

Gallup Branchenmonitor Reise- und Tourismusbranche

*die umfassende, kosteneffiziente, österreichweit repräsentative
Handelsübersicht stationär und online*



Das Angebot

Kontinuierlich

Die Reise- und Tourismusbranche einmal pro Jahr

Umfassend

Alle wichtigen Reiseunternehmen, Kennzahlen und Inhalte für die Reise- und Tourismusbranche

Käufertypologie

Analyse nach Einstellungen und Kaufverhalten:
Traditionelle, Neugierige, Marken- und Qualitätsbewusste, Genießer und Freizeitorientierte, Preisorientierte

Facts

Inhalte	Bekanntheit, Käuferreichweite, Einkaufshäufigkeit, Kompetenzen, Kaufmotive, Werbeerinnerung nach Medien (Flugblatt, Print, TV, Online), Weiterempfehlung, Eigenschaftsprofile, Image, Positionierung, Onlineeinkauf und vieles mehr
Methode	Computer Assisted Telephone Interview (CATI) n=1000
Zielgruppe	Repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 14 Jahren (inkl. der Bevölkerung ohne Internetzugang oder geringer Internetnutzung, ca. 40 %)

Marken in der Studie

TUI

Ruefa

Kuoni

STA Travel

Columbus

ITs Billa Reisen

Hofer Reisen

Gulet Reisen

Springer Reisen

Jahn Reisen

Neckermann Reisen

Reisebüro am Bahnhof

Last Minute Tours /

Restplatzbörse

Gulliver Reisen

booking.com

Tiscover

THV Süd

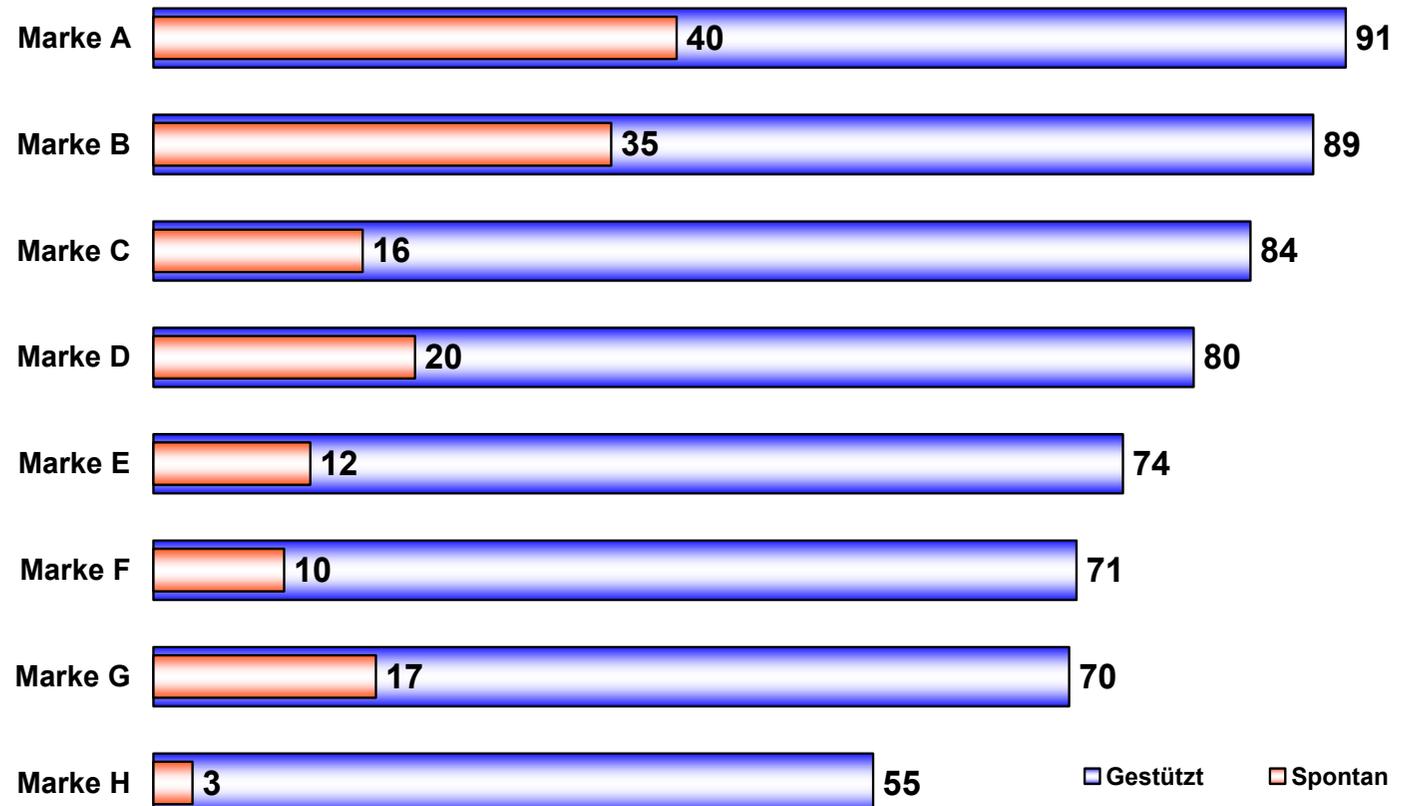
Papageno

HRS Hotelportal

Ergebnisse

Frage 1:
Welche Unternehmen gehen Ihnen spontan durch den Kopf
wenn Sie an den Handel mit ... denken?
Frage 3:
Welche der folgenden Unternehmen aus dem Bereich ...
kennen Sie zumindest dem Namen nach?
Basis: Total, n= 1000
Angaben in %

Spontane vs. gestützte Bekanntheit



Ergebnisse

Frage 2:

Für welche Unternehmen aus dem Bereich ... können Sie sich erinnern, in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört zu haben?

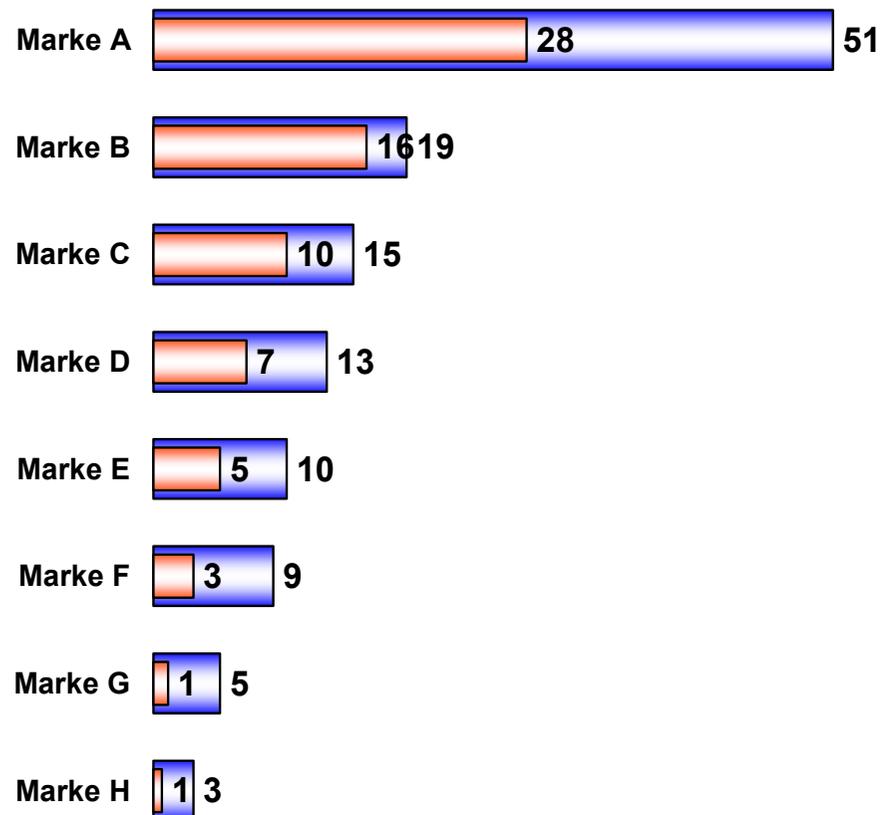
Frage 4:

Für welche dieser Unternehmen können Sie sich erinnern, in letzter Zeit Werbung gesehen, gelesen oder gehört zu haben?

