



Bericht 2019

# **trivago Brancheneinblicke: Reisendenprofile**

Wichtige Erkenntnisse über das  
Hotelsuchverhalten von Reisenden bei Metasuchen

# Infos zum Bericht

Die Metasuche ist eine wichtige Komponente für das Online-Hotelmarketing und den Vertrieb. Mehr als 94 % der Reisenden, die online Unterkünfte buchen<sup>1</sup>, nutzen dafür eine Metasuche. Daraus resultieren Millionen von Suchvorgängen, die führenden Metasuchplattformen wie trivago eine beachtliche Menge an Daten über das Verhalten von Reisenden liefern.

Der vorliegende Bericht enthält Profile für Reisende aus Europa, Nordamerika, Lateinamerika und Ozeanien basierend auf den Reisedaten von 2018. Er liefert folgende Informationen:

- **Welche Ziele Reisende auswählen und woher sie kommen**
- **Welche wichtigen Typen von Reisenden identifiziert wurden**
- **Nach welchen Faktoren Reisende ihre Hotelsuchoptionen einschränken**
- **Welche Preise Reisende zahlen und wie viel sie bereit sind auszugeben**
- **Wann Reisende buchen, wann sie reisen und wie lange sie bleiben**
- **Wie man Daten zu einer speziellen Zielgruppe eines Hotels erhält**

Hinweise zu den Daten: Die Daten basieren auf Suchen auf trivago in den Jahren 2017 und 2018 für Reisen in 2018. Die Informationen zu Filtern (Preis, Sterne-Kategorie, Gästebewertung und Top-Ausstattungen) basieren auf der Interaktion mit diesen Filtern während einer Suche. Anderen Daten des Berichts liegen entsprechende Informationen aus Click-outs zugrunde. Bei einem Click-out klickt ein Reisender auf trivago auf einen Hotelpreis und gelangt so zu einer Buchungsseite, auf der er die Buchung abschließt. Daten zu saisonalen Durchschnittsdaten wurden für die Jahre 2016 bis 2018 ermittelt.

Berücksichtigt wurden Reisen in die folgenden Märkte: Europa (Belgien, Deutschland, Frankreich, Griechenland, Großbritannien, Irland, Italien, Niederlande, Österreich, Schweiz und Spanien), Lateinamerika (Argentinien, Brasilien, Chile, Kolumbien und Mexiko), Nordamerika (Kanada und die USA) sowie Ozeanien (Australien und Neuseeland).

Aufgrund von Rundungsfehlern kann es vorkommen, dass die Prozentzahlen zusammen nicht 100 % ergeben.

<sup>1</sup> EyeforTravel, The State of Hospitality Distribution: Metasearch, 2018

# Die wichtigsten Ergebnisse und Einblicke



# Welche Ziele wählen Reisende aus?

Beliebteste Ziele der jeweiligen Region



## Europa

1. London, Großbritannien
2. Paris, Frankreich
3. Amsterdam, Niederlande
4. Rom, Italien
5. Barcelona, Spanien
6. Berlin, Deutschland
7. Madrid, Spanien
8. Hamburg, Deutschland
9. Mailand, Italien
10. Venedig, Italien



## Lateinamerika

1. Cancún, Mexiko
2. Rio de Janeiro, Brasilien
3. São Paulo, Brasilien
4. Buenos Aires, Argentinien
5. Playa del Carmen, Mexiko
6. Puerto Vallarta, Mexiko
7. Acapulco, Mexiko
8. Mazatlán, Mexiko
9. Gramado, Brasilien
10. Florianópolis, Brasilien



## Nordamerika

1. New York, USA
2. Las Vegas, USA
3. Orlando, USA
4. Miami Beach, USA
5. San Francisco, USA
6. Honolulu, USA
7. Toronto, Kanada
8. Chicago, USA
9. Myrtle Beach, USA
10. Niagara Falls, Kanada



## Ozeanien

1. Sydney, Australien
2. Melbourne, Australien
3. Auckland, Neuseeland
4. Brisbane, Australien
5. Surfers Paradise, Australien
6. Perth, Australien
7. Adelaide, Australien
8. Canberra, Australien
9. Queenstown, Neuseeland
10. Wellington, Neuseeland

# Schon gewusst?

Die Mehrheit der Reisenden nach Europa entschied sich für Ziele, die nicht zu den 100 beliebtesten Orten gehören.

