

# FeWo 2011

im Auftrag von



Hier wohnt der Urlaub

*FeWo 2011*

**Auswertungsbericht  
zum Ferienwohnungsmarkt (D)  
März 2011**

# Methodische Basis: FeWo – Analyse

n = 1.000 Befragte im Januar 20101

Methode: Mehrthemen-Online-Befragung am Bildschirm

Repräsentativ für die deutsche Bevölkerung in  
Privathaushalten im Alter von 16-64 Jahren

Stichprobenquelle ist das Ipsos Online Access Panel mit ca.  
71.000 online und offline rekrutierten Personen im Rahmen  
des i:omnibus

Konzeption und Analyse: tsebe, Edingen

Erhebung: IPSOS, Hamburg

Auftraggeber: Belvilla, Interhome, Dancenter, e-Domizil

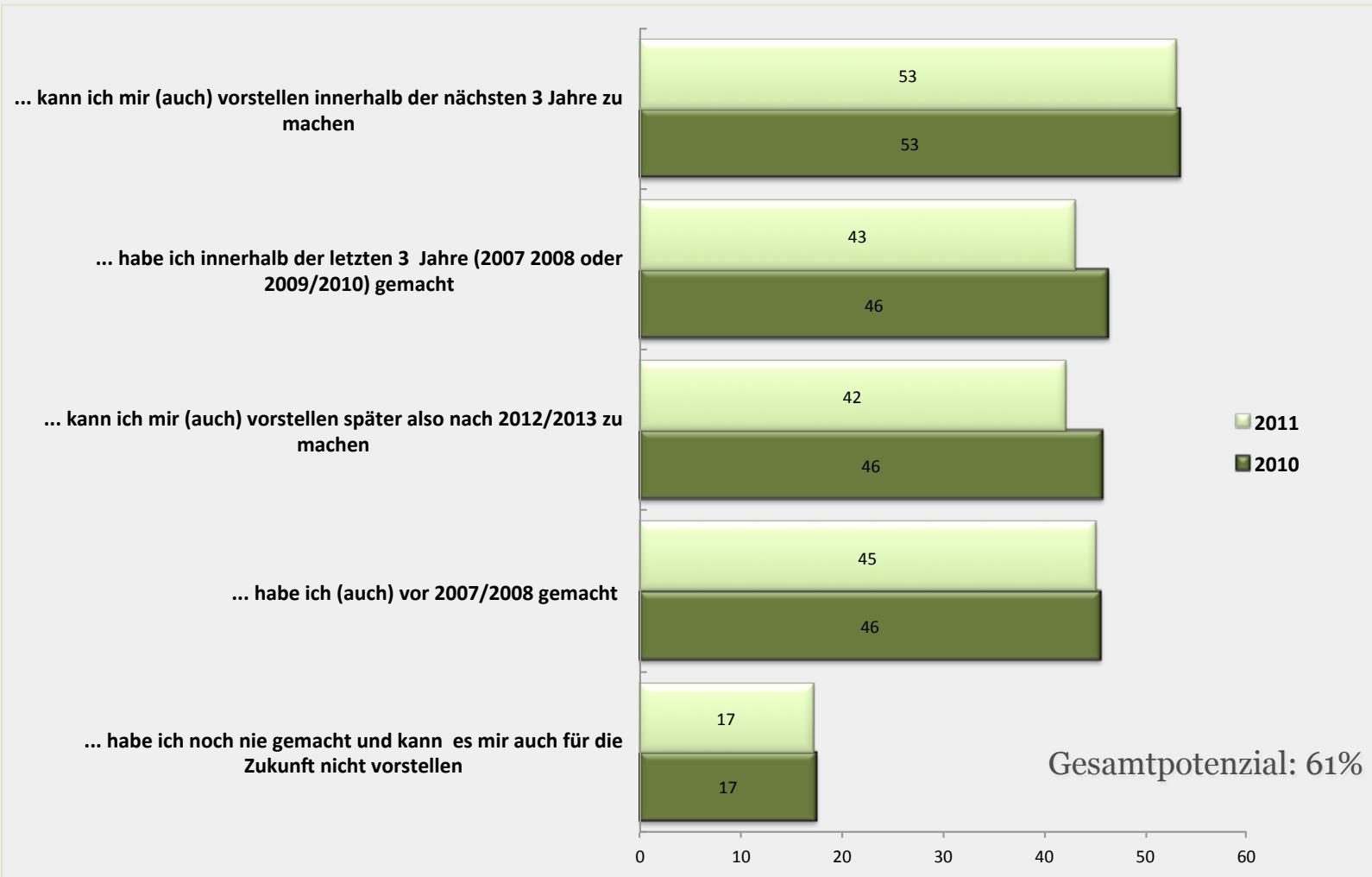
1.

Potenzial

Zielgruppen

Gründe gegen....

# FeWo 2011: weiterhin starkes Potenzial



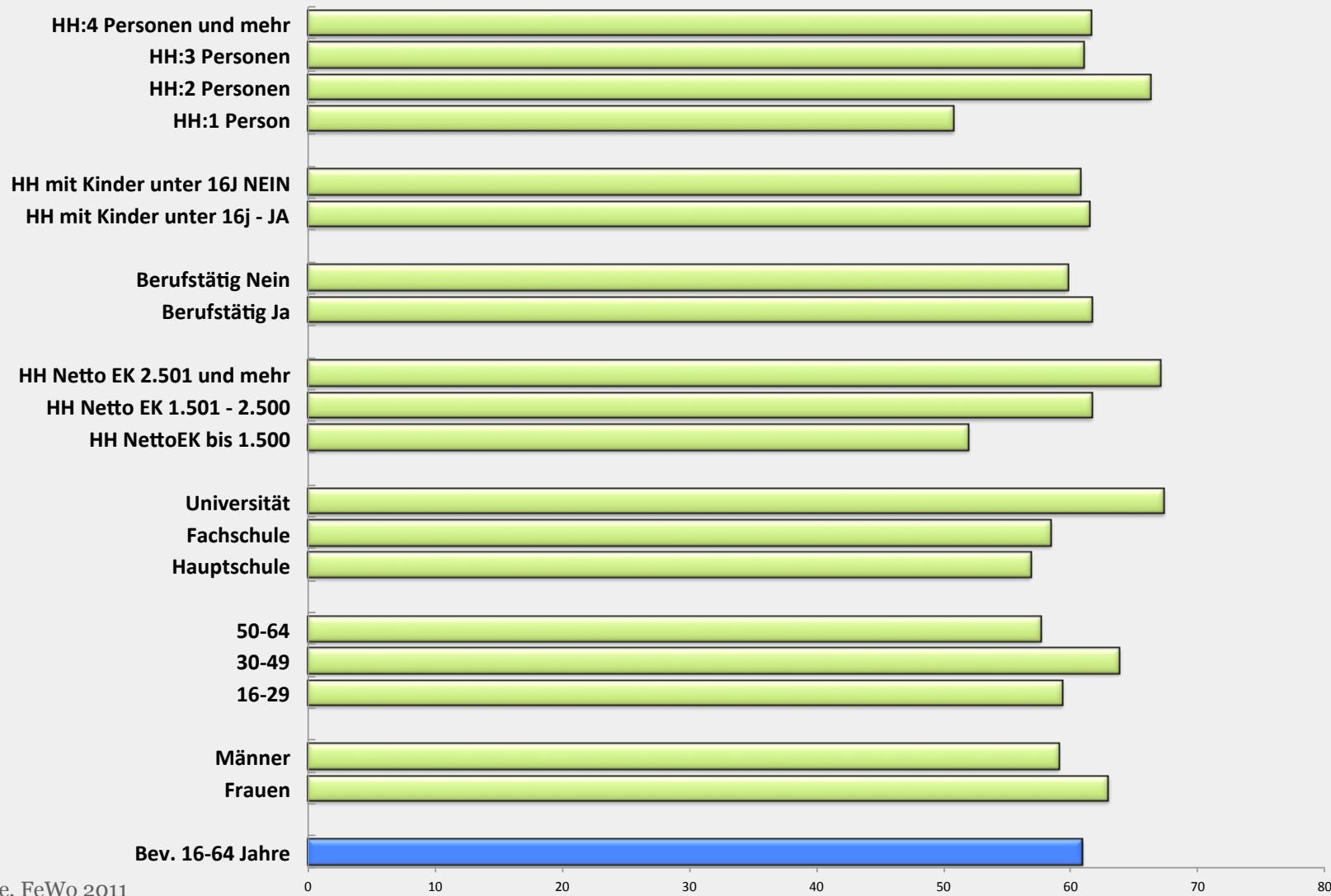
Quelle: tsebe, FeWo 2011

Methode: repräsentative online

Mehrthemenumfrage von  
1.000 Personen 16-64 Jahre in Deutschland

# Potenzial : *Insights*

Urlaub in einer Ferienwohnung oder einem Ferienhaus.... kommt für folgende Zielgruppen in Frage...  
Soziodemographische Auswertung- Frage mit Mehrfachnennungen

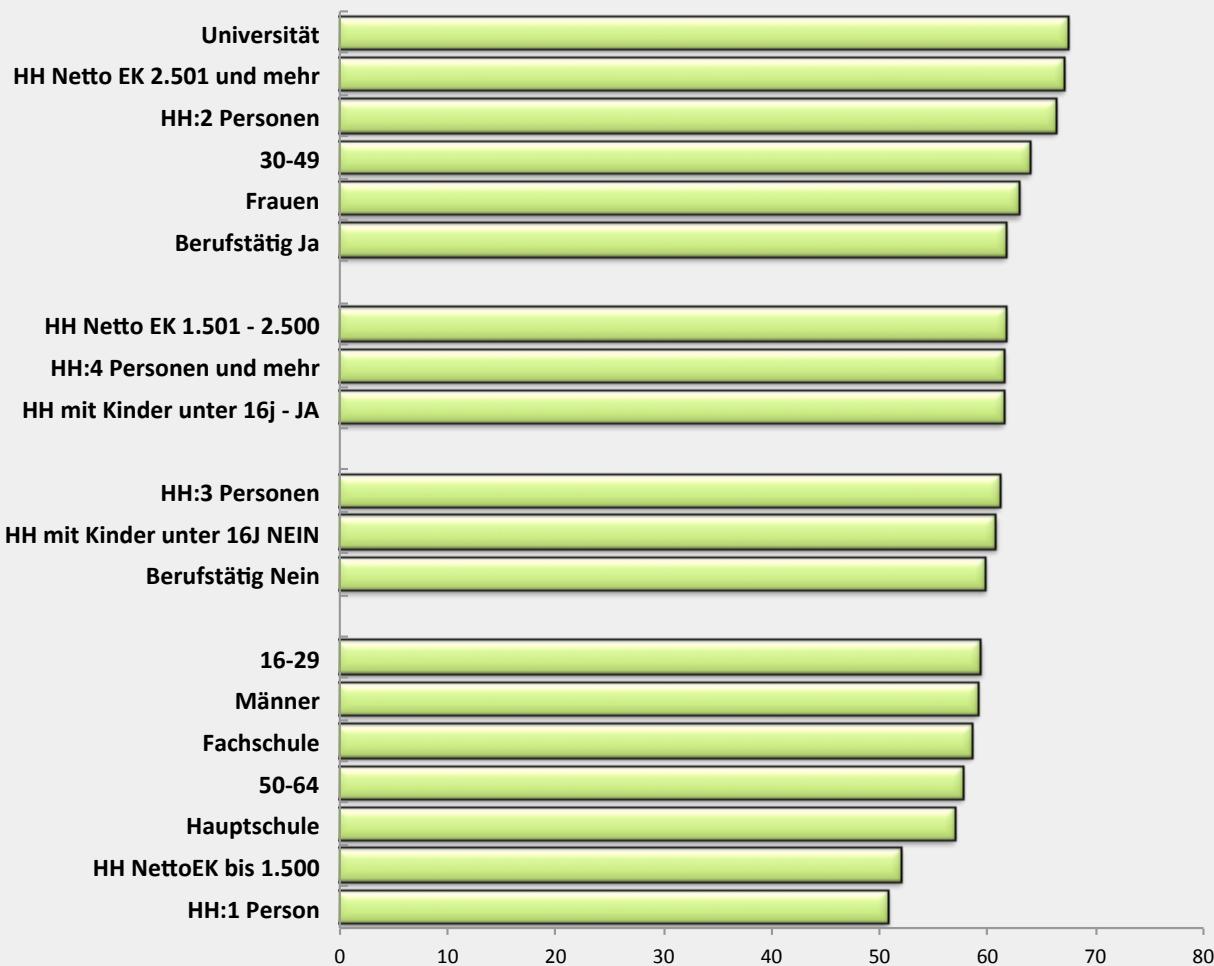


Quelle: tsebe, FeWo 2011

Methode: repräsentative online

Mehrthemenumfrage von  
1.000 Personen 16-64 Jahre in Deutschland

# Potenzial : *Ranking*



Urlaub in einer FeWo kommt mit dem höchsten Potenzial in Frage

- für berufstätige Frauen in 2-Pers.HH lebend mit hohem Bildungsniveau, hohem EK zwischen 30 und 49 in Frage