Basis: Total, n= 1000

Angaben in %

Spontane vs. gestützte Werbe-Erinnerung



□ Gestützt □ Spontan

Ergebnisse

Frage 3: Welche der folgenden Unternehmen aus dem Bereich ... kennen Sie zumindest dem Namen nach?

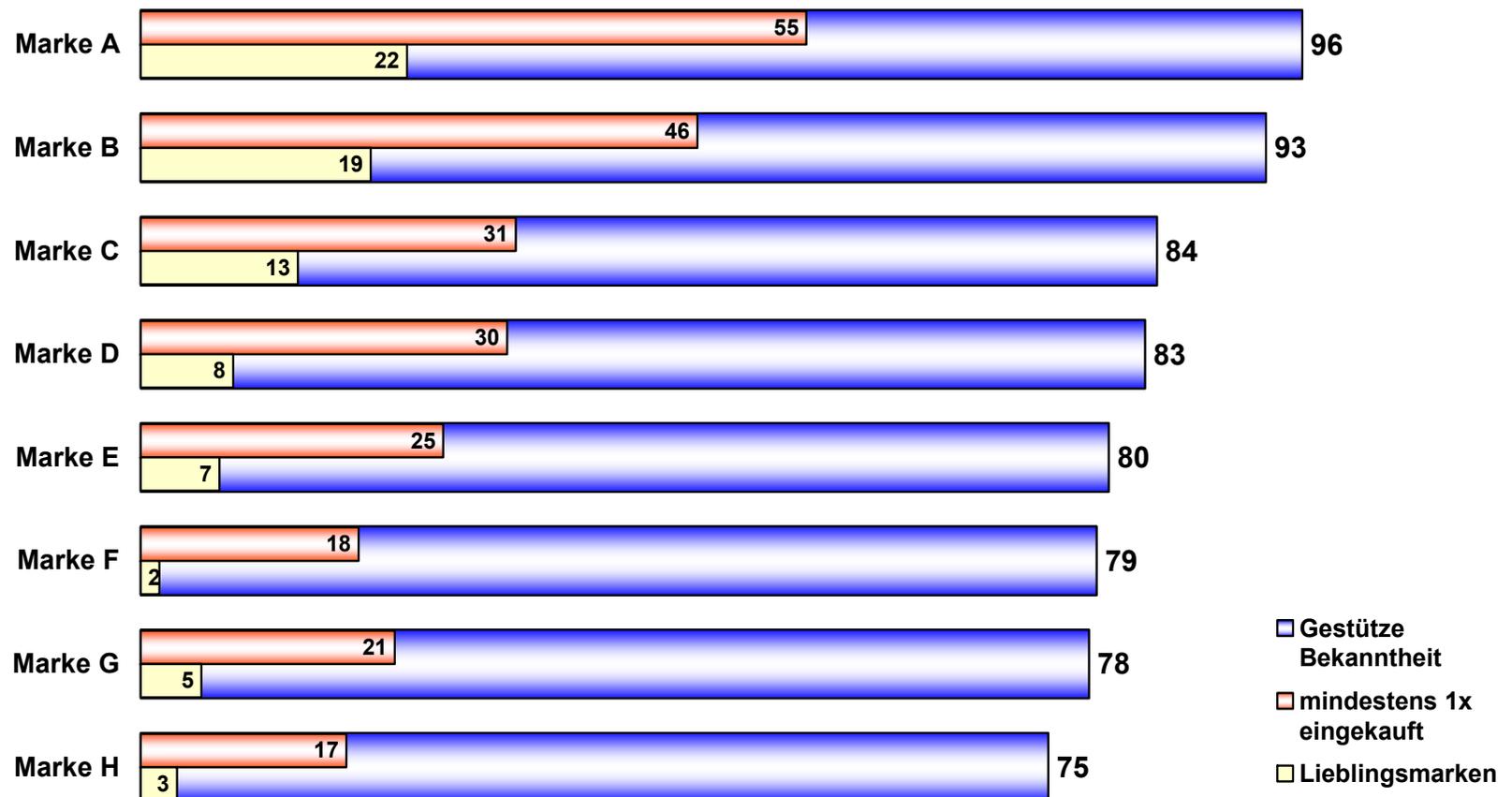
Frage 9a: Bei welchen Marken haben Sie bereits einmal eingekauft?

Frage 9b: Wo kaufen Sie am liebsten ...?

Basis: Total, n= xx

Angaben in %

Bekanntheit, Käuferreichweite, Lieblingsmarke



Ergebnisse

Frage 4a:

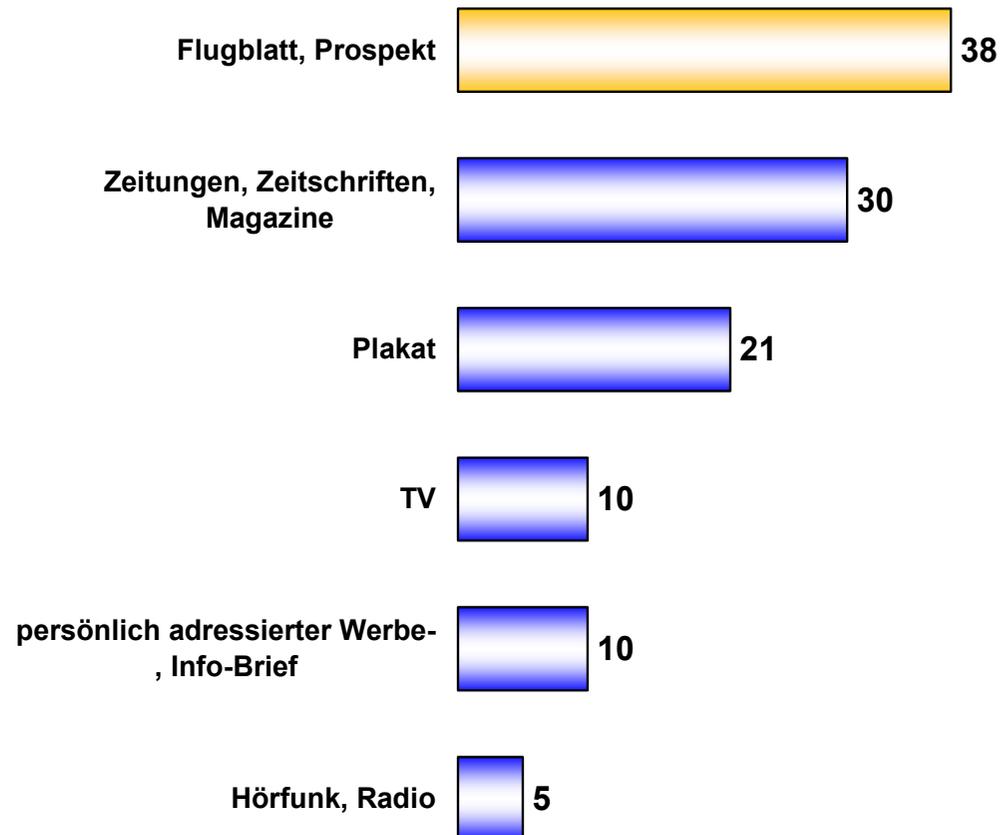
Sie können sich an Werbung von ...erinnern.

Wo haben Sie Werbung für ... bemerkt?

