

Umfrage: Längere Stornierungsfristen sind Top 1 bei touristischen Veranstaltern

Bei touristischen Veranstaltern für Individual- und Gruppenreisen stehen längere Stornierungsfristen und Hygiene- und Sicherheitsmaßnahmen derzeit bei der Hotelwahl hoch im Kurs. Zudem rechnen 40 Prozent der Veranstaltungspartner damit, dass sie ab sofort wieder touristische Reisen durchführen können und für rund zwei Drittel der touristischen Veranstalter sind Preiserhöhungen in der Hotellerie nachvollziehbar – dies sind einige der Ergebnisse einer neuen Online-Kundenumfrage, die die BWH Hotel Group Central Europe im Juni 2020 bei ihren B2B-Partnern im Bereich Leisure, Gruppen- wie auch Individualreiseveranstalter durchgeführt hat, um besser auf die Veränderungen des Leisure-Geschäfts in Folge der Corona-Krise reagieren zu können.

Eschborn, 13. Juli 2020. Nachdem die BWH Hotel Group Central Europe GmbH bereits im Mai eine Umfrage zum künftigen Geschäftsreise- und MICE-Markt mit überraschenden Ergebnissen durchgeführt hat, wurde im Juni nun auch eine Online-Kundenumfrage für den Bereich Leisure bei den B2B-Partnern der Hotelgruppe gemacht. Die Ergebnisse der aktuellen Umfrage der BWH Hotel Group Central Europe, zu der rund 300 individuell geführte Hotels in zehn Ländern gehören, dienen dazu, das künftige Veranstaltergeschäft und den touristischen Gruppenreisemarkt besser einschätzen zu können. Da die Corona-Krise das touristische Reisen zwischenzeitlich komplett lahm gelegt hatte, ging es in der aktuellen Online-Umfrage der Hotelgruppe unter anderem um die Fragestellungen, wann mit einer Rückkehr von touristischen Reisen zu rechnen ist, welche Kriterien bei der Hotelauswahl im Fokus stehen werden und wie preissensibel touristische B2B-Unternehmen bei Hotelbuchungen sein werden. „Nachdem das touristische Reisen über drei Monate komplett zusammengebrochen war, hilft uns die Umfrage dabei, den touristischen Veranstaltermarkt und die derzeitigen Bedürfnisse unserer Leisure-Partner besser zu verstehen und neue Vermarktungsmaßnahmen während und nach der Corona-Pandemie zu ergreifen. Es gilt in allen Bereichen, das Kundenvertrauen ins Reisen wieder zurückzugewinnen und veränderten Anforderungen und Wünschen der Reisenden mit entsprechenden Maßnahmen und Angeboten gerecht zu werden. Wir bewerten es als überaus positiv und partnerschaftlich, dass wie unsere Firmenkunden, auch unsere Partner im touristischen Vertrieb Verständnis für die derzeitige Lage der Hotellerie zeigen und gerechtfertigte Preissteigerungen auch in diesem Segment auf Verständnis stoßen“, sagt Marina Christensen, Head of Sales der BWH Hotel Group Central Europe GmbH. Serhat Götz, Direktor Leisure Sales, der das touristische Gruppen- und Individual-Segment der Hotelgruppe verantwortet, ergänzt: „Die Ergebnisse der Umfrage korrespondieren mit unserem Weg, insbesondere dem Wunsch unserer Partner nach Flexibilität gerecht zu werden und unseren touristischen Partnerunternehmen längere Stornierungsfristen und flexible Rahmenbedingungen anbieten zu können. Außerdem können wir das gestiegene Informations- und Sicherheitsbedürfnis der touristischen Kunden bedienen, durch beispielsweise konkrete und detaillierte Aussagen zu den jeweiligen Sicherheits- und Hygienemaßnahmen jedes einzelnen Hotels an jedem Standort direkt auf unseren Webseiten.“

Längere Stornierungsfristen und Sicherheitsmaßnahmen gewünscht

Bei den Kriterien der Hotelwahl zeigt sich in der Umfrage ein eindeutiges Bild: 92 Prozent der befragten Leisure-Veranstalter stimmen darin überein, dass längere Stornierungsfristen derzeit bei der Hotelwahl besonders wichtig sind und rund 72 Prozent bewerten zusätzliche Hygiene- und Sicherheitsmaßnahmen der Hotels als besonders wichtige Faktoren. 41,3 Prozent gaben in der Umfrage an, dass zusätzliche Rahmenprogramme bei der Hotelwahl wichtig sind.

