

# *FeWo – Analyse 2010*

im Auftrag von



# ***FeWo – Analyse 2010***

## **Auswertungsbericht zum Ferienwohnungsmarkt (D) März 2010**

Konzeption und Analyse

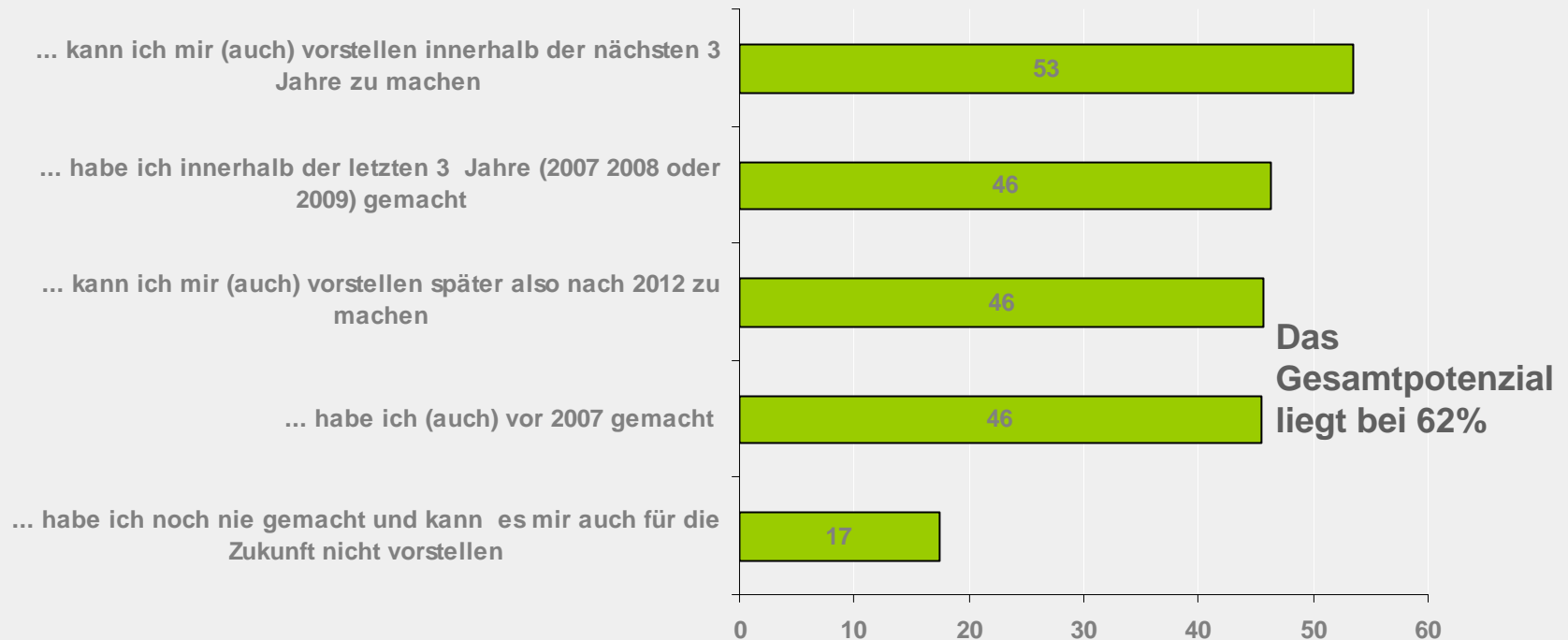
**tsebe**

im Auftrag von



# FeWo-Urlaub hat Potenzial

Urlaub in einer Ferienwohnung oder einem Ferienhaus...  
Basis in % der Bevölkerung 16-64 Jahre  
(Mehrfachnennungen)