und

- für 4-Pers.HH + mit Kindern unter 16 Jahren und einem mittleren EK

Quelle: tsebe, FeWo 2011

Methode: repräsentative online

Mehrthemenumfrage von 1.000 Personen 16-64 Jahre in Deutschland

# Zielgruppen 2011



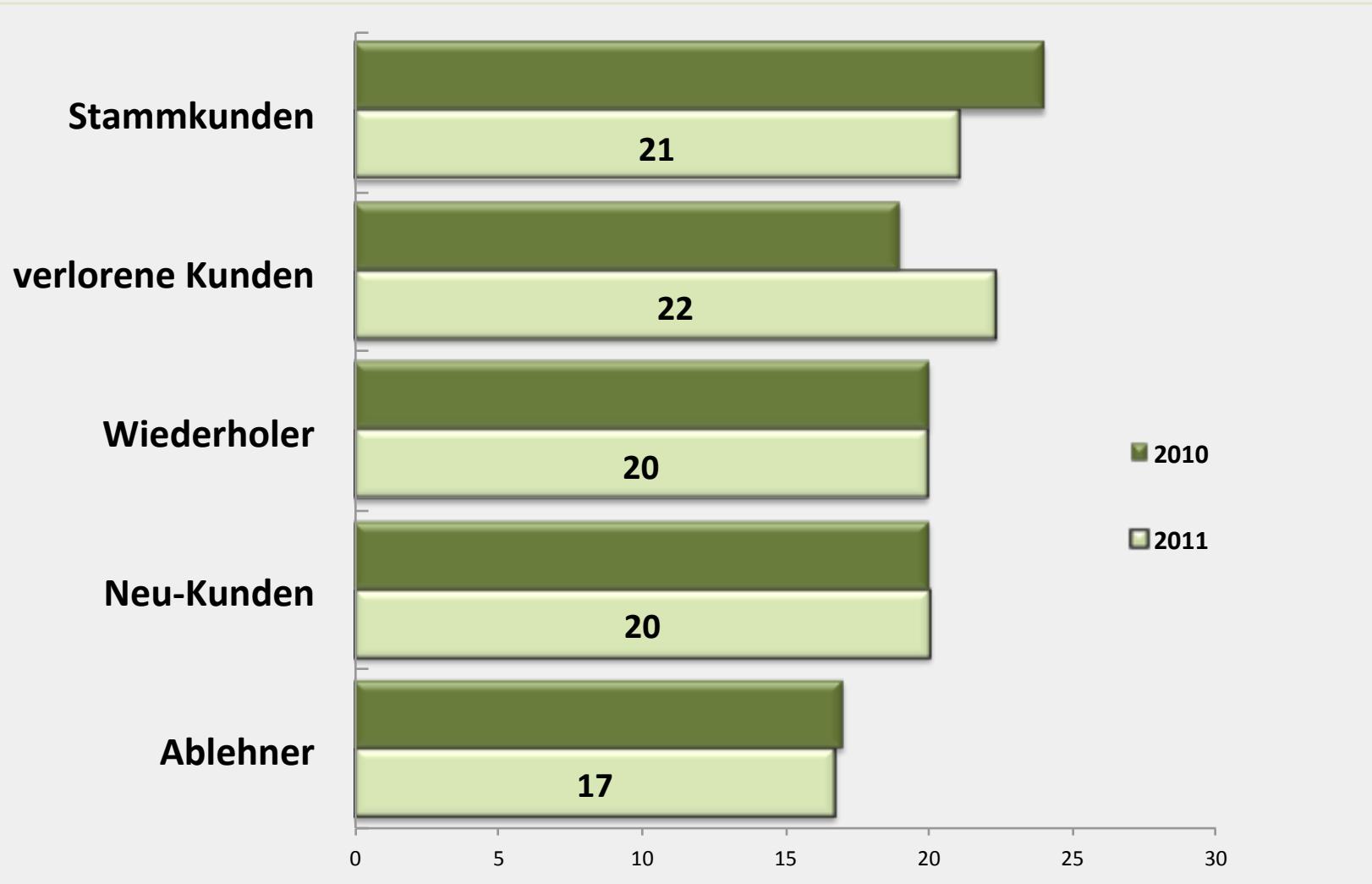
Quelle: tsebe, FeWo 2011

Methode: repräsentative online

Mehrthemenumfrage von

1.000 Personen 16-64 Jahre in Deutschland

# Zielgruppenvergleich 10/11



Quelle: tsebe, FeWo 2011

Methode: repräsentative online

Mehrthemenumfrage von

1.000 Personen 16-64 Jahre in Deutschland

# FeWo Zielgruppen: *Insight*

		2010	2011
<b>Stammkunden</b>		23,60%	21,00%
	... habe ich innerhalb der letzten 3 Jahre (2007, 2008 oder 2009/2010) gemacht	100,00%	100,00%
	... habe ich (auch) vor 2007/2008 gemacht	100,00%	100,00%
	... kann ich mir (auch) vorstellen innerhalb der nächsten 3 Jahre zu machen	100,00%	100,00%
	... kann ich mir (auch) vorstellen später also nach 2012/2013 zu machen	100,00%	100,00%
	<i>haben innerhalb der letzten 3 Jahre UND vor 2007/2008 UND in den nächsten 3 Jahren UND nach 2012/2013 angekreuzt</i>		
<b>Wiederholer</b>		19,90%	19,90%
	... habe ich innerhalb der letzten 3 Jahre (2007, 2008 oder 2009/2010) gemacht	46,50%	46,10%
	... habe ich (auch) vor 2007/2008 gemacht	66,30%	67,50%
	... kann ich mir (auch) vorstellen innerhalb der nächsten 3 Jahre zu machen	84,50%	<b>89,20%</b>
	... kann ich mir (auch) vorstellen später also nach 2012/2013 zu machen	60,30%	59,40%
	<i>haben innerhalb der letzten 3 Jahre ODER vor 2007/2008 UND GLEICHZEITIG in den nächsten 3 Jahren ODER nach 2012/2013 angekreuzt</i>		
<b>Neukunden</b>		20,00%	20,00%
	... kann ich mir (auch) vorstellen innerhalb der nächsten 3 Jahre zu machen	69,60%	70,00%
	... kann ich mir (auch) vorstellen später also nach 2012/2013 zu machen	54,50%	<b>46,90%</b>
	<i>noch nicht gemacht, aber in den nächsten 3 Jahren oder nach 2012/2013</i>		
<b>verlorene Kunden</b>		19,00%	22,30%
	... habe ich innerhalb der letzten 3 Jahre (2007, 2008 oder 2009/2010) gemacht	65,70%	58,60%
	... habe ich (auch) vor 2007/2008 gemacht	42,80%	46,60%
	<i>schon gemacht, aber nicht in den nächsten 3 Jahren und nach 2012.</i>		
<b>Ablehner</b>		17,40%	16,70%
	... habe ich noch nie gemacht und kann es mir auch für die Zukunft nicht vorstellen	100,00%	100,00%
	<i>noch nicht gemacht und auch in Zukunft nicht</i>		

Die Zielgruppen haben sich nur unwe sentlich (statistisch) Verändert.

Die Verteilung bleibt gleich, so dass die größte Gruppe die Stammkunden sind, wobei die Ablehner die kleinste Gruppe sind. Allerdings sind die Segmentgrößen mit kleinen Abweichung sehr ähnlich bei rund 20%.

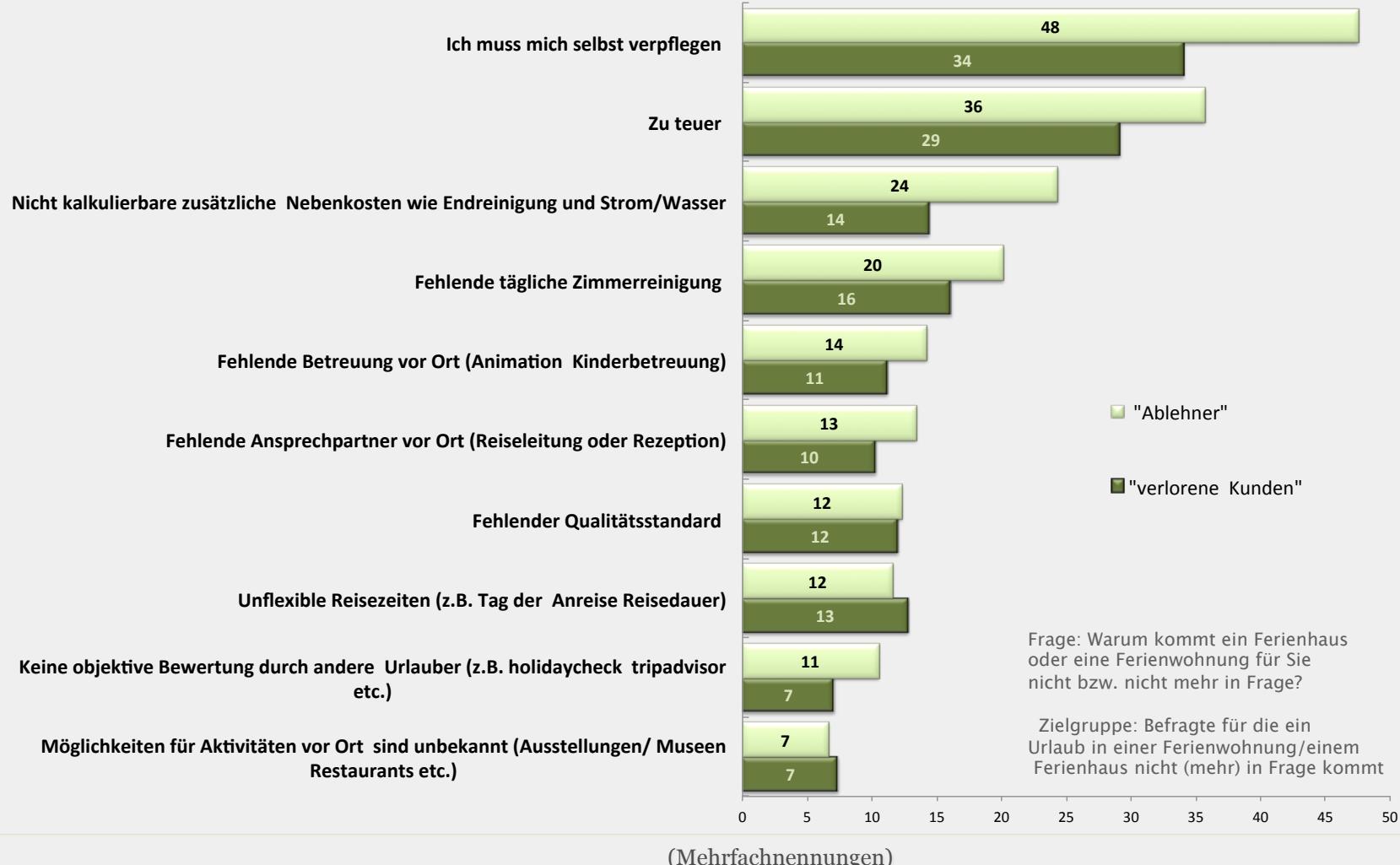
Quelle: tsebe, FeWo 2011

Methode: repräsentative online

Mehrthemenumfrage von 1.000 Personen 16-64 Jahre in Deutschland

# Gründe gegen FeWo Urlaub

Zielgruppe



Quelle: tsebe, FeWo 2011

Methode: repräsentative online

Mehrthemenumfrage von

1.000 Personen 16-64 Jahre in Deutschland

# Gründe gegen ....Insight

**Selbstverpflegung:** im Durchschnitt kommt ein Urlaub in einer FeWo für 40% der Bevölkerung von 16-64 Jahre nicht in Frage weil man sich selbst verpflegen muss:  
Besonders folgende Zielgruppen stört die Selbstverpflegung:

- Frauen: 43%
- 50-64 Jährige
- Hauptschüler: 43%
- EK-Gruppe 2.501€ und mehr: 46%
- 2-Personen HH: 47% und 3-Personen HH 45%
- Personen, die vor 2008 einen Urlaub in einer FeWo gemacht haben: 50%

**Zu Teuer:** im Durchschnitt kommt ein Urlaub in einer FeWo für 32% der Bevölkerung von 16-64 Jahre nicht in Frage weil er zu teuer ist:

Besonders für folgende Zielgruppen sind die Kosten ein Argument:

- Untere EK-Gruppe 1.501 – 2.500 €: 41%
- Personen, die nicht berufstätig sind: 40%
- HH mit Kindern unter 16 Jahren: 36%

**Nicht kalkulierbare zusätzliche NK...:** im Durchschnitt kommt ein Urlaub in einer FeWo für 19% der Bevölkerung von 16-64 Jahre nicht in Frage wegen nicht kalkulierbarer Nebenkosten:

Besonders für folgende Zielgruppen ist das ein Argument gegen FeWo:

- HH-Gruppen mit einem EK bis 1.500 €: 23%
- Personen, die nicht berufstätig sind: 22%
- 1-Personen HH: 28%

