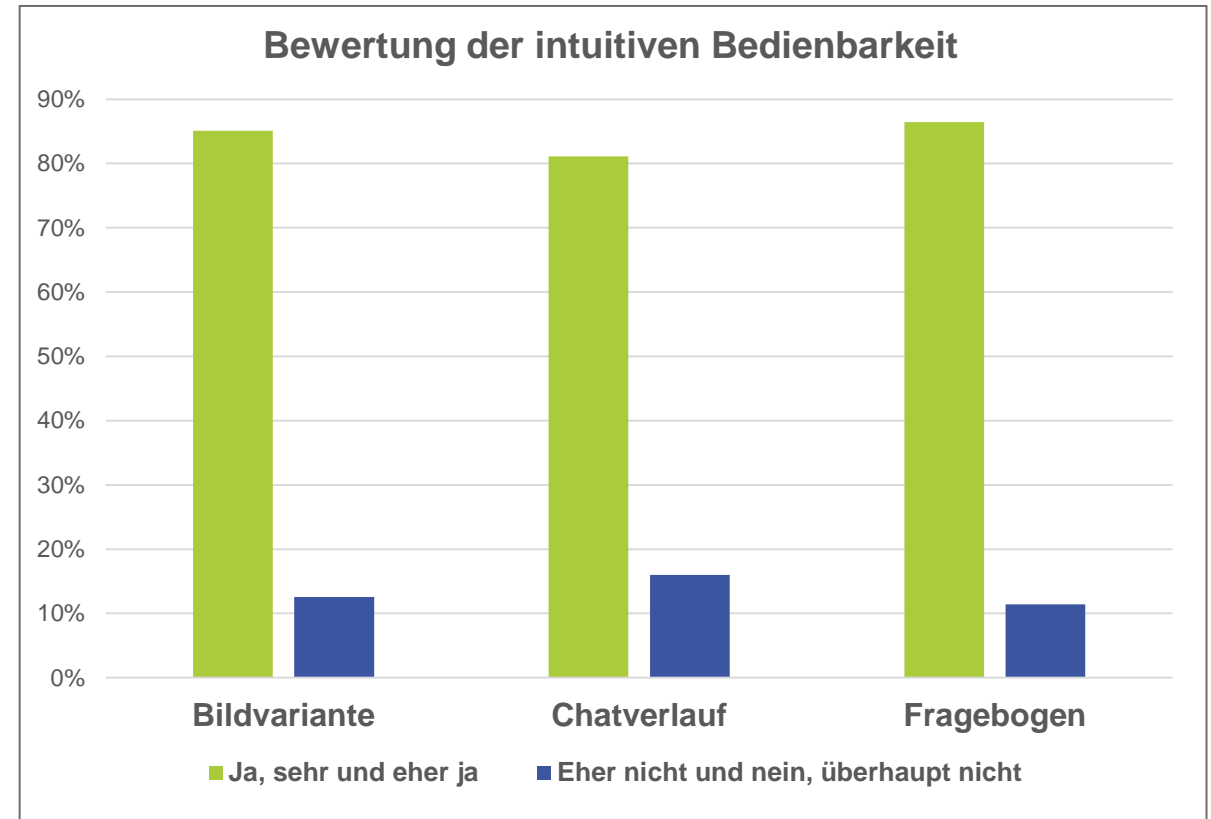
