

# ÖHV Befragung - Buchungsverhalten

Wien, Mai 2023



# Eckdaten der Befragung

- **Erhebungsmethode:**  
Computer Assisted Web Interviews (CAWI) über das talk Online-Panel
- **Zielgruppe:**  
Brutto-Stichprobe: Personen über 18 Jahren, repräsentativ für die jeweilige Bevölkerung nach Geschlecht, Alter, Bundesland und Bildung  
Netto-Stichprobe: Personen, die innerhalb der letzten 3 Jahre einen (privaten) Hotelaufenthalt in Österreich/Europa gebucht haben

## Studie 2023

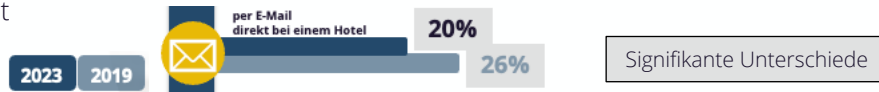
- **Stichprobe (Netto):**  
AT n=775 (+/- 3,6% max. Schwankungsbreite)  
DE n=762 (+/- 3,6% max. Schwankungsbreite)
- **Erhebungszeitraum:**  
AT: 6. April bis 24. April 2023  
DE: 6. April bis 28. April 2023
- **Befragungsdauer:**  
AT: 6,3 Minuten (Median)  
DE: 5,6 Minuten (Median)

## Studie 2019

- **Stichprobe (Netto):**  
AT n=500 (+/- 4,5% max. Schwankungsbreite)  
DE n=508 (+/- 4,5% max. Schwankungsbreite)
- **Erhebungszeitraum:**  
AT: 19. November bis 26. November 2019  
DE: 20. November bis 4. Dezember 2019
- **Befragungsdauer:**  
AT: 6,6 Minuten (Median)  
DE: 6,0 Minuten (Median)

- **Ergebnisdarstellung:** Relevante signifikante Unterschiede zwischen den Ergebnissen der beiden Befragungszeitpunkte (2023 vs. 2019) sind grau schattiert dargestellt

- z.B.:



# Beschreibung der Netto-Stichprobe - AT

n= 775 (2023)

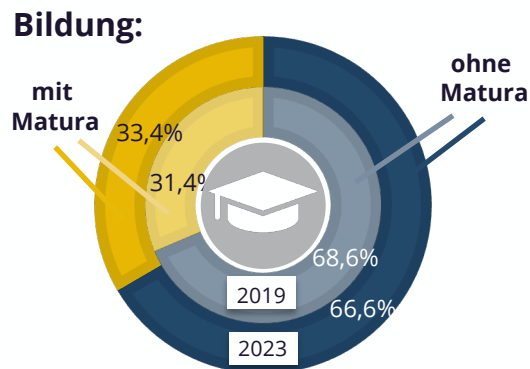
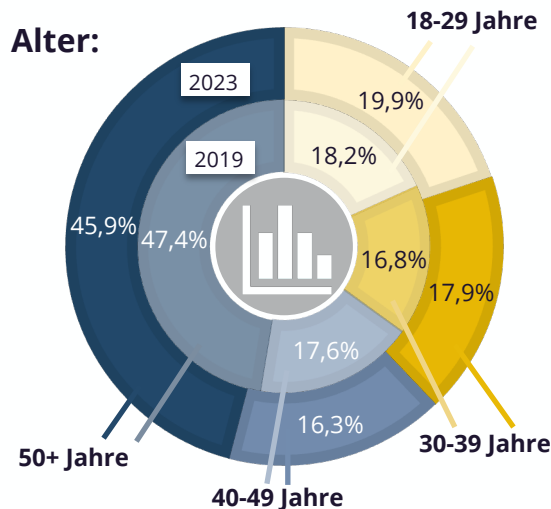
n= 500 (2019)



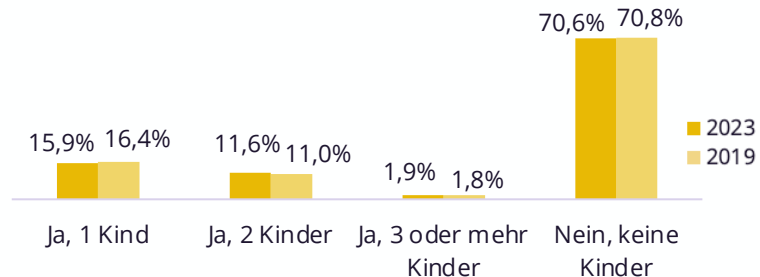
51,1% (2023)  
49,6% (2019)