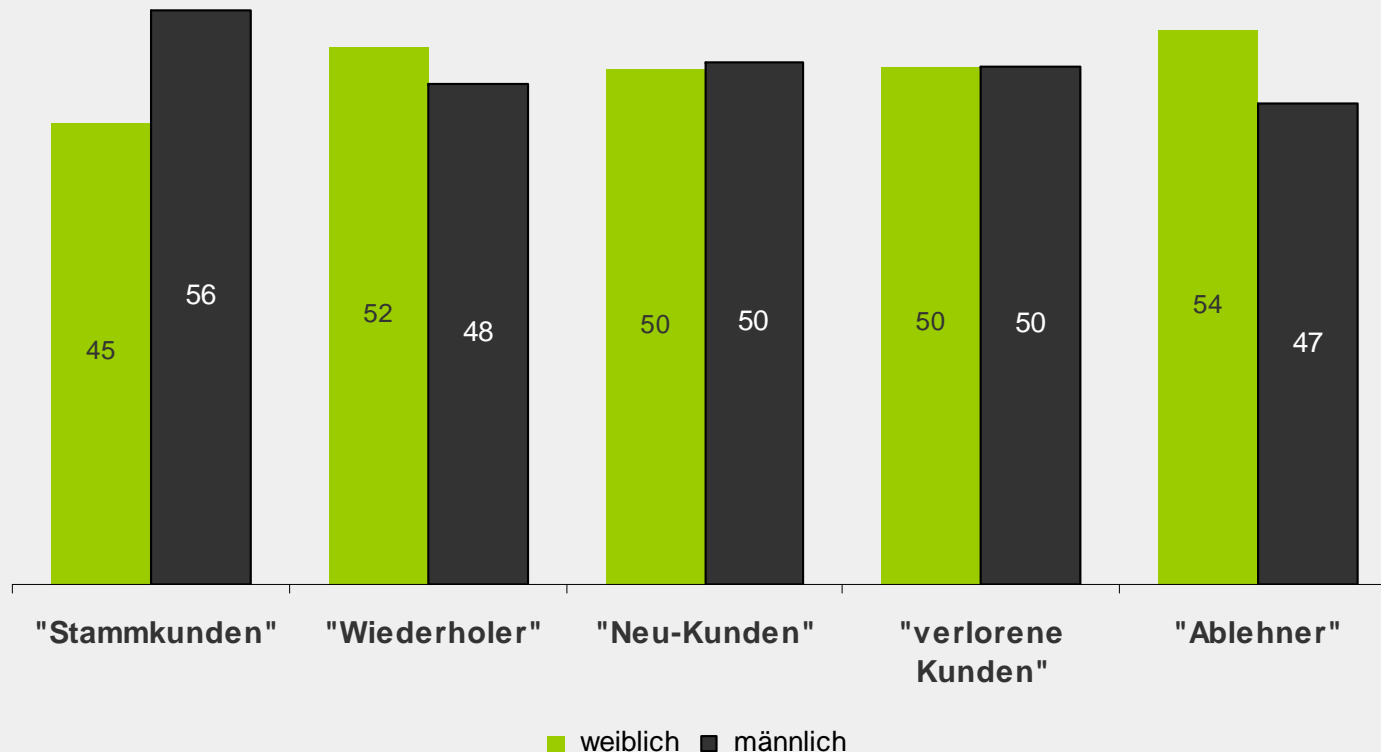


# FeWo Zielgruppen

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

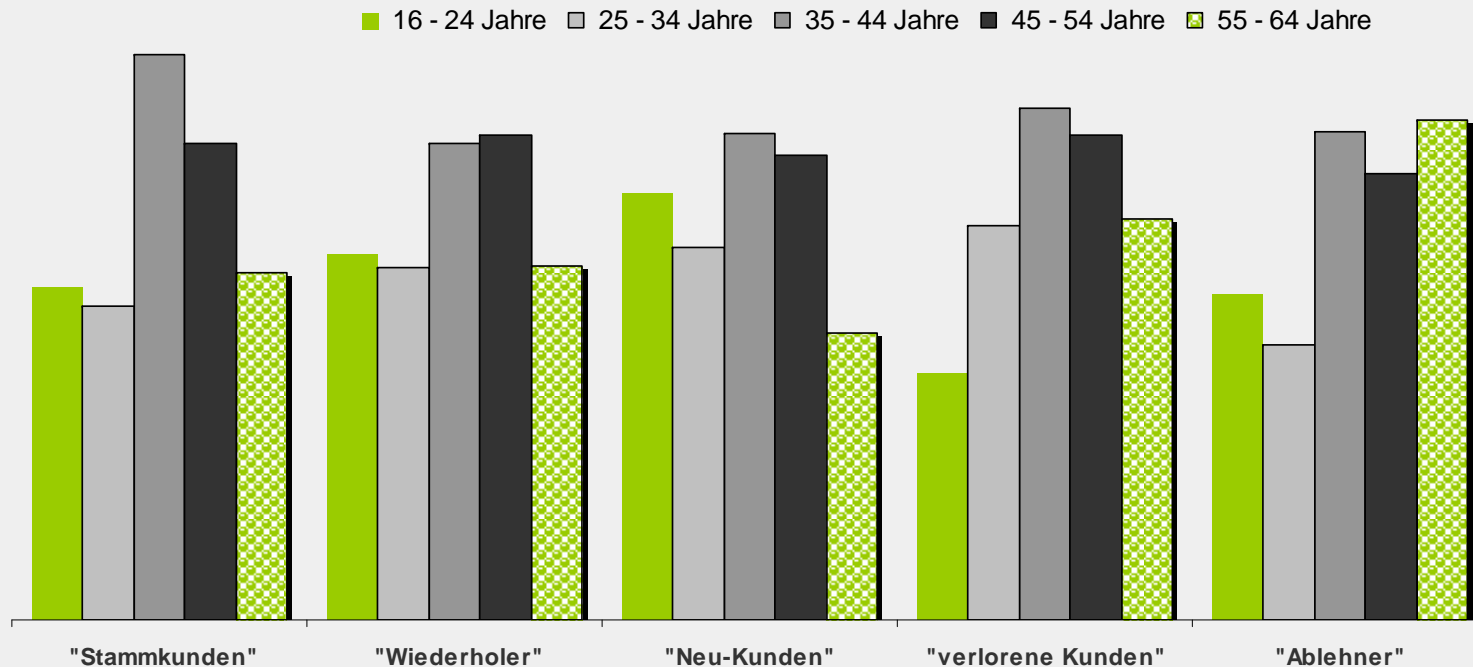
# Soziodemographische Merkmale der Kundensegmente/*Geschlecht*

Kundensegmente/ Geschlechter  
Basis in % der Bevölkerung 16-64 Jahre



# Soziodemographische Merkmale der Kundensegmente/Alter

**Kundensegmente/Altersgruppen**  
Basis in % der Bevölkerung 16-64 Jahre



Das durchschnittliche Alter der Kunden, die zum Potenzial zählen, liegt bei 39,7 Jahren.

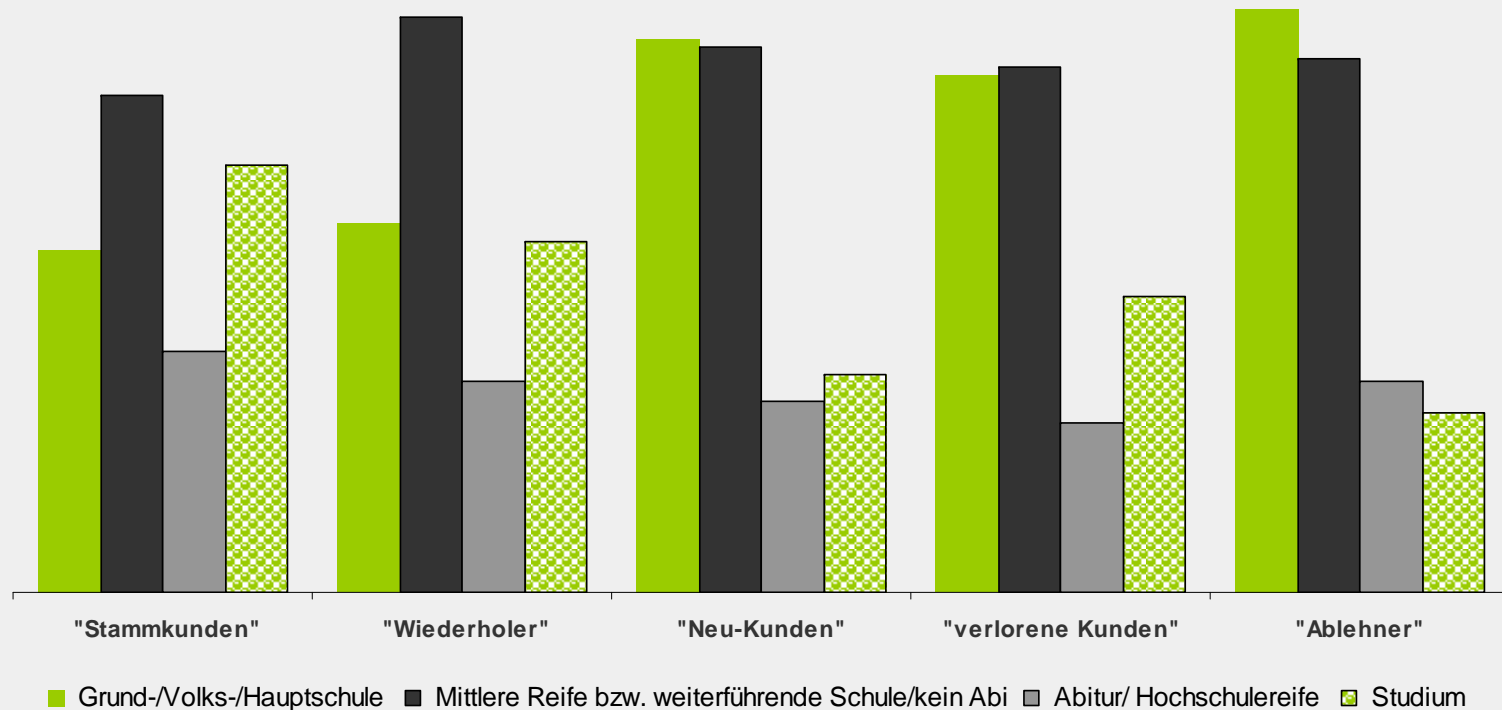
# Soziodemographische Merkmale der Kundensegmente/*Einkommen*

