

Beschreibung der Studie „MysteryCheck 2013 – Abenteuer Unterkunftssuche“

Ausgangslage:

Im heutigen Informationszeitalter sind Arbeit und Freizeit maßgeblich von elektronischen Medien beherrscht. Das Internet hat auch vor der Reisebranche nicht Halt gemacht und so befindet sich die Reisebranche mit ihren Vertriebsstrukturen in einem tief greifenden Wandel. Immer mehr Personen informieren sich über ihre Reise (auch) im Internet. Einige von ihnen schreiben eine E-Mail-Anfrage für einen Aufenthalt in einem Beherbergungsbetrieb oder nehmen die Buchung direkt über das Internet vor. E-Mail-Anfragen und Internetbuchungszahlen steigen ständig im Verhältnis zu herkömmlichen Arten, eine Buchung in einem Ferienort vorzunehmen.

Ziel der Studie:

„MysteryCheck 2013 - Abenteuer Unterkunftssuche“ ist eine seit 2004 in Deutschland, Österreich und der Schweiz durchgeführte Feldstudie. Sie hat das Ziel, die Unterschiede von Antworten zu den E-Mail-Anfragen in den drei Ländern transparent zu machen. Die Datenbasis der Untersuchungen aller zehn Jahre bietet heute Möglichkeiten der Vergleichbarkeit über die Zeit hinweg sowie Vergleiche zwischen den Ländern.

Untersuchungsdesign:

Basis-Studie

Im Vorfeld der eigentlichen Studie wurden jährlich offene Befragungen an die zu testenden Orte gerichtet. Die Kernergebnisse dieser Erhebungen liefern Informationen über die tatsächlichen Buchungsaktivitäten der Orte und präzisieren die Fragestellungen und die Verhaltensszenarien für die Basis-Studie. Anonym getestet werden folglich genau jene Aspekte des Serviceverhaltens, die in der Tat für die Orte zutreffen. Dazu gehören z.B. Anfragen via E-Mail, Buchungen via Internet oder die Übernachtungsanfrage bis sechs Monate vor einer Reise.

Im November 2012 wurde an rund 5.000 Tourismusorte in Deutschland, Österreich und der Schweiz eine private E-Mail mit einer gezielten Übernachtungsanfrage (mit Datum der Reise, Kategorie-Angabe und Bitte um Abgabe eines Angebotes) verschickt. Die Tourismusorte haben gemäß der angewandten Definition mindestens einen Beherbergungsbetrieb und eine Internetpräsenz (Grundgesamtheit). Die eintreffenden Antworten wurden nach denselben Kriterien wie in den letzten neun Jahren von einem geschulten Team ausgewertet. Die Bewertungskriterien bezogen sich u.a. auf das „Antwortverhalten“, die „Antwortart“, „Laufzeiten“, „Weiterleitung an Beherbergungsbetriebe“ und „unterbreitete Angebote“.