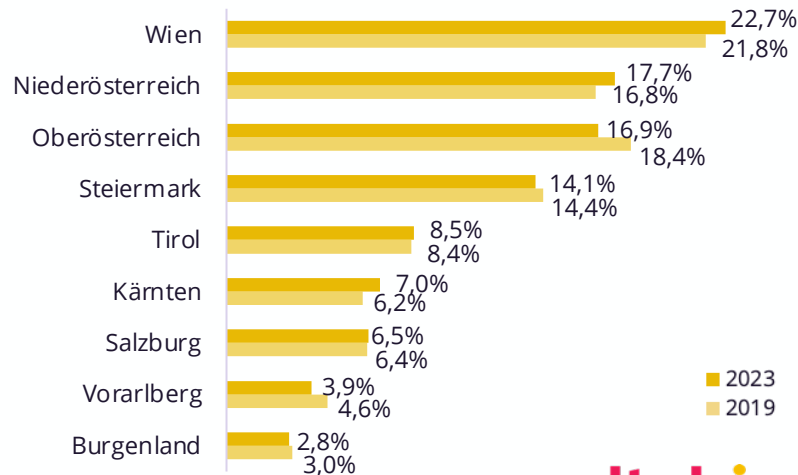
48,8% (2023)  
50,4% (2019)



## Anzahl Kinder:



## Wohnort:



# Beschreibung der Netto-Stichprobe - DE



n= 762 (2023)

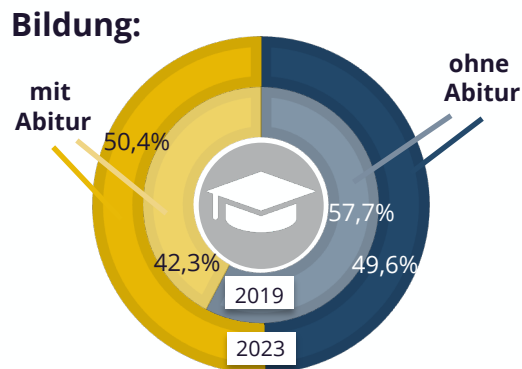
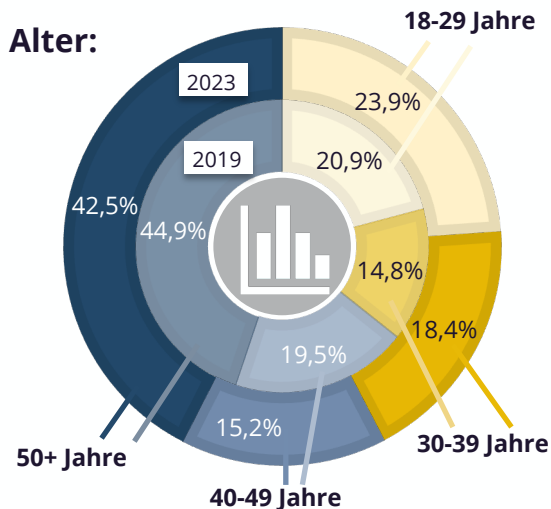
n= 508 (2019)



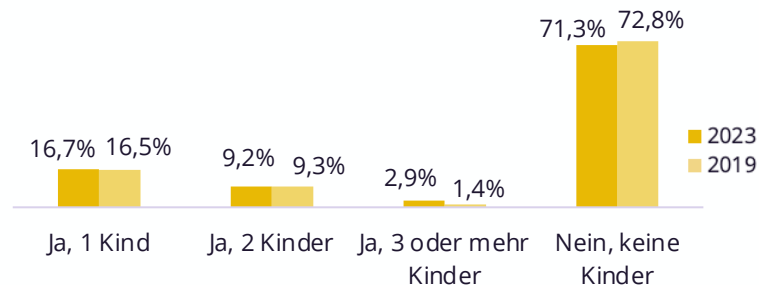
46,1% (2023)  
49,6% (2019)



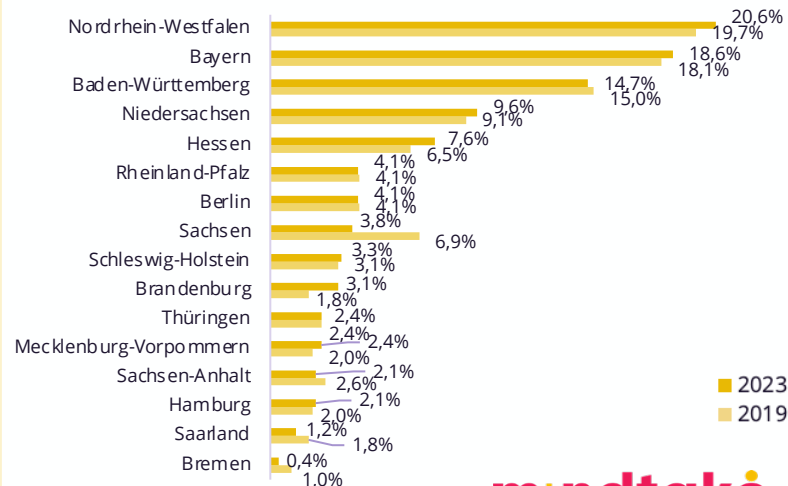
53,8% (2023)  
50,4% (2019)



