



Hochschule Worms
 University of Applied Sciences

Einige Begriffe...

Zukunftsprognosen basieren auf Vergangenheitswerten, die in die Zukunft interpoliert werden.

Über einen gewissen Zeitraum bereits zu beobachtende, statistisch erfassbare) Entwicklung[stendenz]
Quelle: Duden 2019

Trend = „in“

Ein Trend ist eine Entwicklung, die in der Vergangenheit und Gegenwart messbar (zumindest sichtbar) ist, und von der man begründet annehmen kann, dass sie sich in Zukunft fortsetzen wird. Trends verstehen wir im Hinblick auf die Zukunft als aus heutiger Sicht wahrscheinliche mittel- und langfristige Entwicklungen.
Quelle: Lohmann/Schmücker/Sonntag: Urlaubsreisetrend 2025, Kiel 2014: 1

© 2019 Prof. Dr. Knut Scherhag, Worms University

Hochschule Worms
 University of Applied Sciences

Aktuelle Zahlen zum Reiseverhalten der Deutschen

Urlaubsreiseorganisation und -buchung 2010 vs. 2018

Organisation

Pauschal-/Bausteinreise	43%	42%
Unterkunft einzeln	36%	34%
Ticket/Fahrschein einzeln	16%	13%
Andere Bestandteile einzeln	8%	6%
Nichts vorab gebucht	12%	15%

Basis: Urlaubsreisen (5+ Tage) der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre

Quelle: RA 2011, 2019 face-to-face

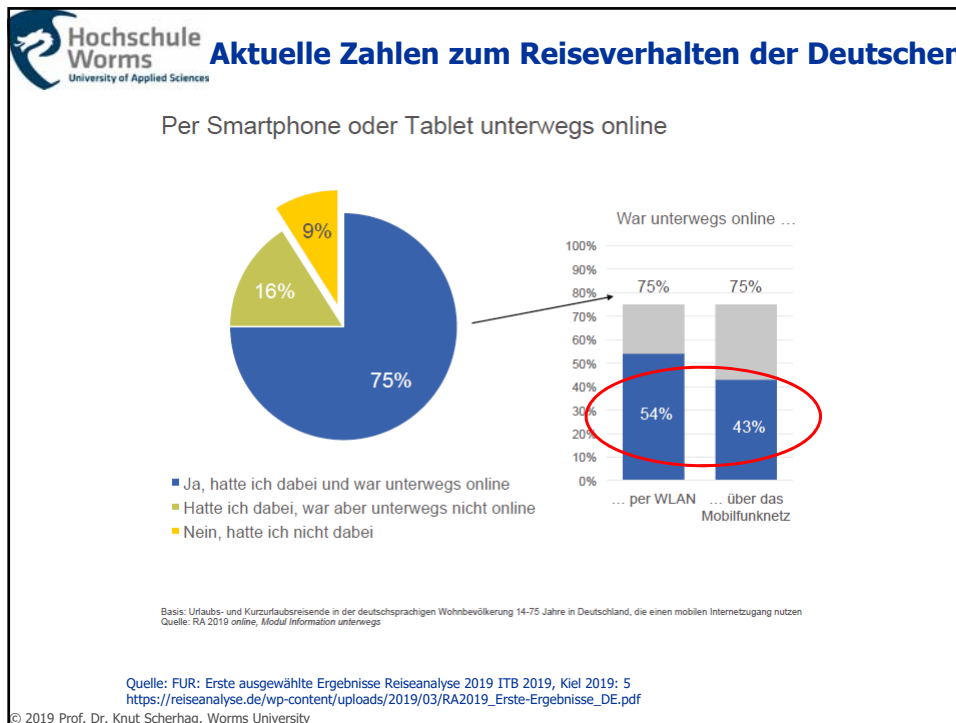
Buchungswege

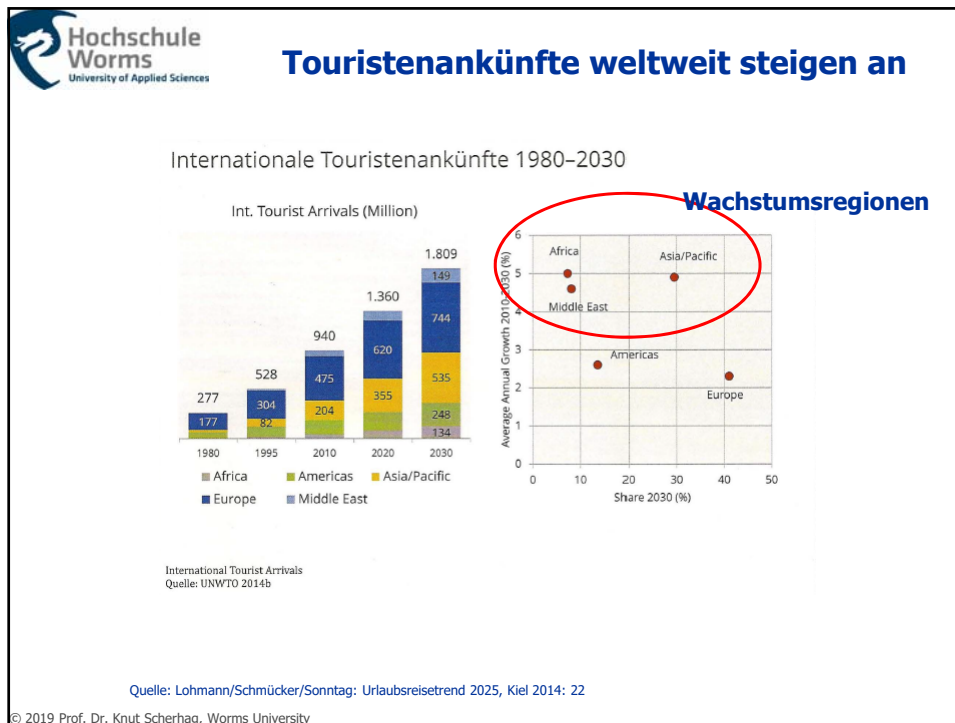
Per Online-Buchung	42%	26%
Im persönlichen Gespräch	40%	46%
Per Telefon	16%	24%
Per E-Mail	12%	5%
Per Brief/Fax	2%	3%

Basis: Urlaubsreisen mit Vorausbuchung (5+ Tage) der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre

Quelle: FJR: Erste ausgewählte Ergebnisse Reiseanalyse 2019 ITB 2019, Kiel 2019: 4
https://reiseanalyse.de/wp-content/uploads/2019/03/RA2019_Erste-Ergebnisse_DE.pdf

© 2019 Prof. Dr. Knut Scherhag, Worms University






Hochschule Worms
 University of Applied Sciences

Basis eines zukünftigen Tourismus

**„Der Individualisierungskonsum,
 die Suche nach dem Speziellen,
 Neues Erleben und Erlernen,
 die hohe Transparenz und Vergleichbarkeit
 sowie das ausgeprägte Gesundheitsbewusstsein,
 sind nur einige der Entwicklungen,
 die den Erfolg im Tourismus in Zukunft beeinflussen.“**

Quelle: Albrecht Tourismus 2025, Bruck am Ziller 2013

© 2019 Prof. Dr. Knut Scherhag, Worms University

 Hochschule Worms
University of Applied Sciences

„Der hybride Konsument ist Alltag – der hybride Gast ebenso!“

Hybrides Gästeverhalten wird u.a. unterstützt durch:

- *Selbstverständlicher* Konsum (Industrielländer)
- Digitale Informationsvermittlung (Informationen über alles)
- Drang zur Individualität („Ich“)
- Aktuell: nachhaltiges Reisen

