









TOURISM MARKETING





Europäisches Tourismus Institut (ETI)
Informationen zur Studienreihe
Februar 2021



















ECP Study | © 2020/21 ETI – Europäisches Tourismus Institut

## **GRUNDLAGEN**

## **Hintergrund und Zielsetzung**

Die Corona-Krise und damit verbundene Reise- und Ausgangsbeschränkungen haben den Tourismus weltweit hart getroffen. Insbesondere für den Städtetourismus in Europa ergeben sich veränderte Gästebedürfnisse, Angebotsformen, Verhaltensmuster und damit neue Rahmenbedingungen und Gestaltungsparameter für das Destinationsmanagement.

Um die im Verlauf der Corona-Pandemie veränderten Gästebedürfnisse als Grundlage für die Angebotsentwicklung und eine effektive Vermarktung richtig zu erfassen und richtig zu bewerten, erheben PROEJCT M und St. Elmo's Tourismusmarketing regelmäßig Marktforschungsdaten, die wir für unsere Kunden verständlich aufbereitet bereitstellen:

- eindeutiger Fokus auf Städtereisende: um speziell den Städten Informationen zur Sicht der potenziellen Gäste auf Bedürfnisse, Reiseverhalten und auch Wahrnehmung der Städte als potenzielles Reiseziel während und nach Corona an die Hand zu geben
- Durchführung der Befragung in Deutschland, Österreich und der Schweiz: hierbei Erfassung der 120 wichtigsten Städtereiseziele in Europa im Vergleich
- individuelle Auswertung und Einordnung: die eigene Stadt im Kontext verschiedener Zielgruppenperspektiven (Sinus-Milieus®) und in Relation zu Städtereisezielen in Europa



#### BEFRAGUNGSINHALTE

#### Reiseverhalten

- Städtereisenbereitschaft während Corona
- Erfahrungen mit Städtereisen während der Corona-Pandemie

## **Bedürfnisse & Erwartungen**

- Erwartungen an die Städte
- Bereitschaft zu Einschränkungen
- Gründe für SR und Hemmnisse

#### **Interesse an Themen**

- Interesse an städtereisetypischen Themen
- Mobilität (Anreise & vor Ort)



**European Cities** 

Performance Study 2020/21

### **Kenntnis & Eignung**

- Kenntnis von 120 europ. Städten
- Eignung für städtereisetypische Themen im Vergleich

#### Informationsverhalten

 Nutzung von Medien zur Information und Buchung von Städtereisen und zu Corona

## Soziodemografie

- Alter, Geschlecht, Familienstand
- Herkunft, Haushaltsnettoeinkommen
- Sinus-Milieus®



# ÜBERSICHT DER MODULE

#### Drei Module für einen umfassenden Kunden- und Wettbewerbsüberblick!

## Basismodul: Befragung von Städtereisenden

- repräsentative Bevölkerungsbefragung von über 5.000 städtereiseaffinen Personen in Deutschland, Österreich und der Schweiz
- allgemeine Informationen zu den Veränderungen der Städtereisenden
- individuelle Auswertungen zur eigenen Destination und Einordnung der eigenen Stadt im Benchmark

## **Zusatzmodul I: Auswertung nach Sinus-Milieus®**

- Auswertung des Basismoduls nach Sinus-Milieus<sup>®</sup>
- separater Auswertungs- und Interpretationsworkshop auf Anfrage
  - → ToDo's für das Destinationsmanagement & Destinationsmarketing

## Zusatzmodul II: Entwicklung der Gästezahlen mit H-Benchmark

 Messung der Gästezahlen in 10 ausgewählten Hotels der Stadt in "Echtzeit" zum Monitoring des Neustarts und zur Einordnung im Vergleich mit weiteren Großstädten



## BASISMODUL: BEFRAGUNG VON STÄDTEREISENDEN

# Übersicht zur Befragung

#### Nutzen

 Ermittlung der Bedürfnisse, des Reiseverhaltens und auch der Wahrnehmung von 120 Städten in Europa als potenzielles Reiseziel in Zeiten von Corona

#### Inhalte

 repräsentative Bevölkerungsbefragung von über 5.000 städtereiseaffinen Personen in Deutschland, Österreich und der Schweiz