## Anzahl Kinder:



## Wohnort:



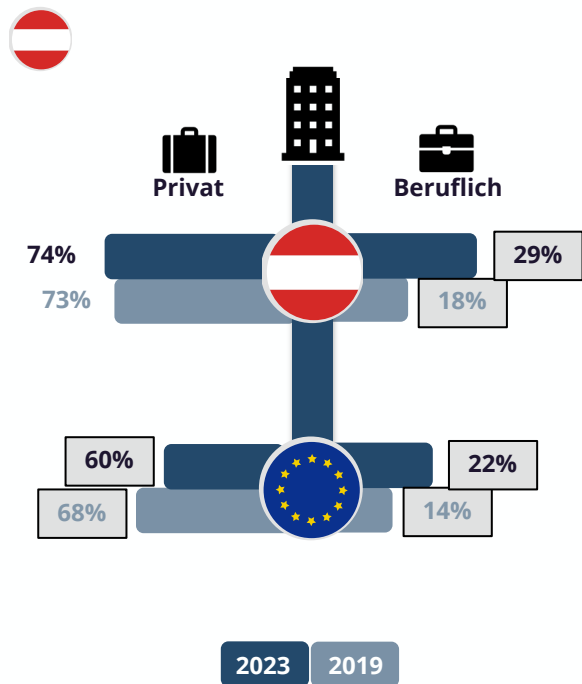


# Ergebnisse

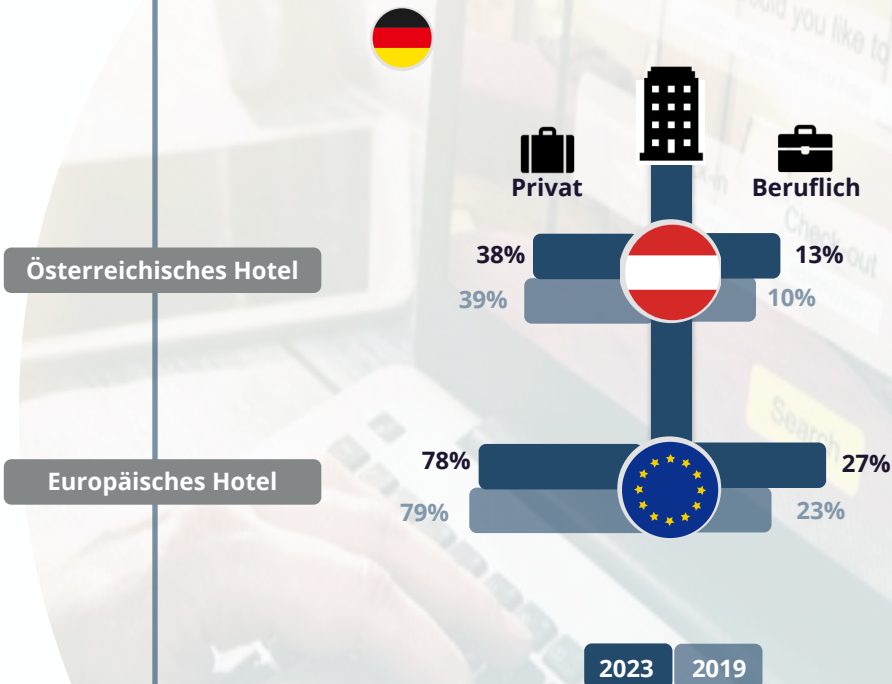


# Hotelaufenthalte in den letzten 3 Jahren

Haben Sie in den letzten 3 Jahren einen Hotelaufenthalt in einem österreichischen oder europäischen Hotel für zumindest 2 Nächte gebucht?



in %, n(2023)=775; n(2019)=500; Mehrfachantwort-Matrix



in %, n(2023)=762; n(2019)=508; Mehrfachantwort-Matrix

Signifikante Unterschiede

# Art des letzten privaten Urlaubs

Um welche Art von Urlaub hat es sich bei diesem Aufenthalt gehandelt? - letzter privater Hotelaufenthalt in einem österreichischen oder europäischen Hotel

## Erholungs-/Wellnessurlaub



## Städtetrip / Kultururlaub



## Aktivurlaub / Erlebnisurlaub



## Cluburlaub



# Relevante Kriterien bei der Buchung eines Hotels im Internet

Wie wichtig sind/wären Ihnen folgende Punkte, wenn Sie im Internet ein Hotel buchen?

Befragung erfolgte auf einer 5-stufigen Skala (1= sehr wichtig bis 5= überhaupt nicht wichtig); Angaben in Mittelwerten, Aufsteigend sortiert nach Österreich (2023)