© 2019 Prof. Dr. Knut Scherhag, Worms University

 Hochschule Worms
University of Applied Sciences

Aktuelle Zahlen zum Reiseverhalten der Deutschen

Rolle der Nachhaltigkeit bei Urlaubsreisen 

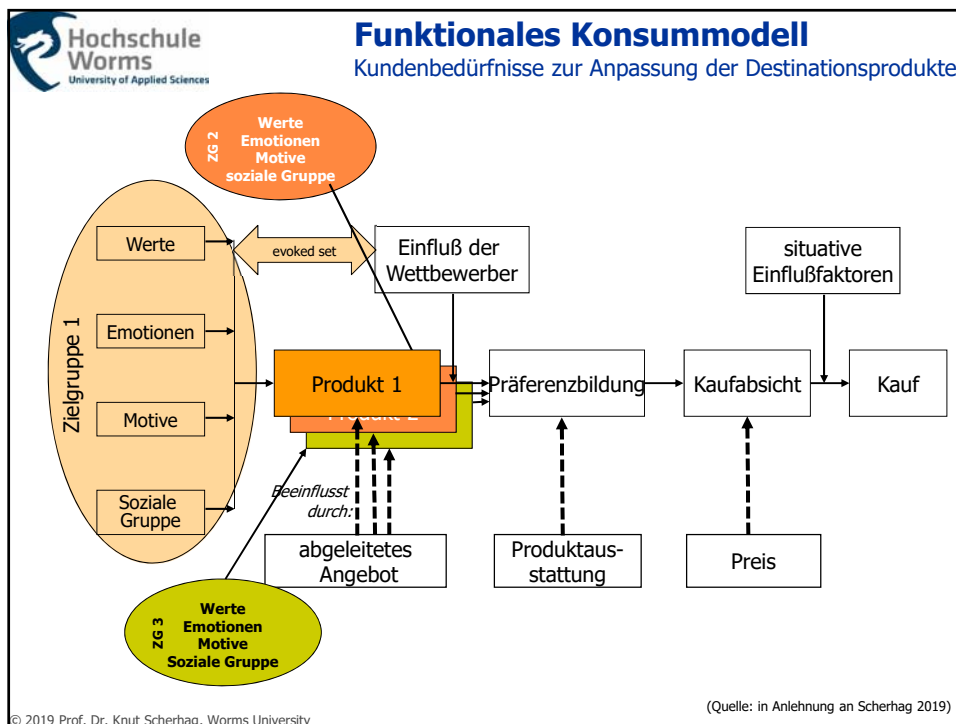
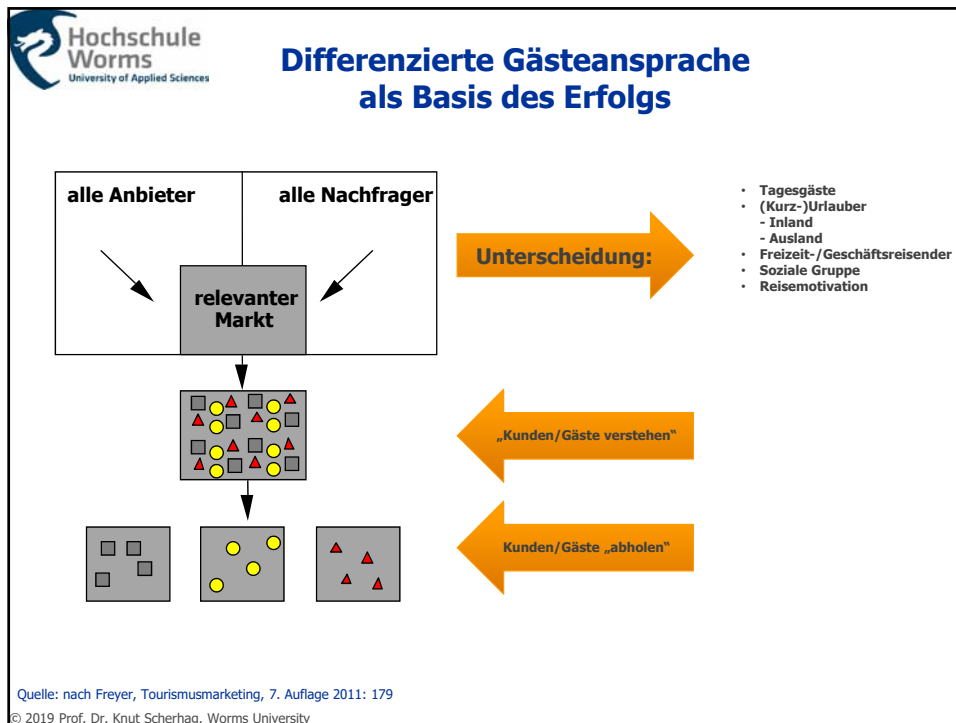