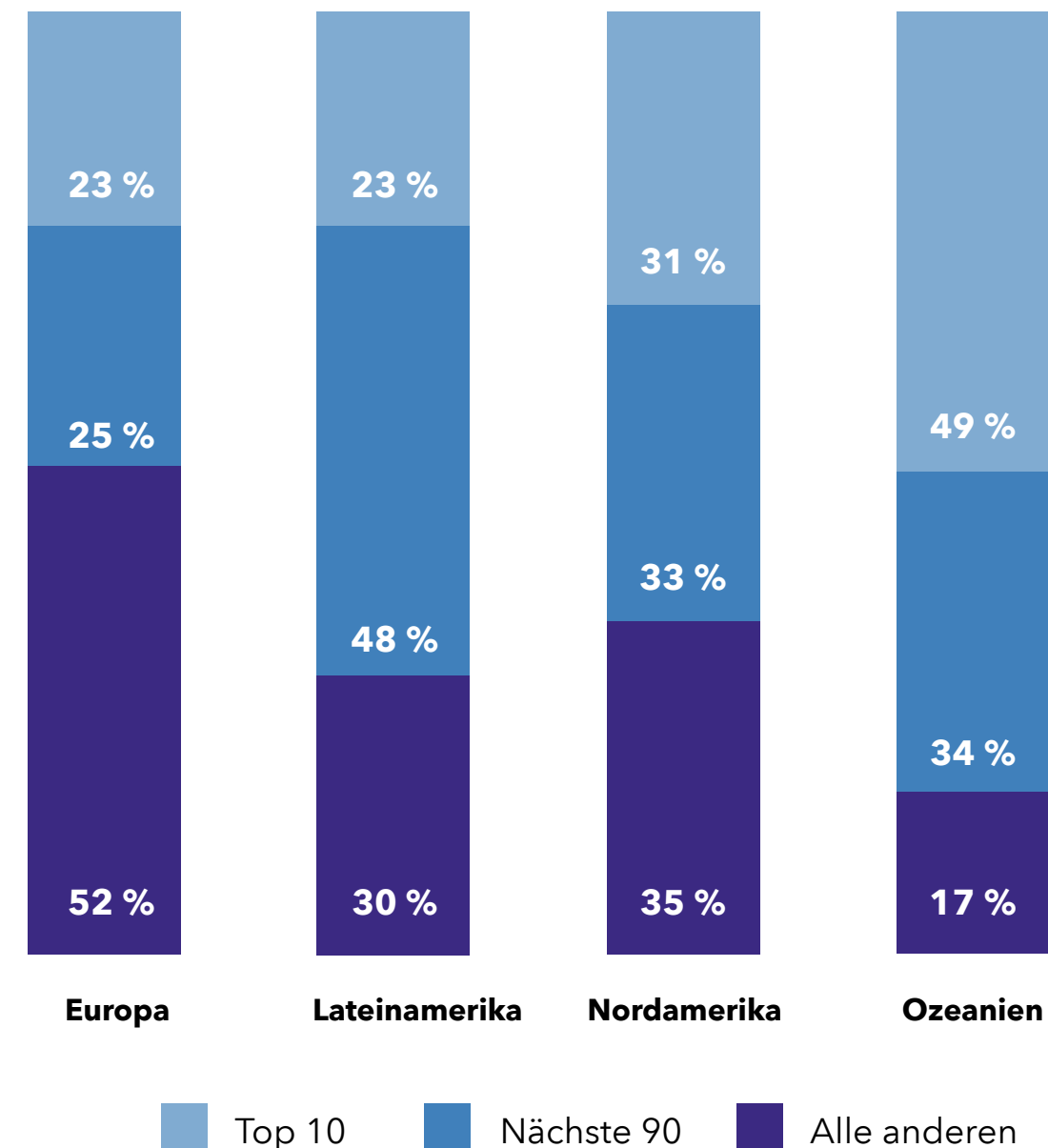


# Wie groß ist der Anteil der Reisen zu den beliebtesten Zielen?

Das Hauptaugenmerk liegt zwar meist auf den Top-Reisezielen, aber auch weniger bekannte Destinationen ziehen eine beträchtliche Zahl von Reisenden an.