Quelle: tsebe, FeWo 2011

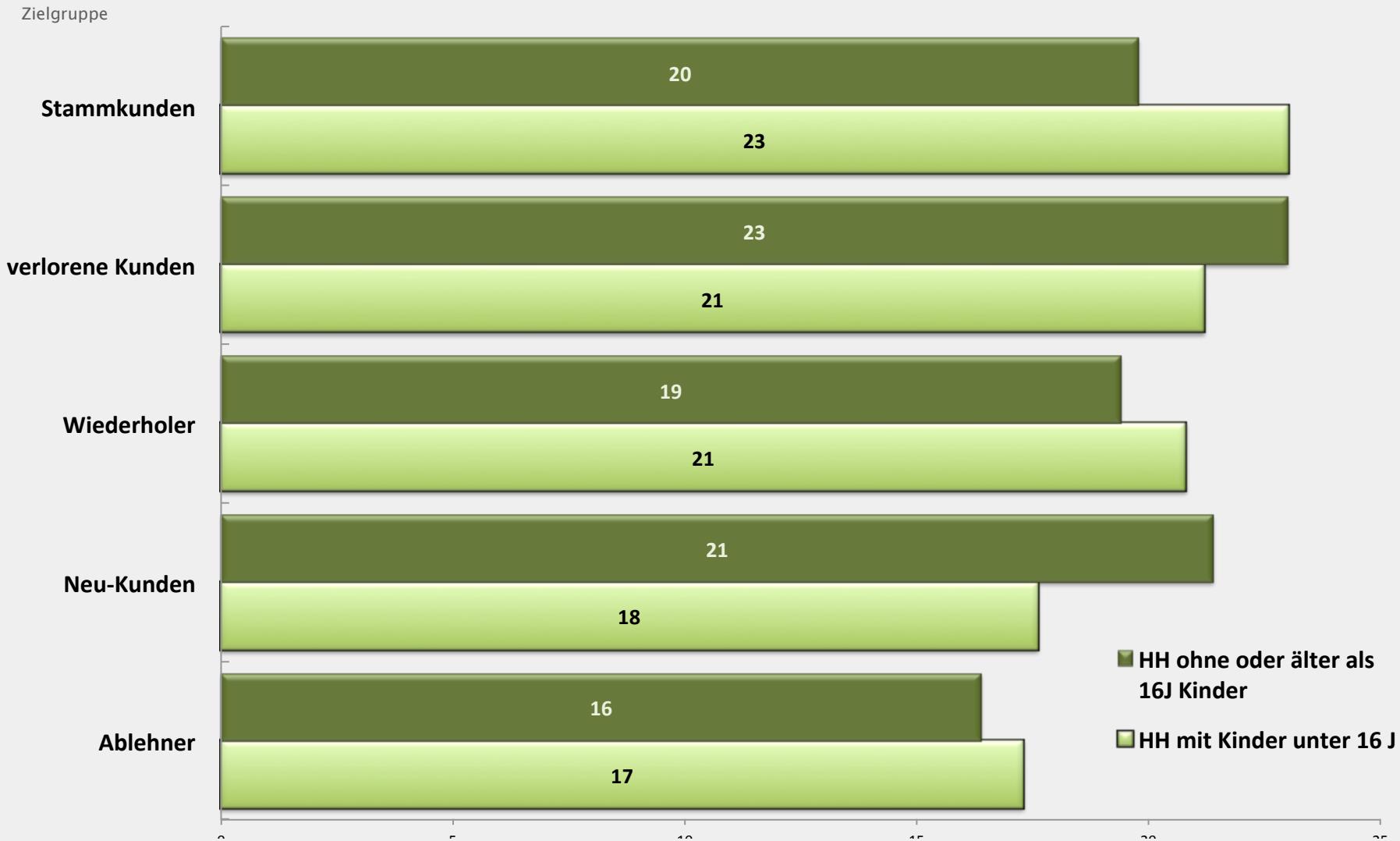
Methode: repräsentative online

Mehrthemenumfrage von

1.000 Personen 16-64 Jahre in Deutschland

# 2. Kinder und FeWo Urlaub

# FeWo: Kinder unter 16 Jahre spielen eine Rolle

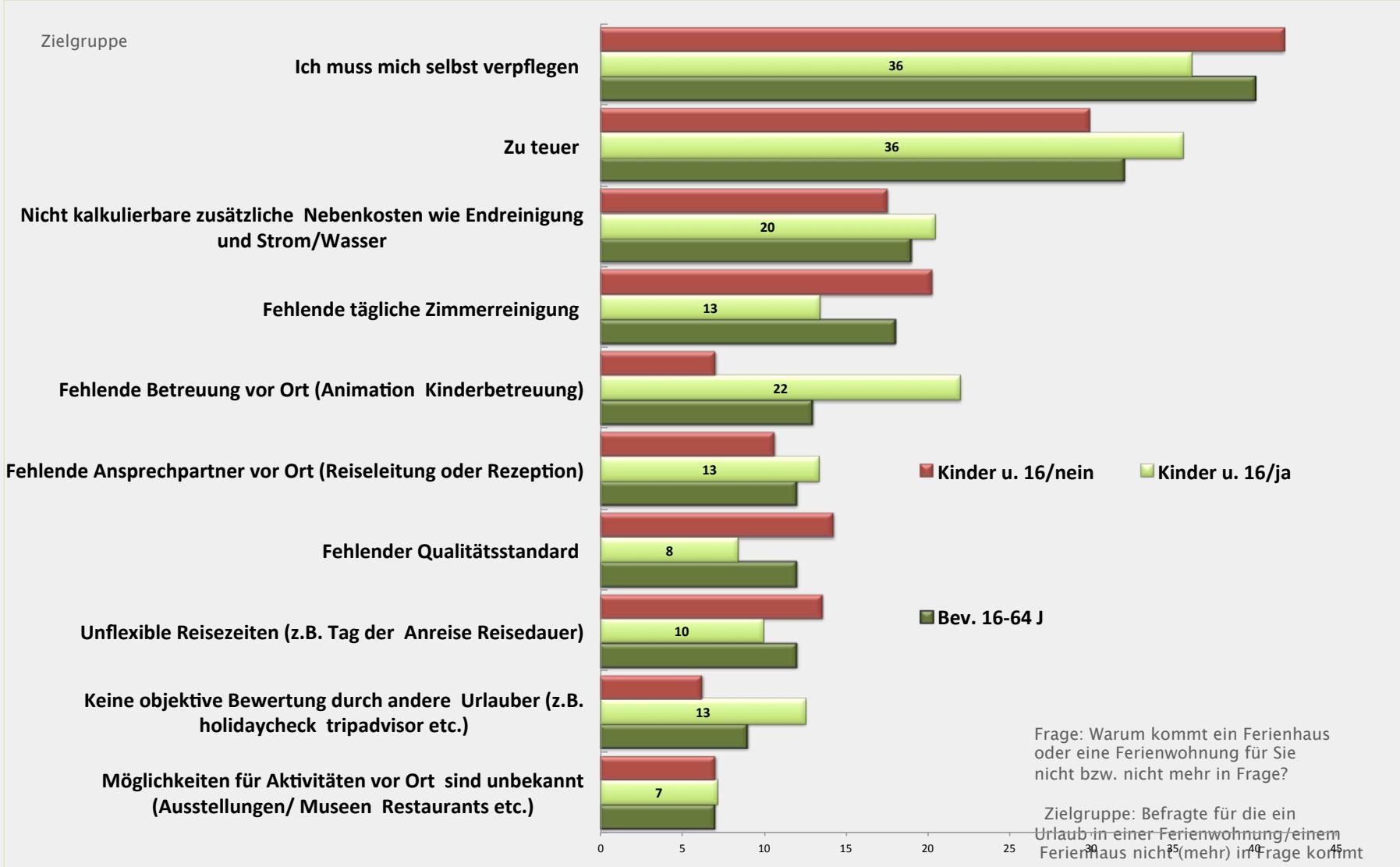


Quelle: tsebe, FeWo 2011

Methode: repräsentative online

Mehrthemenumfrage von  
1.000 Personen 16-64 Jahre in Deutschland

# Gründe gegen...Kinder unter 16J im HH

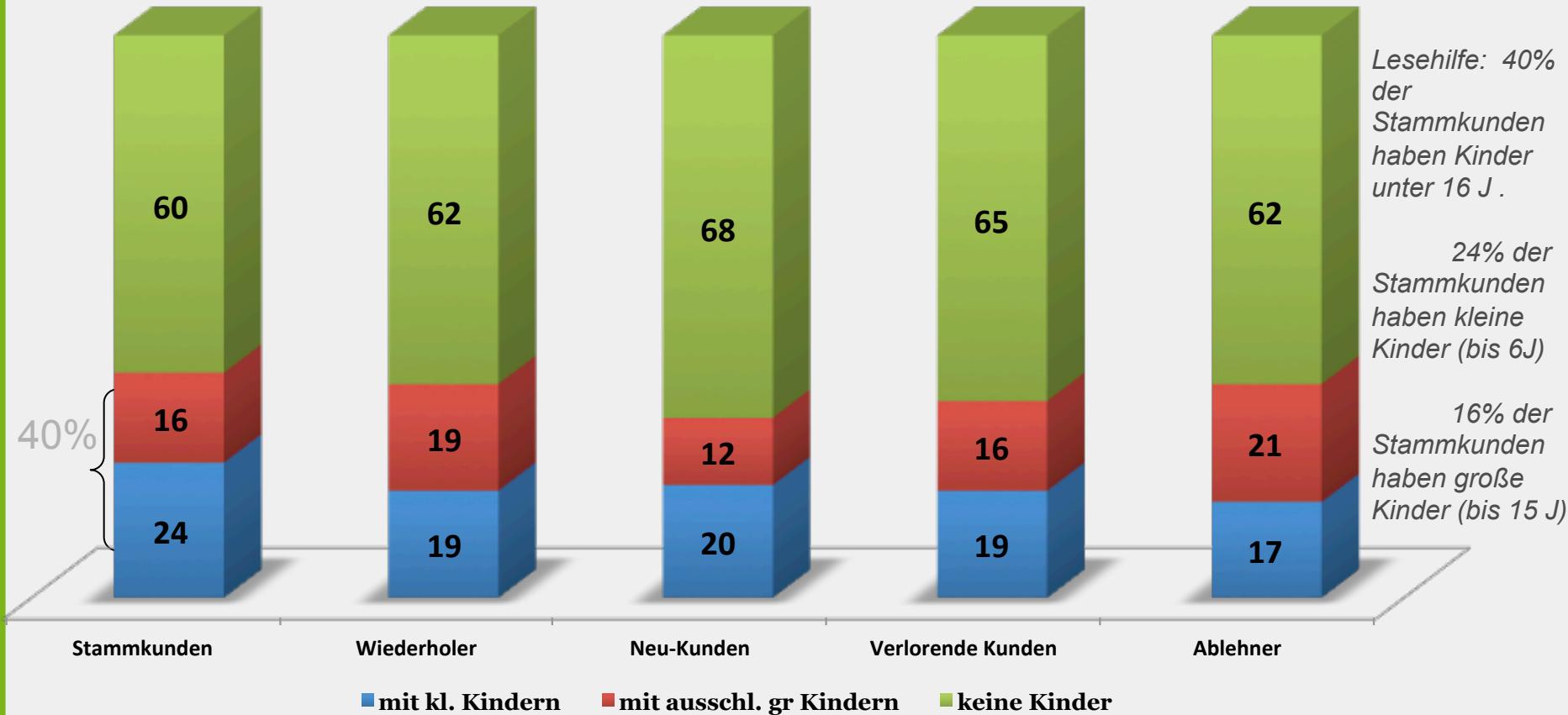


Quelle: tsebe, FeWo 2011

Methode: repräsentative online

Mehrthemenumfrage von 1.000 Personen 16-64 Jahre in Deutschland

# Soziodemographische Merkmale der Kundensegmente/*Kinder i. HH*



Quelle: tsebe, FeWo 2011

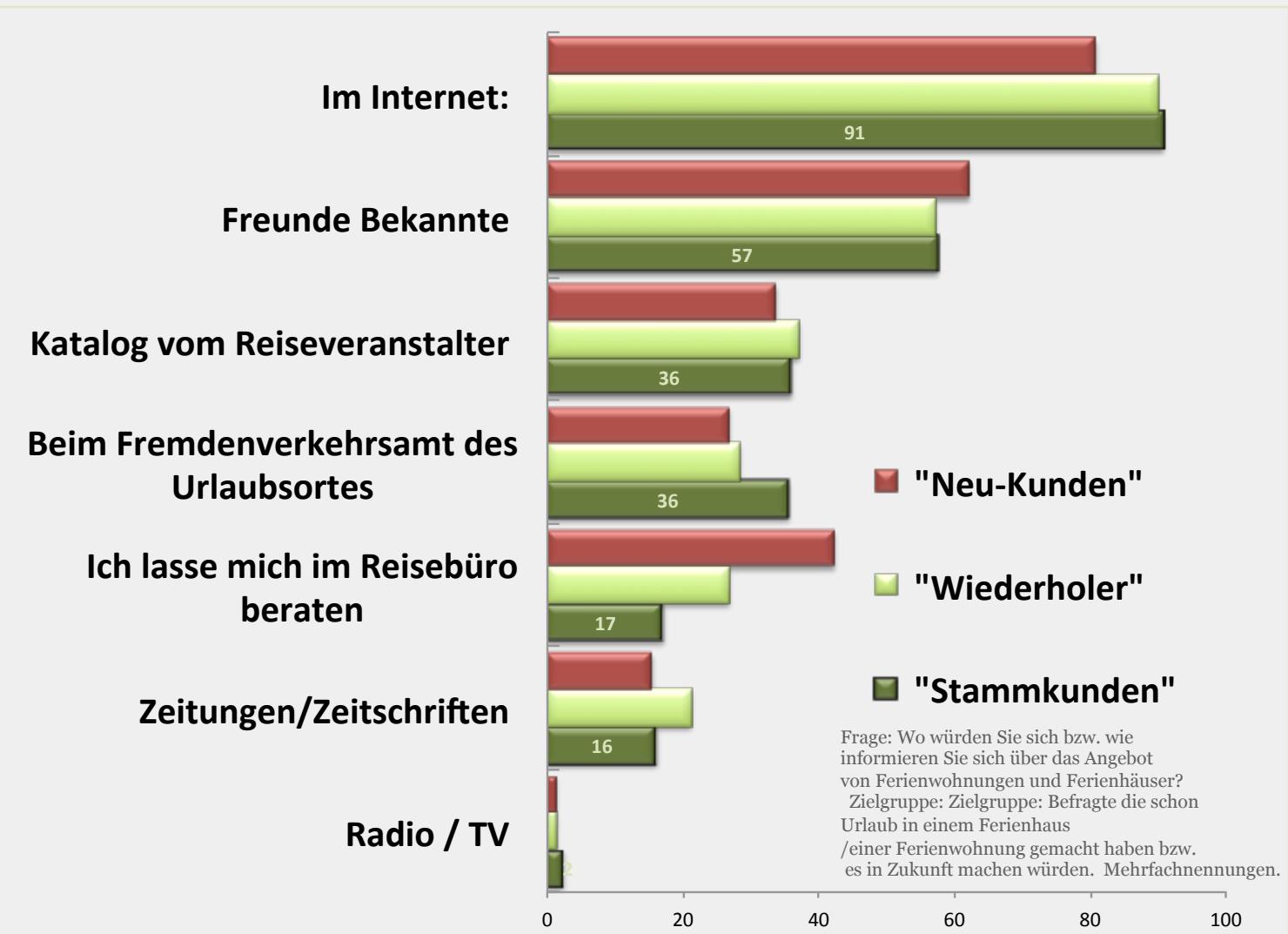
Methode: repräsentative online

Mehrthemenumfrage von 1.000 Personen 16-64 Jahre in Deutschland

# 3. Informationsquellen

# Infoquellen: Netz und Freunde

Zielgruppe



Quelle: tsebe, FeWo 2011

Methode: repräsentative online

Mehrthemenumfrage von  
1.000 Personen 16-64 Jahre in Deutschland

(Mehrfachnennungen)

