

Content Marketing aus Kundensicht

Bente Grimm

Im Rahmen des Marktforschungstages der TMGS
Dresden, 26. Oktober 2017

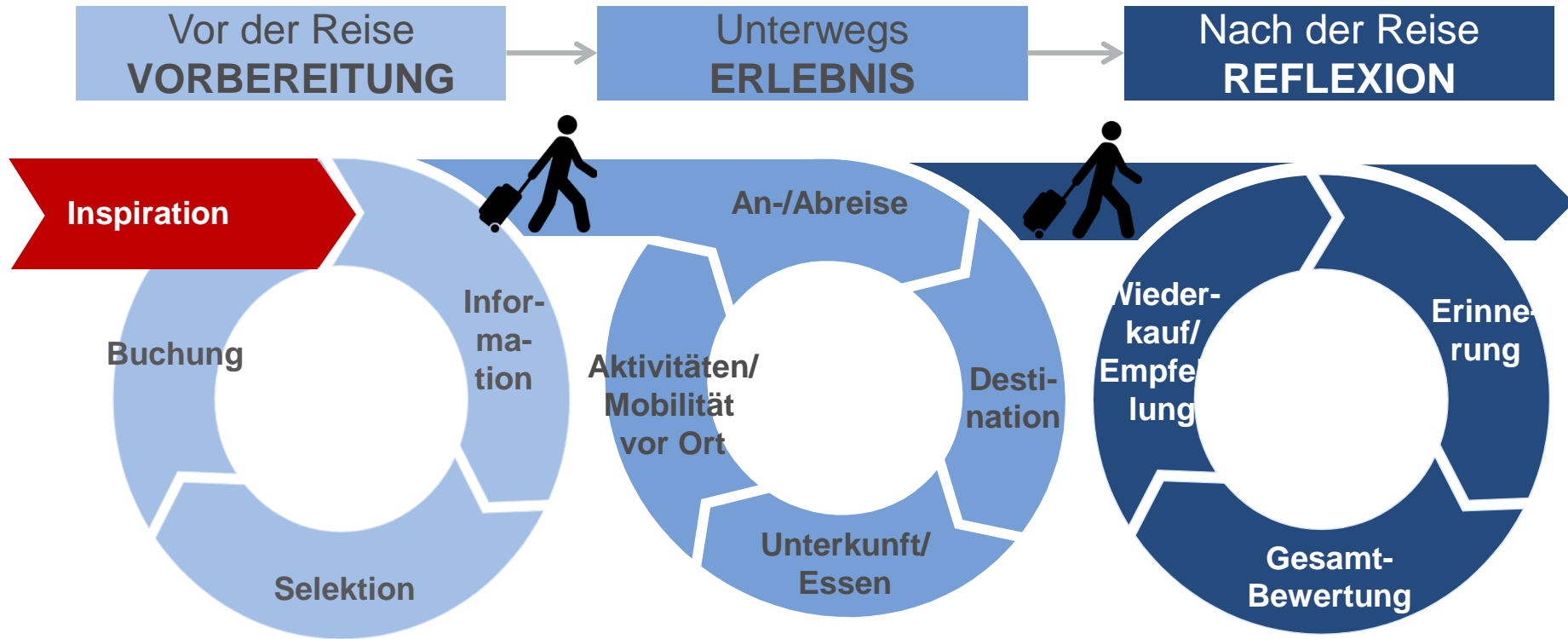
Content Marketing =

Touristische **Kommunikationsmaßnahmen**
in der **Inspirationsphase**,

die vor allem auf **Information, Unterhaltung oder**
Erzählung beruhen und

das **Interesse** des Kunden **am Inhalt** nutzen,
um Kaufanreize zu generieren.

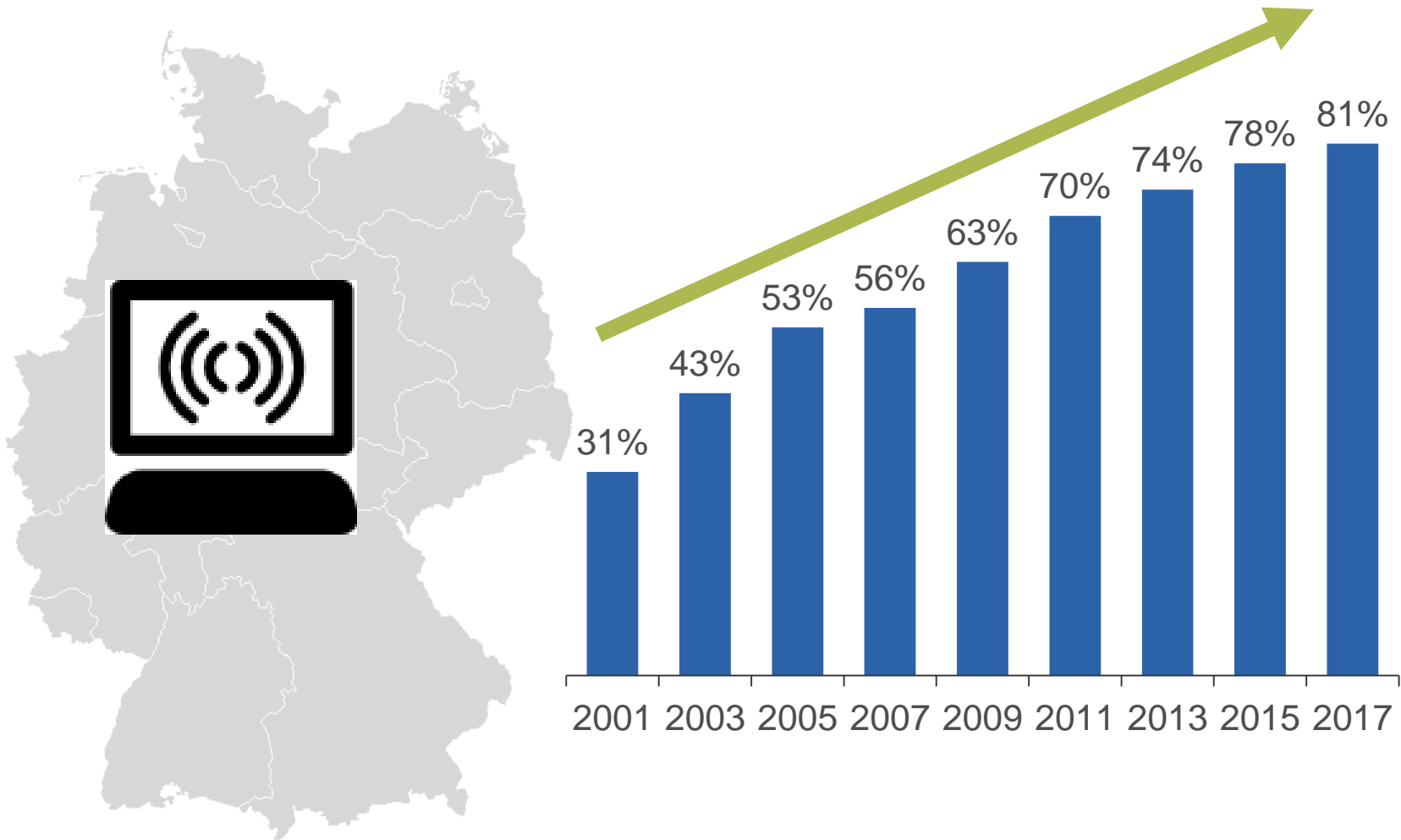
Inspiration als Teil der Customer Journey