Einkommensverteilung in den Kundensegmenten

	"Stammkunden"	"Wiederholer"	"Neu-Kunden"	"verlorene Kunden"	"Ablehner"	TOTAL
bis zu 500 Euro	2	3	3	3	2	2
501 - 750 Euro	1	2	7	2	6	3
751 - 1000 Euro	5	4	7	3	15	7
1001 - 1250 Euro	4	5	7	10	10	7
1251 - 1500 Euro	4	9	13	9	11	9
1501 - 1750 Euro	8	8	11	8	7	8
1751 - 2000 Euro	8	12	7	9	12	10
2001 - 2500 Euro	20	17	17	15	12	17
2501 - 3000 Euro	17	17	12	14	13	15
3001 - 4000 Euro	16	12	11	17	7	13
4001 - 5000 Euro	8	6	5	6	5	6
5001 - 10.000 Euro	6	4	1	4	1	3
10.001 Euro und mehr	-	-	-	1	-	0
Durchschnittl. Haushaltsnettoeinkommen	2740,29	2444,54	2058,92	2567,48	1950,66	2381,79

# Soziodemographische Merkmale der Kundensegmente/*Bildung*

**Kundensegmente/Schulbildung**  
Basis in % der Bevölkerung 16-64 Jahre



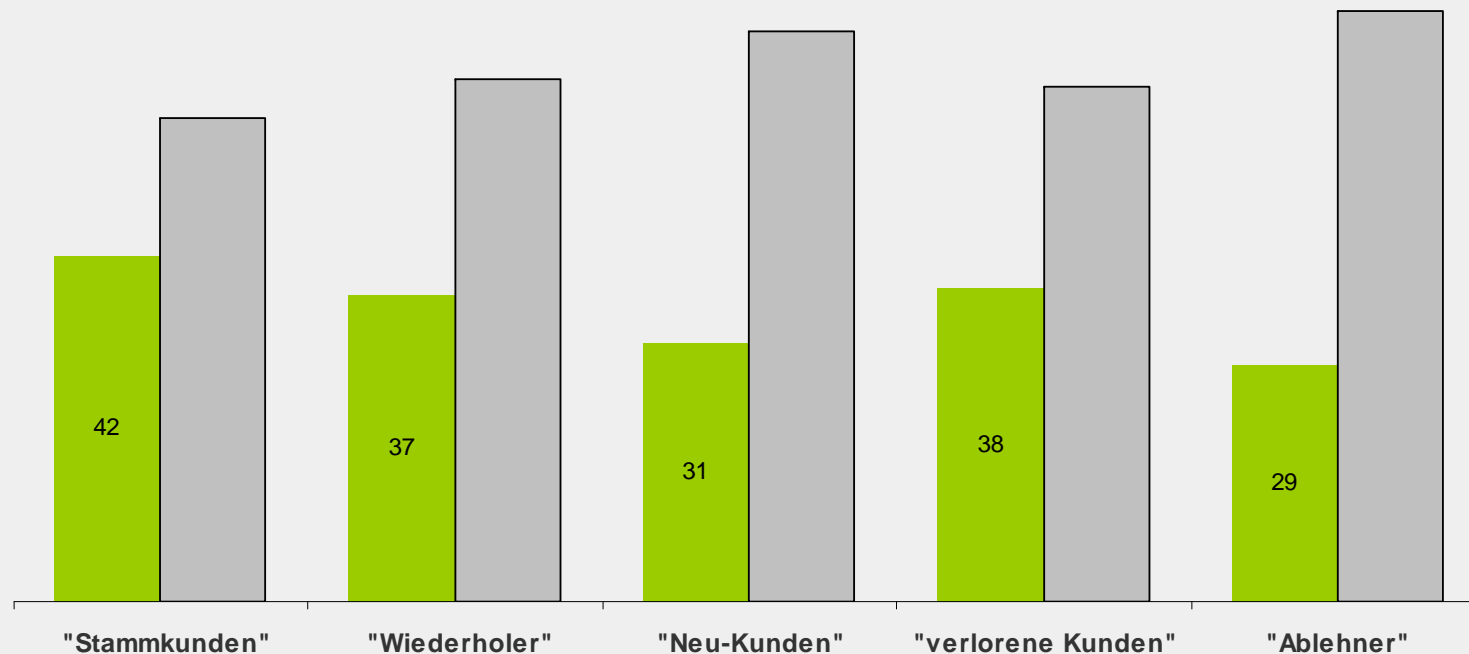


# Soziodemographische Merkmale der Kundensegmente/*Kinder i. HH*

Lesehilfe: bei den Stammkunden sind 42% HH mit Kindern unter 16 Jahre.

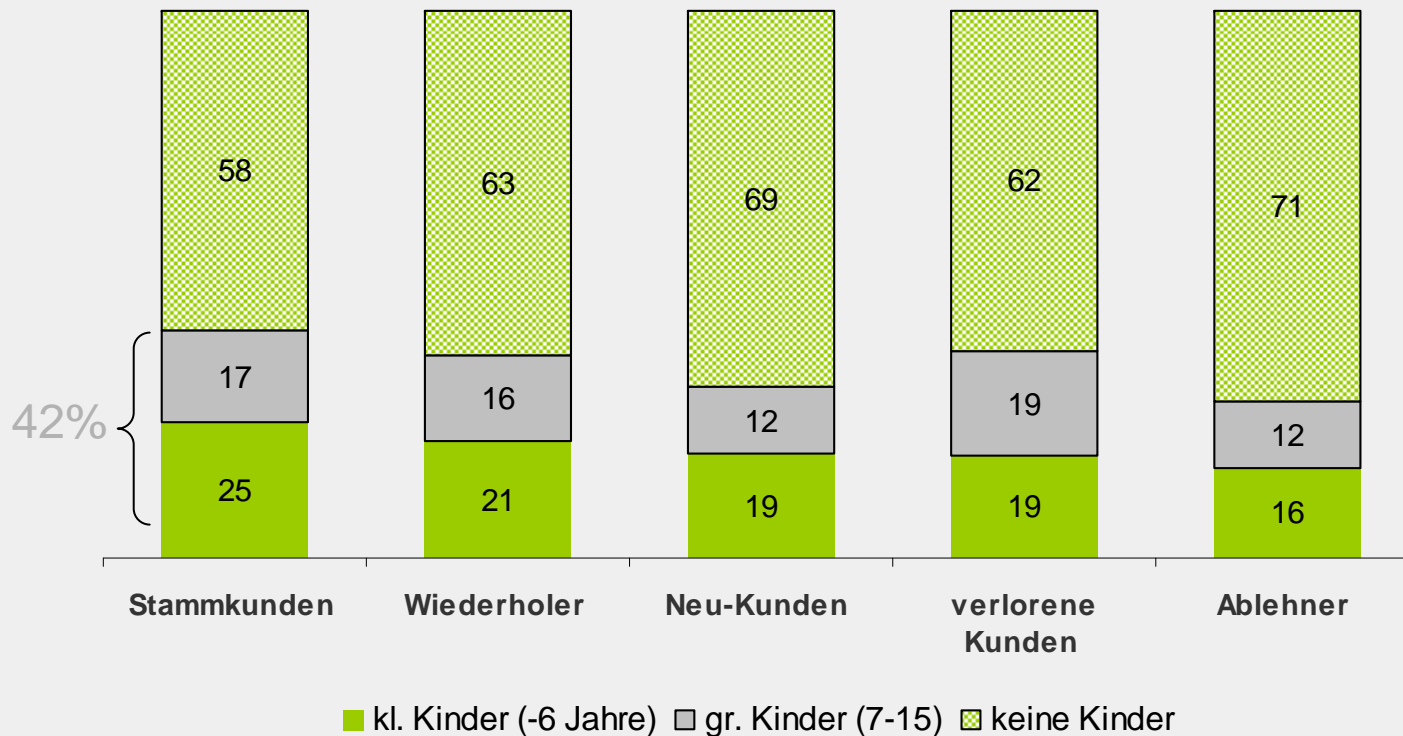
Kundensegmente/HH mit Kids unter 16 Jahre  
Basis in % der Bevölkerung 16-64 Jahre

