

07.05.2025 – 09:01 Uhr

Was Reisende wirklich wollen / Motel One Studie belegt: Sofortrabatte sind das wichtigste Buchungskriterium

München (ots) -

Hotelgäste bevorzugen sofortige Preisvorteile statt komplexe Bonusprogramme: Das zeigt eine aktuelle Studie des Meinungsforschungsinstituts Civey im Auftrag der Motel One Group. Die Umfrage[1], die im März 2025 unter mehr als 2.500 Städtetouristen durchgeführt wurde, zeigt, dass klassische Punktesysteme für die Mehrheit der Gäste keine Bedeutung haben. 83 Prozent der Befragten gaben an, dass das Sammeln von Punkten kaum Einfluss auf ihre Buchungsentscheidung hat. Vielmehr sind unmittelbare Vorteile wie ein direkter Preisnachlass ausschlaggebend. Die Ergebnisse im Überblick:

- 92,5 Prozent der Befragten bevorzugen einen sofortigen Preisnachlass gegenüber einem Punktesystem mit späterer Belohnung.
- Für 82,9 Prozent der Befragten hat ein Punktesystem keinen oder nur einen geringen Einfluss auf ihre Buchungsentscheidung.
- Für fast zwei Drittel der Befragten sind ein guter Preis (65,4 Prozent) und die Lage (64,3 Prozent) die wichtigsten Faktoren bei der Hotelbuchungsentscheidung.

Direktvorteile ohne Umwege

Diese Ergebnisse unterstreichen einen klaren Trend: Gäste wünschen sich transparente und unkomplizierte Angebote, die direkt spürbar sind. Für Motel One sind die Studienergebnisse eine Bestätigung des eingeschlagenen Weges: Mit dem weiterentwickelten beOne Membership Programm setzt die Hotelgruppe genau dort an, wo Gäste heute einen echten Mehrwert erwarten. Mit dem beOne Membership Programm bietet die Hotelgruppe ihren Gästen bei Direktbuchungen über die Website oder per App ab sofort 10 Prozent Preisvorteil auf jede Buchung - ohne versteckte Bedingungen. Zusätzlich profitieren sie von exklusiven Deals, besonderen Angeboten und weiteren Benefits in allen 100 Hotels der Marken Motel One und The Cloud One Hotels. "Die Studie zeigt: Hotelgäste wünschen sich Einfachheit und Transparenz", sagt Daniel Müller, Co-CEO der Motel One Group. "Mit der Neuauflage unseres beOne Membership Programms setzen wir genau hier an und bieten unseren Gästen die sofortigen und spürbaren Vorteile, die sie sich wünschen. Das stärkt nicht nur die Zufriedenheit unserer Gäste, sondern auch deren Loyalität gegenüber unserer Marke Motel One."

Kundenbindung neu gedacht

Das beOne Membership Programms steht unter dem Motto "Switch On. beOne." und macht die Mitgliedschaft zum Schlüssel für das beste Preis-Leistungs-Verhältnis in der Branche. Gleichzeitig positioniert sich Motel One deutlich gegen intransparente Punktesysteme und stärkt mit dieser Entscheidung die Gästezufriedenheit und Markenbindung nachhaltig. Mit der Neupositionierung sendet Motel One ein bewusstes Signal in Richtung einer zeitgemäßen Kundenbindung: Klar, digital, fair. Die Kombination aus hochwertigem Design, zentraler Lage und einem durchdachten Loyalty-Programm ohne Spielregeln trifft den Nerv der Zeit.

Weitere Ergebnisse der Studie sowie Grafiken finden Sie hier: <https://onemedia.motel-one.com/web/9ebefb71c2efb960/motel-one-group-studie/>

[1] Civey. (2025). *Repräsentative Umfrage zur Relevanz von Loyalitätsprogrammen bei Städtereisenden in Deutschland* (Studie im Auftrag der Motel One Group, n = 2.500).

Pressekontakt Motel One:

Inken Mende

Director Corporate Communications & PR

Tegernseer Landstraße 165, 81539 München

Tel.: +49 89665025-818

E-Mail: imende@motel-one.com

Internet: www.motel-one.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100101955/100931165> abgerufen werden.