INTERNET

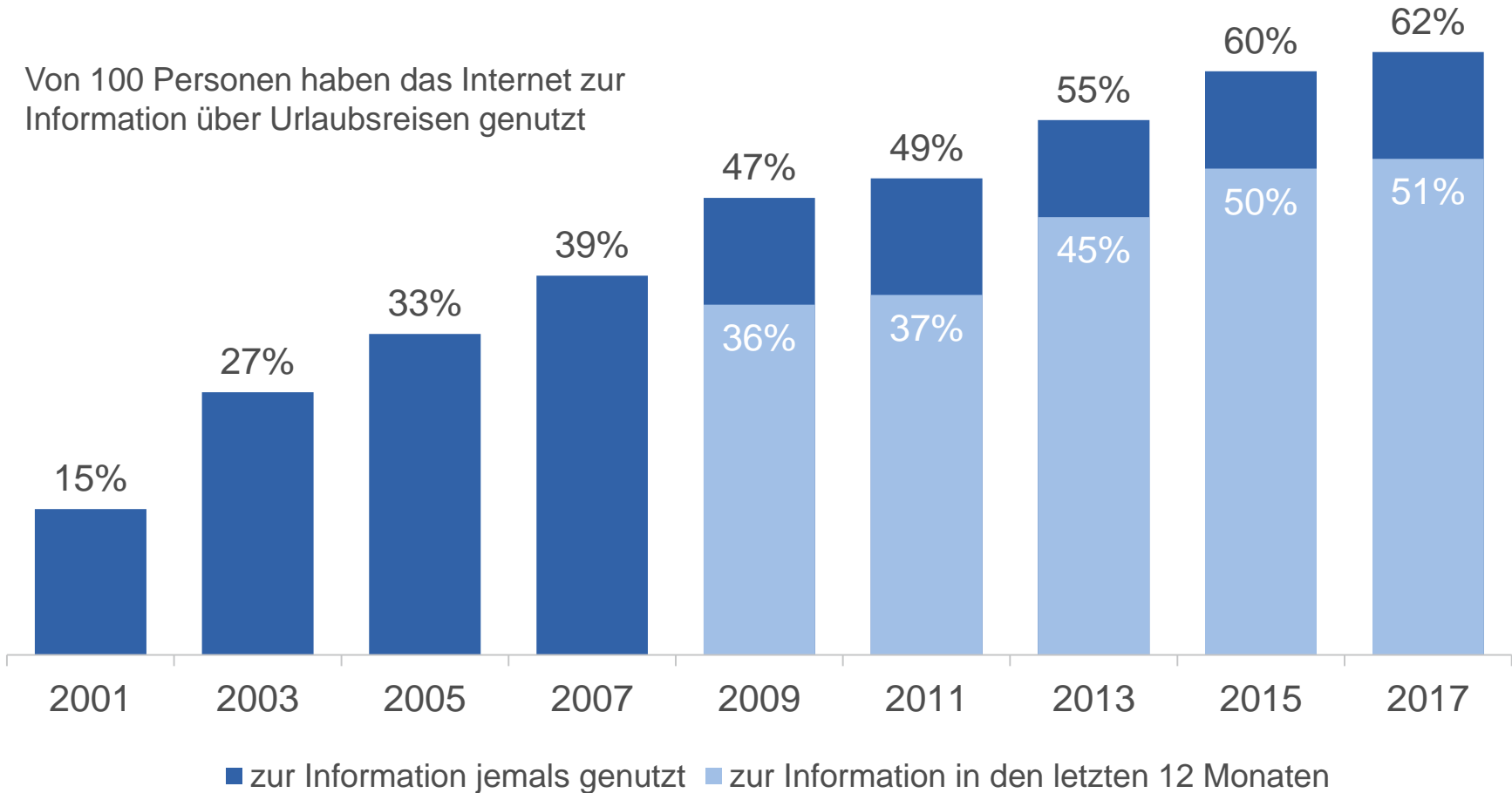
81% in Deutschland mit Internetzugang



Basis: Deutschsprachige Wohnbevölkerung 14+ Jahre
(ab 2010 inkl. Ausländer)
Quelle: RA 2001 bis RA 2017 *face-to-face*

Urlaubsinfo via Internet

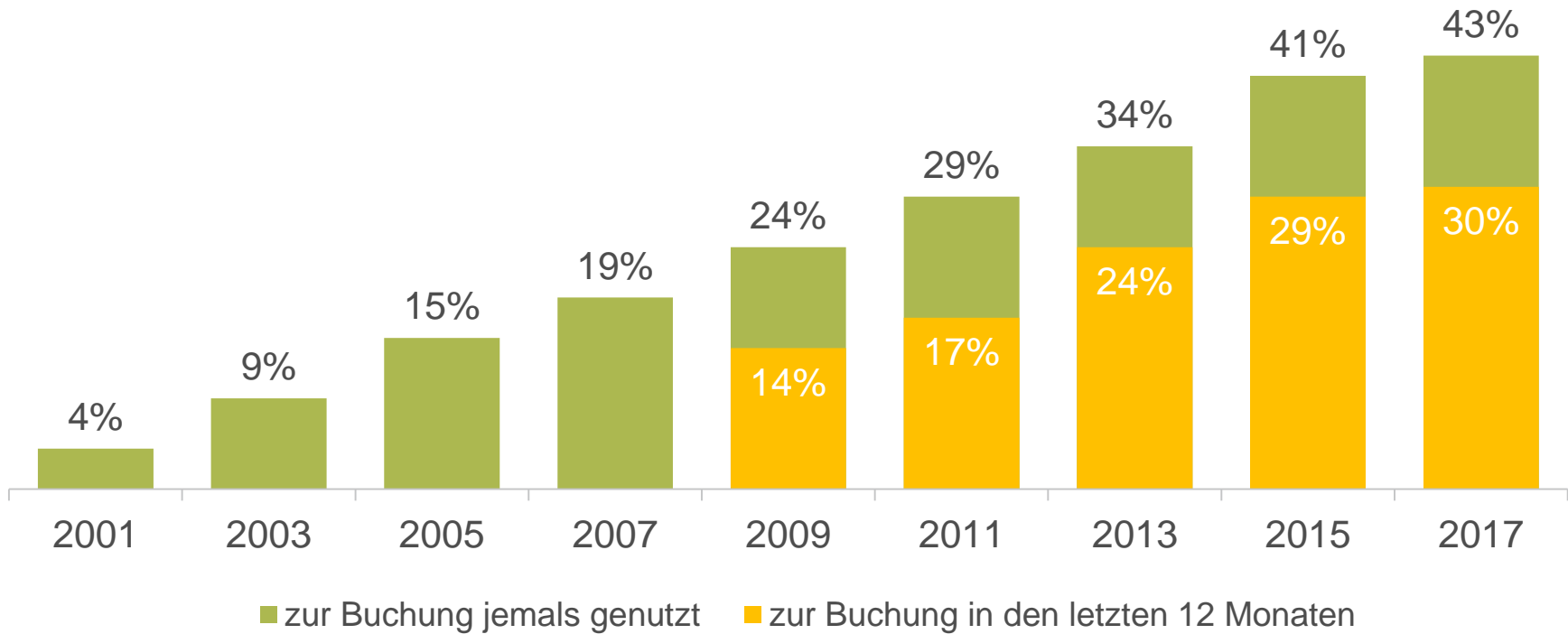
Von 100 Personen haben das Internet zur Information über Urlaubsreisen genutzt



Basis: Deutschsprachige Bevölkerung 14+ Jahre
(ab 2010 inkl. Ausländer)
Quelle: RA 2001 bis RA 2017 *face-to-face*