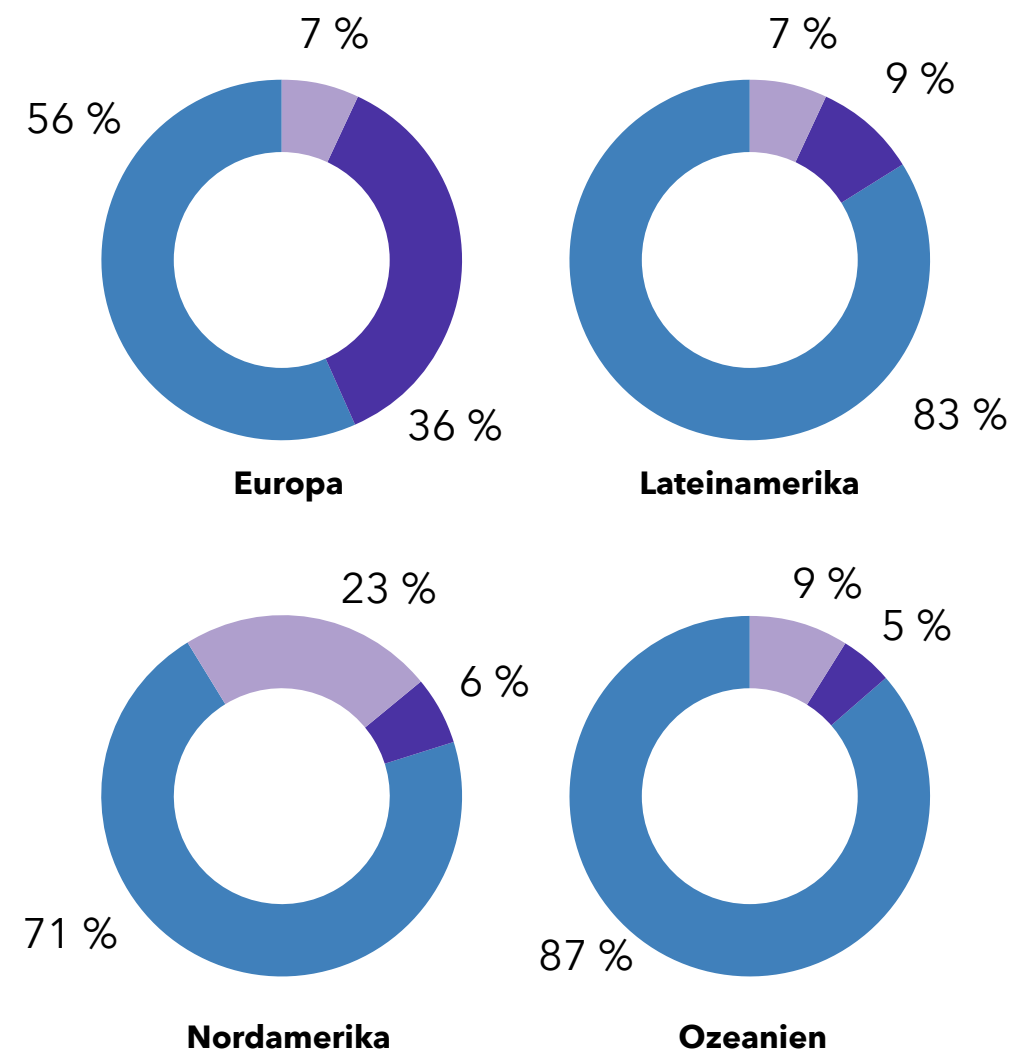
Während für Ozeanien 49 % aller Suchen auf trivago die zehn wichtigsten Reiseziele dieses Kontinents betreffen, gilt dies in Europa und Lateinamerika nur für 23 %.

Eine deutliche Mehrheit der Reisen in allen Regionen wird zu den 100 beliebtesten Zielen unternommen. Eine Ausnahme bildet Europa, wo 52 % der Reisenden Orte auswählen, die nicht zu den 100 Top-Reisezielen gehören. Dies zeigt, dass in Europa im Vergleich zu anderen Regionen auch weniger typische Destinationen sehr beliebt sind.



# Woher kommen die Reisenden?

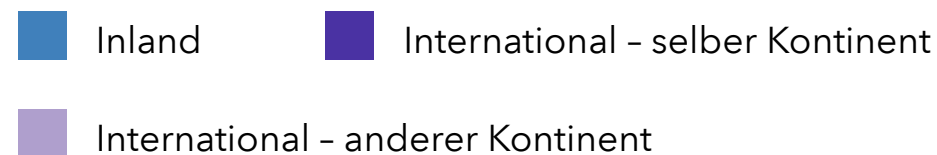
Aufschlüsselung der Herkunft der Reisenden



In allen Regionen finden die meisten Reisen im Inland statt. Insbesondere in Lateinamerika und Ozeanien machen Inlandsreisen den größten Prozentsatz aus.

In Europa dagegen werden auch viele Reisen (36 %) zwischen Ländern dieses Kontinents unternommen. Nach Nordamerika reisen viele Menschen von anderen Kontinenten, hauptsächlich aus Europa.

In Europa finden die meisten Reisen innerhalb dieses Kontinents statt, während Nordamerika die meisten Besucher aus anderen Regionen verzeichnet.



# Welche wichtigen Typen von Reisenden wurden identifiziert?

Aufschlüsselung nach Aufenthaltsdauer

Reisende lassen sich nach Reisezeitpunkt und Aufenthaltsdauer in drei klar definierte Kategorien einteilen. Personen, die mindestens für sechs Tage verreisen, können als Langzeiturlauber kategorisiert werden. Bei Kurzurlaubern gibt es zwei unterschiedliche Gruppen: Wochenendreisende und Personen, deren Reisezeitraum hauptsächlich Werktage umfasst.

Insgesamt sind die meisten Reisen Kurzaufenthalte und die Wochenenden sind die beliebteste Reisezeit. Es gibt aber auch viele Reisende mit Aufenthalten unter der Woche.

Langzeiturlauber machen einen kleineren, aber äußerst lukrativen Teil aller Reisenden aus.