	Österreich		Deutschland	
	2023	2019	2023	2019
Konkretes Angebot (dh. der Preis) inkl. aller Leistungen ist schnell und mit wenigen Klicks ersichtlich	1,4	1,3	1,6	1,6
Verfügbarkeit des/der gewünschten Zimmer(s) ist schnell und mit wenigen Klicks ersichtlich	1,5	1,5	1,6	1,7
Verschiedene Zimmertypen sind mit Fotos hinterlegt	1,5	1,6	1,8	1,8
Anzeige der Lage des Hotels auf einer Karte	1,6	1,6	1,7	1,8
Anzeige von Fotos zum Urlaubsort/Umgebung	1,7	1,8	1,9	2,0
Bewertung des Hotels von anderen Gästen über eine unabhängige Plattform einsehbar	2,0	2,1	2,1	2,2
<b>Mobil optimierte Webseite zur Informationseinholung</b> , d.h. eine auf dem Mobiltelefon oder Tablet nutzerfreundliche Webseite	2,1	2,5	2,4	2,8
<b>Mobil optimierte Webseite zur Buchung eines Hotels</b> , d.h. nutzerfreundliche Buchung von Hotelzimmern über das Mobiltelefon oder Tablet	2,1	2,5	2,4	2,9
Empfehlungen und Informationen zur Region (z.B. Ausflugsziele, Veranstaltungen,...)	2,2	2,1	2,3	2,3
Kontaktmöglichkeit per Telefon mit nur einem Klick	2,4	2,4	2,5	2,8
Alternative Bezahlmöglichkeiten (z.B. PayPal, Klarna, Kryptowährungen wie Bitcoin,...)	2,9	3,1	2,6	2,7
<b>Chatmöglichkeit mit dem Hotel</b> (z.B. Kommunikation mit Hotelmitarbeiter:innen über WhatsApp oder andere Kommunikationsapps)	2,9	3,3	2,9	3,4
Kosten für Kinder werden extra ausgewiesen	3,0	3,0	3,1	3,3
<b>Englische Sprachversion der Webseite</b> verfügbar	3,2	3,5	3,4	3,6
<b>Plattform/Hotelwebseite besitzt eine Social-Media-Seite</b> (z.B. Facebook, Instagram, TikTok, Twitter,...)	3,3	3,5	3,4	3,6
Chatmöglichkeit mit dem Hotel (über einen Chatbot auf der Webseite mit einer Computertechnologie)	3,4	/	3,3	/

MW in %, Matrix; AT n(2023)=775, AT n(2019)=500; DE n(2023)=762; DE n(2019)=508

8

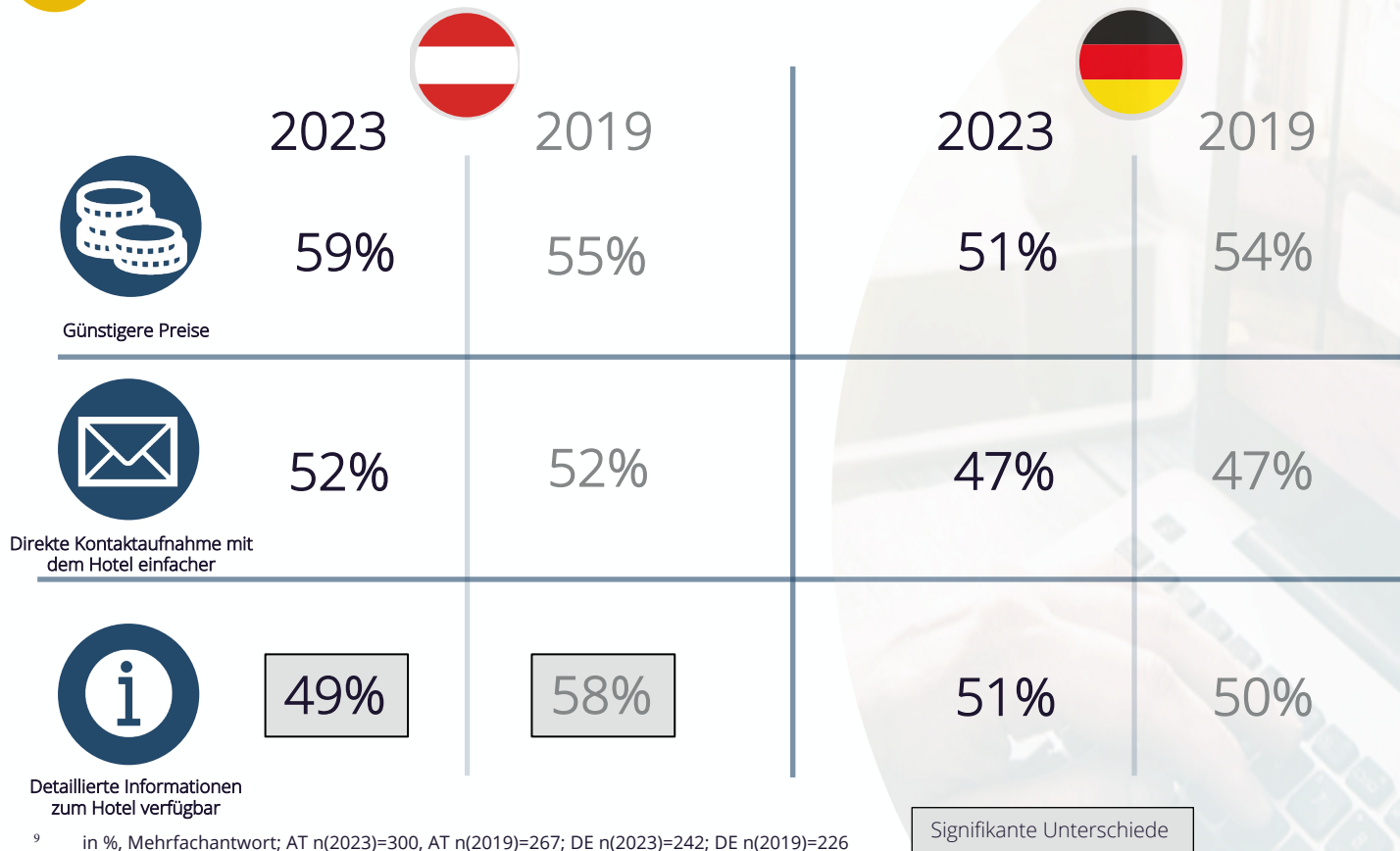
Signifikante Unterschiede

# Buchung über Hotelwebsite (1/2)



Gründe FÜR die Buchung direkt über die Hotelwebsite (Top 3 sortiert nach AT 2023):

Was sind für Sie ausschlaggebende Gründe, warum Sie ein Hotel direkt über die Hotelwebseite buchen bzw. gebucht haben?