# im Internet ... WO?:

Zielgruppe

Im Internet:

Auf der Website der Gemeinde/Region

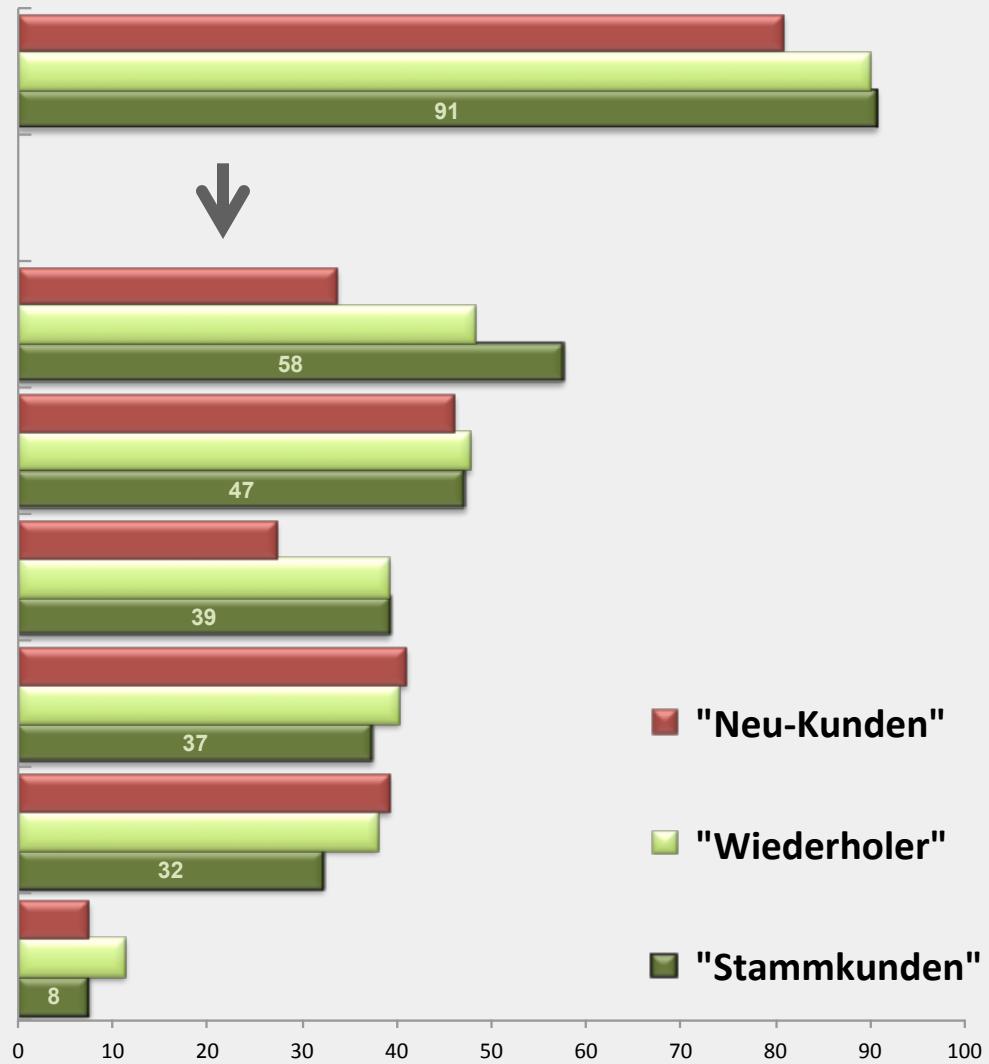
Bei einem Reiseveranstalter der alles  
(auch Ferienhäuser) anbietet

Bei einem Ferienhausspezialisten

Bei einem Online-Reisebüro (z.B. expedia  
opodo)

Bei einem Bewertungsportal z.B.  
Holidaycheck

Blog Communities



Quelle: tsebe, FeWo 2011

Methode: repräsentative online

Mehrthemenumfrage von  
1.000 Personen 16-64 Jahre in Deutschland

(Mehrfachnennungen)

# InfoQuellen *Insight on/off:*

Sozio-Auswertung

Online

**Im Internet:** im Durchschnitt informieren sich 83% der Bevölkerung von 16-64 Jahre über einen Urlaub zum Thema FeWo Online.  
Besonders folgende Zielgruppen sind Online:

- Männer: 87%
- Hohes Bildungsneveau (Abitur+): 86%
- ..in den nächsten 3 Jahren ....: 89%
- ...auch nach 2013 ....88%

Offline

**Freunde/Bekannte:** im Durchschnitt informieren sich für 54% der Bevölkerung von 16-64 Jahre ein Urlaub zum Thema FeWo über Freunde und Bekannte:  
Besonders für folgende Zielgruppen sind Freunde/Bekannte wichtig:  
Besonders für folgende Zielgruppen sind die Kosten ein Argument:

- Altersgruppe 16-29 J: 61%
- 1-Personen HH: 63%

**Katalog/Reiseveranstalter:** im Durchschnitt informieren sich 30% der Bevölkerung von 16-64 Jahre ein Urlaub zum Thema FeWo über den Katalog des Reiseveranstalters.  
Besonders folgende Zielgruppen :

- Altersgruppe 50-64 J: 36%
- EK-Gruppe 1.501 – 2.500 €
- Interessenten für einen FeWo Urlaub in den nächsten 3 Jahren und nach 2013 : 36%

Quelle: tsebe, FeWo 2011

Methode: repräsentative online

Mehrthemenumfrage von  
1.000 Personen 16-64 Jahre in Deutschland

# InfoQuellen *Insight online*

## Sozio-Auswertung

	Geschlecht	Altersgruppen (Jahre)			Schulbildung			HaushaltsnettoEK (EURO)			Berufstä tig	Kinder unter 16 J	Haushaltsgröße							
		16-29	30-49	50-64	Hau pt	Real/ Fach	Abi/ Uni	bis 1500	1.501- 2500	2501 +			ja	nein	ja	nein	1 P	2P	3P	4P +
Bev. 16-64 J.	Frau Mann																			
Bei einem Reiseveranstalter der alles (auch Ferienhäuser) anbietet	43	44	42	44	41	44	41	42	45	37	43	46	43	42	45	42	41	45	43	41
Bei einem Online-Reisebüro (z.B. expedia opodo)	35	35	36	37	37	31	33	35	38	36	30	39	37	31	35	35	32	36	35	37
Bei einem Bewertungsportal z.B. Holidaycheck	33	31	34	41	33	24	26	35	36	33	27	36	34	31	30	34	38	31	35	30
Auf der Website der Gemeinde/Region	41	45	36	33	40	49	36	42	44	40	42	41	40	41	42	40	42	42	42	39
Bei einem Ferienhausspezialisten	30	33	27	22	32	34	29	29	32	22	27	37	31	28	29	31	29	32	29	30
Blog Communities	8	10	6	12	7	6	8	8	8	13	6	7	7	10	8	8	11	7	7	8

Quelle: tsebe, FeWo 2011

Methode: repräsentative online

Mehrthemenumfrage von

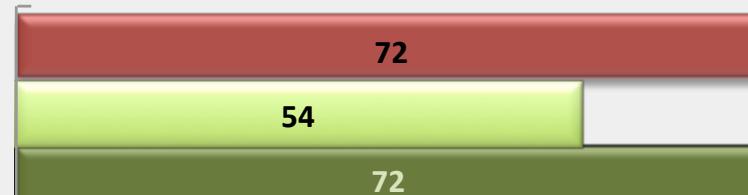
1.000 Personen 16-64 Jahre in Deutschland

# 4. Buchungsstellen

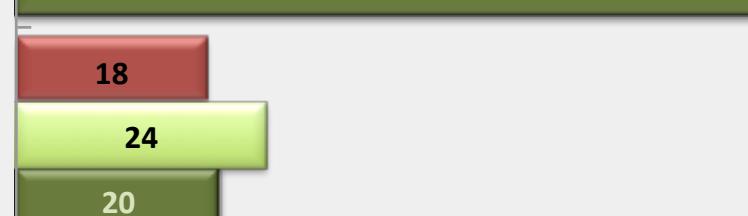
# Gebucht wird online

Zielgruppe

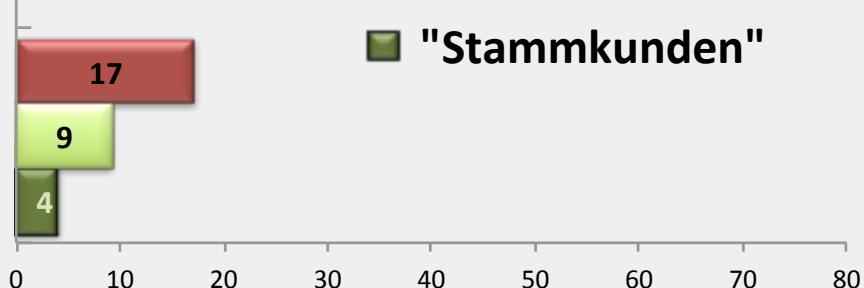
**Im Internet (online)**



**Nicht im Internet (offline)**



**Bei meinem Reisebüro um die Ecke**



Frage: Wo haben bzw. würden Sie Ihre Ferienwohnung oder Ihr Ferienhaus buchen?

Zielgruppe: Zielgruppe: Befragte die schon Urlaub in einem Ferienhaus/einer Ferienwohnung gemacht haben bzw. es in Zukunft machen würden. Mehrfachnennungen.

Quelle: tsebe, FeWo 2011

Methode: repräsentative online

Mehrthemenumfrage von  
1.000 Personen 16-64 Jahre in Deutschland

# Online beim Eigentümer oder Veranstalter

Zielgruppe

**Im Internet (online)**

**Beim Eigentümer des Objektes**

**Bei einem Reiseveranstalter der alles (auch Ferienhäuser) anbietet**

**Bei einem Ferienhausvermittler der selbst nicht Veranstalter ist**

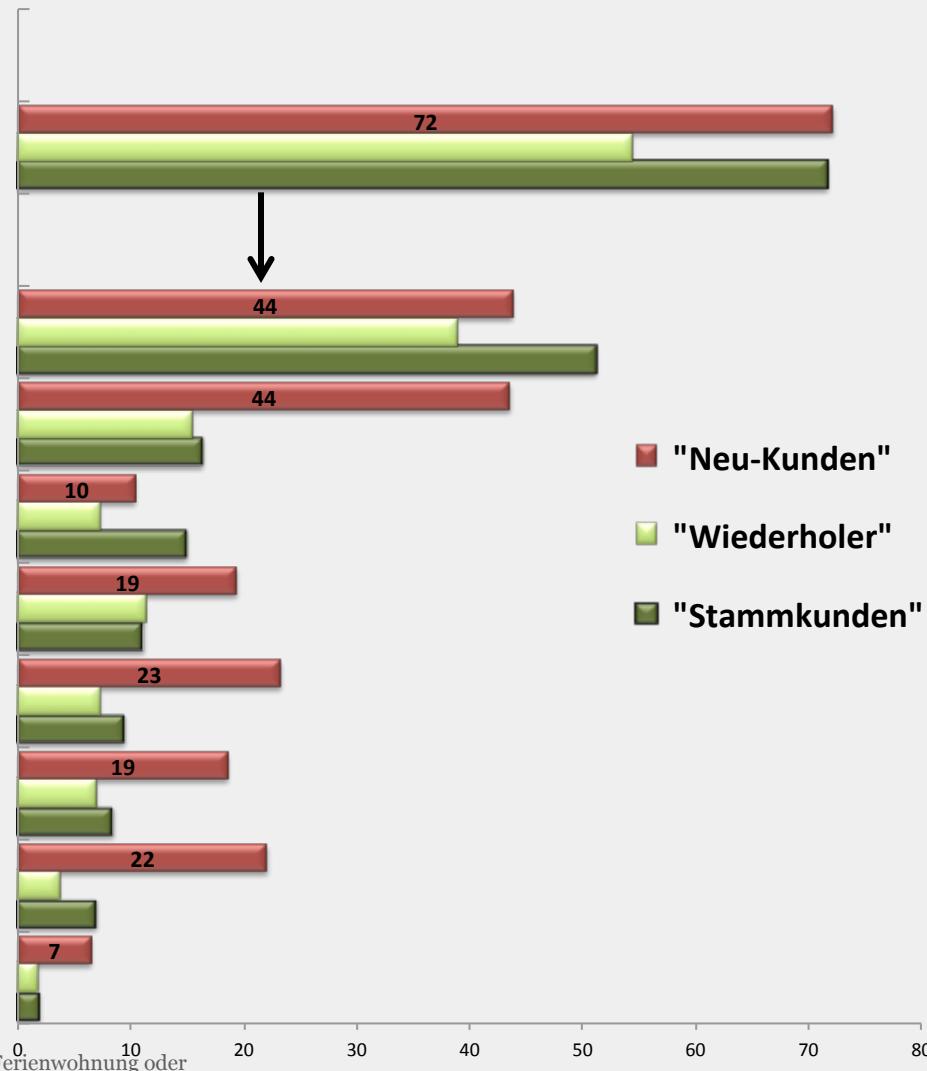
**Bei einem Ferienhaus/FeWoSpezialisten der selbst Veranstalter ist**

**Bei einem Ferienhausportal das mehrere Veranstalter anbietet**

**Auf der Website der Gemeinde/Region**

**Bei einem Online-Reisebüro (z.B. expedia opodo)**

**Bei einem Bewertungsportal**



Frage: Wo haben bzw. würden Sie Ihre Ferienwohnung oder Ihr Ferienhaus buchen?

Zielgruppe: Zielgruppe: Befragte die schon Urlaub in einem Ferienhaus/einer Ferienwohnung gemacht haben bzw. es in Zukunft machen würden. Mehrfachnennungen.

