



St. Paul, Réunion; Foto: Lohmann, 2019

Können, mögen, wollen, wünschen...

Wie wir uns für Reisen informieren
und entscheiden.

*13. Sächsischer Marktforschungstag Tourismus
am 23. November 2023
in Leipzig*

SACHSEN. LAND VON WELT.

Martin Lohmann

Gäste nach Sachsen einladen



Photo: Lohmann, Mai 2015

Das ist
also nicht
so
einfach...

Oder
doch?

SUDOKU
für Männer

1	2	3
4		6
7	8	9

Nele aus Bonn und ihre Reiseentscheidung - ein Prozess

**Nele will nach
Sachsen reisen!
Wie konnte das
passieren?**

Nele aus Bonn und ihre Reiseentscheidung - ein Prozess

Nele aus Bonn (schematisch)



Dresden Neustadt, D; Photo: Lohmann, Mai 2015

Information-Entscheidungs-Prozess

SACHSEN VON WELT.



REISE

=

LOS!

AUSWAHL-
SITUATION
— *
AUG. REISE-
IDEE

INFO

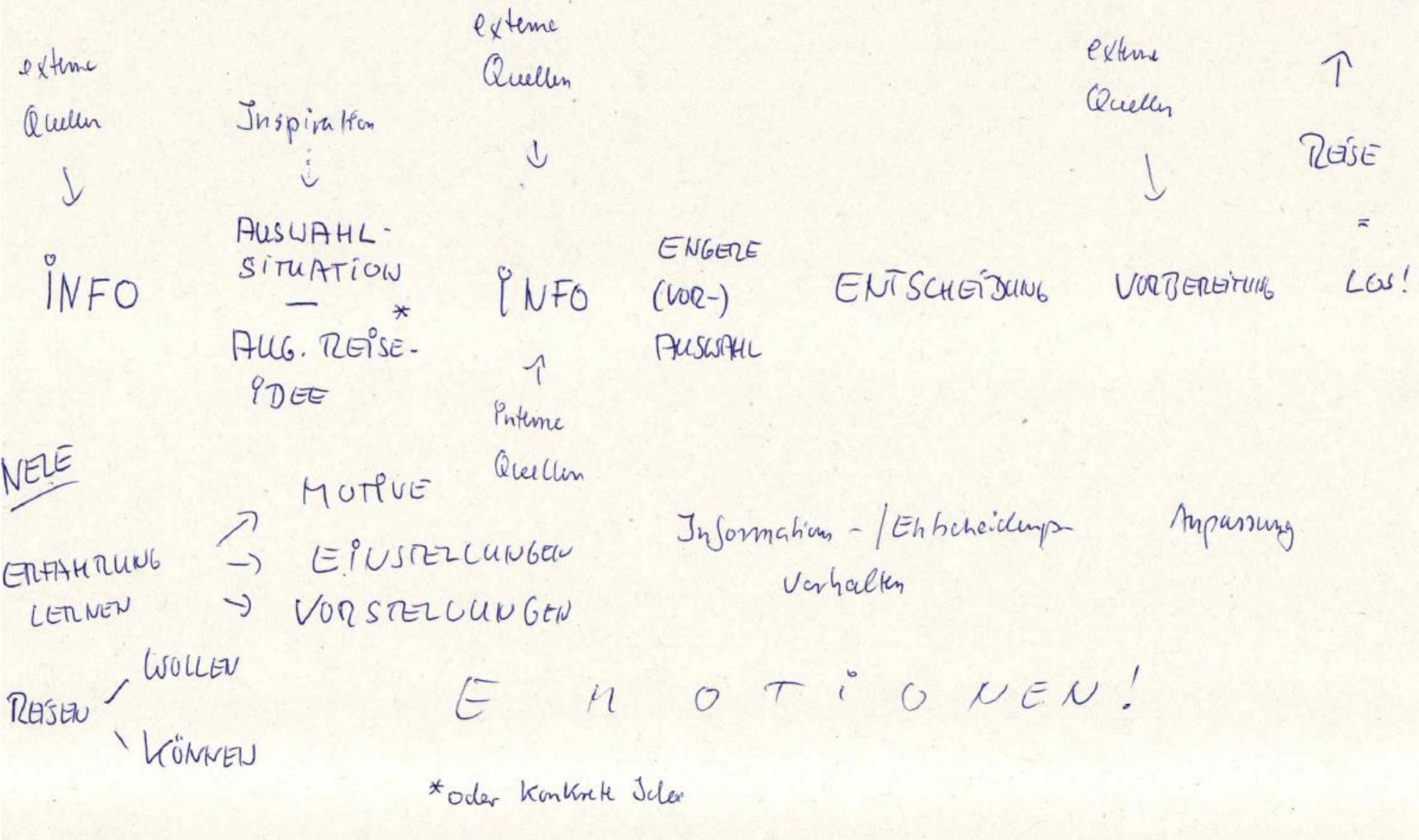
ENTSCHEIDUNG

VORBEREITUNG

NELE



Information-Entscheidungs-Prozess



**Nele fängt nicht
bei Null an.**

Information-Entscheidungs-Prozess

SACHSEN VON WELT.



REISE

=

ENTSCHEIDUNG VORBEREITUNG LOS!

AUSWAHL-
SITUATION
— *
AUG. REISE-
IDEE

INFO

NELE



Information-Entscheidungs-Prozess

SACHSEN VON WELT.



REISE

=

LOS!

AUSWAHL-
SITUATION
— *
AUG. REISE-
IDEE

INFO

ENTSCHEIDUNG

VORBEREITUNG

NELE

REISEN / WOLLEN
/ KÖNNEN

Reisen wollen und
Reisen können
sind
Grundvoraussetzung für
touristische Nachfrage!

Information-Entscheidungs-Prozess

SACHSEN VON WELT.

externe
Quellen
↓

INFO

AUSWAHL-
SITUATION
— *
AUG. REISE-
IDEE

INFO

ENTSCHEIDUNG

VORBEREITUNG

LOS!

↑
REISE

NELE

ERFAHRUNG
LERNEN

REISEN / WOLLEN
/ KÖNNEN

Motive, Einstellungen und Vorstellungen

Information-Entscheidungs-Prozess

SACHSEN VON WELT.

externe
Quellen
↓

INFO

AUSWAHL-
SITUATION
— *
AUG. REISE-
IDEE

INFO

ENTSCHEIDUNG

VORBEREITUNG

LOS!

↑

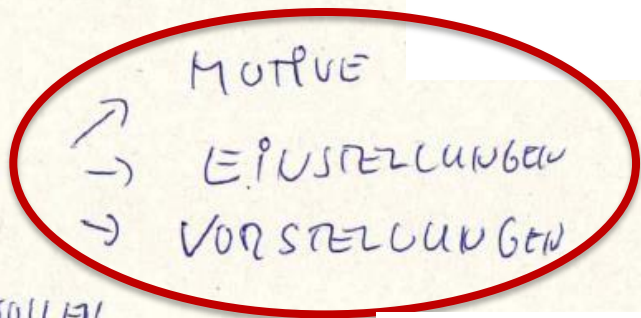
REISE

=

NELE

ERFAHRUNG
LERNEN

REISEN — WOLLEN
 \ KÖNNEN



Motiv = Antrieb, Wollen
Einstellung = Wie ich zu etwas stehe
Vorstellung (Image) = Wie ich mir etwas denke

Information-Entscheidungs-Prozess

SACHSEN VON WELT.

externe
Quellen
↓

INFO

AUSWAHL-
SITUATION
— *
AUG. REISE-
IDEE

INFO

ENTSCHEIDUNG

VORBEREITUNG

LOS!

↑

REISE

=

NELE

ERFAHRUNG
LERNEN

↗

MOTIVE

→

EINSTELLUNGEN

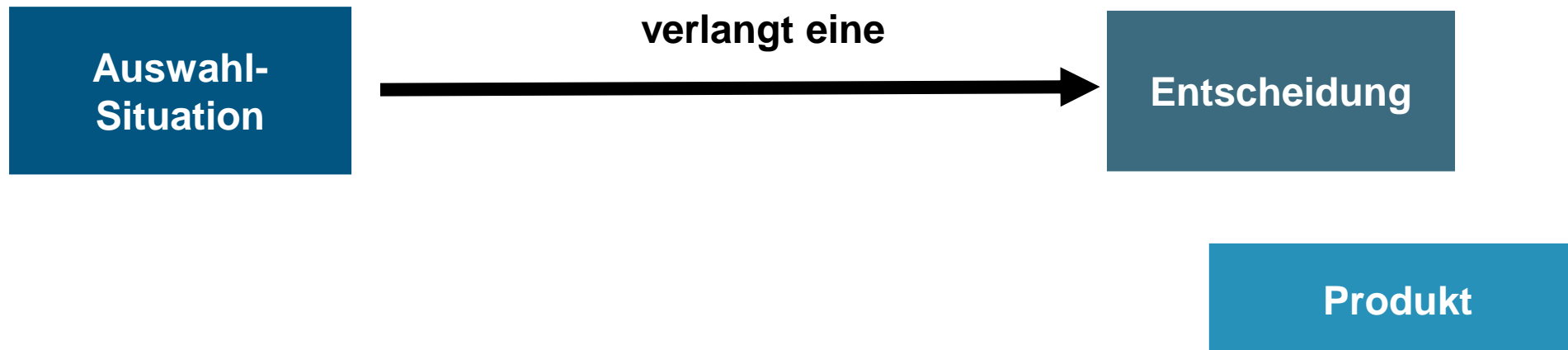
→

VORSTELLUNGEN

REISEN — WOLLEN
 \ KÖNNEN



Auswahlsituation



Entscheidung nötig

Spezialitäten des Hauses

A1	"Zik-Zal" mit Acht Schätze (in einer Gusseisen Pfanne serviert) (AEF)	€ 8.50
A2	Ente nach Szechuan Art (AF)	€ 10.50
A3	Gebackener Dorsch nach Szechuan Art (ACF)	€ 8.50
A4	Gebratener Tofu mit drei Sorten Fleisch u. Gemüse (AF)	€ 8.50
A5	Gebratener Tofu nach Szechuan Art (AF)	€ 7.90
A6	Gebratenes Hühnerfleisch m. Spezialsauce (AF) & verschiedenem Gemüse (in einer Gusseisen Pfanne serviert)	€ 8.50
A7	Gebackenes Hühnerfleisch mit pikanter Sauce (AF)	€ 8.50
A8	Gebratenes Hühnerfleisch mit Mandeln (AEFH)	€ 8.50
A9	Gebackene Rippen mit Knoblauchsauce (ACF)	€ 8.50

3 Gänge Abendmenü für 1 Person

1. Gang:	Vorspeise mit pikanter Suppe (CF), Frühlingsrolle (ACF) oder Hummerchips (AB)	€ 8.90
2. Gang:	L1 Gebackenes Gemüse (ACF)	€ 8.90
	L2 Süß-Saures Schweinefleisch (ACM)	€ 8.90
	L3 Gebratenes Hühnerfleisch mit Sojabohnensprossen (AF)	€ 8.90
	L4 Gebratenes Gemüse nach Szechuan Art (AF)	€ 9.90
	L5 Hühnerspießchen mit Spezialsauce (AF)	€ 9.90
	L6 Gebackenes Hühnerfleisch mit Knoblauchsauce (CF)	€ 9.90
	L7 Gebackene Tintenfischringe (ACR)	€ 10.90
	L8 Acht Schätze (EF)	€ 10.90
	L9 Knusprige Ente mit scharfem Gemüse (ACF)	€ 10.90
3. Gang:	Nachspeise (Lychee Kompott (C) oder Eis (G) mit Schlagobers (G))	

Für der kleinen Hunger

K1	Gebratener Reis mit Eiern und Hühnerfleisch (CF)	€ 5.50
K2	Süß-saures Hühnerfleisch (ACM)	€ 5.90
K3	Hühnerfleisch Chop Suey (AF)	€ 5.90
K4	Schweinefleisch nach Szechuan Art (AF)	€ 5.90
K5	Knuspriges Huhn (AC)	€ 5.90



