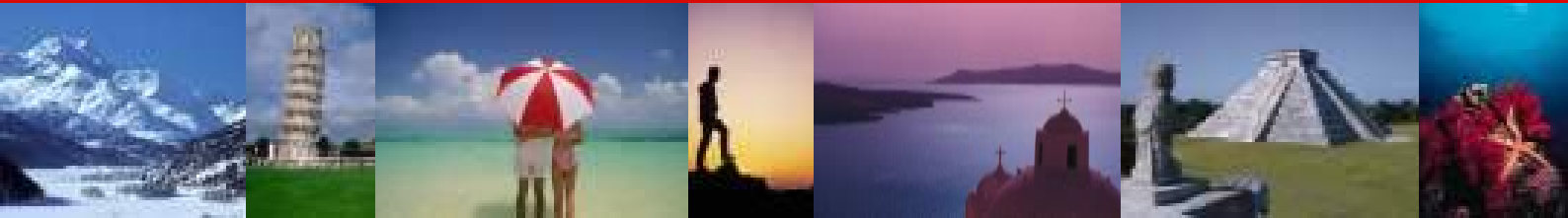


GfK

GfK Consumer Tracking

GfK TravelScope: Consumer Insights aus der Tourismusforschung



Kontinuierliche Erhebung des Urlaubsreise-, Buchungs-
und Informationsverhaltens sowie der Reiseabsichten der
deutschen Bevölkerung

GfK. Growth from Knowledge

[GfK TravelScope]

GfK TravelScope: Ein umfassendes Informationssystem im Reisesektor

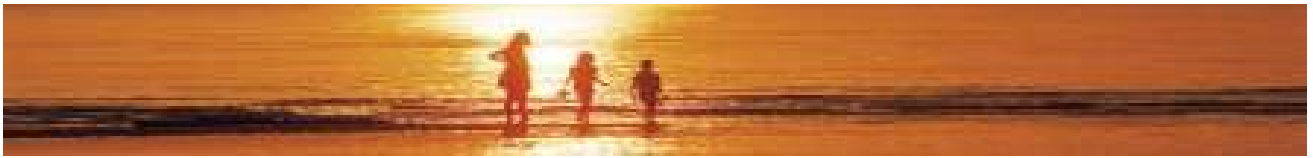
Erfolgreiche Marketing- und Vertriebsentscheidungen basieren immer auf fundierten und schnell verfügbaren Marktinformationen.

- ✓ Von A wie Animation bis Z wie Zypern: Wir bieten valide Marktdaten, Benchmarks und Zielgruppenprofile für alle touristischen Leistungsträger auf Grundlage der umfangreichsten Markterhebung zum Buchungs- und Reiseverhalten der Deutschen durch GfK.

GfK-TravelScope wurde entwickelt, um

- ✓ kontinuierlich im Jahresverlauf Marktinformationen zur Verfügung zu stellen, die zeitnah den Entscheidungsprozess der Reisenden erfassen und es erlauben auf Veränderungen im Reiseverhalten kurzfristig zu reagieren.
- ✓ detaillierte Auswertungen zum Reiseverhalten auch in kleineren Marktsegmenten anhand einer Großstichprobe von ca. 45.000 Personen zu ermöglichen.
- ✓ Längsschnittanalysen in einer feststehenden Panelstichprobe durchzuführen, die einen tieferen Einblick in einzelne Aspekte des Reiseverhaltens auf Personenebene erlauben.

GfK-TravelScope wurde vor allem zur exakten Beobachtung und Analyse der nachfrageseitigen Aktivitäten der Deutschen - sowohl im Veranstalter- als auch Individualreisemarkt ab einer Übernachtung - entwickelt. Eine Ausweitung auf europäische Nachbarländer ist auf Anfrage erhältlich. Wenn Sie an der Analyse von Tages- und Geschäftsreisen interessiert sind, beraten wir Sie gerne auch über das Informationssystem GfK TrafficScope.