Percentage	Description
57%*	Mein Urlaub soll möglichst sozial verträglich, ressourcenschonend und/oder umweltfreundlich sein.
23%**	Nachhaltigkeit war – neben anderen Dingen – ein Aspekt bei der Gestaltung der Reise.
4%**	Nachhaltigkeit hat den Ausschlag gegeben bei der Entscheidung zwischen sonst gleichwertigen Angeboten.

Basis: "Urlaubsreisen (5+ Tage) in der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre, Wert für „trifft voll und ganz zu“ und „trifft zu“;
** Urlaubsreisen 2019 (5+ Tage) der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ Jahre
Quelle: RA 2019 face-to-face

Quelle: FUR: Erste ausgewählte Ergebnisse Reiseanalyse 2019 ITB 2019, Kiel 2019: 6
https://reiseanalyse.de/wp-content/uploads/2019/03/RA2019_Erste-Ergebnisse_DE.pdf

© 2019 Prof. Dr. Knut Scherhag, Worms University



Hochschule Worms
 University of Applied Sciences

crystallo
 HOTEL & SPA

In welcher „Welt“ fühlen Sie sich zuhause?
 bike wandern moto wellness

JETZT BUCHEN
 ANFRAGEN

Quelle: <https://www.hotelcrystallorentino.it/de>

STEINEGGERHOF
Ride & Chill

Herzlich Willkommen im Biohotel & Bikehotel Steineggerhof

BIKEN | MOTORRAD | WANDERN | GENIESSEN

Mitten in der Ferienregion Eggental und 13 Kilometer entfernt von Bozen, der Landeshauptstadt Südtirols, liegt das Biohotel & Bikehotel Steineggerhof (900m). Sie wohnen bei uns in einer absolut ruhigen Lage am Waldrand und genießen einen herrlichen Panoramablick auf die Dolomiten Schlern und Rosengarten.

BIO HOTELS
 mehr als Hotel

Quelle: <https://www.steineggerhof.com/de/biohotel-in-suedtirol-dolomiten-ebike-motorrad-yoga.html>

Michels Wohlfühlhotel
 SUPERIOR

Wandern/Eifelsteig
 Unsere Touren
 Schalkenmehren
 Michels Freizeit
 GesundLand Vulkaneifel
 Tagesaufzüge
 Nordic Walking
 Aktiv in der Vulkaneifel
 Tipps & Links in der Umgebung
 Benzin im Blut

Radfahren/Mountainbike
 Golf in der Eifel
 Motorrad/Caberio
 Saisonzeiten
 Gutscheine
 Kontakt & Anfahrt
 Buchen & Anfragen

Quelle: <https://www.landgasthof-michels.de/freizeit-eifel/radfahrenmountainbike/#cat=Radfahren-main&filter=r-fullyTranslatedLangus-5381,sb-sortedBy-0&z=9,6.78728,50.10844>