Restart: Wann geht das Urlaubsveranstaltergeschäft wieder los?

Befragt danach, wann die Gruppen- und Individualreiseveranstalter damit rechnen, wieder touristische Reisen durchführen zu können, sagen derzeit 39,4 Prozent der befragten Unternehmen, dass dies ab sofort möglich ist, 26,3 Prozent rechnen damit ab dem dritten Quartal des laufenden Jahres und rund 16 Prozent der Veranstalter gehen davon aus, dass sie erst wieder ab Anfang 2021 touristische Reisen durchführen werden.

Preiserhöhung wegen zusätzlicher Sicherheitsmaßnahmen nachvollziehbar

Zu den bemerkenswerten Erkenntnissen aus der Umfrage gehört unter anderem auch, dass – wie bereits bei den Ergebnissen einer Umfrage im Mai bei Firmenkunden – auch rund zwei Drittel der touristischen Vertriebspartner bei Preissteigerungen Verständnis zeigen: 63,4 Prozent der befragten touristischen Partnerunternehmen sind laut der Umfrage bei gestiegenen Sicherheits- und Hygienemaßnahmen im Hotel mit einer Preissteigerung einverstanden. Davon sind 45,1 Prozent der Unternehmen bereit, einen höheren Preis von 2 bis 5 Prozent zu zahlen, 18,3 Prozent der Firmen würden sogar eine Preissteigerung von 5 bis 10 Prozent akzeptieren. Für nur 36,6 Prozent der Veranstalter rechtfertigen höhere Hygienemaßnahmen im Hotel keine Preissteigerung.

Welche Themenreisen sind gefragt?

In der aktuellen Umfrage wurde zudem abgefragt, welche Themenreisen in der aktuellen Situation relevant sind. Dabei zeigt sich ein ausgewogenes Bild zwischen Städtereisen und Landhotellerie, die jeweils mit 69,4 Prozent als relevant eingestuft wurden. An zweiter Stelle steht das Thema Aktivurlaub (Fahrrad, Wandern etc.), das von 58,3 Prozent der Veranstalter als wichtig eingeschätzt wird. Unverändert bleibt auch das Thema Weihnachts- und Silvesterreisen mit 51,4 Prozent ein nachgefragtes ReisetHEMA bei den Veranstaltern.

Busreisen & Co: Welche Gruppengrößen werden kommen?

Die Corona-Krise hat insbesondere auch Auswirkungen auf die Anzahl von Teilnehmern bei Reisen und Gruppengrößen, da dies nach wie vor einer der heikelsten Faktoren bei Reisen ist. So wurden ausschließlich die Gruppenreiseveranstalter danach befragt, ob künftige Reisen mit weniger Teilnehmern stattfinden werden und welche Gruppengrößen realisierbar sind. Die Mehrheit der befragten Gruppenreiseveranstalter, 41,7 Prozent, geht davon aus, Reisen mit 20 bis 25 Personen durchzuführen. Jeweils rund ein Drittel der Befragten plant Reisen mit 15 bis 20 Personen sowie 25 bis 30 Personen. Nur 6,7 Prozent gehen davon aus, dass künftige Gruppenreisen 40 bis 45 Teilnehmer haben werden.

Folgende Pressebilder stehen für Sie zum Download zur Verfügung:

Weiteres Bildmaterial steht zum Download bereit unter:

www.bestwestern.de/Bildmaterial

Über BWH Hotel Group:

Die BWH Hotel Group ist eine internationale Hotelgruppe mit Hauptsitz in Phoenix/Arizona und das Markendach für die drei weltweiten Markenfamilien Best Western Hotels & Resorts, WorldHotels Collection und SureStay Hotel Group mit einem globalen Netzwerk von rund 4.700 unabhängigen Hotels in rund 100