**15 %**  
Langzeiturlauber

Suchen nach Aufenthalten von mindestens sechs Tagen Länge

**43 %**  
An Wochenenden Reisende

Suchen nach Reisedaten an einem Wochenende

**43 %**  
Unter der Woche Reisende

Suchen nach Kurzaufenthalten, die hauptsächlich Werktage umfassen





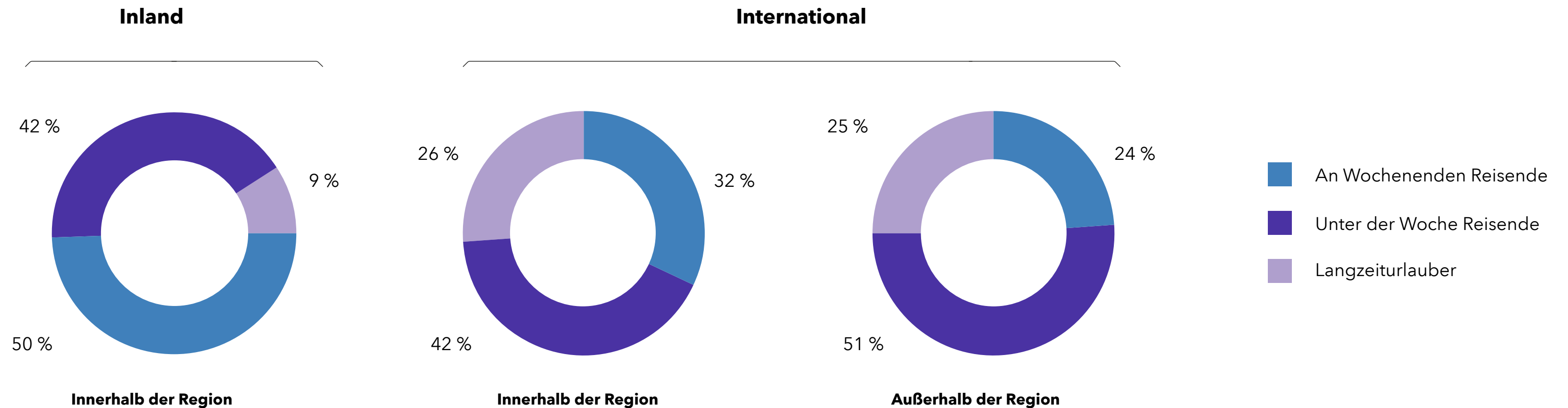
# Schon gewusst?

Die Hälfte der inländischen Reisenden unternimmt Wochenendreisen.



# Woher kommen die unterschiedlichen Typen von Reisenden?

Typen von Reisenden nach Herkunft



Welchem Typ Reisende zuzurechnen sind, hängt auch stark davon ab, woher sie kommen. Inländische Reisende buchen eher kurze Wochenendreisen, während internationale Reisende mehr Reisen unter der Woche sowie Langzeiturlaube unternehmen.

Reisende von einem anderen Kontinent bleiben eher unter der Woche oder für längere Zeit.