■ HH mit Kids unter 16 J. □ übrige



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

Kundensegmente/*Kinder im HH*  
Basis in % der Bevölkerung 16-64 Jahre

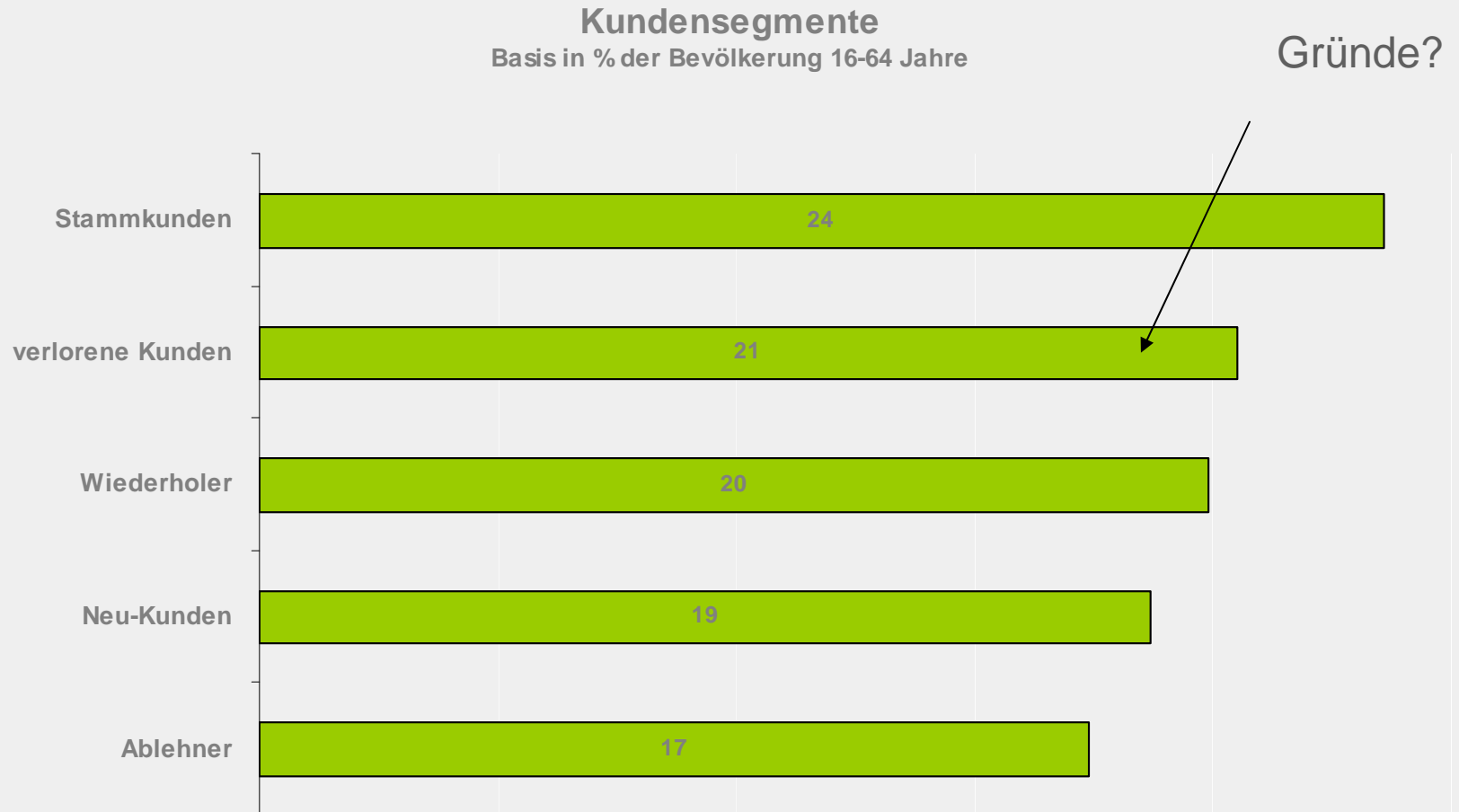


*Lesehilfe: 42% der Stammkunden haben Kinder unter 16 .*

*25% der Stammkunden haben kleine Kinder (bis 6J)*

*17% der Stammkunden haben große Kinder (bis 15 J)*

# Stammkunden und Wiederholer überwiegen



# Selbstverpflegung und Preis

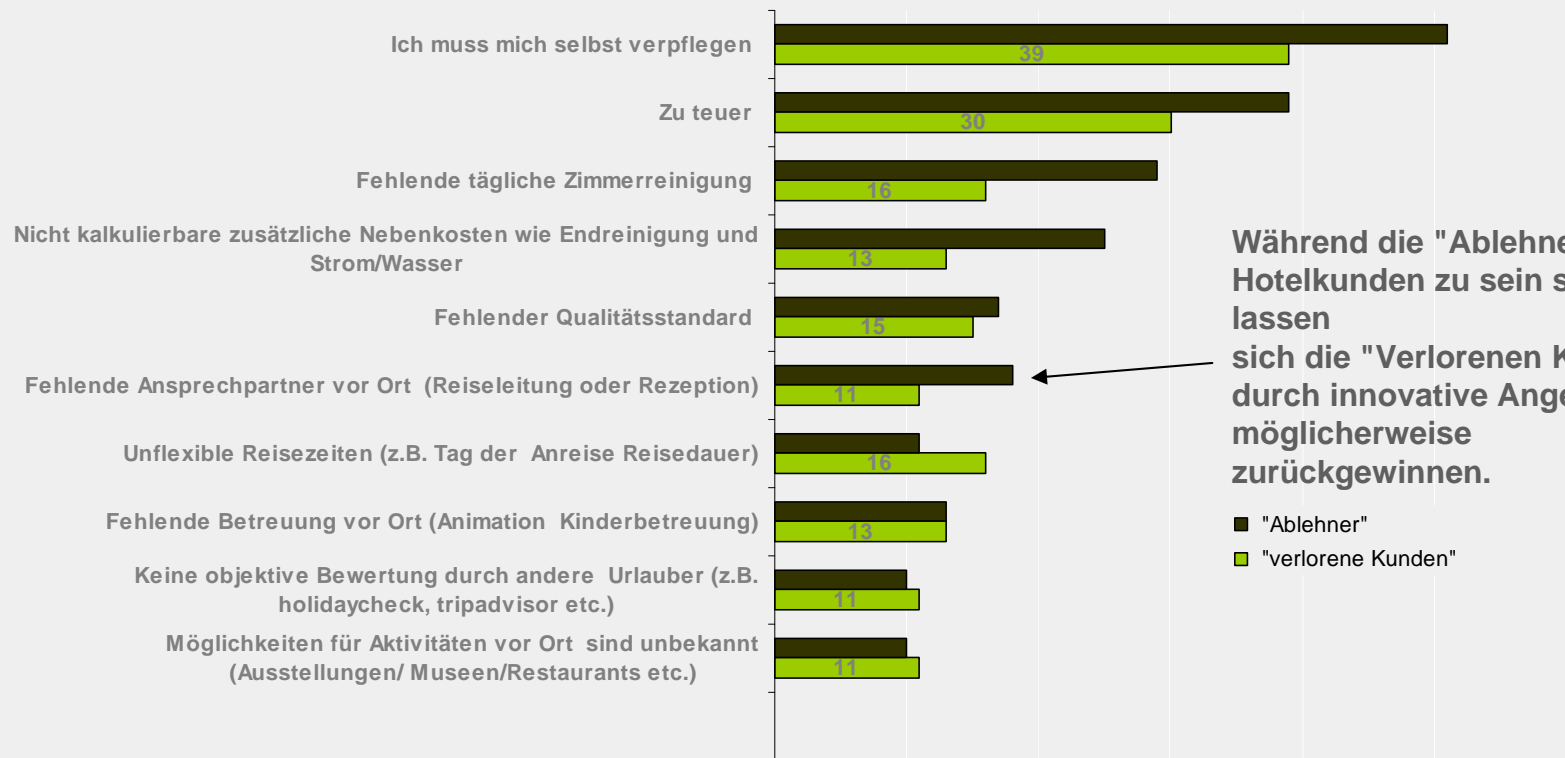
