

## Schweizer Tourismus im Mitmach-Internet - was wird bereits gemacht?



IFITT Switzerland  
Zürich, 3. September 2008

Forum "Web 2.0 - das Mitmach-Internet!  
Chancen und Risiken für die  
Tourismusbranche"

Roland Schegg, Miriam Scaglione, Raphael  
Favre & Nicolas Délétroz (HES-SO Valais  
Wallis)

## Inhalt

- Einführung
- Die Nutzung des Web 2.0 durch touristische Unternehmen in der Schweiz
- Kundenbewertungen von Hotels: Fallbeispiel Saas-Fee
- Schlussfolgerungen

## Web 2.0 im Tourismus



Hotel Le Terminus \*\*\*\*

---

[Zurück zur Übersicht](#)
[Dieses Hotel bewerten](#)

[Erweiterte Suche](#)

---

Aktuelle Hotelbewertungen:	2*	Weiterempfehlungsrate:	50 %
Bewertungsdurchschnitt:	5	Hotellkategorie:	4 Sterne

Hotel:	6	Zimmer:	5.3
Service:	4	Lage:	6
Gastronomie:	4.9	Sport:	-

6 Sonnen = sehr gut ... 1 Sonne = ungenügend  
\* 1 ältere Hotelbewertungen befinden sich im [Archiv](#).

## Projekt Travel 2.0

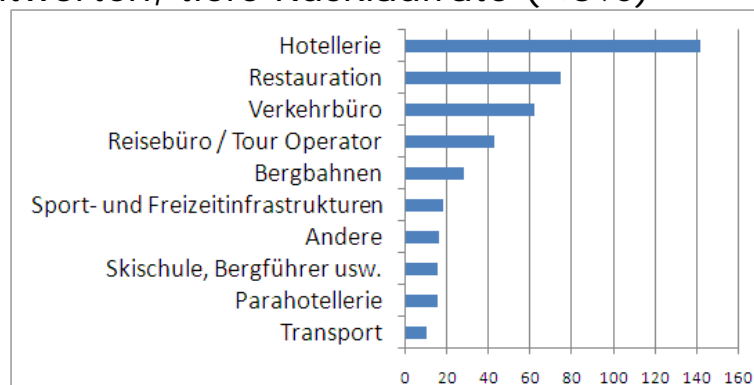
- Ziel des Projektes ist es, den Einfluss der neuen sozialen Medien auf die **Verhaltensweise der Käufer** von Tourismusprodukten sowie die **Herausforderungen und Chancen für die Tourismusunternehmen** zu ermitteln.

## Travel 2.0 Projektpartner

- HES-SO Wallis, Institut Wirtschaft & Tourismus
- Ecole hôtelière de Lausanne (EHL)
- HEG Genève, Laboratoire des Technologies de l'Information (LTI)
- *Association hôtelière valaisanne (AHV)*
- *MediaPulse, Bern*
- *Wallis Tourismus*

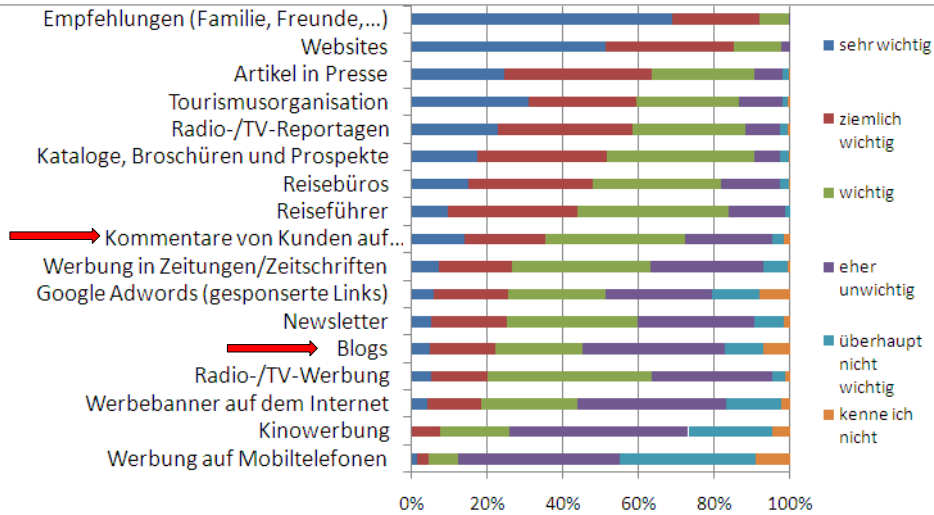
## Umfrage zu Travel 2.0 im Schweizer Tourismus

- Online Umfrage (Mai 2008)
- 324 Antworten, tiefe Rücklauftrate (<5%)