# Was ist Reisenden am wichtigsten?

Meistgenutzte Filter auf trivago



**54 %**

Preis



**29 %**

Sterne-Kategorie



**21 %**

Gästebewertung



**15 %**

Top-Ausstattungen

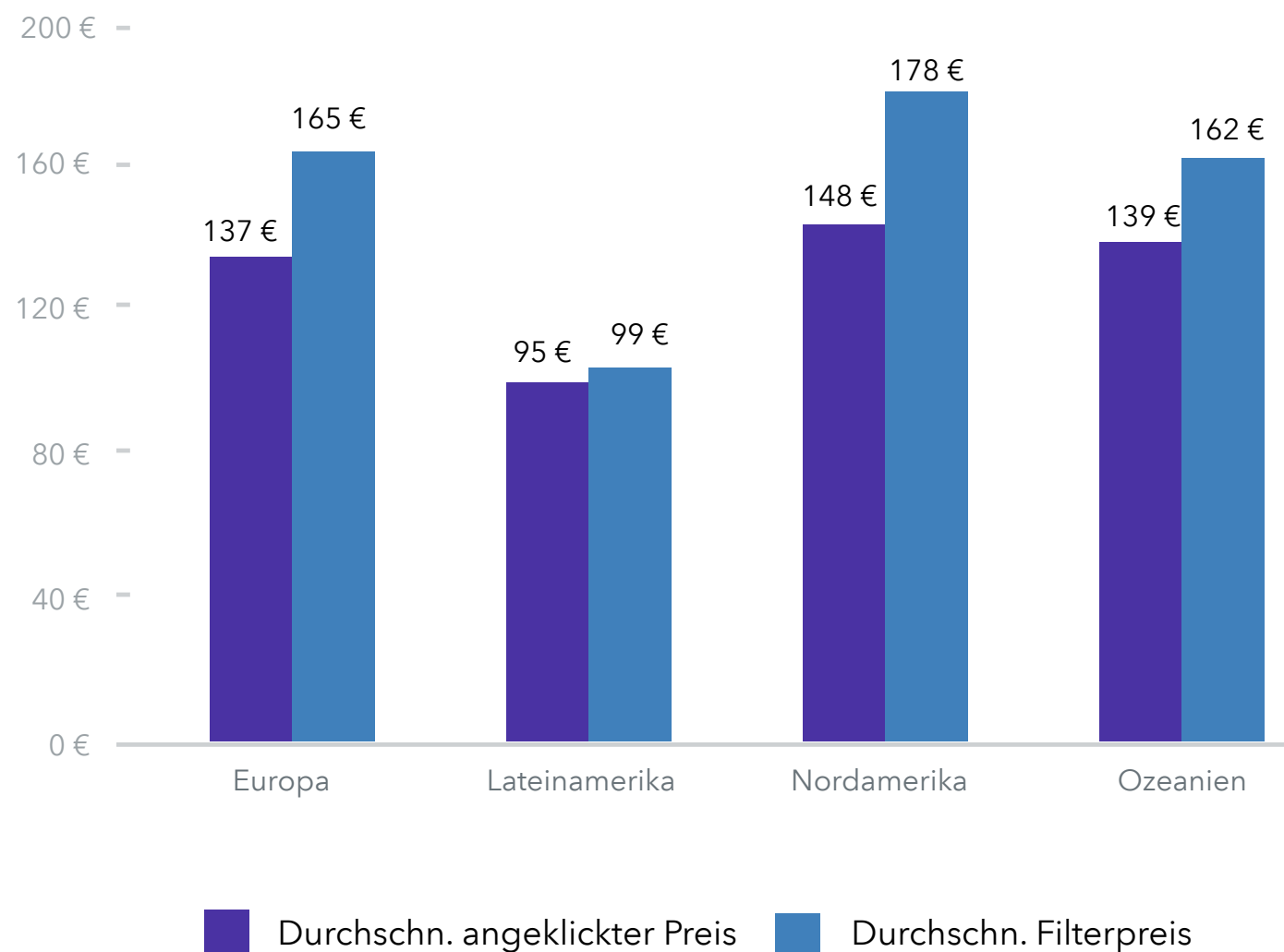
Die am häufigsten genutzten Filter auf trivago gewähren Einblick in die wichtigsten Faktoren für Reisende bei der Suche nach einem Hotel.

Die beliebtesten Filter waren Preis, Sternebewertung, Gästebewertung und Top-Ausstattungen. Dies deutet darauf hin, dass Preis, Hotelqualität (laut Hotel und Bewertung der User) sowie die Ausstattung die ausschlaggebenden Faktoren für die Auswahl des idealen Hotels sind.

Die genannten Filter waren in allen Regionen gleich beliebt.

Der Preisfilter wird auf trivago am häufigsten genutzt.

# Welche Preise zahlen Reisende und wie viel sind sie bereit auszugeben?



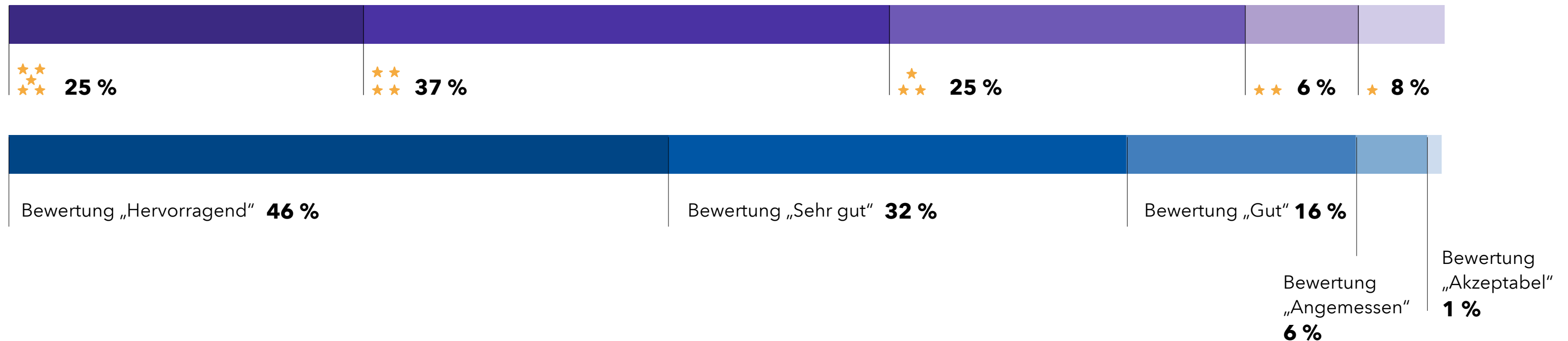
Nordamerika verzeichnete die höchsten durchschnittlichen angeklickten Preise, Lateinamerika die niedrigsten.

Der Preis ist bei der Auswahl eines Hotels natürlich ein wesentlicher Faktor. Allerdings ist der durchschnittliche Preis, den Reisende über den Preisfilter festlegen, in der Regel höher als der, den sie dann tatsächlich auswählen.

Nur in der Region Lateinamerika lag der gefilterte Preis nahe am durchschnittlichen Click-out-Preis.