Mittags Menü

Von Montag bis Freitag (11:00-14:30) ausgenommen Feiertage

M1a	Gebratener Eierreis (CF)	€ 5.20
M1b	Gebratener Eierreis mit Hühnerfleisch (CF)	€ 5.90
M2	Gebratene Nudeln mit Hühnerfleisch (ACF)	€ 6.20
M3	Schweinefleisch mit Bambussprossen und Pilzen (AF)	€ 6.50
M4	Knuspriges Huhn (AC)	€ 6.50
M5	Fisch mit Knoblauchsauce (CF)	€ 6.20
M6	Gebratener Truthahn nach Szechuan Art (AF)	€ 6.50
M7	Acht Schätze (AEF)	€ 6.50
M8	Hühnerfleisch mit Curry (AF)	€ 6.50
M9	Knusprige Nudeln mit drei Sorten Fleisch (ACF)	€ 6.90
M10	Hühnerspießchen mit Spezialsauce (AF)	€ 6.50
M11	Knusprige Ente mit verschiedenem Gemüse (AF)	€ 7.90
M12	Fastenspeise der Buddhisten (AF)	€ 5.90
M13	Süß-Saures Schweinefleisch (ACM)	€ 6.30
M14	Rindfleisch nach Szechuan Art (F)	€ 6.90
M15	Süß-Saures Hühnerfleisch (im Backteig) (ACM)	€ 6.30

Alle Menüs inkl. pikante Suppe (CF) oder Frühlingsrolle (ACF) und Reis außer M1, M2, M9 kein Reis dabei



Nachspeisen

T1	Lychee Kompott (C)	€ 2.90
T2	Gebackene Lychee (ACD)	€ 3.50
T3	Ananas Kompott (C)	€ 2.90
T4	Gebackene Bananen mit Honig (AC)	€ 3.50
T5	Gebackene Ananas mit Honig (ACD)	€ 3.50
T6	Gebackene Apfel mit Honig (AC)	€ 3.50
T7	Gebackene gemischte Früchte mit Honig (ACD)	€ 3.90
T8	Gebackenes Eis flambiert (ACD)	€ 3.90
T9	Gebackene Bananen mit Eis (AG)	€ 3.90

Allergeninformation gemäß Codex-Empfehlung:
A: Glutenhaltiges Getreide, B: Knebaltiere, C: Eier, D: Fisch, E: Erdnuss, F: Soja, G: Milch oder Laktose,
H: Schalenfrüchte, L: Sellerie, M: Senf, N: Sesam, O: Sulfite, P: Lupinen, R: Weichtiere
Information über Süßungsmittel (gemäß VO des BfMG vom 10.07.2014, BGBl Nr. III/175/2014)
*) eine Phenylalaninquelle. **) Kann bei übermäßigem Verzehr schmerzhaft wirken

An einen Haushalt

Postentgelt bar bezahlt

CHINA RESTAURANT SIRLOT KINDBERG 聚豐園

Hauptstraße 26, A-8650 Kindberg

Tel.: 03865-3756

Öffnungszeiten

Mo.-Fr. 11:00-14:30 & 17:30-23:00

Sa., So., Feiertag von 11:00-23:00

Dienstag Ruhetag (ausg. Feiertag)

Speisen auch zum Mitnehmen

Alle Speisen werden frisch zubereitet!

Mittagsmenü ab 5.20 € (nur Werktags!)

3 gänge Abendmenü ab 8.90 €

Ab einem Bestellwert von 25 €, erhalten Sie beim

Mitnehmen von uns eine Flasche Pflaumenwein im

Wert von 4 € gratis dazu (außer Mittagsmenü)



Bei einer Geburtstagsfeier erhalten Sie ein Geschenk!

In unserem Lokal sind auch Gutscheine erhältlich.



Vorspeisen

1	Frühlingsrolle (ACF)	€ 2.50
2	Gebackene Wan-Tan (Teigtaschen mit Fleischfüllung) (ACF)	€ 3.70
3	Gebackenes Gemüse (AC)	€ 3.70
4	Gebackene Tintenfischringe (ACR)	€ 4.70
5	Hummerchips (AB)	€ 2.50
6	Gebackene Hühnerflügel (AC)	€ 4.50
7	Portion Pommes (G)	€ 2.50
8	Mini Frühlingsrollen (8 Stk.) (ACF)	€ 3.20

Salat

11	Gemischter Salat	€ 2.90
12	Gurkensalat mit Knoblauch	€ 2.90
13	Grüner Salat	€ 2.90
14	Salat mit Hühnerfleisch und Schinken (FM)	€ 3.90
15	Pikanter Salat	€ 2.90
16	Shrimps Salat (BFM)	€ 4.90
17	Sojabohnensprossen Salat (F)	€ 2.90

Suppen

21	Pikant säuerliche Suppe (ACFM)	€ 2.70
22	Eierblumen Suppe (CF)	€ 2.90
23	Suppe mit Hühnerfleisch, Bambus und Pilzen (F)	€ 2.90
24	Wan-Tan Suppe (ACF)	€ 2.90
25	Scharfe Hühnerfleischsuppe (F)	€ 2.90
26	Suppe mit drei Sorten Fleisch (F)	€ 3.20
27	Suppe mit Hühnerfleisch und Spargel (F)	€ 2.90
28	Maissuppe mit Shrimps (ABD)	€ 3.20

Schweinefleisch

31	Schweinefleisch Chop Suey (AF)	€ 7.90
32	Gebratenes Schweinefleisch mit Bambussprossen und Pilzen (AF)	€ 8.50
33	Gebratenes Schweinefleisch m. Spezialsauce (A) und verschiedenem Gemüse (in einer Gusseisen Pfanne serviert) (F)	€ 8.50
34	Schweinefleisch mit Champignons und Morcheln (AF)	€ 8.50
35	Süß-Saures Schweinefleisch (ACM)	€ 7.90
36	Schweinefleisch nach Szechuan-Art (AF)	€ 8.50
37	Gebackenes Schweinefleisch mit Knoblauchsauce (ACF)	€ 8.50
38	Wiener Schnitzel mit Pommes oder Salat (ACG)	€ 7.80

Rindfleisch

41	Rindfleisch Chop Suey (AF)	€ 8.90
42	Rindfleisch mit Bambussprossen und Pilzen (AF)	€ 8.90
43	Gebackenes Rindfleisch mit Salat (ACF)	€ 9.90
44	Rindfleisch nach Szechuan-Art (AF)	€ 8.90
45	Rindfleisch mit Zwiebeln (AF)	€ 8.90
46	Rindfleisch mit Curry (AM)	€ 8.90
47	Rindfleisch "GAN-BIAN" mit grünem Paprika (AFN)	€ 9.90
48	Rindfleisch "SA-TSA" mit chinesischen Gewürzen & Broccoli (F)	€ 8.90

Hühnerfleisch

51	Gebratenes Hühnerfleisch mit verschiedenem Gemüse (AF)	€ 7.90
52	Hühnerfleisch mit Bambussprossen und Pilzen (AF)	€ 8.50
53	Hühnerfleisch mit Curry (AM)	€ 8.30
54	Hühnerfleisch nach Szechuan-Art (AF)	€ 8.50
55	Hühnerfleisch mit Ananas (AC)	€ 8.30
56	Süß-Saures Hühnerfleisch (im Backteig) (AM)	€ 8.30
57	Hühnerfleisch mit Champignons und Morcheln (AF)	€ 8.90
58	Knuspriges Huhn nach Art des Hauses (ACF)	€ 9.90
59	Knuspriges Huhn (AC)	€ 8.50

Fisch

61	Gebackener Dorsch im Backteig mit verschiedenem Gemüse (ACF)	€ 8.30
62	Gebackener Dorsch mit Knoblauchsauce (ACF)	€ 8.30
63	Süß-Saurer Fisch (ADM)	€ 8.30
64	Gebratener Tintenfisch nach Szechuan-Art (AFR)	€ 8.90
65	Gebackene Riesengarnelen (BCF)	€ 13.90
66	Gebackene Riesengarnelen mit Gemüse (in einer Gusseisen Pfanne serviert) (AF)	€ 13.90
67	Gebratene Riesengarnelen m. Bambussprossen u. Pilzen (AFB)	€ 13.90

Gemüseplatten

71	Fastenspeise der Buddhisten (AF)	€ 7.20
72	Gebratene Sojabohnensprossen (AF)	€ 7.20
73	Gebackene Broccoli mit Salat (AC)	€ 8.50
74	Gebackene Gemüsebällchen mit Salat (A)	€ 9.90

Reis

81	Gebratener Eierreis (CF)	€ 4.90
82	Gebratener Reis mit Shrimps (BCF)	€ 8.90
83	Gebratener Reis mit Curry und Schinken (ACFL)	€ 7.50
84	Gebratener Reis mit Hühnerfleisch (CF)	€ 7.50
85	Portion Reis	€ 1.30

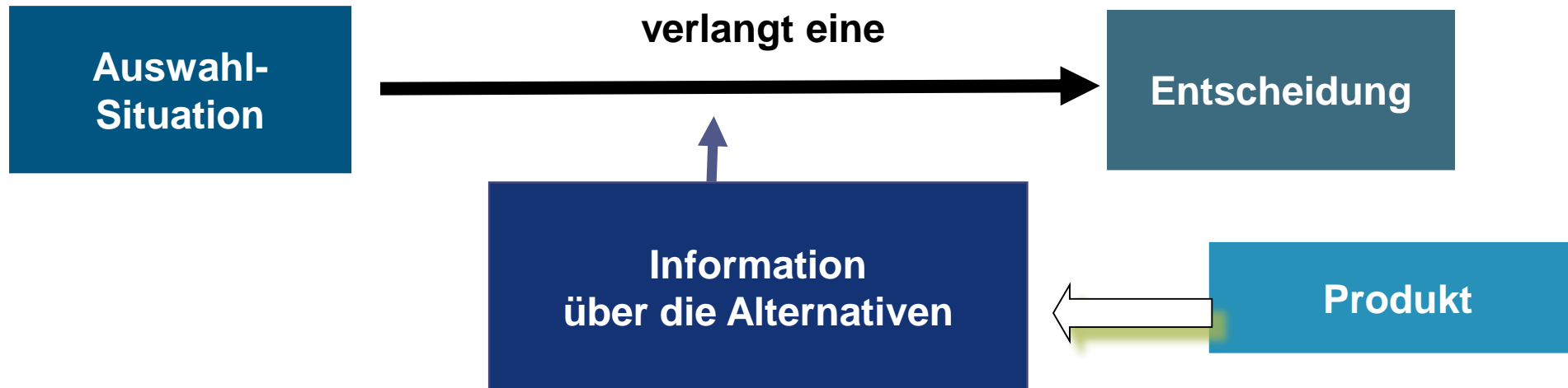
Nudeln

91	Gebatene Nudeln mit drei Sorten Fleisch (ACF)	€ 7.50
92	Gebatene Nudeln mit Riesengarnelen (ABCF)	€ 9.50
93	Gebatene Nudeln mit Curry und Schinken (ACFL)	€ 7.50
94	Knusprige Nudeln mit drei Sorten Fleisch (ACF)	€ 7.50
95	Gebatene Reismudeln mit drei Sorten Fleisch (F)	€ 8.50