<sup>9</sup> in %, Mehrfachantwort; AT n(2023)=300, AT n(2019)=267; DE n(2023)=242; DE n(2019)=226



# Buchung über Hotelwebsite (2/2)



Gründe GEGEN die Buchung direkt über die Hotelwebsite (sortiert nach Top 3 in AT 2023):

Aus welchen Gründen buchen bzw. haben Sie in den letzten Jahren ein Hotel nicht direkt über die Hotelwebseite gebucht?

	Austria (AT)		Germany (DE)	
	2023	2019	2023	2019
Bessere Bedingungen bei Buchungsplattformen*	31%	/	28%	/
Kein Preisvergleich möglich	27%	35%	32%	31%
Keine Vergleichsmöglichkeiten (Ausstattung und Komfort mit anderen Hotels)	19%	28%	19%	21%



Was müsste eine Hotelwebsite bieten?  
Was müsste Ihnen eine Hotelwebseite bieten, damit Sie ein Hotel direkt über die Hotelwebseite buchen?

	Austria (AT)		Germany (DE)	
	2023	2019	2023	2019
Günstigere Preise	58%	64%	61%	64%
Einfache Stornomöglichkeit*	49%	/	41%	/

in %, Mehrfachantwort; AT n(2023)=475; AT n(2019)=233; DE n(2023)=520; DE n(2019)=282