GfK TravelScope: Kontinuierliche Erhebung von Reiseplanungen und -aktivitäten

Vier Mal pro Jahr berichten 20.000 repräsentativ ausgewählte Haushalte über ihre Urlaubsreisen ab einer Übernachtung. Zu jeder Reise werden zahlreiche Detailinformationen abgefragt, die mit soziodemographischen Informationen für Zielgruppenprofile verknüpft werden. Die Form der Erhebung ermöglicht es - in einem für Deutschland einzigartigen System - die touristische Vergangenheit, Gegenwart und Planungen mit einer Stichprobe zu analysieren.

GfK Haushaltspanel:

Strukturinformationen zu netto 20.000 Haushalten

Medien- und
Internetnutzung;
Reisemotive;
Urlaubsaktivitäten

Zielgruppen-
befragungen;
Servicequalität;
Image/Zufriedenheit

Soziodemografie;
Lebensphase;
Life-Style;
Einstellungen/Werte;
Mikrogeografie

Reiseabsichten

Geplante Urlaubsreisen
ab 4 Übernachtungen

- Planungshorizont:
12 Monate
- Buchungsinformationen

Kontinuierliche
Stichprobe von
20.000
Haushalten

Dreimonatiger
Befragungszyklus
bei denselben
Haushalten

Reiseverhalten

Getätigte Urlaubsreisen
ab einer Übernachtung

- Befragung 4 Mal p. a. zu
den Reisen der letzten
3 Monate
- Detaillierte Informationen
zur Reise

Alleinstellungsmerkmale GfK TravelScope

- Auf die Messung von Veränderungen optimiert
- Möglichkeit der Analyse von „Kaufgeschichten“
- Single Source zu vielen Aspekten des Marketings

GfK

[Nutzen]

GfK TravelScope unterstützt Sie bei der:

- a) Analyse und Bewertung von aktuellen Marktstrukturen und Entwicklungen im Vergleich Ihres Unternehmens/Zielgebietes zu den Mitbewerbern (Benchmarks)
- b) Erstellung von strategischen Kunden- und Zielgruppensegmentierungen
- c) Erarbeitung von operativen Vertriebs- und Marketingmaßnahmen
- d) Optimierung von Kunden- und Zielgruppenprofilen zur erfolgreicherer Ansprache in allen Vertriebs- und Werbekanälen.

GfK TravelScope beantwortet im Detail folgende Fragen:

Welche Trends gibt es im Reisemarkt?

- ✓ Welche Zielgebiete werden bevorzugt?
- ✓ Welche Urlaubsarten sind im Aufwind?
- ✓ Welche Unterkunftsarten werden gewählt?
- ✓ Wie entwickeln sich verschiedene Reiseformen (Pauschalreisen, Bausteinreisen etc.)?

Wie ist die Distributionsstruktur im Reisemarkt?

- ✓ Welche Bedeutung haben die einzelnen Buchungsstellen?
- ✓ Wie entwickeln sich die Buchungsfristen?

Wie stark ist die Konkurrenz?

- ✓ Welches Profil haben konkurrierende Anbieter?
- ✓ Wie sind konkurrierende Anbieter positioniert?



GfK TravelScope beantwortet im Detail folgende Fragen:

Wie wird sich der Reisemarkt in den nächsten 12 Monaten entwickeln?

- ✓ Wie wird sich die Nachfrage nach Pauschalreisen/ Bausteinreisen etc. entwickeln?
- ✓ Wird die Nachfrage nach Flugreisen zunehmen?
- ✓ Wie viele Urlaubsreisen planen deutsche Haushalte?

Wie verändert sich das Reiseverhalten?

- ✓ Wohin wollen bisherige Balearen-Urlauber im kommenden Jahr fahren?
- ✓ Werden Pauschalurlauber zukünftig Bausteinangebote nutzen?
- ✓ Wollen die Deutschen in Zukunft mehr verreisen?

Wie sieht das Profil meiner Zielgruppe aus?