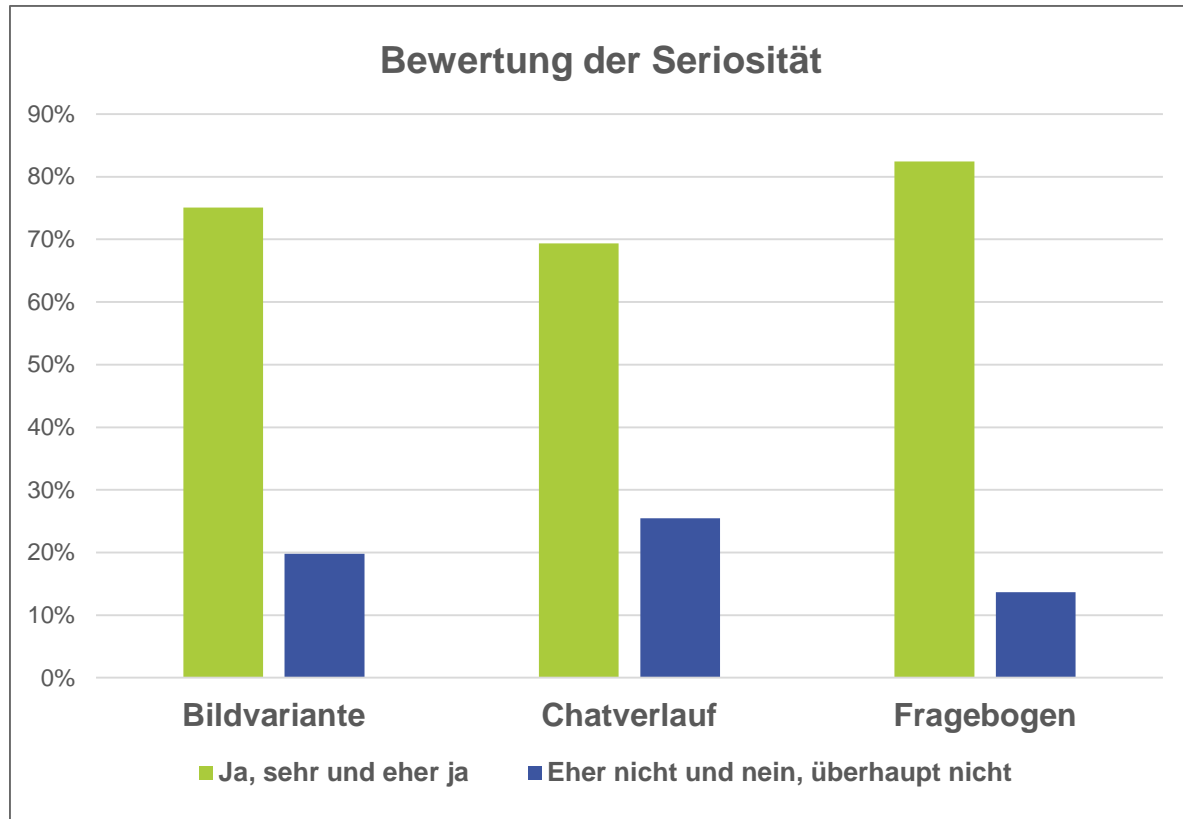
Beste Programmversion Fragebogen