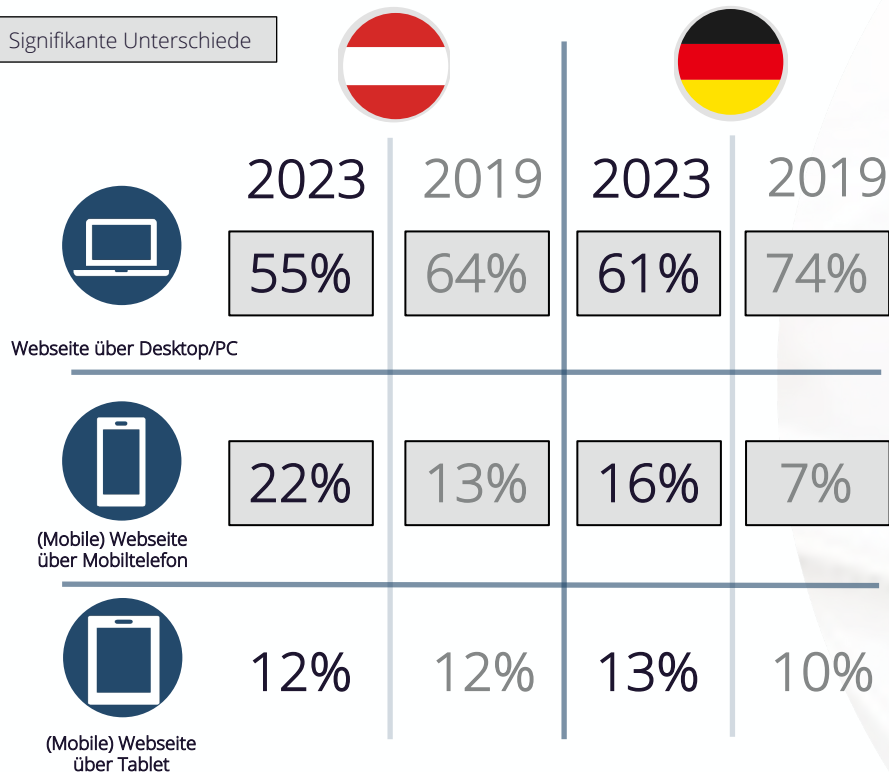
\*Item wurde nur 2023 abgefragt

# Endgeräte zur Buchung und Informationsbeschaffung – Top 3

## Geräte für die Buchung

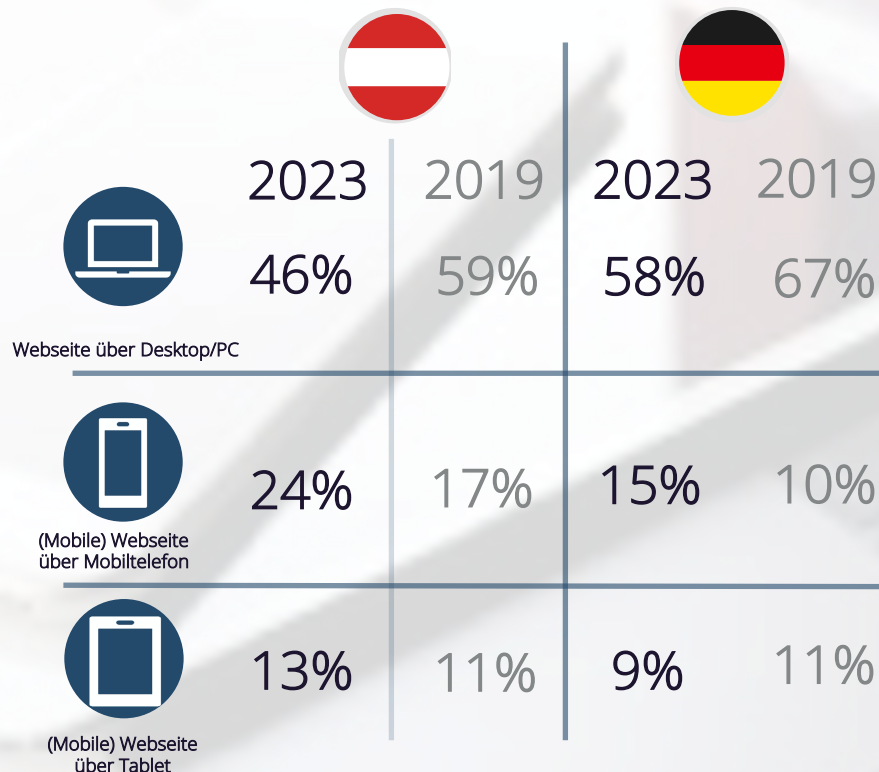
Welches Endgerät nutzen Sie vorwiegend um im Internet ein Hotel zu buchen und nutzen Sie eher eine (mobile) Webseite oder App?

Signifikante Unterschiede



<sup>11</sup> in %, Einfachantwort; AT n(2023)=300, AT n(2019)=410; DE n (2023)=242; DE n(2019)=413

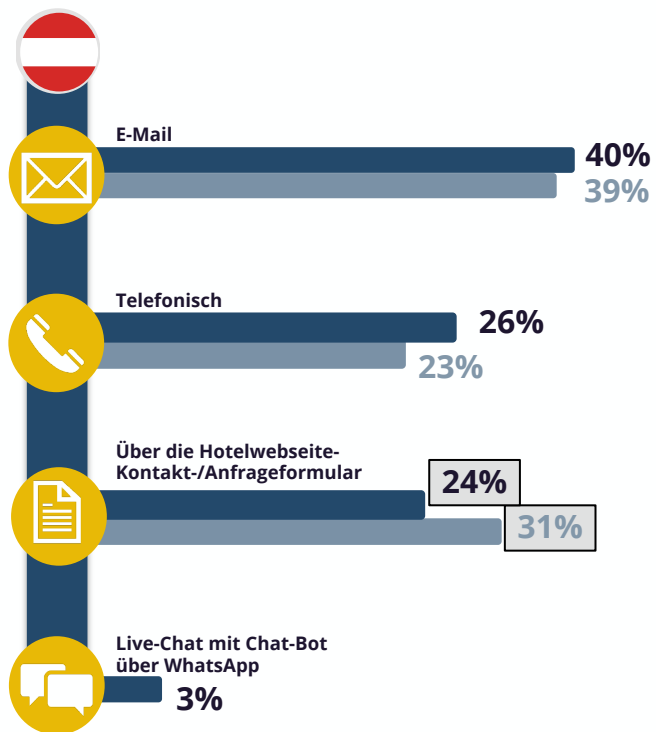
Welches Endgerät nutzen Sie vorwiegend, um sich vor einer Hotelbuchung über ein Hotel zu informieren?



in %, Einfachantwort; AT n(2023)=775, AT n(2019)=500; DE n (2023)=762; DE n(2019)=508

# Kommunikationsmöglichkeiten für Informationen und Fragen

Welche sind/wären Ihre bevorzugten Kommunikationsmöglichkeiten, wenn Sie für etwaige Fragen oder Informationen das Hotel kontaktieren möchten? (Rang 1 absteigend sortiert nach AT Werten 2023)