Basis: Erinnerung an ... Werbung, n=xx

Angaben in %

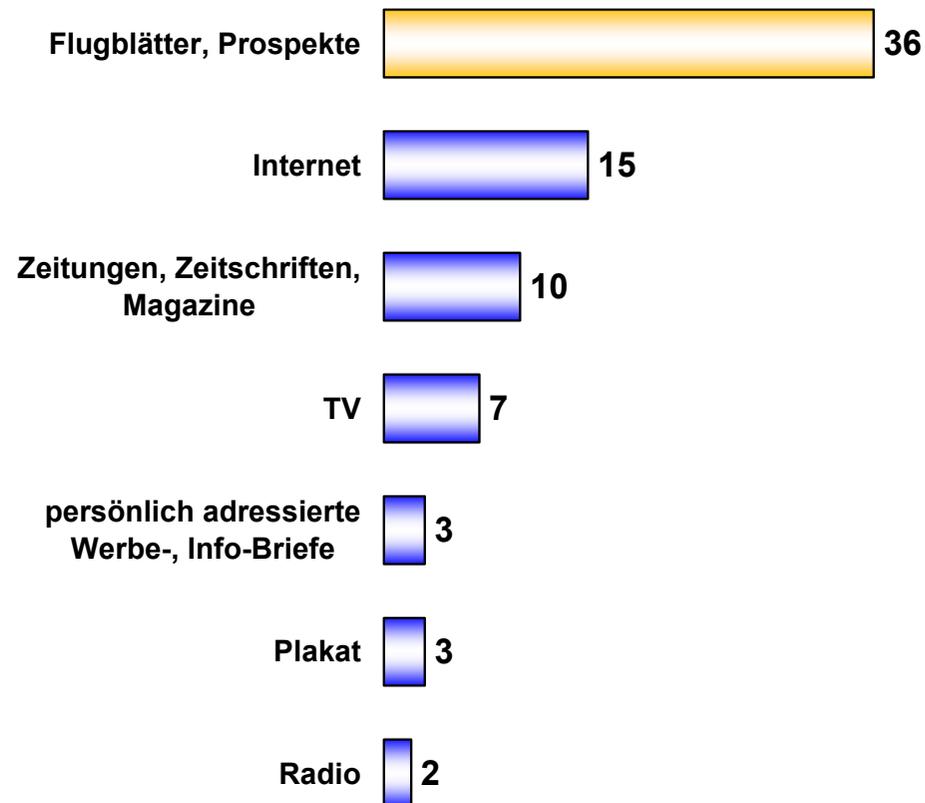
Werbe-Erinnerung pro Medienkanal pro Marke



Ergebnisse

Frage 6a:
Welche Medien nutzen Sie für die
Information vor einem Einkauf im Bereich
... ?
Basis: haben in den letzten 6 Monaten
... gekauft, n=xx
Angaben in %

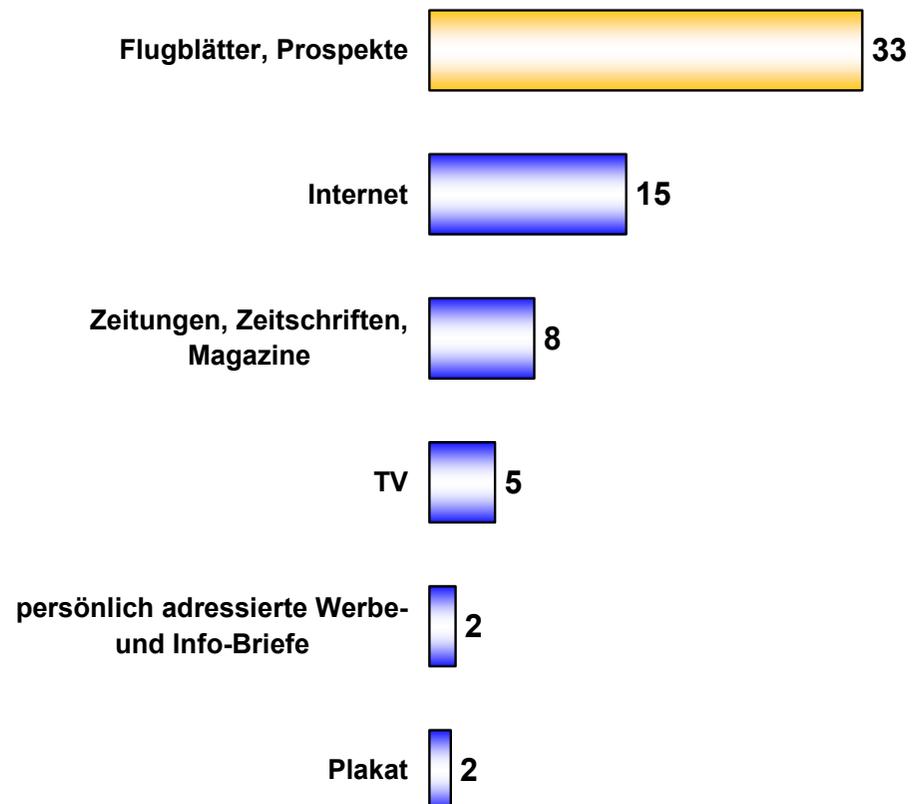
Mediennutzung für Information vor einem Einkauf



Ergebnisse

Frage 6b:
Welche Medien nutzen Sie besonders gerne und häufig, welche sind Ihnen besonders sympathisch?
Basis: haben in den letzten 6 Monaten ... gekauft,
n=xxx
Angaben in %

Besonders sympathische Medien



Ergebnisse

Frage 6c:

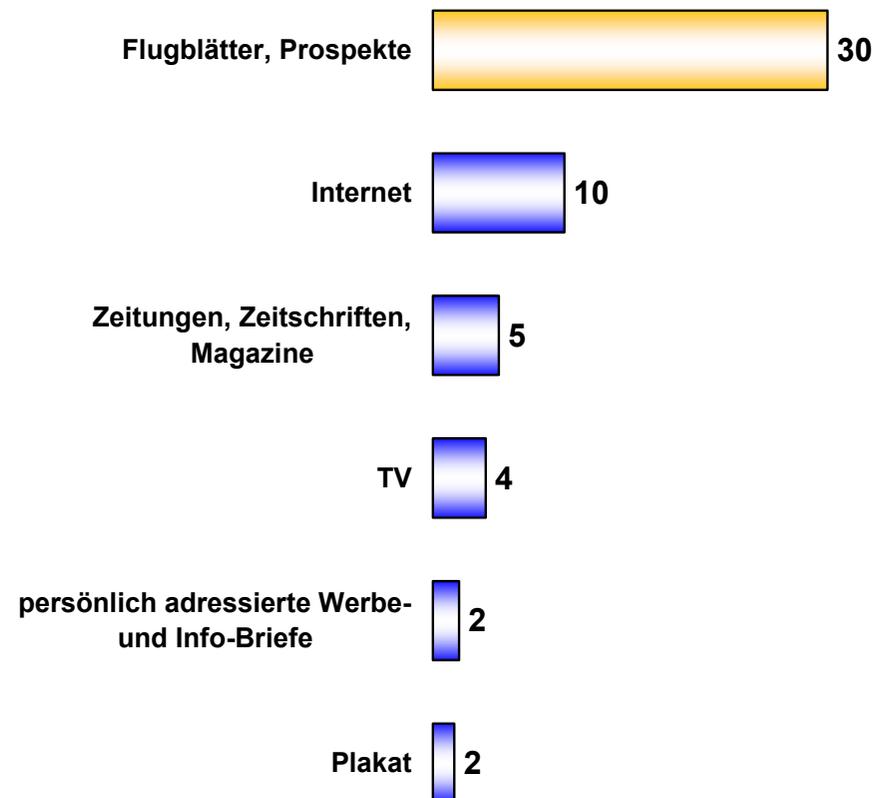
Welche Medien halten Sie persönlich für am ehesten
kaufanregend?

