

Loyalty report.

In Zahlen.

In der ersten europäischen Studie über Hoteltreue von Vielreisenden befragten wir...

6,000
Vielreisende

1,200
davon aus Deutschland



Aus **5** europäischen Ländern



49 % Millennials (1980-2000) **51 %** Generation X (1960-1980)

Die Befragten verreisen ...

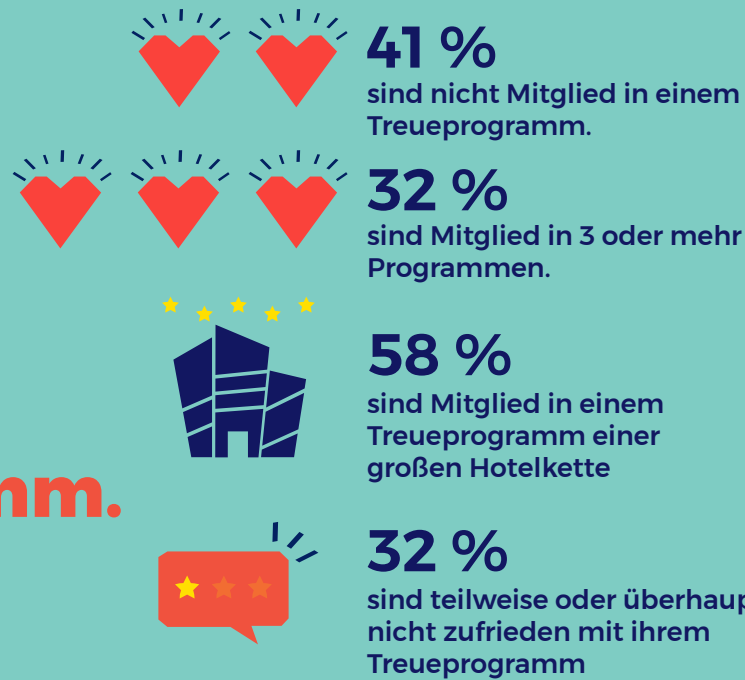
+6 im Jahr
(25% verreisen 10+ Mal im Jahr)

Übernachten **+3** Mal pro Jahr in einem Hotel

(35% übernachten zwischen 6 und 10 Mal im Jahr in einem Hotel)

Wir haben sie zum Thema Hoteltreue befragt ...

JA
63 %
sind Mitglied in einem Treueprogramm.



NEIN
37 %
sind nicht Mitglied in einem Treueprogramm.



Worauf legen sie bei einem Treueprogramm besonders viel Wert?

43 % bevorzugen Vorteile während des Aufenthalts wie

- Kostenloses Frühstück
- Zimmer-Upgrade

21 % Wünschen sich Cashback

22 % Bevorzugen Punkte zum Einlösen

Ein Blick in die Zukunft:



Was würde sie von einer Mitgliedschaft überzeugen?

78 % Finanzielle Anreize bei der Registrierung **64 %** Empfehlung durch Freunde

Prämien im Hotel...

49 % Kostenloses Frühstück **32 %** Kostenloses WLAN

Auszug der Ergebnisse aller Befragten.

94 %
Reisen gerne geschäftlich

1 von 2 Geschäftsreisenden zählt sich zum Reisetyp "work hard, play hard"
Sie möchte die verbleibende Freizeit auf Geschäftsreisen so optimal wie möglich nutzen

Sie verbringen ihre verbleibende Freizeit auf Geschäftsreisen gerne mit...

- Kulturellen Aktivitäten
- Besuchen der besten Restaurants
- Sportlichen Aktivitäten

Sie bevorzugen einen Treueclub, der sie mit folgenden Dingen belohnt...

81 % Erlebnisse **22 %** Punkten oder Meilen
56 % Würden ihre Konsumgewohnheiten teilen, um über einen personalisierten Service via Push-Benachrichtigungen informiert zu werden

Verwendung des Smartphones

48 % Buchen ihren Transport über eine App **64 %** Hinterlassen Kommentare oder Ratings
47 % Organisieren ihre Reise über eine App **52 %** Teilen ihre Erlebnisse in sozialen Netzwerken