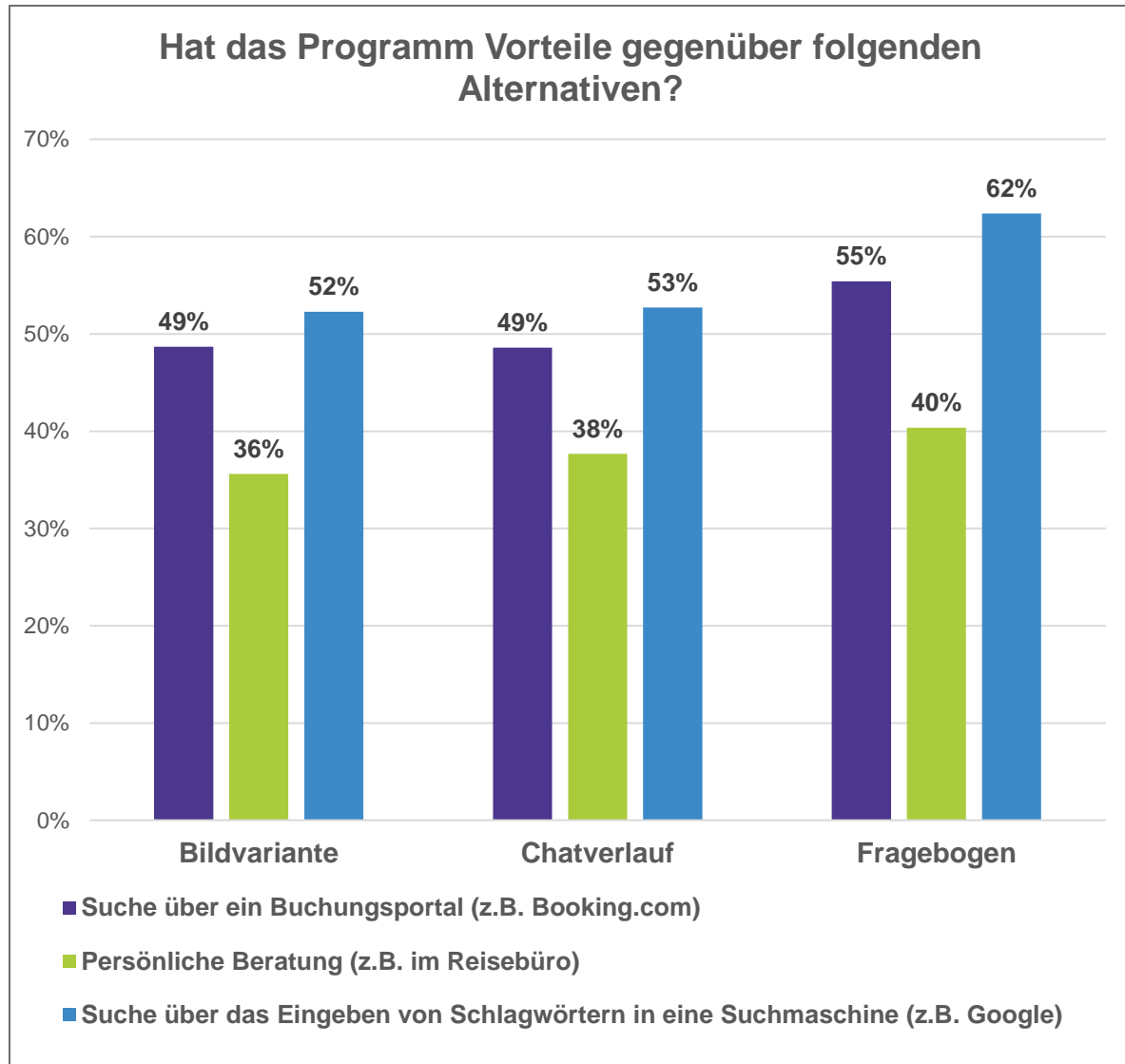
Bevorzugter Buchungskanal nach Alter



- ① Studiendesign
- ① Zusammensetzung der Stichprobe
- ① Studienergebnisse
- ② Gründe
- ① Zusammenfassung, Fazit & Ausblick



- Sowohl Seriosität als auch die intuitive Bedienbarkeit werden in der Fragebogen Variante am höchsten eingeschätzt.
- Vor allem in Bezug auf die Seriosität schneidet der Chatverlauf vergleichsweise schlechter ab – aufgeschlüsselt nach Alter sinkt die Einschätzung der Seriosität im Chatverlauf-Tool mit steigendem Alter leicht.



Gesamt

- Der größte Mehrwert wird gegenüber einer Google Suche gesehen, der geringste gegenüber einer persönlichen Beratung.

Chatverlauf

- 53% sehen einen Vorteil gegenüber einer Google Suche
- 49% sehen einen Vorteil gegenüber der Suche über ein Buchungsportal.
- 38% sehen einen Vorteil gegenüber einer persönlichen Beratung im Reisebüro.