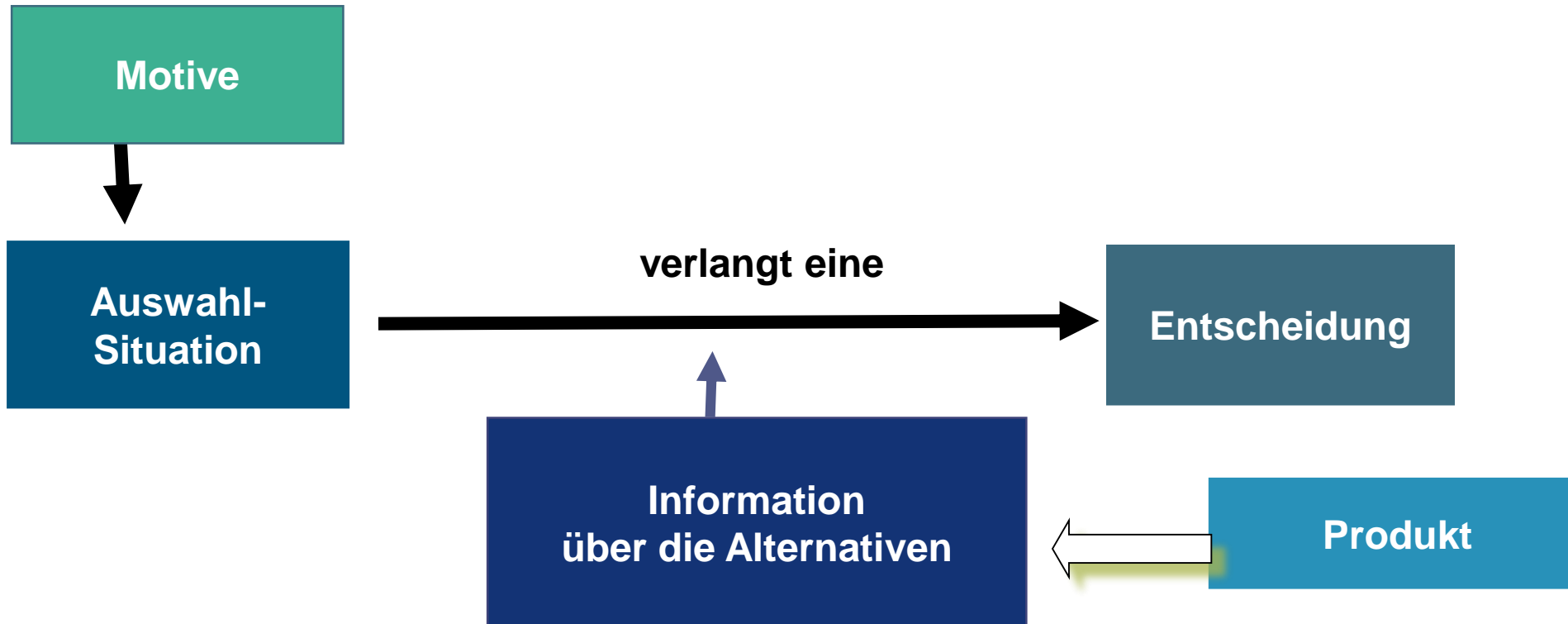
Spezialitäten

S1	Acht Schätze (AEF)	€ 8.50
S2	Chinesisches gegrilltes Kotelett mit Reis (AF)	€ 8.90
S3	Hühnerfilet gegrillt nach China-Art mit Reis (AF)	€ 8.90
S4	Hühnerspießchen mit Spezialsauce (AEF)	€ 8.90
S5	Gebatene Spargel, Champignons, Shrimps, Tintenfischringe und Broccoli (ABFR)	€ 8.90
S6	Knusprige Ente mit verschiedenem Gemüse in einer Gusseisen Pfanne (AF)	€ 10.90
S7	Truthahn nach Art des Hauses mit gem. Salat (ACF)	€ 9.50
S8	Gebratener pikanter Truthahn (AFM)	€ 8.50
S9	Ente mit Bambussprossen und Pilzen (AF)	€ 10.50
S10	Ente nach Art des Hauses (AF)	€ 10.50
S11	Knusprige Ente (AF)	€ 10.50
S12	Ente mit Ananas (AC)	€ 10.50
S13	Acht Schätze mit Ente (AEF)	€ 11.50
S14	Knusprige Ente mit verschiedenem Gemüse (AF)	€ 10.50
S15	Gebratener Truthahn nach Szechuan Art (AF)	€ 8.50
S16	"Zik-Zal" mit drei Sorten Fleisch (in einer Gusseisen Pfanne serviert) (AF)	€ 8.50
S17	"Zik-Zal" mit Hühnerfleisch & Gemüse (in einer Gusseisen Pfanne serviert) (AF)	€ 8.50
S18	Chinesisches Eier Omelett mit drei Sorten Fleisch (ACF)	€ 8.90
S19	Gebatene Hühnerflügel mit gemischtem Salat (AF)	€ 9.90

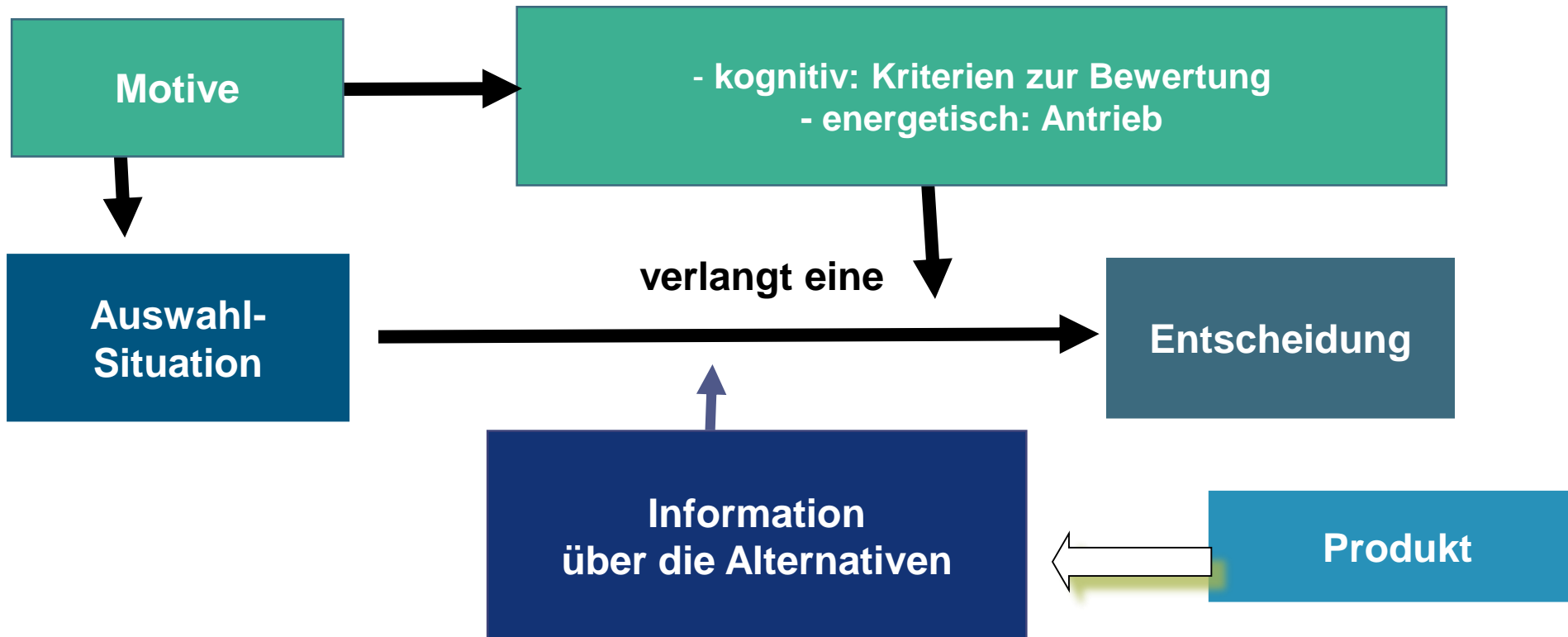
Psychologische Konstrukte und Konsumenten Verhalten



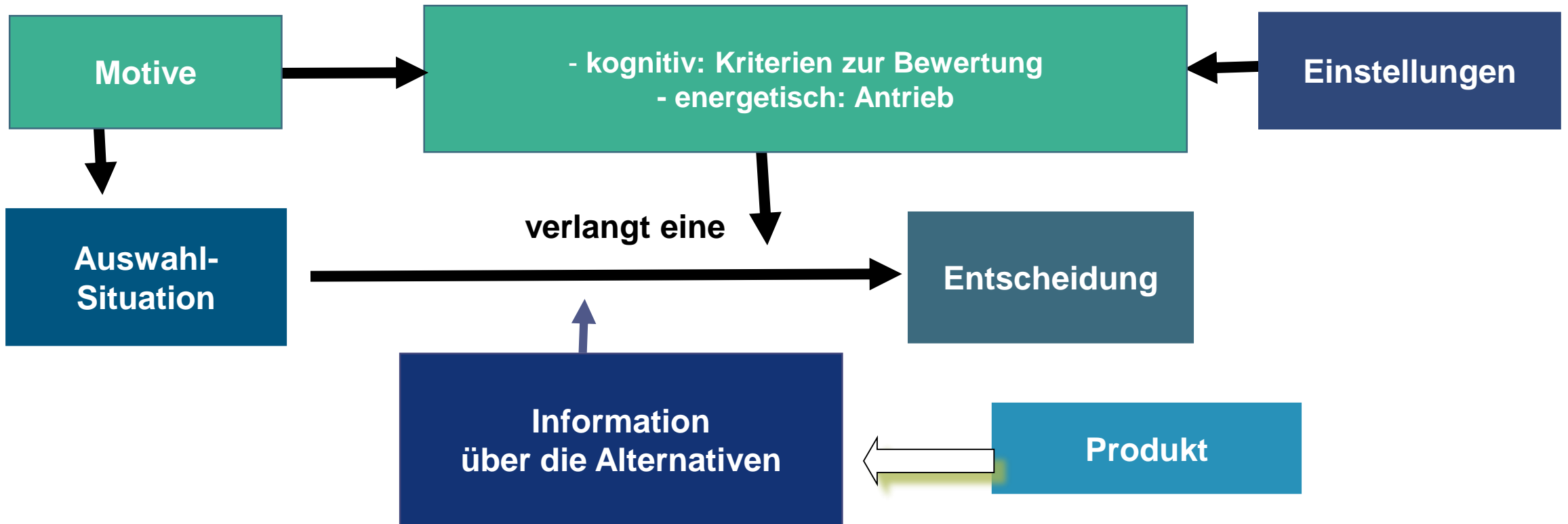
Psychologische Konstrukte und Konsumenten Verhalten



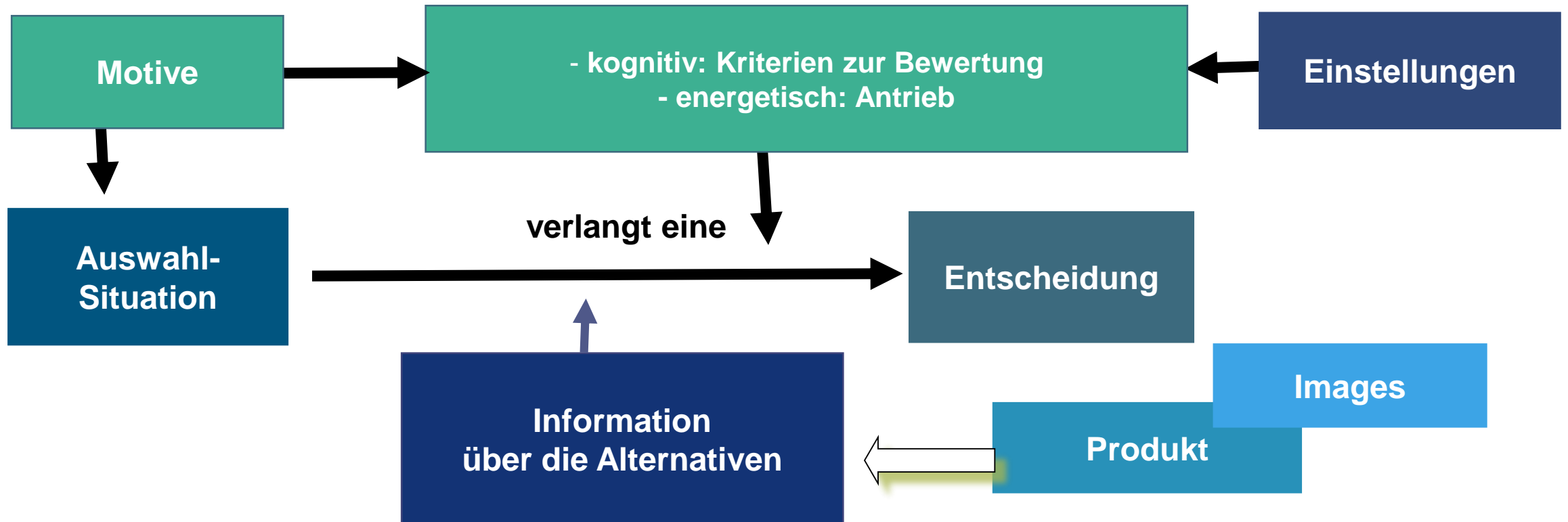
Psychologische Konstrukte und Konsumenten Verhalten



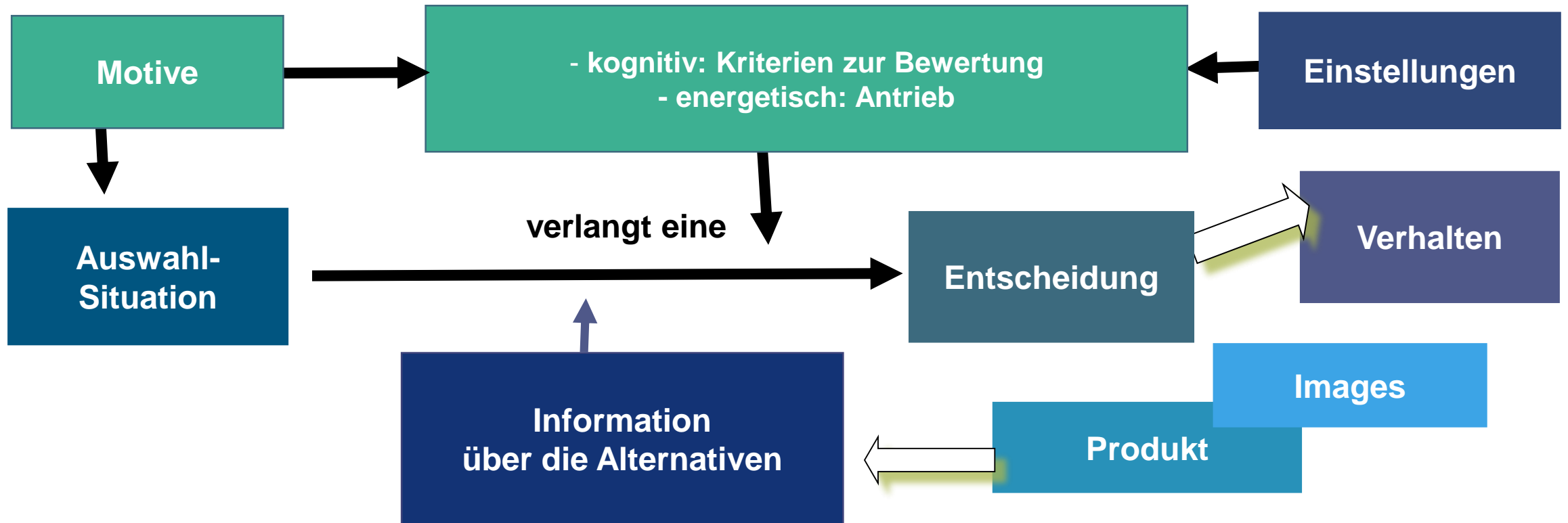
Psychologische Konstrukte und Konsumenten Verhalten



Psychologische Konstrukte und Konsumenten Verhalten



Psychologische Konstrukte und Konsumenten Verhalten



Einstellungen sind gelernt, beeinflussbar.



