

Hotellerie & Gastgewerbe generieren 30% ihrer Erträge durch Millennials

Wien (OTS) - Zwtl.: Die Key-Findings der CMS Studie "Finding the Balance: Human touch vs High tech":

- ~
- * 13% ihres Einkommens geben Millennials für Urlaube aus
 - * 13% ihres Einkommens geben Millennials in Bars und Restaurants aus
 - * 72% der Millennials schätzen die Interaktion mit dem Hotel- und Restaurantpersonal
 - * 47% der Millennials möchten ihr Essen vor ihrer Ankunft im Restaurant bestellen
- ~

Laut Schätzungen von Hoteliers und Gastronomen stammt ein Drittel ihres jährlichen Einkommens heute von der Millennium-Generation. Dies geht aus der neuesten Studie der internationalen Rechtsanwaltskanzlei CMS in ihrem neuen Bericht Finding the Balance: Human touch vs High tech hervor.

Da die Mehrzahl der Millennials (60%) entweder bei ihren Eltern oder zusammen mit einem Partner ohne Kinder lebt, ist ihre Kaufkraft im Urlaub und in der Gastronomie (26% ihres Gesamteinkommens) von enormer Bedeutung für diese Branchen. Im Durchschnitt machen die Millennials 2,5 Wochen im Jahr Urlaub und essen vier Mal im Monat auswärts.

In einer von FTI Consulting für CMS im April und Mai 2018 durchgeführten Studie wurden Besitzer, Betreiber, Investoren und Manager von Hotels und Restaurants in zehn Ländern weltweit nach dem Einfluss der Millennium-Generation auf ihre Branchen gefragt. Außerdem wurden mehr als 5.000 Millennials in 18 Ländern zu ihrer Freizeitgestaltung und der Bedeutung von Technologie in ihrem Leben interviewt.

Hotelbetreiber, die Millennials regional und international ansprechen möchten, sollten sich weniger auf familiengerechte Unterbringung und mehr auf romantische Rückzugsorte oder Zimmer für miteinander verreisende Freunde konzentrieren. Gestützt auf die digitalen Medien sind die Millennials ständig auf der Suche nach attraktiven Angeboten und Schnäppchen.

Gregor Famira, Leiter der Gruppe Hotellerie & Freizeitindustrie bei CMS in Wien, meint dazu: "Die beträchtliche Kaufkraft der Millennials hat großen Einfluss auf die Branche. Unserer Studie zufolge machen die Millennials bereits 28% der Erträge in der Hotellerie und 29% im Gastgewerbe aus. Hotels und Restaurants müssen sich jedoch vor Stereotypen hüten, wenn sie auf die heranwachsende Generation mit der höchsten Technikaffinität eingehen wollen. Den typischen Millennial gibt es nicht, und viele legen bei der Entscheidung, wo sie wohnen oder essen wollen, immer noch mehr Gewicht auf die menschliche Note als auf die Technik."

Da jedoch 90% der Befragten der Meinung sind, dass ihre Unternehmen die Erwartungen der Millennials im Gastgewerbe unterschätzen, bemühen diese sich derzeit nach Kräften, ihre Betriebe schnellstmöglich zukunftssicher aufzustellen (83%).

Bei der Auswahl eines Hotels oder Restaurants zählt für Millennials die an einem Ort verfügbare Technik (4%) weniger als traditionelle Elemente wie Kosten (38%) und Lage (17%); dies gilt auch für Geschäftsreisende. Die Technik spielt jedoch durchaus eine wichtige Rolle, wobei die beliebtesten technischen Features in Hotels schnelles WLAN (66%), eine App für Hotelservices (49%), Musik-Streaming (37%) und ein Tablet im Zimmer zur Steuerung der Raumfunktionen (35%) sind.

"Es gibt eine gute Nachricht für die Gastronomen. Die Millennials essen durchschnittlich vier Mal im Monat auswärts, also öfter, als sie sich Essen nach Hause liefern lassen. In einem wettbewerbsintensiven Marktumfeld nutzt die Branche Technologien, um neue Kunden anzulocken und ein besseres Restaurantenerlebnis zu vermitteln", ergänzt Thomas Page, Leiter der CMS-weiten Praxisgruppe Hotellerie & Freizeitindustrie.

Als technologische Verbesserung in Restaurants wünschen sich die befragten Millennials am häufigsten die Möglichkeit der Bestellung von Speisen und Getränken bereits vor der Ankunft im Lokal (47%), der Bezahlung über eine App (44%) sowie die elektronische Essensbestellung vor Ort (34%). In vielen Lokalen ist dies bereits Realität.

Als Reaktion auf die erwarteten Wünsche der Kunden haben 52% der Gastwirte bereits Technologien zur Bestellung von Speisen und

Getränken vor der Ankunft im Lokal und 39% zur Bezahlung der Rechnung online oder über eine App eingeführt. 28% der Gastwirte beabsichtigen die Einführung einer interaktiven elektronischen Speisekarte, auf der die Speisen in 3D zu sehen sind, und fast ein Viertel (23%) rechnet mit der Einführung der Option, mit einem virtuellen Begleiter über einen interaktiven Bildschirm speisen zu können, was zur Meinung von 20% der Millennials passt, die finden, dass dies ihr Restaurantenerlebnis verbessern würde.

Dennoch bevorzugt eine überwältigende Mehrheit von 76% der Millennials immer noch den Kontakt zu Menschen während ihres Restaurantbesuchs - somit bedeutet dies keinesfalls das Ende der menschlichen Komponente und den Beginn der totalen Automatisierung. Sie legen auch großen Wert auf Originalität, wobei 53% eine "neue Erfahrung" als wichtiges Kriterium bei der Auswahl eines Restaurants anführen.

Überraschenderweise kommen manche Technologien bei den Millennials nicht so gut an. Auf die Frage, welche Arten von Technologien ihr Restaurantenerlebnis verbessern würden, nennen nur 16% virtuelle 3D-Unterhaltung. Hingegen erwarten 28% der Gastwirte die Einführung von virtueller 3D-Unterhaltung in ihren Restaurants innerhalb von fünf Jahren.

Es überrascht nicht, dass Internetbewertungen eine immer größere Rolle bei den Reservierungswünschen spielen, somit werden die Branchenstandards durch Online-Reservierung in die Höhe geschraubt. 25% der Millennials wären bereit, bei ausgezeichneten Bewertungen auf Social Media in einem Restaurant mehr zu bezahlen.

Die Studie (in englischer Sprache) steht Ihnen zum kostenlosen [Download auf unserer Website zur Verfügung.] (<http://marketing.cms-rrh.com/zh/8991534147723/BoU5HdWcPR/62892644>)

Ein Foto von Gregor Famira zur kostenlosen Verwendung finden Sie [hier] (<http://marketing.cms-rrh.com/zh/5911534148054/BoU5HdWcPR/62892644>).
(© Michael Sazel)

Die CMS Boilerplate finden Sie [hier] (<http://download.cms-rrh.com/presse/CMS-Boilerplate.pdf>).

~
Rückfragehinweis:

CMS Reich-Rohrwig Hainz Rechtsanwälte GmbH
Kristijana Lastro
Head of Marketing & Communications
+43 1 40443 4000
kristijana.lastro@cms-rrh.com
cms.law

Diese sowie weitere Pressemitteilungen stehen Ihnen auf unserer Homepage unter <https://cms.law/> zum Download zur Verfügung.

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/7224/aom>

*** TP-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT ***

TPT0006 2018-08-13/10:47

131047 Aug 18

Link zur Aussendung:

https://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20180813_TPT0006