In Bezug auf einzelne Destinationen lässt sich feststellen, dass für Städte mit hohen Durchschnittspreisen nach Angeboten mit unterdurchschnittlichen Preisen gefiltert wurde, während der Preisfilter für günstigere Reiseziele deutlich über den Durchschnittspreisen lag.

# Welche Bewertungen sind für Reisende wichtig?



78 % der Reisenden, die nach Gästebewertung filterten, wählten „Hervorragend“ oder „Sehr gut“ aus.

Hinsichtlich der Hotelqualität konzentrierten sich Reisende, die die Filter nutzten, eher auf qualitativ hochwertige Unterkünfte.

Bei der Sternebewertung war die beliebteste Kategorie vier Sterne oder mehr (37 %).

Insgesamt wählten 87 % der User, die den Filter nutzten, die Option für 3-Sterne-Hotels oder eine höhere Kategorie.

Bei den Gästebewertungen waren die Reisenden sogar noch anspruchsvoller. 46 % wollten nur Hotels mit der Bewertung „Hervorragend“ angezeigt bekommen und 78 % entschieden sich für „Sehr gut“ oder „Hervorragend“.

# Schon gewusst?

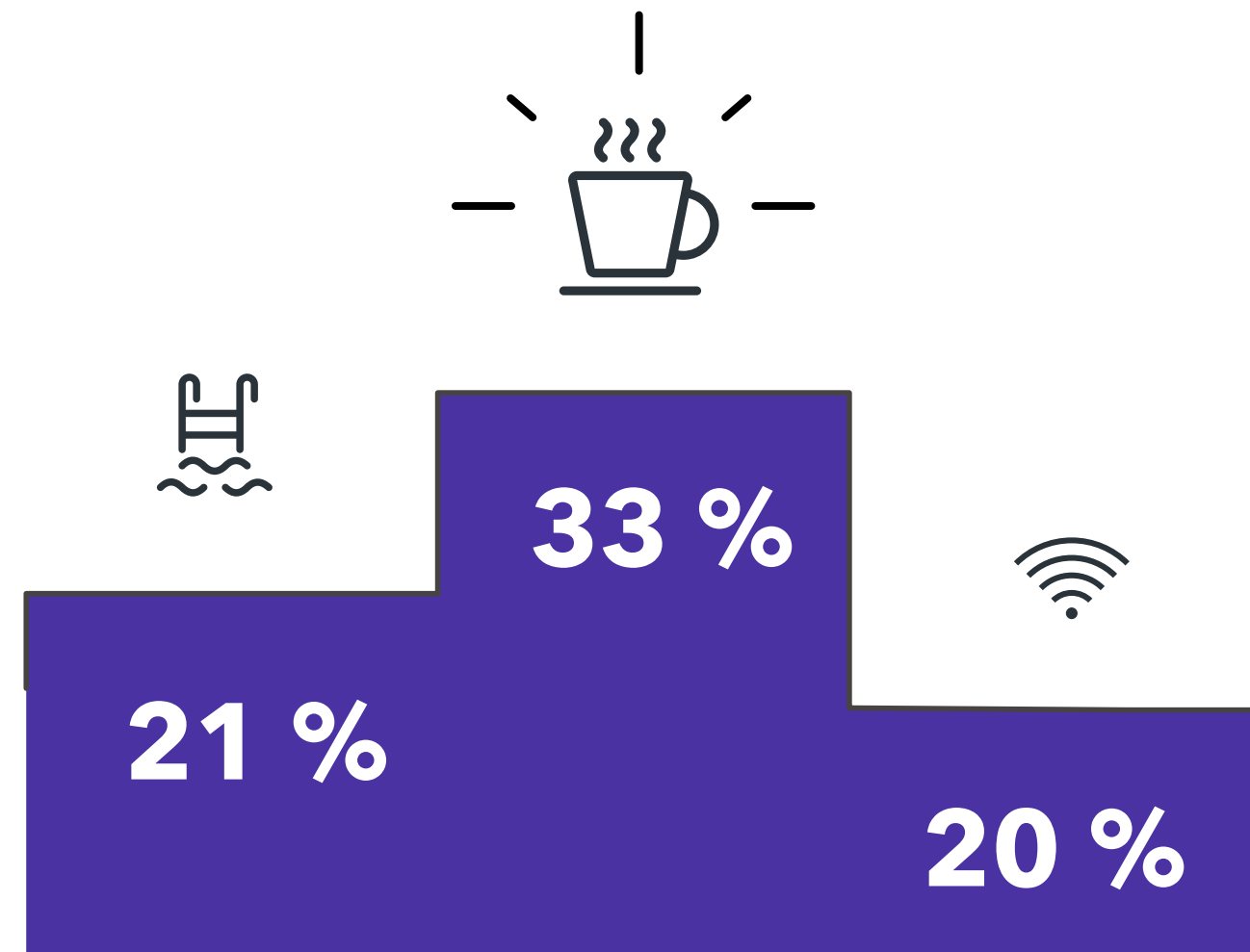
„Frühstück inklusive“ ist der beliebteste Ausstattungsfiter für Reisende auf trivago.