Was haltet Ihr davon?



Images sind beeinflussbar.


Travelling is among
the finest things in life.



**We do everything
to keep it this way.**



**Book
now**

A STAR ALLIANCE MEMBER 

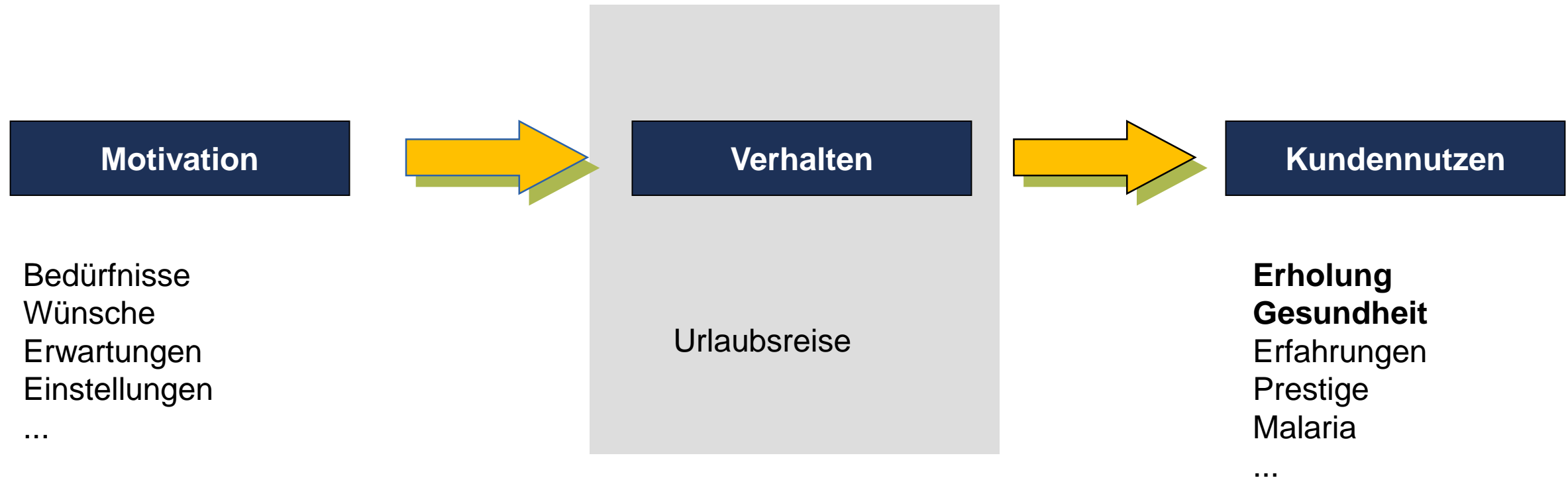
Made of Switzerland.

Images sind beeinflussbar.



Inspiring Germany
**Kunst, Kultur und Natur
erleben in Sachsen – Land
von Welt**

Wir stellen uns vor: Bei Reisen kommt was raus!, auch ein *Image*.

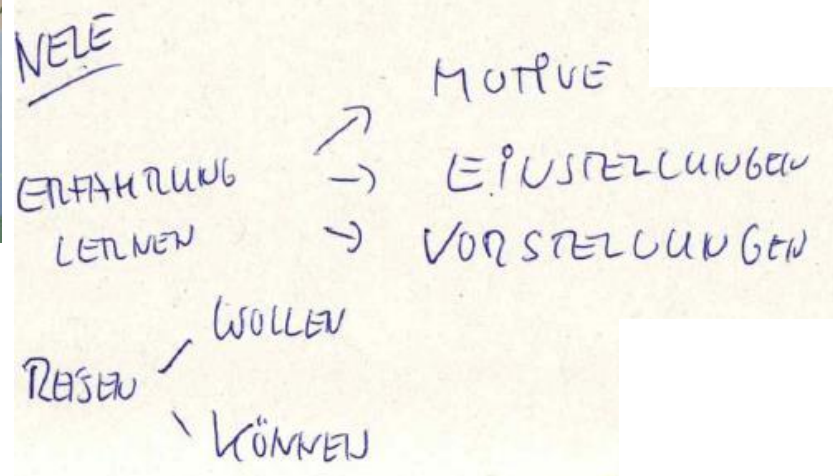
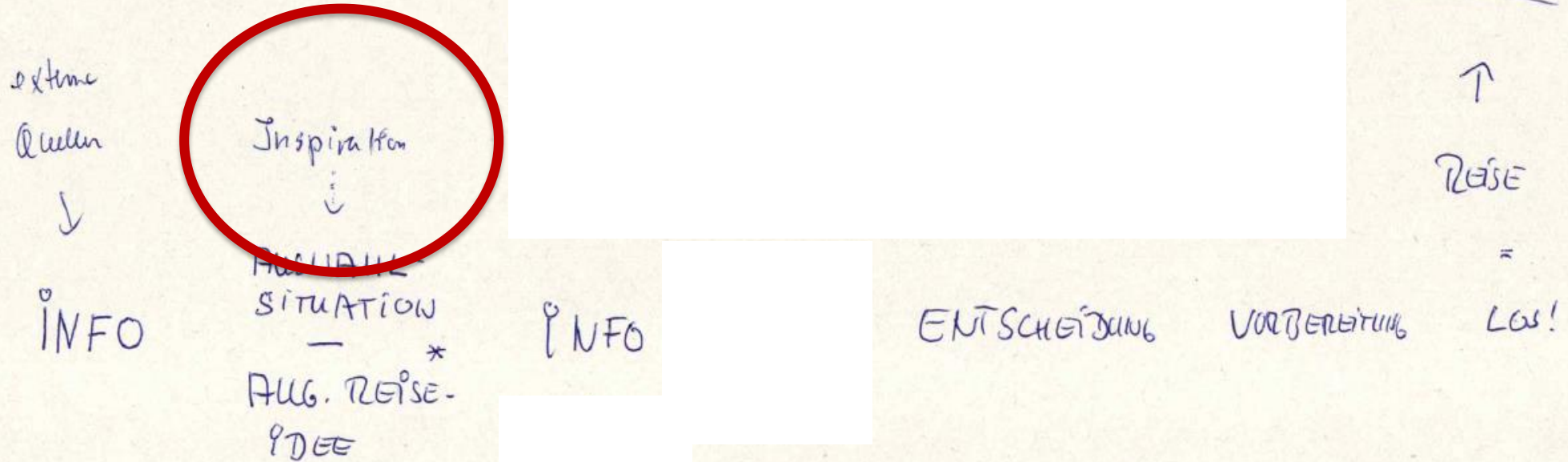


**Die Zukunftsfähigkeit gewinnt der Tourismus
aus dem Nutzen für die Konsumenten.**

**Motivation ist ein dynamischer,
beeinflussbarer Prozess.**

Information-Entscheidungs-Prozess

SACHSEN VON WELT.



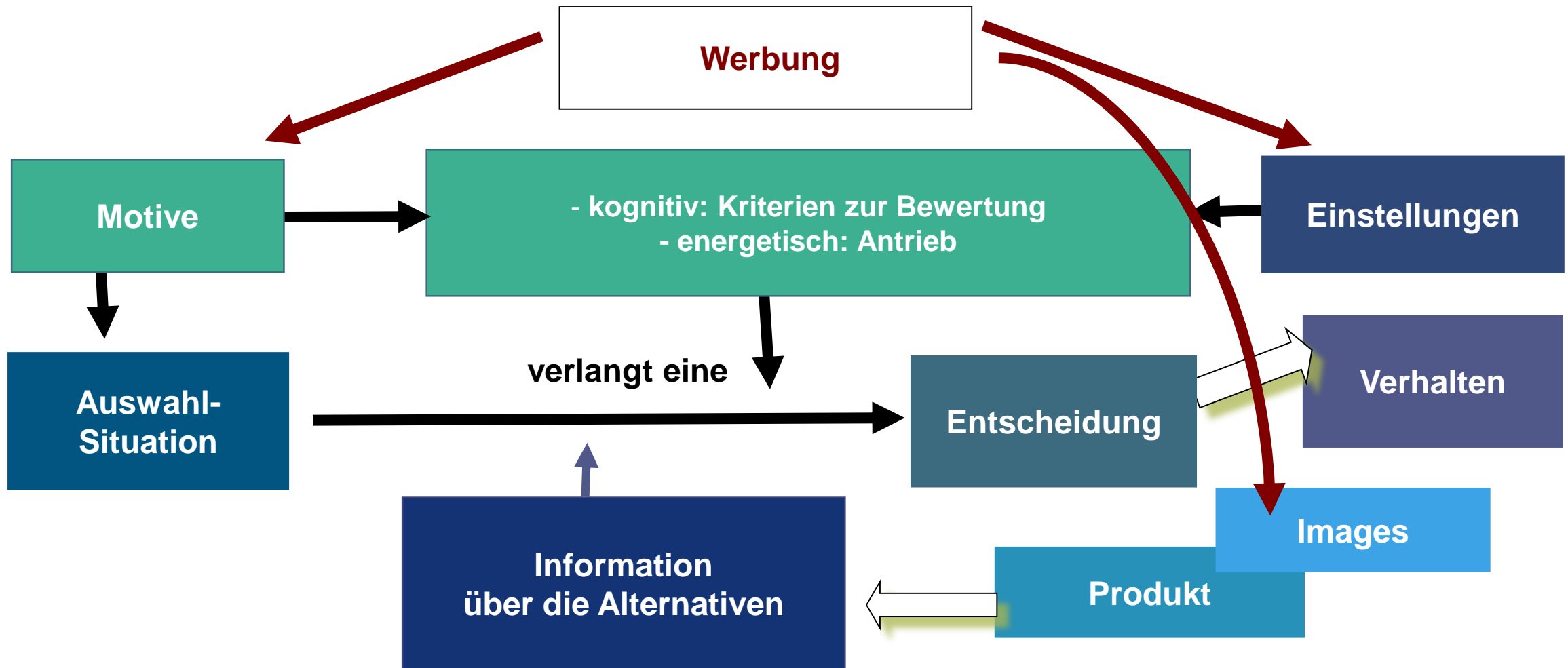
Für das facettenreiche Urlaubsreiseverhalten einer Person gibt es nicht nur ein einziges, sondern viele Motive zu verschiedenen Aspekten und zu unterschiedlichen Zeitpunkten, die unterschiedlich starke Bedeutung haben, und auch miteinander im Konflikt stehen können.

Für das facettenreiche Urlaubsreiseverhalten einer Person gibt es nicht nur ein einziges, sondern viele Motive zu verschiedenen Aspekten und zu unterschiedlichen Zeitpunkten, die unterschiedlich starke Bedeutung haben, und auch miteinander im Konflikt stehen können.

Das bedeutet für den TouristInnen, dass

- sie nicht nur ein Produkt finden müssen, das zu ihren Motiven passt,
- sondern auch aus ihren Motiven diejenigen, die jetzt befriedigt werden sollen.

Psychologische Konstrukte und Konsumenten Verhalten



**Informations-
quellen:
erstmal intern.**

Information-Entscheidungs-Prozess

SACHSEN VON WELT.

externe
Quellen
↓

INFO

Inspiration
↓

AUSWAHL-
SITUATION
—
AUG. REISE-
IDEE *

INFO

↑
Interne
Quellen

ENTSCHEIDUNG

VORBEREITUNG

LOS!

