

Vorschau: Module der Reiseanalyse RA 2011

Zu diesem frühen Zeitpunkt möchten wir Sie bereits auf die voraussichtlichen Themen und den aktuellen Stand der Planungen für die RA 2011 hinweisen.

Module sind themenbezogene Fragenpakete, die das Standardfragenprogramm der Reiseanalyse ergänzen. Die jährlich wechselnden Module behandeln aktuelle Themen, die in enger Abstimmung mit den Nutzern der Untersuchung festgelegt werden.

Die Bezieher dieser Module erhalten einen speziellen Berichtsband, der einen Berichtsteil und einen Tabellenteil umfasst. Im Berichtsteil werden die Ergebnisse der Modulfrage(n) in Verknüpfung mit den relevanten Ergebnissen des Grundfragenprogramms dargestellt und analysiert. Der Tabellenteil enthält ausführliche und detaillierte Tabellierungen. Darüber hinaus sind individuelle Auswertungen der Daten möglich, auch in Verknüpfung mit Fragen des Standardfragenprogramms oder Exklusivfragen.

Voraussetzung für den Bezug eines oder mehrerer Module ist die Beteiligung an der Reiseanalyse RA 2011. Es gelten die Bezugsbedingungen der RA 2011. Im Rahmen der RA 2011 werden nach aktuellem Stand der Planung folgende drei Module durchgeführt:

1) Kultur und Events im Urlaub:

Besonders im Bereich Städtetourismus und Kurzurlaubsreisen ist das Thema Kultur und Events einer der wichtigsten Bestandteile des Angebots und der Vermarktung. Das Modul liefert wichtige Erkenntnisse zur Bedeutung und Entwicklung des Kultur-Segments und beschreibt im Detail die Nachfrage und Potenziale für Kulturreisen und „Auch-Kulturreisen“. Dabei werden auch die konkreten Urlaubsaktivitäten im Bereich Kultur und Events abgefragt.

Basis: RA 2011 *face-to-face*, RA *online* 5/2010 & 11/2010

2) Online-Buchung von Urlaubsreisen:

Fast alle reisenden Onliner informieren sich zum Thema Urlaub im Internet, fast zwei Drittel von ihnen haben schon Urlaubsreiseleistungen im Web gebucht. Das Modul beschäftigt sich im Detail mit dem Online-Buchungsverhalten und geht auch der Frage auf den Grund, wer sich warum bei welchen Reisen zwar online informiert, aber letztendlich offline bucht (Thema „ROPO“: research online, purchase offline).

Basis: RA 2011 *face-to-face*, RA *online* 11/2010

3) Einzigartigkeit und Image von Urlaubszielen:

Die Einzigartigkeit einer Destination zu zeigen und zu bewerben, ist eines der Hauptziele im Destinationsmarketing. Als einzigartig wahrgenommen zu werden ist allerdings noch nicht ausreichend - entscheidend ist, ob die Destination auch im „Relevant Set“ des Konsumenten als einzigartig genug wahrgenommen wird, um sich gegen mögliche Alternativen durchzusetzen. Dieser Sachverhalt lässt sich mit Hilfe der Reiseanalyse analysieren, so dass folgende Fragen in diesem Modul beantwortet werden können: Wie einzigartig - im Sinne der Anzahl von vorhandenen Alternativen - ist meine Destination im Relevant Set meiner potenziellen Kunden? Und welche anderen Ziele sind noch im Relevant Set meiner potenziellen Kunden vorhanden? Eine Frage nach konkreten Imagekomponenten von Destinationen im Vergleich liefert Aufschluss darüber, was die jeweilige Einzigartigkeit ausmacht und wie sich die Ziele ggf. klarer positionieren können.

Basis: RA 2011 *face-to-face*

Weitere Informationen folgen ...

In den kommenden Wochen wird die FUR die Modulthemen weiter planen und ausarbeiten. Ein konkretes Modulangebot erhalten Sie zusammen mit allen weiteren Informationen zur RA 2011 ungefähr Mitte August 2010.