Quelle: tsebe, FeWo 2011

Methode: repräsentative online

Mehrthemenumfrage von 1.000 Personen 16-64 Jahre in Deutschland

# Buchungsstellen *Insight*:

Sozio-Auswertung

		Geschlecht		Altersgruppen (Jahre)			Schulbildung			HaushaltsnettoEK (EURO)				Berufstätig		Kinder unter 16 J		Haushaltsgröße			
		Bev. 16-64 J	Frauen	Männer	16-29	30-49	50-64	Haupt	Real/Fach	Abi/Uni	bis 1500	1.501- 2500	2501 +	ja	nein	ja	nein	1 P	2P	3P	4P +
	Im Internet (online)	63	64	61	69	64	54	58	65	65	57	59	69	63	62	69	59	54	60	68	66
Nicht im Internet (offline)	20	20	20	24	17	20	18	23	19	21	22	17	20	19	16	22	21	22	18	17	
Bei einem Reiseveranstalter der alles (auch Ferienhäuser) anbietet	23	20	25	29	20	22	26	20	23	29	24	18	21	26	21	24	25	23	24	21	
Bei einem Ferienhausportal das mehrere Veranstalter anbietet	11	12	9	13	10	9	10	9	12	13	11	9	9	13	12	10	8	12	11	10	
Bei einem Ferienhaus/ FeWoSpezialisten der selbst Veranstalter ist	11	10	11	11	12	9	10	11	11	10	10	12	11	10	11	11	9	12	11	11	
Bei einem Ferienhausvermittler der selbst nicht Veranstalter ist	9	9	9	9	9	8	8	8	8	11	6	7	12	10	7	9	9	6	11	7	11
Bei einem Online-Reisebüro (z.B. expedia opodo)	9	9	8	12	8	6	9	9	8	9	9	8	8	10	6	10	6	12	6	7	7
Beim Eigentümer des Objektes	39	40	38	27	42	46	35	34	47	34	41	41	40	37	41	38	37	37	38	43	
Bei einem Bewertungsportal	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	4	3	2	1	3	1	5	2	1	
Auf der Website der Gemeinde/Region	9	11	7	7	10	10	9	11	9	9	8	10	10	8	9	9	10	11	8	8	8
Bei meinem Reisebüro um die Ecke	9	8	9	8	9	9	13	9	5	10	10	7	8	10	7	9	8	11	8	7	

Quelle: tsebe, FeWo 2011

Methode: repräsentative online

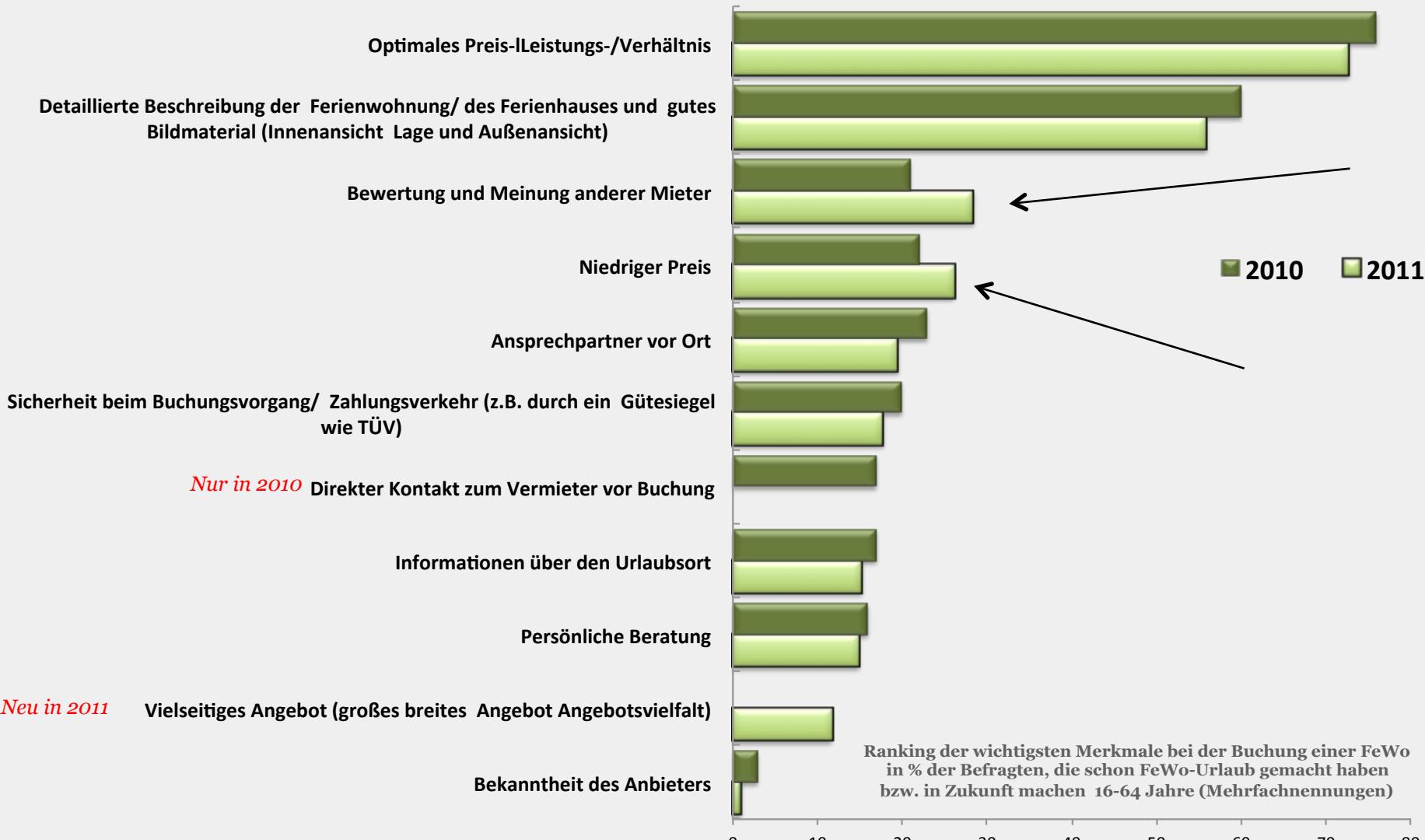
Mehrthemenumfrage von

1.000 Personen 16-64 Jahre in Deutschland

# 6. Was ist wichtig bei der Buchung?

# Bewertungen werden immer wichtiger

Bevölkerung 16–64 Jahre in Deutschland



Quelle: tsebe, FeWo 2011

Methode: repräsentative online

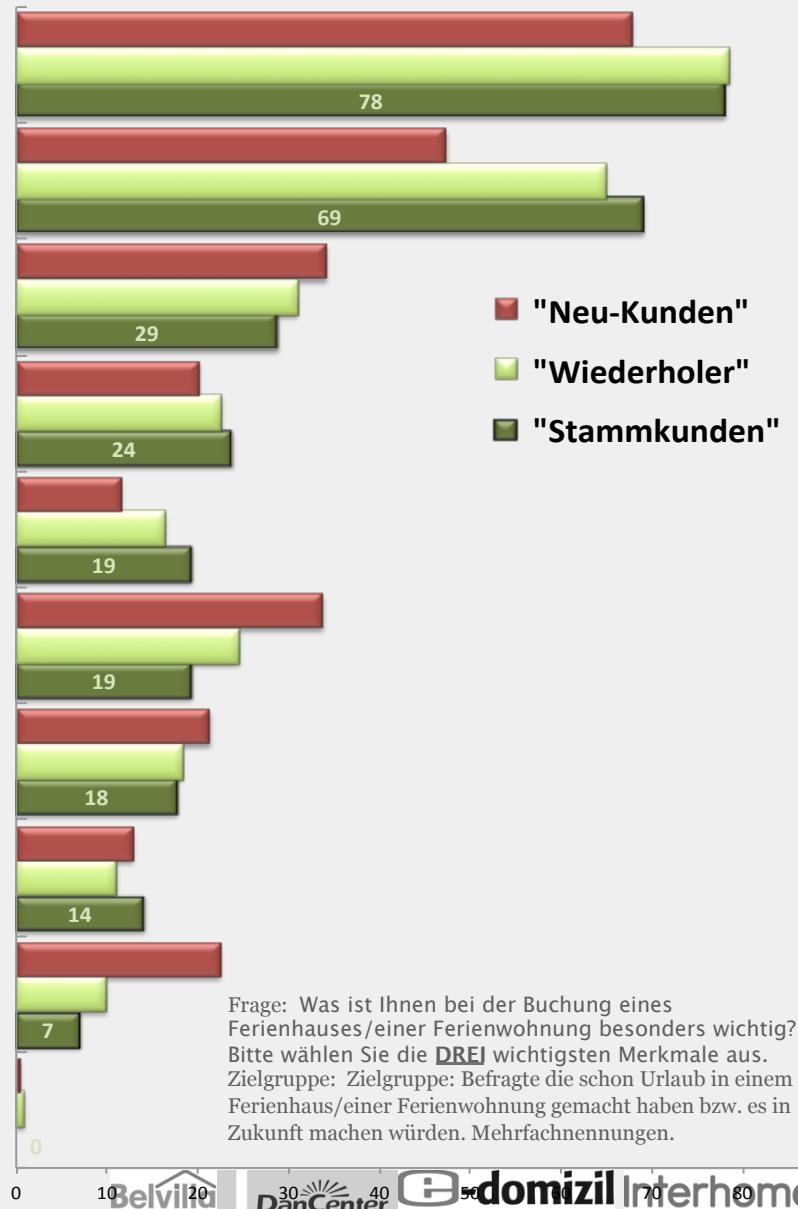
Mehrthemenumfrage von

1.000 Personen 16–64 Jahre in Deutschland

# Wichtig bei der Buchung ist...

Zielgruppe

- Optimales Preis-ILeistungs-/Verhältnis**
- Detaillierte Beschreibung der Ferienwohnung/ des Ferienhauses und gutes Bildmaterial (Innenansicht Lage)**
- Bewertung und Meinung anderer Mieter**
- Ansprechpartner vor Ort**
- Informationen über den Urlaubsort (Sportmöglichkeiten Kultur etc.)**
- Niedriger Preis**
- Sicherheit beim Buchungsvorgang/ Zahlungsverkehr (z.B. durch ein Gütesiegel wie TÜV)**
- Vielseitiges Angebot (großes breites Angebot Angebotsvielfalt)**
- Persönliche Beratung**
- Bekanntheit des Anbieters**



Quelle: tsebe, FeWo 2011

Methode: repräsentative online

Mehrthemenumfrage von

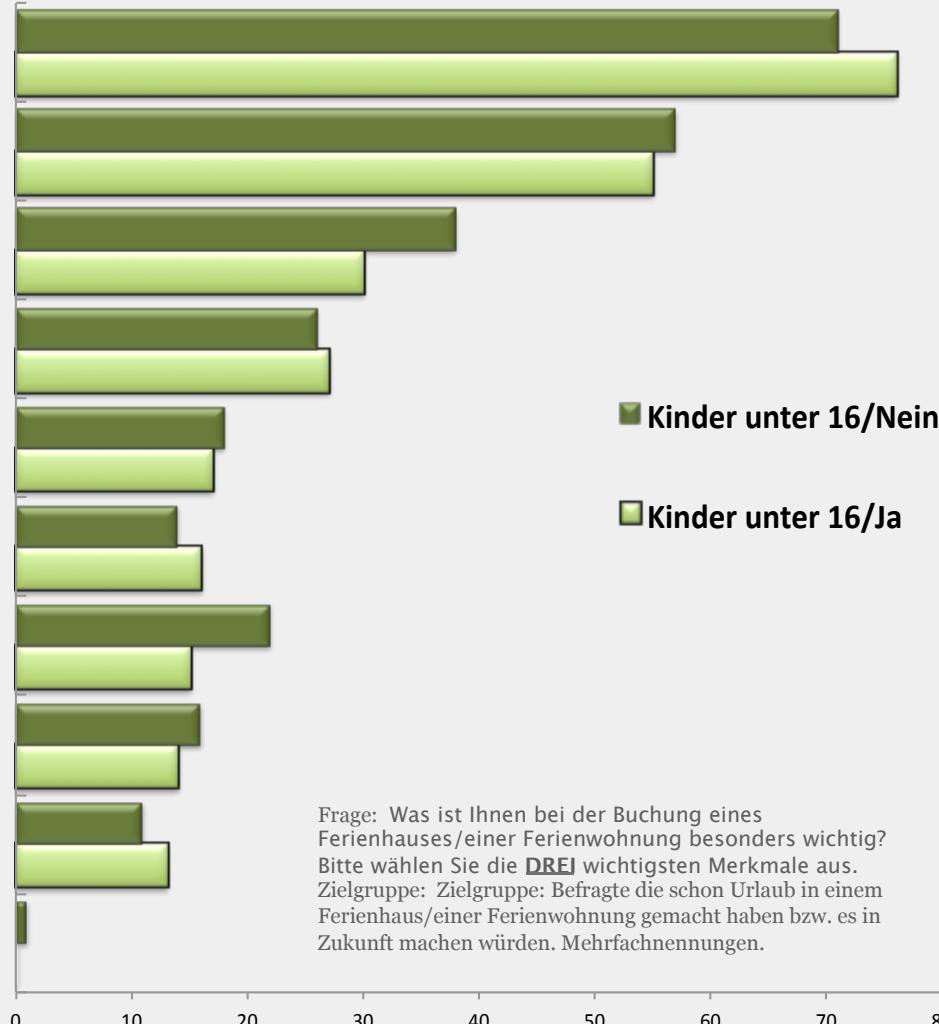
1.000 Personen 16-64 Jahre in Deutschland

# Deutliche Unterschiede mit/ohne Kinder

HH mit/ohne Kinder unter 16 Jahre

(unter 16 Jahre)

- Optimales Preis-/Leistungs-/Verhältnis**
- Detaillierte Beschreibung der Ferienwohnung/ des Ferienhauses und gutes Bildmaterial (Innenansicht Lage und Außenansicht)**
- Bewertung und Meinung anderer Mieter**
- Niedriger Preis**
- Sicherheit beim Buchungsvorgang/ Zahlungsverkehr (z.B. durch ein Gütesiegel wie TÜV)**
- Persönliche Beratung**
- Ansprechpartner vor Ort**
- Informationen über den Urlaubsort**
- Vielseitiges Angebot (großes breites Angebot Angebotsvielfalt)**
- Bekanntheit des Anbieters**



Quelle: tsebe, FeWo 2011

Methode: repräsentative online

Mehrthemenumfrage von

1.000 Personen 16-64 Jahre in Deutschland

7.

