



# Lifestylehotels Hotelreport 2019

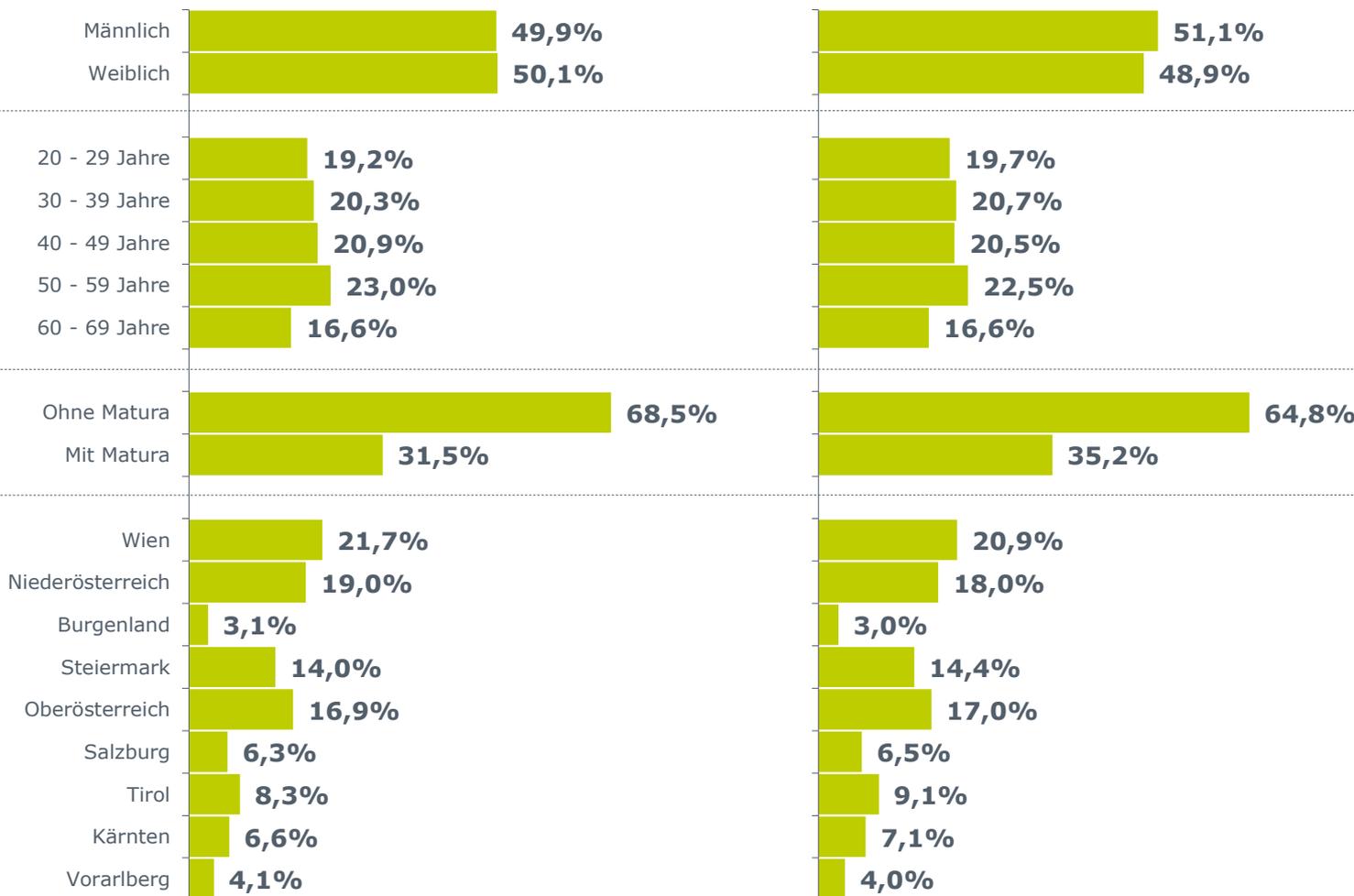
<b>Methode</b>	CAWI   Marketagent.com Online Access Panel
<b>Sample-Größe</b>	n = 1.520 Interviews (Kernzielgruppe)
<b>Kernzielgruppe</b>	Personen im Alter zwischen 18 und 69 Jahren, die privat zumindest eine Nacht jährlich in einem Hotel verbringen (Inzidenz: 84,7%)
<b>Quotensteuerung</b>	Sample repräsentativ für die österreichische Bevölkerung
<b>Vergleichs-Sample</b>	Mitglieder der Lifestylehotels-Community   n = 851 Netto-Interviews
<b>Feldzeit</b>	12.06.2019 – 10.07.2019
<b>Studienumfang</b>	46 Fragen

# Zusammensetzung des Samples

+ n = 851  
Lifestylehotels-Community

**Eingangssample AT**  
(n=1.795)

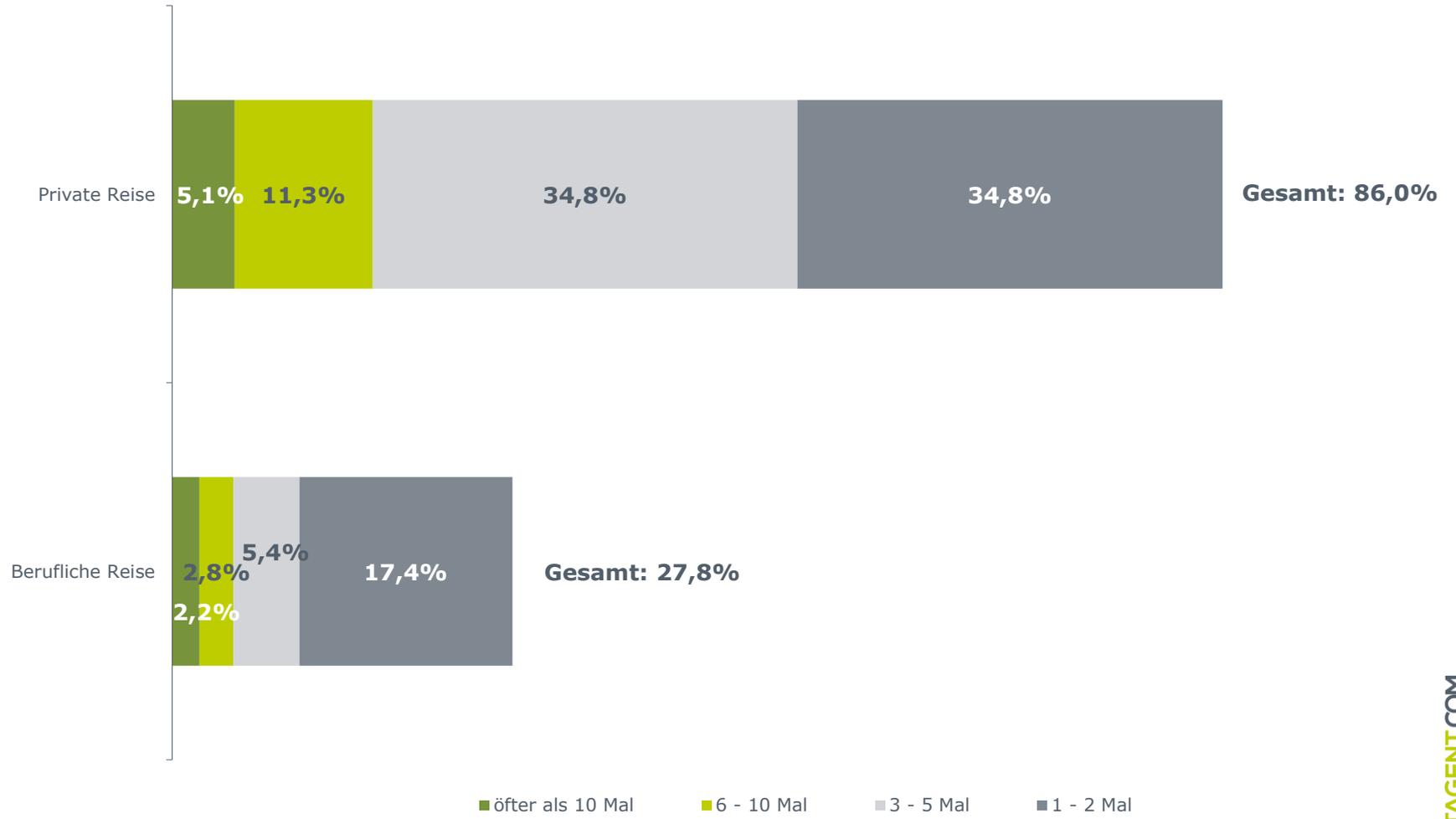
**Kernzielgruppe AT**  
(n=1.520)





**PART I:  
Reisehäufigkeit & Urlaubsvorlieben**

# Reisehäufigkeit

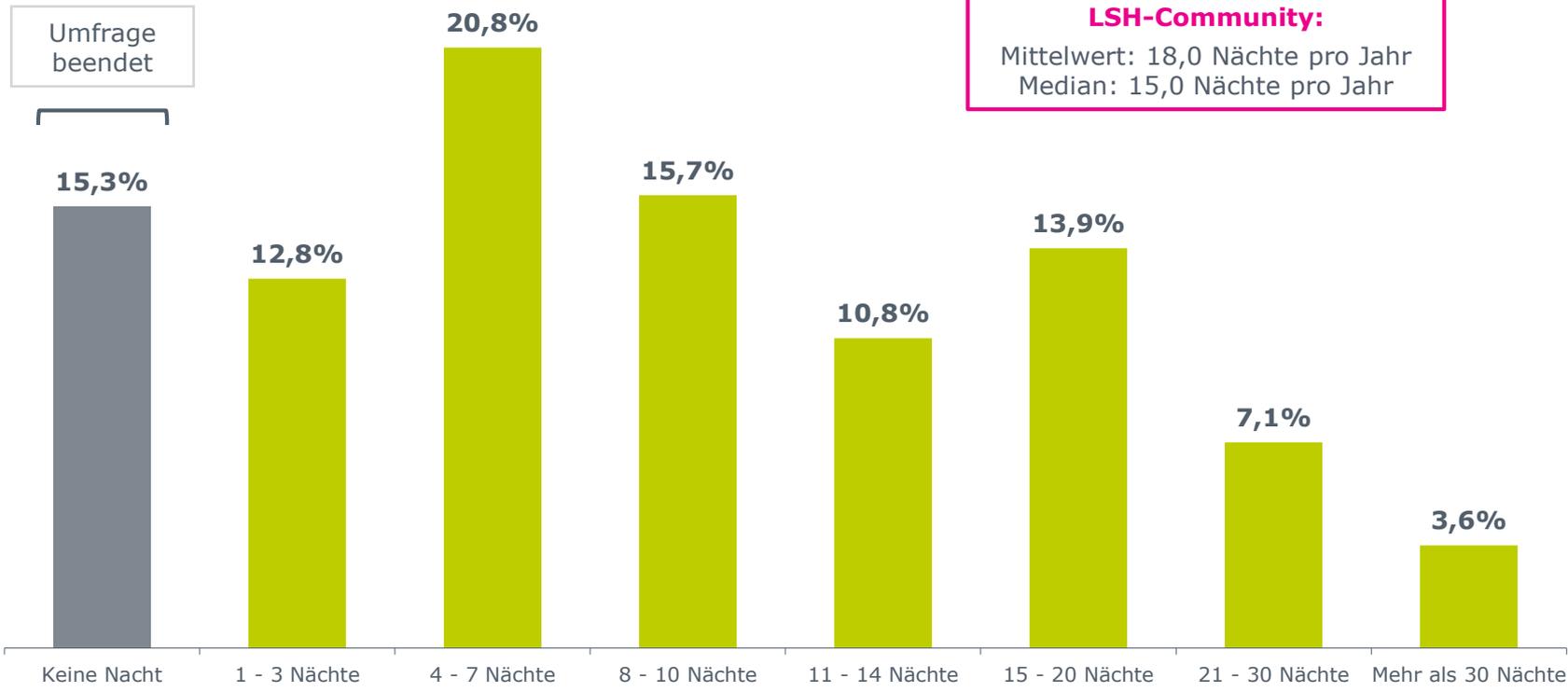


Wie häufig sind Sie in den letzten 2 Jahren privat bzw. beruflich verreist (egal ob im In- oder im Ausland), mit zumindest 1 Übernachtung, z.B. in einem Hotel, einer Pension etc.? || n=1.795 || Rest auf 100%: gar nicht

# Privatreisen: Hotelnächte pro Jahr

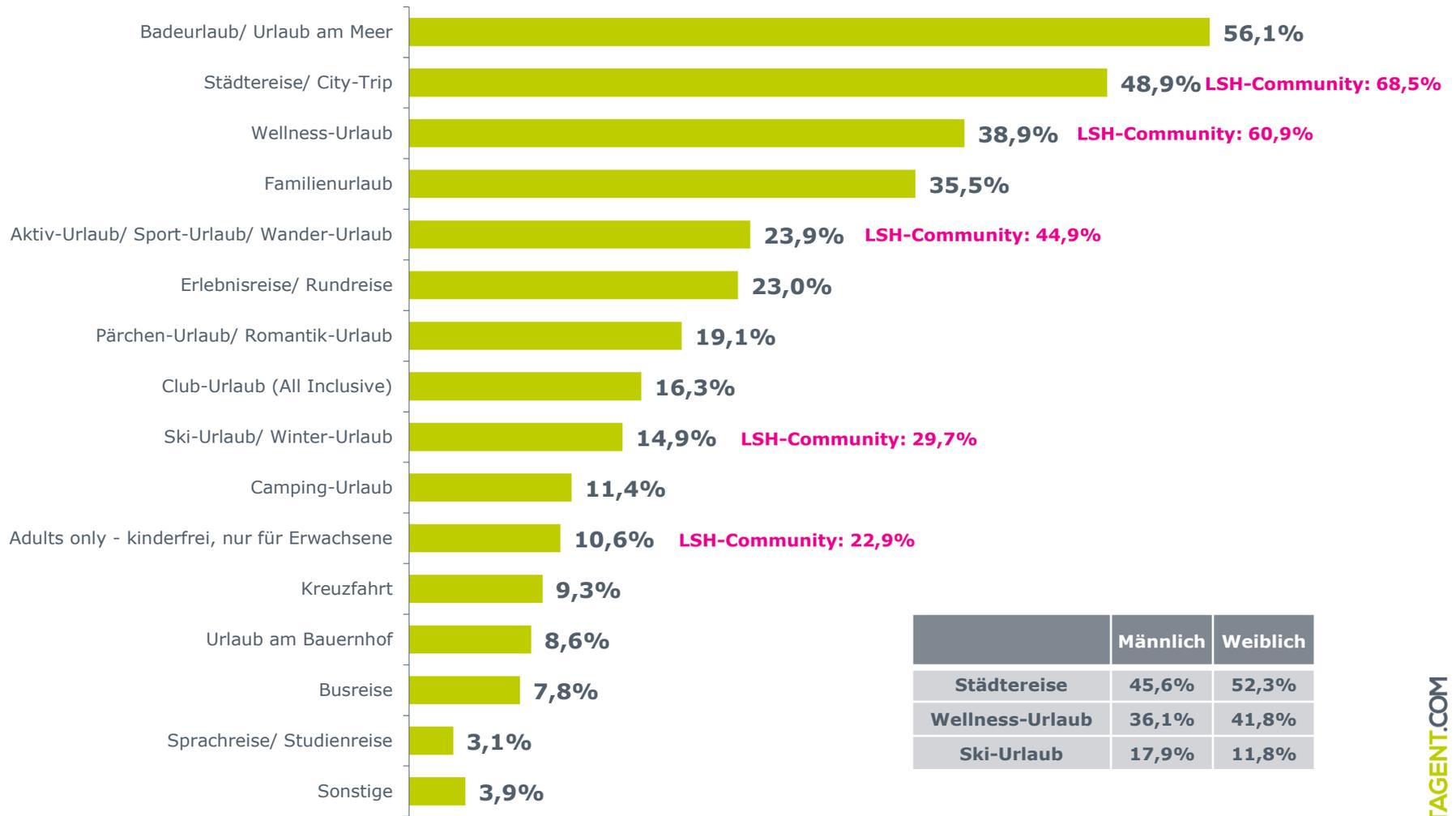
**AT Gesamtbevölkerung:**  
 Mittelwert: 11,1 Nächte pro Jahr  
 Median: 8,0 Nächte pro Jahr

**LSH-Community:**  
 Mittelwert: 18,0 Nächte pro Jahr  
 Median: 15,0 Nächte pro Jahr



[...] Wie viele Nächte verbringen Sie pro Jahr in einem Hotel oder in einem Hotel-Apartment? [...] || n=1.795