## Gründe gegen FeWo-Urlaub

Basis in % Befragten, für die FeWo-Urlaub nicht(mehr) in Frage kommt (16-64 Jahre)  
(Mehrfachnennungen)



# Gründe dagegen sind unterschiedlich ausgeprägt

Gründe gegen FeWo-Urlaub verschiedener Zielgruppen  
Basis in % der Befragten für die FeWo-Urlaub nicht (mehr) in Frage kommt (16-64 Jahre)



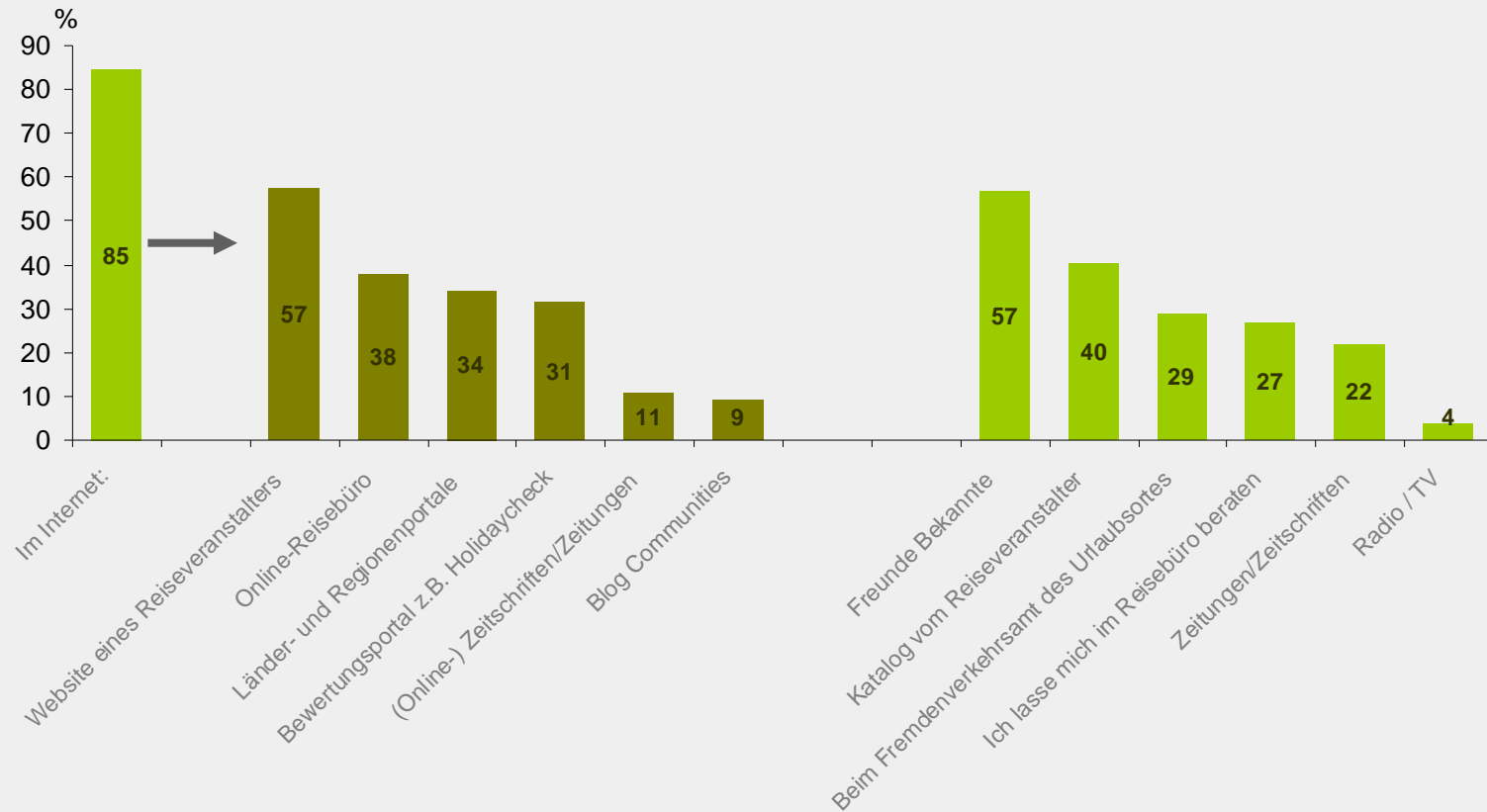
Während die "Ablehner" eher Hotelkunden zu sein scheinen, lassen sich die "Verlorenen Kunden" durch innovative Angebote möglicherweise zurückgewinnen.