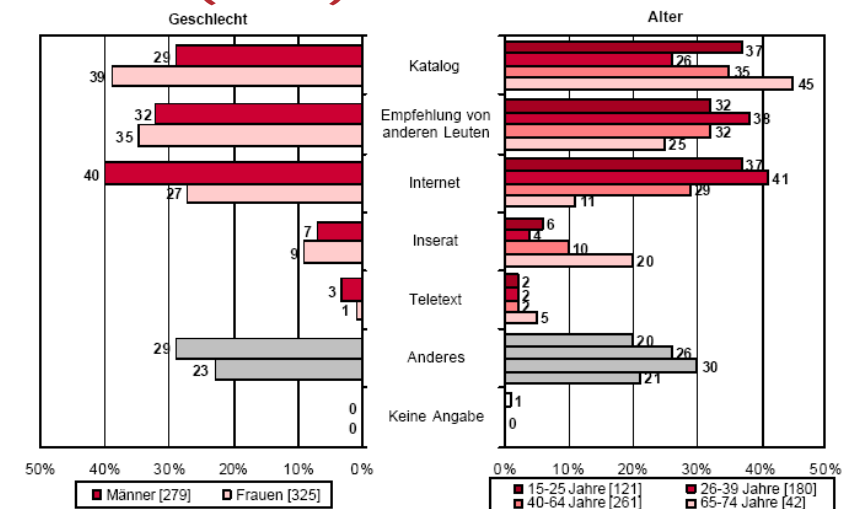
## Wichtige Infokanäle für Kunden aus Sicht der LT

Institut Economie & Tourisme



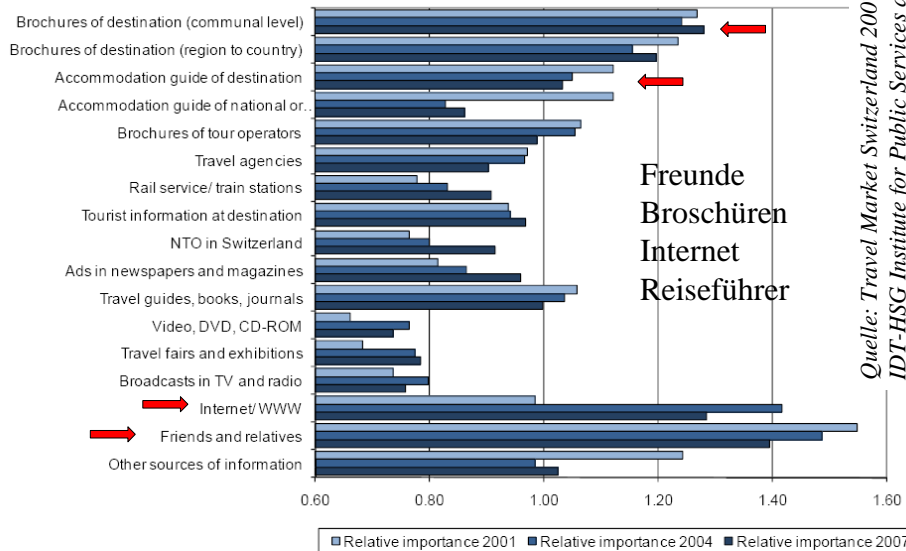
## Wichtige Infokanäle für Kunden (2006)