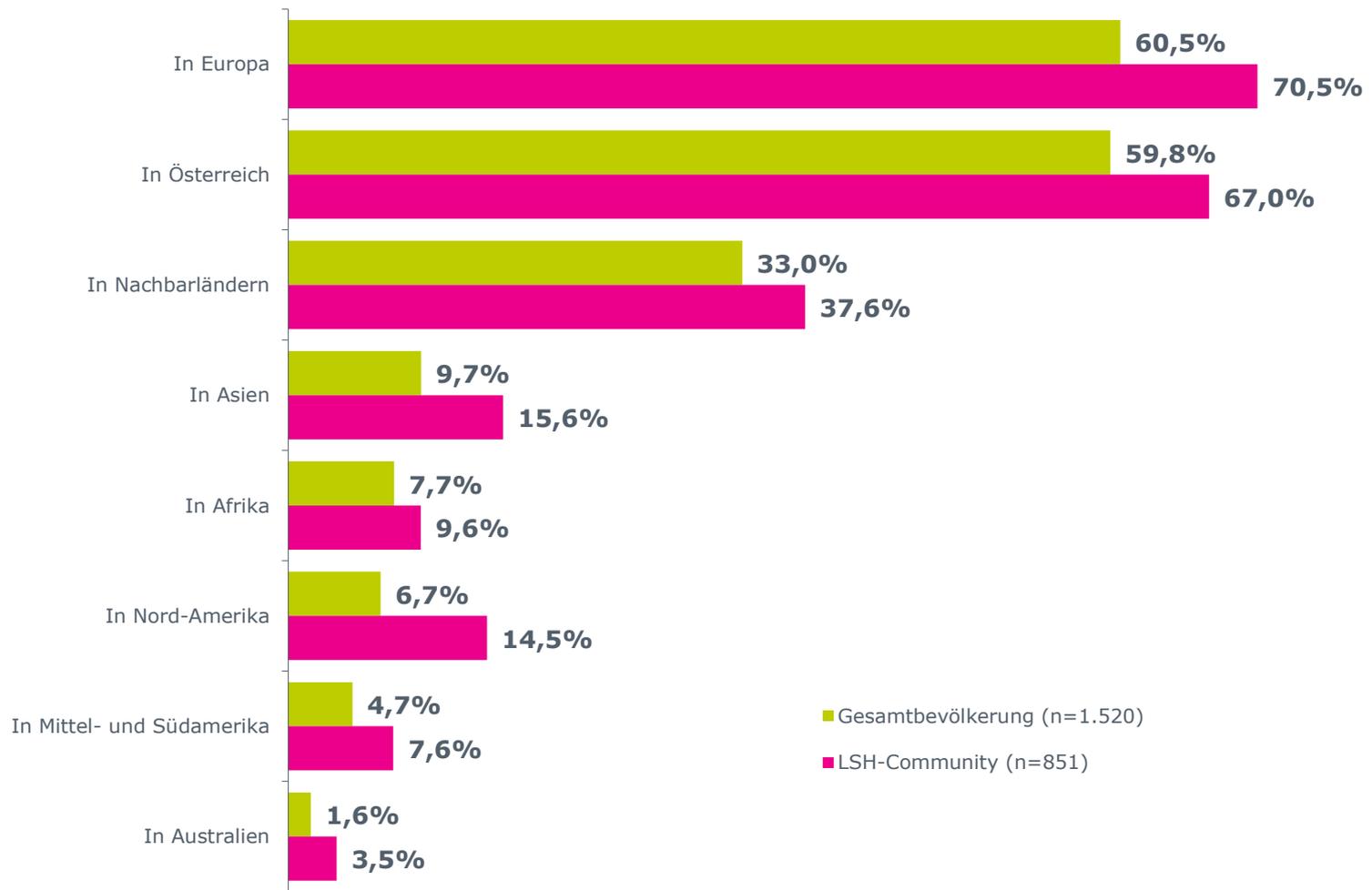
# Liebste Urlaubsart



	Männlich	Weiblich
Städtereise	45,6%	52,3%
Wellness-Urlaub	36,1%	41,8%
Ski-Urlaub	17,9%	11,8%

[...] Wenn Sie privat verreisen, welche Urlaubsart(en) machen Sie am liebsten? || n=1.520 || Mehrfach-Nennung möglich

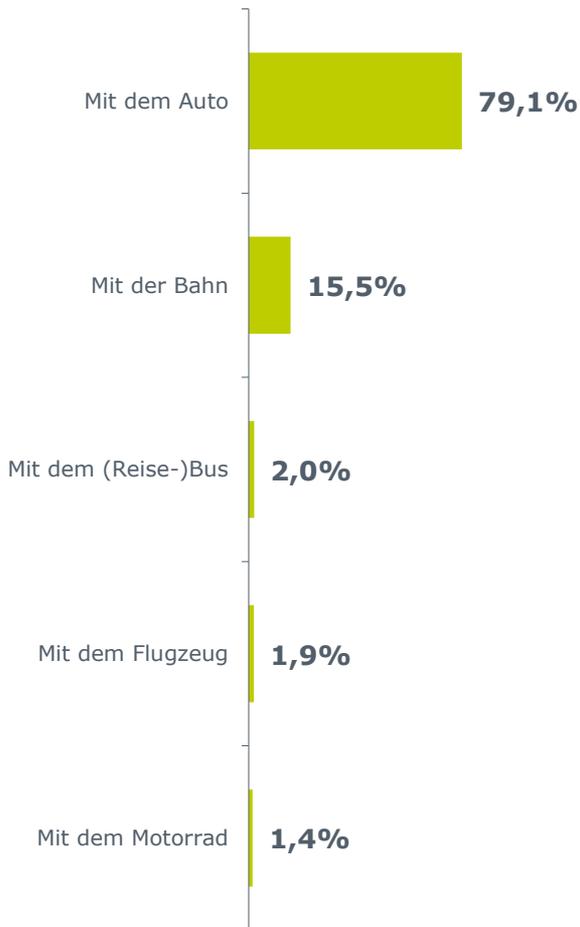
# Bevorzugte Urlaubsdestination



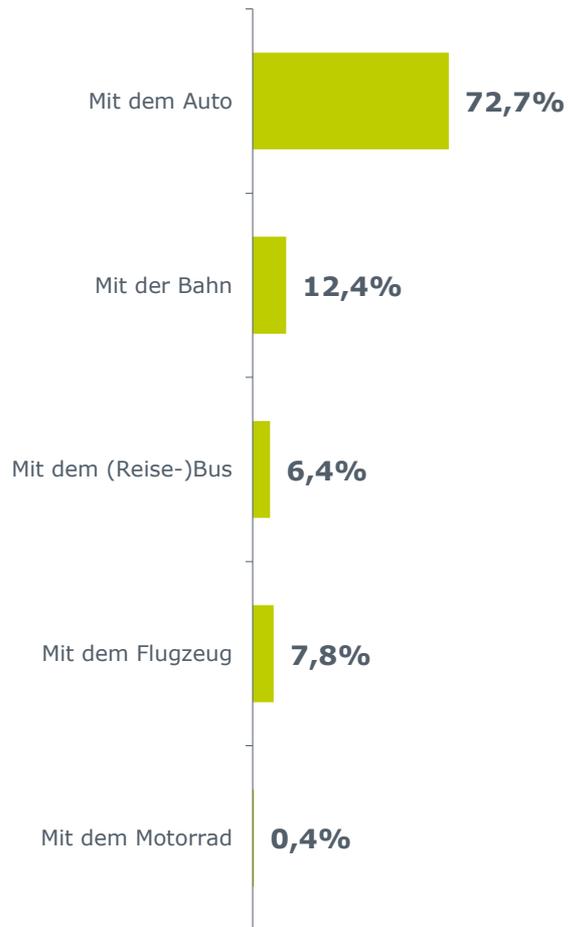
Wo machen Sie bevorzugt privat Urlaub? [...] || Mehrfach-Nennung möglich

# Bevorzugtes Verkehrsmittel – Anreise AT bzw. (Festland-)Europa

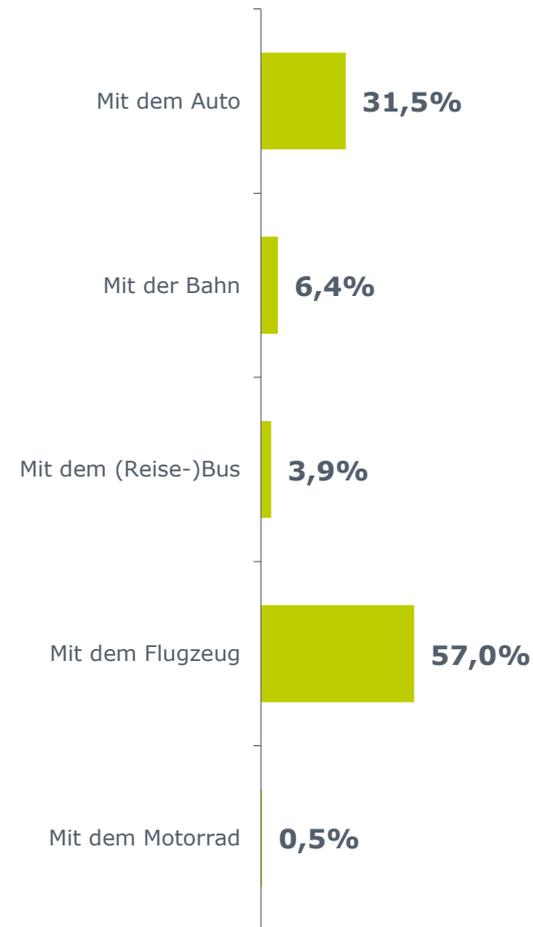
**In Österreich**  
(n=909)



**In Nachbarländern**  
(n=502)

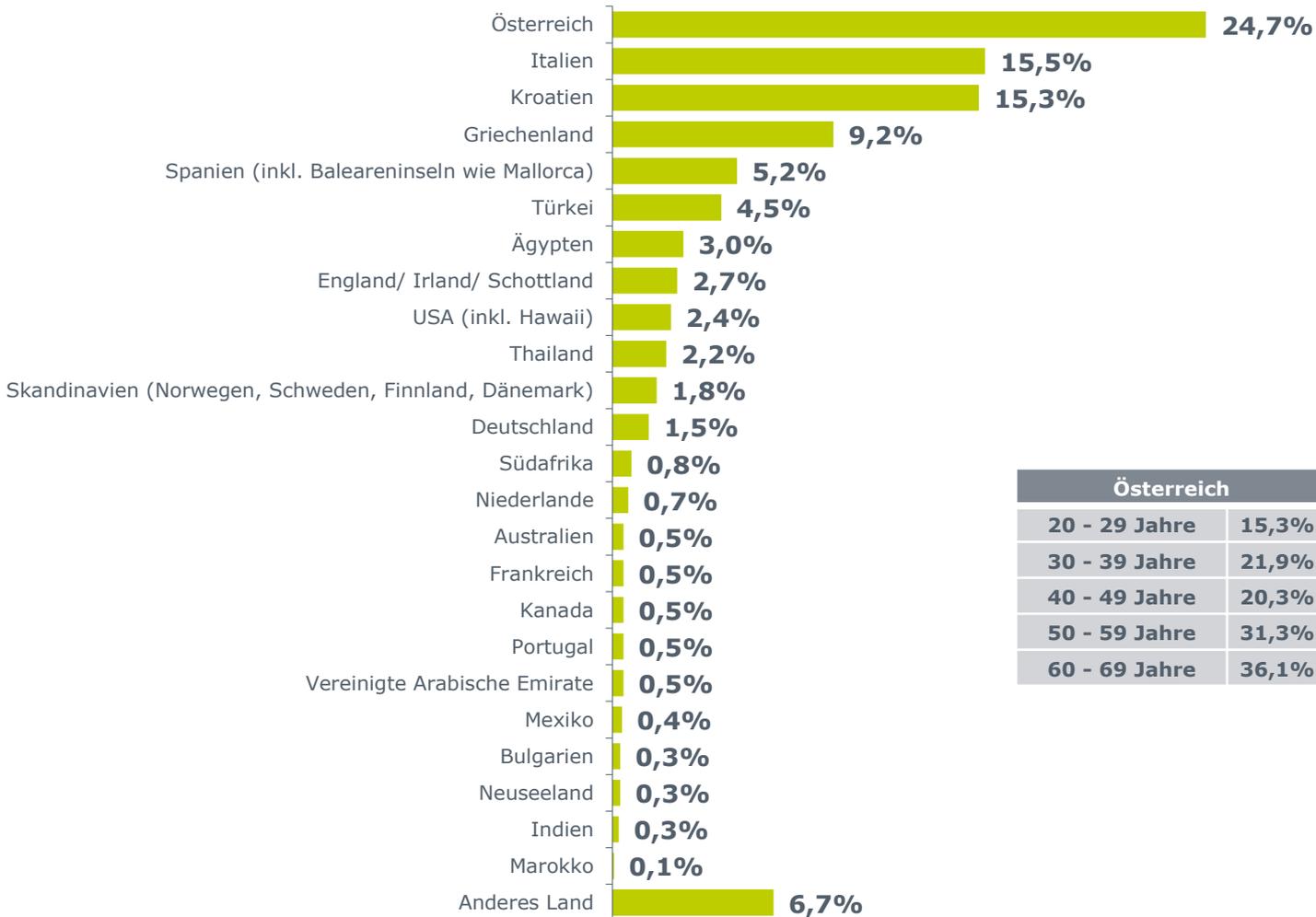


**In Europa**  
(n=920)



Wenn Sie Urlaub in Österreich, im angrenzenden Nachbarland bzw. in (Festland-)Europa machen, wie reisen Sie dann bevorzugt an? || Basis: Verbringen auf privaten Reisen mind. 1 Nacht pro Jahr im Hotel & bevorzugen Urlaub in den jeweiligen Destinationen

# Liebblings-Urlaubsland

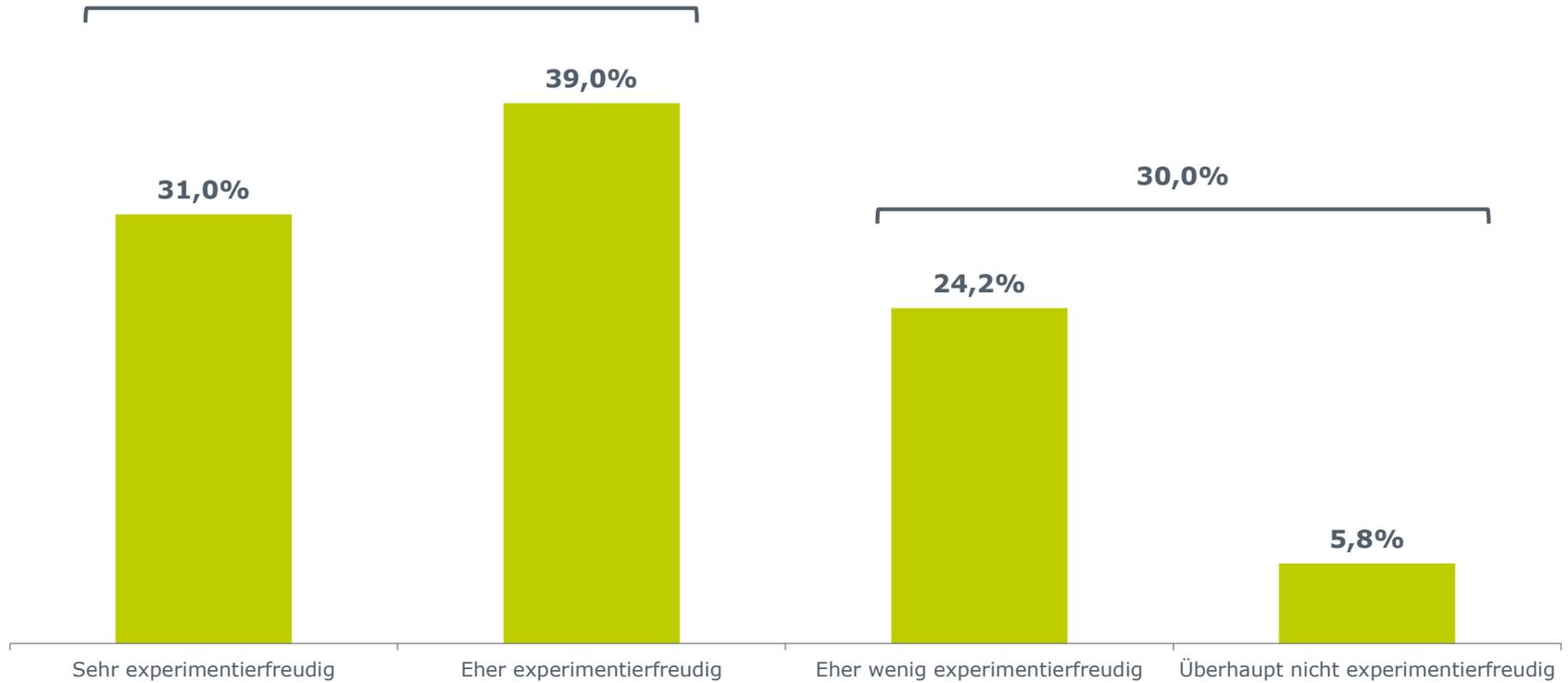


Österreich	
20 - 29 Jahre	15,3%
30 - 39 Jahre	21,9%
40 - 49 Jahre	20,3%
50 - 59 Jahre	31,3%
60 - 69 Jahre	36,1%

Welches ist Ihr Lieblings-Urlaubsland? Wo verbringen Sie am liebsten Ihren Urlaub? || Einfach-Nennung || n=1.520

# Urlaubstyp: Experimentierfreude bei Urlauben

<b>Sample Total</b>	<b>70,0%</b>
20 - 29 Jahre	77,3%
30 - 39 Jahre	75,6%
40 - 49 Jahre	75,2%
50 - 59 Jahre	64,6%
60 - 69 Jahre	55,2%
<b>LSH-Community</b>	<b>84,8%</b>

