

13.07.2012 - 05:03 Uhr

Reisemarkt China ?Für die Hotelbranche heißt es "Jetzt oder nie"

Hongkong (ots/PRNewswire) -

Hotels.com veröffentlicht Chinese International Travel Monitor

Die Anzahl der chinesischen Reisenden, die internationale Reisen unternommen haben, stieg im Jahr 2011 gegenüber dem Vorjahr um 22 Prozent[1]. Fachleute gehen davon aus, dass China die USA und Deutschland in den kommenden Jahren als grösster Markt für Auslandsreisen überholen wird[2].

(Logo: <http://photos.prnewswire.com/prnh/20120628/540164>)

Der heute veröffentlichte erste Chinese International Travel Monitor[3](CITM) von Hotels.com [<http://www.hotels.com>](R), eine der weltweit führenden Anbieter für Online- Hotelbuchungen, informiert darüber, wie der Anstieg der Reisenden aus China die Dynamik des globalen Hotelmarkts beeinflussen wird.

Johan Svanstrom, Managing Director bei Hotels.com Asia Pacific, dazu: "Die chinesischen Reisenden haben im Jahr 2011 erstaunliche 70 Millionen[4] internationale Reisen unternommen und obwohl viele dieser Reisen Hongkong und Macau zum Ziel hatten, steigt die Anzahl von Fernreisen bedeutend an. Die Einführung von gezielt auf diesen Quellmarkt ausgerichteten Strategien ist nicht mehr nur ein hübscher Zusatz, sondern eine Notwendigkeit, um wettbewerbsfähig zu bleiben."

Für den Bericht wurden über 5.000 Hotelbetreiber weltweit befragt. Dabei stellte sich heraus, dass der Grossteil der Befragten ein Anhalten des Booms bei Auslandsreisen aus China erwartet. Mehr als jeder Fünfte (22 %) geht von einer Steigerung von bis zu 40 % aus. Viele Regierungen unterstützen den Aufschwung, indem sie die Visavorschriften lockern. Japan und Spanien beispielsweise sind beliebte Tourismuskäufnisse, die dies bereits getan haben. Neben anderen Ländern wird auch Korea im weiteren Verlauf dieses Jahres ähnliche Änderungen durchführen. Chinesische Reisende im Ausland sind dafür bekannt, dass sie viel Geld für Einkäufe ausgeben und es besteht eine deutliche Möglichkeit für die Hotelbranche, einen Teil dieser Ausgaben für den eigentlichen Aufenthalt zu vereinnahmen.

Die Studie fand heraus, dass sich das Profil der chinesischen Gäste verändert; sie werden unabhängiger, selbstbewusster und jünger und sie sind besser mit fremden Kulturen und Bräuchen vertraut.

Es wird deutlich, dass viele der befragten Hotelbetreiber beginnen, sich diesem Trend anzupassen: Sie stellen Personal ein, das Mandarin spricht und bieten übersetzte Materialien sowie chinesische Menüs und als Zahlungsoption die China UnionPay Card an. Beispiele aus der Studie ergaben, dass 41 % der befragten Hotelbetreiber planen, chinesische TV-Kanäle bereitzustellen, während 66 % der befragten Hotelbetreiber in Europa angaben, chinesische Frühstücksangebote zu erwägen.

Die chinesische Wirtschaft wächst weiterhin rasant und trägt zur Entwicklung einer aus mehreren Hundert Millionen Personen bestehenden reisenden Mittelschicht bei. Aufgrund der kontinuierlichen wirtschaftlichen Unsicherheit in den Hauptmärkten sollte die Ausrichtung auf die Reisenden aus China weit oben auf der Prioritätenliste stehen.

"Die Hotelbetreiber sollten in zwei Bereichen konkrete Planung betreiben. Zunächst sollten sie Marketingstrategien entwickeln, um den chinesischen Markt zu erreichen. Sie sollten sich dabei auf das Online-Marketing konzentrieren, da die chinesische Internetpopulation heute die Grenze von 500 Millionen Anwendern[5] überschritten hat. Weiterhin sollten sie Dienstleistungen im Hotel bereitstellen, um die Erwartungen und Bedürfnisse dieser wachsenden Zielgruppe zu erfüllen", schliesst Svanstrom.

Über Hotels.com

Hotels.com ist eine führende Website zur Durchführung von Online-Reservierungen von Unterkünften. Hotels.com bietet 150.000 Hotels weltweit - von internationalen Ketten und All-Inclusive-Resorts bis hin zu örtlichen Highlights und Frühstückspensionen sowie alle Informationen, die man benötigt, um den perfekten Aufenthalt zu buchen.

Hotels.com ist ein Tochterunternehmen von Expedia Inc., dem grössten Online-Reiseunternehmen der Welt mit

einem umfassenden Portfolio, zu dem einige der bekanntesten Marken weltweit gehören.

Redaktioneller Hinweis:

1. Die Zahlen stammen aus The Annual Report of China Outbound Tourism Development 2012 (Jahresbericht zur Entwicklung des chinesischen Auslandstourismus), veröffentlicht von National Tourism Administration and China Tourism Academy: <http://eng.ctaweb.org>

<http://www.chinapost.com.tw/china/china-business/2012/04/16/337958/More-travelers.htm>

2. Thraenhart, Jens (2012) Essential China Travel Trends. China Travel Trends Retrieved (Grundlegende Trends chinesischer Reisen. Chinesische Reisetrends neu betrachtet): 29. Mai 2012 aus http://www.chinatraveltrendsbook.com/downloads/Essential_China_Travel_Trends_Dragon_Edition.pdf

3. Über die Umfrage: Die Umfrage wurde von Hotels.com im April/Mai 2012 unter 5.000 Hotelpartnern von Hotels.com weltweit durchgeführt. Die Antworten erfolgten aus Argentinien, Australien, Brasilien, Dänemark, Deutschland, Finnland, Frankreich, Hongkong, Indien, Irland, Italien, Japan, Korea, Neuseeland, den Niederlanden, Norwegen, Russland, Singapur, Spanien, Schweden, den USA und dem Vereinigten Königreich.

4. Die Zahlen stammen aus The Annual Report of China Outbound Tourism Development 2012 (Jahresbericht zur Entwicklung des chinesischen Auslandstourismus), veröffentlicht von National Tourism Administration and China Tourism Academy

5. Zahlen des China Internet Network Information Center (CNNIC): <http://www1.cnnic.cn/en/index/00/index.htm>.

Photo: <http://photos.prnewswire.com/prnh/20120628/540164>

Kontakt:

Weitere Informationen und den vollständigen Bericht erhalten Sie von: Zoe Chan, zchan@hotels.com, +852-3607-5719, oder schicken Sie eine E-Mail an press@hotels.co.uk.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100052253/100721785> abgerufen werden.