Urlaubsbuchung via Internet

Von 100 Personen haben das Internet zur Buchung von Urlaubsreisen genutzt

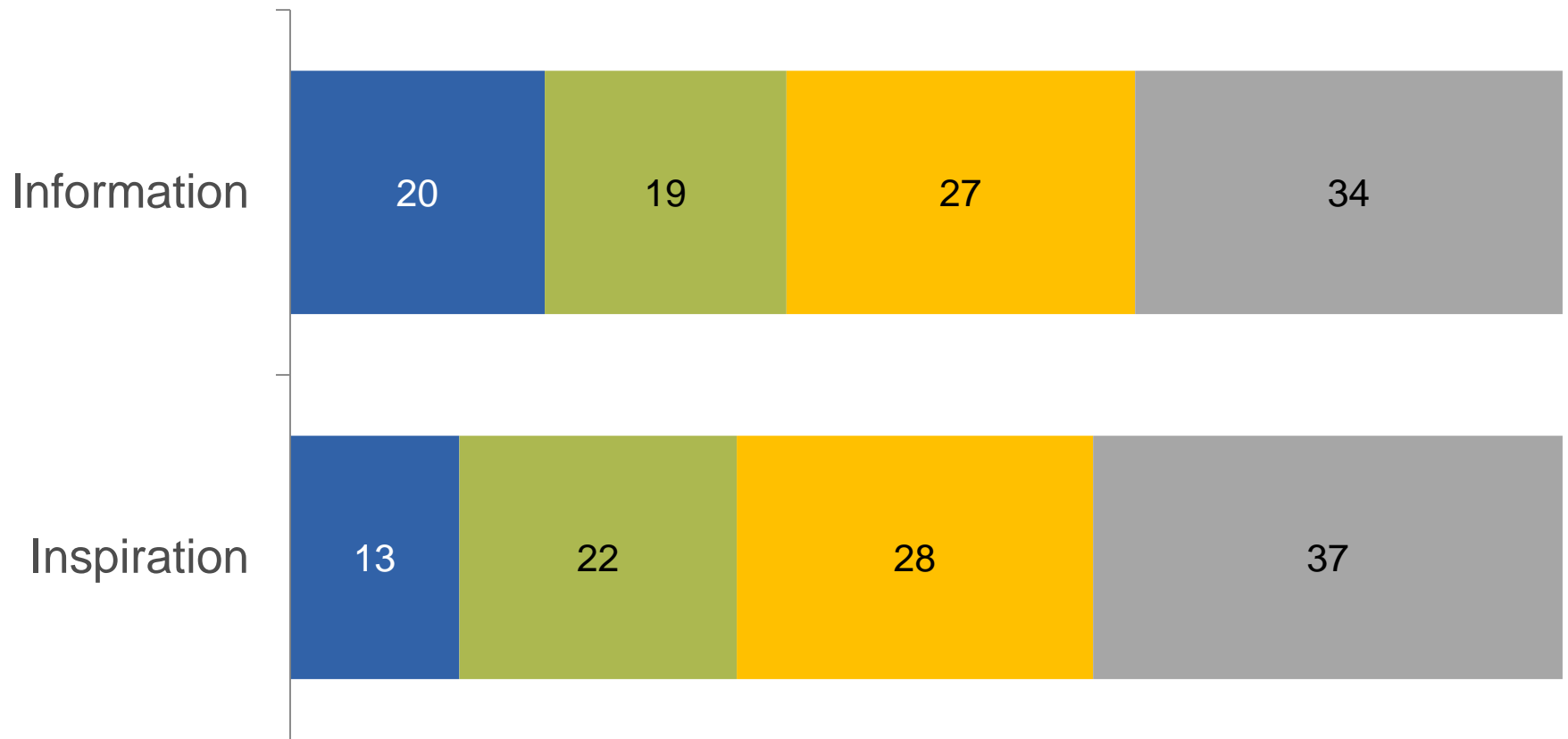


Basis: Deutschsprachige Bevölkerung 14+ Jahre
(ab 2010 inkl. Ausländer)
Quelle: RA 2001 bis RA 2017 *face-to-face*



Inspiration und Information

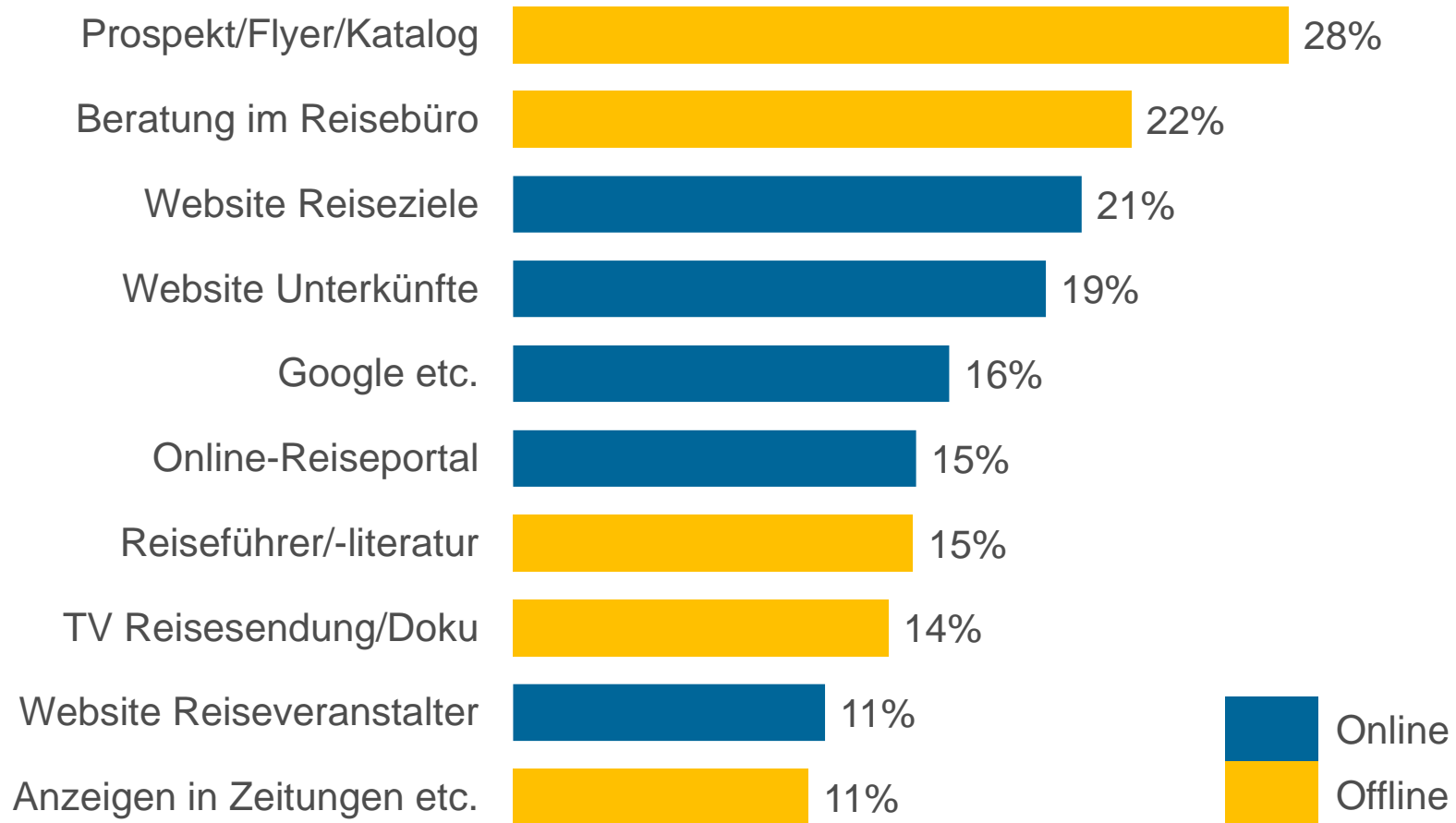
Online-/Offline-Medien zur Inspiration und Information