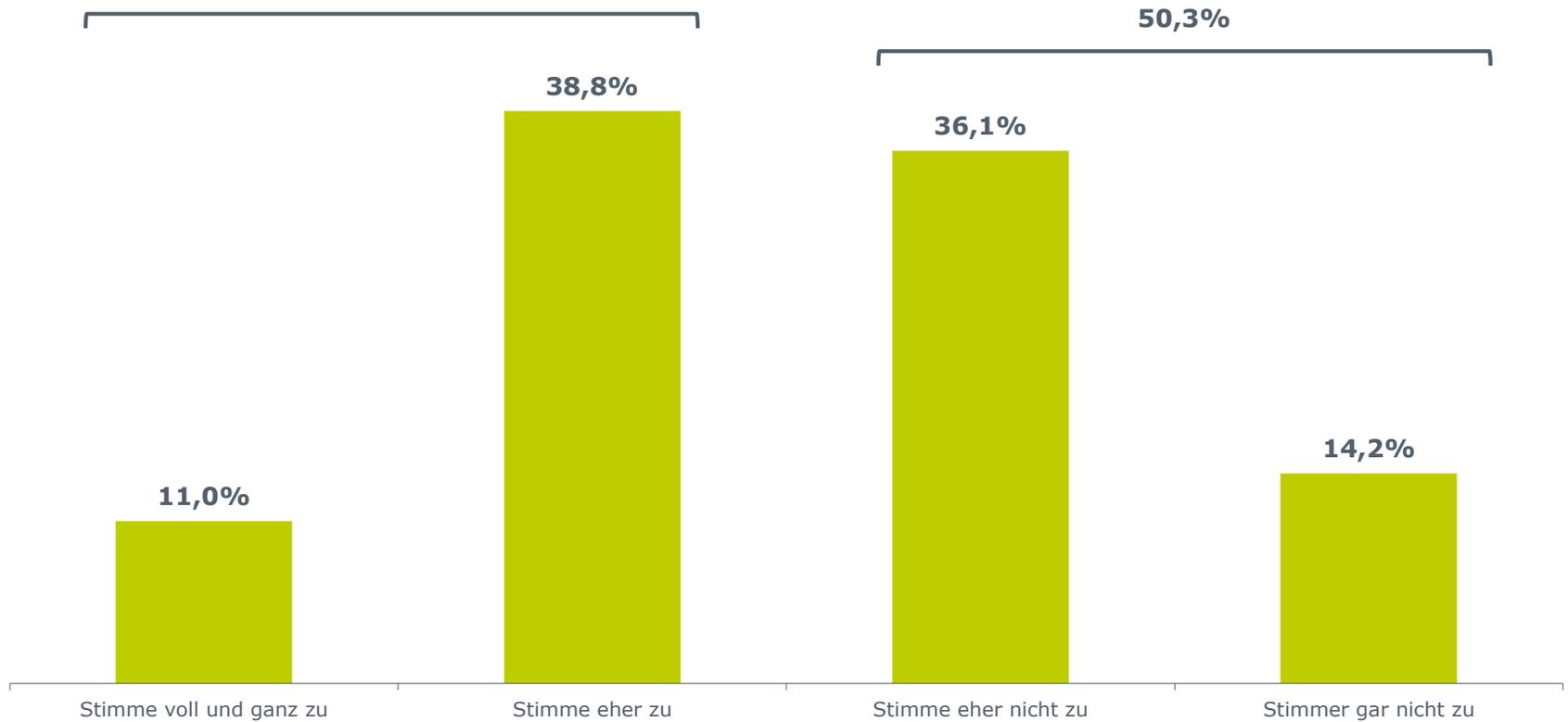


Was würden Sie sagen, wie experimentierfreudig sind Sie bei privaten Urlauben alles in allem? || n=1.520 || MW 2,0

## Urlaubstyp: Ansprüche an ein Hotel

„Ein Hotel ist für mich nur ein Ort zum Schlafengehen, ich habe keine weiteren Ansprüche.“

Sample Total	49,7%
Männlich	55,2%
Weiblich	44,1%
LSH-Community	18,3%



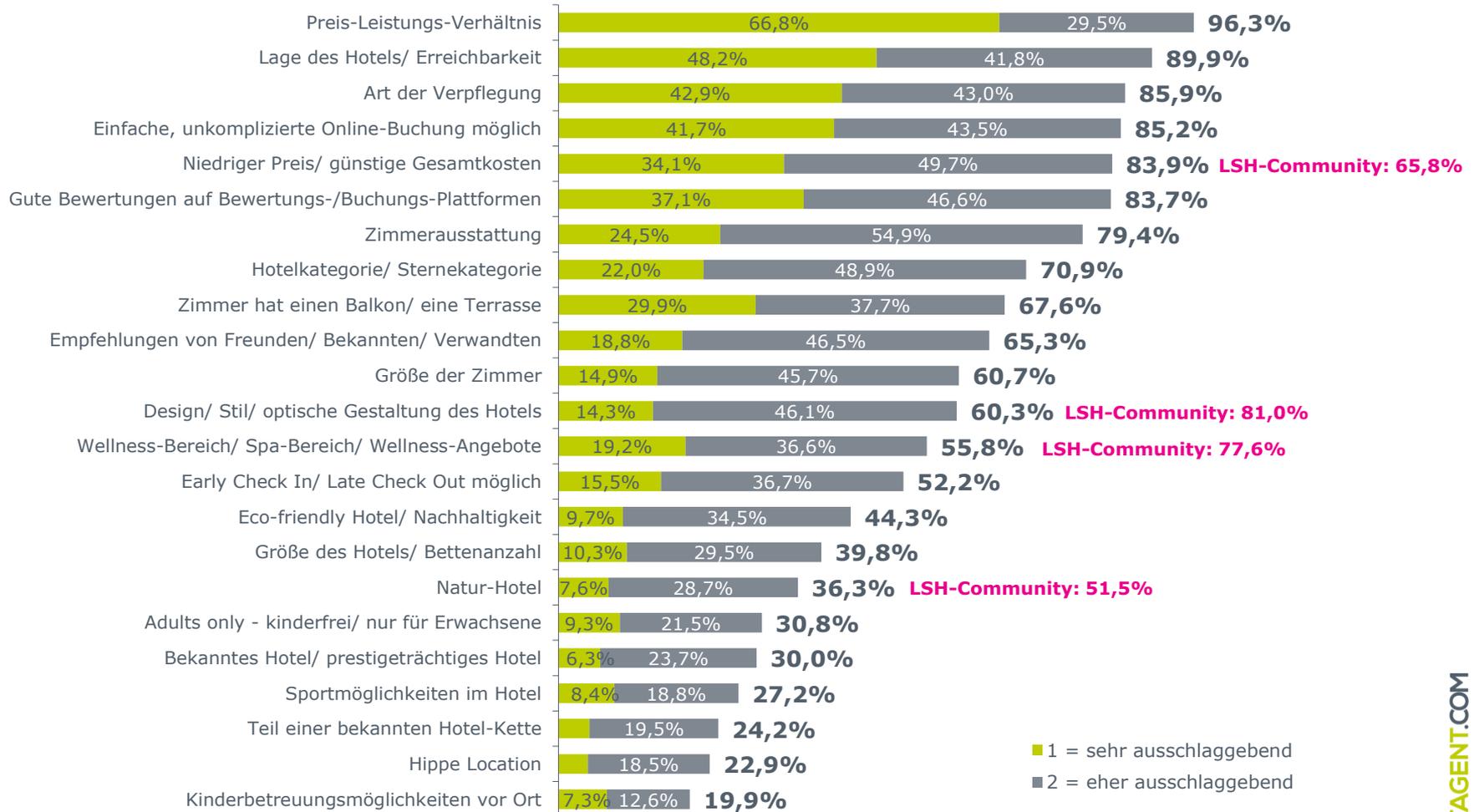
[...] Inwieweit stimmen Sie der folgenden Aussage zu? „Ein Hotel ist für mich nur ein Ort zum Schlafengehen, ich habe keine weiteren Ansprüche.“ || n=1.520 || MW 2,5



**PART II:  
Hotel-Präferenzen, Informations-  
und Buchungsverhalten**

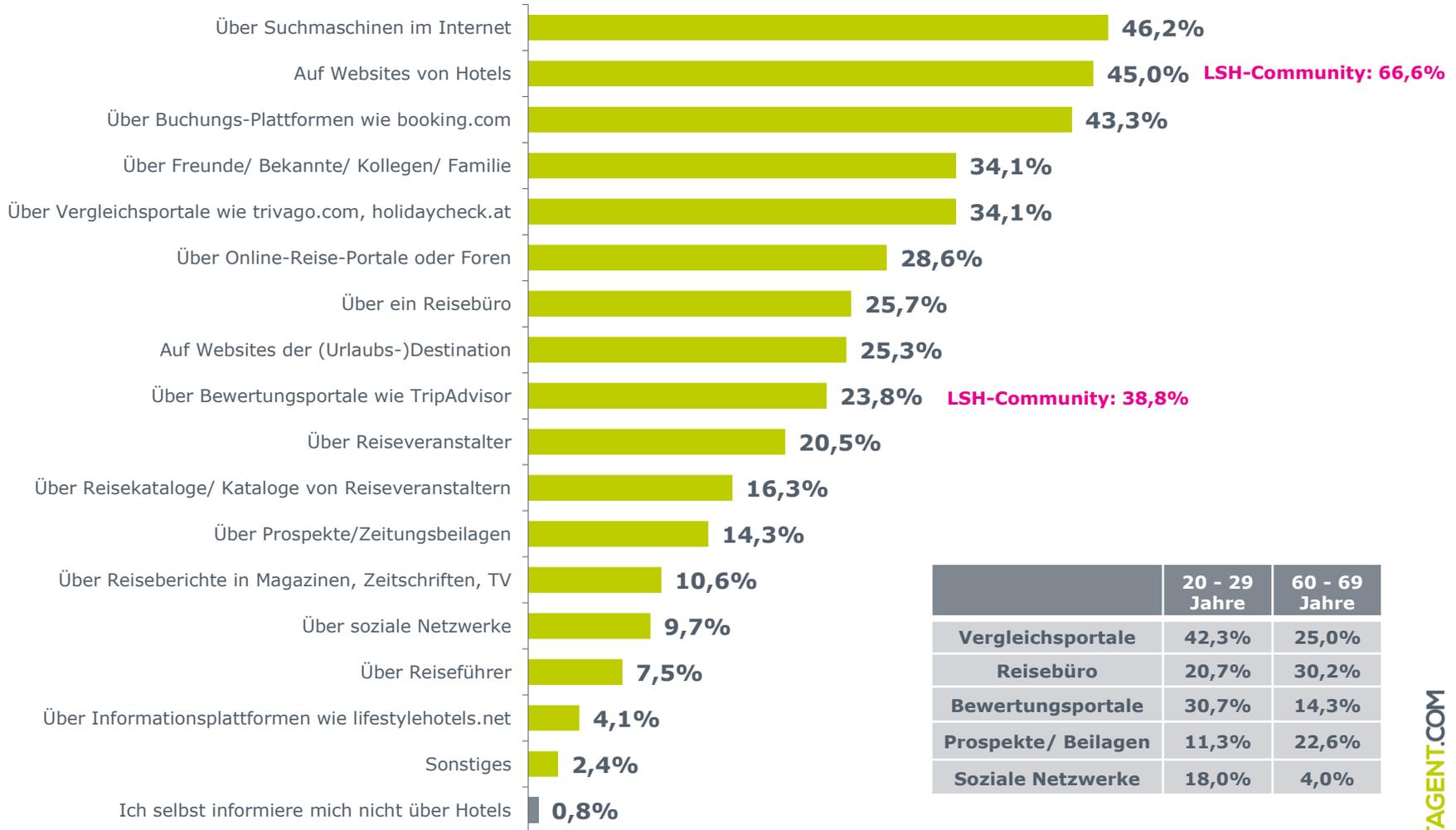
# Kriterien für die Hotel-Auswahl

Top-2-Box: sehr ausschlaggebend / eher ausschlaggebend | 4-stufige Skalierung



Wenn Sie auf der Suche nach einem passenden Hotel sind - wie ausschlaggebend sind dann die folgenden Kriterien für Ihre Wahl? || n=1.520

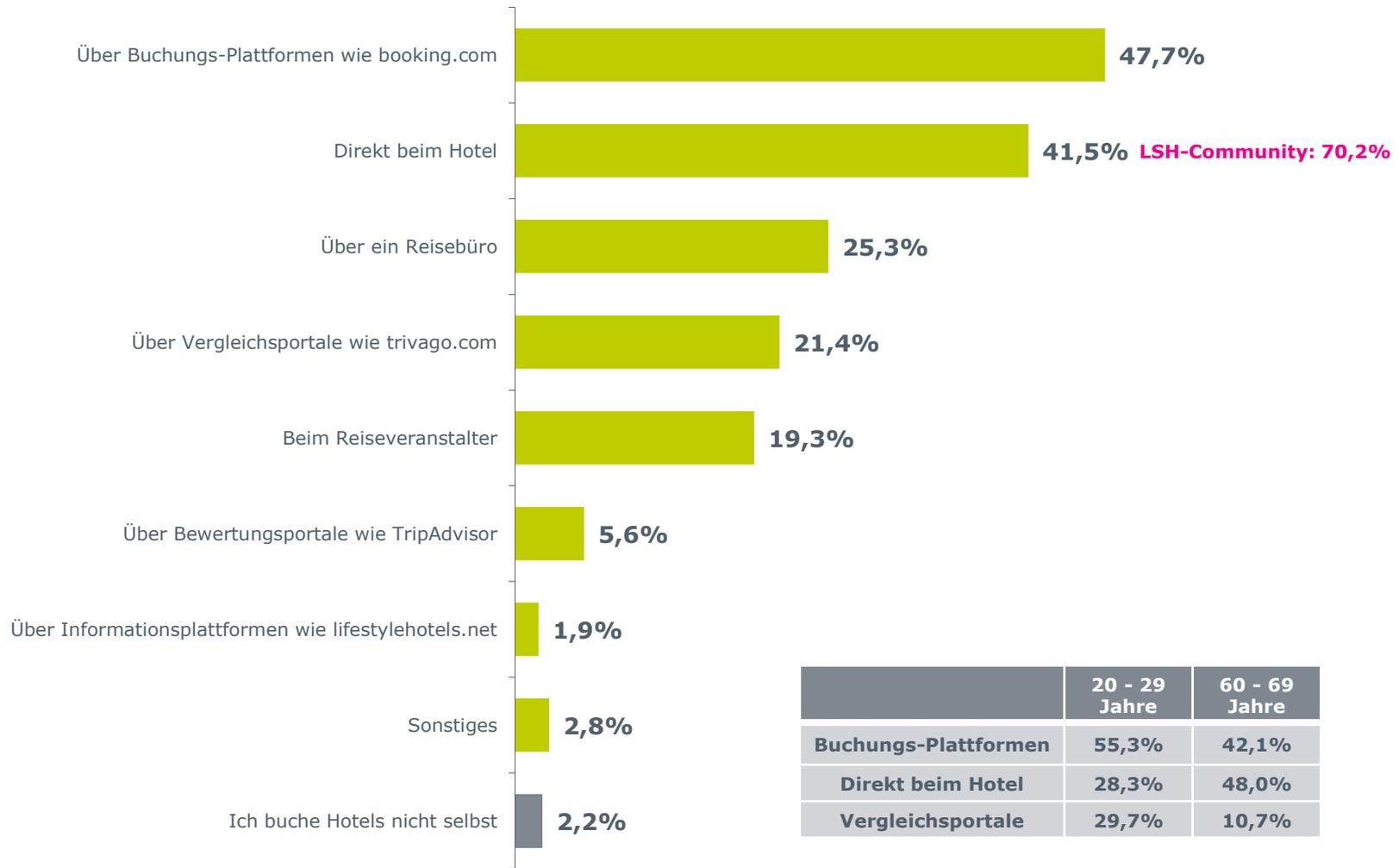
# Informationsquellen bei der Hotelsuche



	20 - 29 Jahre	60 - 69 Jahre
Vergleichsportale	42,3%	25,0%
Reisebüro	20,7%	30,2%
Bewertungsportale	30,7%	14,3%
Prospekte/ Beilagen	11,3%	22,6%
Soziale Netzwerke	18,0%	4,0%

Wenn Sie ein Hotel buchen möchten, wo informieren Sie sich dann für gewöhnlich über passende Hotels bzw. Angebote? || n=1.520 || Mehrfach-Nennung möglich