Institut Economie & Tourisme

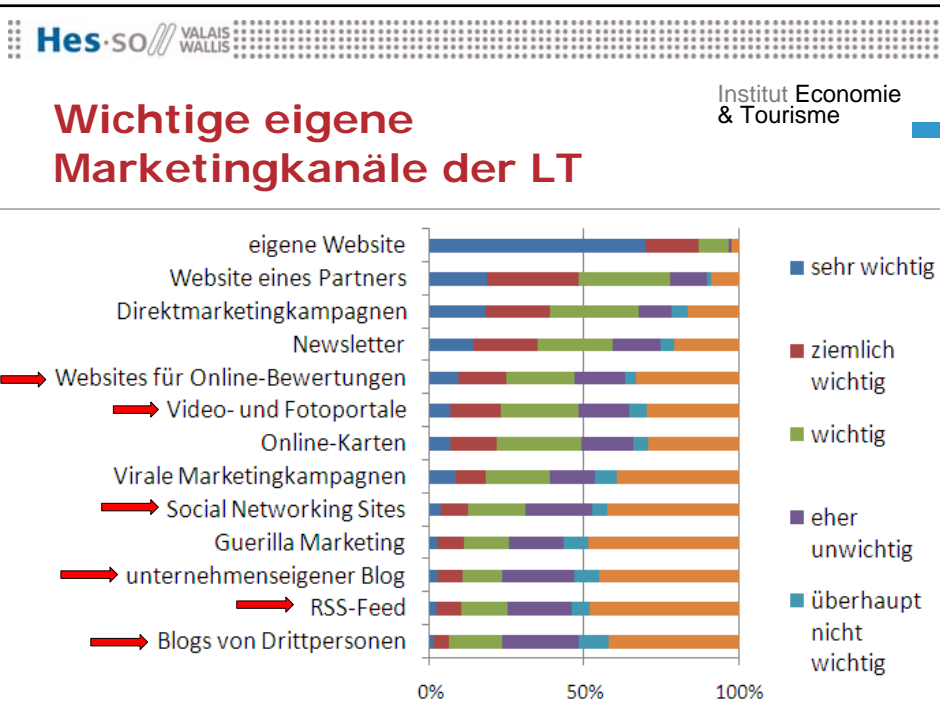


Basis: [] befragte Personen

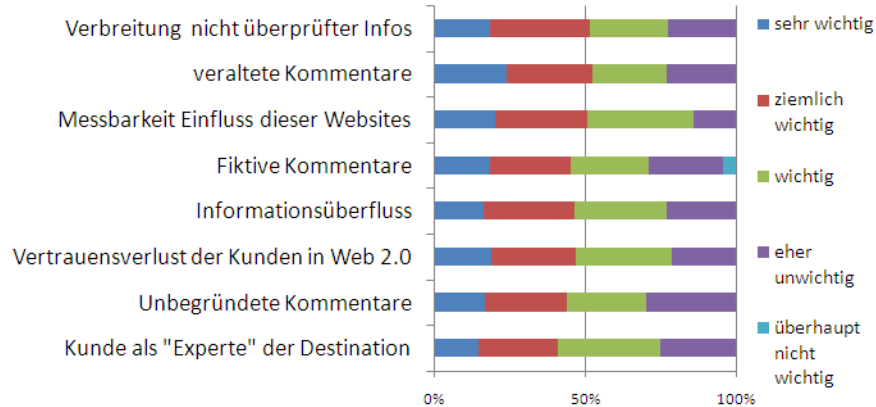
## Wichtige Infokanäle für Kunden (2007)



Note: The values indicate the individual relative magnitude per item in relation to the overall mean of all items. The original scales consisted of four points, ranging from 1 (not important at all) to 4 (very important).

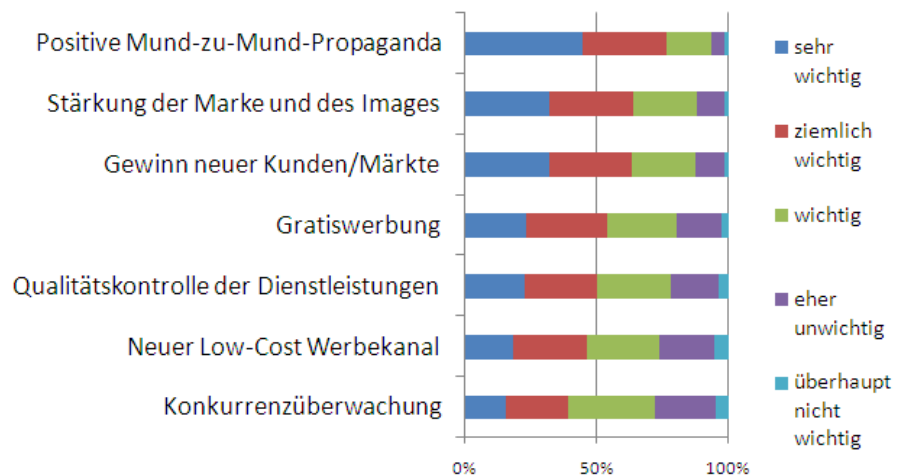


## Gefahren und Risiken von Kundenbewertungsportalen

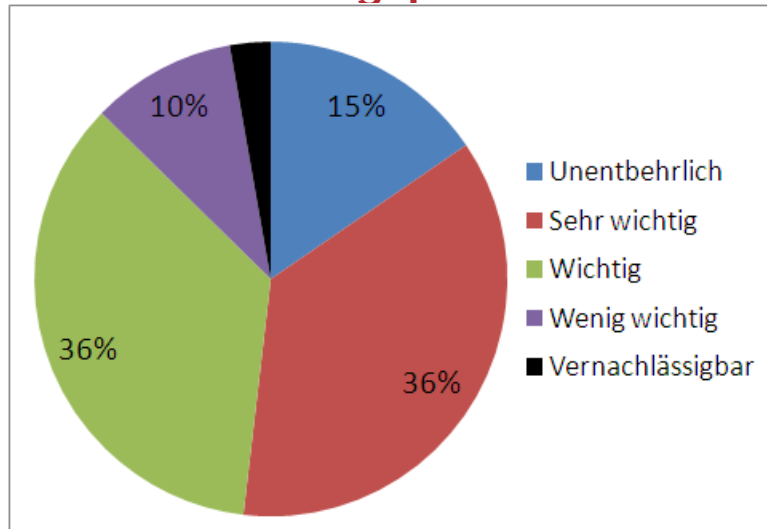


Alle Punkte als Gefahr wahrgenommen.