↑
REISE

NELE

ERFAHRUNG
LERNEN

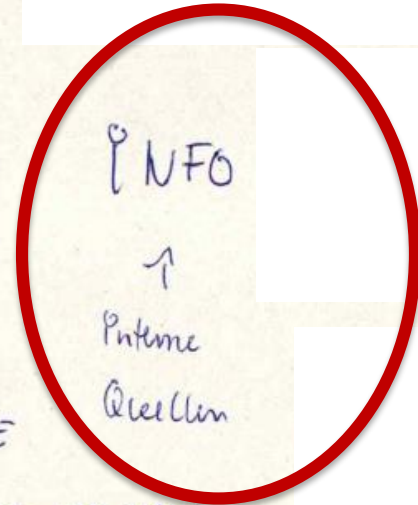


MOTIVE

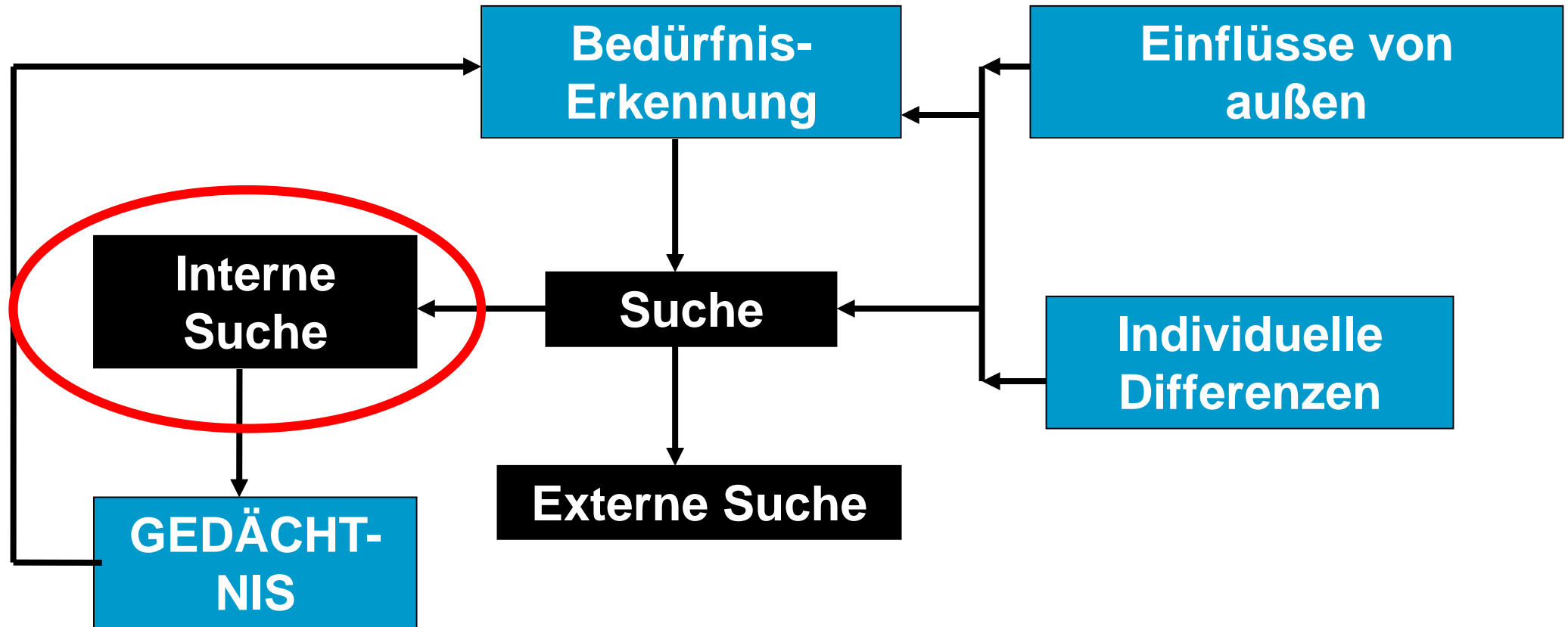
EINSTELLUNGEN

VORSTELLUNGEN

REISEN — WOLLEN
 \ KÖNNEN

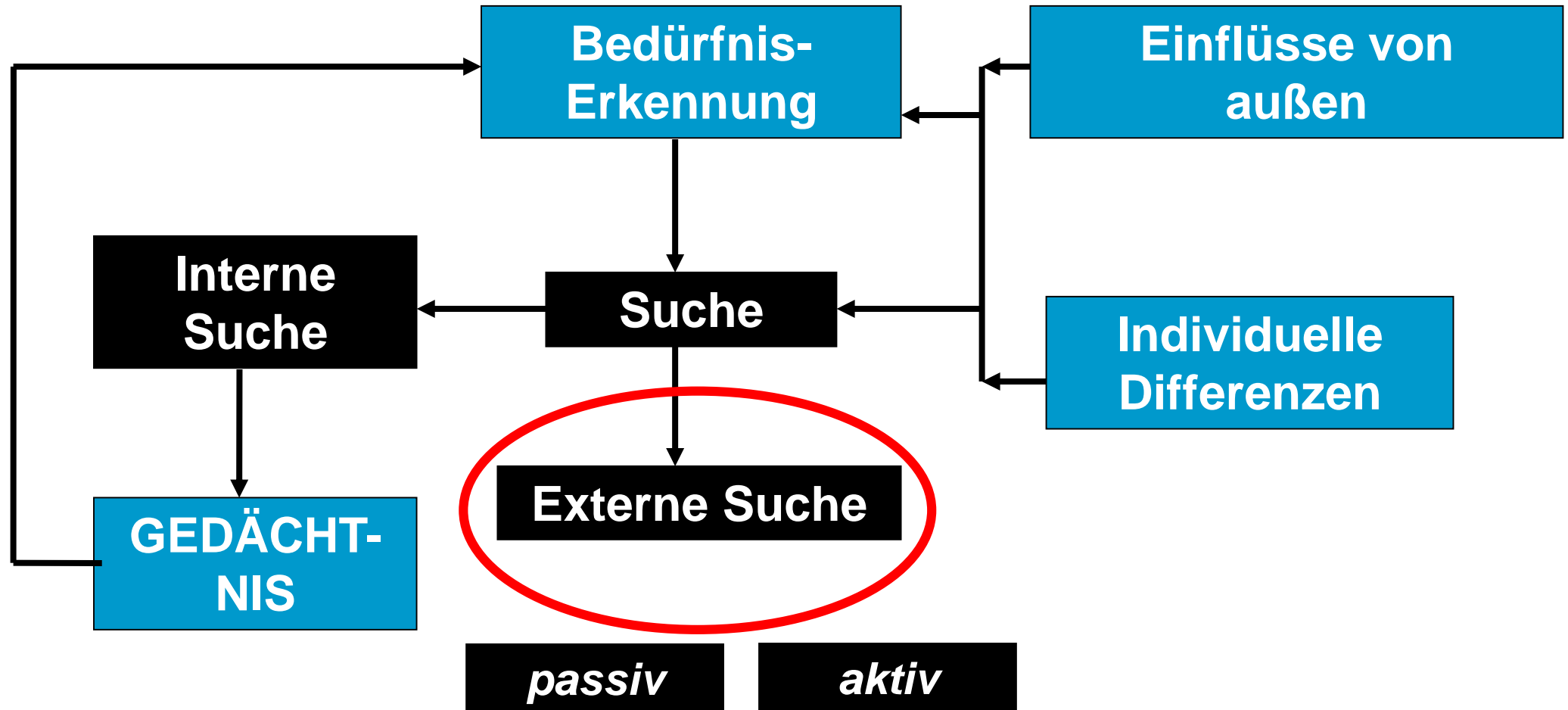


Informationssuche

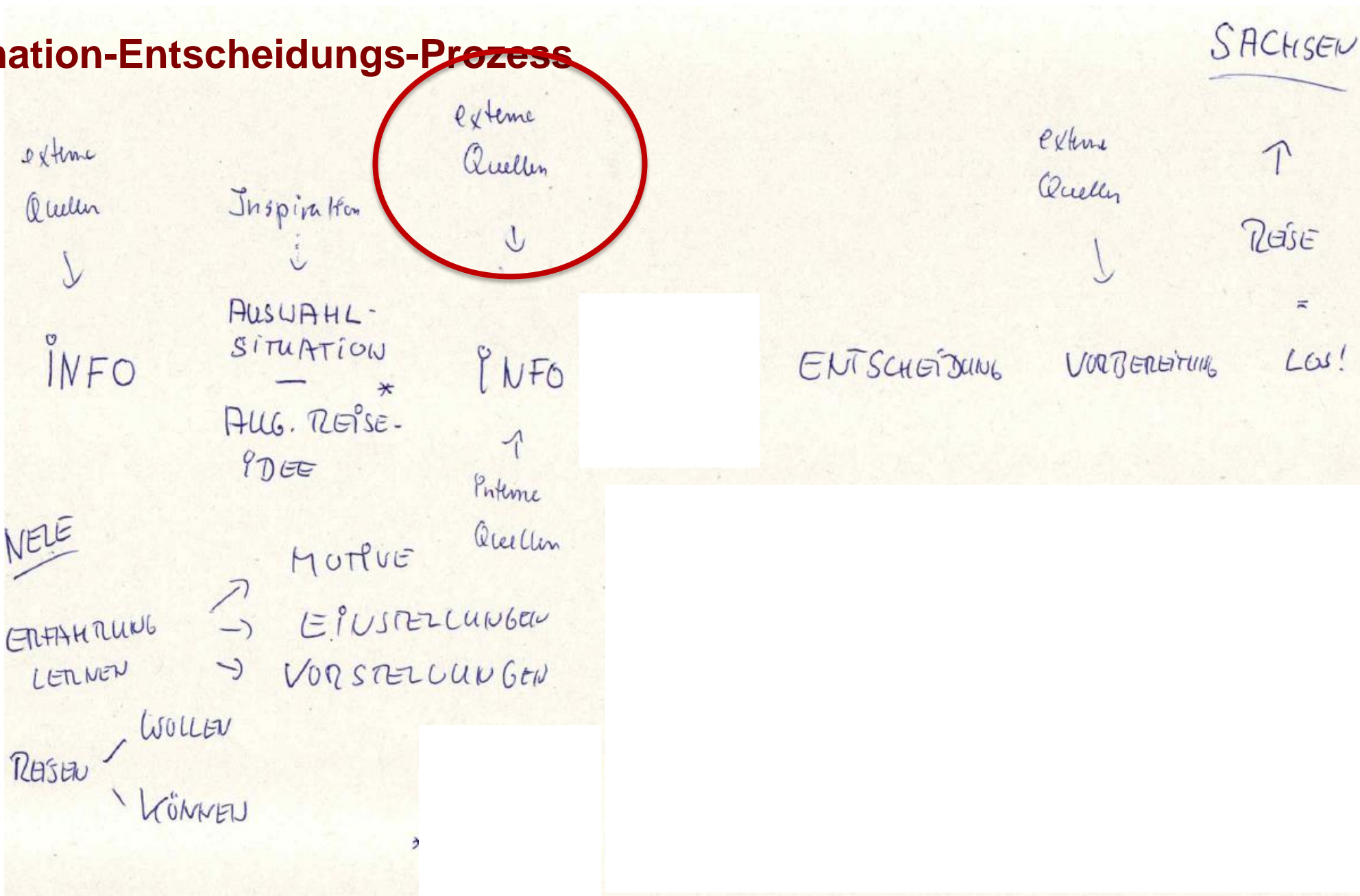


**Sich
informieren.**

Informationssuche



Information-Entscheidungs-Prozess

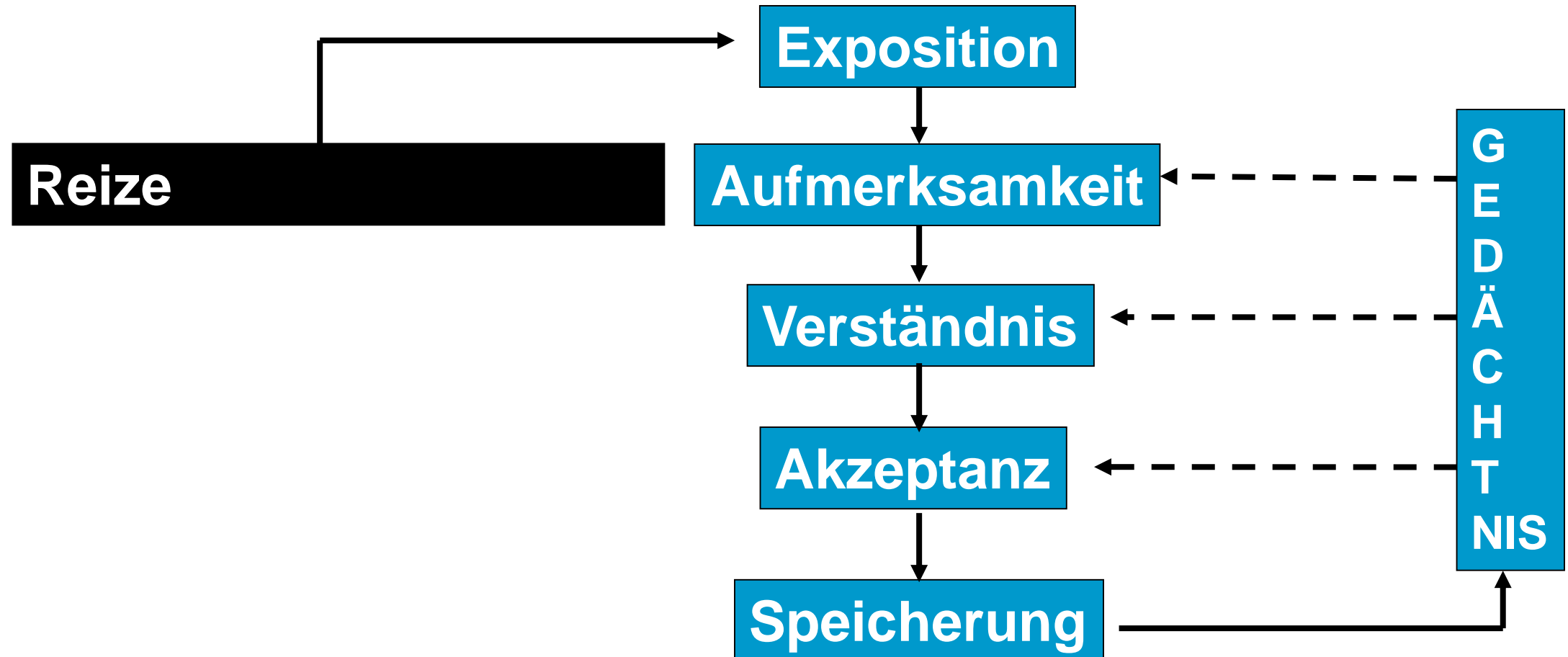


Externe Information und ihre Verarbeitung

Wenn ein Konsument externer Information ausgesetzt ist, beginnt der Prozess der Verarbeitung.

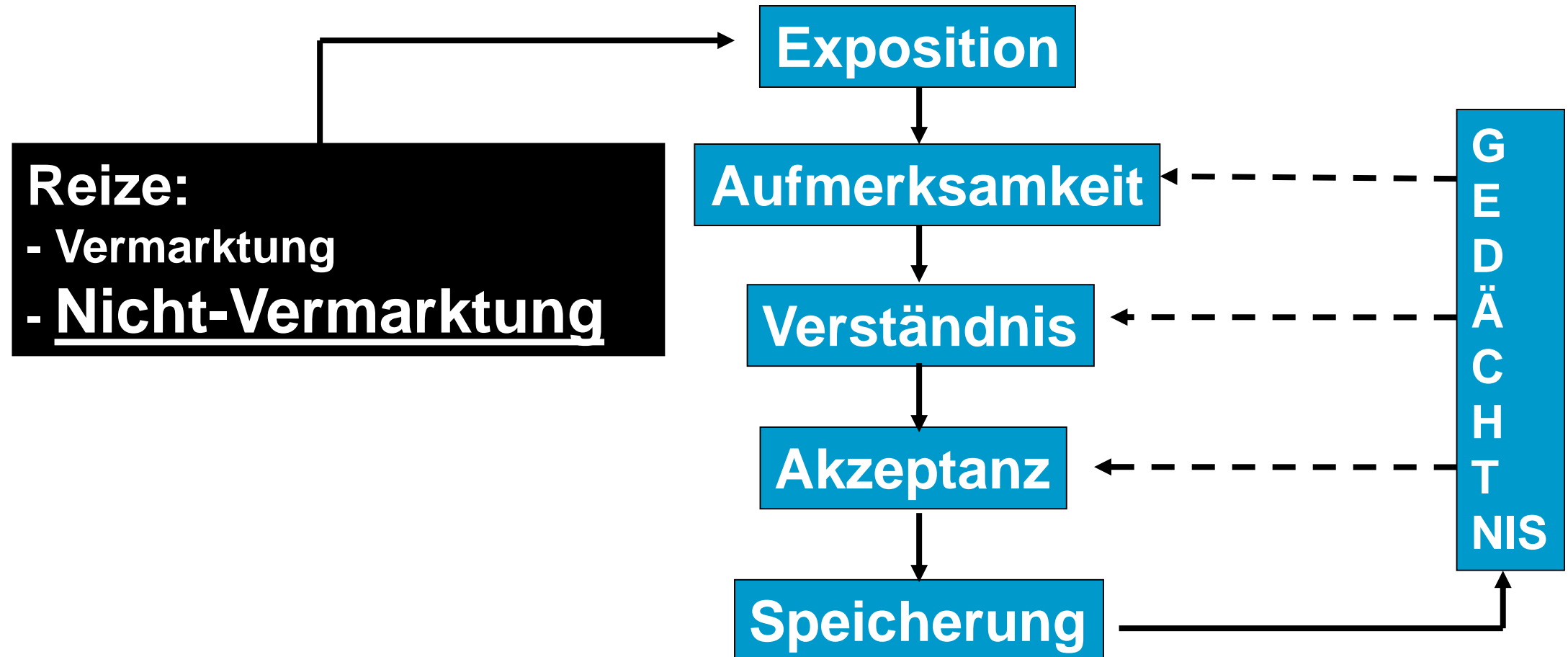


Externe Information und ihre Verarbeitung



Source: adapted from Blackwell et al., 2006

Externe Information und ihre Verarbeitung



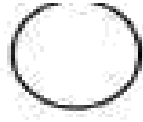
Source: adapted from Blackwell et al., 2006

Was bedeuten diese Zeichen?

1.



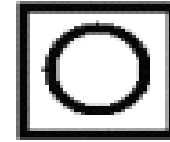
2.



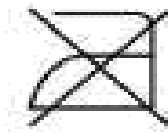
3.



4.



5.

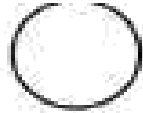


1.



Maschinen-
wäsche

2.



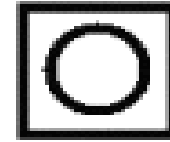
Kann chemisch
gereinigt werden.
A,P,F = unterschiedliche
Waschflüssigkeiten

3.



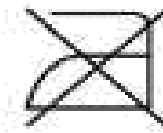
Bleichen
nicht
erlaubt

4.



Trocknen
im Wäschetrockner

5.



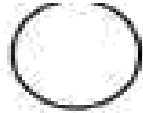
Nicht Bügeln.

1.



Maschinen-
wäsche

2.



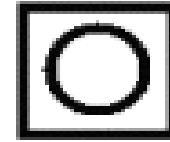
Kann chemisch
gereinigt werden.
A,P,F = unterschiedliche
Waschflüssigkeiten

3.



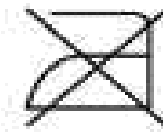
Bleichen
nicht
erlaubt

4.



Trocknen
im Wäschetrockner

5.



Nicht Bügeln.