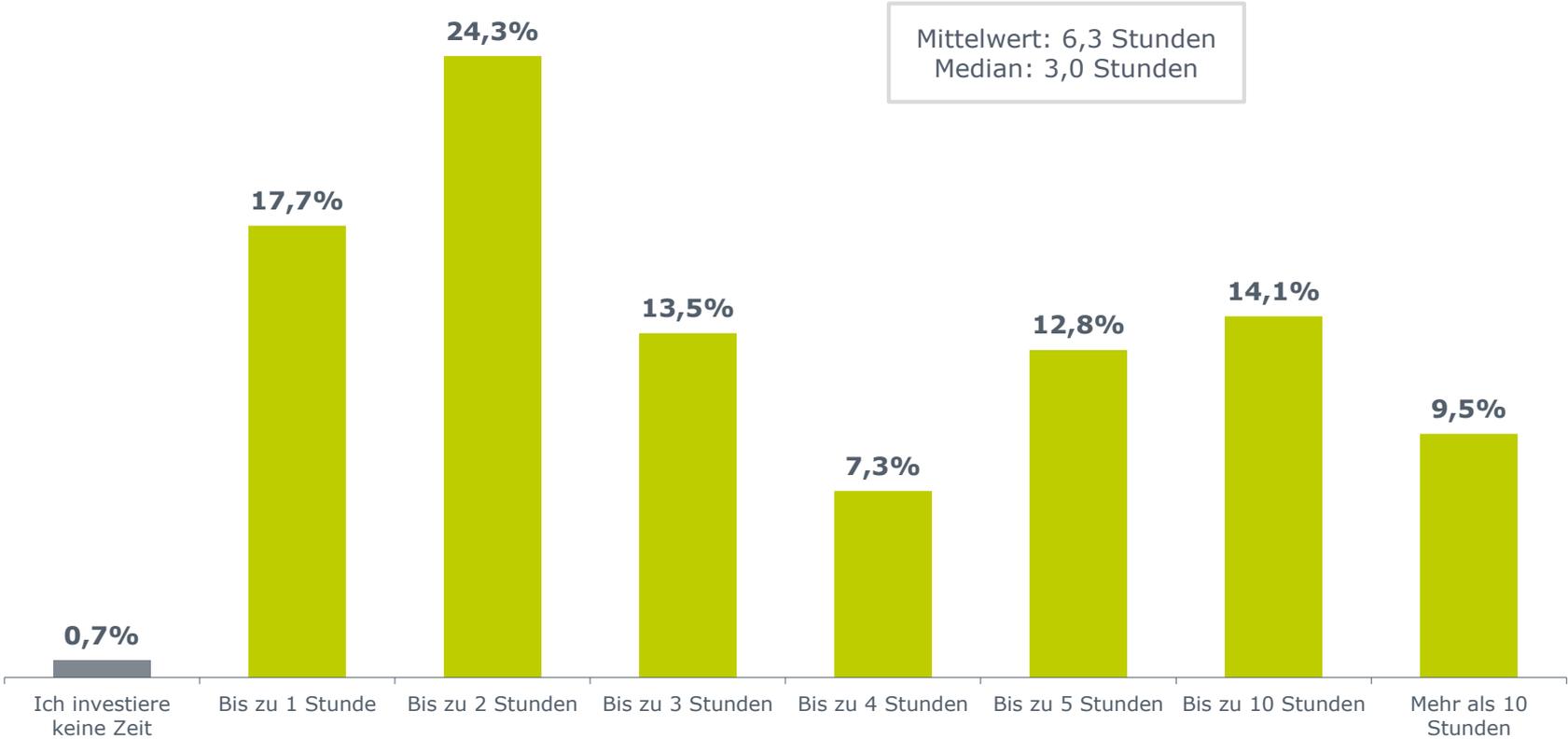
# Bevorzugte Buchungsarten von Hotels



	20 - 29 Jahre	60 - 69 Jahre
<b>Buchungs-Plattformen</b>	55,3%	42,1%
<b>Direkt beim Hotel</b>	28,3%	48,0%
<b>Vergleichsportale</b>	29,7%	10,7%

Und wie buchen Sie persönlich Hotels bevorzugt? || n=1.520 || Mehrfach-Nennung möglich

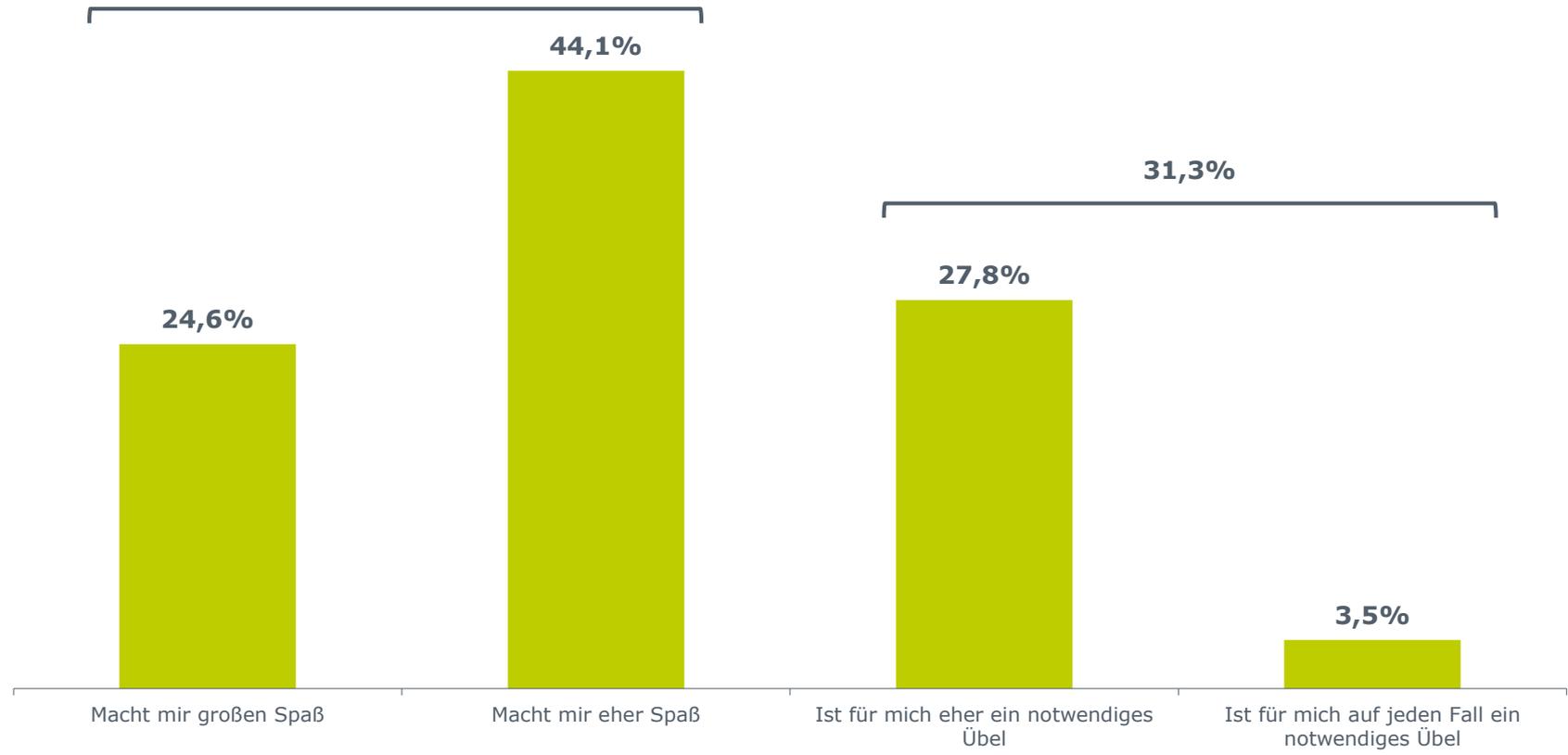
# Zeit, die in die Hotel-Suche investiert wird



Wie viel Zeit investieren Sie im Normalfall in die Hotel-Suche? [...] || n=1.520

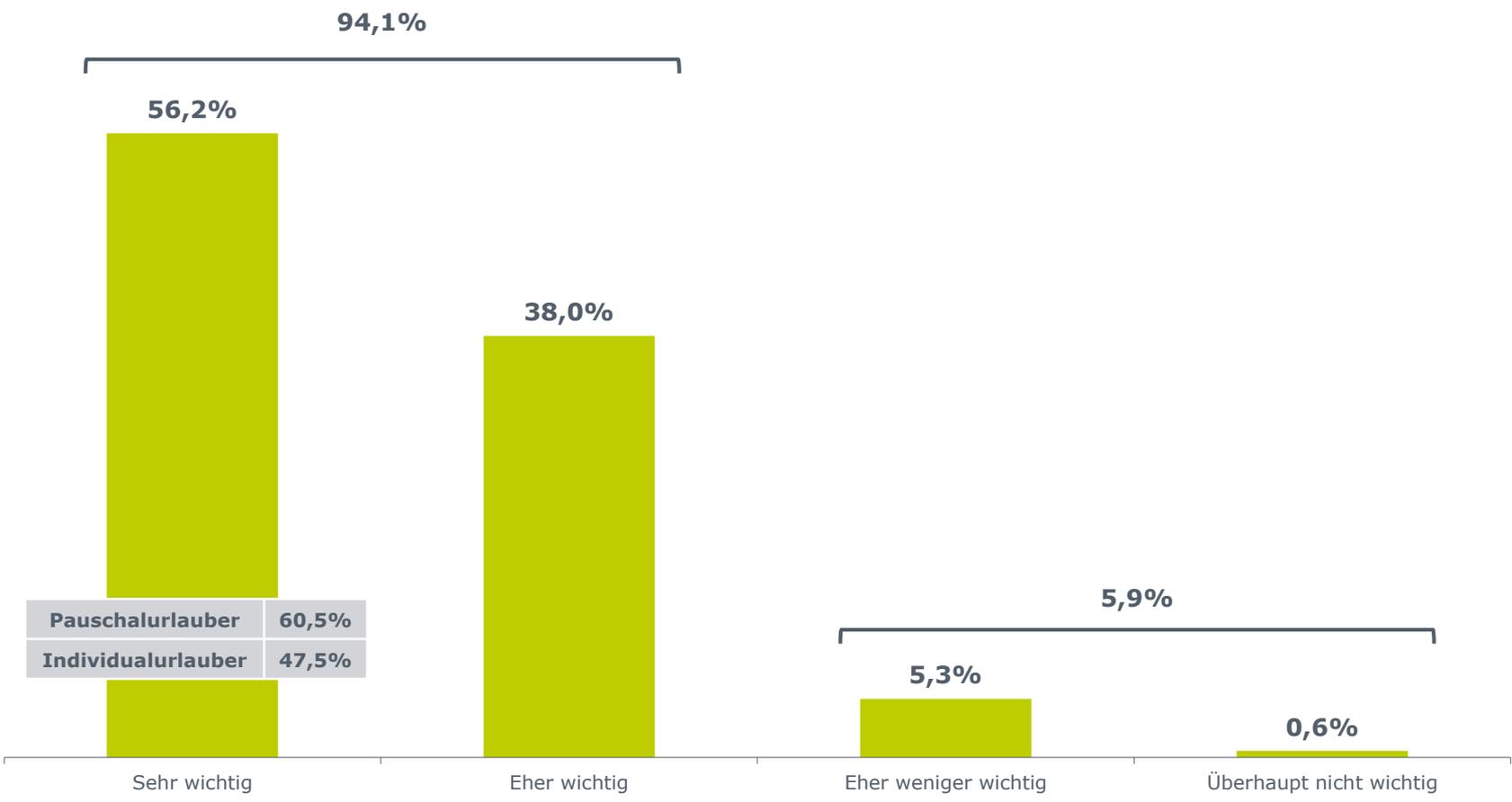
# Freude an der Suche nach einem passenden Hotel

Sample Total	68,8%
Männlich	63,7%
Weiblich	74,1%
<b>LSH-Community</b>	<b>82,8%</b>



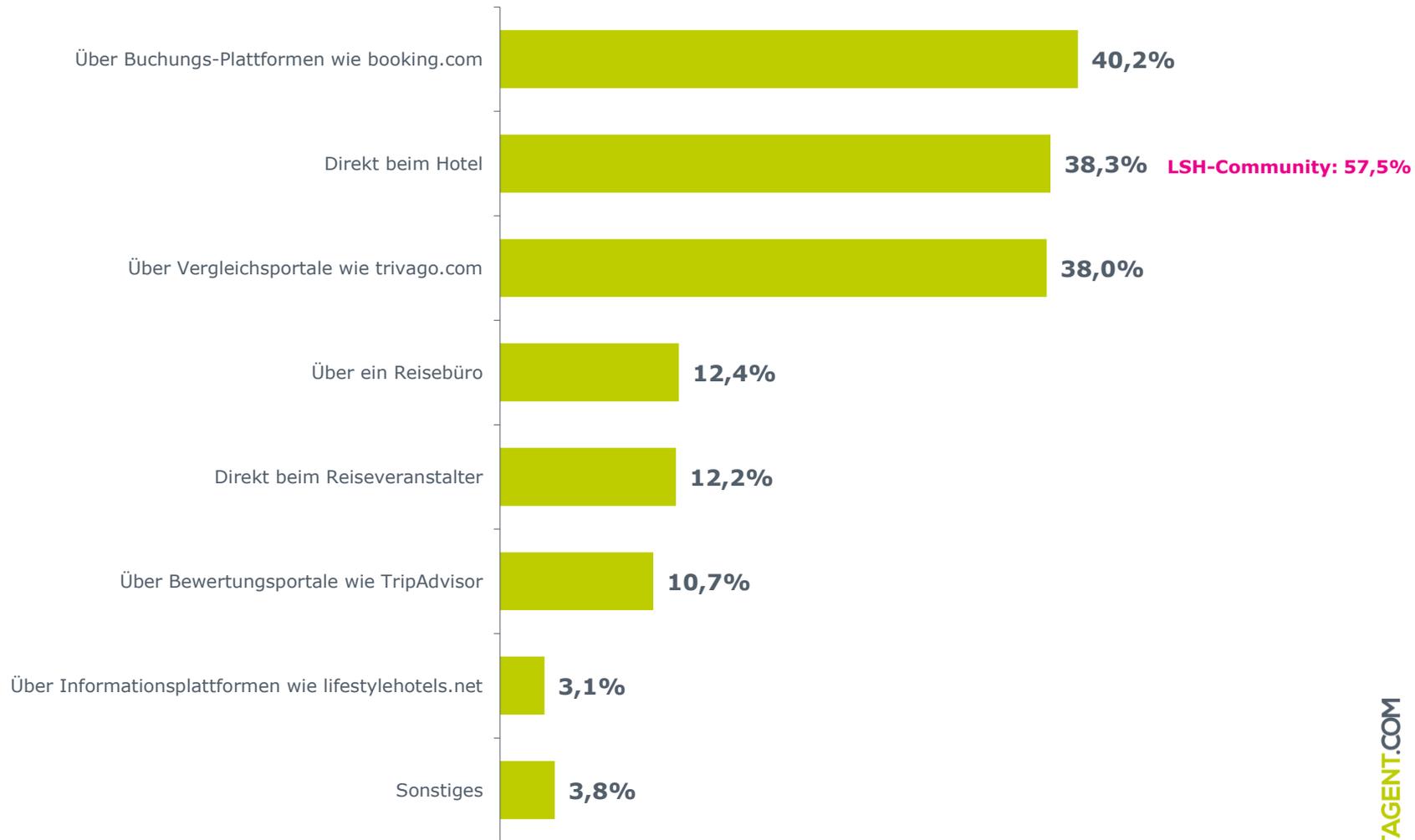
Wie gerne beschäftigen Sie sich mit der Suche nach einem passenden Hotel für einen privaten Urlaub? Macht Ihnen die Hotel-Suche Spaß oder stellt diese eher ein notwendiges Übel dar? || n=1.520 || MW 2,1

# Preisvergleich bei der Hotel-Auswahl bzw. -Buchung



Wie wichtig ist es für Sie, im Rahmen einer Hotel-Auswahl bzw. -Buchung Preise zu vergleichen? || n=1.520 || MW 1,5

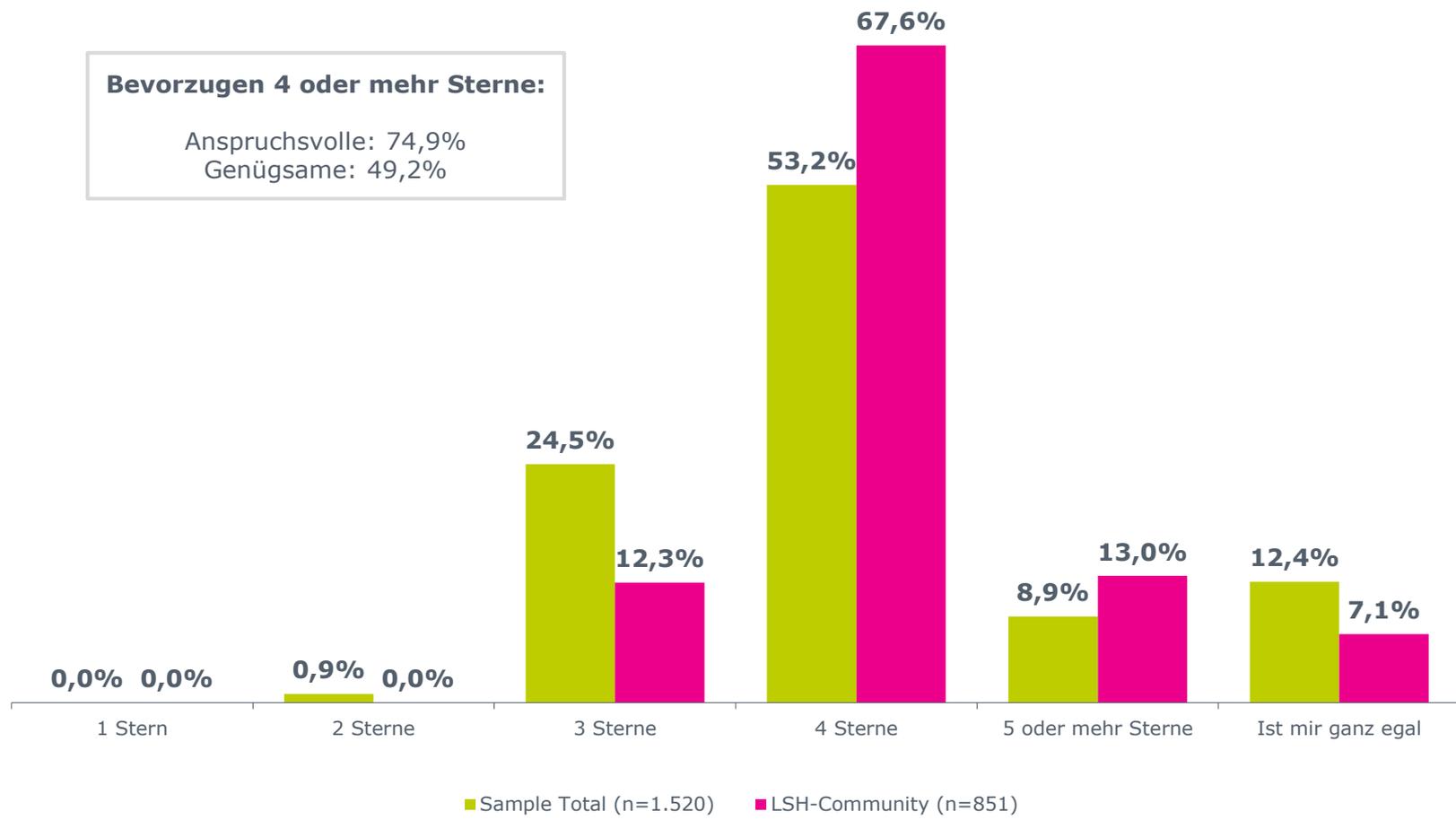
# Die günstigsten Buchungsarten



Was denken Sie bzw. Ihrer Erfahrung nach - auf welchem Weg erhält man den günstigsten Preis für eine Hotelbuchung? || n=1.520 || Mehrfach-Nennung möglich