Was ist wichtig beim Objekt?

# Mehr Luxus, mehr Familie und Medien weniger Extras in 2011

Bevölkerung 16–64 Jahre in Deutschland



Quelle: tsebe, FeWo 2011

Methode: repräsentative online

Mehrthemenumfrage von

1.000 Personen 16–64 Jahre in Deutschland

# Lage und Ausstattung entscheiden

Zielgruppen

**Solide Grundausstattung (gute Matratzen ausreichend Geschirr etc.)**

**Gute Lage**

**Die Wohnung/das Haus ist gut für meinen Aufenthalt vorbereitet (z.B. Mülltüten vorhanden gründlich gereinigt etc.)**

**Familientauglichkeit (z.B. für Kinder: Spielgeräte im Garten)**

**Möglichkeiten für Aktivitäten vor Ort (Sport Kultur Einkaufen/ Shopping)**

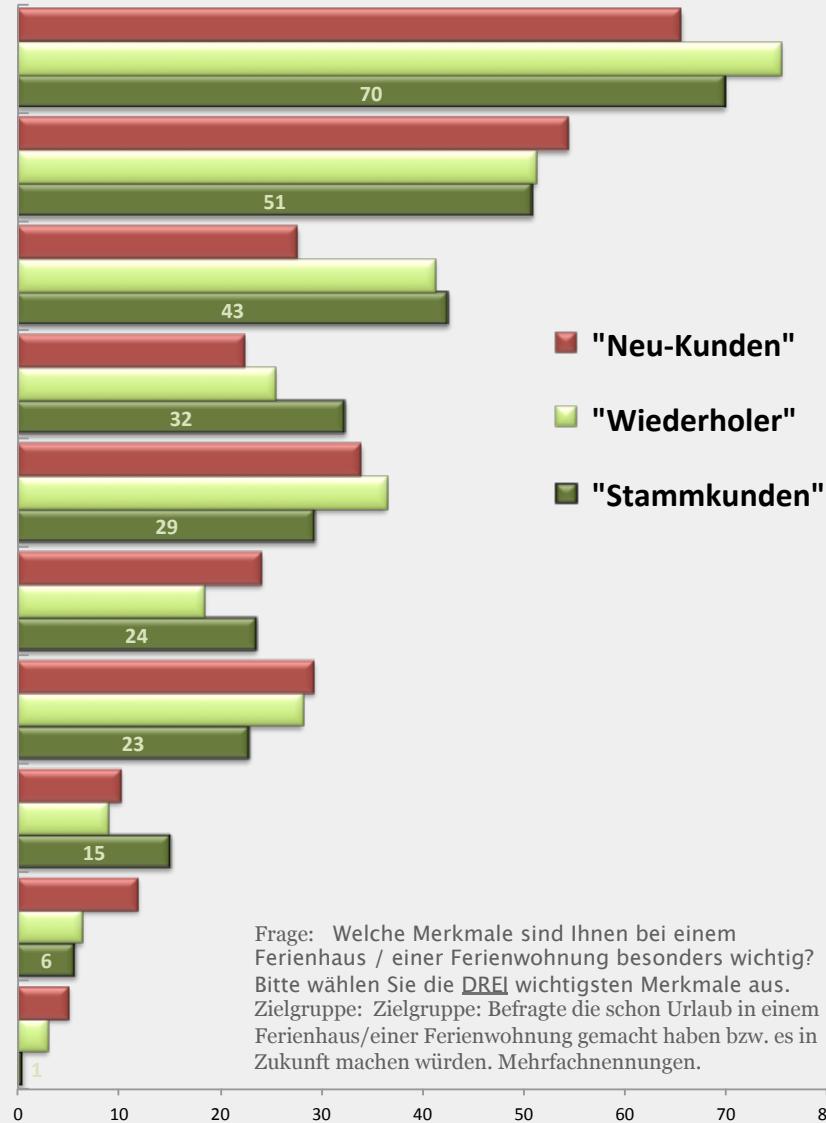
**Extraausstattung (Waschmaschine Klimaanlage Spülmaschine etc.)**

**Medien/Kommunikation (TV mit deutschem Programm Internet/W-Lan)**

**Haustier erlaubt/ für Haustiere geeignet (z.B. eingezäunter Garten)**

**Luxusausstattung (eigener Swimmingpool eigene Sauna Whirlpool Kamin besonderes Ambiente)**

**Sternekategorien (zur Orientierung ähnlich wie bei Hotels)**



Quelle: tsebe, FeWo 2011

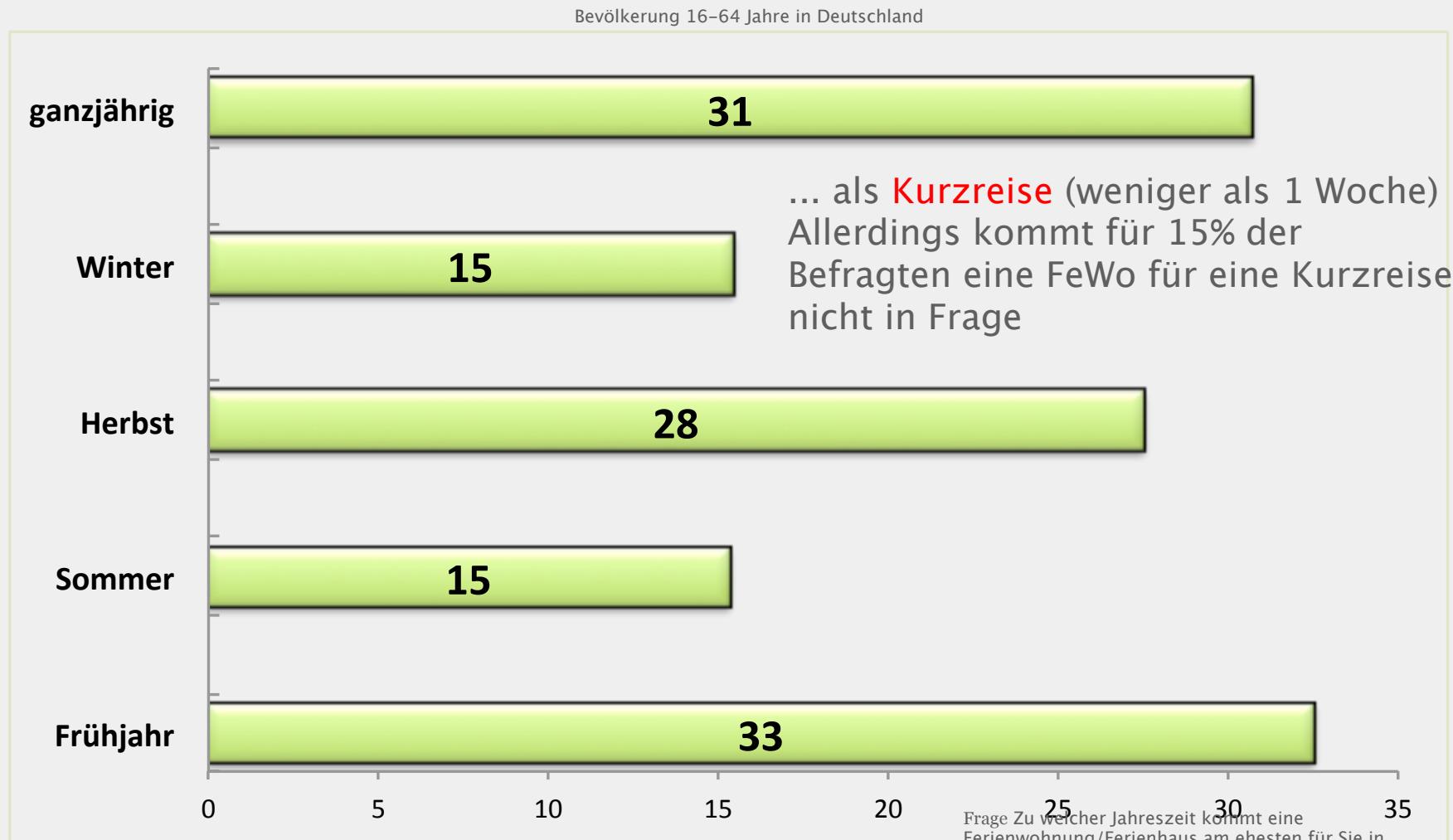
Methode: repräsentative online

Mehrthemenumfrage von 1.000 Personen 16-64 Jahre in Deutschland

8.

