

Die Customer Journey: So planen und buchen Reisende online

Wichtige Einblicke: Gäste von Ferienunterkünften

Diese Studie beleuchtet das Verhalten von Reisenden, einschließlich der wichtigsten Faktoren, die sich auf ihre Buchungsentscheidung auswirken. Die Customer Journey bis zur Buchung stellt sich dabei als komplex und facettenreich dar.

Gäste von Ferienunterkünften verbringen etwa 40 Tage damit, über ihre Reise nachzudenken, und fast 45 Tage damit, sie zu planen, was über dem Durchschnitt aller Buchungsarten (Hotels, Flüge usw.) liegt. Die Buchung erfolgt dann etwa drei Monate vor dem Beginn der Reise und damit deutlich früher als im Durchschnitt.

Längere Reisen und größere Gruppen



10,7 Tage

durchschn. Reisedauer
→ gegenüber 8,8 Tagen
bei allen Buchungsarten



3,2 Personen

durchschn. Gruppengröße
→ gegenüber 2,4 Personen
bei allen Buchungsarten



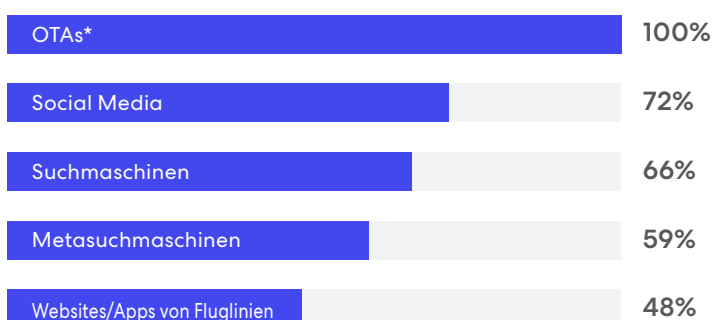
48%

reisen mit der Familie
→ gegenüber 37% bei
allen Buchungsarten



Vor der Reisebuchung verwendete Ressourcen

Gäste von Ferienunterkünften nutzen während ihrer Customer Journey eher Social Media und Metasuchmaschinen (wie Google Flights und Kayak) als andere Reisende.



* Seiten zur Vermietung von Ferienunterkünften gelten in den digitalen Daten als OTAs.



Im Rahmen der von Luth Research durchgeführten Studie wurden folgende Daten von Gästen von Ferienunterkünften ausgewertet:

- >700 Umfrageteilnehmer
- Digitale Daten von mehr als 15.000 Teilnehmern

39
Tage

Inspiration

44
Tage

Recherche
und Planung

91
Tage

von der Buchung
zum Aufenthalt



Offen für Anregungen zum Reiseziel

63%

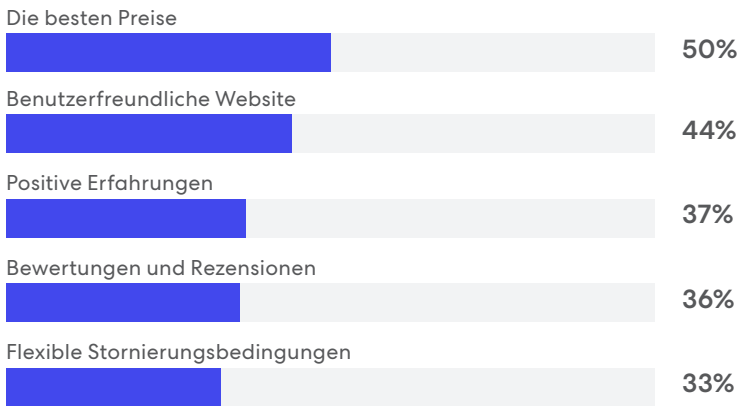
der Gäste von Ferienunterkünften hatten entweder kein bestimmtes Reiseziel im Kopf oder zogen mehrere in Betracht.

Überdurchschnittlich hoher Konsum von Inhalten in den 45 Tagen vor der Buchung

511 Minuten

an Konsum von Reiseinhalten
→ gegenüber 303 Minuten für alle Reisenden

Bei der Entscheidung, wo sie ihre Reisen planen und buchen möchten, ist eine positive Vorerfahrung für Gäste von Ferienunterkünften wichtiger als für andere Reisende.



Gäste von Ferienunterkünften werden mit höherer Wahrscheinlichkeit durch Werbung beeinflusst

 **26%**

der Gäste von Ferienunterkünften gaben an, dass sich Werbung auf ihre Buchungsentscheidung ausgewirkt hat.

→ gegenüber 19% aller Reisenden

← Das fanden sie am wirkungsvollsten:



53%
Schöne Fotos



50%
Promotions oder Angebote



44%
Inhalt, der interessante Erlebnisse präsentiert

Gäste von Ferienunterkünften würden mehr zahlen, um mit einem Treueprogramm zu buchen

40% der Gäste von Ferienunterkünften sind Mitglieder eines Treueprogramms wie One Key™.

↑ Von diesen Mitgliedern:

- **finden es 65% wichtig, bei einer Marke zu buchen**, bei der sie Mitglied sind
→ gegenüber 58% aller Reisenden
- **würden 19% mehr ausgeben**, um bei einer Marke zu buchen, bei der sie Mitglied sind
→ gegenüber 12% aller Reisenden

Die wichtigsten Gründe, weshalb sich Gäste von Ferienunterkünften für Treueprogramme interessieren



73%
Rabatt auf den Preis



57%
Sammeln von Punkten oder Treueprämien, die für zukünftige Reisen verwendet werden können



57%
Angebote für Mitglieder



49%
Kostenlose Upgrades

Die wichtigsten Erkenntnisse

Gäste von Ferienunterkünften verbringen viel Zeit damit, über ihre Optionen nachzudenken.

Stellen Sie sicher, dass Ihr Eintrag auf dem neuesten Stand ist und die besten Eigenschaften Ihrer Unterkunft (und der umliegenden Gemeinde!) hervorhebt. Denken Sie daran, Ihren Bestand und Ihre Verfügbarkeit zu laden, damit Gäste Ihre Unterkunft finden können, sobald sie mit der Organisation ihrer Reise beginnen.

Gäste von Ferienunterkünften reisen mit größeren Gruppen und buchen längere Aufenthalte.

Statten Sie Ihre Unterkunft mit Annehmlichkeiten aus, damit sich eine große Gruppe wie zu Hause fühlen kann, beispielsweise mit zusätzlichen Betten, modernen Küchengeräten und funktionalen Außenbereichen. Und überlegen Sie auch, ob Sie Gästen, die mehr als 7 oder mehr als 28 Tage bleiben, einen Rabatt für längere Aufenthalte anbieten möchten.

Gäste von Ferienunterkünften wünschen sich ein reibungsloses Erlebnis.

Bemühen Sie sich, ihnen das bestmögliche Buchungserlebnis zu bieten. Nutzen Sie Tools wie die Sofortbuchung und bieten Sie flexible Stornierungsbedingungen an – so bieten Sie Ihren Gästen ein positives Erlebnis und fördern positive Bewertungen sowie die Gästeloyalität.

Laden Sie den globalen Bericht herunter →