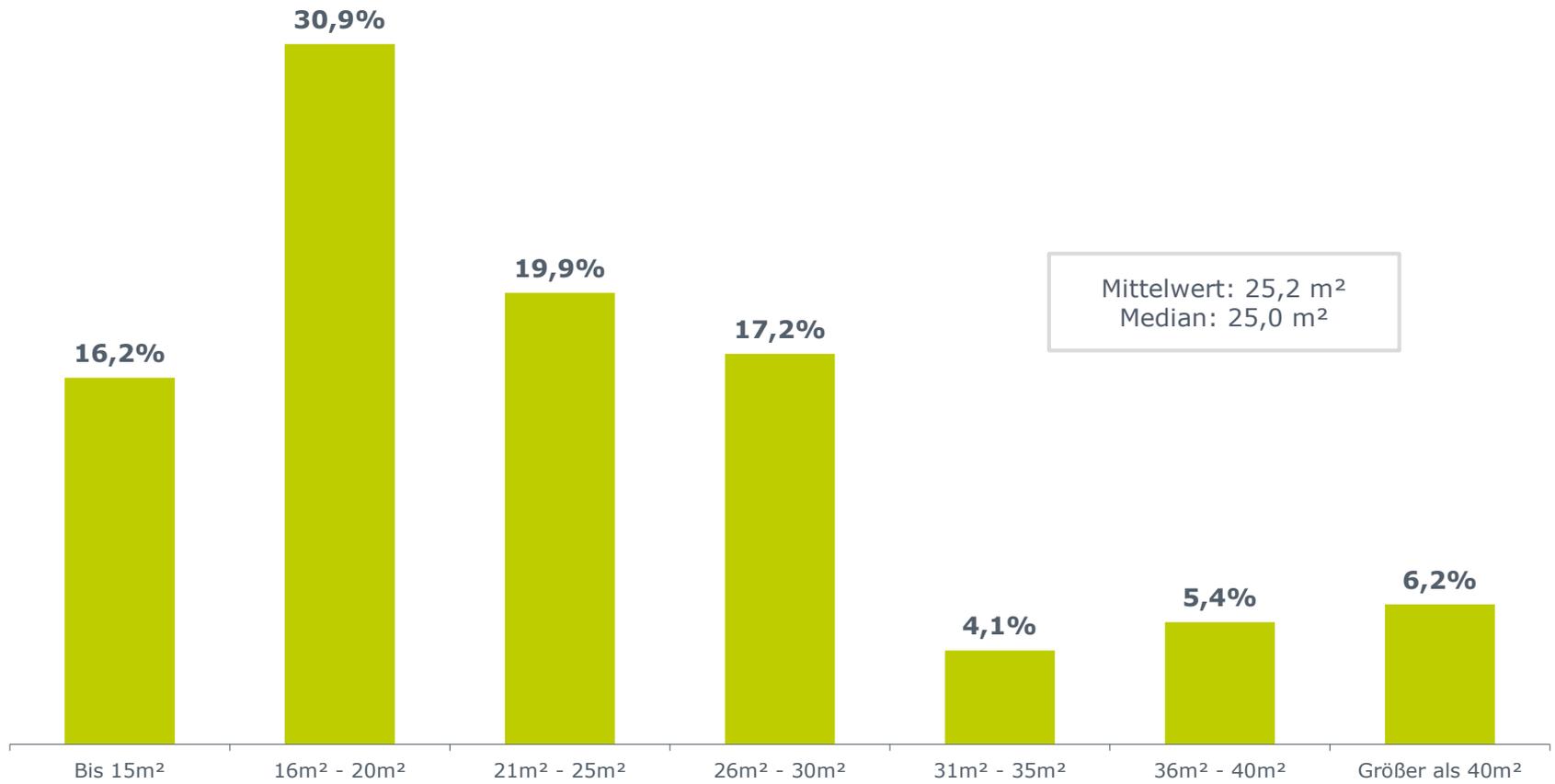
# Bevorzugte Sterne-Kategorie

**Bevorzugen 4 oder mehr Sterne:**  
 Anspruchsvolle: 74,9%  
 Genügsame: 49,2%



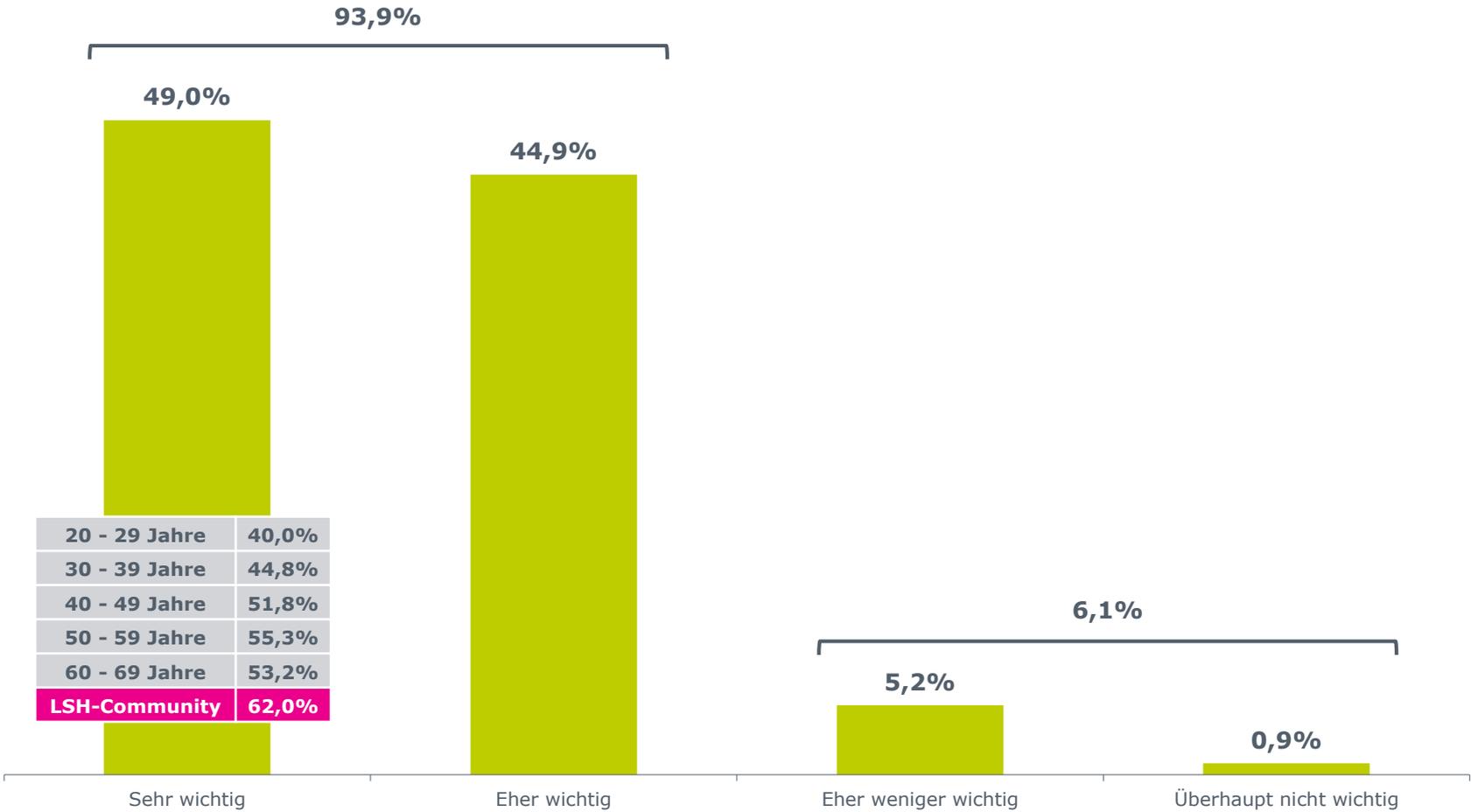
Welche Sterne-Kategorie bevorzugen Sie bei Hotels alles in allem?

## Bevorzugte Zimmergröße bei einem Doppelzimmer



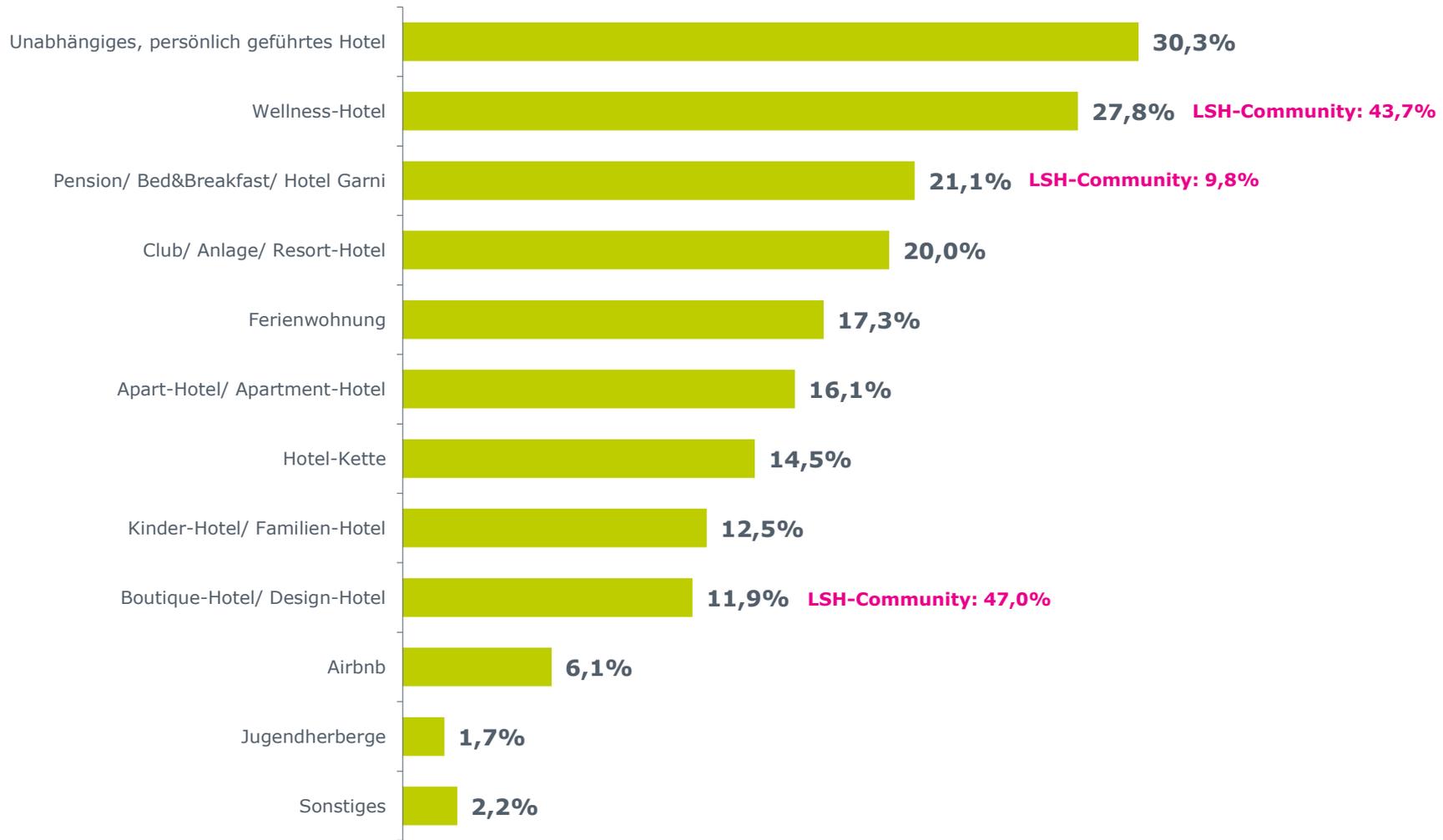
Welche Zimmergröße bevorzugen Sie bei einem Hotel-Zimmer? [...] || n=1.520

# Wichtigkeit eines ruhigen Hotelzimmers



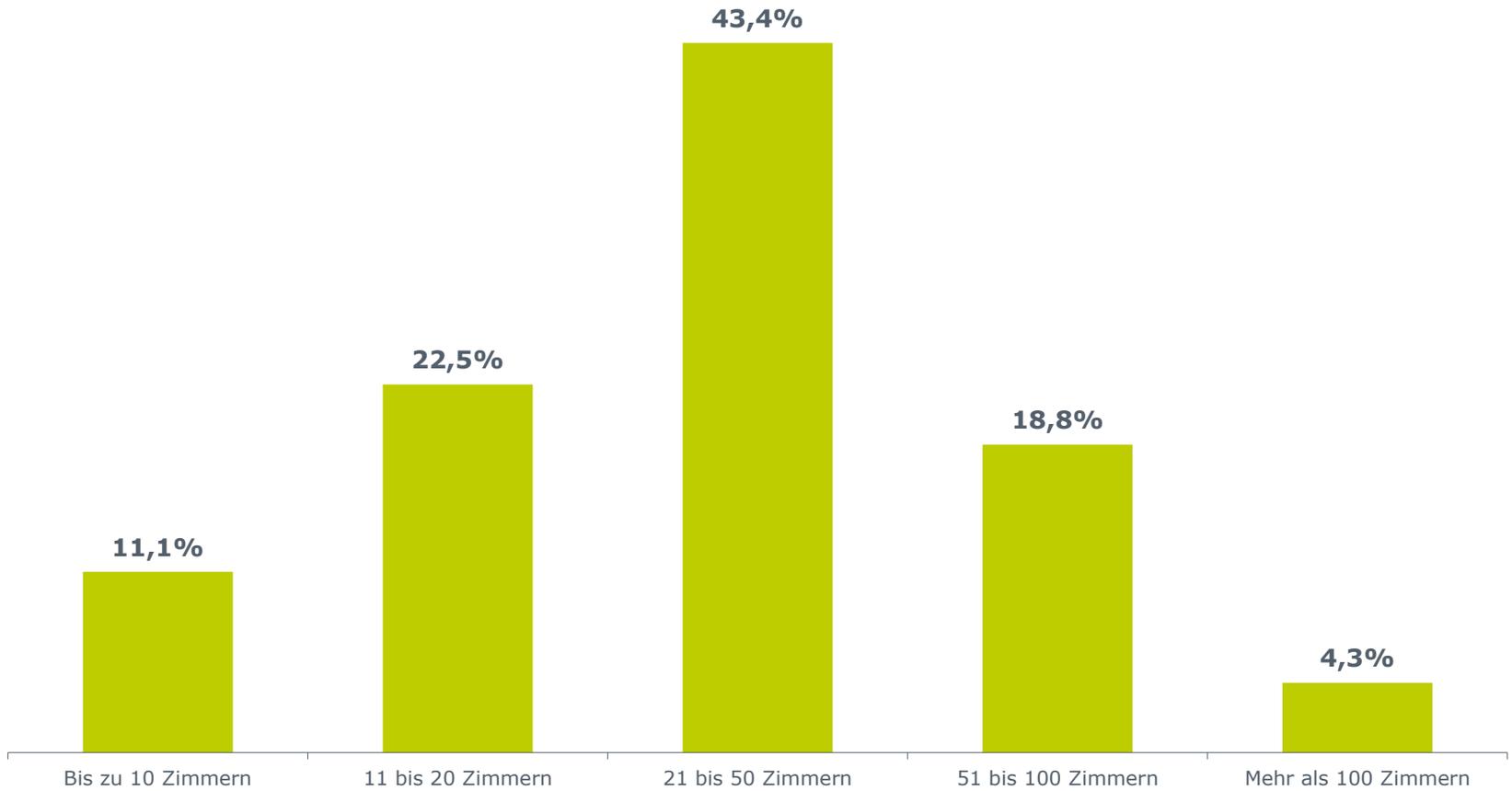
Wie wichtig ist es Ihnen, dass Ihr Hotelzimmer ruhig ist - in Bezug auf Schalldämmung, Isolation etc.? || n=1.520 || MW 1,6