## Reporting

- Aufbereitung der Ergebnisse der Studie in individualisierten Charts inkl.
  - der Charakterisierung von Städtereisenden und deren Bedürfnisse in Zeiten von Corona allgemein aus Sicht der Städtereisenden, differenziert nach Zielgruppen aus den Quellmärkten Deutschland, Österreich und Schweiz
  - sowie Individualisierung der Bekanntheit & Eignung der eigenen Stadt für Städtereisen im Vergleich zum Benchmark und dem Durchschnitt aller 120 Städte



# IN DIE UNTERSUCHUNG EINGEBUNDENE STÄDTE

| Aachen       | Bremen               | Fulda         | Koblenz    | Marburg                | Salzburg     |
|--------------|----------------------|---------------|------------|------------------------|--------------|
| Aarhus       | Bremerhaven          | Genf          | Köln       | München                | Sankt Gallen |
| Amsterdam    | Breslau              | Goslar        | Konstanz   | Münster                | Sankt Pölten |
| Augsburg     | Brixen / Südtirol    | Göttingen     | Kopenhagen | Nürnberg               | Schwerin     |
| Bad Ischl    | Bruneck / Südtirol   | Graz          | Lausanne   | Oberhausen             | Stockholm    |
| Baden-Baden  | Brüssel              | Halle (Saale) | Leipzig    | Offenbach am Main      | Stralsund    |
| Bamberg      | Budapest             | Hamburg       | Linz       | Oldenburg (Oldenburg)  | Stuttgart    |
| Barcelona    | Chemnitz             | Hanau         | Lissabon   | Oslo                   | Tallinn      |
| Basel        | Darmstadt            | Hannover      | Ljubljana  | Osnabrück              | Trier        |
| Bayreuth     | Dortmund             | Heidelberg    | London     | Paris                  | Tübingen     |
| Berlin       | Dresden              | Heilbronn     | Lübeck     | Passau                 | Turin        |
| Bern         | Duisburg             | Helsinki      | Lugano     | Pforzheim              | Ulm          |
| Bielefeld    | Düsseldorf           | Hildesheim    | Luxemburg  | Potsdam                | Venedig      |
| Bochum       | Erfurt               | Ingolstadt    | Luzern     | Prag                   | Weimar       |
| Bologna      | Esch/Alzette         | Innsbruck     | Lyon       | Regensburg             | Wien         |
| Bonn         | Essen                | Interlaken    | Madrid     | Rom                    | Wiesbaden    |
| Bozen        | Flensburg            | Karlsruhe     | Magdeburg  | Rostock                | Wolfsburg    |
| Bratislava   | Florenz              | Kassel        | Mailand    | Rothenburg o.d. Tauber | Wuppertal    |
| Braunschweig | Frankfurt am Main    | Kiel          | Mainz      | Rotterdam              | Würzburg     |
| Bregenz      | Freiburg im Breisgau | Klagenfurt    | Mannheim   | Saarbrücken Zürich     |              |



# STÄDTEREISEN IN ZEITEN VON CORONA – ZUSATZMODUL I



## Auswertung der Befragung nach Sinus-Meta-Milieus®

#### Nutzen

 mit der Befragung wird gleichzeitig die Zugehörigkeit zu den Sinus-Meta-Milieus® ermittelt, so dass die Bezieher auch die Auswertung nach Sinus-Milieus® auswerten lassen können

#### Inhalte

- das Zusatzmodul I beinhaltet dazu die Nutzungsrechte der Milieus,
   eine kundenspezifische Milieu-Analyse sowie die Interpretation der Ergebnisse durch SINUS auf der Basis eines Berater-Tages
- optional kann ein zusätzlicher Halbtagesworkshop per Video-Meeting oder bei Ihnen vor Ort von PROJECT M / Saint Elmo's und dem Sinus-Institut gebucht werden\*