Unsere Informationsverarbeitung folgt einer Effizienzstrategie.

**Unser Gehirn beschäftigt sich mit vielem,
uns aber nur mit dem nötigsten.**

**Viele Hinweisreize nutzen wir unterschwellig
als Grundlage für unsere bewussten
Überlegungen.**

**Sich
informieren.
Heißt:
Auswählen &
weglassen.**

Wie gehen Konsumenten mit diesen Anzeigen um?

SACHSEN. LAND VON WELT.



FILL YOUR HEART WITH IRELAND.

Save up to \$200 per booking on Ireland getaways. Getting there is easy with Delta Air Lines® nonstop flights, offering seasonal service from Boston to Dublin!

Let's Vacation
DELTA.COM/VACATIONS
OR CALL YOUR TRAVEL AGENT

Ireland  |  DELTA VACATIONS

Offer subject to change without notice; other restrictions may apply. For complete details on this offer, visit deltavacations.com/go/FillYourHeart. *Flight routings subject to change without notice. ©2019 Delta Vacations DV32928 Location: Diamond Hill, County Galway, Ireland



Fill your heart with Ireland 

Wie gehen Konsumenten mit diesen Anzeigen um?

SACHSEN. LAND VON WELT.



FILL YOUR HEART WITH IRELAND.

Save up to \$200 per booking on Ireland getaways. Getting there is easy with Delta Air Lines' nonstop flights, offering seasonal service from Boston to Dublin!

Let's Vacation
DELTA.COM/VACATIONS
OR CALL YOUR TRAVEL AGENT

Ireland  | 

Offer subject to change without notice; other restrictions may apply. For complete details on this offer, visit deltavacations.com/go/FillYourHeart. Flight routings subject to change without notice. ©2019 Delta Vacations DV32928 Location: Diamond Hill, County Galway, Ireland