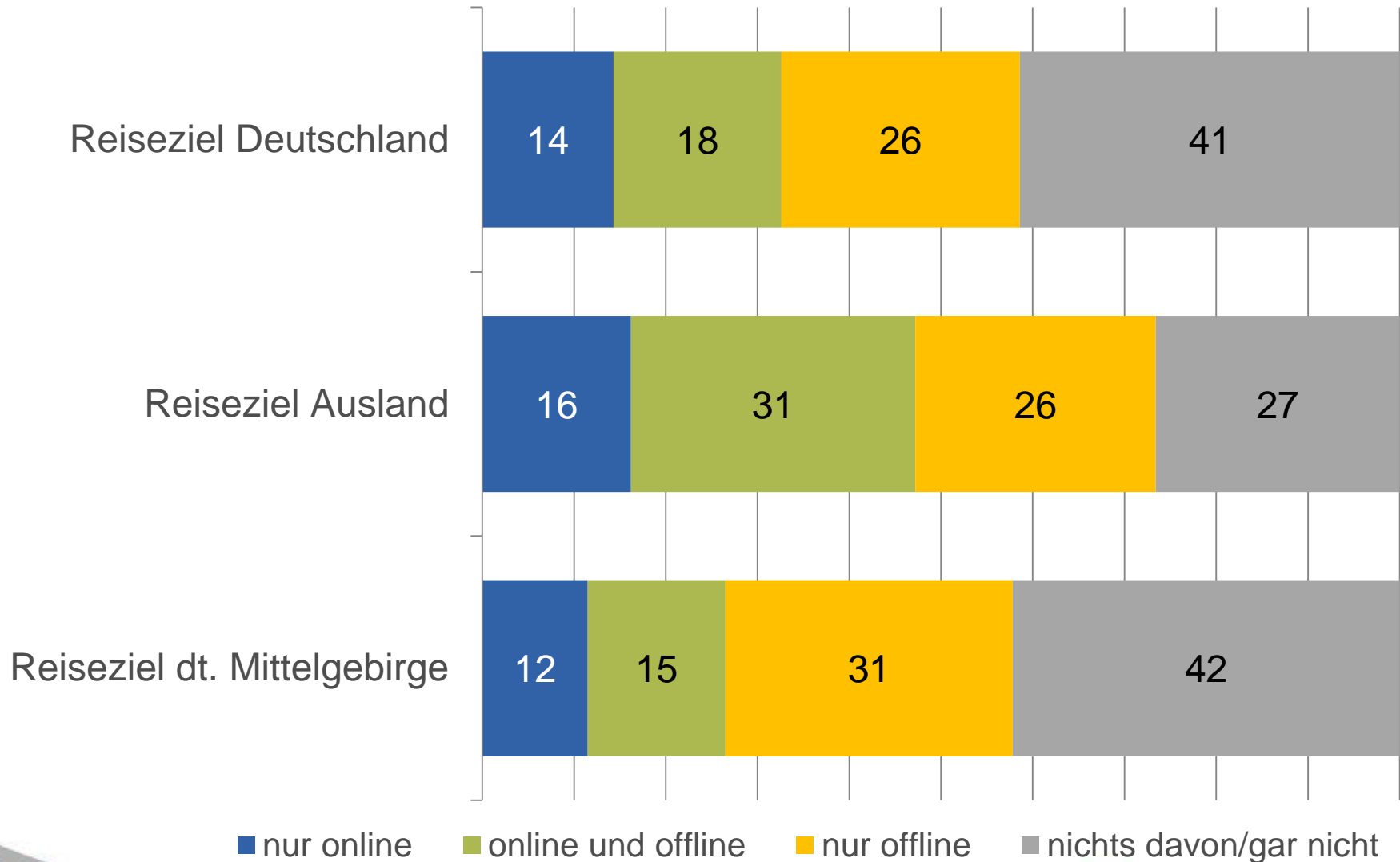
■ nur online ■ online und offline ■ nur offline ■ nichts davon/gar nicht

Basis: Haupturlaubsreisen 2015 (= wichtigste Reise 5+ Tage) der deutschsprachigen Bevölkerung 14+ J.
Quelle: RA 2016 *face-to-face*, Modul Inspiration und Information

Quellen zur Inspiration und Information bei der Urlaubsplanung (TOP 10 von 25)



Online-/Offline-Medien zur Inspiration ODER Information



Zum Merken:



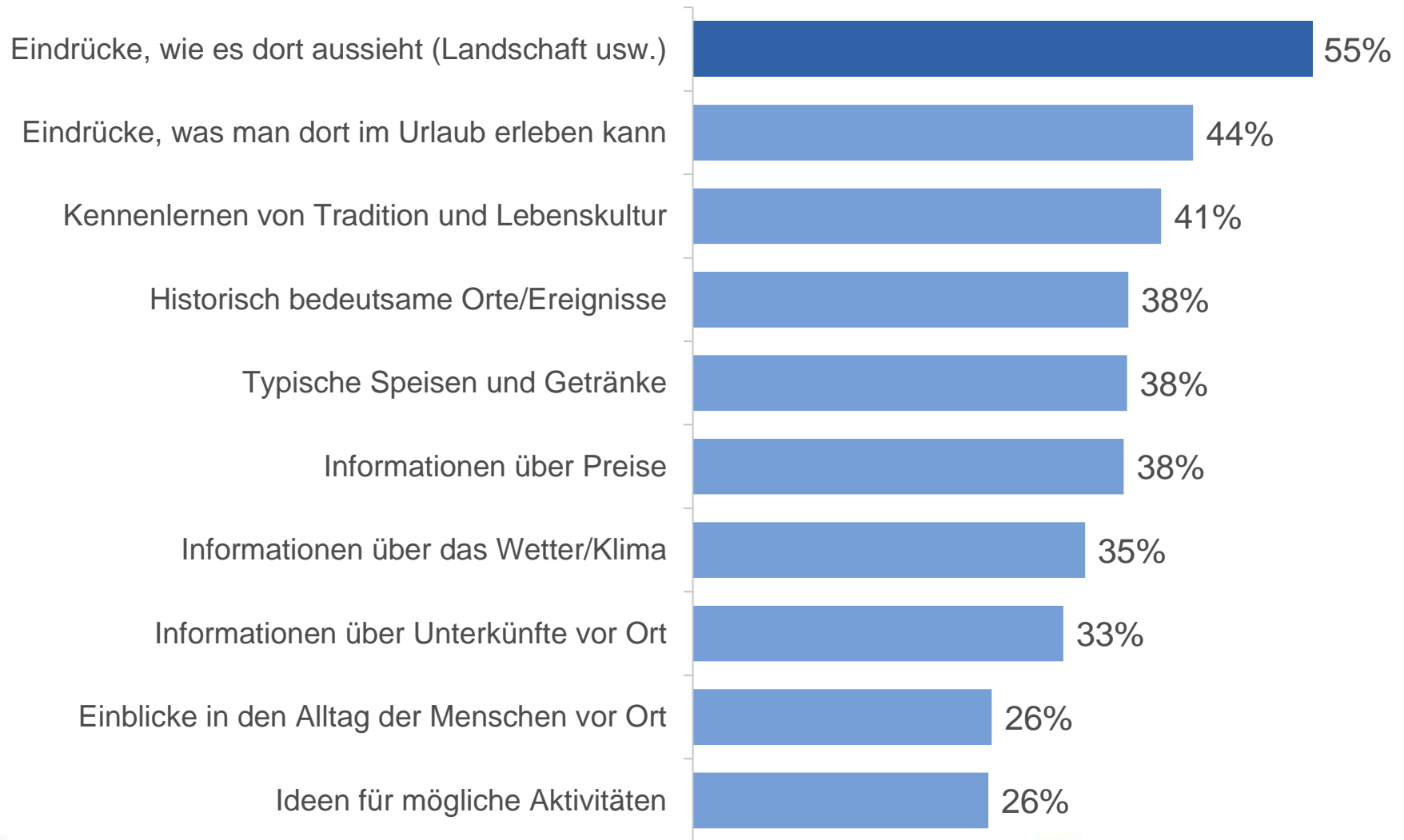
- » Das Internet gewinnt bei der Urlaubsinfo und Urlaubsbuchung immer mehr an Bedeutung
- » Inspirations- und Informationsquellen:
 - Infos auf Papier und Reisebüros noch immer am häufigsten genutzt
 - Websites der Reiseziele und Unterkünfte, Suchmaschinen und Online-Reiseportale folgen



C₃ O₁ N₁ T₁ E₁ N₁ T₁

Ansprüche und
Wünsche der
Kunden

Content Marketing: Bevorzugte Inhalte zur Inspiration




Frage: „Nun würden wir gerne wissen, was dazu führt, dass Sie Lust bekommen, ein bestimmtes Reiseziel zu bereisen. Wodurch möchten Sie sich bei der Auswahl Ihres Reiseziels inspirieren lassen?“