■ "Ablehner"  
■ "verlorene Kunden"

# Informationsquelle Nr.1: das Netz

## Informationsquellen

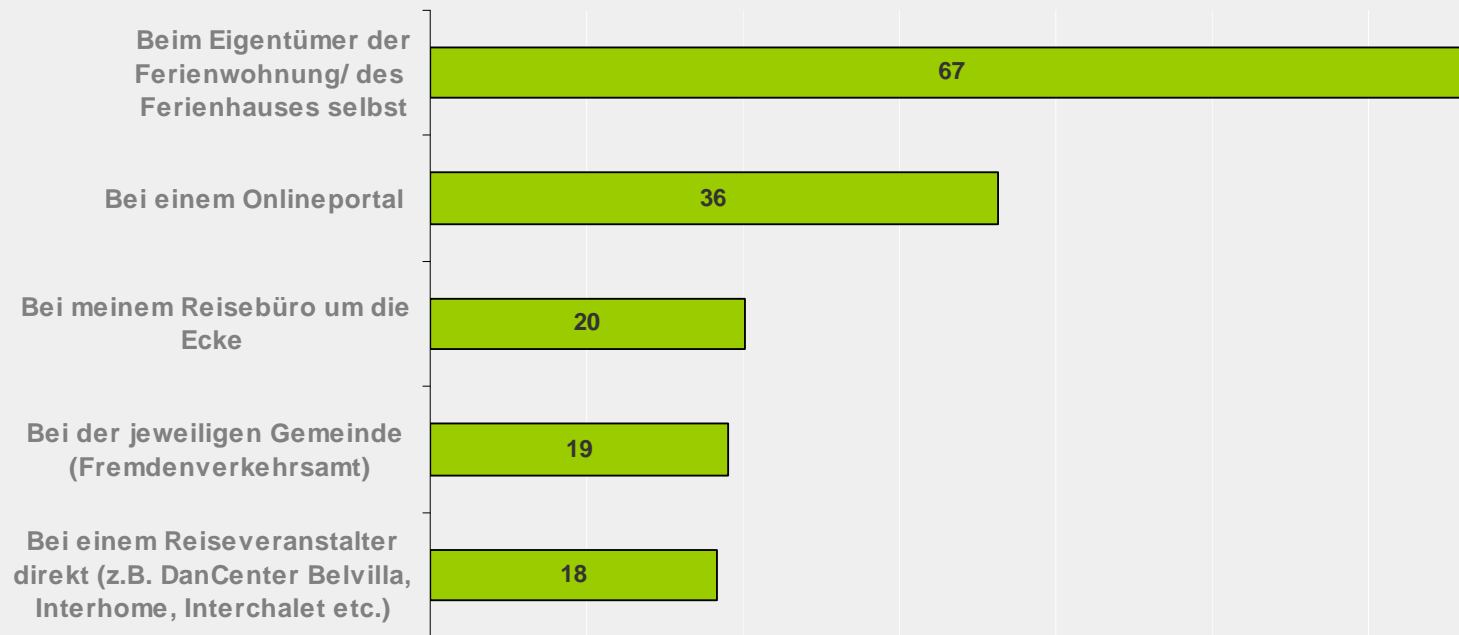
in % der Befragten, die schon FeWo-Urlaub gemacht haben  
bzw. in Zukunft machen 16-64 Jahre (Mehrfachnennungen)



# ...gebucht wird am liebsten beim Eigentümer

## Buchungsstellen

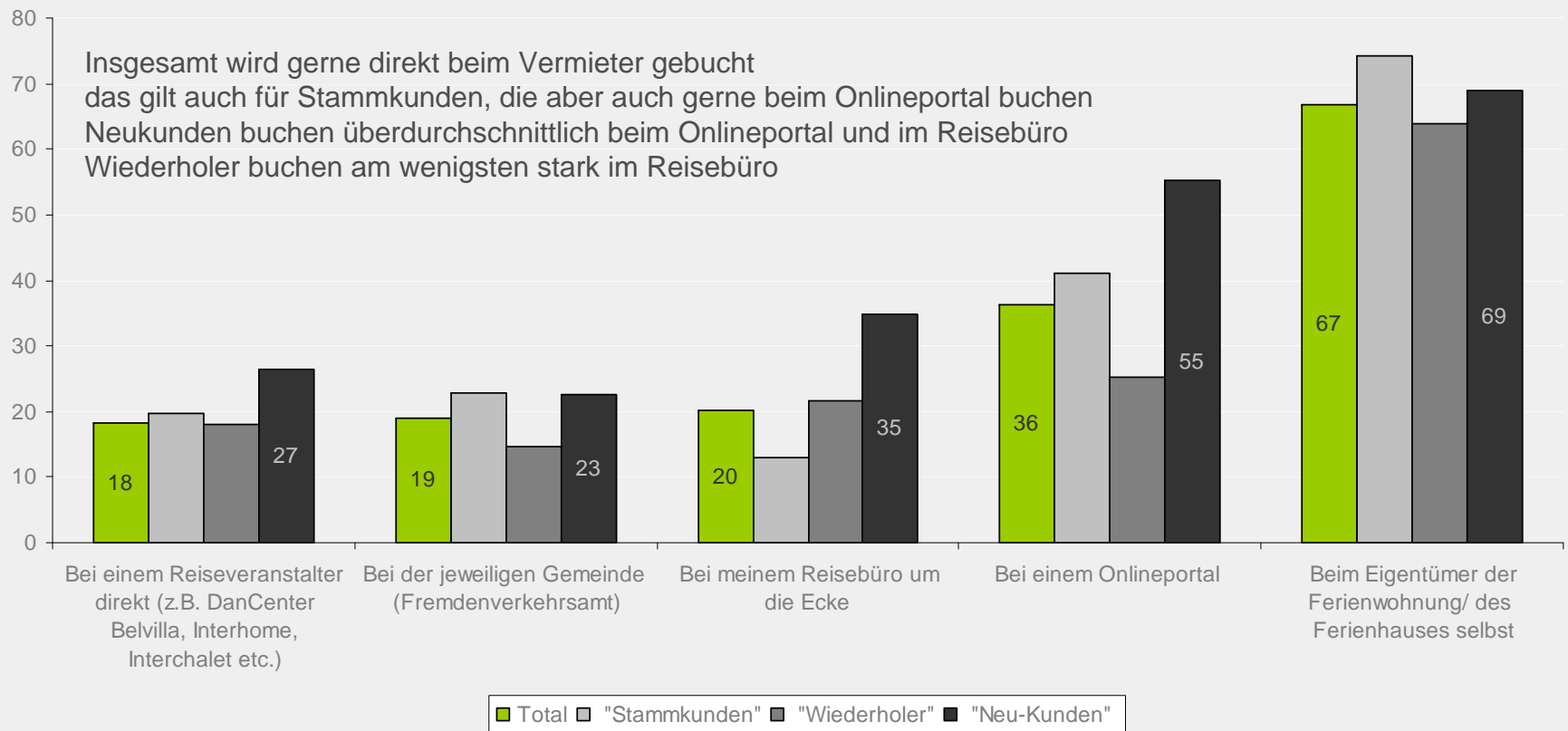
Basis in % Befragten, die schon FeWo-Urlaub gemacht haben  
bzw. in Zukunft machen würden (16-64 Jahre)  
(Mehrfachnennungen)