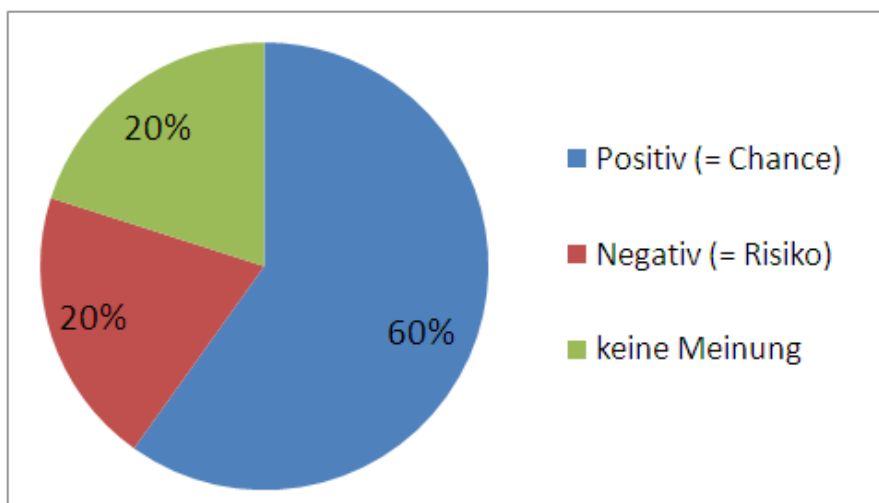
## Chancen von Kundenbewertungsportalen



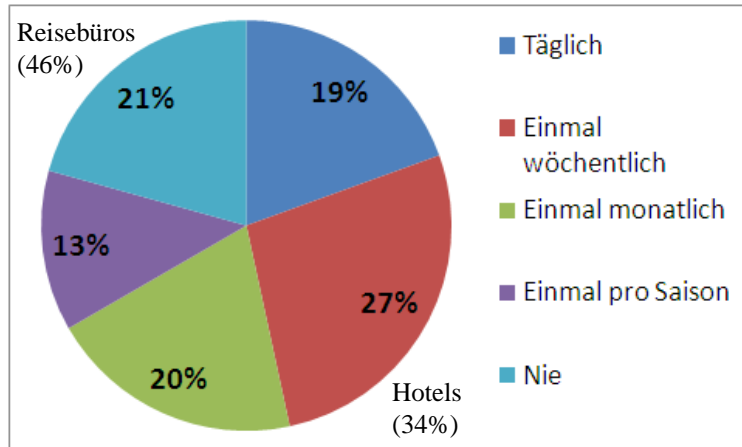
## Hohe Bedeutung von Kundenbewertungsportalen



## Zunahme Kundenbewertungs-Portale als Chance

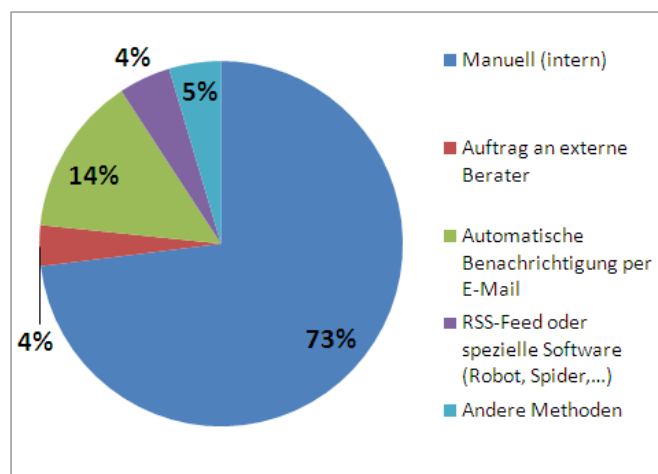


## Wie oft überprüfen Sie die Online-Kommentare



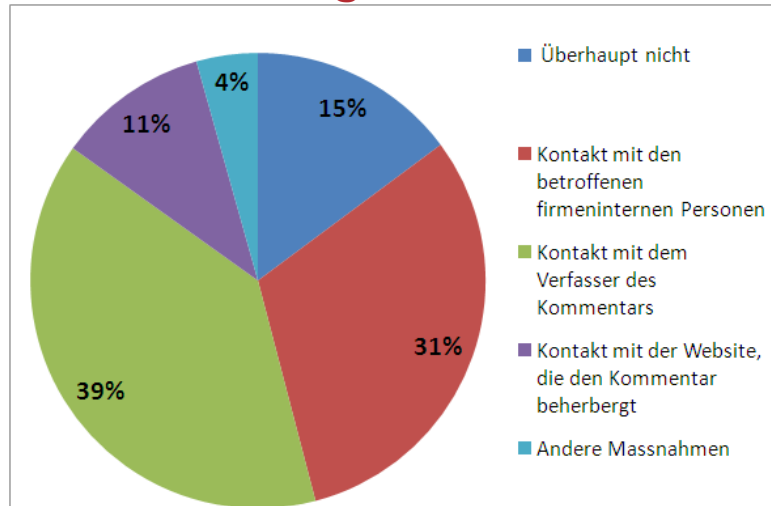
Fast jede zweite Unternehmung checkt mindestens einmal pro Woche.

## Wie überprüfen Sie die Online-Kommentare



Überprüfung geschieht hauptsächlich manuell.