Basis: Deutschsprachige Bevölkerung 14-70 Jahre

Quelle: RA online 11/2016

Bevorzugte Inhalte: Sachsen-Kurzurlauber im Vergleich zu allen Inlands-Kurzurlaubern



Wichtiger
(mind.
5%-
Punkte)

- Eindrücke, was man dort machen kann
- Konkrete Aktivitäten
- Preise
- Tradition und Lebenskultur
- Wetter/Klima
- Einblick in den Alltag der Menschen
- Überraschendes/Witziges über die Region



Genauso wichtig

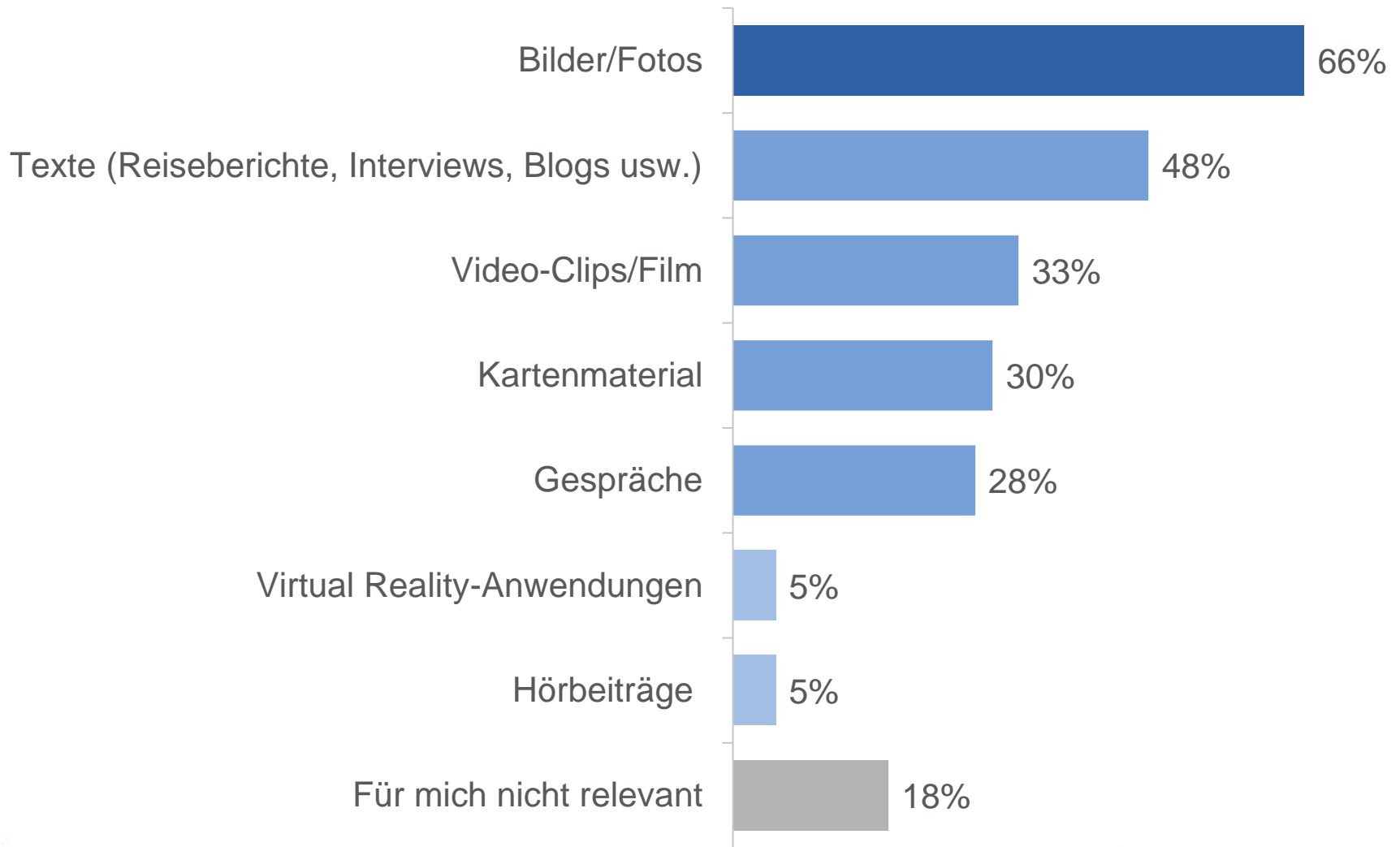
- Eindrücke, wie es dort aussieht
- Infos über Unterkünfte
- Historisch bedeutsame Orte/Ereignisse



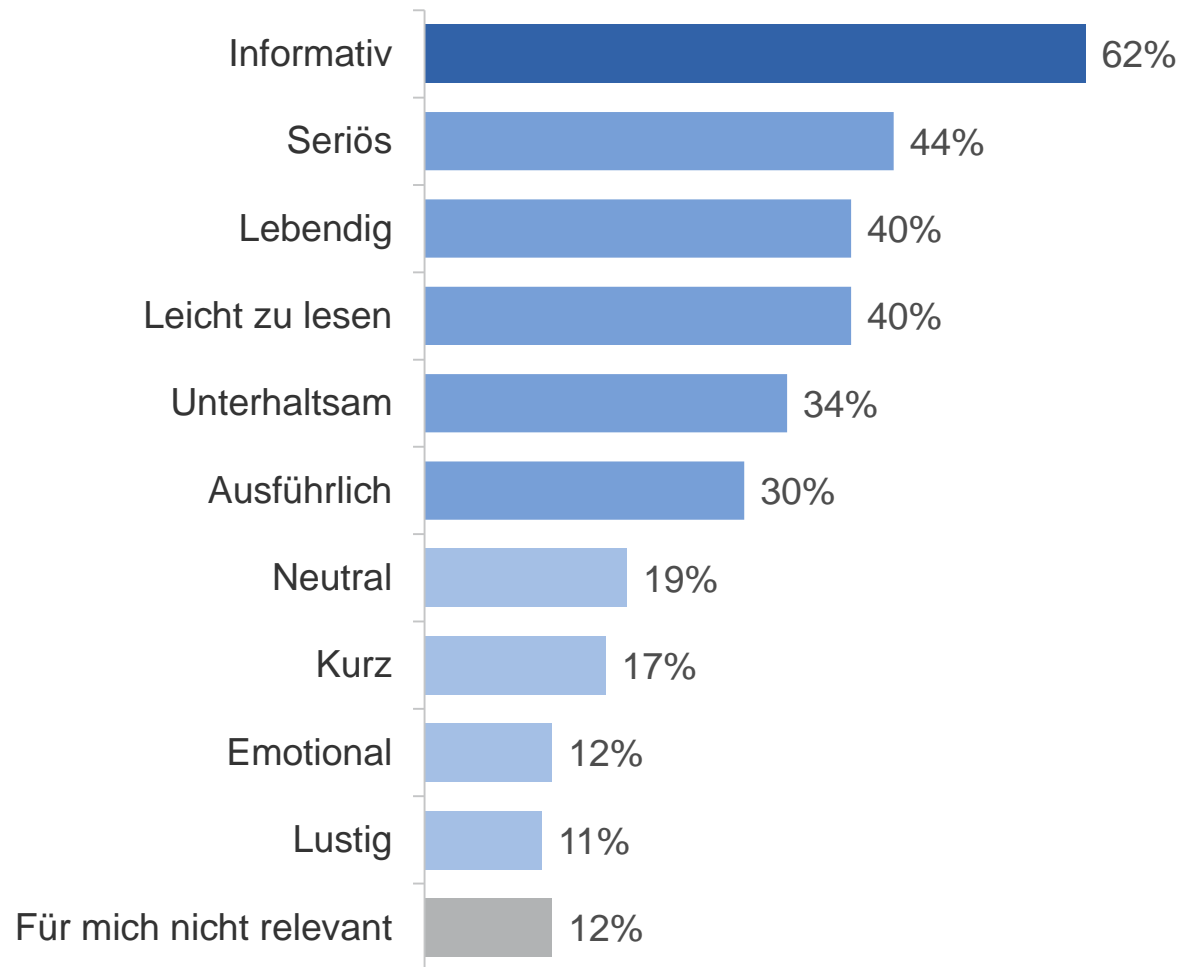
Weniger
wichtig

- Typische Speisen und Getränke

Content Marketing: Bevorzugte Formate zur Inspiration



Content Marketing: Bevorzugte Tonalität für Inspiration



Frage: „Wie sollten Informationen gestaltet sein, durch die Sie persönlich
Lust auf ein Reiseziel bekommen?“
Basis: Deutschsprachige Bevölkerung 14-70 Jahre
Quelle: RA online 11/2016