2023 2019

Signifikante Unterschiede

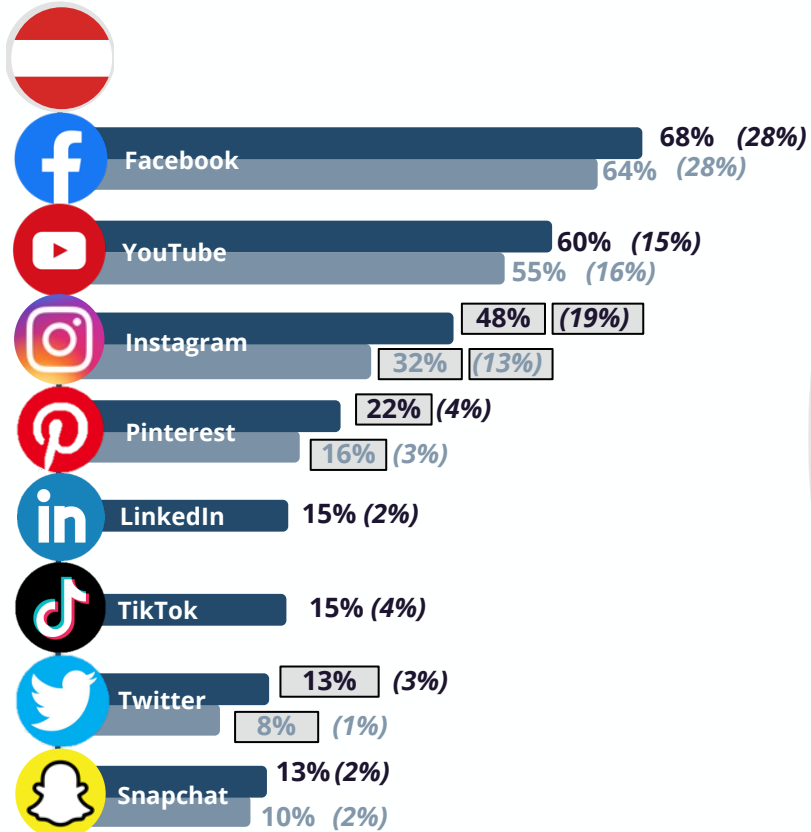
in %, Ranking; Ausgabe 1. Platz; AT n(2023)=775; AT n(2019)=500; DE n(2023)=762; DE n(2019)=508



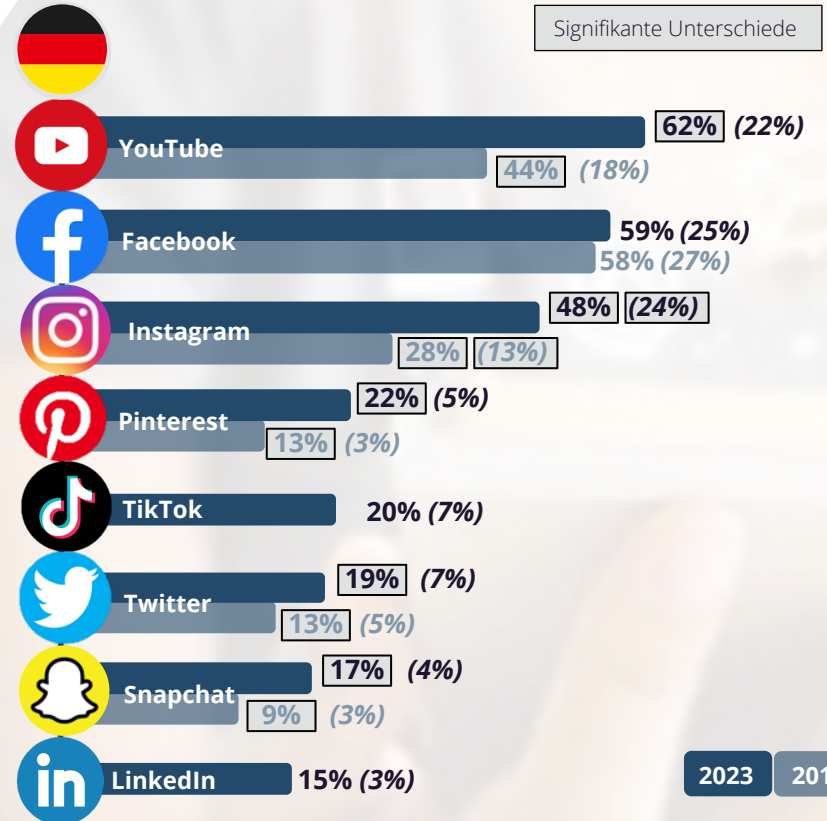
# Genutzte Social Media Plattformen – Allg. Nutzung vs. (Nutzung für Reiseplanung)

Welche der folgenden Social Media Plattformen nutzen Sie grundsätzlich?;

(Und welche dieser Social Media Plattformen nutzen Sie auch um sich vor einer Hotelbuchung über Hotels bzw. für die sonstige Reiseplanung und Reiseaktivitäten am Reiseziel zu informieren?)



<sup>13</sup> in %, Mehrfachantwort; AT 2023: n=775 (689); 2019: n=500 (421)