© 2019 Prof. Dr. Knut Scherhag, Worms University

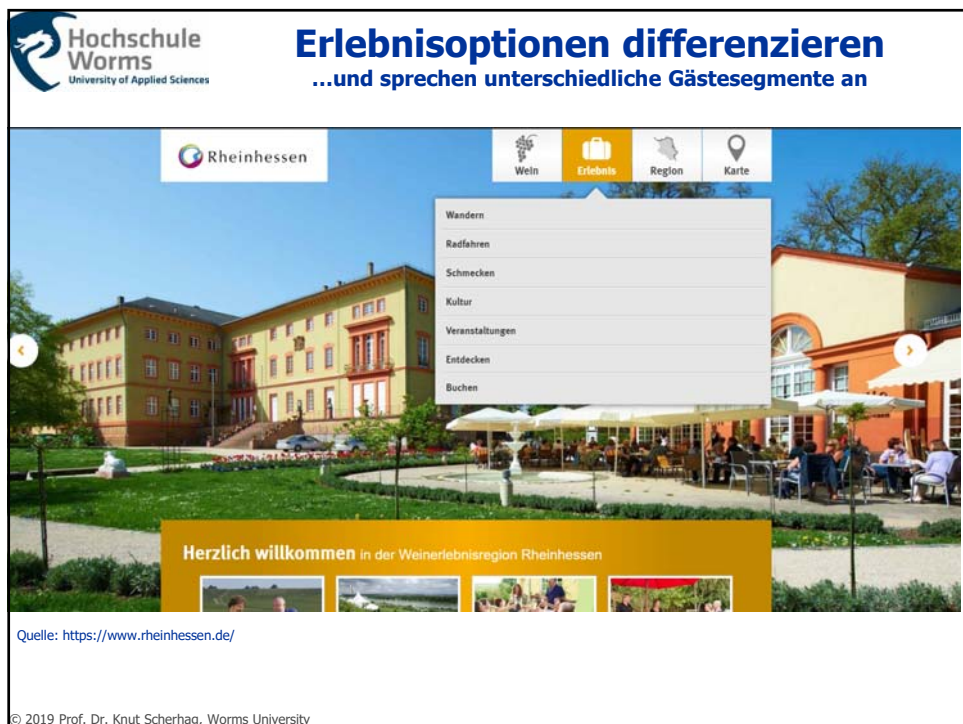
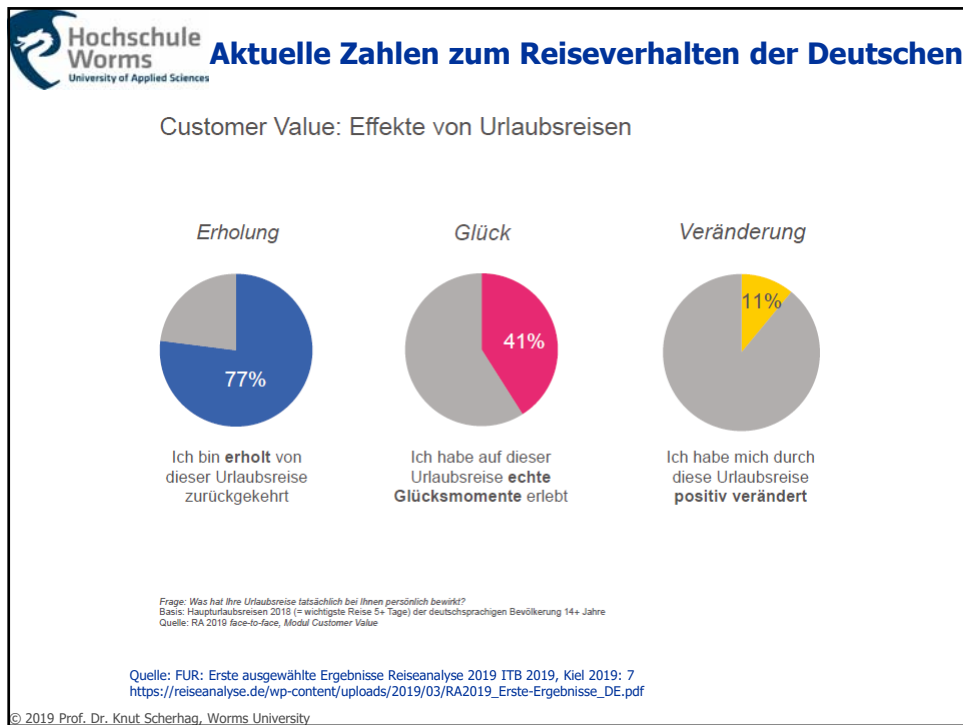
Hochschule Worms
 University of Applied Sciences