Bevorzugte Formate und Tonalität: Sachsen-Kurzurlauber im Vergleich zu allen Inlands-Kurzurlaubern

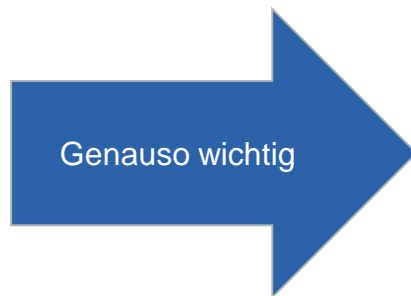


Format

- Gespräche
- Karten

Tonalität

- Seriös
- Informativ
- Ausführlich
- Leicht zu lesen
- Neutral



Formate

- Texte
- Videos
- Hörbeiträge

Tonalität

- Unterhaltsam



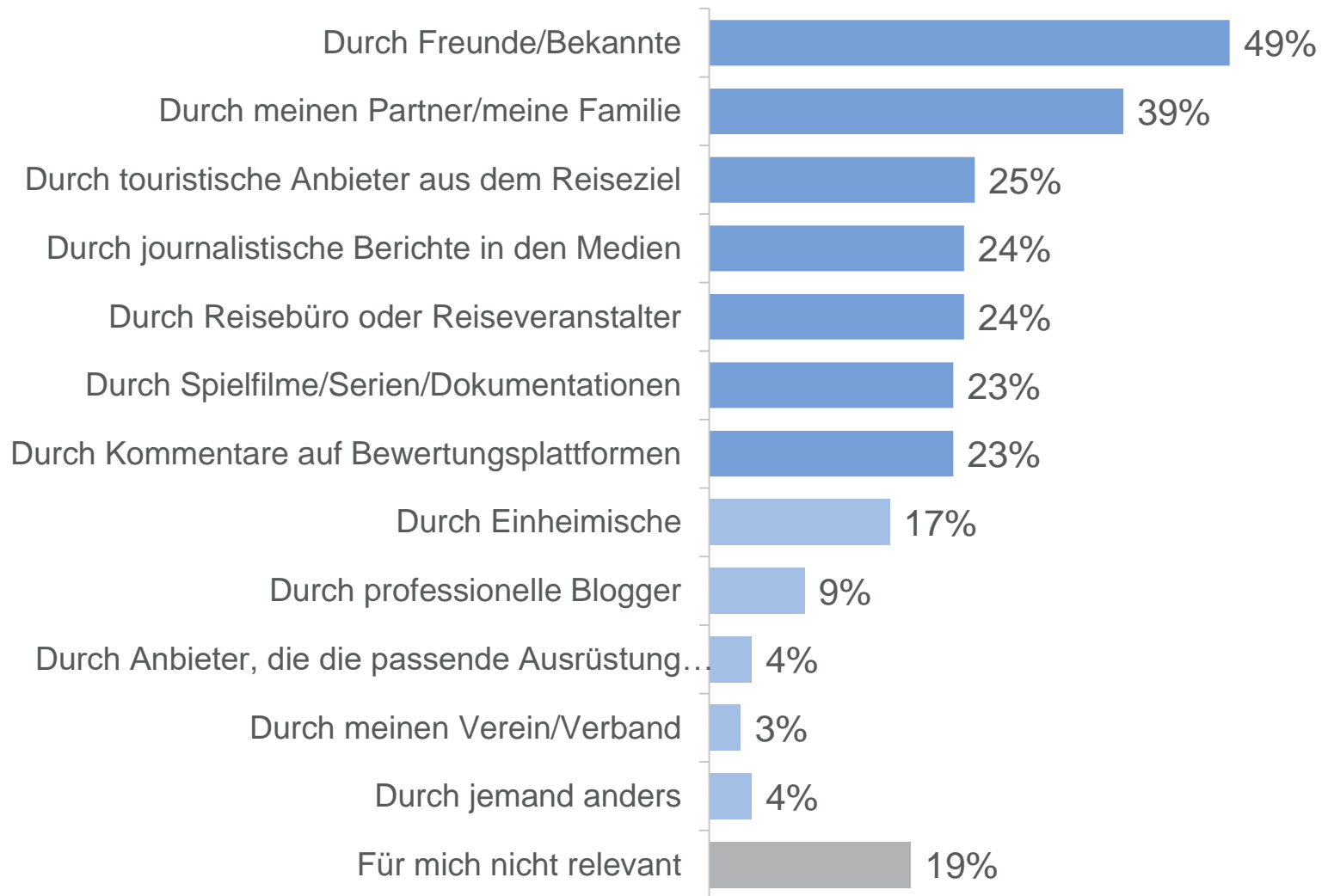
Format

- -

Tonalität


- Lebendig

Content Marketing: Bevorzugte Absender für Inspiration



Frage: „Durch wen möchten Sie sich bei der Auswahl Ihres Reiseziels inspirieren lassen?“
Basis: Deutschsprachige Bevölkerung 14-70 Jahre
Quelle: RA online 11/2016

Bevorzugte Absender: Sachsen-Kurzurlauber im Vergleich zu allen Inlands-Kurzurlaubern



Wichtiger
(mind.
5%-
Punkte)

- **Partner / meine Familie**
- **Freunde / Bekannte**
- **Kommentare auf Bewertungsplattformen**
- Touristische Anbieter aus dem Reiseziel
- Durch Reisebüro oder Reiseveranstalter