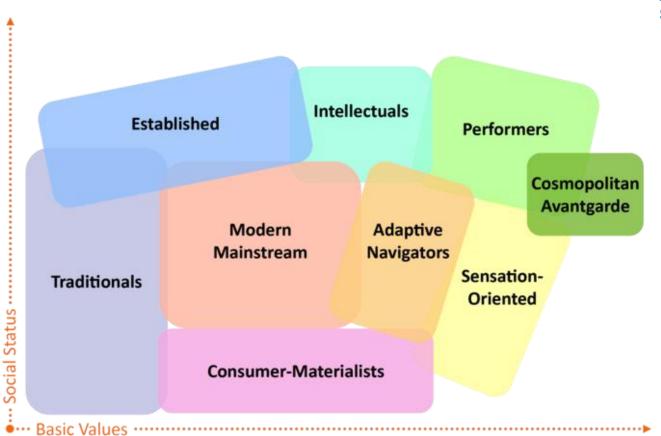
## Reporting

 Aufbereitung der Ergebnisse der Studie in individualisierten Charts nach Sinus-Milieus<sup>®</sup>

\* Für Workshops In-House werden die Reisespesen zusätzlich in Rechnung gestellt.



# SINUS-META-MILIEUS® - BEREITSCHAFT ZU STÄDTEREISEN UNTER CORONA -



# Auswertung nach Sinus-Meta-Milieus®:

Internationale Zielgruppen, basierend auf dem bewährten Sinus-Milieu® Know-how, ermöglichen länderübergreifende Vergleiche.

Für die individuelle Auswertung heißt das noch mehr und tieferes Wissen zu den verschieden, jeweils Milieu spezifischen Interessen und Befindlichkeiten der Städtereisenden für

- die eigene Marken-/Imagepositionierung
- die Erfassung neuer Zielgruppenpotenziale
- die Optimierung von Kundenzufriedenheit und Loyalität

Quelle: www.sinus-institut.de/sinus-loesungen/sinus-meta-milieus-weltweit



## STÄDTEREISEN IN ZEITEN VON CORONA – ZUSATZMODUL II "H-BENCHMARK"

## Entwicklungsmonitoring der Gästezahlen: Rückblick & Ausblick in Echtzeit – mit H-Benchmark!

#### Nutzen

mit H-Benchmark die Auslastung von Hotels und Regionen in Echtzeit monitoren

#### Inhalte

 Messung von Auslastung und Preis in 10 ausgewählten Hotels der Stadt in "Echtzeit" zum Monitoring des Neustarts und zur Einordnung im Vergleich mit weiteren Großstädten

## Reporting

 Dashboard mit der Echtzeit-Messung der Gästezahlen in 10 ausgewählten Hotels der Stadt im Vergleich mit dem Vorjahreszeitraum und zu weiteren Städten zur Einschätzung der eigenen Entwicklung



## STÄDTEREISEN IN ZEITEN VON CORONA – ZUSATZMODUL II "H-BENCHMARK"

## **Zusatzmodul II: Was kann H-Benchmark?**

## Auslastung von Hotels und Regionen in Echtzeit monitoren

- H-Benchmark aggregiert in Echtzeit vorhandene Daten von PMS-Plattformen und stellt sie für Hotel- und Destinationsvergleiche zur Verfügung. PMS-Daten, also das Hotelprogramm, sind die zuverlässigsten Daten, die verfügbar sind.
- H-Benchmark stellt relevante Daten wie Auslastung, Forecast, Stornos, Revpar, Aufenthaltsdauer, Nationalitäten, Buchungsumsatz etc. übersichtlich in individuell konfigurierbaren Dashboards jeweils in Echtzeit bereit. Dadurch entsteht ein einzigartiges Wissen auf Basis von aktuellen PMS-Daten.
- H-Benchmark ermöglicht einen Rückblick bis zu 2 Jahre und kann damit essenzielle Erkenntnisse für Revenue Management und Vergleiche mit Vorperioden bereitstellen. Noch spannender ist der Blick nach vorne, der bis zu einem Jahr möglich ist. Mit diesen Prognose-Daten haben Hotels und Destinationen völlig neue Möglichkeiten, um Auslastung oder Preis auf Vermarktungsmaßnahmen abzustimmen. Künftig sind mit H-Benchmark auch Simulationen möglich, um Auswirkungen wie beispielsweise in der aktuellen Corona-Krise zu simulieren.