# Welche Jahreszeit – welche Reise-Art in der FeWo?

# Zu welcher Jahreszeit *kurz* in die FeWo?



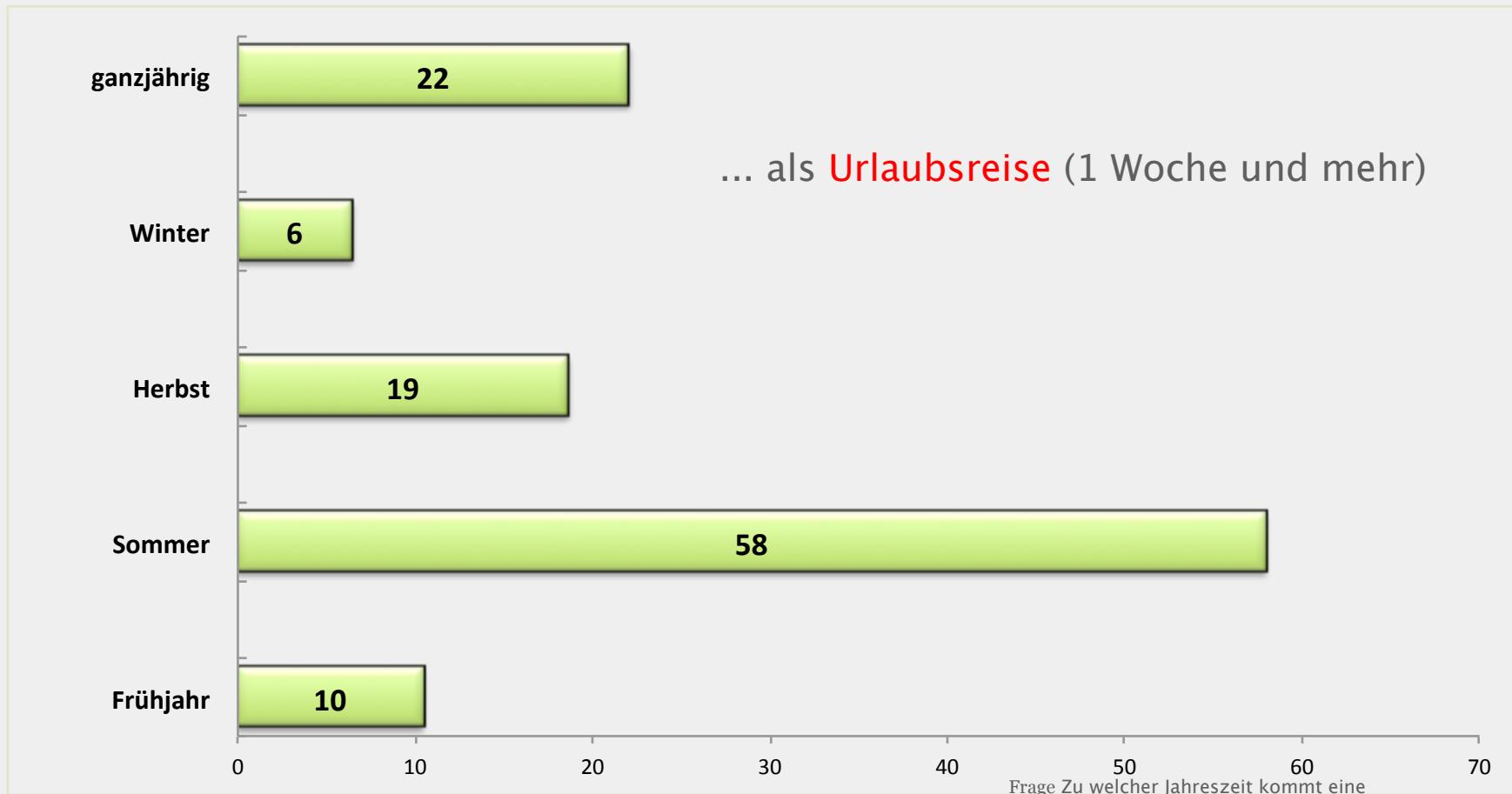
Quelle: tsebe, FeWo 2011

Methode: repräsentative online

Mehrthemenumfrage von  
1.000 Personen 16–64 Jahre in Deutschland

# FeWo- Urlaub gefällt im Sommer!

Bevölkerung 16–64 Jahre in Deutschland



Quelle: tsebe, FeWo 2011

Methode: repräsentative online

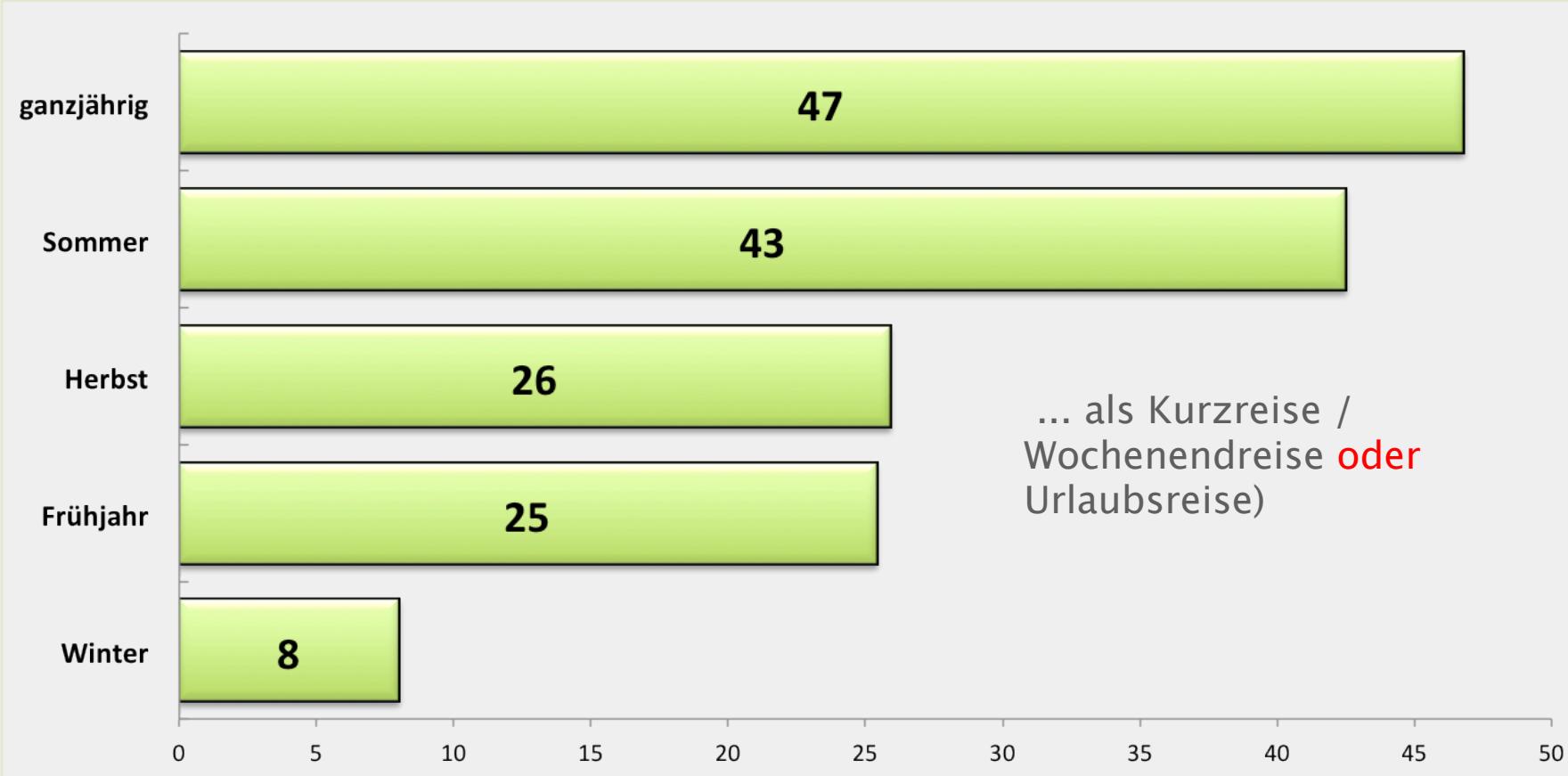
Mehrthemenumfrage von  
1.000 Personen 16–64 Jahre in Deutschland

Frage Zu welcher Jahreszeit kommt eine  
Ferienwohnung/Ferienhaus am ehesten für Sie in  
Frage?

Zielgruppe: Befragte die schon Urlaub in einem  
Ferienhaus/einer Ferienwohnung gemacht haben bzw. es in  
Zukunft machen würden. Mehrfachnennungen.

# FeWo- Urlaub kommt ganzjährig in Frage

Bevölkerung 16–64 Jahre in Deutschland



Quelle: tsebe, FeWo 2011

Methode: repräsentative online

Mehrthemenumfrage von  
1.000 Personen 16–64 Jahre in Deutschland

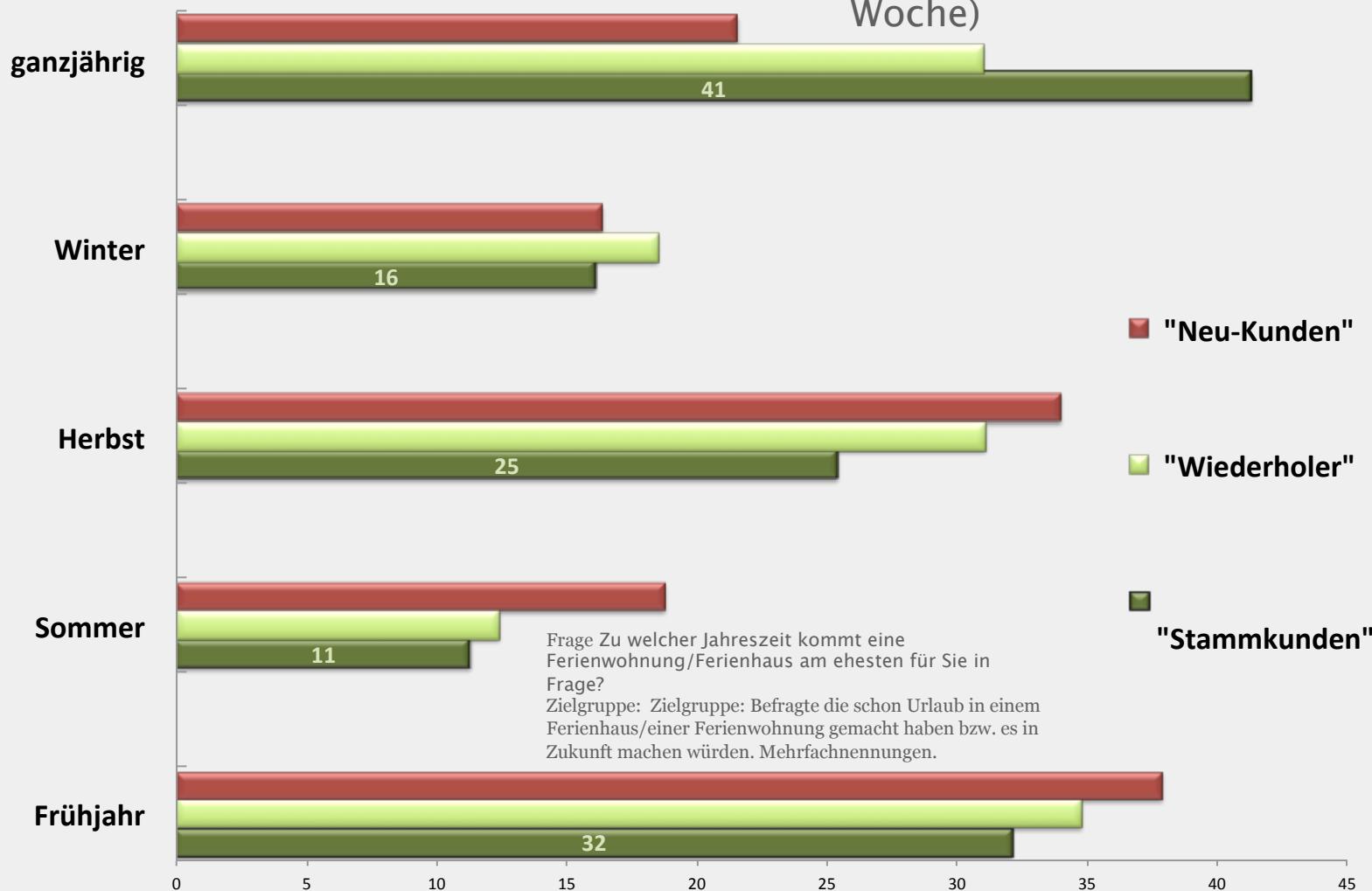
Frage Zu welcher Jahreszeit kommt eine  
Ferienwohnung/Ferienhaus am ehesten für Sie in  
Frage?

Zielgruppe: Befragte die schon Urlaub in einem  
Ferienhaus/einer Ferienwohnung gemacht haben bzw. es in  
Zukunft machen würden. Mehrfachnennungen.

# ZG haben unterschiedliche Präferenzen

Zielgruppen

... als **Kurzreise/**  
Wochenende (weniger 1  
Woche)



Quelle: tsebe, FeWo 2011

Methode: repräsentative online

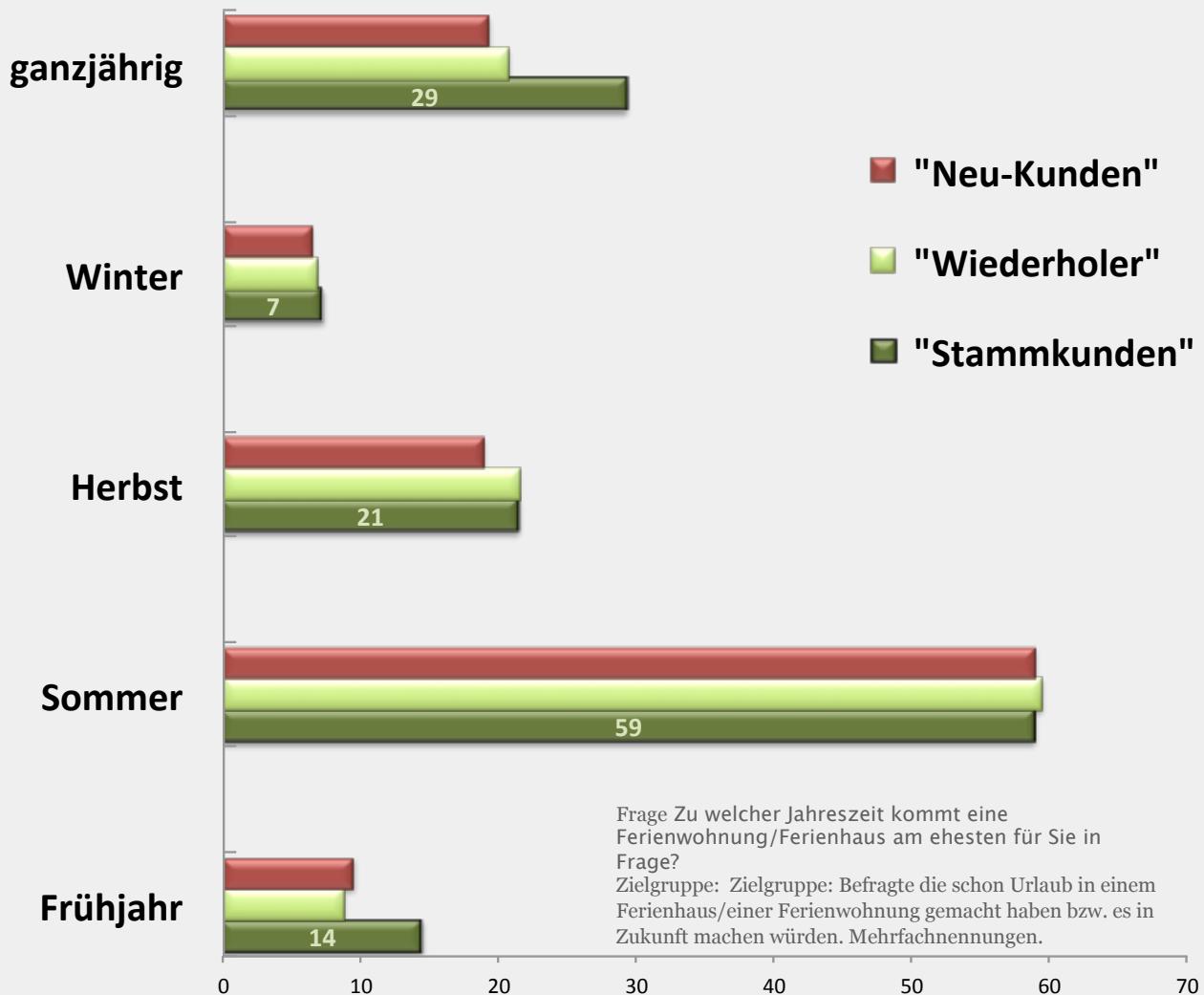
Mehrthemenumfrage von

1.000 Personen 16-64 Jahre in Deutschland

# Sommer ist FeWo-Zeit für Urlaubsreisen

Zielgruppen

... als **Urlaubsreise** (1 Woche +)