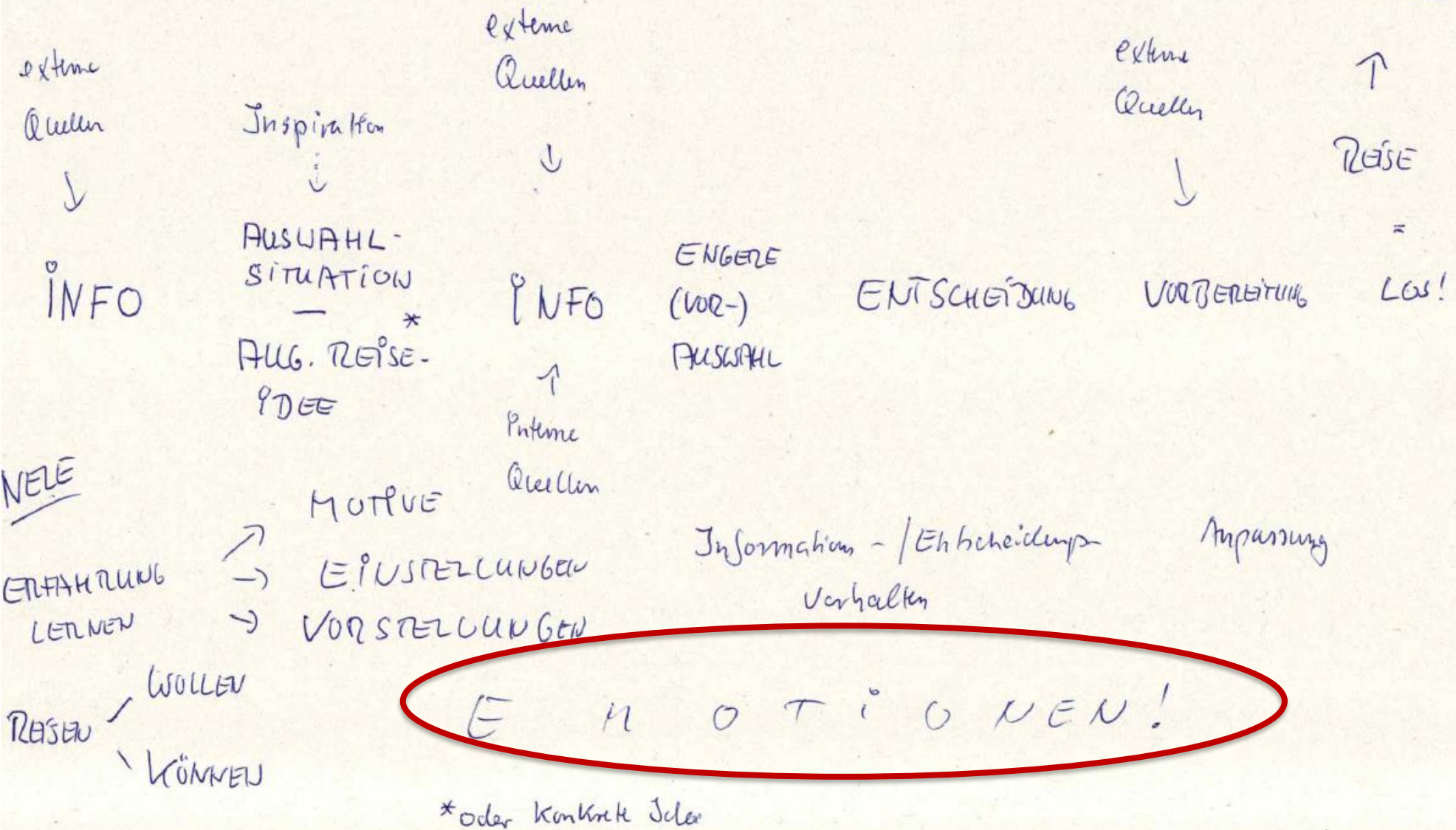


Fill your heart with Ireland 

„zentrale Route“

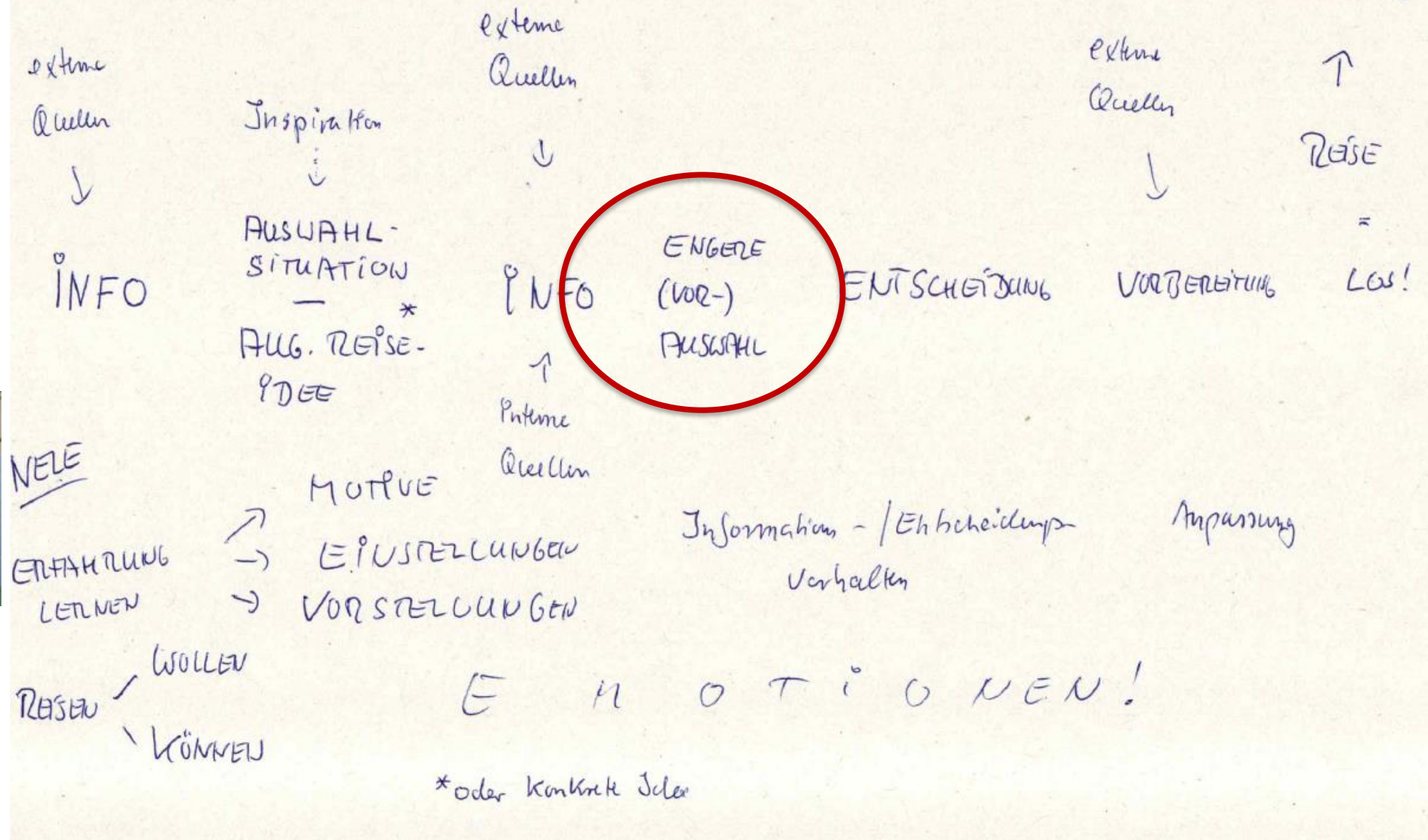
„periphere Route“

Information-Entscheidungs-Prozess

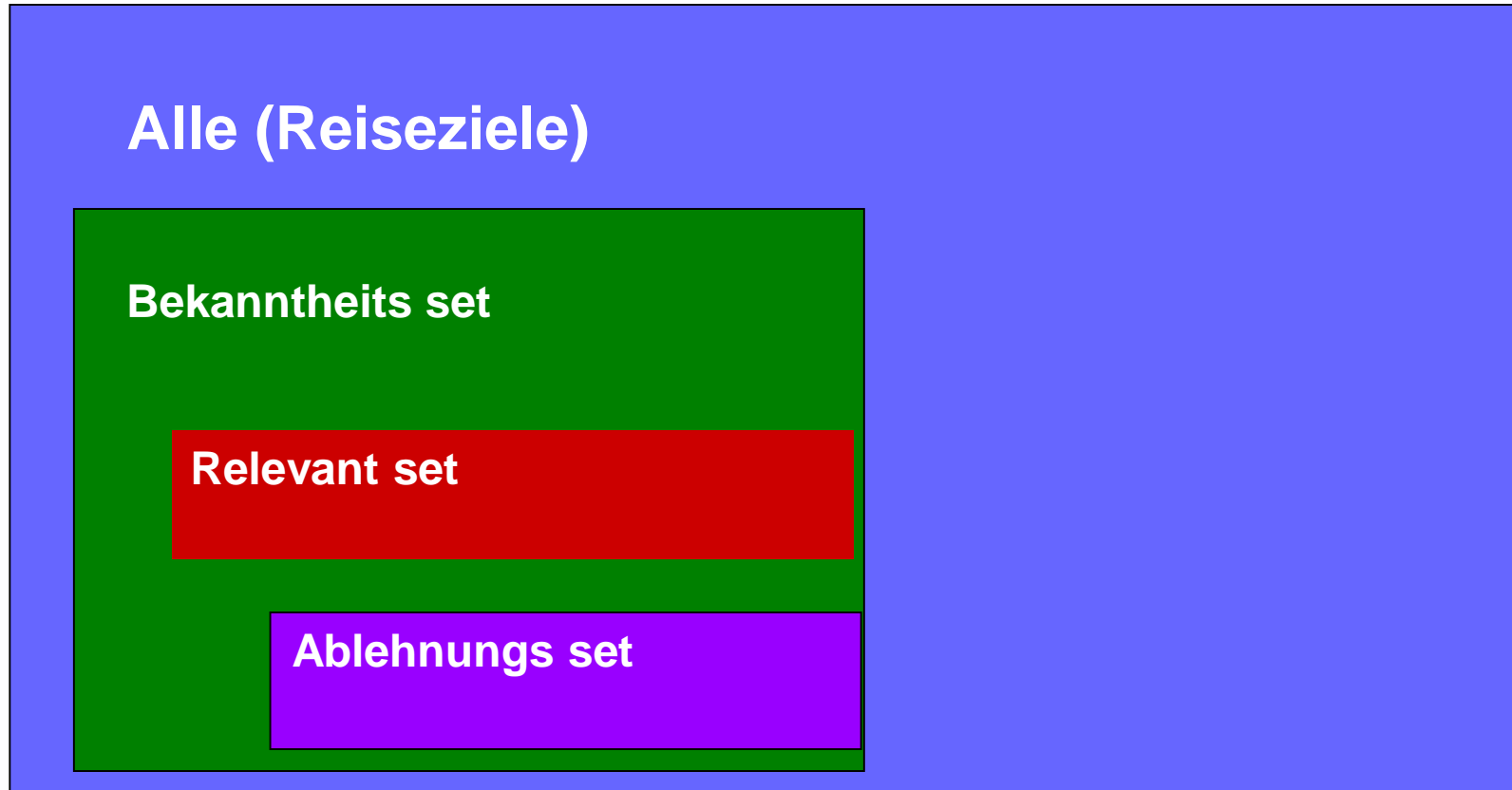


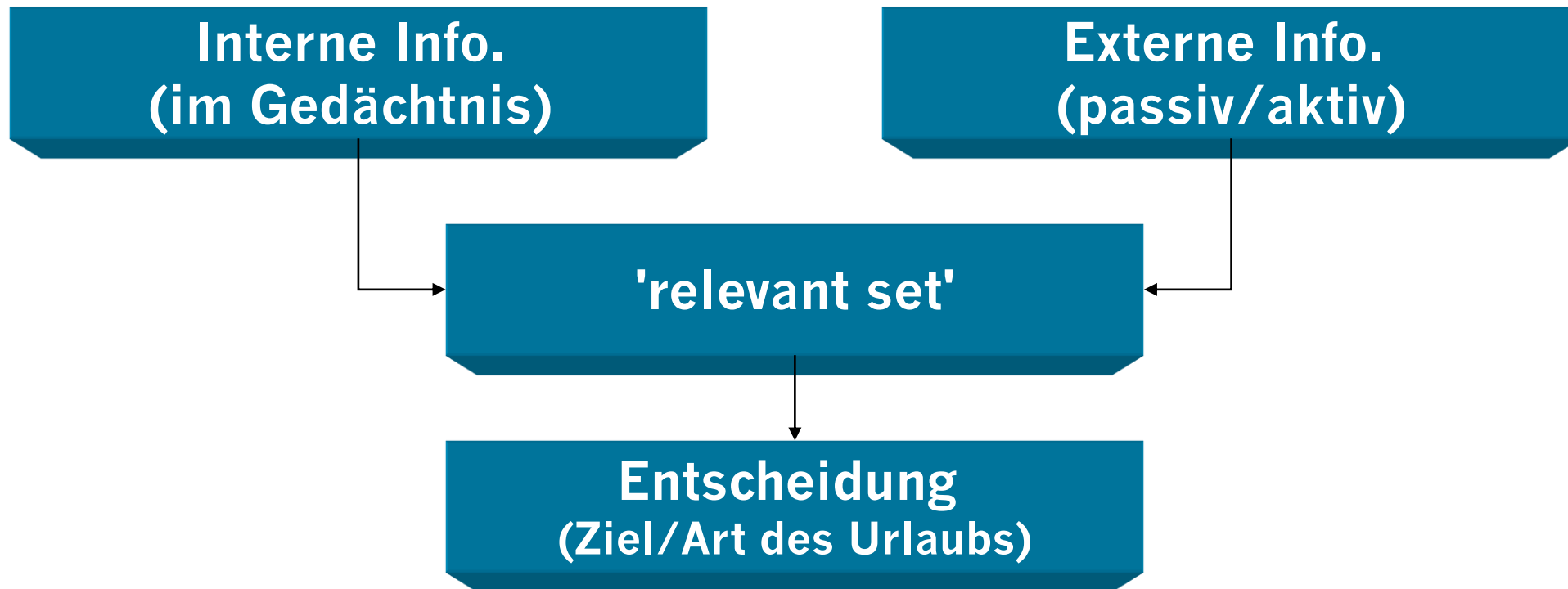
**Die Sache mit dem
„relevant set“.**

Information-Entscheidungs-Prozess



Set Theorie: Wir bedenken nur wenige Alternativen ernsthaft.

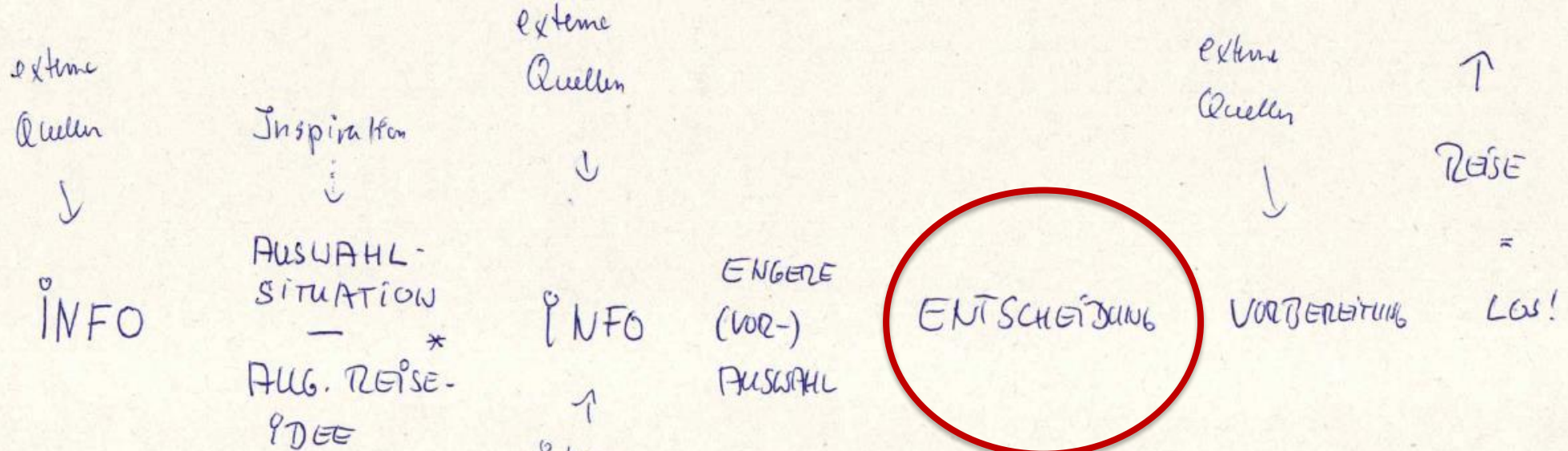




Die Auswahl von Optionen

Information-Entscheidungs-Prozess

SACHSEN VON WELT.