Ländern weltweit.* Insgesamt gehören zur Markenfamilie BWH Hotel Group weltweit 18 Hotelmarken, die die Anforderungen und Bedürfnisse von Hotelentwicklern und Gästen in aller Welt erfüllen: Best Western, Best Western Plus, Best Western Premier, Executive Residency by Best Western, Vib, GLo, Aiden, Sadie, BW Premier Collection und BW Signature Collection sowie WorldHotels Luxury, WorldHotels Elite, WorldHotels Distinctive und WorldHotels Crafted. Zudem ergänzen die Marken Sure Hotel, Sure Hotel Plus, Sure Hotel Collection und Sure Hotel Studio das Portfolio der Gruppe.** Diese Marken-Diversität bietet Hotelbetreibern, Entwicklern und Investoren die Möglichkeit, das passende Markenkonzept aus dem Markenangebot von drei eigenständigen Markenfamilien auszuwählen. Gleichzeitig erleichtert das breitgefächerte Portfolio dem Reisenden die Hotelauswahl. Alle Hotels unter dem Dach der BWH Hotel Group weltweit sind unternehmerisch unabhängig und individuell geführt. Die BWH Hotel Group bietet Hoteliers weltweit operative Dienstleistungen sowie Vertriebs- und Marketing-Unterstützung sowie mehrfach ausgezeichnete und preisgekrönte Online- und mobile Buchungsmöglichkeiten und die Kundenbindungsprogramme Best Western Rewards und WorldHotels Rewards.

Die BWH Hotel Group Central Europe GmbH, vormals Best Western Hotels Central Europe GmbH, mit Sitz in Eschborn betreut insgesamt rund 300 Hotels in den zehn Ländern Deutschland, Kroatien, Liechtenstein, Luxemburg, Österreich, Slowakei, Slowenien, Schweiz, Tschechien und Ungarn unter dem gemeinsamen Unternehmensdach. Neben dem deutschen Hauptsitz in Eschborn gibt es ein regionales Länderbüro in Wien, Österreich. Alle Tagungs-, Stadt- und Ferienhotels der Gruppe und der verschiedenen Marken garantieren weltweit einheitliche Qualitätsstandards und behalten gleichzeitig ihren individuellen Stil und ihre Eigenständigkeit.

Als Dienstleistungspartner von Hotels verfolgt die BWH Hotel Group das Ziel, den wirtschaftlichen Erfolg und die Wettbewerbsfähigkeit der Partnerhotels zu steigern. Über den Markenanschluss profitieren die einzelnen Hotels von den umfassenden Marketing- und Verkaufsaktivitäten für alle relevanten Marktsegmente und Zielgruppen. Für alle Marktsegmente werden modernste Vertriebs- und Kommunikationswege bereitgestellt. Alle Hotels sind über elektronische Distributionssysteme in den weltweiten Reservierungssystemen sowie im Internet und Partner optimal präsentiert und buchbar. Außerdem profitieren Hotels von dem stetigen Ausbau der eigenen Vertriebskanäle und der Social Media Aktivitäten, strategischem Revenue Management, eigenen Reservierungszentralen, Qualitätsberatung und einem umfassenden Schulungsangebot. Die Loyalitätsprogramme für Vielreisende, Best Western Rewards und WorldHotels Rewards, mit weltweit mehr als 40 Millionen Mitgliedern, gehören zu den größten Kundenbindungsprogrammen der Reisebranche. Weitere Informationen: www.bwhhotelgroup.de und www.bestwestern.de

* Die Zahlen sind Schätzwerte, die schwanken können und Hotels beinhalten, die sich derzeit in der Entwicklungspipeline befinden.

**Alle Hotels der Marken Best Western, WorldHotels und Sure Hotels sind privat geführt und werden unabhängig betrieben. Außerhalb von Europa werden die Hotels der Marken Sure Hotels mit dem Namen SureStay geführt.

Weitere Informationen und Pressekontakt:

BWH Hotel Group Central Europe GmbH

Deutschland | Kroatien | Liechtenstein | Luxemburg | Österreich | Slowakei | Slowenien | Schweiz | Tschechien | Ungarn

Anke Cimbal, Head of Corporate Communications

Frankfurter Straße 10-14, 65760 Eschborn, Deutschland

Tel. +49 (61 96) 47 24 -301, Fax +49 (61 96) 47 24 129

E-Mail: presse@bwhhotelgroup.de

Internet: www.bwhhotelgroup.de www.bestwestern.de/presse