# Vertriebswege-Mix ist wichtig

## Buchungsstellen

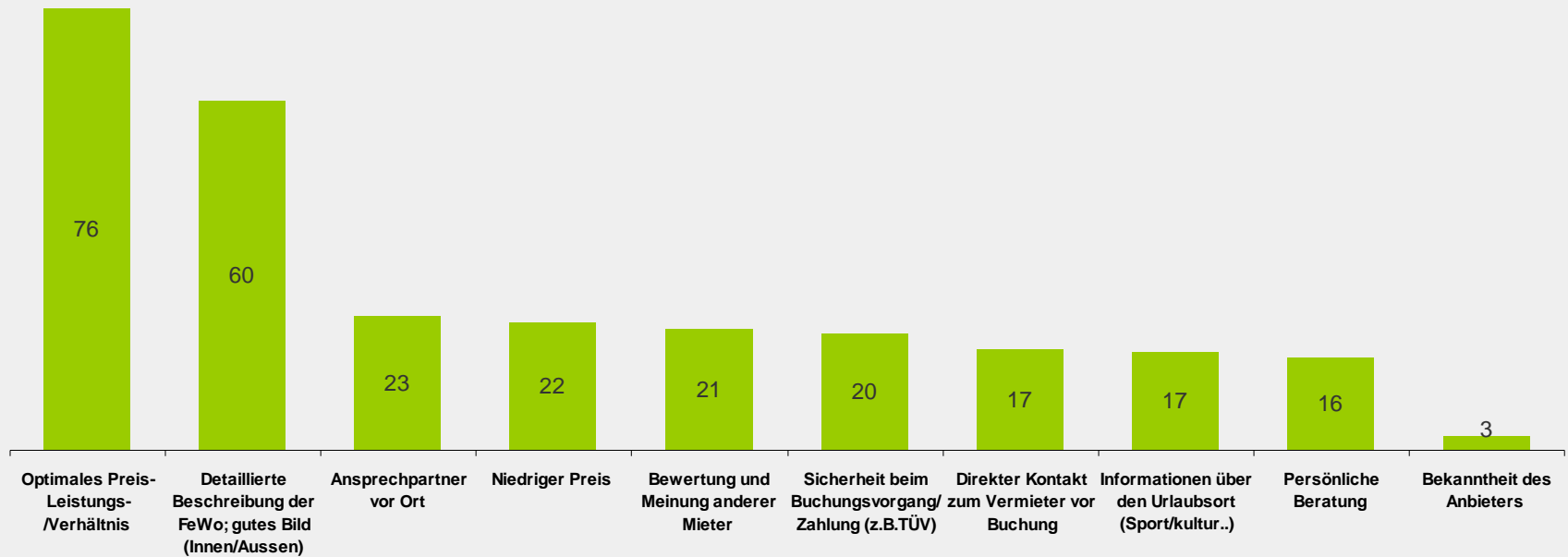
in % der Befragten, die schon FeWo-Urlaub gemacht haben bzw. in Zukunft machen 16-64 Jahre (Mehrfachnennungen)





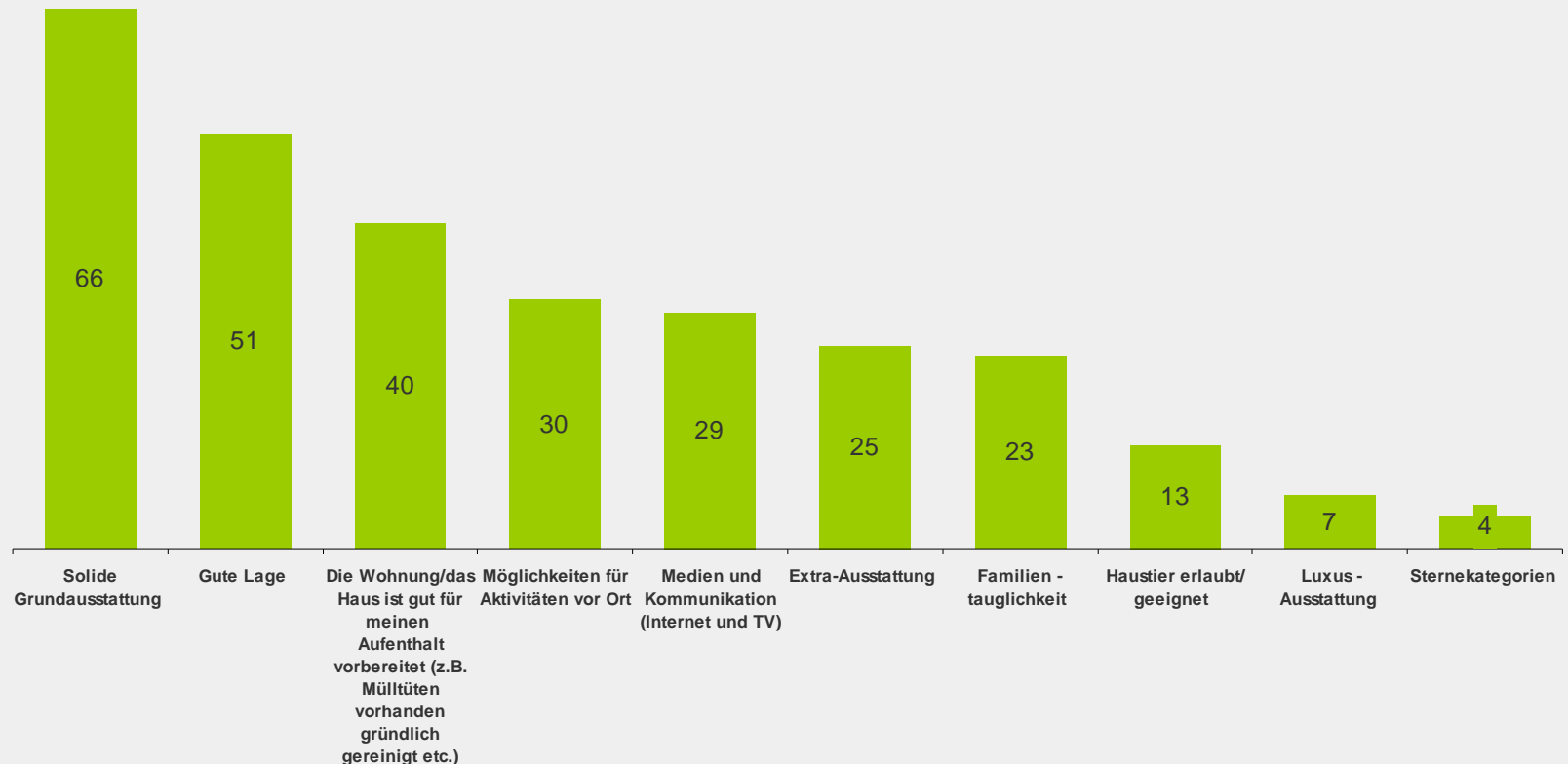
# Optimale Preis/Leistung und detaillierte Informationen sind entscheidend

**Ranking der wichtigsten Merkmale bei der Buchung einer FeWo**  
in % der Befragten, die schon FeWo-Urlaub gemacht haben  
bzw. in Zukunft machen 16-64 Jahre (Mehrfachnennungen)