## Wie wird auf negative Kommentare reagiert



## Einschätzungen (I) aus der Branche zu Travel 2.0

- Web 2.0 Benutzer sind vor allem **junge also zukünftige Kunden**. Deshalb ist es bei Web 2.0 wichtig, einen positiven, bleibenden Eindruck zu vermitteln.
- Persönlich erachte ich das Ganze als "**Hype**". Im Moment spricht Jedermann davon. In eins, zwei Jahren wird man wissen, welches Tool sich wirklich durchsetzt und welches nicht. Ich denke, dass Video-Portale und gewisse andere Plattformen Zukunft haben. Der Rest wird wieder verschwinden, wie er gekommen ist. Plattformen mit Eigenvertrieb sind gefährlich, weil Neutralität nicht gewährleistet ist.

## Einschätzungen (II) aus der Branche zu Travel 2.0

- Wir glauben, dass die Kommentare oft nur eingetragen werden, wenn sie **negative Erfahrungen** gemacht haben und somit die Gefahr gross ist, dass ein falsches Bild des Unternehmens entsteht.
- Wir **vertrauen aber auch auf die Gäste**, dass sie fähig sind, "richtige" Kritik und "Nörgelei" zu unterscheiden und dass unsere Gäste bei Kritik sich direkt an uns wenden, denn Kritik ist auch immer eine Chance sich zu verbessern.

## Einschätzungen (III) aus der Branche zu Travel 2.0

- Wir **nutzen die Potentiale noch zu wenig**, meist aus **Zeitmangel**.
- Wir stellen fest, dass der Internet-Hype vorerst wieder abflacht, d.h. viele Leute schätzen wieder vermehrt den **persönlichen, direkten Kundenkontakt**.
- Ich selber schaue mir vor allem etwa Hotelbewertungen an, die mich dann in der Wahl auch stark beeinflussen.

## Einschätzungen (IV) aus der Branche zu Travel 2.0

Institut Economie & Tourisme

- Ich finde dies sehr wichtige Tools, die die **Qualität eines Angebotes oder einer Destination massgeblich beeinflussen** können. Wichtig dabei ist, dass die Kommentare eine gewisse Objektivität haben und überprüft werden.
- Hingehen soll man als eher negativ kritisierten Betrieb die **Möglichkeit zur Abhilfe** haben, indem man den Kommentar nach Verbesserung und Nachweis des eigenen Angebotes löschen oder neu bewerten lassen kann.

## Analyse Kundenbewertungen für Hotels in Saas-Fee

Institut Economie & Tourisme



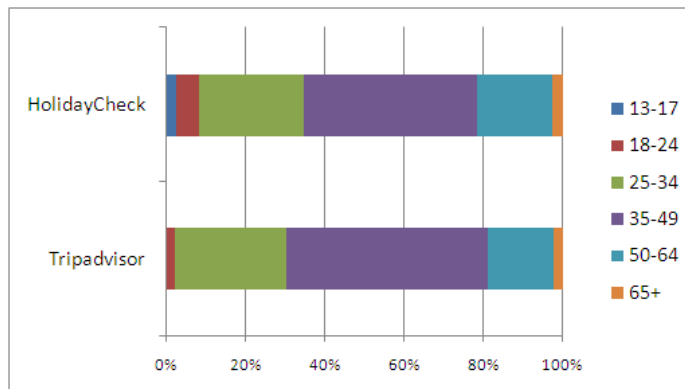
## Analyse Kundenbewertungen für Hotels in Saas-Fee Institut Economie & Tourisme

- Auswertung und Analyse von Kundenkommentaren und – bewertungen seit 2003
  - TripAdvisor (n=152)
  - HolidayCheck (n=227)
- Vergleich mit Resultaten von klassischen Marktforschungsstudien in Saas-Fee:
  - Gästebefragung Sommer 2007 (n=345) [HES-SO Wallis & HS Luzern]
  - Online Befragung bei Gästen, welche über Reservationszentrale von Saas-Fee gebucht haben

Jährliche Logiernächte in Hotellerie: 400'000!

## Kundenprofil TripAdvisor vs HolidayCheck Institut Economie & Tourisme

- HolidayCheck vor allem Schweizer und Deutsche
- TripAdvisor vor allem Gäste aus UK
- Altersklassen:



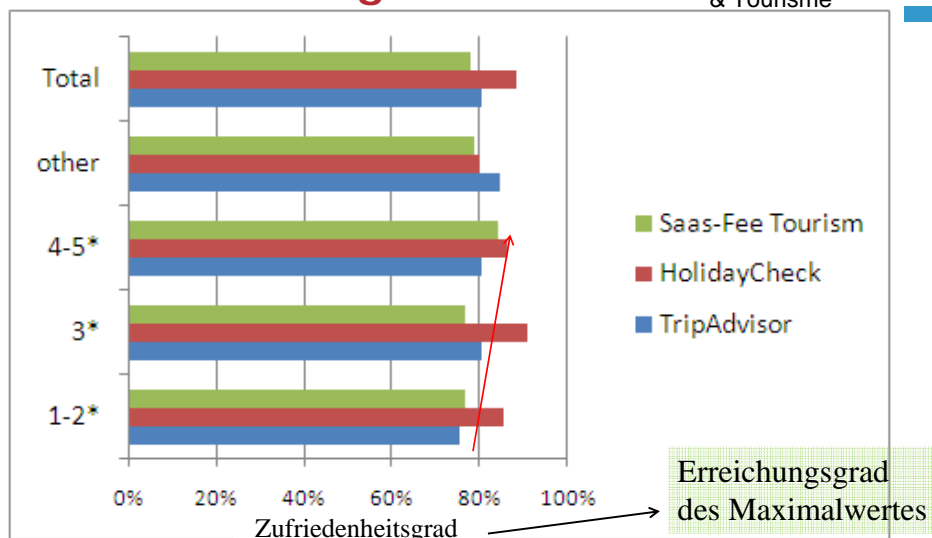
### Hotels mit > 10 Evaluationen seit 2003

		Tripadvisor	HolidayCheck
Garni Europa	Garni	7	13
Europa Annex	2*	1	32
Alphubel	3*	7	41
Derby	3*	0	14
Dom	3*	14	2
Elite	3*	12	1
Europa	3*	4	26
Ferien- und Erlebnishotel Etoile	3*	0	40
La Collina	3*	15	0
du Glacier	4*	12	1
Ferienart Resort & Spa	5*	11	2
<i>Total Evaluationen Saas-Fee seit 2003</i>		152	227

Keines der 58 Hotels in Saas-Fee mit genügend Bewertungen in beiden Plattformen. 45 Hotels bei TripAdvisor und 47 bei HolidayCheck mit 4 und weniger Bewertungen. Frage an Hoteliers: Werden Kunden aufgefordert, Bewertungen abzugeben?

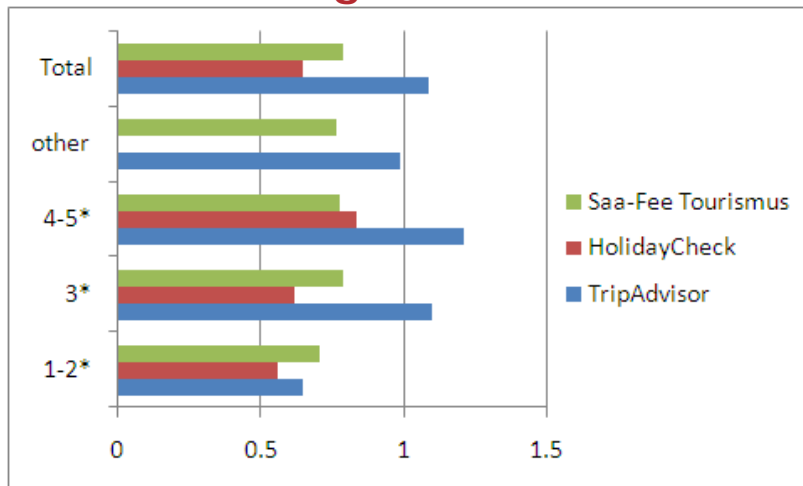
### Hotelbewertungen Saas-Fee

Institut Economie & Tourisme



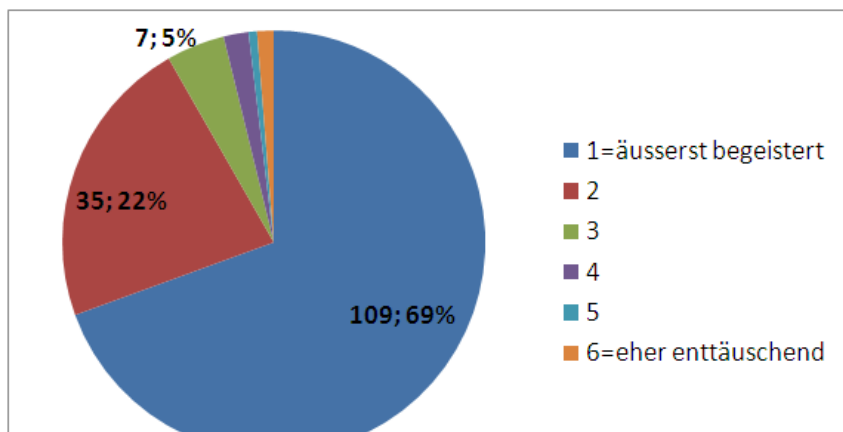
Zufriedenheitsniveau (rund 80%) ähnlich gut, aber HC Evaluationen meist positiver (ev. wegen Skalentransformation HC/TA)