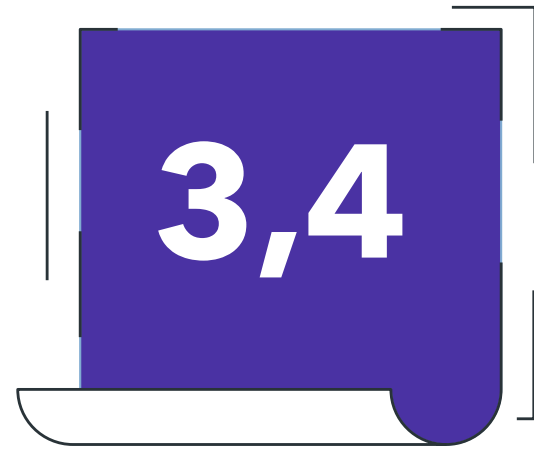
# Welche Ausstattung ist Reisenden am wichtigsten?

Im Hinblick auf die Top-Ausstattungen, für die sich Reisende interessieren, war die beliebteste Annehmlichkeit das im Preis enthaltene Frühstück. Danach suchten 33 % der User, die den Filter für Top-Ausstattungen nutzten.

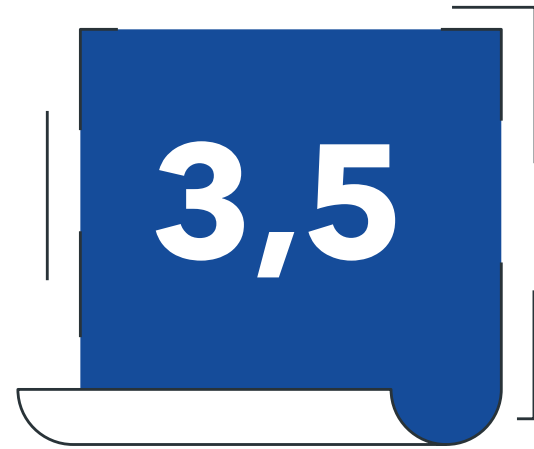
An zweiter und dritter Stelle standen ein Hotelpool und kostenloses WLAN.



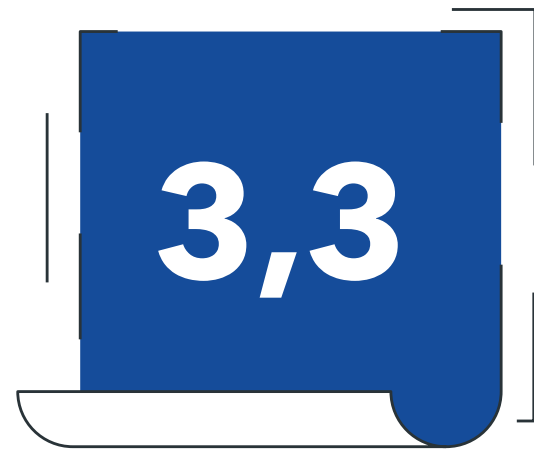
# Wie lange bleiben die Reisenden?



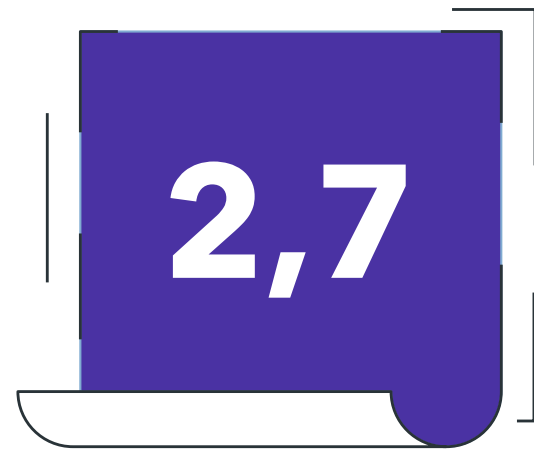
Europa



Lateinamerika



Nordamerika



Ozeanien

In Lateinamerika blieben Reisende mit 3,5 Nächten durchschnittlich am längsten.

Im Durchschnitt blieben Reisende auf allen Kontinenten etwa drei Nächte. In Ozeanien lag der Wert mit 2,7 Nächten etwas darunter, in Europa und Lateinamerika mit 3,4 bzw. 3,5 Nächten geringfügig darüber.