Häufig genannte Vorteile der Chatverlauf-Variante

- **Einfachheit** (108 Aussagen)
 - „Einfache Bedienung“
 - „Einfacher als eine Google Suchmaschine.“
- **Schnelligkeit** (139 Aussagen)
 - „Schneller, unkomplizierter Weg zum Ziel“
 - „Schneller bequemer Kontakt und Auskunft“
- **Persönliche Anrede** (78 Aussagen)
 - „Persönliche Beratung im Internet“ ,
 - „Man fühlt sich live beraten.“
- **Chat** (43 Aussagen)
 - „Ist zeitgemäß und kurzweilig“
 - „Ich finde es angenehm, persönlich angesprochen zu werden und meine Auswahl im Chat zu treffen.“

Häufig genannte Nachteile der Chatverlauf-Variante

- **Zu unpersönlich** (110 Aussagen)
 - „Trotz ‚Du‘ Ansprache und Foto wirkte es unpersönlich“
 - „Sehr unpersönlich obwohl vermittelt wird, dass man direkten Kontakt aufnimmt“
- **Abneigung gegen Chatbots** (93 Aussagen)
 - „bin skeptisch gegenüber Chatbots im Allgemeinen“
 - „Man hat das Gefühl nicht alleine zu sein, kann aber keine Fragen stellen“
 - „Der Chat wirkt zunächst persönlich, aber da es sich um einen Chatbot handelt, bin ich eher abgeneigt und würde dann doch die Beratung im Reisebüro bevorzugen, auch wenn sie zeitintensiver ist.“
 - „Beratung ist vorgetäuscht, aber es ist keine“

Häufig genannte Vorteile der Bild-Variante

- **Bilder** (167 Aussagen)
 - „Sehr intuitiv, man hat das Gefühl seinen perfekten Urlaub zu planen (wie im Bilderbuch)“
 - „Ohne vielleicht zu wissen, wo ich hin möchte, kann so über bestimmte Bilder mein eigenes Interesse gespiegelt werden“
- **Schnelligkeit** (100 Aussagen)
 - „Schnelle Bedienung und dennoch geht es auf meine Bedürfnisse ein“
- **Einfachheit** (96 Aussagen)
 - „Ohne viel zu lesen, einfach ans Ziel kommen“
- **Auswahlmöglichkeiten** (65 Aussagen)
 - „Suchmaschine dauert zu lange, Booking lässt nicht so viel Auswahl zu“

Häufig genannte Nachteile der Bild-Variante

- **Ungenau/ zu viel Interpretationsspielraum** (92 Aussagen)
 - „ Bilder nicht eindeutig in ihrer Aussage“
- **Zu wenig Information** (46 Aussagen)
- **Persönliche Beratung/Ansprechpartner fehlt** (37 Aussagen)
- **Bilder** (31 Aussagen)
 - „Zu viele Bilder, die teils ähnlich aussehen“
 - „Zu wenig Bilder“
 - „Zu infantil, ich komme mir für blöd verkauft vor, wenn ich auf Bilder klicken muss“
 - „die Bilder entsprechen nicht meinen Vorstellungen vom Urlaub“
 - „Nur idealisierte Bilder / zu Mainstream“

Häufig genannte Vorteile der Fragebogen-Variante

- **Einfachheit** (176 Aussagen)
- **Schnelligkeit** (165 Aussagen)
- **Gezielte Suche** (76 Aussagen)
 - „Keine Überschwemmung an Möglichkeiten wie bei Google und Booking.com.“
 - „Ich muss nicht lange hin und her klicken. Ist kurz und bündig abgefragt, ohne lange zu suchen.“
- **Auswahlmöglichkeiten** (70 Aussagen)
 - „Steht einiges zur Auswahl und man kann mehrere Alternativen anklicken“
- **Übersichtlichkeit** (45 Aussagen)

Häufig genannte Nachteile der Fragebogen-Variante

- **Persönliche Beratung/Ansprechpartner fehlt** (56 Aussagen)
 - „Nicht so persönlich und individuell wie ein Reisebüro“
 - „Ich habe keine persönliche Beratung mit Erfahrungsberichten“
 - „Da hat man niemanden, den man fragen kann, wie z.B. im Reisebüro“

Basis: Alle Befragte, die den Chatverlauf favorisieren (n=107)

Begründung:

- **Persönliche Ansprache (46 Aussagen)**
 - „Kann noch einmal nachfragen wenn Unklarheiten sind“
 - „Man wird mehr als Mensch angesprochen - man fühlt sich mitgenommen !!!“
 - „Ich finde die Chat Version kommt einer Beratung am nächsten“
 - „Ich finde es gut das es persönlich ist , aber trotzdem von zu Hause aus machbar ist“
 - „Es fühlt sich an wie ein echtes Gespräch mit einem Menschen“
 - „Ich fand die Chatversion am angenehmsten zu nutzen, da man ein wenig das Gefühl persönlicher Beratung vermittelt bekommt, auch wenn die eigentliche Logik dahinter dem gleichen Weg wie bei den anderen Softwares folgt.“

- **Begründung:**
 - **Einfachheit (13 Aussagen)**
 - „Wirkt am einfachsten und dass ich eventuell individueller entscheiden kann“
 - „Es scheint, dass die Suche nach der perfekten Reise sich sehr einfach gestalten wird und ist nicht so langweilig wie bei den herkömmlichen Seiten“
 - „Es ist doch noch ein bisschen Ansprache vorhanden und trotzdem einfach durch die Bilder“

Basis: Alle Befragte, welche die Bild-Variante favorisieren (n=259)

Begründung:

- **Einfachheit** (34 Aussagen)
 - „Ist am einfachsten und am schnellsten“
- **Schnelligkeit** (17 Aussagen)
 - „Es geht am schnellsten und man wird durch die Bilder motiviert“
- **Intuitivität** (14 Aussagen)
 - „Bei den Fotos kann man schnell und intuitiv entscheiden worauf man Lust hat“

Basis: Alle Befragte, die den Fragebogen favorisieren (n=402)

Begründung:

- **Einfachheit** (82 Aussagen)
 - „Die Fragebogen-Version ist am einfachsten zu verstehen, es ist fast unmöglich Fehler bei der Bedienung zu machen.“
- **Bilder** (64 Aussagen)
 - „Mit Fragen und Bildern kommt das meinen Vorlieben am nächsten.“
- **Übersichtlichkeit** (34 Aussagen)
 - „Am übersichtlichsten, kurz und kompakt.“
- **Auswahlmöglichkeiten** (29 Aussagen)
 - „Beste Auswahlmethode, wirkt am beeinflussbarsten“

- ① Studiendesign
- ② Zusammensetzung der Stichprobe
- ③ Studienergebnisse
- ④ Gründe
- ⑤ Zusammenfassung, Fazit & Ausblick

- Interesse am Urlaubsmatch ist da: Von 1099 Befragten geben 86,4% an, dass ihnen mindestens eine Variante des Urlaubsmatches gefällt.
- Stehen alle drei Versionen zur Wahl, wird die die Fragebogen-Variante bevorzugt (36,5%) .
- 52% der 1099 Befragten würden den Chatverlauf bei ihrer nächsten Urlaubsplanung nutzen.
- Größte Zustimmung der Chatverlauf-Variante findet sich unter den 30 bis 39-Jährigen (13,4%) und den 60 bis 69-Jährigen (12,1%). Beide Zielgruppen sind primär Online-Bucher und reisen üblicherweise mit Partner oder Familie.
- Größte(s) Schwäche/Risiko der Chatverlauf-Variante:
 - Eine weitverbreitete Abneigung gegen Chatbots
- Größte Stärke der Chatverlauf-Variante:
 - Die persönliche Ansprache
- **Chance der Chatverlauf-Variante:** Attraktivitätsgewinn durch Möglichkeit auf individuelle Fragen zu antworten. → Stärkt die persönliche Note, mindert den Eindruck eines Chatbots

2. Phase:

Erhebung zur Effektivität der Fragen im Programm, um zum gewünschten Ziel zu kommen

- Welche Fragen sind zielführend, um die tatsächlichen Präferenzen von Kunden möglichst genau abfragen zu können?
- Bei welcher Anzahl an Fragen liegt die Schwelle zum vermehrten Abbruch?

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit



Am Burgberg 8
94127 Neuburg am Inn
0851 5092431