Basis: haben in den letzten 6 Monaten ... gekauft,

n=xxx

Angaben in %

Kaufanregende Medien



Ergebnisse

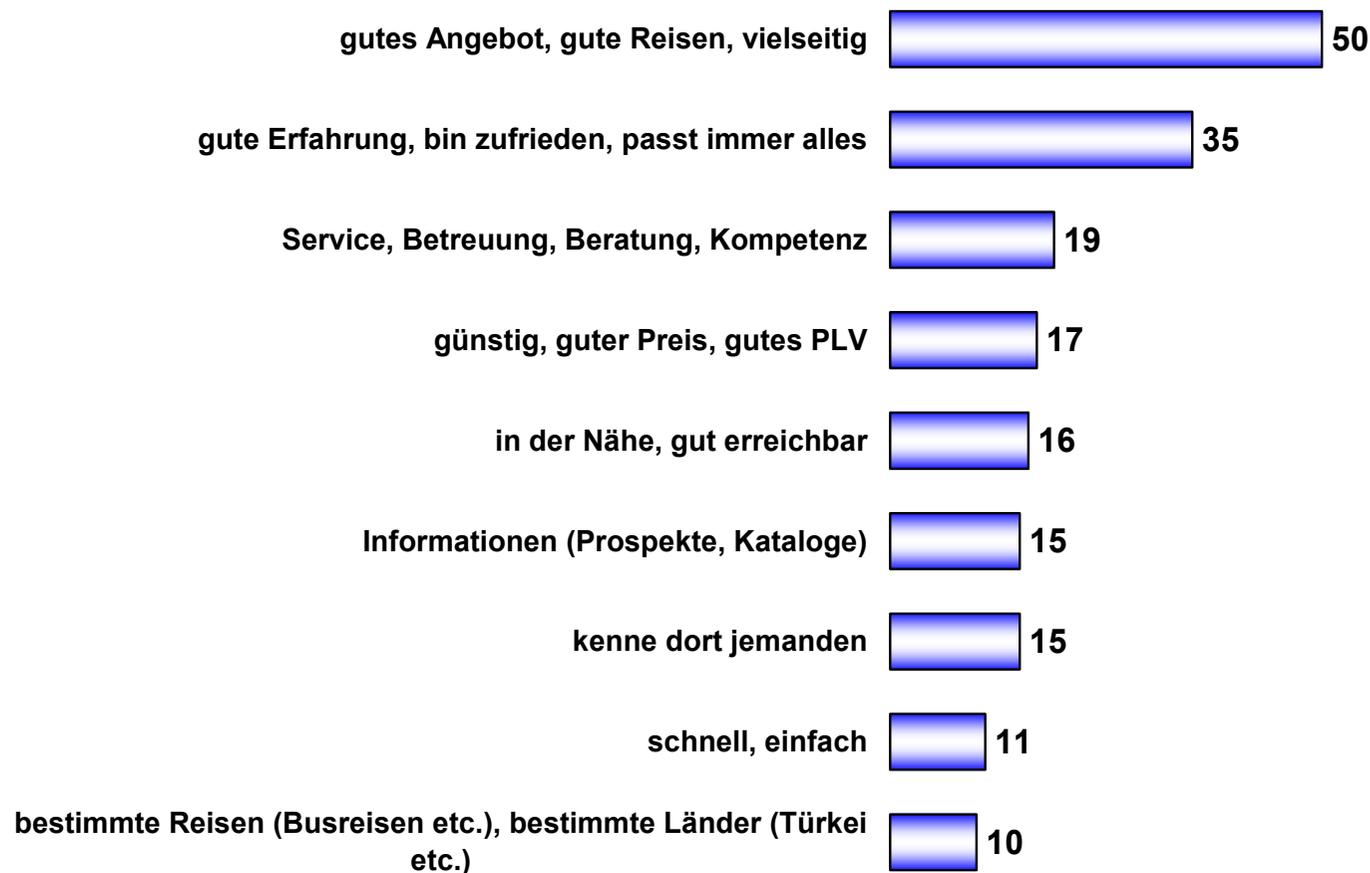
Frage 9c:

Warum ist Ihnen ... bei einem Einkauf
am liebsten, welche Gründe sprechen für ...?

Basis: Kaufen am liebsten bei ..., n=xx

Angaben in %

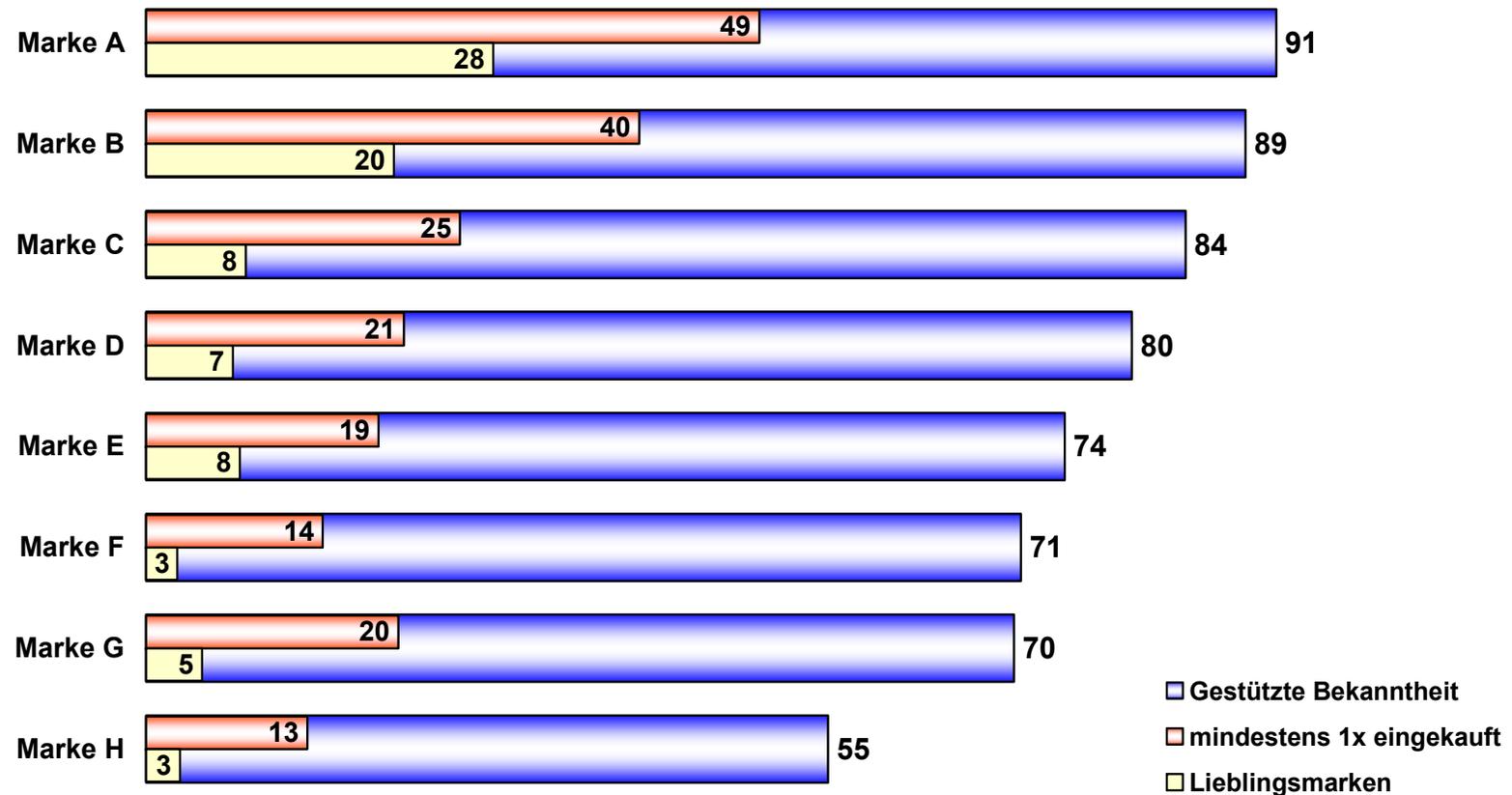
Gründe, die für einen Einkauf bei Marke G sprechen



Ergebnisse

Frage 3: Welche der folgenden Unternehmen aus dem Bereich ... kennen Sie zumindest dem Namen nach?
Frage 9a: Bei welchen Marken haben Sie bereits einmal eingekauft?
Frage 9b: Wo kaufen Sie am liebsten ...?
Basis: Total, n=1000
Angaben in %

Bekanntheit, Käuferreichweite, Lieblingsmarke pro Branche



Ergebnisse

Frage 10

Sagen Sie mir bitte, wie sehr die jeweilige
Ausage auf ...zutrifft.

1 "trifft absolut zu" 5 "trifft überhaupt nicht zu"