NELE

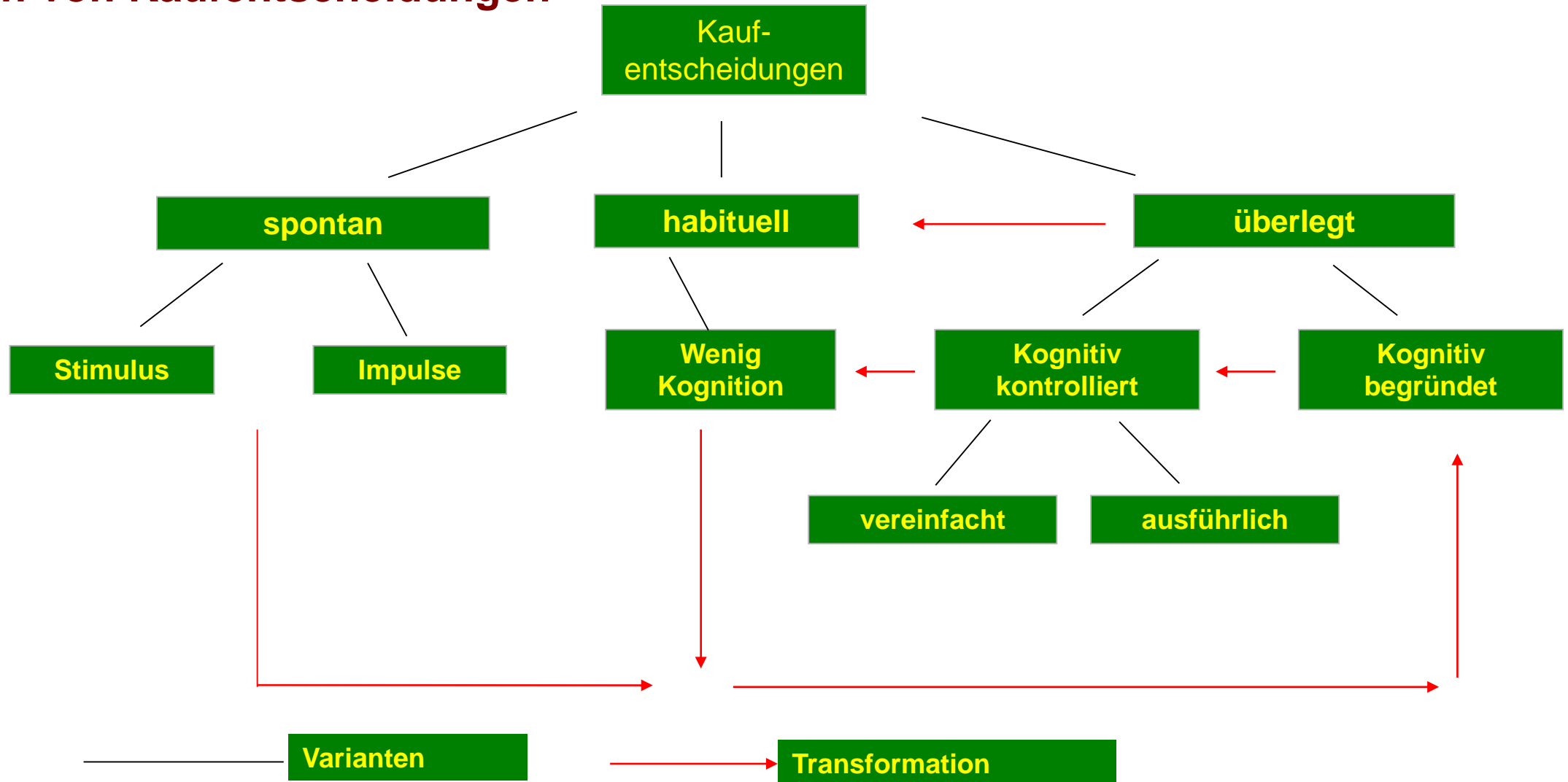
ERFAHRUNG →
LERNEN →

MOTIVE
EINSTELLUNGEN
VORSTELLUNGEN

REISEN — WOLLEN
 \ KÖNNEN

Die Kriterien für die Entscheidung finden wir in unseren Motiven und Einstellungen.

Typen von Kaufentscheidungen



Source: Wiswede, 2000, p. 322, adapted

Entscheidungen im aktuellen Marktumfeld

Medien:

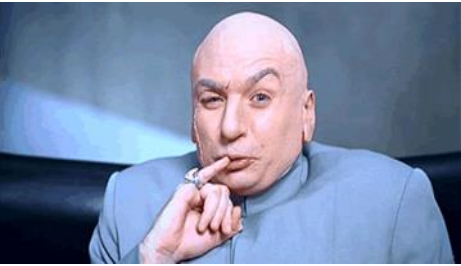
- Sehr viele Informationskanäle
- Sehr viel Information
- Hohe Geschwindigkeit
- Wenig persönliche Relevanz
- Viel Erregung

Tourismus:

- Großes Angebot
- Zunehmende Differenzierung
- Erklärungsbedürftig
- Wachsende Informationsmenge



Kundiger Kunde mit “low involvement”



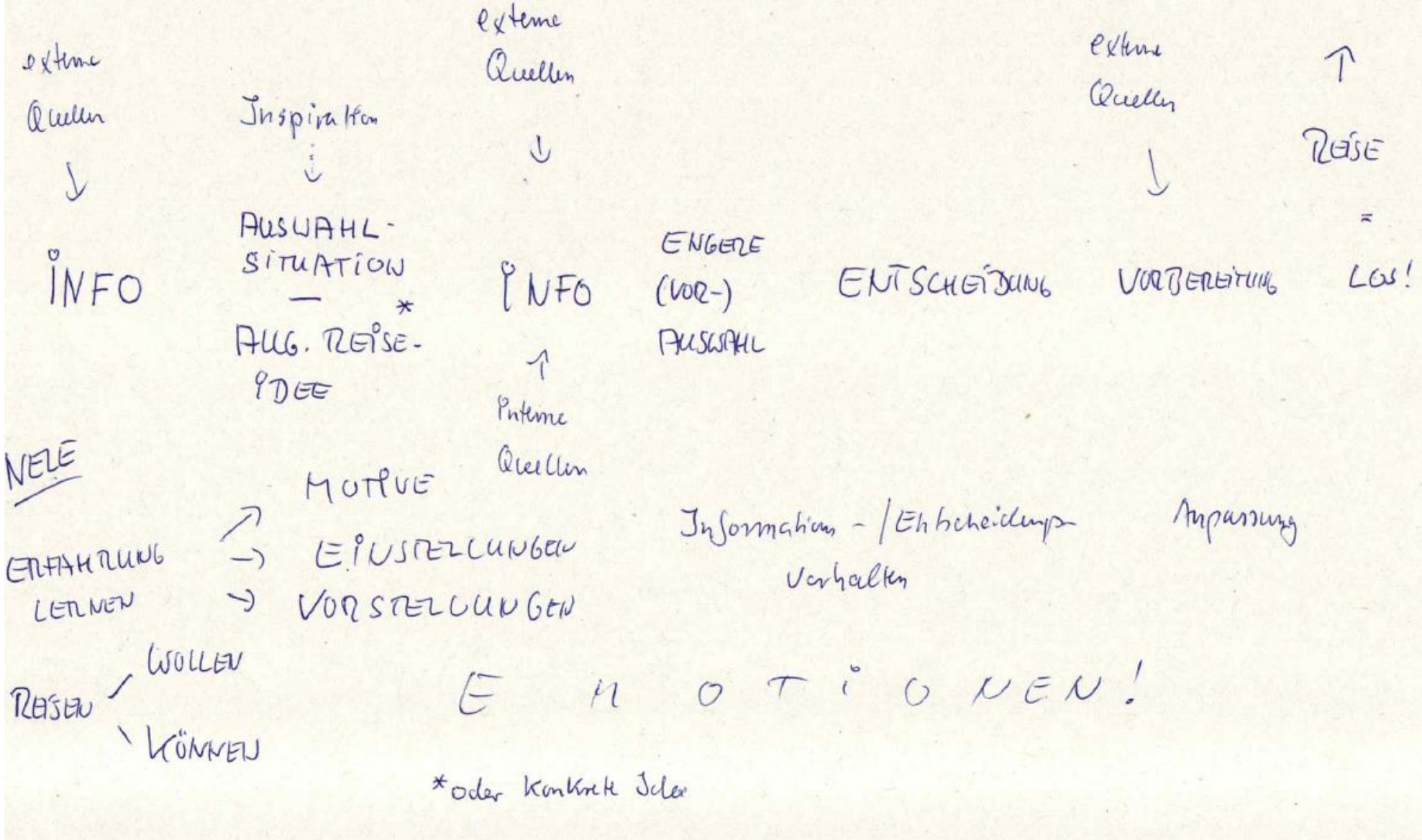
- Ursprüngliche Idee bei Urlaubsreisen:
Hohe indiv. Bedeutung – umfassende Informationsverarbeitung – Argumente wichtig
- Kunden kennen sich aus, sind „kundig“
- Eher allgemeine Urlaubsmotive + Umfangreiches touristisches Angebot → **austauschbare Produkte/Destinationen.**
- immer differenziertere Angebote → **Informationsbedarf**
- Kommunikationskanäle + Info → **Informationsüberflutung.**
Konsumenten versuchen Überlastung zu vermeiden.
- Urlauber haben immer weniger Zeit (Aufmerksamkeit) pro Information zur Verfügung
- Entscheidung: kein umfassender Abwägungsprozess, **gut genug reicht.**
- „**Convenience**“ (Bequemlichkeit) und **Erlebnis-Orientierung**,
außerdem: **Preis-Orientierung.**
- **Flexibilität:**
Der Kunde hat sie, der Branche macht sie Mühe.

Information Overflow

Im Zeitalter der Informationsüberflutung sucht nicht der Kunde nach der Information. Die Information sucht seine Aufmerksamkeit.

Nele

Wie war das nun bei Nele?



Destinationsen in Sachsen

(Potenzielle) Gäste verstehen

- Information ist ein Prozess.
- Er beginnt mit interner Informationssuche.
- Der Informationsprozess verläuft parallel zum Entscheidungsprozess. Beide Prozesse sind voneinander abhängig.
- Es geht nicht nur um Fakten, sondern viel um Emotionen!
- Der Informations- und Entscheidungsprozess für eine bestimmte Konsumentenentscheidung (z. B. für einen Sommerurlaub in der Sächsischen Schweiz) hat keinen klaren Beginn.
- Relevante Lernprozesse und passiv erhaltene Informationen gibt es lange bevor sich der Kunde bewusst ist, dass er in einem Entscheidungsprozess ist.
- Menschliche Informationsaufnahme und -verarbeitung folgt einer Effizienzstrategie. Wir versuchen, nur soviel Information aufzunehmen, wie wir verarbeiten können. Für die Auswahl nutzen wir unsere Motive und Einstellungen.
- Motive, Einstellungen und Vorstellungen (Images) lassen sich grundsätzlich beeinflussen. Hier kann Werbung ansetzen.

Die Perspektive der Anbieter

Marketing Kommunikation (= Information),
im Tourismus, um...

= Information für den Kunden

1. um Angebot in den „relevant set“ zu bringen
2. um innerhalb des „relevant set“ zu überzeugen
3. um nach der Entscheidung eine optimale Vorbereitung zu ermöglichen und so Enttäuschungen vorzubeugen bzw. Zufriedenheit vorzubereiten.

Kundenorientierung in der Information

- Bei der Gestaltung der Informationen und der Buchungswege sollte die Kundenorientierung im Vordergrund stehen.
- Wichtige Kategorien aus Kundensicht sind:
 - Einfachheit
 - Geringer Aufwand
 - Zuverlässigkeit
 - Aktualität
 - Sicherheit
- Wer nutzt was warum wie?
- Dabei kann Marktforschung helfen.

Nur für Geübte

Nur für Geübte

Danke.