## EINZELPREISE DER MODULE

## Basismodul: Befragung von Städtereisenden

2.950,-€

 repräsentative Bevölkerungsbefragung von 5.000 städtereiseaffinen Personen in Deutschland, Österreich und der Schweiz

# **Zusatzmodul I: Auswertung nach Sinus-Milieus®**

2.200,-€

Auswertung des Basismoduls nach Sinus-Milieus<sup>®</sup>

# Zusatzmodul II: Entwicklung der Gästezahlen mit H-Benchmark

16.500,-€

 Messung der Gästezahlen in 10 ausgewählten Hotels der Stadt in "Echtzeit" zum Monitoring des Neustarts und zur Einordnung im Vergleich mit weiteren Großstädten

Gruppenrabatte für Sammelbestellungen ab 5 Beziehern sind nach Absprache möglich, bitte sprechen Sie uns an!



#### PAKETPREISE

## Premium-Paket: Basismodul und Zusatzmodule I & II

**19.800,- €** statt 21.450,- €

 repräsentative Bevölkerungsbefragung von 5.000 städtereiseaffinen Personen in Deutschland, Österreich und der Schweiz

Auswertung des Basismoduls nach Sinus-Milieus<sup>®</sup>

 Messung der Gästezahlen in 10 ausgewählten Hotels der Stadt in "Echtzeit" zum Monitoring des Neustarts und zur Einordnung im Vergleich mit weiteren Großstädten



# STÄDTEREISEN IN ZEITEN VON CORONA – BESTELLFORMULAR

Rücksendung des unterschriebenen Bestellformulars per Fax an: +49 40 419 23 96 29, per E-Mail an: staedtestudie@projectm.de

| Firma (Korrekte Firmierung für die Rechnung) |  |  | Hiermit bestellen wir (Zutreffendes bitte ankreuzen)                                   |   |
|--|--|--|--|---|
| Ansprechpartne                               | r / Besteller  |  | П  | Basismodul: Befragung von Städtereisenden                                 |
| Position im Unte                             | rnehmen  |  |  | € 2.950,-   |
| Straße / Hausnu                              | ımmer  |  |  | Zusatzmodul I:<br>Auswertung nach Sinus-Milieus <sup>®</sup><br>€ 2.200,- |
| PLZ / Ort                                    |  |  |  | Individueller Strategieworkshop   |
| E-Mail                                       |  |  |  | "ToDo's für Marketing & Management" € 3.000,-                             |
| Telefon Wir bestätigen h                     | iermit verbindlich, keines der bezog   |  | Zusatzmodul II:<br>Entwicklung der Gästezahlen<br>mit H-Benchmark € 16.500,-           |   |
| (auch nicht in Te<br>Dritte weiterzuge       | eilen) weder zu veröffentlichen, zu ver<br>eben – auch nicht an Kooperationsp<br>men, Konzerngesellschaften u.ä. | Premium-Paket:  Basismodul & Zusatzmodule I & II  € 19.800,-  Sie erhalten alle Dokumente als pdf-files. |  |   |
| Ort, Datum                                   | Name des Auftraggebers   | Unterschrift   | Alle Preise verstehen sich zuzüglich der jeweils gültigen gesetzlichen Mehrwertsteuer. |   |

Die Rechnung wird elektronisch zugestellt.

## KONTAKT FÜR RÜCKFRAGEN









www.eti-institut.de



www.projectm.de



www.saint-elmos.com



www.tourismusperspektive.com



www.corona-navigator.de



www.kompetenzzentrum-tourismus.de



www.destinationquality.de



Jurriën Dikken Tel: +49 40 419 23 96 26 dikken@eti-institut.de



Peter C. Kowalsky Tel: +49 40 419 23 96 16 peter.kowalsky@projectm.de



**Cornelius Obier** Tel: +49 40 419 23 96 0 cornelius.obier@projectm.de



**Mario Baier** Tel: +43 664 84 27 877 m.baier@saint-elmos.com



**Martin Schobert** Tel: +43 662 84 92 59 8015 m.schobert@saint-elmos.com



Sinus

Digitale Marktforschung und Datenmanagement im Tourismus (Hamburg, München) www.eti-institut.de



Strategieberatung für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft (Hamburg, München) www.projectm.de



Agentur für ganzheitliche touristische Beratung und Umsetzungsbegleitung (Wien, Salzburg, München) www.saint-elmos.com





#### DURCHFÜHRUNG

Die Studie wird vom Europäischen Tourismus Institut (ETI) in Zusammenarbeit mit PROJECT M und Saint Elmo's Tourismusmarketing durchgeführt.