Basis: Marke wurde ausgewählt

Angaben in Mittelwerten

Eigenschaftsprofil Marke B



Ergebnisse

Frage 10

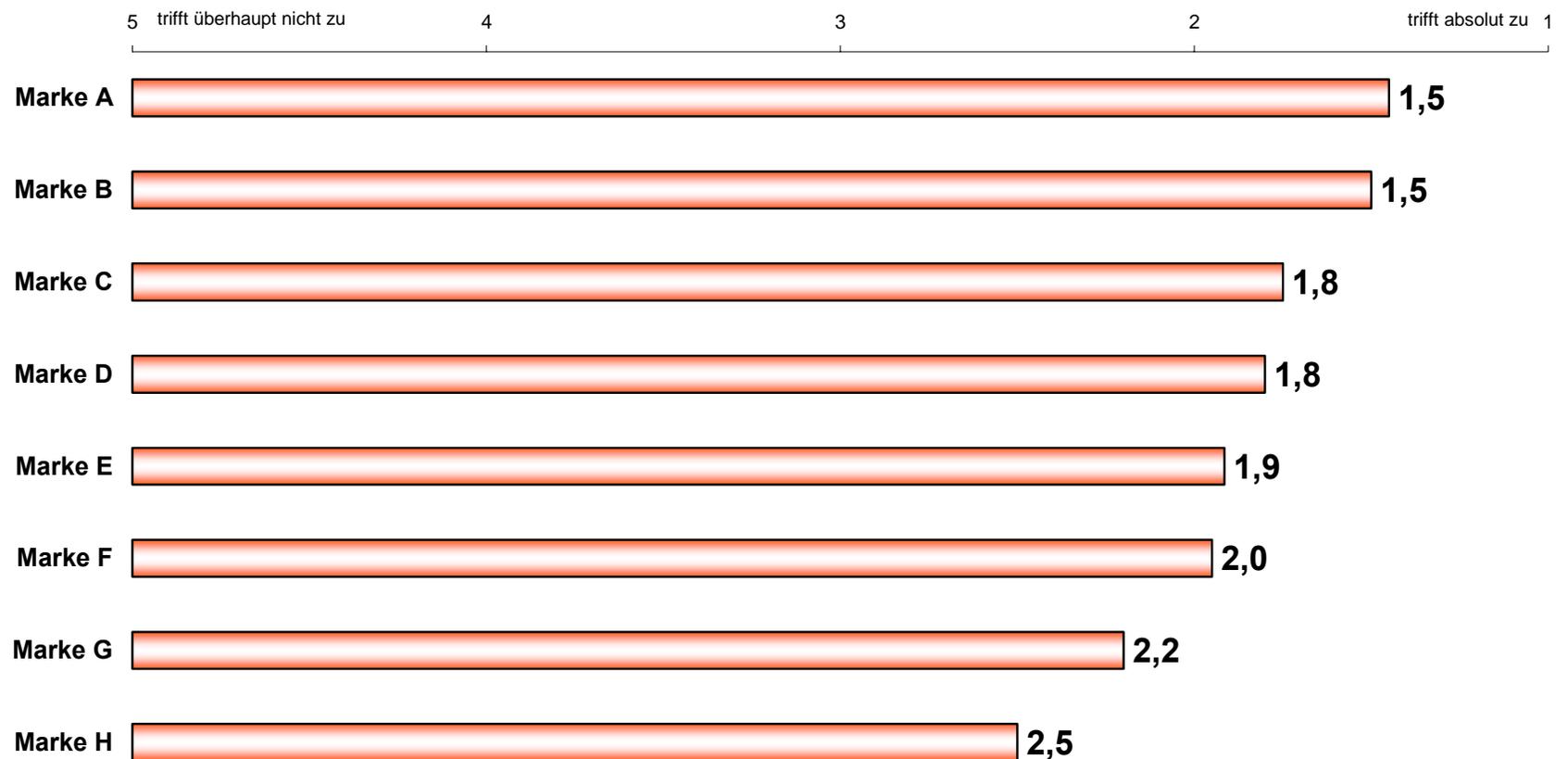
Sagen Sie mir bitte, wie sehr die Aussage "eine sympathische Marke" zutrifft.

1 "trifft absolut zu" 5 "trifft überhaupt nicht zu"

Basis: Marke wurde ausgewählt

Angaben in Mittelwerten

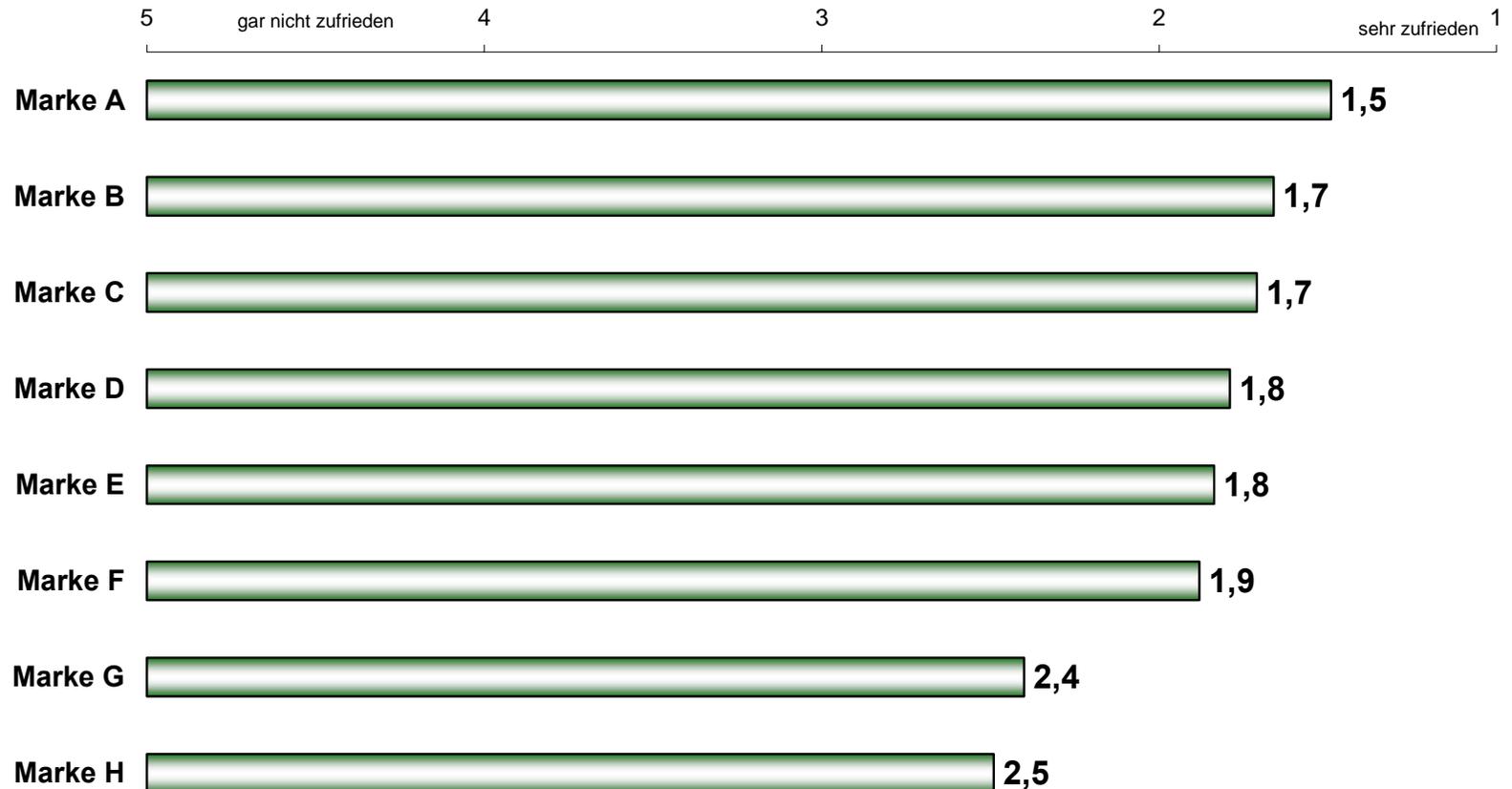
Eigenschaftsprofil Markenvergleich "eine sympathische Marke"



Ergebnisse

Frage 11a
Wie zufrieden waren Sie mit Ihrem Einkauf bei ...
?
Basis: Marke ausgewählt
Angaben in Mittelwerten