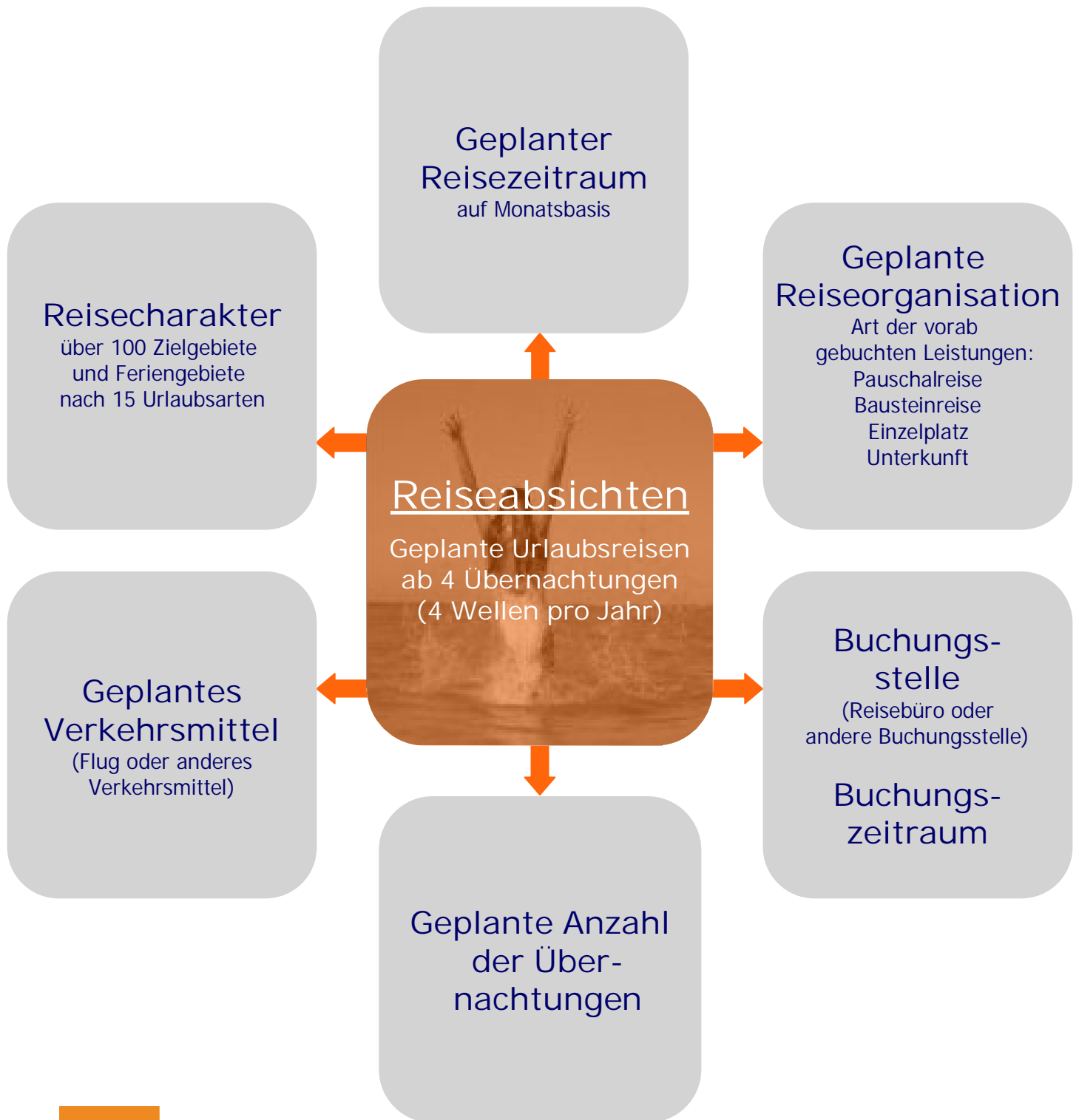
- ✓ Wie reiseaktiv ist meine Zielgruppe?
- ✓ Wie loyal ist das Buchungsverhalten der Reisenden zum Reiseveranstalter?

Wie kann ich meine Zielgruppe erreichen?

- ✓ Welche Fernsehsender werden von meiner Zielgruppe bevorzugt?
- ✓ Welche Zeitschriften lesen meine Kunden?
- ✓ Welche Außenwerbungen/Plakate erreichen wo am besten meine Zielgruppe?
- ✓ Wo macht Direktmarketing Sinn?