# Bevorzugte Hotel-Typen



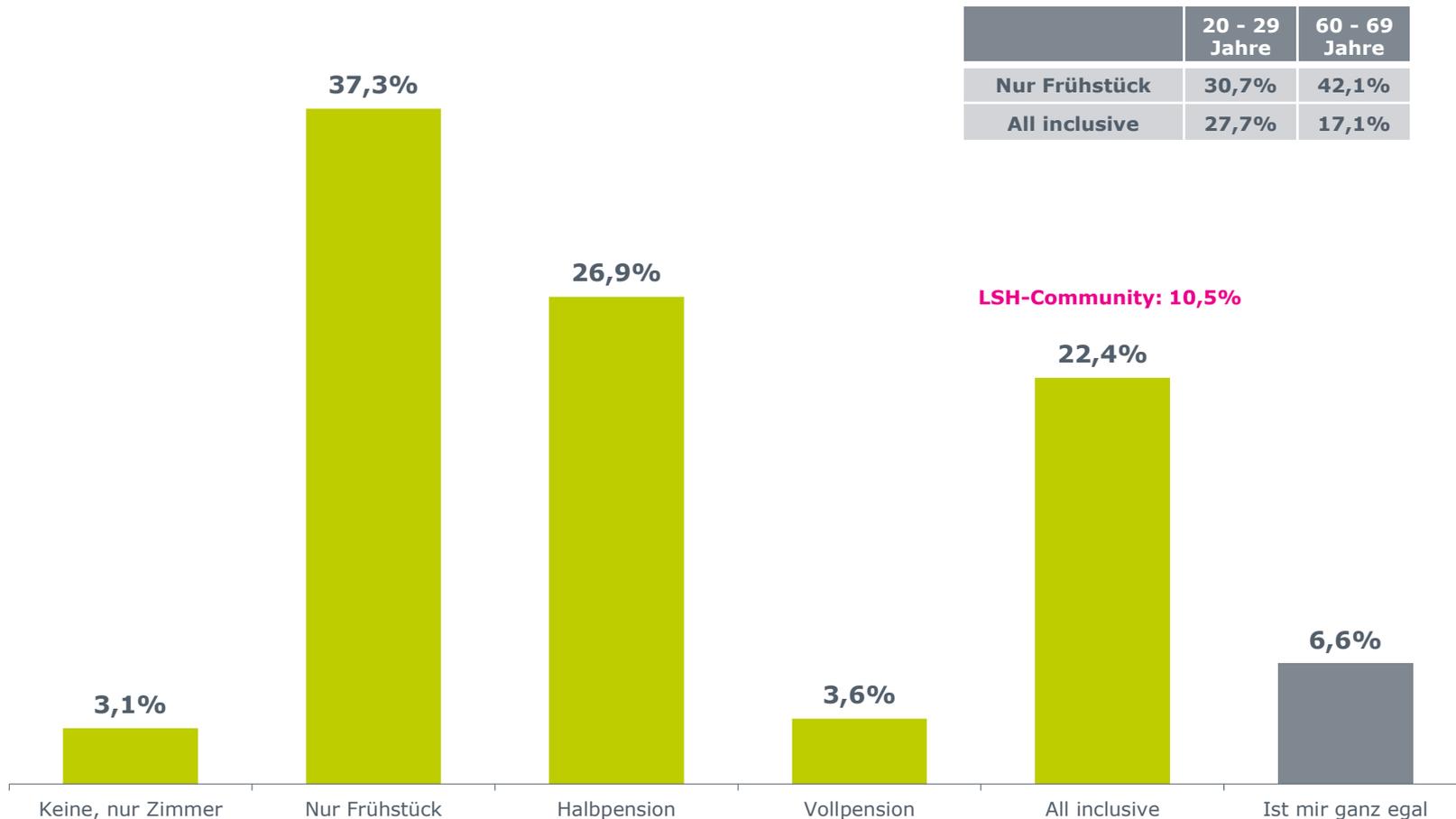
Welchen Hotel-Typ bevorzugen Sie? [...] || n=1.520 || Mehrfach-Nennung möglich

# Hotel-Größe, in der man sich am wohlsten fühlt



[...] In Hotels welcher Größe fühlen Sie sich am wohlsten? || n=1.520

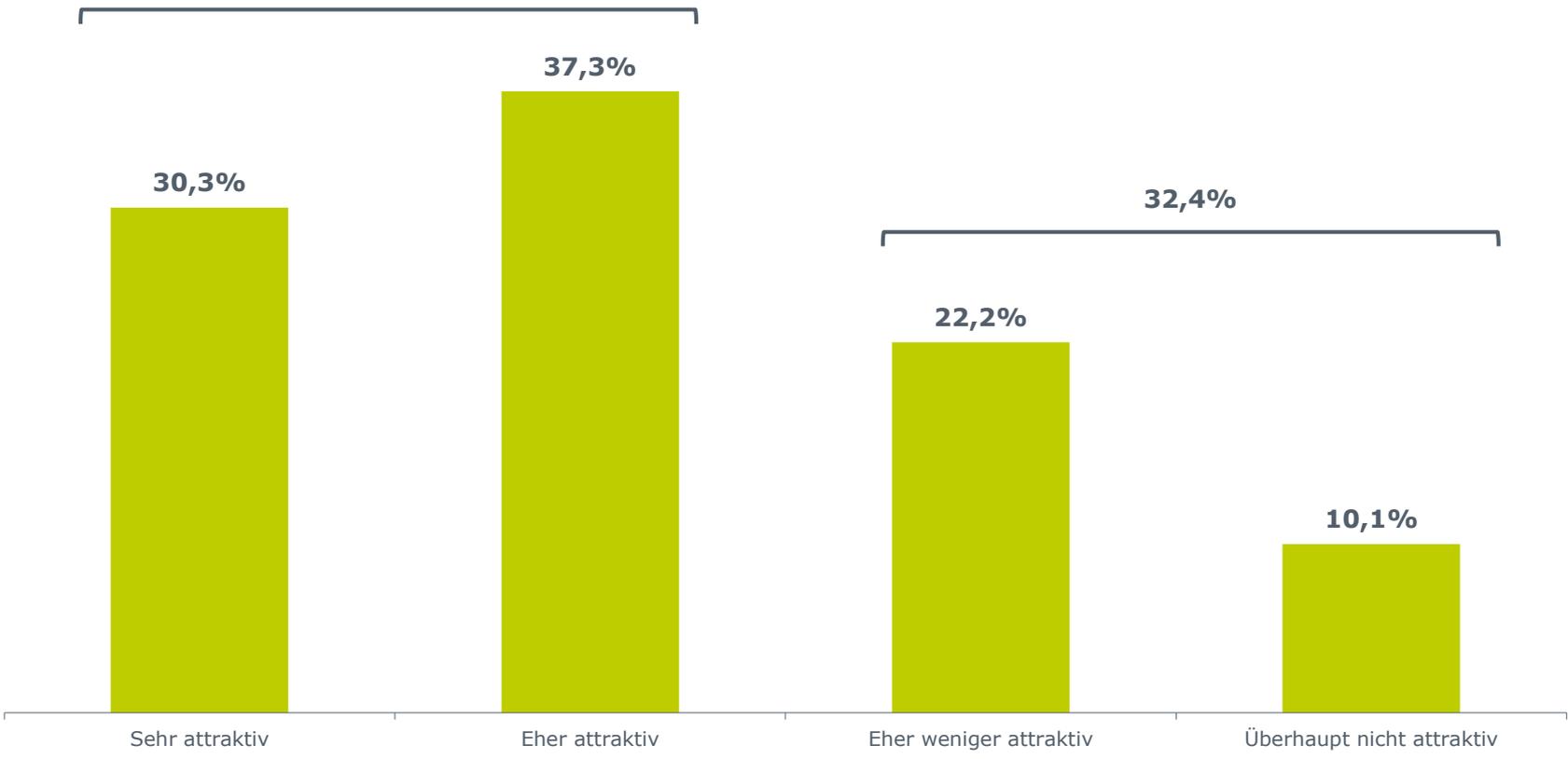
# Bevorzugte Verpflegungsart



Welche Art der Verpflegung bevorzugen Sie in einem Hotel? || n=1.520

# Attraktivität: Brunch bis 13 Uhr statt klassischem Hotel-Frühstück

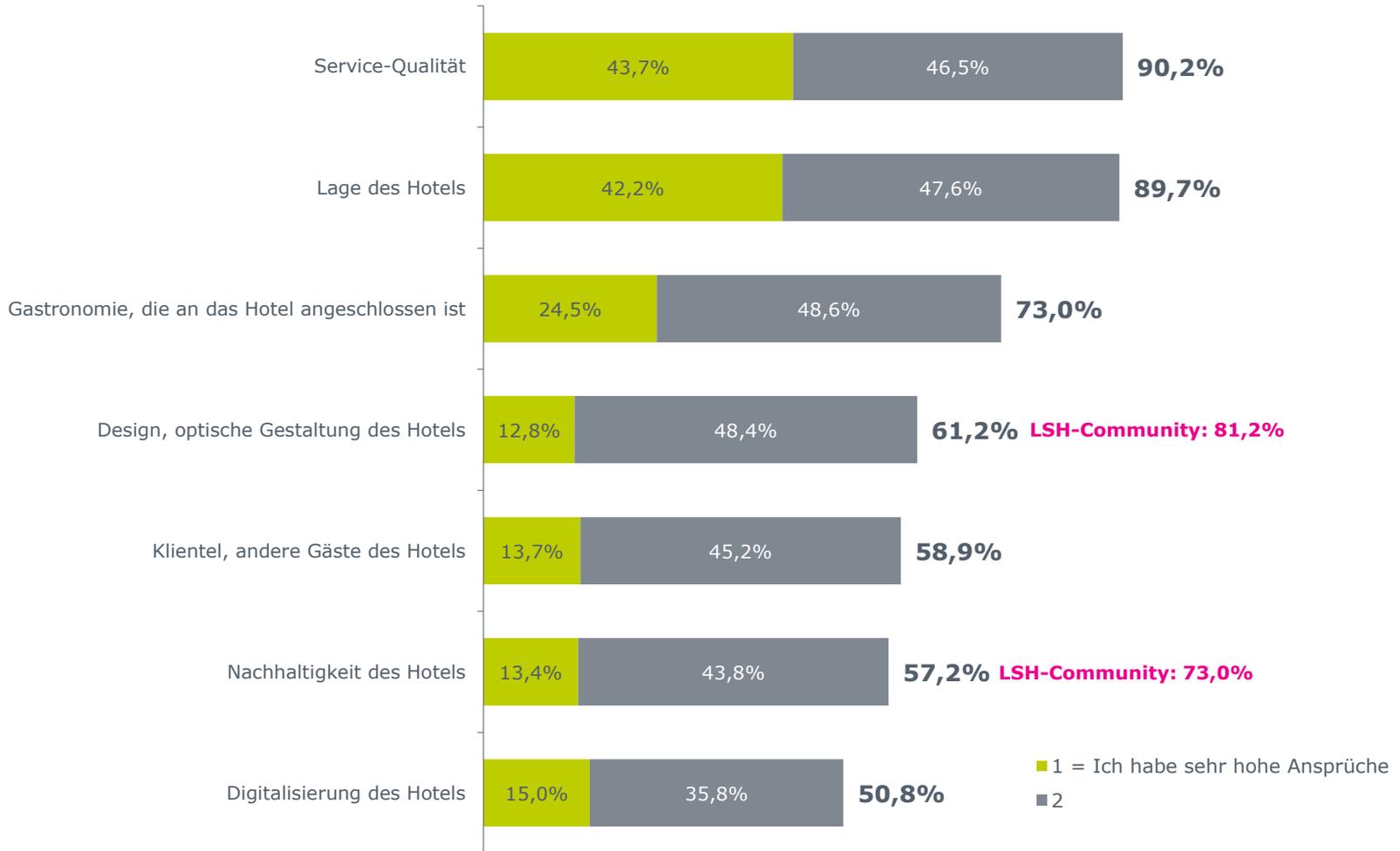
Sample Total	67,6%
20 – 29 Jahre	74,0%
60 – 69 Jahre	59,9%



Wie attraktiv finden Sie einen Brunch bis 13 Uhr anstatt eines klassischen Hotel-Frühstücks? || n=1.520 || MW 2,1

# Ansprüche an Service/ Gegebenheiten im Hotel

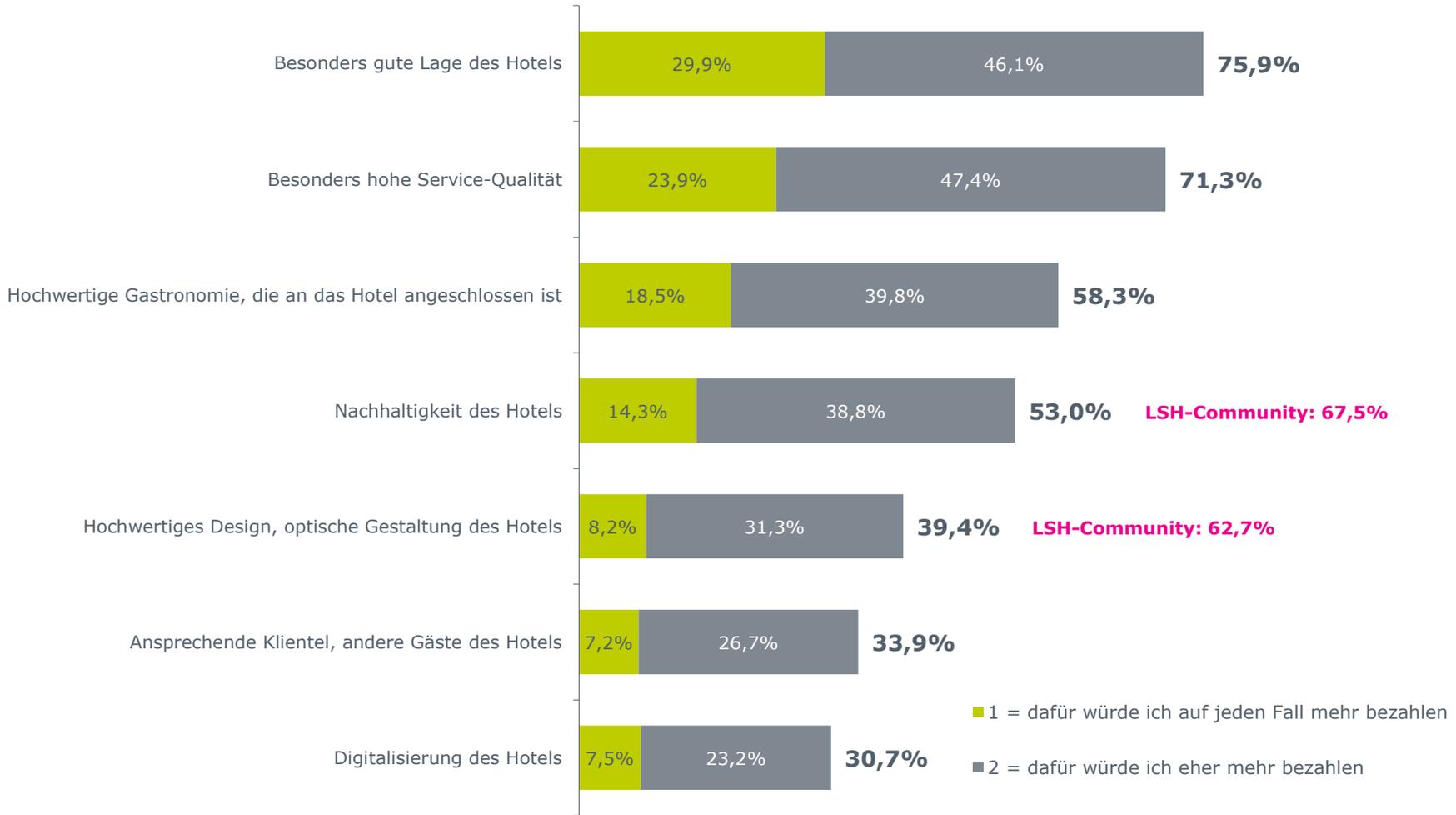
Top-2-Box: Ich habe sehr hohe Ansprüche / 2 | 4-stufige Skalierung



Was würden Sie sagen, wie hoch sind Ihre Ansprüche in Bezug auf die folgenden Services/ Gegebenheiten in einem Hotel? || n=1.520

# Aufpreisbereitschaft für folgende Services

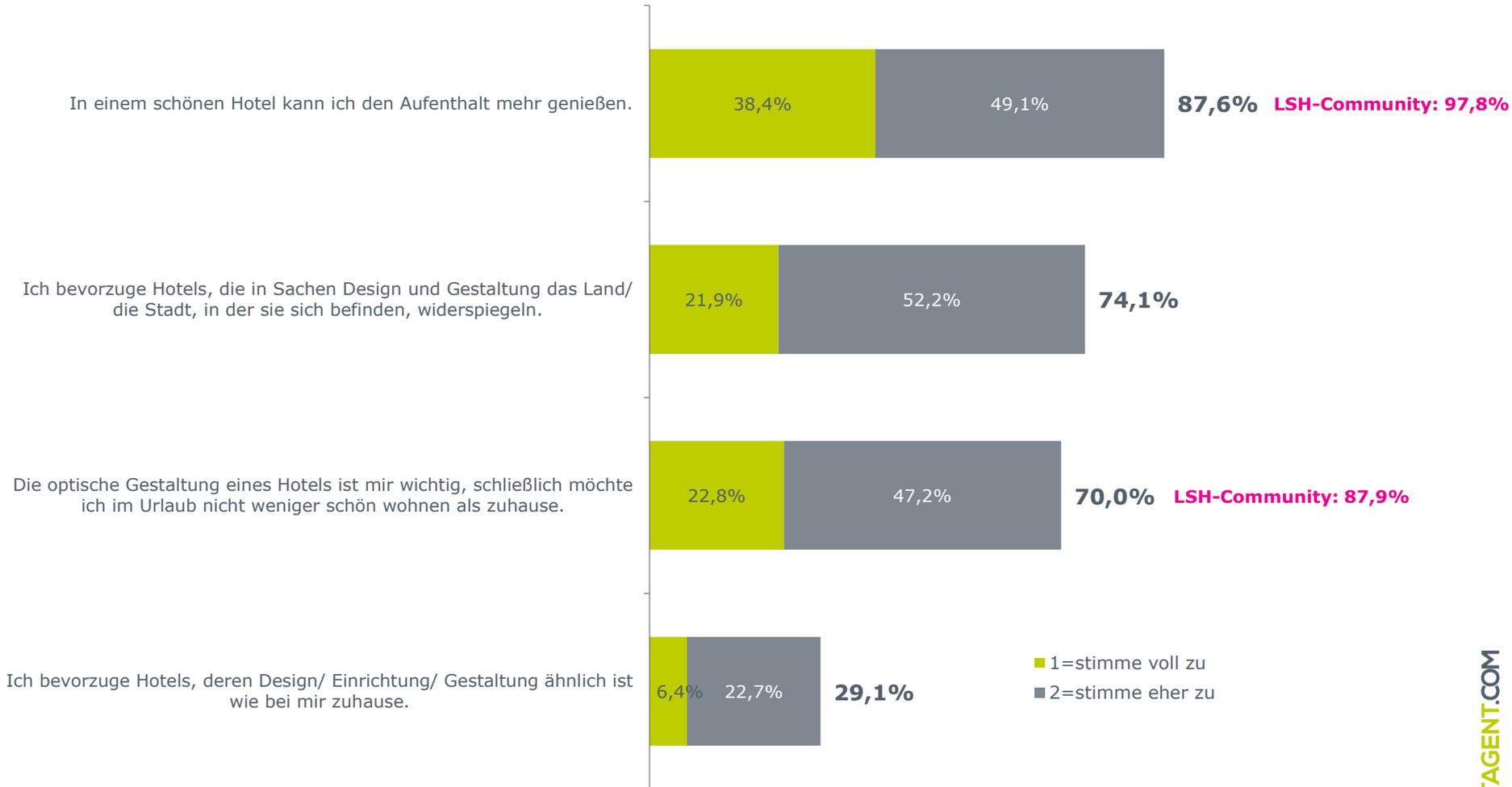
Top-2-Box: dafür würde ich auf jeden Fall/ eher mehr bezahlen | 4-stufige Skalierung