Zufriedenheitsprofil Markenvergleich



Ergebnisse

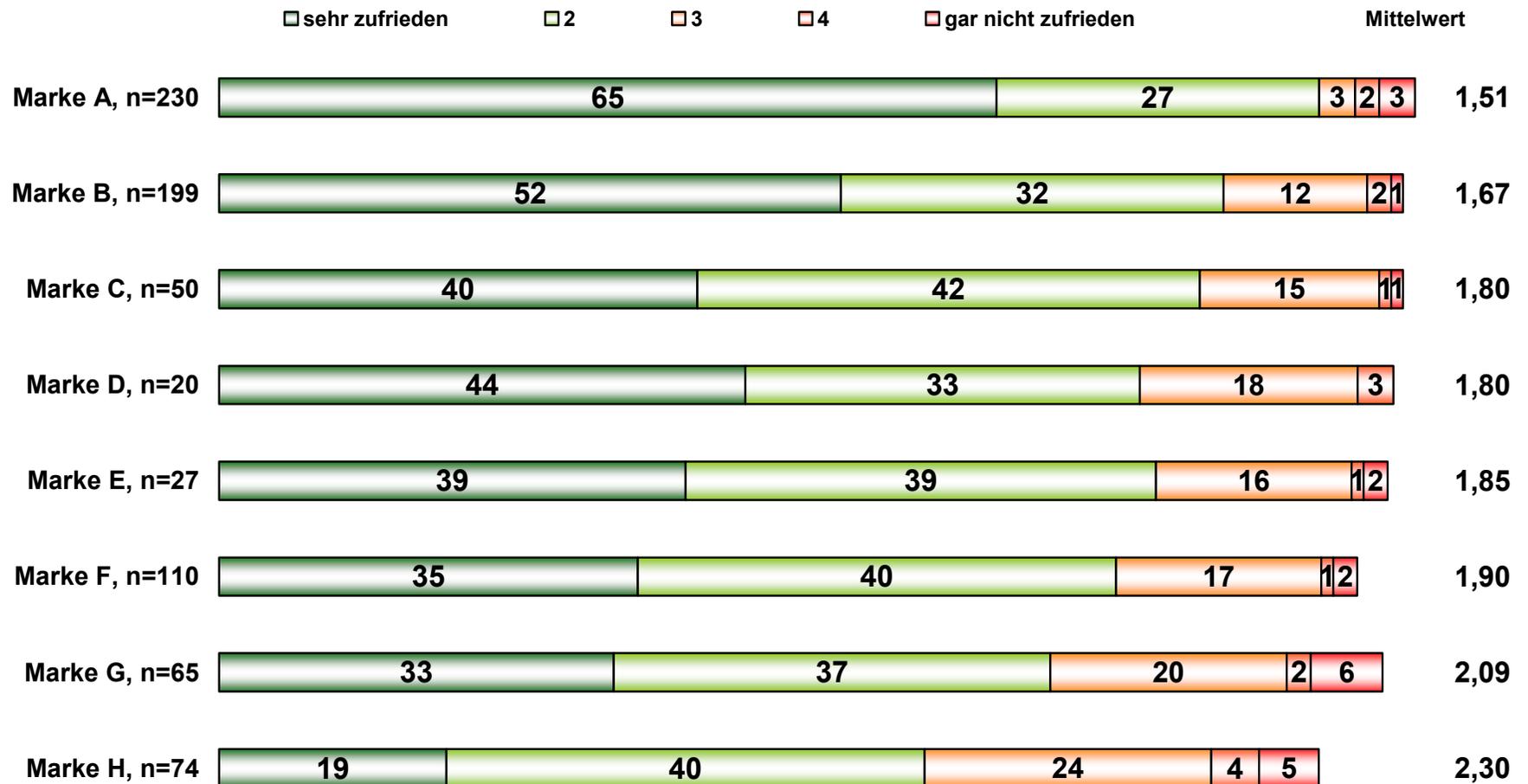
Frage 11a

Wie zufrieden waren Sie mit Ihrem Einkauf bei ... ?

Basis: Marke wurde ausgewählt

Angaben in %

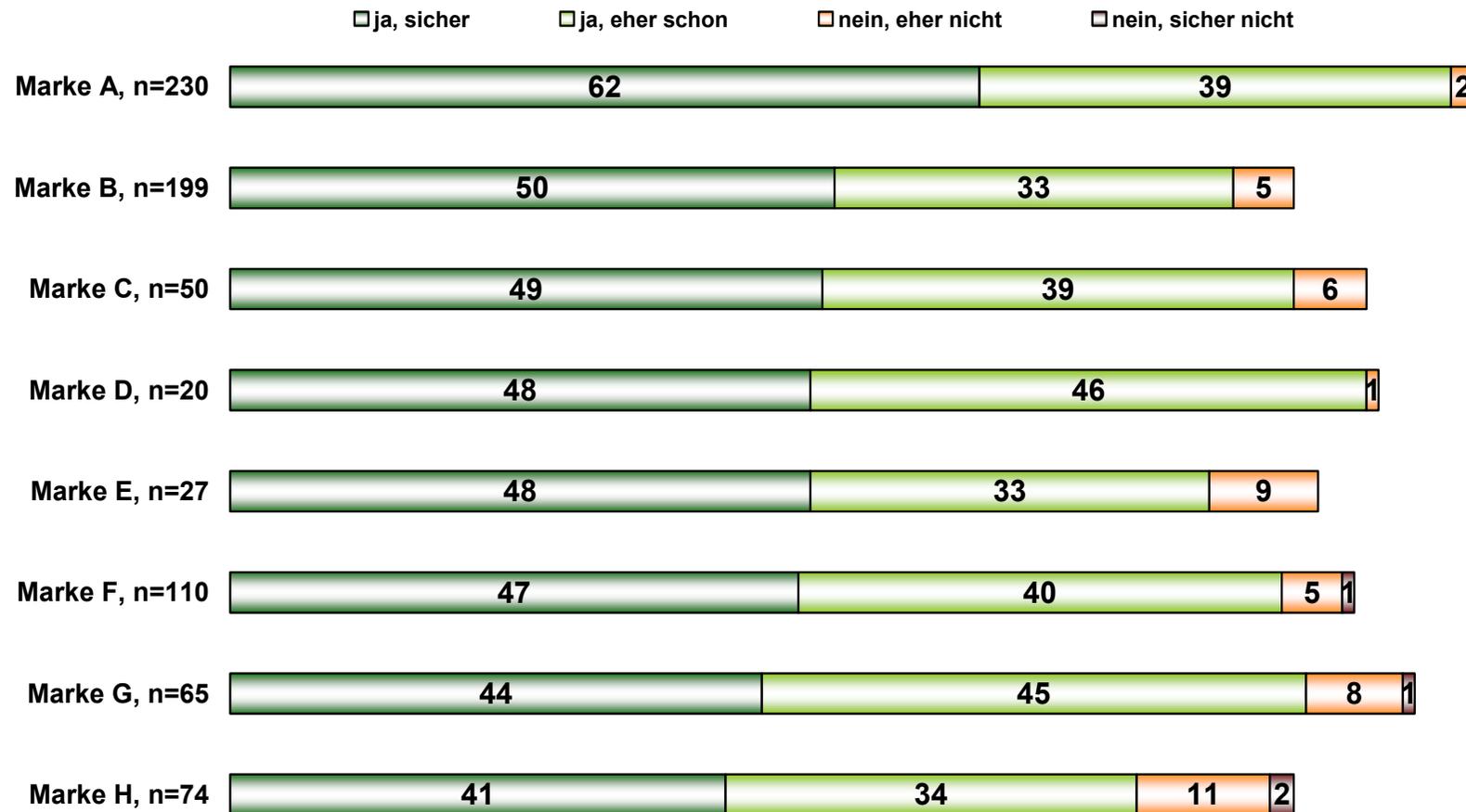
Einkaufszufriedenheit



Ergebnisse

Frage 11b
Würden Sie dieses Geschäft für einen
Einkauf im Bereich ... an Freunde,
Verwandte, Kollegen weiterempfehlen?
Basis: Marke wurde ausgewählt
Angaben in %

Weiterempfehlung



Ergebnisse

Frage 7
Haben Sie in den letzten 6 Monaten ... Online/im
Internet eingekauft/ bestellt?
Basis: Total
Angaben in %

Urlaub/Reisen online gebucht



Frage 8.1a, Basis: Online gebucht
**Auf welcher Homepage, bei
welchem Anbieter?**