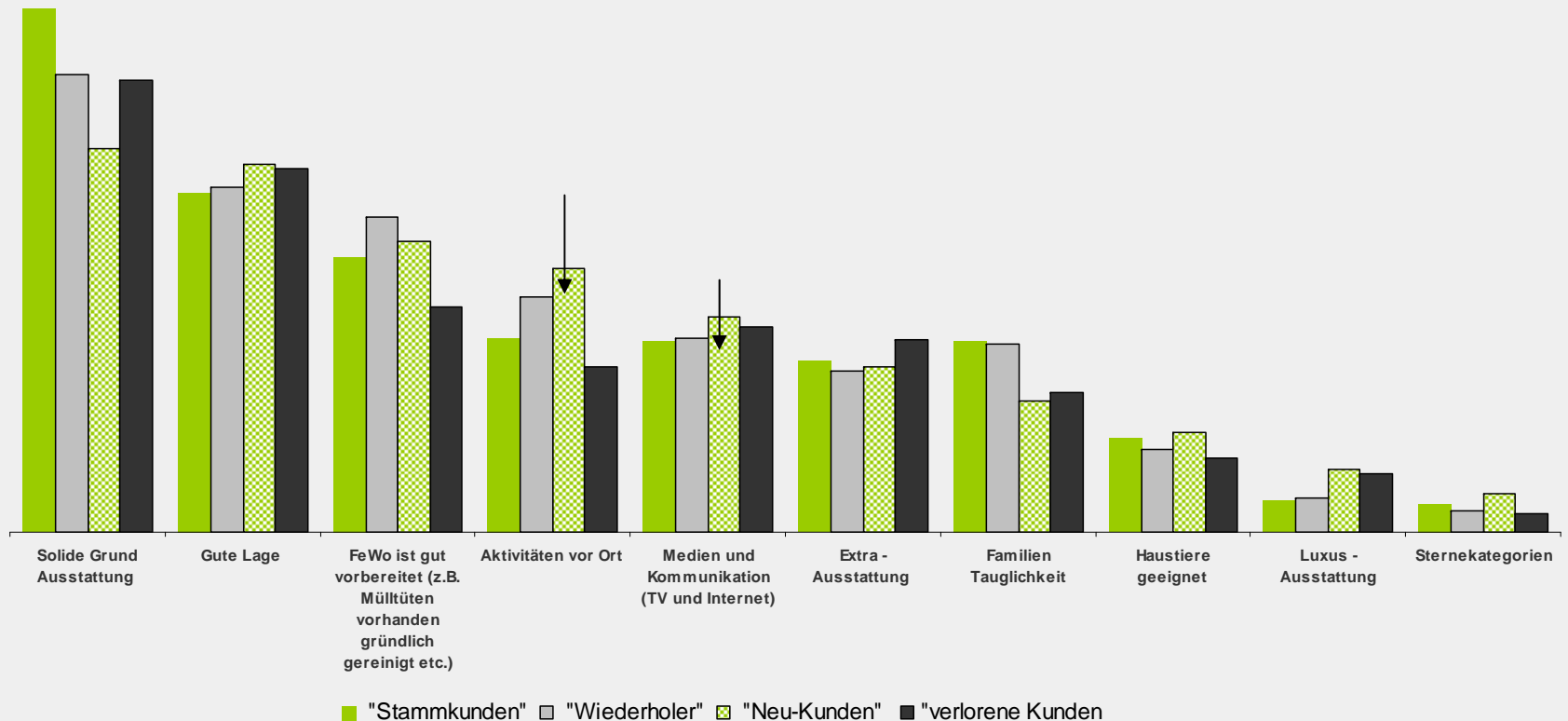
# Grundausstattung, Lage und Vorbereitung sind am wichtigsten

**Ranking der wichtigsten Merkmale der FeWo**  
in % der Befragten, die schon FeWo-Urlaub gemacht haben  
bzw. in Zukunft machen 16-64 Jahre (Mehrfachnennungen)



# Wichtige Merkmale der FeWo nach Kundensegmenten

**Ranking der wichtigsten Merkmale der FeWo**  
 in % der Befragten, die schon FeWo-Urlaub gemacht haben  
 bzw. in Zukunft machen 16-64 Jahre (Mehrfachnennungen)



# Kern – Aussagen: FeWo 2010 -1

- Das Potenzial für FeWo ist groß und liegt im Januar 2010 bei 62%.
- Stammkunden sind mit 24% das größte Segment.
- Das durchschnittliche Alter, der potenzieller FeWo-Urlauber liegt bei 39,7 Jahren.
- Das durchschnittliche HaushaltsNettoEK, der potenziellen FeWo-Urlauber liegt bei 2440,87Euro.
- Jeder 4. FeWO-Stammkunde hat Kinder unter 6 Jahren im Haushalt

# Kern – Aussagen: FeWo 2010 - 2

- Verlorenen Kunden fehlt Flexibilität und Service.
- Informationsquelle Nr. 1 für FeWo ist das Internet
- gebucht wird beim FeWo Eigentümer oder beim Online Portal – wobei der Vertriebsmix wichtig ist, wie ein Blick auf die Segmente zeigt
- optimales Preis-Leistungsverhältnis und detaillierte Informationen sind am wichtigsten bei der Buchung einer FeWo
- kein Luxus, sondern eine solide Grundausstattung, die Lage und die Vorbereitung des Objektes sind die wichtigsten Merkmale einer FeWo

# Methodische Basis: FeWo – Analyse

n = 1.000 Befragte im Januar 2010

Methode: Mehrthemen-Online-Befragung am Bildschirm

Repräsentativ für die deutschsprachige 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

# Über Belvilla Ferienhäuser

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

Mit 18.000 Ferienhäusern und Ferienwohnungen in 18 europäischen Ländern gehört Belvilla zu den Top-Ferienhausanbietern in Europa (Niederlande, Belgien, Frankreich, Spanien, Italien, Österreich, Deutschland, Großbritannien, Kroatien, Luxemburg, Portugal, Schweiz, Slowakei, Ungarn, Tschechien, Türkei, Griechenland, Dänemark).

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



# Über 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 Urlaubsländern 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).





# Über DanCenter

**DanCenter** ist der Spezialist für skandinavische Ferienhäuser. Mit rund 10.000 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 „Designhäuser“, „Aktiv- und Wellness-Häuser“, „Energiespar-Häuser“ sowie „Selected“-Objekte.

Hierzu zählen außergewöhnliche, besonders komfortable Unterkünfte oder auch ganze Herrenhäuser. Inmitten idyllischer Landschaften laden 27 Ferienparks in Dänemark und sechs in Deutschland zu einer Reise ein. 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. Für das LEGOLAND hält DanCenter eine neue Familienkarte mit 25 Prozent Kostenersparnis auf die Eintrittspreise bereit.

Das Unternehmen DanCenter gehört mit seiner über 50-jährigen Erfahrung zu den Erfindern der professionellen Ferienhaus-Vermittlung und ist im Besitz von Land & Leisure A/S, Kopenhagen.



# Über 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.





**tsebe**

Claudia Brözel M.A.

Postfach 1158

68527 Edingen

[www.tsebe.de](http://www.tsebe.de)

[cb@tsebe.de](mailto:cb@tsebe.de)