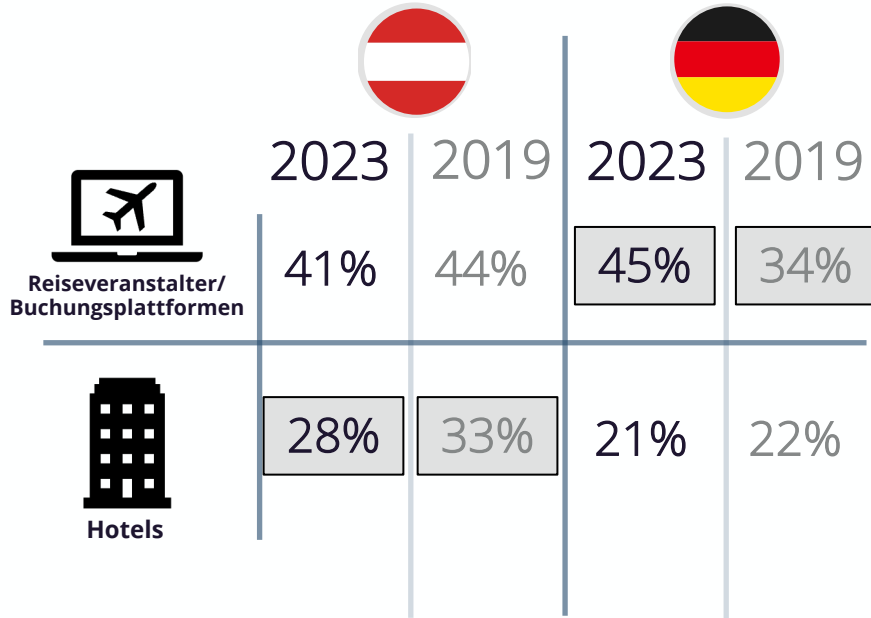


in %, Mehrfachantwort; DE 2023: n=762 (664); 2019: n=508 (387)

2023 2019

## Erhalt von Newslettern

Erhalten Sie auch Newsletter von bestimmten Reiseveranstaltern, Buchungsplattformen oder Hotels?



in %, Mehrfachantwort; AT n(2023)=775; AT n(2019)=500; DE n(2023)=762; DE n(2019)=508

## Hotelbuchung aufgrund von Newslettern

Und haben Sie aufgrund eines Angebots in einem Newsletter auch schon einmal ein Hotel gebucht?



2023 2019

in %, Einfachantwort; AT n(2023)=443; AT n(2019)=302; DE n(2023)=421; DE n(2019)=236

Signifikante Unterschiede

# Loyalty-Programm

## Sammeln von Loyalty-Punkten



Würden Sie sich für eine Buchung auf hoteleigenen Webseiten entscheiden, wenn Sie für alle Direktbuchungen in österreichischen Hotels Loyalty-Punkte sammeln und einlösen könnten (z.B. für Rabatte oder Zusatzleistungen im Hotel oder im Ort)?



Ja



70%



63%



Nein

30%

37%

in %, Einfachantwort; AT n(2023)=775; DE n(2023)=762



## Einlösen von Loyalty-Punkten



Wofür würden Sie die Loyalty-Punkte (=Treuepunkte) einlösen?



**Hotels**

(z.B. Preisnachlass bei der Zimmerrechnung, Zimmer-Upgrade, Massagen,...)



86%



79%



**Ort**

(z.B. Skie- oder Radverleih, Preisnachlass bei Liftkarten, Rabatte in Restaurants,...)

30%

44%

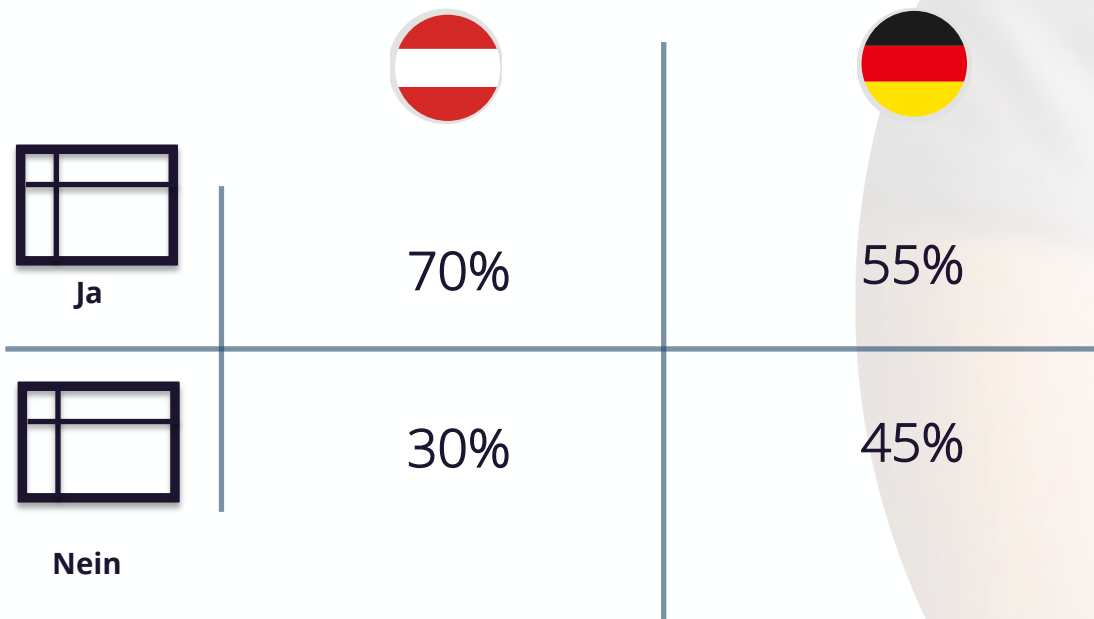
in %, Mehrfachantwort; AT n(2023)=540; DE n(2023)=483

# Gutscheine

Erwerb von Gutscheinen



Würden Sie Hotelgutscheine (z.B. als Geschenk) kaufen, wenn diese in allen österreichischen Hotels einlösbar wären?



in %, Einfachantwort; AT n(2023)=775; DE n(2023)=762