#### WISSENSCHAFTLICHE KOMPETENZ

Die wissenschaftliche Leitung liegt in den Händen von Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack (Ostfalia Hochschule Salzgitter).

#### **UNTERSTÜTZUNG**

Mit Unterstützung vom Sinus-Institut werden die Befragungsergebnisse fachlich weiter qualifiziert, um z.B. auch individuelle Auswertungen der Sinus-Milieus® vornehmen zu können.



www.sinus-institut.de



# Digitale Marktforschung und Datenmanagement im Tourismus.

Daten, Analysen, Monitoring, Controlling und Benchmarking für die Performance Ihrer Destination.

Kontakt und weitere Informationen www.eti-institut.de





GRÜNDUNGSJAHR: 1998 · GESCHÄFTSFÜHRUNG: Dipl.-Kaufm. Cornelius Obier Mitglieder der Geschäftsleitung:

Johan Schiller Roloff Clausen, Detlef Jarosch, Peter C. Kowalsky



#### CONSULTING

für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft: Strategieund Markenmanagement, Organisationsentwicklung, Infrastrukturentwicklung, Marktforschung und Analyse, Gesundheitstourismus



#### **INTERDISZIPLINÄR**

mit über 20 festen und 12 freien Mitarbeitern in einem praxisorientiertem Team (Betriebswirte, Touristiker, Marktforscher, Stadt- und Regionalplaner, Architekten...)



#### STARKE BASIS

Wissenschaftliche Verankerung über die Wissenschaftliche Leitung: Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack, Ostfalia Hochschule Salzgitter



#### **STANDORTE**

Hamburg München





# ST ELMO'S

#### TOURISM MARKETING

**Gründungsjahr:** 1991 · **Managing Board:** Verena Feyock, Hannes Haller, Stephan Kalinka, Olaf Nitz, Dennis Pfisterer, Martin Schobert · **Standorte**: München, Salzburg, Linz, Wien, Villach, Bozen, Zürich



Unsere interdisziplinären, international erfahrenen Spezialisten fertigen aus den kundenspezifischen Wünschen und Zielen individuelle Lösungen. Zum Beispiel touristische Masterpläne,
Markenkonzepte, Positionierungen,
Maßnahmen, Kommunikations- &
Mediapläne, Anregungen für die
Produkt-entwicklung sowie fürs
Informations- und Orientierungsdesign.



#### **KREATION**

Mit Fragen der ansprechenden,

zielgruppenkonformen Darstellung
befasst sich die Kreation, von der
einfallsreichen Produktentwicklung bis zur
stimmigen Kommunikation in Wort und
Bild – analog, digital, im Raum.
Die Kreation macht die Strategie sichtund erlebbar. Inhaltliche und visuelle
Qualität sind die Verbindung zwischen
Produkt und Kunde, auf die wir einen
besonderen Wert legen.



#### DATEN

Unsere Unsere Experten beraten über die Potenziale von Daten in verschiedenen Handlungsfeldern (Sales, CRM, Vermarktung, Kommunikation und Werbung etc.). Wir unterstützen unsere Kunden beim Sammeln (Tracking/Aggregation), Aufbereiten und Darstellen (Reporting) von Daten. Auf Basis von Daten leiten wir Handlungsempfehlungen ab und aktivieren die Daten in der Kommunikation.



#### **TECHNOLOGIE**

Unser Wissen über touristische
Technologien ist auf dem neuesten
Stand. Wir beraten unsere Kunden
unabhängig über die besten
Systeme. Dank der guten Kenntnis der
technischen Anbieter und von
touristischen Best Practices
unterstützen wir unsere Kunden dabei,
ihre Anforderungen zu formulieren und
begleiten sie bei der Implementierung
von (Marketing-) Technologien sowie
bei der Aussteuerung und Tracking &
Optimierung von Mediakampagnen.