[Inhalt]

In GfK TravelScope werden in vier Wellen pro touristischem Jahr folgende Themen für geplante Reisen abgefragt:



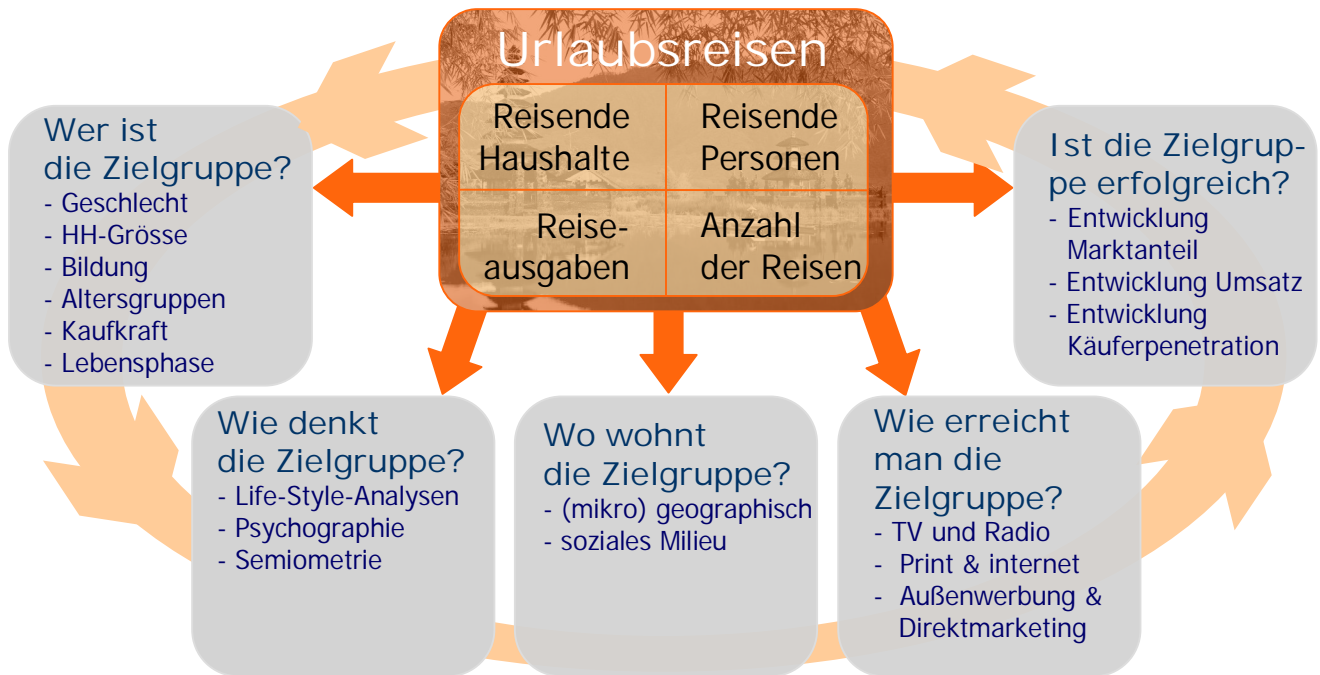


In GfK TravelScope werden folgende Themen für die getätigten Reisen abgefragt:



[Analysen]

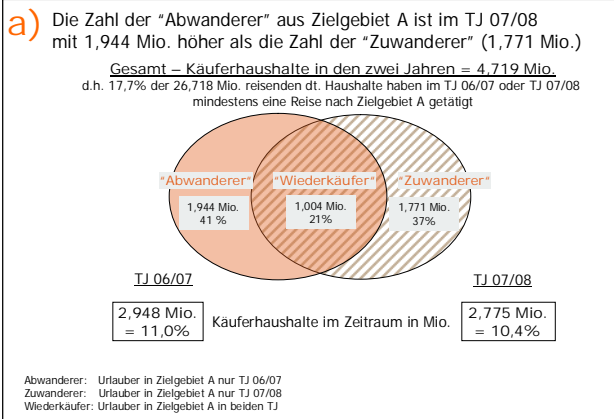
Die Daten können in folgenden Dimensionen ausgewertet werden:



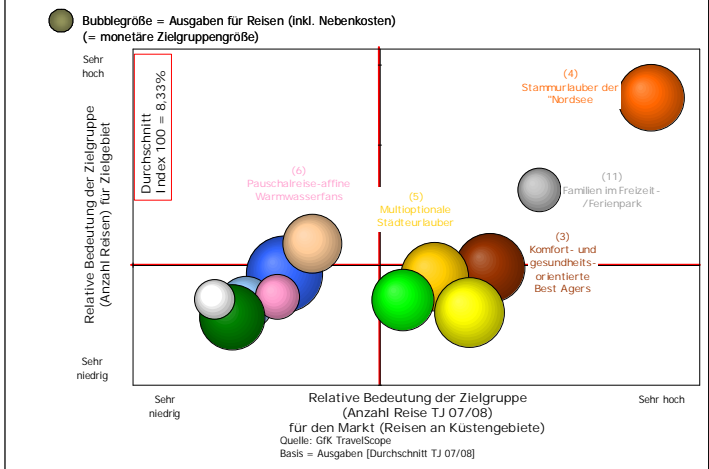
Auf Basis unserer Informationen lassen sich pro Zielgruppe und Kundensegment wichtige Kennziffern ermitteln, wie beispielsweise

- ✓ Reiseintensitäten für soziodemografische Gruppen und Lebensphasen
- ✓ Reichweiten in bestimmten Life-Styles und sozialen Milieus
- ✓ Marktanteile in Zielgebieten, Produkten und Urlaubsarten
- ✓ Durchschnittspreise für einzelne Leistungen einer Reise
- ✓ Marktvolumina von Kundensegmenten und Zielgruppen
- ✓ Reiseaffinitäten unterschiedlicher Kundensegmente
- ✓ Zielgruppenscores für bestimmte Reiseprodukte

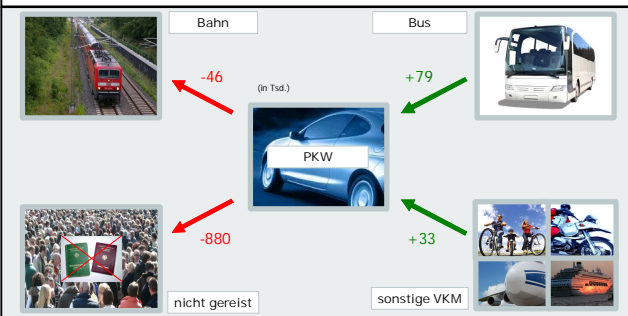
Eine standardisierte Berichterstattung erfolgt im Basismodul in Form von kommentierten PowerPoint-Charts. Für individuelle Reports, Sonderanalysen oder Datenbankanreicherungen werden alle gängigen Datenformate angeboten.



b) „Nordseeaffine“ dominieren im Zielgebiet A ...



c) Beim Winterurlaub werden Pkw nicht durch andere Verkehrsmittel substituiert



- a) Käuferwanderungsanalysen für touristische Zielgebiete
- b) Marktsegmentierung und Zielgruppenpositionierung
- c) Gain & Loss- und Migrationsanalysen in Bezug auf Regionen, Urlaubsformen, Verkehrsmittel etc.

Neben standardisierten Auswertungen bieten Sonderanalysen auf der Basis unserer umfangreichen Befragungsdatenbank den entscheidenden Wissensvorsprung.

Einige Beispiele für Sonderanalysen:

- ✓ Zielgebietsprofile für Marketingkampagnen
- ✓ Zielgruppensegmentierungen für CRM-Prozesse
- ✓ Potenzialsbestimmung von Flughafeneinzugsgebieten
- ✓ Reisebürosegmentierung nach Kundenpotenzial
- ✓ Wanderungsbewegungen zwischen Zielgebieten
- ✓ Urlauberprofile und Interessentenprofile
- ✓ Differenzenprofile auf Adressbasis für Reisende

[Methode]

GfK TravelScope: Die Befragungsdatenbank der GfK zum Thema Urlaub

Basis⁽¹⁾

34,8 Mio. deutsche Privathaushalte

Stichprobe

20.000 deutsche Privathaushalte
(mit ca. 45.000 Personen)