Quelle: tsebe, FeWo 2011

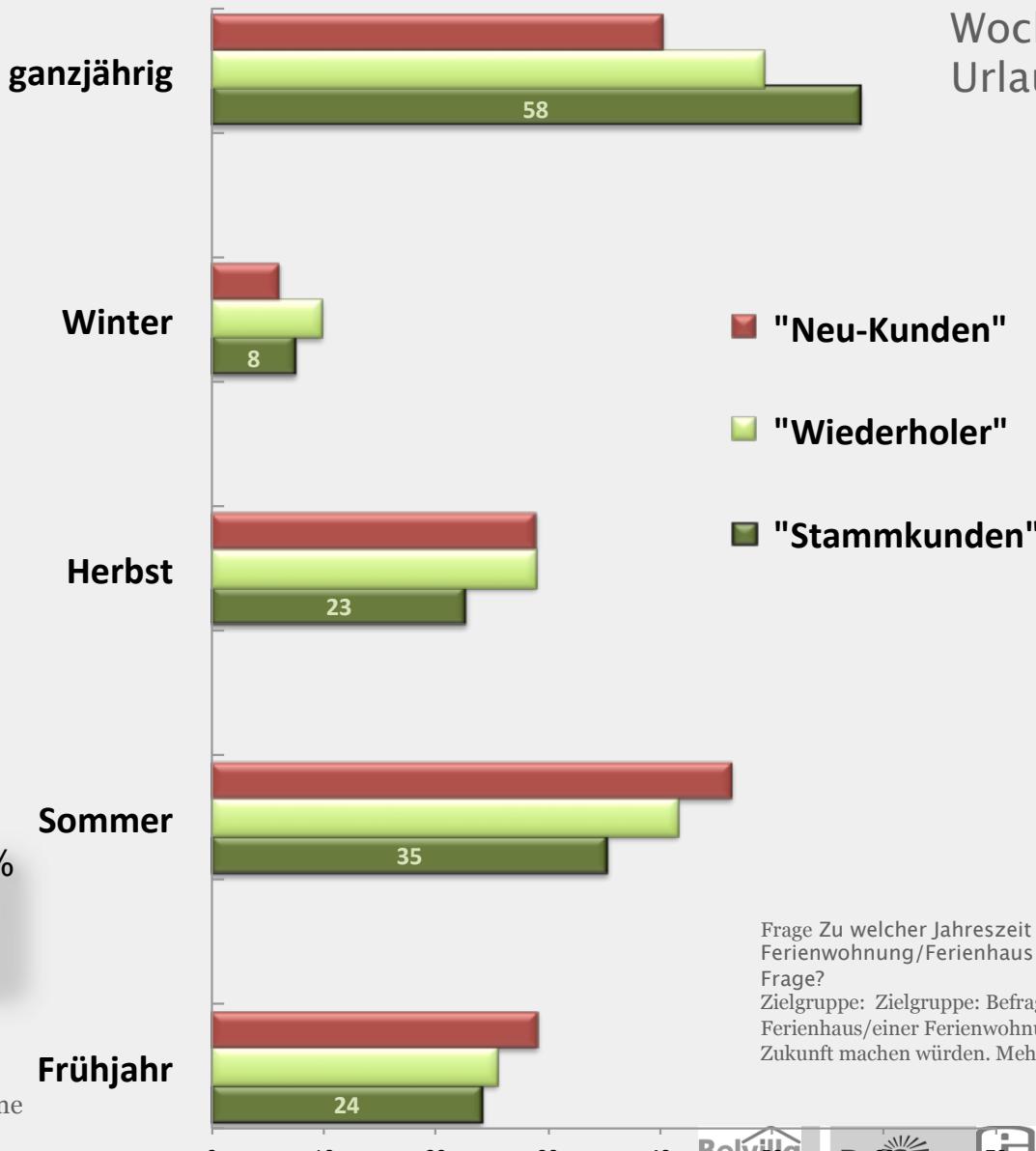
Methode: repräsentative online

Mehrthemenumfrage von

1.000 Personen 16-64 Jahre in Deutschland

# FeWo-Zeit ist ganzjährig!

Zielgruppen



Quelle: tsebe, FeWo 2011

Methode: repräsentative online

Mehrthemenumfrage von 1.000 Personen 16-64 Jahre in Deutschland

# Kern-Aussagen FeWo 2011

# FeWo 2011: Potenzial bestätigt!

## POTENZIAL

- 61% der Deutschen (16-64) haben schon FeWo Erfahrung und können sich einen FeWo Urlaub vorstellen in Zukunft wieder vorstellen. Das Potenzial ist weiterhin sehr hoch!
- Das größte Potenzial für FeWo Urlaub liegt 2011 bei Frauen, im oberen EK-Bereich, bei höher gebildeten Urlaubern (Uni/Studium), bei Berufstätigen und der Altersklasse zwischen 30 und 49 Jahren
- Ebenfalls hohes Potenzial weisen 4 (und mehr) Personen Haushalte auf und solche, die Kinder unter 16 Jahren haben und ein mittleres EK

# FeWo 2011: Kunden

## KUNDENGRUPPEN

**21** % der Deutschen (16-64) haben in den letzten drei Jahren und davor FeWo Urlaub gemacht und planen dies auch die nächsten drei Jahre und danach (**Stammkunden**)

**20%** aller Deutschen (16-64) haben innerhalb der letzten 3 Jahre ODER vor 2007/2008 UND GLEICHZEITIG in den nächsten 3 Jahren ODER nach 2012/2013 einen FeWo Urlaub gemacht bzw. vor diesen zu machen (**Wiederholer**)

**20%** aller Deutschen (16-64) haben bisher keine FeWo Erfahrung planen allerdings einen FeWo Urlaub in den nächsten drei Jahren oder nach 2013 (**Neukunden**)

**22%** aller Deutschen (16-64) haben bereits FeWo Erfahrung, planen allerdings keinen FeWo Urlaub in den nächsten drei Jahren oder nach 2013 (**Verlorene Kunden**)

**17%** aller Deutschen (16-64) haben noch nie einen FeWo Urlaub gemacht und wollen dies auch in Zukunft nicht tun. (**Ablehner**)

# FeWo 2011: Gründe gegen

- Hauptargument gegen einen FeWo Urlaub von „Ablehner und verlorenen Kunden“ ist die fehlende Verpflegung – Selbstverpflegung wird abgelehnt.
- Auf Rang 2 der Argumente „gegen“ einen FeWo-Urlaub stehen die Kosten, wobei hauptsächlich die unkalkulierbaren zusätzlichen Kosten ein Thema sind (Endreinigung, Strom etc..)
- Weitere Argumente gegen einen Fewo-Urlaub sind die „fehlende tägliche Zimmerreinigung“ oder die Aktivitäten vor Ort (Animation, Kinderbetreuung, Ansprechpartner, Reiseleitung“)
- Eine fehlende Bewertung durch andere Urlauber (ähnlich Hotelbewertungsportalen ist nur für 11% der Ablehner/7% der verlorenen Kunden ein Argument gegen einen FeWo-Urlaub

# FeWo 2011: Infosuche

- 82% der Deutschen (mehr als 90% der Stammkunden oder Wiederholer) recherchieren für einen FeWo Urlaub im Internet
- Lediglich 1/4 der Deutschen sucht Informationen für einen FeWo Urlaub im Katalog eines Reiseveranstalters, während immerhin noch 54% im Gespräch mit Freunden und Bekannten Informationen einholen.
- Im Internet ist die Website der Gemeinde/Region für viele FeWo-Urlauber die häufigste Adresse (40%), gefolgt von Webseiten eines Reiseveranstalters oder Ferienhausspezialisten.
- Das Radio oder Weblogs/Communities kommen kaum in Frage für die Suche nach Informationen zu FeWo-Urlaub.
- Immerhin 33% der Deutschen informieren sich auf Bewertungsportalen und Meinungsportalen zum Thema FeWo Urlaub

# FeWo 2011: Buchung

In diesem Jahr wurde die Buchungsfrage erstmalig nach Online und Offline Buchungsstelle getrennt erfragt:

- 63% der Deutschen buchen oder haben bereits einen FeWo Urlaub im Internet gebucht - lediglich 9% buchen „bei einem Reisebüro um die Ecke“.
- Im Internet wird überwiegend beim Eigentümer selbst gebucht oder bei einem Reiseveranstalter. Nennenswerte Unterschiede hinsichtlich der Buchungsstelle weisen die Neukunden auf, die sowohl beim Ferienhausspezialisten als auch bei Online-Vertriebsportalen und Gemeinden buchen wollen.

# FeWo 2011: Wichtig bei der Buchung

- Ein optimalen Preis-Leistungsverhältnis und die detaillierten Beschreibung des Objektes mit guten Fotos, Umgebungsinformationen etc. sind für die Fewo-Urlauber die wichtigsten Dinge bei der Buchung eines Objektes
- Allerdings sind die Bewertungen in diesem Jahr wesentlich in ihrer Wahrnehmung gestiegen. Immerhin 30% der Stammkunden halten dieses Thema bei der Buchung für wichtig. Noch im vergangenen Jahr spielte das Thema „Meinung anderer“ keine große Rolle. Besonders die Neukunden legen Wert auf die Beurteilungen und Erfahrungen anderer FeWo-Urlauber (34%)

# FeWo 2011: Wichtig in der FeWo

- Eine solide Grundausstattung (gute Matratzen, Geschirr etc.) sind auch in 2011 das Wichtigste an einer FeWo, sowie die Gute Lage und dass das Objekt gut auf die Ankunft vorbereitet ist.
- Auffällig ist, dass im Gegensatz zu 2010 Themen wie Luxusausstattung oder Haustier-Geeignet eher weniger im Fokus stehen.
- Hingegen ist ein stärkeres Gewicht bei Familientauglichkeit, Möglichkeiten vor Ort und Medien wahrnehmbar.
- Die Familie, der Preis und die Aktivitäten vor Ort spielen neben der Möglichkeit auch vor Ort Internetzugang zu haben und TV eine stärkere Rolle in 2011.

# FeWo 2011: Jahreszeiten

Erstmals wurde in diesem Jahr die Frage nach der Jahreszeit gestellt:  
Wann kommt ein Kurzurlaub oder eine Urlaubsreise in Frage:

- Für fast die Hälfte der Deutschen kommt eine FeWo (Kurzurlaub oder Urlaub) ganzjährig in Frage (47%)
- Ein deutliches Gewicht in Bezug auf die Urlaubsreise (1 Woche und länger) liegt allerdings im Sommer.
- Im Herbst oder Frühjahr interessieren (oder machen) immerhin noch  $\frac{1}{4}$  aller Deutschen FeWo-Urlaub
- Der Winter spielt mit 8% eine große Rolle für die ca. 10% Deutschen Winterurlauber.

# Über die Initiatoren der Studie

# Belvilla Ferienhäuser

**Belvilla Ferienhäuser** ist eine Marke der niederländischen @Leisure Holding B.V. mit Hauptsitz in Eindhoven, die unter anderem auch die internationalen Ferienhausmarken Euro Relais, Jules Villas und CityTrips-europe führt.

Mit 20.000 Ferienhäusern und Ferienwohnungen in 19 europäischen Ländern gehört Belvilla zu den Top-Ferienhausanbietern in Europa.

Belvilla Ferienhäuser zeichnen sich durch ihre Einzigartigkeit, ihre erlebnisreiche Lage und ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis aus. Außerdem ist eine Vielzahl an Ferienhäusern mit unterschiedlichen Reisedauern buchbar, sodass neben den üblichen Aufenthaltten von ein oder zwei Wochen auch flexible kürzere Reisezeiten ab zwei Nächten angeboten werden.

Seit 2008 wird Belvilla jährlich vom TÜV Süd geprüft und ist mit den s@fer shopping Prüfsiegel des TÜV zertifiziert.



# e-domizil

**e-domizil** ist mit über 170.000 Objekten in mehr als 70 Ländern einer der größten Internetvermittler für Ferienhäuser. Das Online-Unternehmen, das seit zehn Jahren erfolgreich im Markt agiert, kooperiert mit großen internationalen Ferienhausveranstaltern, regionalen Spezialisten und ausgesuchten Einzelvermietern auf seiner Website. Neben einer breiten Palette an klassischen Ferienhäusern in beliebten europäischen Urlaubs ländern wie Italien, Frankreich, Spanien oder Kroatien gehören auch Familienparks und ungewöhnliche Objekte wie Schlösser, Burgen, Mühlen zum Programm. Winterurlauber finden bei e-domizil eine große Auswahl an Skihütten und Chalets in den bekannten europäischen Skigebieten.

Als erster Online-Anbieter in diesem touristischen Segment hat sich e-domizil vom TÜV mit dem Prüfsiegel s@fer-shopping zertifizieren lassen und erfüllt damit die strengen Anforderungen für eine sichere Buchungsabwicklung.

Zur e-domizil Unternehmensgruppe gehören neben [www.e-domizil.de](http://www.e-domizil.de) auch der Kreuzfahrt-Spezialist [www.e-hoi.de](http://www.e-hoi.de) und das Rundreisen-Portal [www.e-kolumbus.de](http://www.e-kolumbus.de).



# DanCenter

**DanCenter** ist der führende Spezialist für die Vermietung von skandinavischen Ferienhäusern. Mit rund 10.000 modernen und attraktiven Ferienhäusern und -wohnungen in Dänemark, Norwegen, Schweden und Deutschland wird Urlaub im Ferienhaus für jeden Anspruch und für jedes Budget zum Erlebnis. Das umfangreiche Angebot umfasst sowohl Häuser mit klassischer, komfortabler oder luxuriöser Ausstattung, als auch innovative Kategorien wie „Desighhäuser“, „Aktiv- und Wellness-Häuser“, „Energiespar-Häuser“, Hausboote sowie „Selected“-Objekte.

Hierzu zählen außergewöhnliche, besonders komfortable Unterkünfte oder auch ganze Herrenhäuser. Die Ferienwohnungen in den 26 Danland-Ferienparks bestechen wiederum durch das große Angebot an Aktivitäten und die unmittelbare Strandnähe. Auch für Freizeitaktivitäten hat DanCenter spezielle Familienangebote exklusiv im Programm, so beispielsweise ein eigenes Vorteilsheft mit bis zu 20 Prozent Rabatt für über 40 Vergnügungsparks und Museen in Dänemark.

Das Unternehmen DanCenter gehört mit seiner 54-jährigen Erfahrung zu den Erfindern der professionellen Ferienhaus-Vermittlung und ist im Besitz von Land & Leisure A/S, Kopenhagen.



# Interhome

**Interhome** blickt inzwischen auf mehr als 40 Jahre Erfahrung in der Ferienhaus-Vermittlung zurück - und ist heute führender Qualitätsanbieter von Ferienwohnungen und Ferienhäusern in ganz Europa.

Jährlich finden über 500.000 Gäste genau das richtige Zuhause für ihre Ferien. Unser Angebot deckt mit inzwischen mehr als 46.000 Ferienobjekten in 27 Ländern praktisch alle individuellen Wünsche ab: Berge oder Meer, Stadt oder Land, Apartment oder Villa - wir finden das richtige Urlaubszuhause für jeden Anspruch. Interhome hat sich als Schweizer Unternehmen gegenüber ihrer Kunden zu außerordentlicher Qualität verpflichtet. Wir übernehmen die komplette Organisation und sichern so zuverlässige Qualitätsstandards anhand eines europaweit einheitlichen Sterne-Systems.

Interhome ist für den Gast außerdem immer erreichbar - nicht nur zu Hause und über unsere 24-Stunden-Service-Hotline, sondern auch in den Ferienregionen: mit dem Schlüsselhalter ist ein persönlicher Ansprechpartner immer direkt vor Ort. So garantieren wir unbekümmert schöne Ferien.



# Konzeption und Realisierung

**tsebe**

Claudia Brözel M.A.  
Postfach 1158  
68527 Edingen  
[www.tsebe.de](http://www.tsebe.de)  
[cb@tsebe.de](mailto:cb@tsebe.de)

**tsebe** , **Claudia Brözel M.A.** ist seit 1993 in der Tourismusbranche tätig. Sie ist spezialisiert auf eCommerce und Marktforschung. Neben ihrer langjährigen Tätigkeit als Dozentin für Onlinemarktforschung und eCommerce-Themen im Tourismusmanagement, führt sie regelmäßige Studien mit angewandten Forschungsmethoden durch.