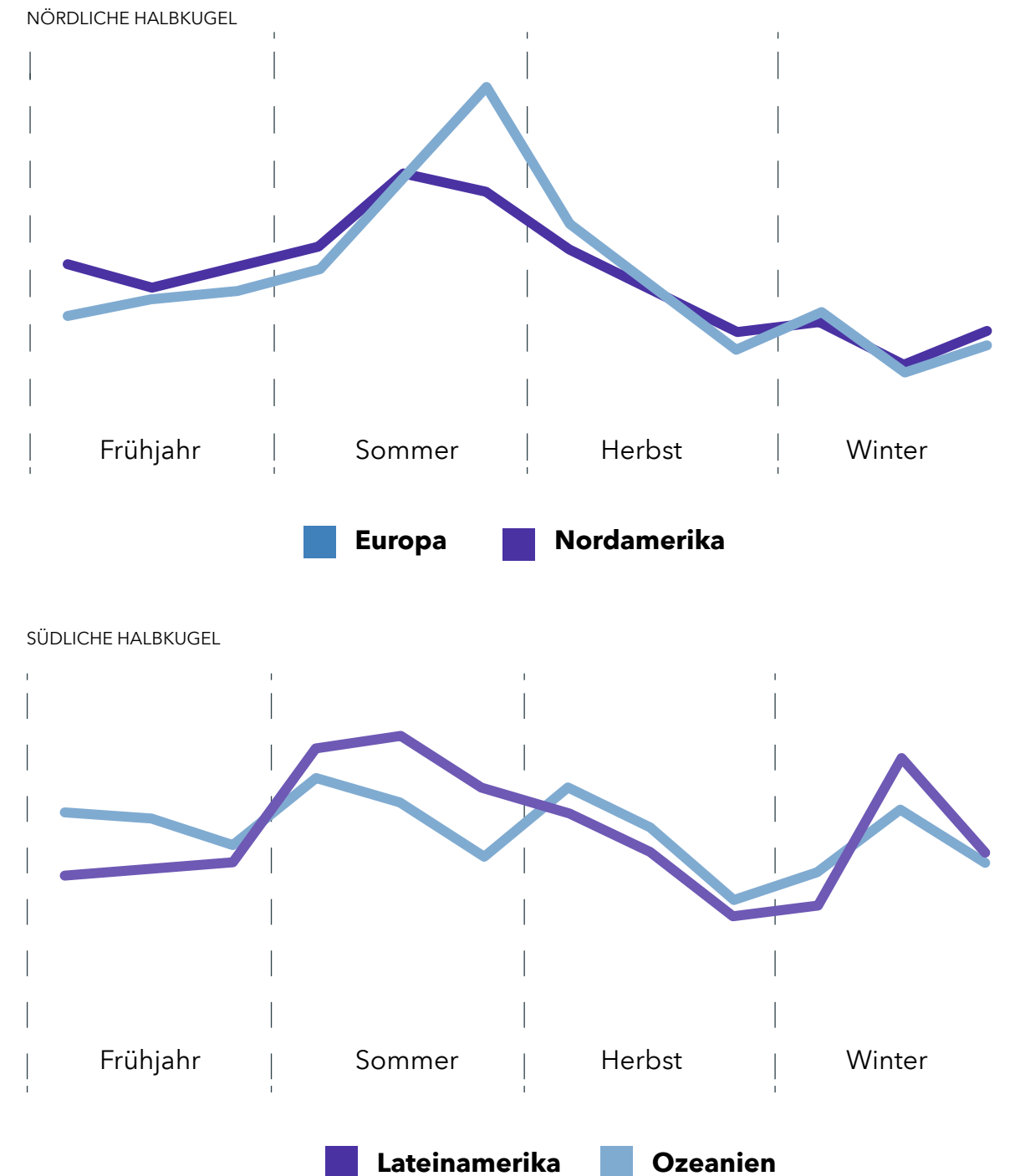


# Wann ist die beliebteste Reisezeit?

Die Hauptreisezeit in Europa und Nordamerika waren die Sommermonate Juli und August.

Lateinamerika verzeichnete zwei Hauptreisezeiten, die eine im Dezember und Januar, die andere im Juli. Für Ozeanien konnte keine eindeutige Hauptreisezeit festgestellt werden.

Europa hat den ausgeprägtesten saisonalen Hauptreisezeitraum, nämlich den Sommer.



# Wann buchen Reisende?



Reisen im Dezember werden in der Regel früher gebucht.

Im Durchschnitt buchten Reisende 51 Tage vor Reiseantritt.

Reisen im Dezember wurden in allen Märkten früher gebucht (durchschnittlich 59 Tage im Voraus). Für die beliebte Sommersaison in Europa wurden Reisen mit 56 Tagen Vorlauf ebenfalls etwas früher gebucht als im Durchschnitt.

# Sie möchten mehr erfahren?

Greifen Sie auf Daten zur Zielgruppe Ihrer Unterkunft zu.

## Besucherprofil und Wettbewerbsvergleich

Über die Funktion „Besucherprofil“ erhalten Hoteliers Einblick in die zehn häufigsten Nationalitäten potentieller Gäste, den Reisendentyp und die durchschnittliche Aufenthaltsdauer.

Der Wettbewerbsvergleich liefert Informationen über Hotelpreise auf verschiedenen Buchungskanälen. So kann eine Unterkunft ihre Preise mit denen ihrer Mitbewerber vergleichen.