## Standardabweichung Hotelbewertung



Grösste Variabilität in Evaluationen bei TripAdvisor und bei 3-5\* Hotels

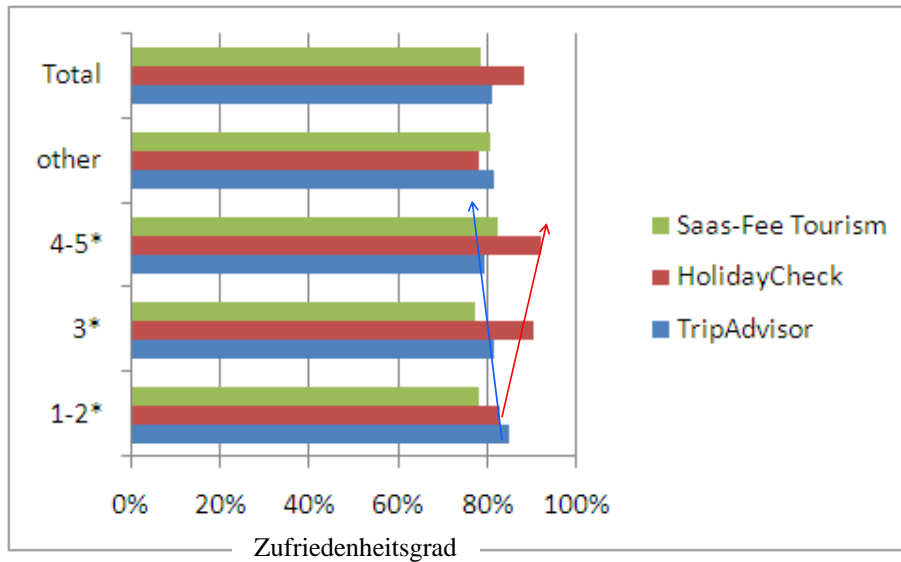
## Bewertung Hotellerie Saas-Fee aus MAFO Studie 2007



Zufriedenheitsniveau mit 92% deutlich höher als in Bewertungsplattformen (rund 80%) und online Survey. Indiz für kritischere Haltung auf Web 2.0 Plattformen?