Methode

12-seitige schriftliche Befragung

Erhebung

4-mal jährlich bei allen Haushalten

Berichterstattung⁽²⁾

Quartalsweise, halbjährlich oder jährlich

Inhalte zur Reise

Reiseform, Zielgebiet, Verkehrsmittel,
Unterkunftsart, Urlaubsart, Buchung,
Information, Veranstalter, Zufriedenheit

Inhalte zum Haushalt

Soziodemografie, Familienlebenswelt, Life-
Style, Mikrogeografie, Medien und
Internetnutzung

(1) GfK TravelScope erfasst private Urlaubsreisen mit mindestens einer Übernachtung und mehr als 50 km Entfernung vom Wohnort. Eine Ausweitung der Befragung auf europäische Nachbarländer ist möglich.

(2) Ausgewiesen werden Reiseintensitäten, Reichweiten, Marktanteile, Durchschnittspreise, Marktvolumina von Segmenten (z. B. Zielgebiete, Urlaubsarten) nach Anzahl der Reisen, Anzahl reisender Personen und Haushalte sowie Reiseausgaben.

GfK

methodology



Ihr Mehrwert durch den Einsatz von GfK TravelScope

Von besonderer Bedeutung und ein tatsächliches Alleinstellungsmerkmal ist, dass es sich bei den 20.000 repräsentativ ausgewählten Haushalten um eine feststehende Stichprobe handelt. D. h., ein Großteil dieser Haushalte beantwortet unseren Fragebogen regelmäßig über Jahre hinweg. Dadurch sind wir in der Lage, neben den generellen Reports auch Analysen anzubieten, die auf vordefinierte Zielgruppen und die zeitliche Veränderung hin entwickelt werden.

Die große Stichprobe ermöglicht auch die Betrachtung kleinerer Marktsegmente.

Quartalsweise Aktualisierung der Daten. Dies ermöglicht schnelles Reagieren auf Marktveränderungen.

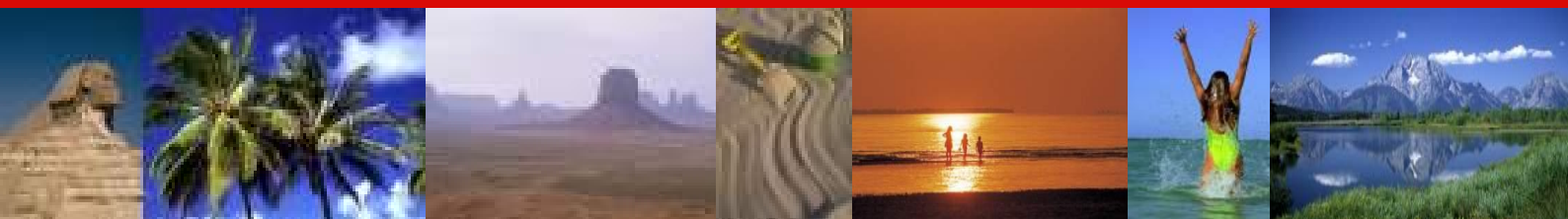
Die zeitnahe Erfassung in schriftlicher Form sichert eine hohe Datenqualität.

- ✓ Zeit und Ruhe beim Beantworten des Fragebogens
- ✓ Detaillierte Auskünfte zur getätigten oder geplanten Reise sind möglich
- ✓ Erinnerungsverluste werden minimiert

Analyse von Wanderungsbewegungen (z. B. in Bezug auf Zielgebiete) durch Beobachtung derselben Haushalte über lange Zeiträume.

Umfangreiche soziodemografische, psychografische und mikrogeografische Informationen sowie detaillierte Angaben zur Medien- und Internetnutzung nach MA-Standard liegen zu jedem Haushalt vor.

Die Verknüpfung mit Mediendaten und Mikrogeografie ermöglicht zielgruppenspezifische Marketing- und Werbeplanung (überregional – TV, Print, Radio, Internet – oder lokal – Reisebüro, Plakat oder Direktmarketing –).



GfK TravelScope

Adresse

Roland Gaßner
0911 395-4535
roland.gassner@gfk.com

Melanie Heubeck
0911 395-2834
melanie.heubeck@gfk.com

GfK SE
Panel Services Deutschland
Nordwestring 101
90419 Nürnberg

<http://www.gfk-travelscope.com>