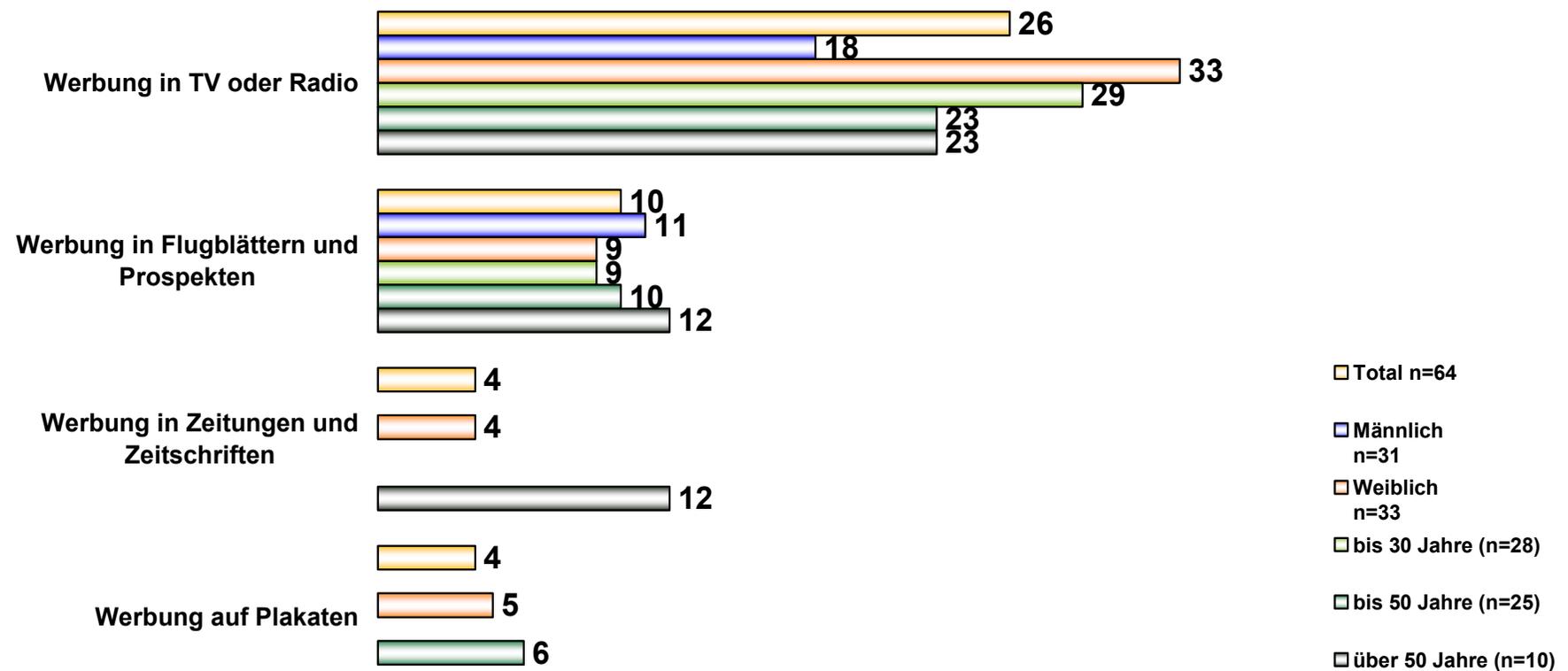
Anbieter 1	20%
Anbieter 2	15%
Anbieter 3	5%
Anbieter 4	3%
Anbieter 5	je 2%
Anbieter 6	
Anbieter 7	
Anbieter 8	
Anbieter 9	
Anbieter 10	
vor Ort/regionaler Anbieter	30%

Angaben in absoluten Zahlen

Ergebnisse

Frage 8aa
Wodurch sind Sie auf diese Homepage/s
aufmerksam geworden?
Basis: Haben ... online eingekauft
Angaben in %

Auf Homepage aufmerksam geworden, durch ...



Ergebnisse

Frage 8b:
Erhalten Sie Newsletter von Anbietern aus dem
Bereich Reisen/Urlaub?
Basis: Total, n=1000
Angaben in %

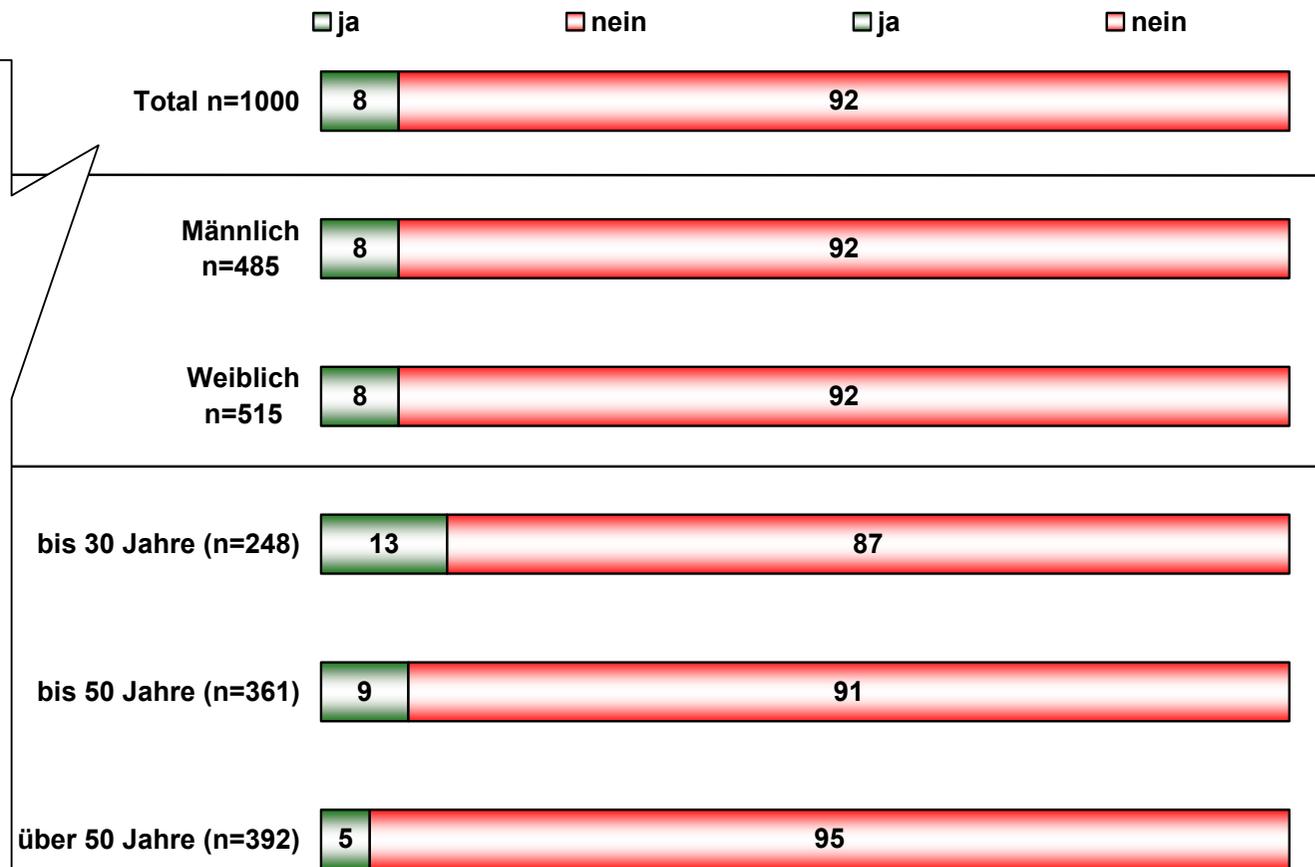
REISEN

Erhalten Sie Newsletter von Anbietern aus dem Bereich Reisen/Urlaub?