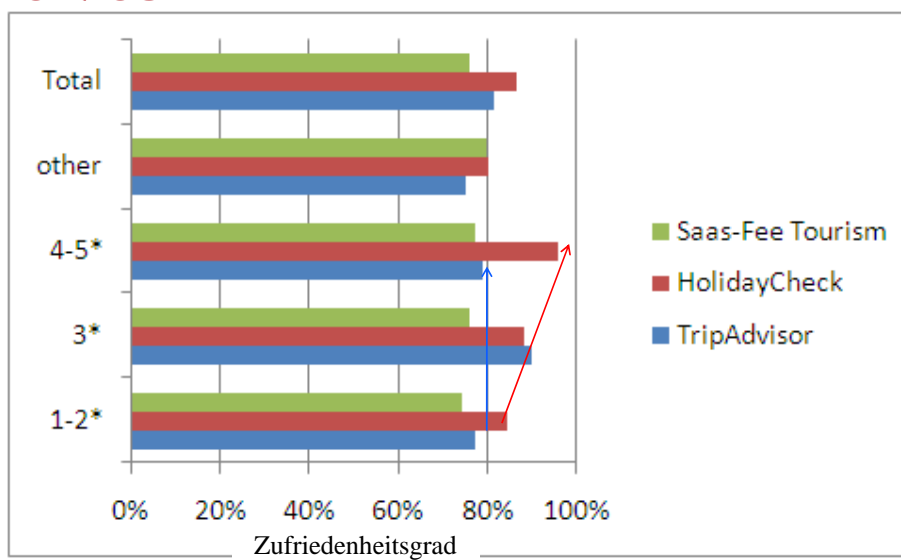
## Servicebewertung

Institut Economie & Tourisme

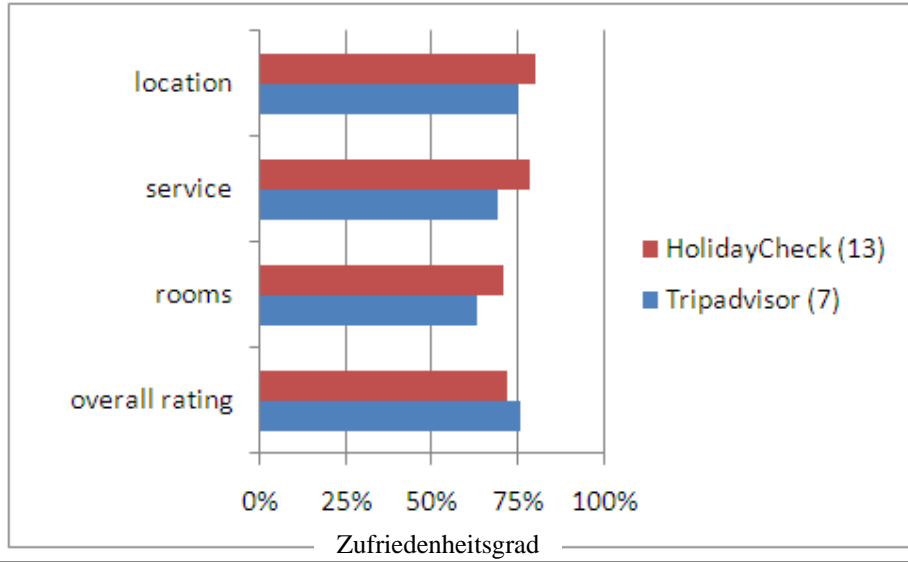


## Hotelbewertung Winter 07/08

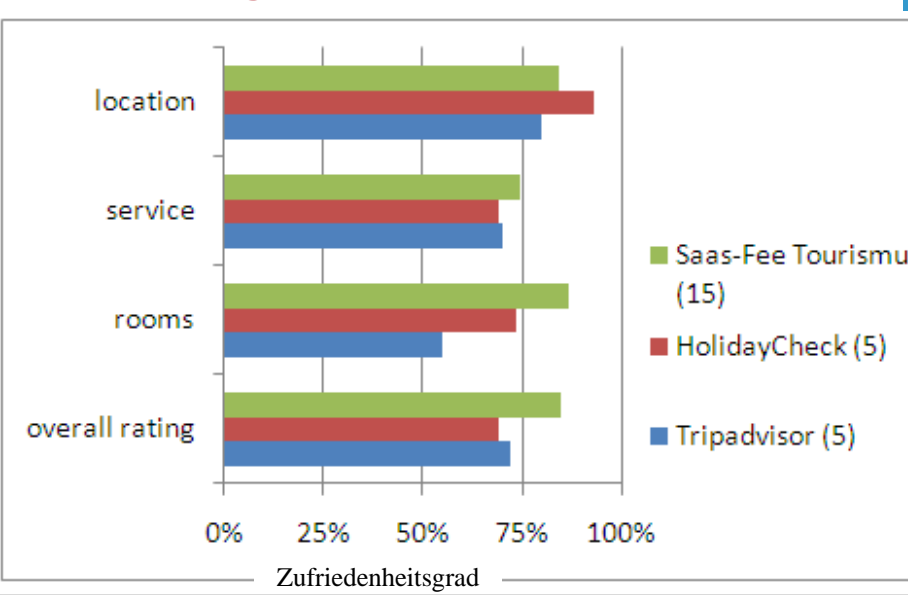
Institut Economie & Tourisme



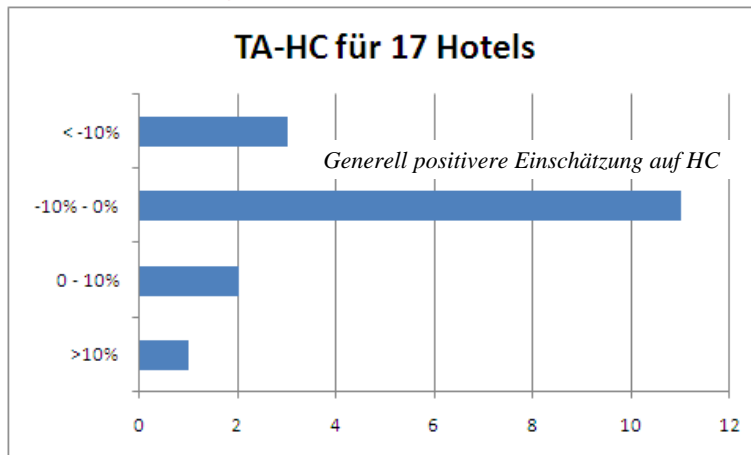
### Bewertung Hotel 1



### Bewertung Hotel 2



## Differenz Zufriedenheitsgrad TripAdvisor (TA) und HolidayCheck (HC) auf Betriebsebene



Für grosse Mehrheit der Hotels konvergiert generelle Hoteleinschätzung auf beiden Plattformen. Bei Ausreissern fällt der Unterschied...

## Schlussfolgerungen Nutzung des Web 2.0 bei Touristikern

Institut Economie & Tourisme

- Die Möglichkeiten und Chancen des Web 2.0 werden von den touristischen Unternehmen in der Schweiz kritisch aber insgesamt positiv beurteilt.
- Die Nutzung ist von Ausnahmen abgesehen aber noch auf bescheidenem Level.
- Es wird noch viel von Hand gemacht und die vielfältigen Möglichkeiten (z.B. Qualitätsmanagement, "market intelligence", etc.) zu wenig genutzt.

## Schlussfolgerungen Kundenbewertungsportale

- Anzahl Bewertungen für eine Top-Destination wie Saas-Fee immer noch recht bescheiden.
- Generelles Zufriedenheitsniveau recht gut
- Zufriedenheitsniveau mit Hotellerie Saas-Fee in klassischer Marktforschungsstudie positiver als in Web 2.0 Portalen oder online Umfragen
- Kundenbewertungen bei HolidayCheck insgesamt positiver im Vergleich mit TripAdvisor
- Grösste Streuung der Resultate bei TripAdvisor (kritischere Haltung der UK Kundschaft?)

## Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

**Roland Schegg**

Fachhochschule Westschweiz Wallis (HES-SO Wallis)  
Institut Wirtschaft & Tourismus (IWT)  
TechnoArk 3  
3960 Siders  
Tel. 027 606 90 04  
roland.schegg@hevs.ch  
iet.hevs.ch / www.hevs.ch