Genauso wichtig

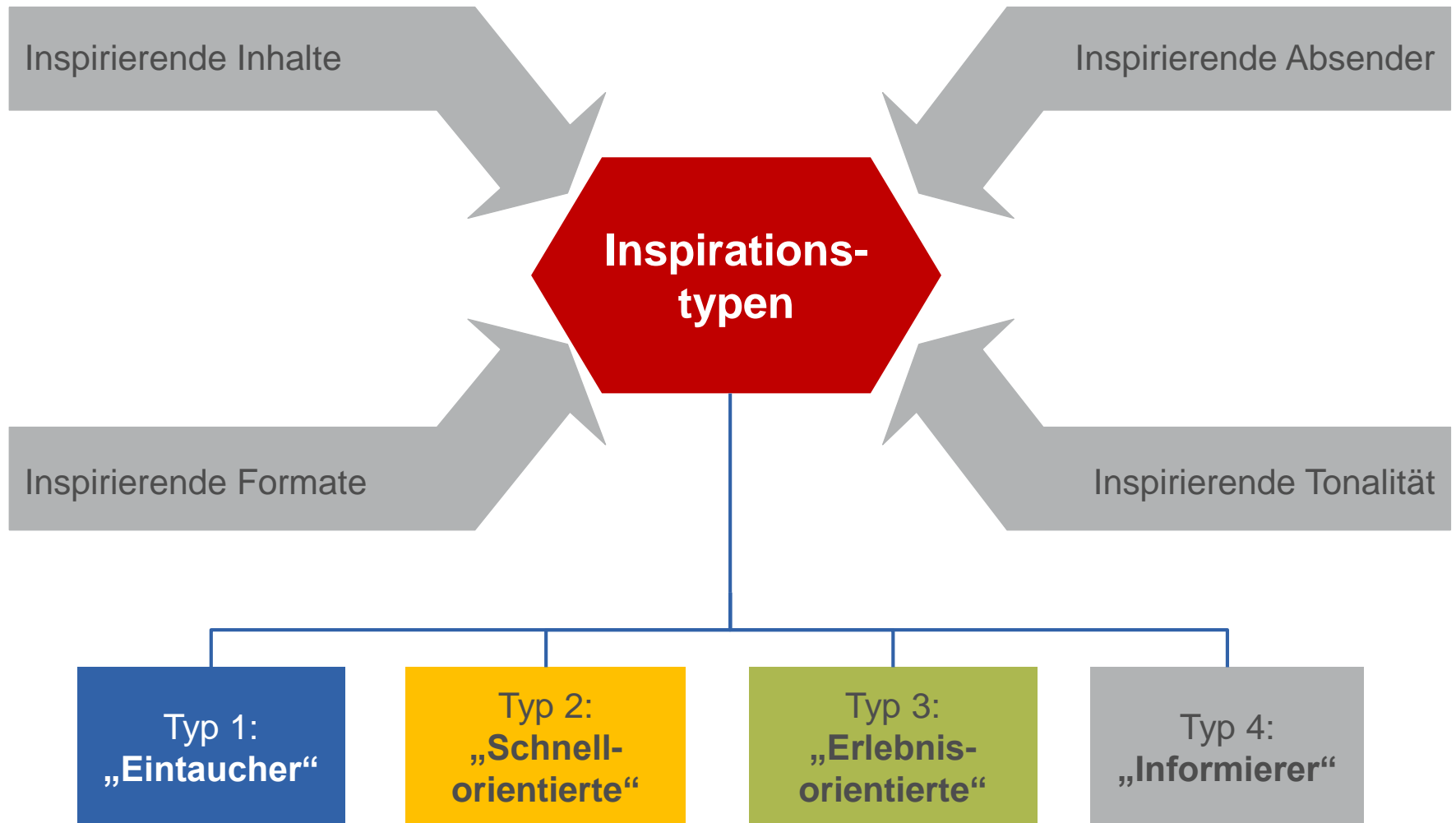
- Einheimische
- Durch journalistische Berichte in den Medien
- Spielfilme/Serien/Dokumentationen