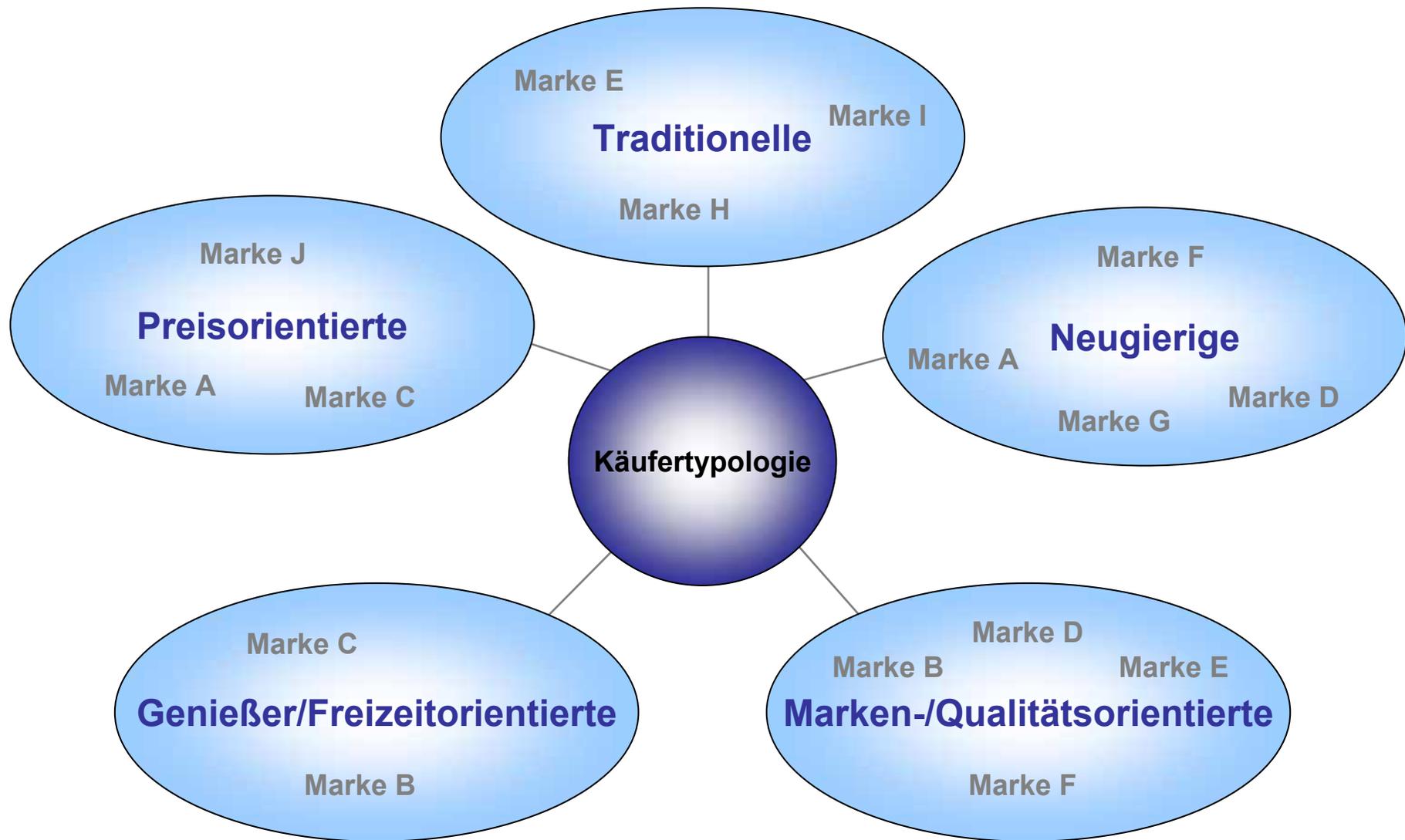
Frage 8.b, Basis: Erhalten Newsletter
Von welchen Anbietern?

Anbieter 1	20%
Anbieter 2	17%
Anbieter 3	11%
Anbieter 4	8%
Anbieter 5	4%
Anbieter 6	4%
Anbieter 7	3%
Anbieter 8	je 2%
Anbieter 9	
Anbieter 10	je 1%
Anbieter 11	
vor Ort /regionaler Anbieter	27%

Angaben in absoluten Zahlen



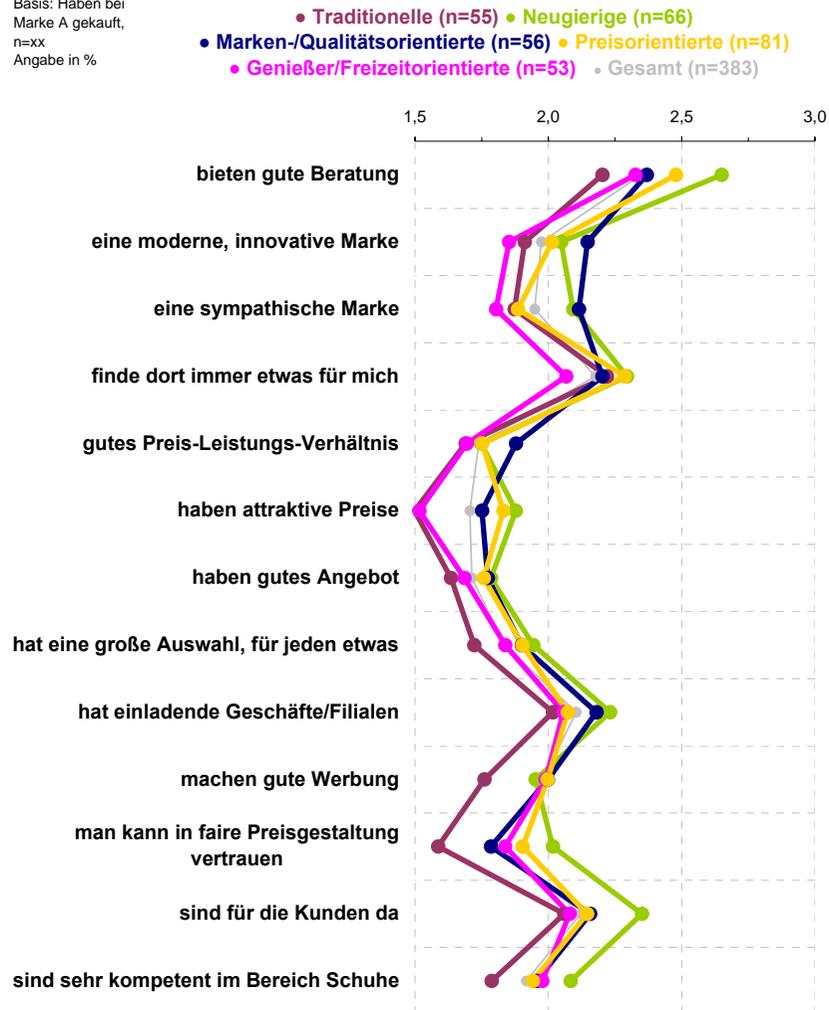
Beispiel Käufertypologie



Beispiel Käufertypologie

Eigenschaftsprofil
Marke A
nach psychologischen Zielgruppen

Frage 10
Basis: Haben bei
Marke A gekauft,
n=xx
Angabe in %



Ihre Vorteile

- ✓ Der Branchenmonitor wird in einer Kooperation des Österreichischen Gallup-Instituts mit der Post AG durchgeführt. Daher erhalten Sie die Ergebnisse des Branchenmonitors zu einem besonders attraktiven Preis.
- ✓ Pro Erhebungswelle besteht die Möglichkeit Ihre individuellen Fragen einzuschalten (die Sie exklusiv erhalten).
- ✓ Der Gallup Branchenmonitor wird als telefonische Befragung durchgeführt (CATI) und erreicht damit auch jene Teile der Bevölkerung, die über keinen Internetanschluss verfügen oder nur seltene Internetnutzer sind.

Nehmen Sie jetzt mit uns Kontakt auf: office@gallup.at

Eine Kooperation mit der  **Post**

Weitere Branchen

Lebensmitteleinhandel

Baumärkte

Möbel

Textil

Schuhe

Bücher/Papier/Büro

E-Commerce

Drogeriefachhandel

Elektro

Sport

Auto

Telekom

Ihr Team für den Branchenmonitor



Günter Haunlieb

Senior Studienleiter

Akademischer Markt- und Meinungsforscher

Lektor Werbepsychologie Werbeakademie/WIFI Wien

Schwerpunkt Kundenzufriedenheit

Seit 20 Jahren in der Marktforschung

Email: g.haunlieb@gallup.at, Tel. +43 (0)1/470 47 24-17



Mag. Matthias Pázmándy

Studienleiter

Email: m.pazmandy@gallup.at, Tel. +43 (0)1/470 47 24-37

Das Österreichische Gallup Institut



Geschäftsführung:

Mag. Georg Wiedenhofer

21 Jahre internationaler Konzernmarketingleiter

Marktforschungserfahrung und Handelspraxis in Österreich und CEE

5 Jahre AC Nielsen mit Schwerpunkt Retail-Betreuung

Präsident des Marketingclub Österreich

Email: g.wiedenhofer@gallup.at, Tel. +43 (0)1/470 47 24-13

- 1949 als erstes Meinungs- und Marktforschungsinstitut in Österreich gegründet, gehört Gallup zu den führenden Meinungs- und Marktforschungs-Instituten in Österreich
- derzeit 40 festangestellte Mitarbeiter
- österreichweites Interviewernetz mit 400 freiberuflichen, gut ausgebildeten Mitarbeitern
- Tochterfirmen bzw. Beteiligungen in **5 Ländern**:
 - Psyma Ungarn-Budapest, Mareco Polen-Warschau, Mareco Tschechien-Prag, Psymareco Slovakia-Bratislava, Mareco Index Bosnien-Sarajevo
- Mitglied von **Gallup International**/WIN (Worldwide Independent Network)
 - Partnerinstitute in 80 Ländern der Welt

Anastasius Grün-Gasse 32, 1180 Wien

Tel.: +43 (0)1/470 47 24, Fax: +43 (0)1/470 47 24-45

office@gallup.at, www.gallup.at