Eine Konsequenz:

Foto:
Eierlegende Wollmilchsau

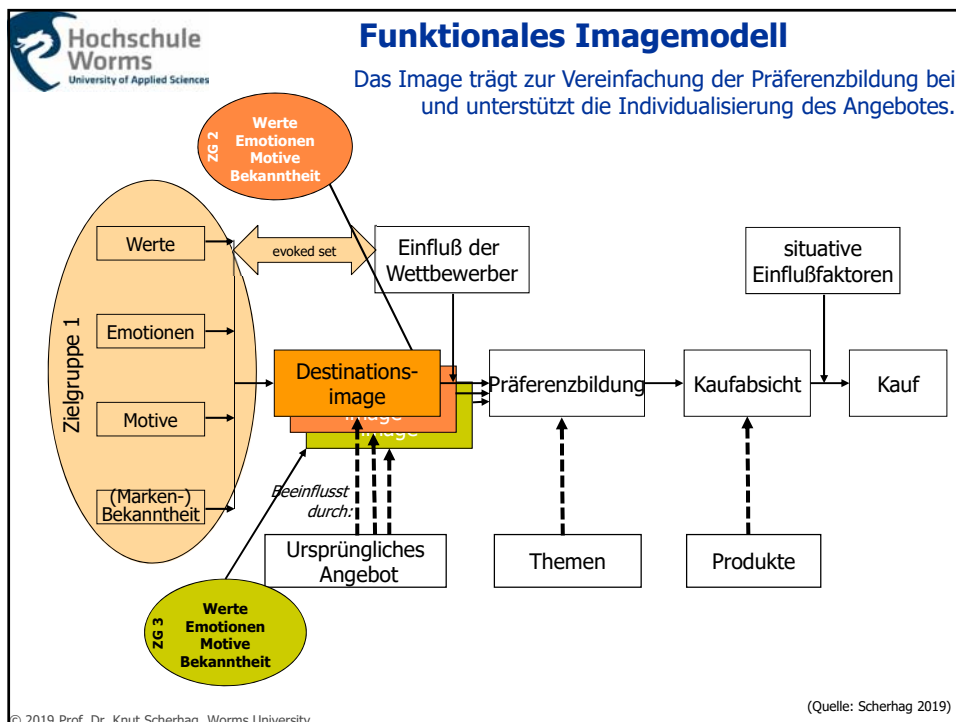
Quelle: Georg Mittenecker - <http://kamelopedia.mormo.org/index.php/Datei:Wollmilchsau.jpg>

© 2019 Prof. Dr. Knut Scherhag, Worms University






© 2019 Prof. Dr. Knut Scherhag, Worms University



© 2019 Prof. Dr. Knut Scherhag, Worms University

(Quelle: Scherhag 2019)



To do's

- Agieren statt reagieren
- Den Kunden kennen
- Special Interest Angebote entwickeln
→ Nischen suchen, in Nischen stark sein
- Spezielle Zielgruppen individuell, aktiv ansprechen
→ buchbare Angebote mit Erlebnischarakter individualisieren
(für MICH)
- Trends setzen mit den Leistungen, die Sie beherrschen, in denen Sie gut sind
- Buchbar über Smartphone/in den sozialen Medien
- Kurzfristverfügbarkeit

© 2019 Prof. Dr. Knut Scherhag, Worms University



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

www.hs-worms.de/scherhag

© 2019 Prof. Dr. Knut Scherhag, Worms University Folie 25