Und inwieweit sind Sie bereit, für die folgenden Services in einem Hotel mehr zu bezahlen? || n=1.520

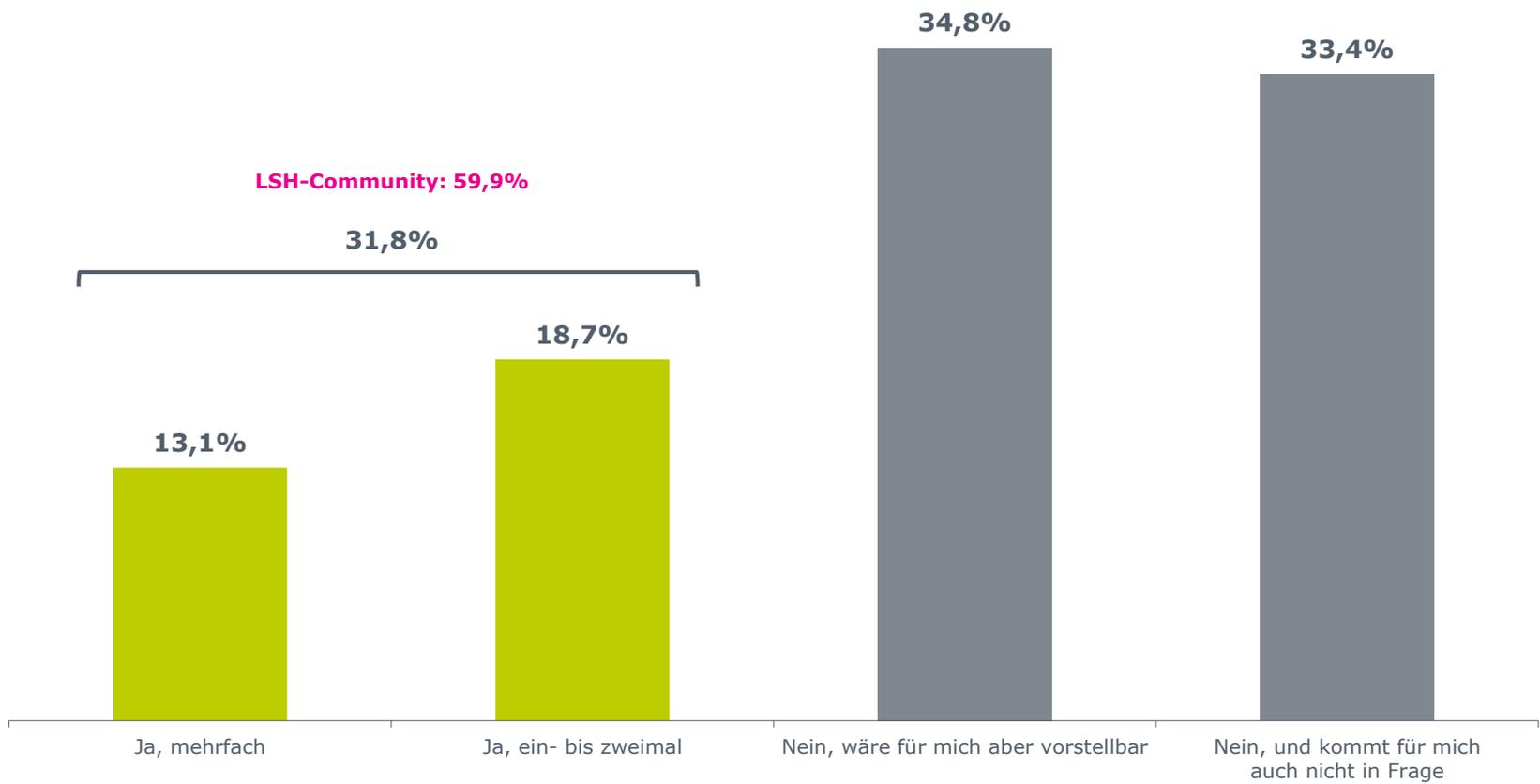
# Aussagen bzgl. der Hotel-Design

Top-2-Box: stimme voll zu / stimme eher zu | 4-stufige Skalierung

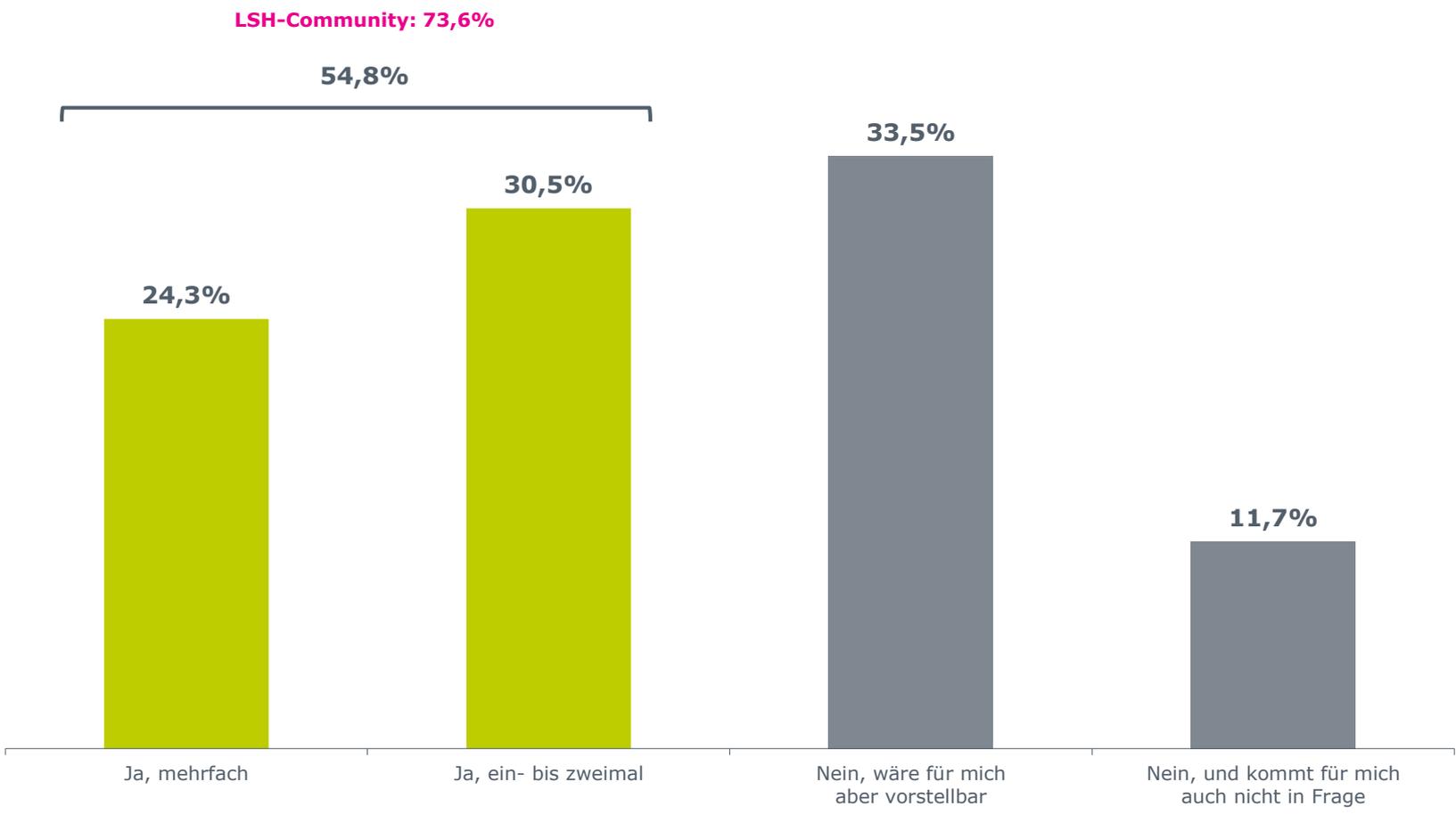


Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen in Bezug auf die Ausstattung von Hotels zu? || n=1.520

## Auswahl des Reiseziels aufgrund des Hotels

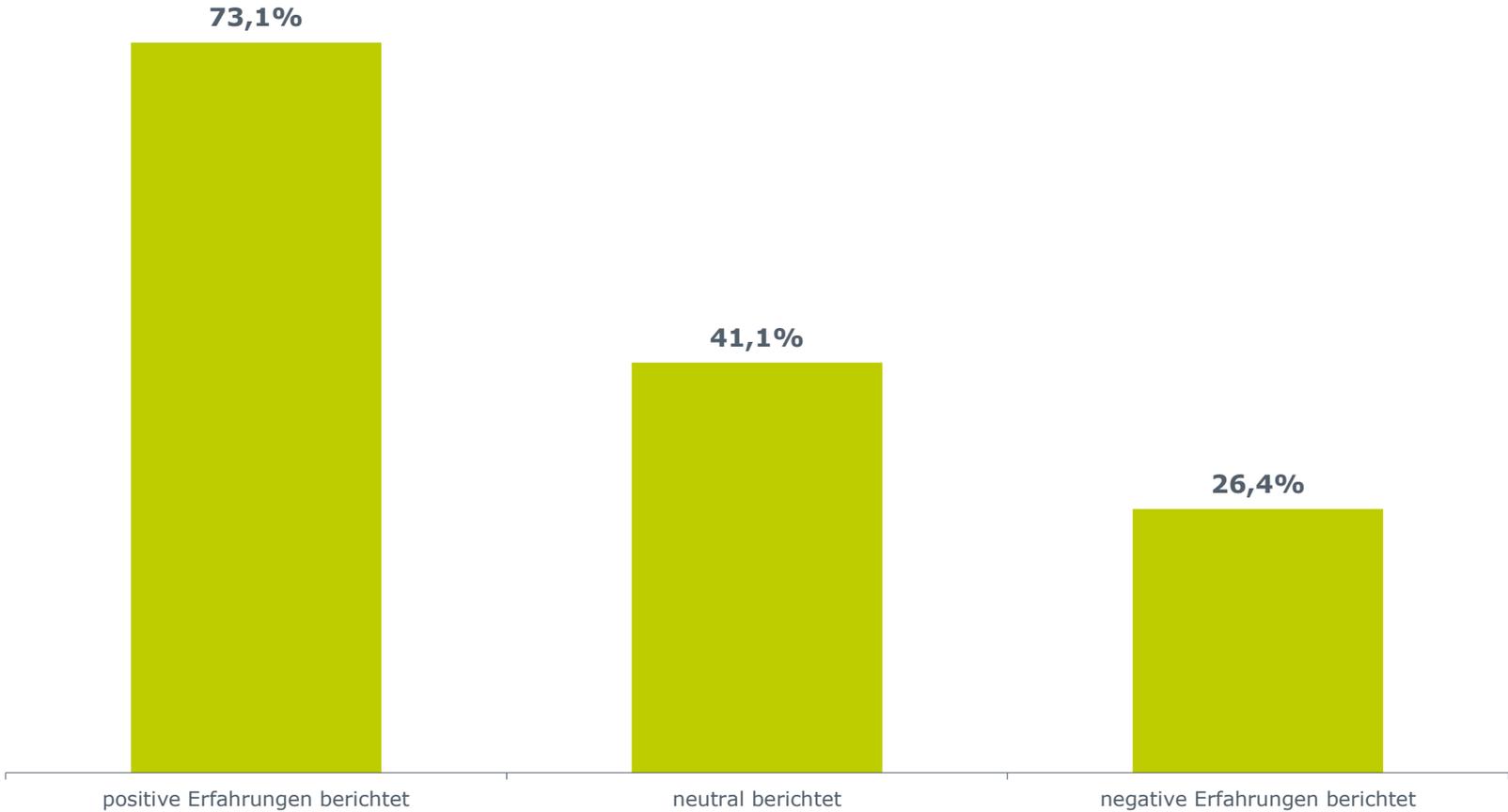


Haben Sie schon einmal ein Reiseziel nur aufgrund des Hotels gewählt? Das heißt, haben Sie schon einmal einen Ort nur deshalb besucht, weil Sie ein Hotel dort so sehr angesprochen hat und Sie unbedingt in diesem zu Gast sein wollten? || n=1.520



Haben Sie schon einmal eine Hotel-Bewertung geschrieben - z.B. auf einer Hotel-Bewertungsplattform? || n=1.520

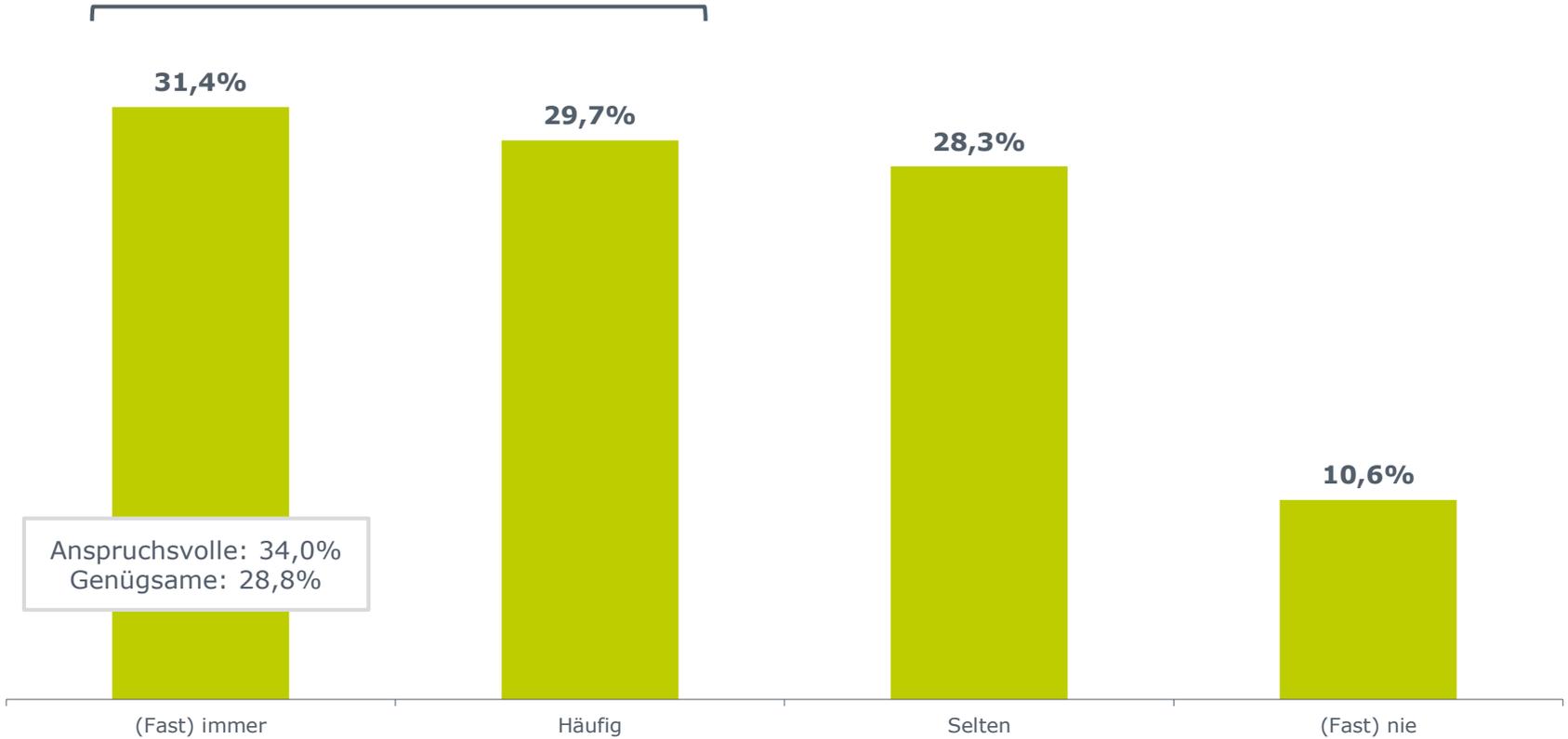
# Art der Hotelbewertung



[...] Haben Sie im Rahmen dieser Bewertung(en) ...? [...] || Basis: Haben bereits Hotelbewertungen geschrieben || n=833 || Mehrfach-Nennung möglich