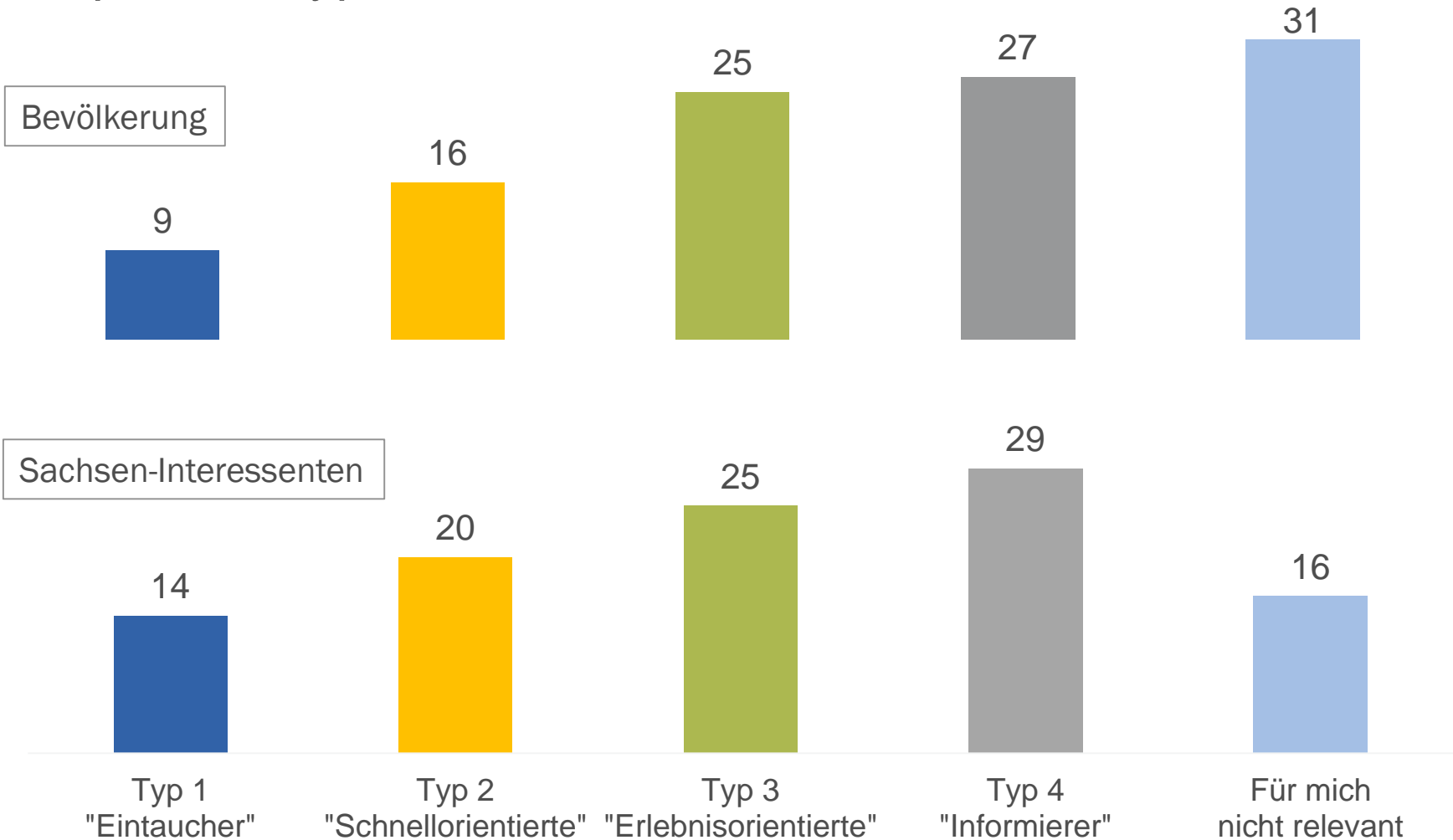
Weniger
wichtig

- -

Identifikation von Inspirationstypen



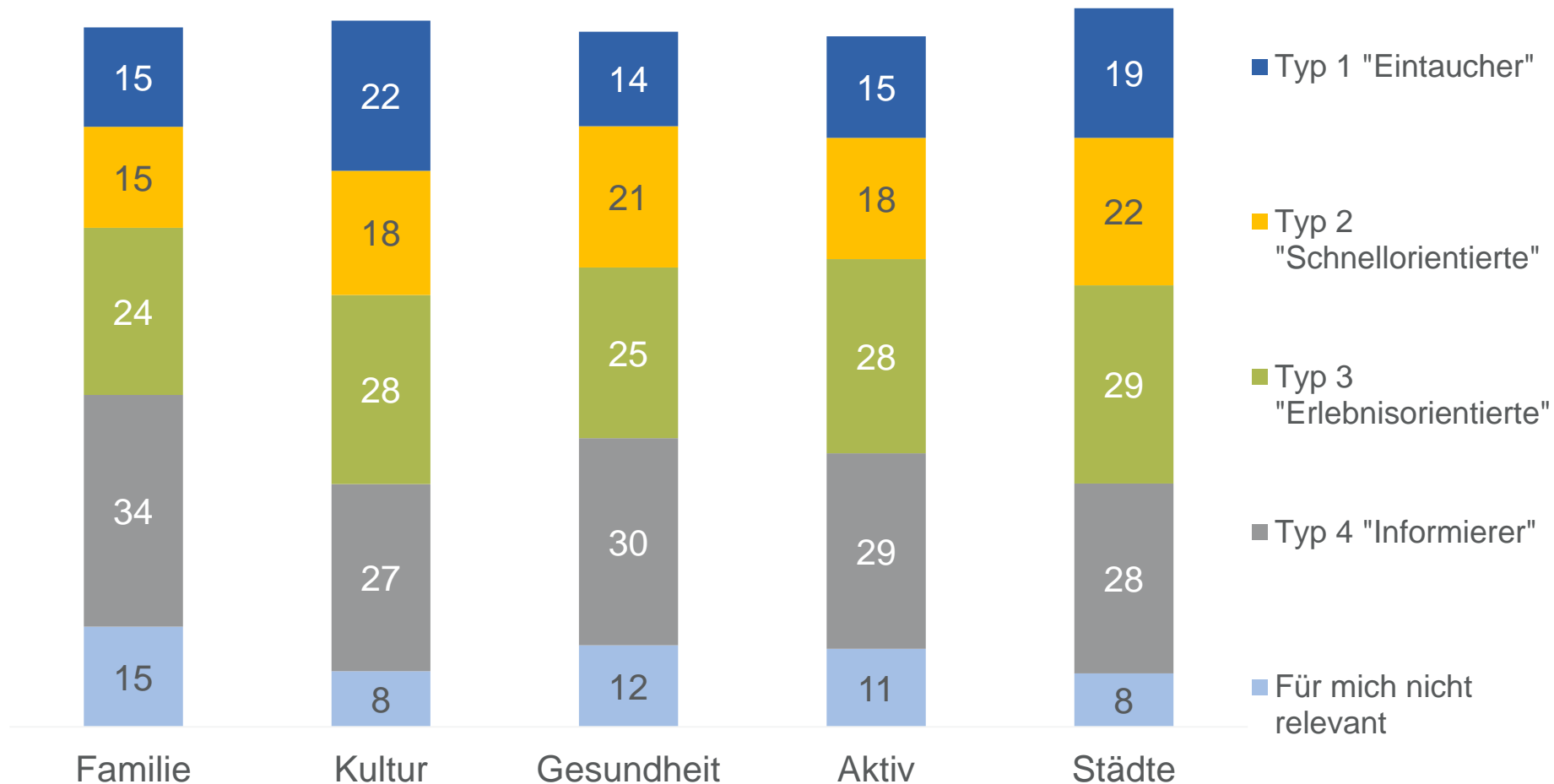
Inspirationstypen



Frage: „Bei der Suche nach Informationen über Reiseziele haben die Urlauber unterschiedliche Vorlieben in Bezug auf die Art und Gestaltung der dargestellten Inhalte. Bitte sagen Sie mir, zu welchem der folgenden vier Typen Sie sich am ehesten zugehörig fühlen.“ (Mfn. möglich)

Basis: Deutschsprachige Wohnbevölkerung 14 Jahre+ (n=7.714; 69,6 Mio.) bzw. Sachsen-Interessenten 2017-2019 (n=786; 7,1 Mio.), Angaben in %
Quelle: RA 2017 face-to-face

Sachsen-Interessenten: Inspirationstypen nach Interesse an Urlaubsformen



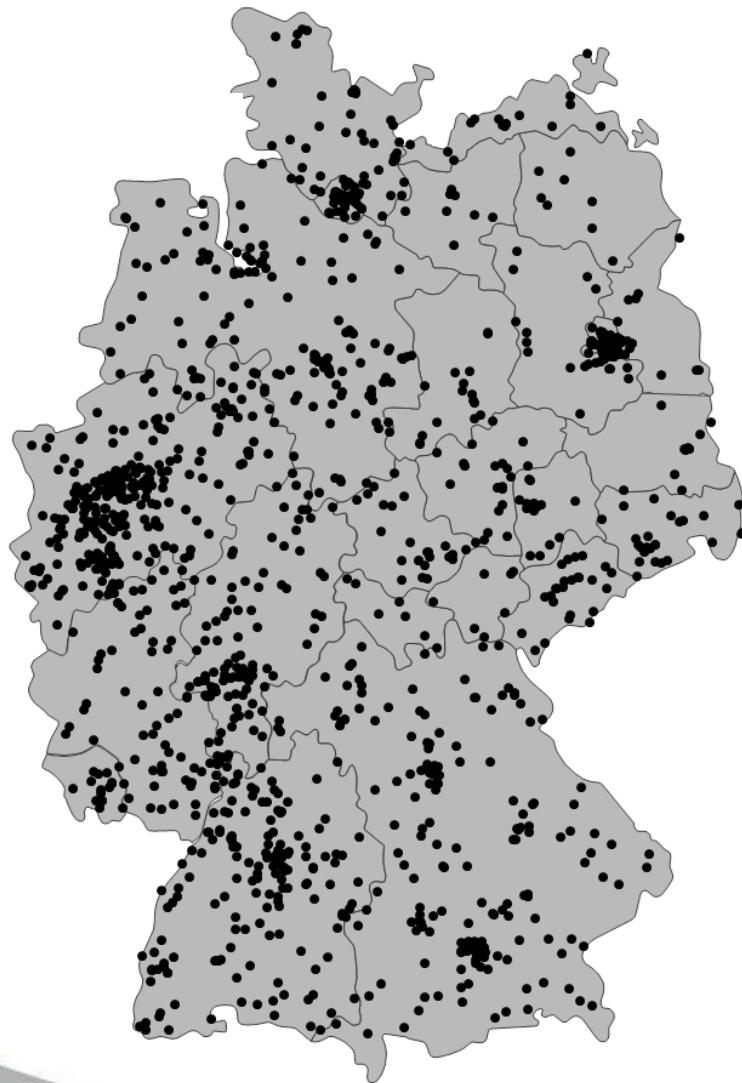
Basis: Sachsen-Interessente 2017-2019 mit Interesse für ausgewählte
Urlaubsformen 2017-2019, Angaben in %
Quelle: RA 2017 *face-to-face*

Zum Merken:



- » Kundenwünsche bezgl. der Inspiration
 - Inhalte: Eindrücke, wie es dort aussieht und was man dort erleben kann
 - Format: Bilder und Fotos, aber auch Texte
 - Absender: Freunde und Bekannte
 - Tonalität: Informativ, seriös, leicht zu lesen, lebendig
- » Vier Inspirationstypen mit unterschiedlicher Relevanz für verschiedene Segmente:
 - Eintaucher
 - Schnellorientierte
 - Erlebnisorientierte
 - Informierer

Reiseanalyse 2017: Methode



Persönliche Befragung

- ▶ 7.714 persönliche Interviews f-2-f im Jan./Febr. 2017
- ▶ an 1.430 Sample-points
- ▶ in Privathaushalten
- ▶ mehrstufige Random-Stichprobe
- ▶ repräsentativ für die deutschsprachige Wohnbevölkerung ab 14 Jahren (69,6 Mio. = 100%)

RA *online*

- ▶ Online-Access-Panel
- ▶ 5.054 Online-Interviews in zwei Wellen im Mai und November 2016
- ▶ repräsentativ für die deutschsprachige Wohnbevölkerung 14 bis 70 Jahre (58,3 Mio. = 100%)



Inhalte der Befragung

Standardprogramm der RA 2017

Reiseverhalten 2016 (Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen)
Urlaubspläne 2017
Potenziale für Urlaubsziele und Urlaubsformen
Urlaubsbezogene Motive und Einstellungen
Internetnutzung

Module

- ▶ Content Marketing
- ▶ Reiseentscheidung
- ▶ Urlaub und Wasser

Exklusiv-
fragen der
RA-Partner

FUR-Fragen



Kontakt

Bente Grimm

Projektleiterin

**NIT - Institut für Tourismus- und
Bäderforschung in Nordeuropa GmbH**

Fleethörn 23

24103 Kiel

Tel.: 0431 - 666 567 18

bente.grimm@nit-kiel.de

www.nit-kiel.de

FUR Forschungsgemeinschaft

Urlaub und Reisen e.V.

Fleethörn 23

24103 Kiel

Tel.: 0431 88888 00

bente.grimm@reiseanalyse.de

www.reiseanalyse.de