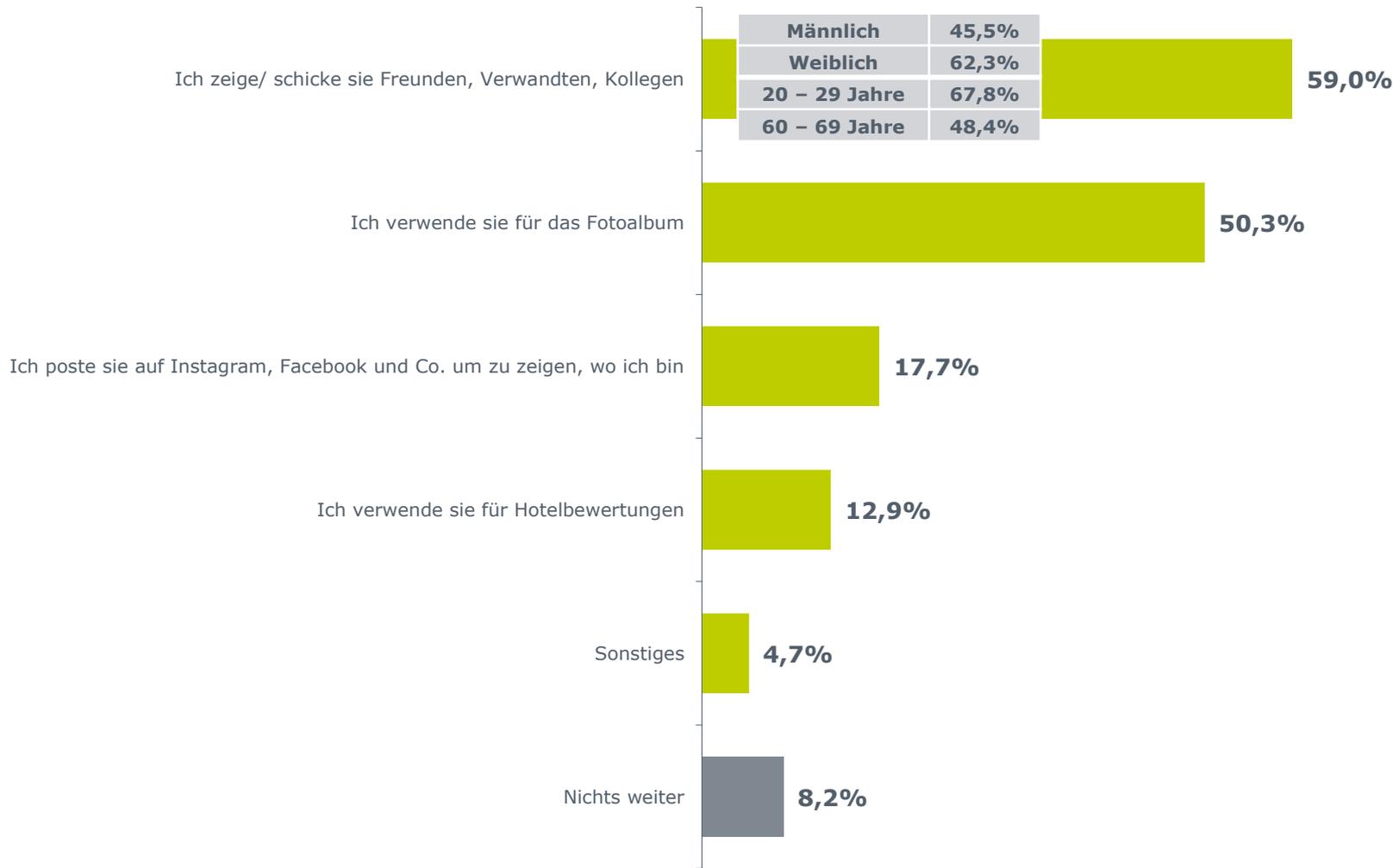
# Fotografieren der besuchten Hotels

Sample Total	61,1%
Männlich	57,1%
Weiblich	65,3%



Machen Sie für gewöhnlich Fotos von den Hotels, in denen Sie übernachten? || n=1.520

# Verwendung der Hotel-Fotos



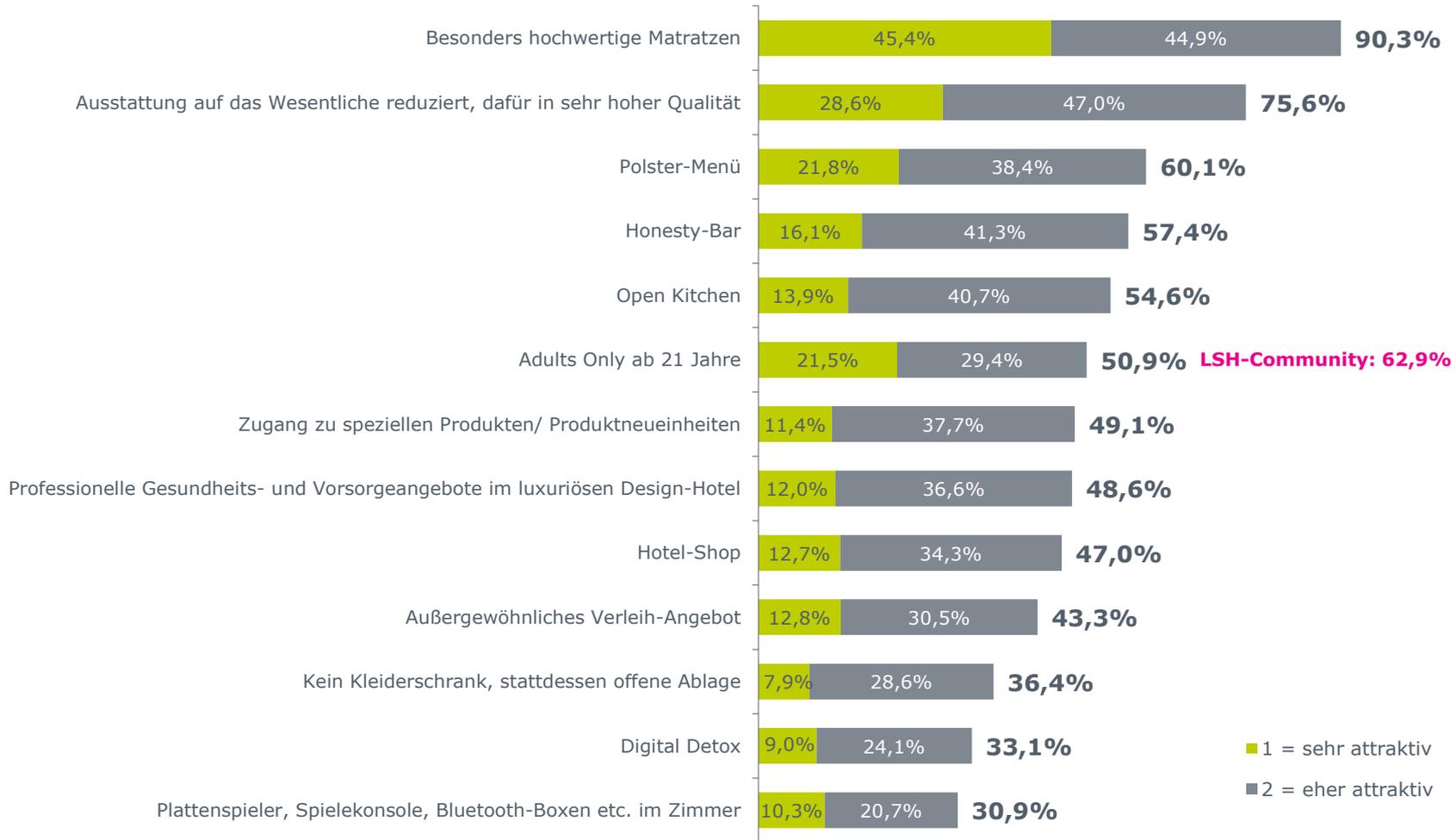
Und was machen Sie dann mit den Hotel-Fotos, die Sie schießen? || Basis: Machen zumindest selten Fotos von den Hotels || n=1.359 || Mehrfach-Nennung möglich



**PART III:  
Innovative Konzepte und  
Digitalisierung in der Hotellerie**

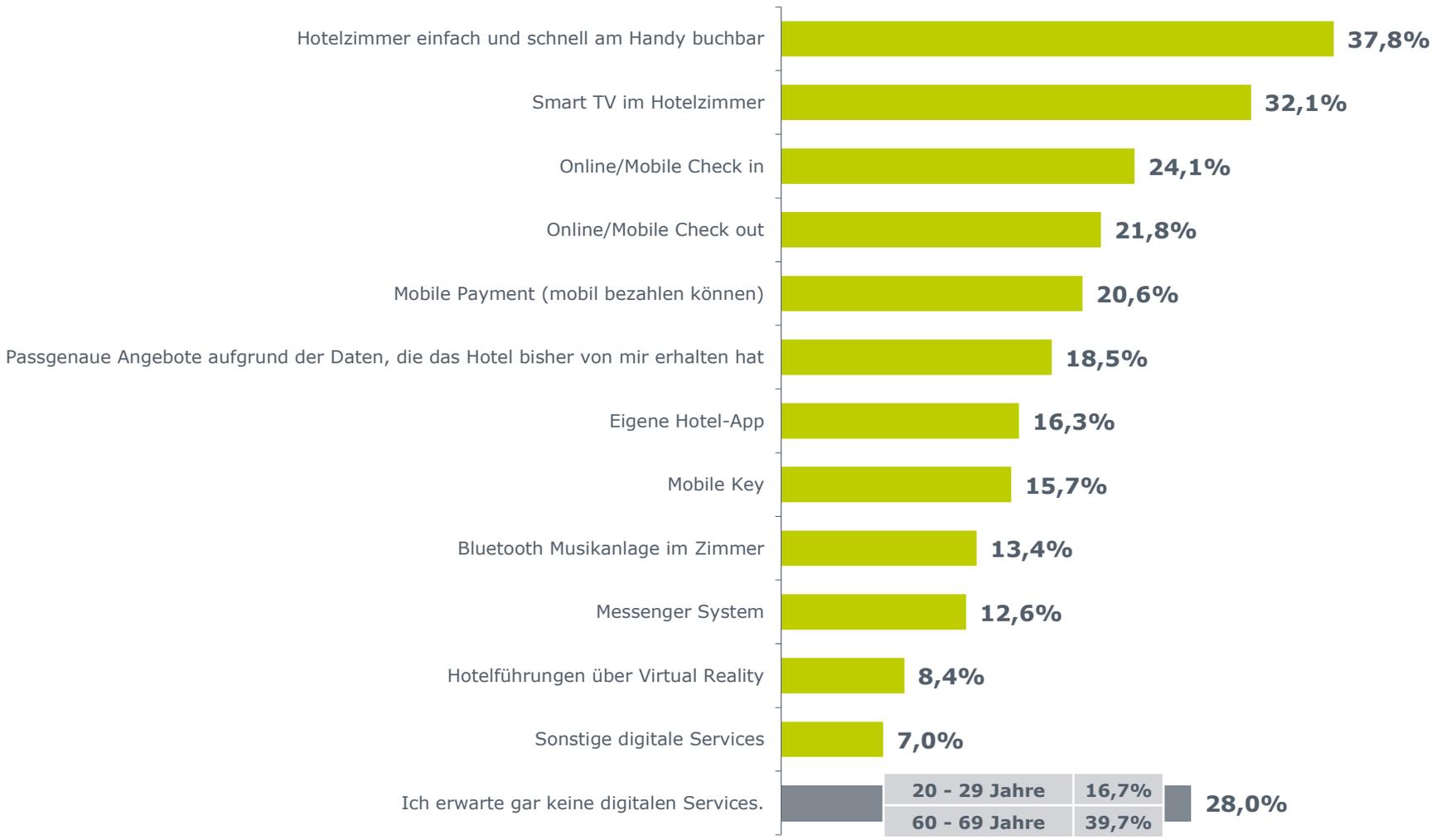
# Attraktive Konzepte

Top-2-Box: sehr attraktiv / eher attraktiv | 4-stufige Skalierung



[...] Wie attraktiv sind diese Konzepte für Sie persönlich? || n=1.520

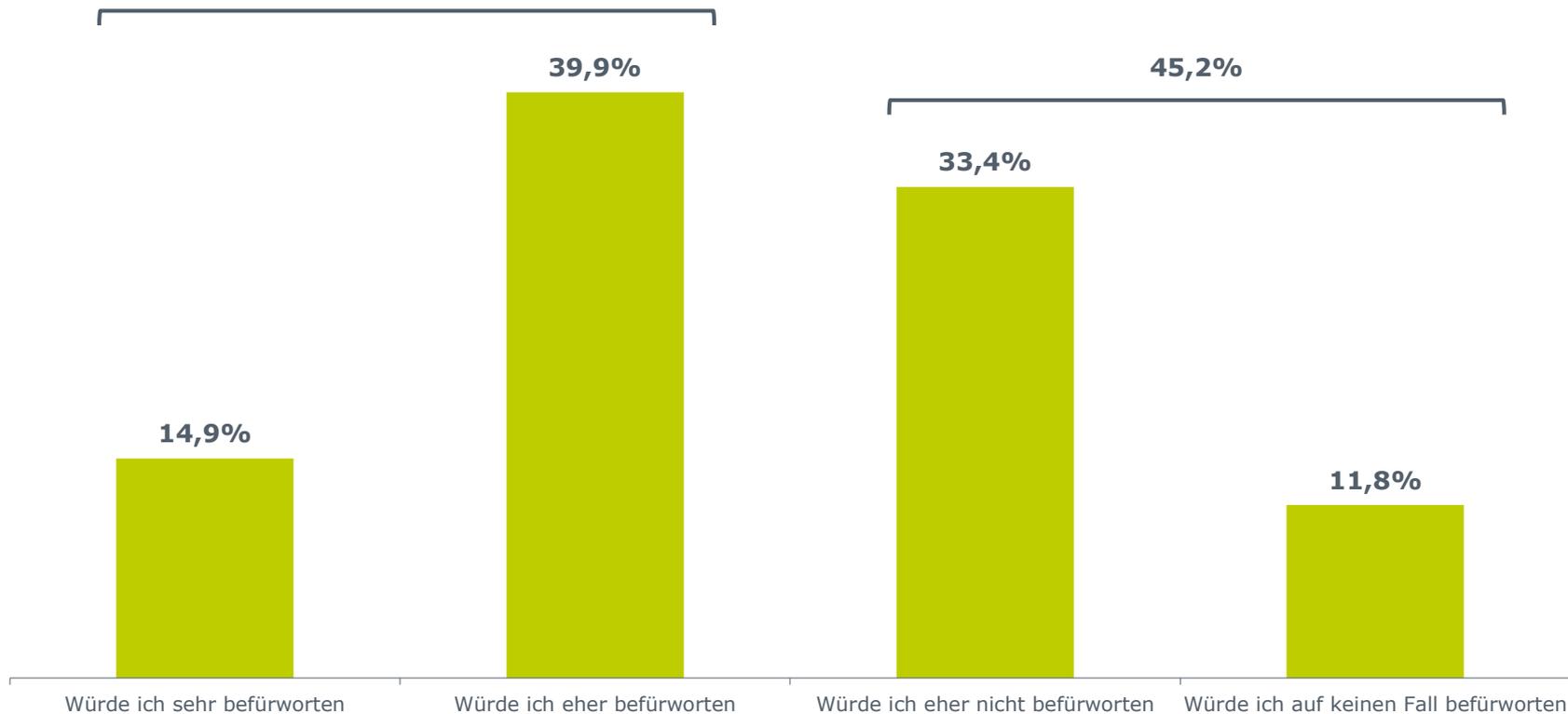
# Erwartungen an Hotels bzgl. digitaler Services



[...] Welche digitalen Services erwarten Sie in einem Hotel? || n=1.520 || Mehrfach-Nennung möglich

# Befürwortung digitaler Services im Hotel

<b>Sample Total</b>	<b>54,8%</b>
<b>Männlich</b>	<b>62,5%</b>
<b>Weiblich</b>	<b>46,8%</b>
<b>20 - 29 Jahre</b>	<b>70,3%</b>
<b>60 - 69 Jahre</b>	<b>36,1%</b>



Inwieweit würden Sie es befürworten, dass zukünftig Services im Hotel digital (also über das Internet, via App) erledigt werden können (beispielsweise Check in und Check out im Hotel über eine App und nicht mehr über die Hotel-Rezeption)? || n=1.520 || MW 2,4

# Auswirkungen zunehmender Digitalisierung auf die Gastlichkeit

<b>Sample Total</b>	<b>33,8%</b>
<b>Männlich</b>	<b>38,3%</b>
<b>Weiblich</b>	<b>29,0%</b>
<b>20 – 29 Jahre</b>	<b>42,7%</b>
<b>60 – 69 Jahre</b>	<b>22,6%</b>



Was denken Sie, wie wird sich die zunehmende Digitalisierung in der Hotel-Branche auf die Gastlichkeit, also die Gästebetreuung auswirken? || n=1.520 || MW 3,1

# MARKETAGENT.COM

Digitale Markt- und Meinungsforschung



Thomas Schwabl, Mag.  
t.schwabl@marketagent.com  
+43 2252 - 909 009  
[www.marketagent.com](http://www.marketagent.com)

Hardy Egger  
egger@lifestylehotels.net  
+43-316-83 11 11-17  
[www.lifestylehotels.net](http://www.lifestylehotels.net)



LEITBETRIEBE AUSTRIA